

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> .....	3
<b>Глава 1. Анализ рынка, классификация и ассортимент губных помад</b>	
1.1 Состояние и перспективы развития современного рынка губных помад....	5
1.2 Классификация и характеристика ассортимента губных помад в соответствии с ОКПД2 и ТНВЭД ЕАЭС.....	13
<b>Глава 2. Характеристика ассортимента и экспертиза качества губных помад реализуемых на примере сети магазинов «Л'Этуаль»</b>	
2.1 Характеристика ассортимента губных помад реализуемых на примере сети магазинов «Л'Этуаль».....	24
2.2 Организация и порядка проведения экспертизы качества губных помад...	32
<b>Заключение</b> .....	36
<b>Список использованных источников</b> .....	38
<b>Приложения</b> .....	40

## ВВЕДЕНИЕ

Губная помада занимает одно из первых мест в декоративной продукции. Ей пользуются практически весь прекрасный пол. Питательные и увлажняющие свойства губной помады были предпочтением задолго до того, как был изучен химический состав. А современная методика производства губной помады открывают перспективы её активного использования как украшения любой девушки.

Конечно, сейчас нет ни одного человека, который бы не знал, что такое помада, и как ей пользоваться. Но не многие знают, когда появилась губная помада, из чего состоит, и как её производят. Губная помада берет свое начало 5000 тысяч лет назад в Древнем Египте. Изобретение стали называть «поцелуем смерти», ведь тогда использовались опасные для здоровья смеси на основании брома и йода. Спустя тысячелетия производители губной помады используют только проверенные ингредиенты. Сейчас губную помаду делают на современном оборудовании под контролем десятков специалистов, что дает нам уверенность в её стойкости и безопасности. Так что же такое губная помада? Она относится к декоративной косметики на жирно-восковой основе. В помаду, как правило, входит четыре составляющих: основа, красящая смесь, добавки и отдушка. Основа помады – воски и воскоподобные вещества - структурообразующие элементы, жиры и масла – эмульгенты, пленкообразующие компоненты. Из восков и воскоподобных веществ чаще всего применяются парафин, пчелиный или силиконовый воск, церезин, микрокристаллические воски, карнаубский и канделильский воски – натуральные растительные воски из пальмовых деревьев и листьев травы.

Выбранную тему для работы можно считать актуальной, так как в настоящее время губная помада пользуется высоким спросом на рынке декоративной косметики. На сегодняшний день ассортимент губных помад очень широк и разнообразен. С каждым годом рынок расширяется благодаря новым технологиям в производстве и разнообразному сырью.

Объектом курсовой работы является товароведная характеристика, ассортимент и экспертиза качества.

Предметом курсовой работы является парфюмерно-косметическая продукция на примере губных помад.

Целью курсовой работы является изучить товароведческую характеристику, ассортимент и провести экспертизу качества парфюмерно-косметической продукции на примере губных помад.

Исходя из цели курсовой работы, были поставлены следующие задачи:

- Проанализировать состояние рынка губных помад, перспективы развития;
- Изучить классификацию губных помад в соответствии с ОКПД2 и ТНВЭД ЕАЭС;
- Проанализировать ассортимент губных помад на примере сети магазинов «Л'Этуаль»;
- Провести экспертизу качества губных помад.

В процессе написания курсовой работы были применены такие методы научного исследования, как изучение научной литературы по рассматриваемой теме, аналитический и сравнительный методы.

В ходе написания курсовой работы использовались учебные пособия по товароведению, материалы интернета и др.

Структура курсовой работы представлена двумя главами. В первой главе рассматривается анализ рынка, а также классификация и ассортимент губных помад.

Во второй главе курсовой работы рассматривается характеристика ассортимента, также экспертиза качества губных помад, реализуемых на примере сети магазинов «Л'Этуаль».

# ГЛАВА 1. АНАЛИЗ РЫНКА, КЛАССИФИКАЦИЯ И АССОРТИМЕНТ ГУБНЫХ ПОМАД

## 1.1 Состояние и перспективы развития современного рынка губных помад

В последние годы рост российского косметического рынка увеличивается, и он по-прежнему остается одним из самых быстрорастущих в мире.

Объем производства косметических изделий в 2017 году в России вырос на 7 % по сравнению с 2016 годом и достиг отметки в 151 тонну.

В целом за период 2017 – 2018 гг. объем производства стабильно увеличивался в среднем на 5% каждый год.

Импорт в Россию из Франции товаров из группы «средства для макияжа губ» за период 1 квартал, 2017 - 1 квартал, 2018 составил \$67 млн., общим весом 702 тонн.

В структуре импорта по странам (товаров из группы «средства для макияжа губ») на первом месте Франция (37%), на втором месте Польша (11%). Данные представлены на рисунке 1.

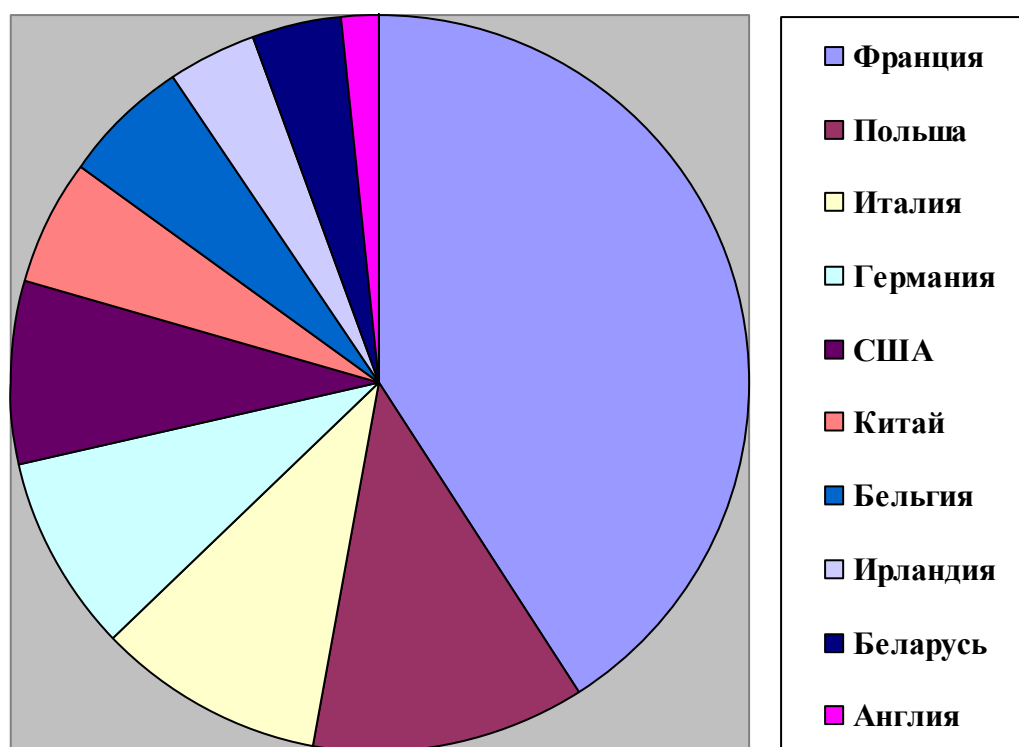
Российский рынок косметики стремительно растет: его потенциальный объем оценивается аналитиками различных исследовательских компаний в \$15-17 млрд. в год. В прошлом же году россияне выложили на прилавки парфюмерных и косметических магазинов почти \$8 млрд. Данные исследовательских компаний - ACNielsen, КОМКОН, Euromonitor и ЭМГ «Старая крепость» - отличаются незначительно. По мнению аналитиков, рынок прибавляет примерно от 12 до 15% в год [7,с. 35].

Конечно, здесь существуют и свои нюансы: женщины, живущие в городах России, ежемесячно тратят на косметику 12-18% своих доходов. Этот показатель намного выше, чем, к примеру, в странах Западной Европы. И дело не столько в ажиотажном спросе на косметическую продукцию, сколько в доходах наших женщин, которые значительно ниже, чем у европейских.

Основные игроки парфюмерно-косметического рынка, чтобы держаться на плаву, непрерывно обновляют продуктовые линейки, ищут нестандартные решения в продвижении. Они, словно профессиональные спортсмены, пожизненно в тренировочно - соревновательном процессе. Участники рынка признаются, что сейчас, в условиях жесткой конкуренции, нельзя останавливаться ни на минуту. Необходимы постоянные инновации; если компания делает передышку, ее моментально обгоняет та, что дышит в затылок [9,с. 22].

На фоне роста отечественного производства импорт косметических изделий в Россию снижается. Так, в 2017 году объём импорта снизился на 4 % по сравнению с 2016 годом (и составил почти 63 тыс. тонн), а по итогам 2018 года объём импорта снизился до отметки в 60 тыс. тонн (– 4 % к 2017 году). Объемы импортных поставок в денежном обороте по итогам 2014 года также уменьшились по сравнению с 2017 годом (– 9%) и составили 15,1 млрд. долл. США.

**«Средства для макияжа губ» импортируют в Россию из следующих стран:**



*Рис. 1. Структура импорта губных помад в Россию, в %*

Снижение импорта косметических изделий частично связано с быстро развивающимся отечественным производством. Многие зарубежные производители отдают предпочтение открытию на территории России своего предприятия или же купить уже существующие (так, в 2013 году Unilever договорилась о покупке 82 % акций «Калины», а Oriflame в 2015 году планирует запустить производство в Московской области) [14,с. 128]. Весовые и общие итоги за 2017 и 2018 года по кварталам представлены на таблице 1 и 2.

Таблица 1

**Весовые итоги по кварталам:**

Период	Вес, тонн.
1 квартал, 2017	173
2 квартал, 2017	120
3 квартал, 2017	124
4 квартал, 2017	151
1 квартал 2018	135
Итого:	702

Таблица 2

**Общие итоги по кварталам:**

Период	Сумма
1 квартал, 2017	\$15.3 млн
2 квартал, 2017	\$12.8 млн
3 квартал, 2017	\$10.4 млн
4 квартал, 2017	\$15.1 млн
1 квартал, 2018	\$13.4 млн
Итого:	\$67 млн

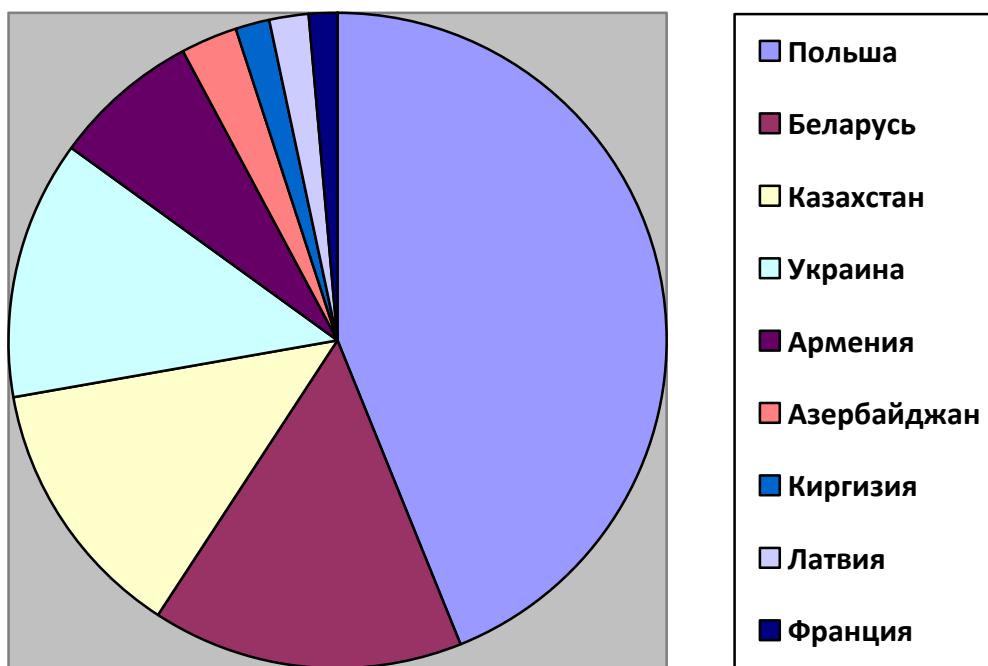
Лидирующим видом косметики (в стоимостном выражении), поставляемой из-за рубежа, являются прочие косметические средства (из-за широкого ассортимента представленных товаров), доля данной товарной группы составила 62 % по итогам 2017 года. За ними следуют: средства для макияжа глаз (15 %), средства для макияжа губ (11 %), средства для маникюра и педикюра (7 %) и пудра (включая компактную) (5 %). Лидером по поставкам косметических изделий в Россию (в

натуральном выражении, по итогам 2017 года) является Польша (22 %), за ней следует Франция (17 %), Германия (12 %), США (6 %) и Италия (6 %).

Экспорт из России в Францию товаров из группы «средства для макияжа губ» за период 1 квартал, 2017 - 1 квартал, 2018 составил \$328 тыс., общим весом 8.74 тонн.

В структуре экспорта по странам (товаров из группы «средства для макияжа губ») на первом месте Польша (41%), на втором месте Беларусь (14%). Франция для России является партнёром №10 с долей 1%.

**«Средства для макияжа губ» экспортируют из России в следующие страны:**



*Рис. 2. Структура экспорта губных помад из России, в %*

Стабильный рост – таков прогноз экспертов по формированию мирового рынка косметики, косметологии и средств личной гигиены с 2013 по 2019 годы [13, с. 27]. Общий объем рынка косметических и косметологических товаров в мире

вырастет с \$ 598.0 млрд. в 2013 г. на 6,3 % к 2019 году до \$ 635,7 млрд., говорится в отчете ReportsandReports.

По данным Российской Парфюмерно-Косметической Ассоциации, вместимость российского косметического рынка к 2019 – 2020 годам достигнет \$ 15 – 18 млрд. Тем не менее, для достижения такой величины необходимо, чтобы вырос и стабилизировался уровень жизни разных слоев населения, а регионы должны быть максимально охвачены сетевой косметической розницей. Эксперты предсказывают, что до 2019 г. средние темпы роста составят 9,8 % в год. Предполагается, что к 2019 году косметический рынок вырастет до \$ 20,5 млрд. По материалам статьи «Обзор франшиз рынка натуральной косметики».

Таблица 3

**Весовые итоги по кварталам:**

Период	Вес, тонн
1 квартал, 2017	---
2 квартал, 2017	8,27
3 квартал, 2017	0,114
4 квартал, 2017	0,361
1 квартал, 2018	---
Итого:	8,74

Таблица 4

**Общие итоги по кварталам:**

Период	Сумма
1 квартал, 2017	---
2 квартал, 2017	\$289 тыс.
3 квартал, 2017	\$9.35 тыс.
4 квартал, 2017	\$30.5 тыс.
1 квартал, 2018	---
Итого	\$328 тыс.

На каждом из этапов производственного цикла в губных помадах могут протекать те или иные процессы, которые вызывают трансформацию, опасные для здоровья человека . Вследствие этого для проверки безопасности губных помад проводят комплекс проверок. Особое внимание уделяют губным помадам, которые



приготовлены по новой рецептуре. Комплекс испытаний химических показателей многих губных помад включает определение водородного показателя, кислотного числа, карбонильного числа, температуры каплепадения. Все эти показатели устанавливают воздействие губных помад на кожу человека. В губных помадах не должны содержаться токсичные элементы – свинец, ртуть, мышьяк [20, с. 15].

В процессе производства, фасовки, применения и хранения губные помады могут быть в различной степени загрязнены микроорганизмами, которые могут продолжать развиваться в косметическом продукте, что приводит к его порче. Поэтому большинство губных помад проверяют на микробиологическую безопасность. Для подавления развития колоний микроорганизмов в состав косметической продукции вводят ингибиторы, консерванты. На стадии производства и фасовки необходимо соблюдать требования стерильности и асептики. Этого можно добиться только при полной автоматизации процесса.

Для прогнозирования возможной опасности средств для человека при их длительном использовании изучают влияние средства на организм животных в течение 3 – 10 недель [8, с. 15].

Важным показателем, характеризующим возможность проникновения губных помад через неповреждённую кожу с последующей оценкой общетоксического действия, является определение кожно-резорбтивного действия. Эти исследования проводят на белых мышах и крысах, погружая хвост в испытуемый препарат и изучая последующую реакцию, которая отражает общетоксическое действие. Если вещество всасывается через неповреждённые кожные покровы и оказывает отрицательное действие на организм, то оно обладает кожно-резорбтивным действием, что для губных помад не допускается [10, с. 3].

Обязательно изучают раздражающие и аллергические действия всех губных помад.

Таким образом, при проведении токсикологических исследований определяются:

– острая токсичность (в косметике разрешены для применения не ниже 4 класса опасности, иногда 3 класс);

- хроническая токсичность (при длительном применении);
- кожно-резорбтивное действие;
- раздражающее действие;
- сенсибилизирующее (аллергизирующее) действие.

В связи с высокой биологической активностью губных помад, возможностью проникновения их в организм человека через кожный барьер и слизистую оболочку, а также последующим влиянием на отдельные органы и системы губные помады необходимо подвергать клиническим испытаниям в целях установления их безвредности для человека. Это тем более важно, что в повседневной жизни губные помады применяют постоянно и длительно. Клинические испытания на добровольцах – пробандах проводят только при положительных результатах химических, микробиологических и 27 токсикологических испытаний. Оценка безопасности основана на влиянии средства на кожу и на общее состояние человека. Вопрос о безопасности косметического средства для широкого применения решается только после положительных результатов всех исследований [16, с.27].

Процесс подготовки помадной массы начинается с производства мелкодисперсных красителей. Размер частиц красителя не превышает 10 – 15 микрон, такие параметры достигаются при использовании бисерной мельницы, в которой смесь мелкодисперсного красителя и касторового масла превращается в однородную красящую массу [15, с. 12].

Операторы цеха подготовки помадной массы взвешивают необходимые для производства данного продукта ингредиенты, в соответствии с производственным заданием, и затем загружают их в котёл-реактор. Два реактора разного объема 50 и 150 литров предназначены для приготовления помадной массы. Они изготовлены из высококачественной нержавеющей стали с необходимой степенью полировки рабочих поверхностей, соответственно это оборудование легко отмыть даже после помадной массы и продезинфицировать. Подготовленные ингредиенты по очередности, в соответствии с рецептурой, засыпаются в котёл реактора и перемешиваются при температуре указанной в технологических инструкциях. По окончании процесса приготовления помадной массы из котла отбираются пробы для

сравнения со стандартом. Приготовленная помадная масса сливается из реактора в контейнеры и, после остывания, и проведения необходимых исследований в лаборатории контроля качества, направляется в цех расфасовки [12, с. 5].

Цех расфасовки оборудован современными автоматизированными поточными линиями. Максимальная производительность линии составляет 2500 штук в час, то есть при трёх сменах в режиме работы, даже на существующем оборудовании, цех может производить более полутора миллиона губной помады в месяц. Каждая конвейерная линия состоит из вращающегося по часовой стрелке формовочного стола, на котором расположено 180 отливочных форм для изготовления помадных стержней. Над формовочным столом располагаются котлы ёмкостью 40 литров, в которых происходит разогрев помадной массы. Котлы могут меняться местами при помощи подъемного поворотного механизма. Основание подаются из блока подачи на входной конвейер, при погружении последующим подъемом котла происходит попарное заполнение отливочных форм помадной массой [9, с. 5].

Далее формы, по мере движения формовочного стола по часовой стрелке, охлаждаются и помады в них застывают. По окончании процесса формирования, заполненные отливочные формы оказываются под распределительной звёздочкой и, при помощи подачи, помадный карандаш вставляется в основание.

Далее основания подаются на сборочную линию, где проходит пост визуального контроля. После этого вращающаяся втулка основания вкручивается, помады накрываются крышками, поступающими из падающего устройства. Далее продукция попадает на линию выходного конвейера, где маркируется лазером, затем на нее наклеивается тонная этикетка. Затем губная помада поступает на картонажную машину для окончательной упаковки. В картонажной машине помады упаковываются в индивидуальные коробочки, они автоматически закрываются, на них наносится код продукта и дата производства. Затем губная помада укладывается в транспортные короба, чтобы разъехаться по всему миру и в конечном итоге попасть в руки потребителей [13, с. 6].

Вся выпускаемая продукция проходит многоступенчатый контроль в лаборатории качества. Там проверяется сырьё, красители, помадные массы, и,

разумеется, конечный продукт - губная помада. Проверка производится в соответствии с российским ГОСТом и в соответствии с международными требованиями.

Тенденция последних лет – энергичное формирование розницы: она набирает рост быстрее, чем рынок в целом. На сегодняшний день дистрибьюторы косметики идут по пути развития специализированных сетей, в том числе и с использованием франчайзинговых схем. Потребителями косметических товаров являются 87 % населения – 75 % мужчин и 99 % женщин. Декоративной косметикой пользуются две трети российских женщин [20, с. 15].

Российский потребитель в дальнейшем станет ориентироваться не на стоимость, а на качество того или иного бренда, сегмента «люкс». Эксперты отмечают относительную стабильность сегмента «люкс» как в кризис, так и на данный момент. В кризисный период отмечалось некоторое снижение объёмов продаж в данном сегменте, однако, некритическое, так как потребители, ранее покупавшие и косметику «люкс» - класса, не прекратили её покупать, лишь некоторые из них перешли в сегмент масс-маркета.

Развитие рынка будет обусловлено дальнейшим увеличением уровня жизни населения: оно приведет к повышению потребления товаров не первой необходимости, к которым причисляется косметика [11, с. 4].

## **1.2 Классификация и характеристика ассортимента губных помад в соответствии с ОКПД2 и ТН ВЭД ЕАЭС**

ТН ВЭД ЕАЭС, или «Товарная Номенклатура внешнеэкономической Деятельности Таможенного Союза» это применяемый таможенными органами Таможенного Союза классификатор товаров, используемый при определении типа товара, проходящего таможенные процедуры. ТН ВЭД ТС применяется в странах, входящих в Таможенный Союз, постоянно подвергается доработке и дополнению со

стороны таможенных органов стран-участниц ТС. В России дополнением и разработкой занимается Федеральная Таможенная Служба.

— ТН ВЭД является расширенным российским вариантом Гармонизированной Системы (ГС), разработанной Всемирной таможенной организацией и принятой в качестве основы для классификации товаров в странах Евросоюза, проходящих таможенную очистку [7, с. 14].

— Товарам присвоены собственные коды. Как правило — 10-значные (для отдельных групп присваиваются 14-значные коды), которые указываются декларантами на этапах проведения таможенных процедур. Использование ТН ВЭД значительно упрощает процедуры таможенного оформления и определения размеров взимаемых пошлин на товары.

Основные цели применения ТН ВЭД:

1. Для применения мер таможенно-тарифного регулирования:

некоторые коды ТН ВЭД могут оформляться только в зоне деятельности определенных таможенных органов (алкогольная продукция, драгоценные металлы и камни, определенные транспортные средства и т.д.);

ТН ВЭД неразрывно связана с таможенным тарифом, т.е. к коду привязаны ставки ввозных/вывозных пошлин; специальные защитные, антидемпинговые пошлины; взимание налогов (сумма НДС в зависимости от товара и кода, на определенные коды может быть ставка 0% или 10%).

2. Применения мер нетарифного регулирования:

лицензирование, квотирование, сертификация, фитосанитарный контроль и ветеринарный контроль (все перечни товаров в нормативных документах упорядочены по кодам ТН ВЭД).

3. Организация различных форм таможенного контроля в таможенной сфере:

код ТН ВЭД – основной индикатор при «срабатывании» всех видов профилей рисков, создаваемых таможенными органами; при организации контроля за определенными группами товаров таможенными органами обязательно учитываются как их наименование, так и код ТН ВЭД.

4. Ведение статистики внешнеэкономической деятельности всеми органами государственной власти.

5. Электронный обмен информацией:

передача по каналам связи информации между пограничными и внутренними таможенными; создание всевозможных баз данных.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что таможенными органами всегда будет организован постоянный и пристальный контроль за достоверностью и полнотой заявления сведений в 31 графе декларации, документального подтверждения данных сведений, а также правильностью классификации по ТН ВЭД ЕАЭС [12, с. 134].

— Всего в Классификаторе насчитывается 21 раздел и 99 групп (группы под номерами 77, 98 и 99 в настоящее время не используются — они зарезервированы).

Таблица 5

#### Позиция ТН ВЭД

Товарный код – 3304 10 000 0	Значение
28-38	VI. Продукция химической и связанных с ней отраслей промышленности (Группы 28-38)
33	Эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические или туалетные средства (Общая товарная группа ТН ВЭД)
3304	Косметические средства или средства для макияжа и средства для ухода за кожей, включая средства против загара или для загара; средства для маникюра или педикюра (называются товарной позицией)
3304 10 000 0	Средства для макияжа губ

ОКПД2 - Общероссийский Классификатор Продукции по видам экономической Деятельности.

Коды ОКПД2 являются классификаторами продукции, работ или услуг. В контексте государственных торгов, данная систематизация является необходимой, потому что при размещении заказа на выполнение государственных и муниципальных нужд надо конкретизировать, какие именно работы, товары или

услуги необходимо получить от поставщика. Классификатор продукции по видам экономической деятельности прекрасно справляется с этой функцией.

20 - Вещества химические и продукты химические

20.4 - Мыло и средства моющие, средства чистящие и полирующие, средства парфюмерные и косметические

20.42 - Средства парфюмерные и косметические

20.42.1 - Средства парфюмерные и косметические

Код ОКПД2 20.42.12 - Средства для макияжа губ и глаз.

Классификация по ТН ВЭД:

1. Материал, из которого сделан товар.

Состав губной помады логически можно поделить на две части — базовый, который имеется в любом продукте, и дополнительный, который придает отличительные черты. Рассмотрим основу состава качественной косметики для губ и те элементы, которые обязательно должны в неё входить. Данные представлены в таблице 6.

Таблица 6

#### Базовый состав губных помад:

Элемент	Значение
Воск	Основной элемент состава, за счет которого определяется форма губной помады, ее пластичность и прочность
Красители	Именно данный элемент обеспечивает оттенок средства
Масла	Растительные масла добавляются в состав косметики для губ для того, чтобы производить смягчающий эффект и ухаживать за нежной кожей
Отдушка	Специальный элемент, который применяется для того, чтобы скрыть неприятный запах сырья. За счет него и создается особый косметический запах средства

Виды губных помад

В зависимости от состава, помады делятся на:

- увлажняющие,

- питательные,
- стойкие,
- гигиенические,
- блески для губ.

В состав увлажняющей помады обычно входят масло авокадо, какао, касторовое, подсолнечное или кокосовое, экстракт ромашки. Красящие пигменты выбирают на основе растительных или минеральных восков. Увлажняющая помада не просто окрашивает губы, придавая им влажный блеск и увеличивая их оптически, но и смягчает, предотвращая шелушение. Использовать ее оптимальнее весной и летом, когда губы наиболее страдают от сухости и жары. К недостаткам увлажняющей помады можно отнести то, что она быстро стирается и оставляет следы [16, с. 18].

Питательная помада создается на основе воска, красящих пигментов и пудры. Она защищает губы от трещин в холодное время года, но не вполне комфортна на губах, - о ее присутствии невозможно забыть из-за большого количества воска в ее составе.

В состав стойких и суперстойких помад входят красящие пигменты в смеси с летучими эфирами. Когда через некоторое время после нанесения эфиры улетучиваются, на губах остается цветная пленка. Такая помада не оставляет следов и может держаться на губах в течение 6-12 часов (стойкая) и 20 - 24 часов (суперстойкая). Со стойкой помадой несложно добиться четкого макияжа, она легко наносится и обладает приятной текстурой. Вместе с тем не стоит пользоваться стойкой помадой каждый день, особенно, если у вас сухие губы, поскольку она также немного подсушит их. К ее недостаткам относится и ощущение пленки на губах [16, с. 3].

Гигиенические помады содержат витамины, питательные, увлажняющие и антисептические вещества. Часто в ее составе присутствуют ультрафиолетовые фильтры. Гигиеническая помада предотвращает сухость и растрескивание. Она идеальна для бережного ухода за губами в холодный период. К сожалению, гигиеническая помада не способна заменить обычную, так как не оттеняет губы. Ее



стоит применять скорее с лечебной и профилактической, нежели декоративной целью.

Блеск для губ содержит растительные красители в небольшом количестве, значительно выше в нем доля масел, поэтому он имеет прозрачный оттенок. В его состав входят растительные масла и витамины. Блеск идеально подходит для натурального макияжа, придавая ему естественность.

К недостаткам блеска можно отнести то, что он легко растекается, поэтому наносить его нужно очень осторожно, так как он может расплываться, и контуры будут выглядеть нечетко [9, с. 15].

2. В зависимости от формы губные помады делятся:

- прямая;
- закругленная;
- с ровной поверхностью.

3. В зависимости от цвета:

- красная;
- розовая;
- малиновая;
- коричневая.

4. В зависимости от запаха:

- с ароматизаторами;
- без ароматизаторов.

5. По стойкости:

- простая;
- традиционная (держится на губах 3 – 4 часа);
- устойчивая (5 – 6 часов);
- сверхустойчивая (сохраняющая свой цвет на губах более 6 – 7 часов и оставляющая минимальный отпечаток).

6. По форме:

- карандаши;
- во флаконах.

7. По консистенции различают помады:
  - твердые (стержень, карандаш);
  - кремообразные (расфасованные в баночки или тубы, с кисточкой).
8. По степени жирности мазка различают помады:
  - жирные;
  - полужирные;
  - сухие.
9. По блеску различают помады:
  - матовые;
  - перламутровые;
  - с искрящимся блеском.

Технические требования к маркировке:

Характеристика:

Продукция декоративной косметики представляет собой смесь синтетических и/или натуральных продуктов: жиров, восков, масел, витаминов, биологически активных веществ, ароматизаторов, красителей и специальных добавок, обеспечивающих потребительские свойства продукции и разрешенных к применению и/или нормативными правовыми актами, действующими на территории государства, принявшего стандарт.

Продукцию декоративной косметики вырабатывают в соответствии с требованиями настоящего стандарта по рецептурам, техническим требованиям и технологическим регламентам (инструкциям) при соблюдении требований и/или санитарных норм и правил, действующих на территории государства, принявшего стандарт [1, с. 3].

По органолептическим и физико-химическим показателям продукция декоративной косметики должна соответствовать требованиям и нормам, указанным в таблице 7, приложение А.

Значение показателей на конкретную продукцию должно быть приведено в техническом документе.

## Технические требования

Наименование показателя	Характеристика и норма				
	Помада губная и контурный карандаш для губ	Блеск и бальзам для губ	Тени для век, румяна, пудра, маскирующий карандаш, грим театральный	Контурный карандаш для век и бровей	Твердая тушь для ресниц
Внешний вид	Поверхность гладкая, однородная, равномерно окрашенная или неокрашенная				Твердая однородная масса или пластинка без трещин и сколов
Цвет	Свойственный цвету (названию) или тону (номеру) конкретной продукции				
Запах	Свойственный запаху конкретной продукции				
Кроющая способность	Покрытие ровное, однородное				Покрытие однородное без крошек
Кислотное число, мг КОН/г, не более	15	15	15	-	-
Карбонильное число, мг КОН/г, не более	8	8	-	-	-
Водородный показатель, рН	-	-	-	6,0-8,0	7,0-10,0
Температура каплепадения, °С, не ниже	55	40	40	-	-

## Примечания:

1. В продукции декоративной косметики допускаются незначительные поры, не портящие внешнего вида продукции и не влияющие на качество.
2. В продукции декоративной косметики с перламутровым блеском допускается наличие разводов, не портящих внешнего вида и не влияющих на качество.
3. Для отшелушивающих губных помад допускается присутствие точечных вкраплений абразива.

4. Для жидких губных помад и блеска для губ показатель "температура каплепадения" не определяют.

Требования к сырью и материалам:

сырье и материалы для изготовления продукции декоративной косметики должны соответствовать требованиям документов, в соответствии с которыми они изготовлены, утвержденных в установленном порядке.

Маркировка:

маркировка потребительской тары с продукцией декоративной косметики - по и/или нормативным документам государств, принявших стандарт. Маркировка транспортной тары - по ГОСТ 28303-89 [2, с. 3].

Упаковка:

продукцию декоративной косметики фасуют в потребительскую тару: стеклянные, металлические, полимерные или комбинированные баночки; металлические, полимерные или комбинированные пеналы; картонные или полимерные коробочки; полимерные или деревянные оправы для контурных карандашей и губных помад.

Форма, размеры и внешняя отделка потребительской тары и укупорочных средств должны соответствовать документу, по которому они изготовлены, утвержденному в установленном порядке. Допускаются другие виды потребительской тары для продукции декоративной косметики.

Упаковка продукции декоративной косметики должна обеспечивать безопасность для потребителя, сохранность качества продукции при транспортировании, хранении и эксплуатации.

Продукцию декоративной косметики при необходимости комплектуют вспомогательными средствами: кисточками, щеточками, аппликаторами, спонжами и др.

Потребительскую тару с продукцией декоративной косметики заполняют в соответствии с массой или объемом, установленными в документах на конкретный вид продукции.

Допускаемое отрицательное отклонение по массе или объему должно соответствовать ГОСТ 8.579-2002 [3, с. 2].

Продукцию декоративной косметики, упакованную в потребительскую тару, выпускают в футлярах или без футляров, а также на открытках или в виде наборов.

Потребительская тара и упаковочные средства должны быть изготовлены из материалов, разрешенных для контакта с пищевыми продуктами и парфюмерно-косметической продукцией в установленном порядке.

Упаковывание в транспортную тару - по ГОСТ 28303-89 [2, с. 3].

Требования безопасности:

по токсикологическим показателям безопасности продукцию декоративной косметики относят к 4 классу опасности (вещества малоопасные) в соответствии с ГОСТ 12.1.007-76 [4, с. 2].

Продукция декоративной косметики не должна оказывать общетоксического, кожно-раздражающего и сенсibiliзирующего действия.

Показатели безопасности продукции декоративной косметики не должны превышать норм, установленных и/или нормативными правовыми актами, действующими на территории государства, принявшего стандарт.

Перечень веществ, запрещенных к использованию в производстве продукции декоративной косметики, указан в и/или нормативных правовых актах, действующих на территории государства, принявшего стандарт.

Продукция декоративной косметики - пожароопасна.

Общие требования по обеспечению пожарной безопасности должны соответствовать ГОСТ 12.1.004-91 [5, с. 3].

Как правило, все фирмы выпускают помаду восьми основных тонов: ярко-алый, ярко-красный, коричневый, фуксия, светло-розовый. В случае окрашивания помады красящими лаками, помада оставляет блестящий легко стирающийся след. В случае окрашивания спирторастворимым красителем получается матовый, постепенно стирающийся след, сохраняется в течение более продолжительного времени, чем в предыдущем случае. Присутствующий спирт

может вызвать сухость губ. Перламутровый оттенок помаде придают специальное добавление жемчужного пата (из чешуи рыб) [15, с. 33].

## **ГЛАВА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА АССОРТИМЕНТА И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ГУБНЫХ ПОМАД РЕАЛИЗУЕМЫХ НА ПРИМЕРЕ СЕТИ МАГАЗИНОВ Л'ЭТУАЛЬ**

### **2.1 Характеристика ассортимента губных помад реализуемых на примере сети магазинов Л'Этуаль**

В качестве примера был выбран магазин Л'Этуаль, реализующий продажу парфюмерно-косметических товаров.

Магазины расположены по адресу ул. Октябрьской Революции, 12, проспект Гагарина, 1 и Ново-Московская ул., 2/8.

График работы торгового предприятия: 09:00 – 21:00, без перерыва и выходных.

Предметом и основным видом деятельности являются: услуги по купле-продаже в розничной торговле парфюмерно-косметических товаров.

Численность персонала предприятия составляет 3 человека:

1. Директор.
2. Продавец-консультант.
3. Тех. персонал.

Каждый сотрудник магазина осуществляет установленные функции в соответствии с его должностными обязанностями. Директор магазина следит за работой всего персонала, и занимается обеспечением достаточного количества и широкого ассортимента товаров. Работа заключается в поиске поставщиков и обеспечении получение прибыли [18, с. 14].

На местах продаж работает продавец-консультант. В обязанности продавца входят выполнение следующих обязанностей: 1) осуществление связей с поставщиками и потребителями продукции; 2) учет поступления и реализации товарно-материальных ценностей; 3) контроль над правилами хранения и сроками реализации товаров. Продавцы данного торгового предприятия осуществляют

подготовку рабочего места и товаров к реализации, проводят отпуск товара, расчет с покупателями.

Магазин имеет оборудование и инвентарь, необходимый для качественного выполнения всех технологических операций на предприятии [20, с. 17].

По функциональному назначению все торговое помещение магазина можно разделить на следующие группы:

- 1) торговое;
- 2) технологическое – складское;
- 3) техническое (бытовое).

Торговый зал магазина разделен на следующие отделы:

- кассовая зона;
- парфюмерный отдел;
- отдел декоративной косметики;
- отдел аксессуаров.

К техническому помещению относят:

1. Подсобные помещения для работников, которые включают в себя:
  - обеденную зону, где имеется холодильник, микроволновая печь;
  - обеденный стол и необходимая посуда.
2. Гардероб – помещение для хранения одежды, где имеется шкаф и вешалки.
3. Санузел.

Для демонстрации и хранения товаров в торговом зале имеется специальное оборудование – стеллажи и витрины, полностью сделанные из специального стекла и с задней стенкой, являющейся зеркальной.

Рабочее место продавца оснащено необходимой техникой:

- стол для работы;
- компьютерный стул;
- кассовый аппарат;
- орг. техника.

Таким образом, магазин обеспечен необходимой торговой площадью, основными помещениями необходимыми для оптимизации товародвижения



покупательских потоков, а также оборудованием необходимым для выполнения всех технологических операций. Такая оснащенность предприятия направлена на удовлетворение потребностей покупателей, благодаря комфортному осуществлению покупок, и на создание оптимальных условий труда работников магазина [17, с. 9].

На работников розничных торговых предприятий возлагается материальная ответственность, иными словами обязанность возместить имущественный ущерб, причиненный предприятию по их вине. В соответствии с трудовым договором и договором о материальной ответственности, продавцы данного торгового предприятия несут материальную ответственность за сохранность переданных им для реализации материальных ценностей, то есть принимают на себя полную материальную ответственность за обеспечение сохранности вверенных ему ценностей, и обязуются:

- 1) бережно относиться к переданным ему ценностям, и принимать меры к предотвращению ущерба; своевременно сообщать руководителю обо всех обстоятельствах, угрожающих обеспечению сохранности вверенных ему материальных ценностей;

- 2) вести учет и отчетность в установленном порядке.

Необходимо отметить, что рассматриваемое торговое предприятие производит оптовые закупки у фирм – производителей, это позволяет приобретать товар по сниженным (оптовым) ценам и как следствие, реализовывать данный товар с минимальными накрутками. Вся закупочная деятельность торгового магазина состоит из следующего комплекса действий:

- 1) выявление и изучение источников закупок товаров (фирм- производителей);
- 2) изучение спроса покупателей;
- 3) формирование и предоставление заказов поставщикам на производство и поставку товаров;
- 4) контроль над поставками [18, с. 5].

Решения о закупках той или иной партии товаров принимаются с учетом таких важных факторов, как цена на товар, его количество, качество, востребованность среди покупателей, процент получаемой в ходе реализации прибыли.

Необходимо отметить, что на рассматриваемом нами торговом предприятии очень хорошо отлажен процесс закупочной деятельности. Это в первую очередь позволяет оставаться предприятию конкурентоспособным и востребованным у потребителей, в связи с регулярно пополняющимся и обновляющимся ассортиментом товаров [7, с. 38].

Все товары, поступающие в магазин от поставщиков, проверяются работниками, на которых возложена ответственность за сохранность товаров. При приёмке проверяется соответствие количества, качества, ассортимента косметических товаров данным сопроводительных документов, состояние тары, упаковки, маркировка товаров и тары.

В первую очередь работником проверяется наличие следующих сопроводительных документов: накладной, в которой указаны наименование товара, количество, цена, общая сумма; счета-фактуры, в нём кроме перечисленных данных приведены торговые скидки и стоимость тары; транспортной накладной; упакованных ярлыков. Если товары поступили в магазин без сопроводительных документов, то на фактически поступившее их количеству составляют акт с указанием в нём отсутствующих документов, а поступившие товары принимают на ответственное хранение. В процессе приемки работники магазина выявляют качество и комплектность товаров, а также соответствие тары, упаковки и маркировки товаров установленным требованиям [12, с. 3].

Каждая партия должна сопровождаться документом о качестве, в котором указывается: наименование продукции, наименование предприятия изготовителя, дата изготовления, номер партии, обозначение нормативно-технической документации, результаты проведённых испытаний, подтверждающих нормативно-технический документ.

Необходимо отметить, что на внешний вид, значительное влияние оказывает правильное хранение.

В магазине «Л'Этуаль» косметические товары хранятся в сухом вентилируемом помещении на расстоянии не менее 1 метра от нагревательных

приборов, не подвергаясь воздействию влаги и прямых солнечных лучей. Температура хранения составляет 18 – 20 °С.

Косметические товары до подачи их в торговый зал проходят предпродажную подготовку, которая заключается в освобождении от транспортной тары, сортировке, проверке целостности упаковки и качества (по внешним признакам), наличие необходимой информации о товаре и его производителе. Инструкции по применению, правильности цен.

Наиболее ответственную часть торгово-технологического процесса в магазине составляют операции обслуживания покупателей, к которым относятся:

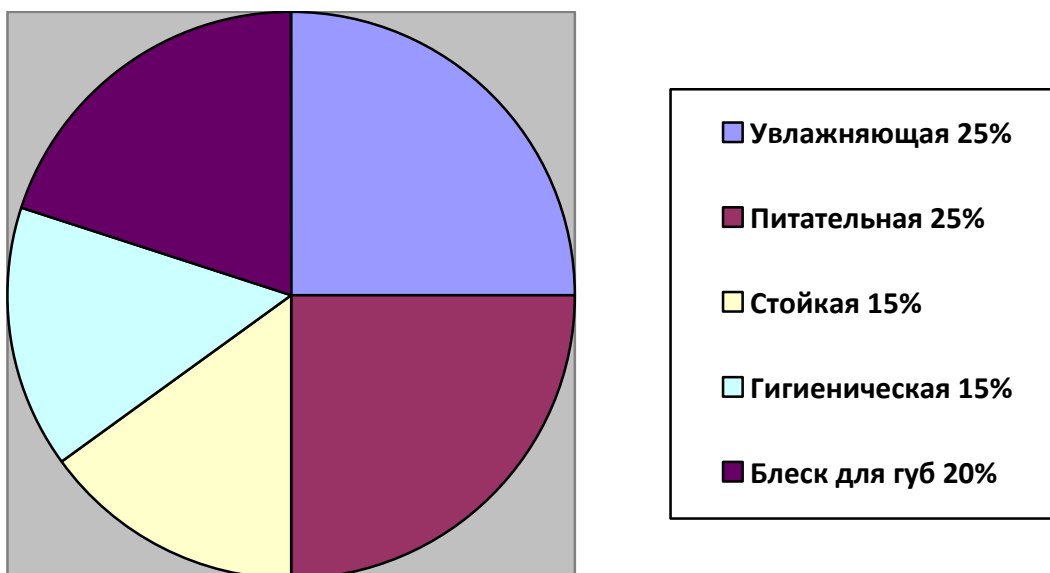
1. Встреча покупателя.
2. Предложение товаров.
3. Выбор товаров покупателями.
4. Расчет за выбранные товары.

В магазине созданы все условия для беспрепятственного ознакомления покупателя с предлагаемым ассортиментом товаров, для удобной подборки им товаров.

Сеть магазинов парфюмерии и косметики Л'Этуаль — открытое пространство, в окружении постоянно растущего количества брендов и представленных в широкой гамме товаров: парфюмерии, декоративной косметики, ухода за кожей, в дополнение к собственной торговой марке Л'Этуаль *sélection*.

Только здесь, в атмосфере абсолютной роскоши и комфорта можно прикоснуться к культовым творениям мировых брендов.

Магазин «Л'Этуаль» специализируется на продаже непродовольственных товаров. Пополнение товарных запасов осуществляется 2 раза в неделю. Это обеспечивает поддержку полного ассортимента. На сегодняшний день ассортимент губных помад магазина «Л'Этуаль» составляет 16 разнообразных марок. Структура ассортимента губных помад, реализуемых торговым предприятием «Л'Этуаль», в зависимости от состава представлена на рисунке 3.

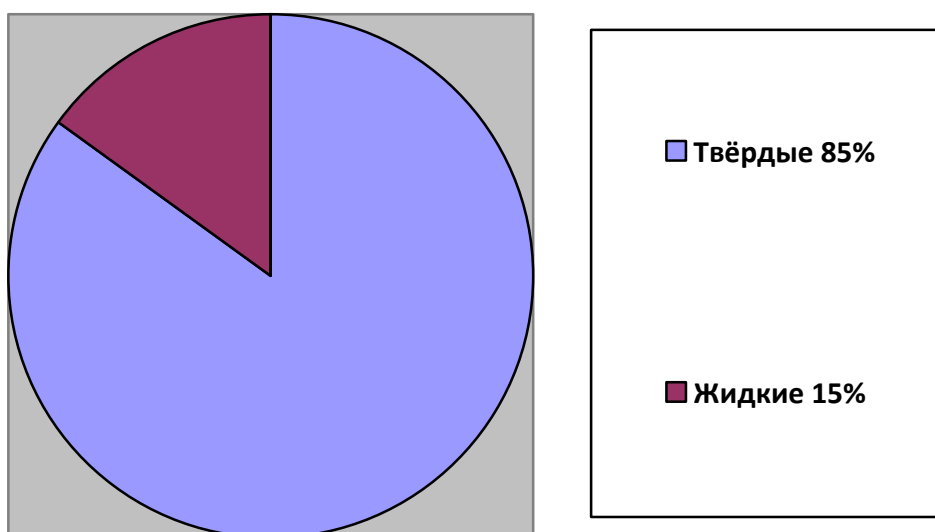


*Рис. 3. Структура представленного ассортимента губных помад, в зависимости от состава*

В зависимости от консистенции, реализуемые торговым предприятием «Л'Этуаль» губные помады, подразделяются на 2 группы:

- 1) твердые, занимают 85 % от общего реализуемого объема;
- 2) жидкие, составляют 15 % от общей доли реализуемой продукции.

Структура ассортимента согласно консистенции губных помад представлена на рисунке 4.



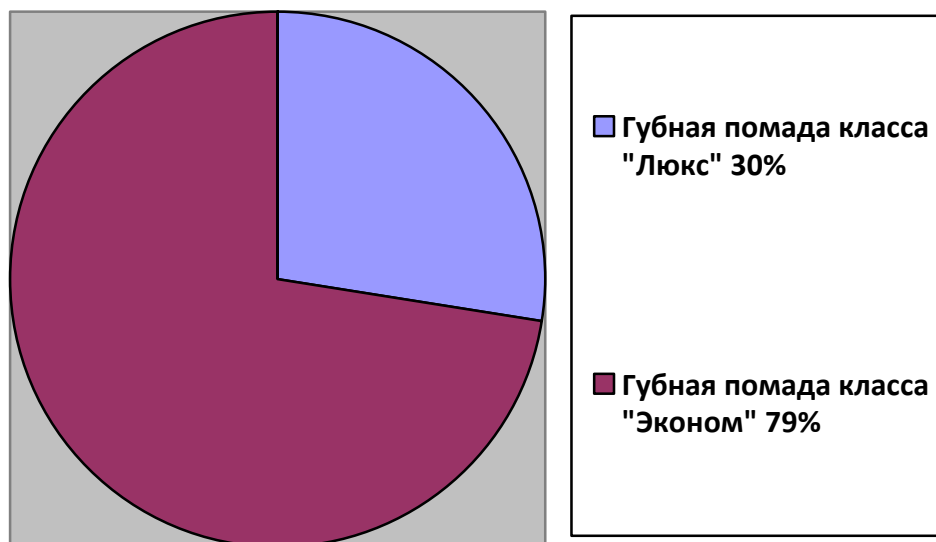
***Рис. 4. Структура ассортимента губных помад в зависимости от консистенции***

На рассматриваемом нами торговом предприятии закуп для реализации состоит из двух составных частей:

1. Закупка губных минимального количества марок. Как правило, в эту группу входит дорогостоящий товар, закупается небольшой партией, с целью полной реализации партии.

2. Закупка губных помад большого количества марок.

В данную группу входят марки, пользующиеся наибольшим спросом и успешно реализующиеся на потребительском рынке. Структура ассортимента губных помад в зависимости от стоимости товара представлена на рисунке 5.



***Рис. 5. Структура ассортимента губных помад в зависимости в зависимости от стоимости товара***

Рассмотрим широкий ассортимент продукции в магазине Л'Этуаль, который представлен ниже в таблицах 8, 9,10 и 11.

Таблица 8

### Ассортимент парфюмерии в Л'Этуаль

Парфюмерия	
Женская парфюмерия	Мужская парфюмерия
ADIDAS, ADIDAS ORIGINAL, BALENCIAGA, BLUMARINE, BRUNO BANANI, BURBERRY, BVLGARI, CACHAREL, CALVIN KLEIN, CAROLINA HERRERA, CHLOE, CLINIQUE, COACH, DIOR, DKNY, DOLCE&GABBANA, ESTEE LAUDER, GIORGIO ARMANI, GIVENCHY, GUCCI, GUERLAIN, GUESS, HUGO BOSS, JUSTESSENCE, KENZO, LACOSTE, LALIQUE, LANCOME, LANVIN, LIKE, LOEWE, LOVE INSIDE, MOSCHINO, MUGLER, NINA RICCI, PACO RABANNE, PRADA, ROCHAS, SHISEIDO, STELLA MC CARTNEY, TRUSSARDI, VERSACE, YVES SAINT LAURENT	ADIDAS, ADIDAS ORIGINAL, AZZARO, BRUNO BANANI, BURBERRY, BVLGARI, CALVIN KLEIN, CLINIQUE, COACH, DIOR, DOLCE&GABBANA, GIORGIO ARMANI, GIVENCHY, GUCCI, GUERLAIN, GUESS, HUGO BOSS, JOHN RICHMOND, KARL LAGERFELD, KENNETH COLE, KENZO, LACOSTE, LALIQUE, LANVIN, LOEWE, MONTBLANC, MOSCHINO, PRADA, VALENTINO, VERSACE, YVES SAINT LAURENT

Как можно заметить в сети магазинов «Л'Этуаль» большую часть ассортимента приходится на женскую парфюмерию в соотношении 60% женской, 30% мужской и 10% детской продукции.

Таблица 9

### Ассортимент средств макияжа в Л'Этуаль

Для лица	Для глаз	Для губ	Для Ногтей
Основа для макияжа, тональные средства, корректирующие средства, пудра, румяна, хайлайтеры, матирующие средства, BB&CC средства	Тушь, тени, контурные карандаши, подводка, основа для макияжа, для бровей	Блеск Помада Контурные карандаши Уход за губами	Лак, средства для снятия лака, уход за ногтями

Таблица 10

## Ассортимент средств по уходу за кожей в Л'Этуаль

Уход за лицом	Уход за телом	Персональный уход
Очищение Увлажнение Питание Антивозрастной уход Маски Сыворотки Кожа вокруг глаз Специальные средства (шея, декольте, губы) BB&CC средства Солнечная линия	Очищение Увлажнение Питание Антицеллюлитные средства Антивозрастной уход Средства ухода для рук Солнечная линия	Дезодоранты-антиперспиранты Для ванной и душа Солнечная линия Средства ухода для ног Депиляция Средства ухода за полостью рта Личная гигиена Аксессуары по уходу за телом

Таблица 11

## Ассортимент средств в Л'Этуаль

Уход за волосами	Аксессуары	Детям
Шампуни, кондиционеры и бальзамы, укладка и стайлинг, специальные средства, окрашивание, аксессуары для волос, профессиональная косметика для волос	Косметички, аксессуары для маникюра, аксессуары для педикюра, аксессуары для макияжа, кейсы для хранения средств макияжа, модные аксессуары, украшения, колготки	Парфюмерия для детей, для ванны и душа, макияж для детей, уход за кожей для детей

### 2.2 Организация и порядка проведения экспертизы качества губных помад

Производство качественной губной помады требует немалых затрат для производителя. Соответственно для потребителей такие помады не могут стоить дешево. Стремясь сократить расходы, производители изменяют рецептуру и технологические процессы производства губной помады. В связи с этим возникает необходимость оценки качества выпускаемых губных помад, для чего и проводят товароведную оценку качества по органолептическим и физико-химическими показателям. В связи с этим целью эксперимента является товароведная оценка декоративной косметики на жировосковой основе, на примере губных помад, реализуемых в торговом предприятии «Л'Этуаль».

Для достижения данной цели, были поставлены следующие задачи:

- изучить основные показатели качества выбранного объекта;
- провести исследование с целью установления органолептических и физико-химических характеристик губных помад;
- проанализировать результаты эксперимента;
- сделать заключительную оценку о проведенных исследованиях.

На выбор объектов исследования повлияла ценовая категория, потребительские предпочтения, а так же наличие многообразия разных производителей. Важно то, что бы губная помада не только украшала, но и ухаживала за губами, а главное была безопасной.

Для исследования качества образцов губных помад были выбраны органолептический и физико-химический методы. С помощью органолептического метода оценивается: внешний вид, запах, цвет и кроющая способность. С помощью физико-химического определяется кислотное и карбонильное числа, и водородный показатель.

Анализ органолептических показателей качества губной помады

Органолептический метод - определение значений показателей качества товаров, которые выявляются и оцениваются с помощью органов чувств.

«Плюсы» этого метода:

Быстрое и простое получение информации.

«Минусы»:

Субъективизм оценки, относительное выражение её результатов в безразмерных величинах, несопоставимость результатов.

Для проведения исследования были выбраны 2 образца губных помад разных производителей, реализуемых в торговом предприятии «Л'Этуаль».

Характеристика исследуемых образцов губных помад представлена в таблице 12, приложение Б.

Для анализа были взяты следующие образцы:



- Образец №1- помада KYLIE – Velvet Liquid Listick. Производитель: BY KING KYLIE, LLC – WOODLAND HILLS, CA 91364 KYLIECOSMETICS.COM. MADE IN USA.

- Образец №2 – помада RUBY ROSE. Производитель: 422022, Россия, республика Татарстан.

Таблица 12

### Характеристика исследуемых образцов

Показатели по стандарту	Образец №1	Образец №2
Наименование	Обозначение	Обозначение
Внешний вид и консистенция	Поверхность гладкая, однородная, равномерно окрашенная	Поверхность гладкая, однородная, без капелек и подтёков, равномерно окрашенная
Запах	Запах сладкий, карамельный	Свойственный запаху помады данного наименования
Цвет	Свойственный цвету помады. В соответствии с упаковкой, маркировкой	Розовый, с блёстками
Кроющая способность	Покрытие ровное, однородное	Покрытие не ровное, с полосами
Маркировка	В соответствии с ГОСТ 32117-2013 на маркировке представлено – название ПКП, наименование ПКП, назначение ПКП, Наименование, место нахождения (юридический адрес, включая страну) изготовителя, товарный знак (марка, торговая марка, торговый знак) (при наличии), масса, объем, количество, состав продукции, цвет, условия хранения, срок годности, информация об оценке (подтверждении) соответствия, особые меры предосторожности при применении продукции	В соответствии с ГОСТ 32117-2013 на маркировке представлено - название ПКП, наименование ПКП, назначение ПКП, Наименование, место нахождения (юридический адрес, включая страну) изготовителя, товарный знак (марка, торговая марка, торговый знак) (при наличии), масса, объем, количество, состав продукции, цвет

Образец№1: полностью соответствует стандартам;

Образец№2: не соответствует стандартам;

При проведении органолептического анализа показателей качества, было рассмотрено два образца.

Рассмотрев и сравнив все образцы, по органолептическим показателям качества, один образец не соответствуют показателям качества, по кроющей способности, это образец под номером 2.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выполнив данную работу, мы проанализировали состояние рынка губных помад и перспективы их развития, изучили классификацию губных помад в соответствии с ОКПД2 и ТНВЭД ЕАЭС и проанализировали ассортимент губных помад на примере сети магазинов «Л'Этуаль».

На сегодняшний день рынок губных помад является перспективным и стабильно развивающимся. Широкий ассортимент губных помад очень разнообразен. Она бывает увлажняющей, питательной, стойкой, гигиенической, для создания блеска. По количеству оттенков с ней не сравнится ни одно косметическое средство. Губная помада способна не только придать губам желаемые очертание и выразительность, но и так же питать и ухаживать их. Современная помада, в отличие от предшественниц, не только не вредна, но наоборот - полезна для губ. Однако, для того, чтобы действительно совместить красоту и уход за губами, следует тщательно подходить к выбору и использованию этого косметического средства.

С быстрорастущим развитием производства губных помад, все чаще стала встречаться фальсификация этой продукции. Важную роль играет сырье и технология производства. Многие производители, дабы сократить расходы используют некачественное сырье, и это влияет на окончательную характеристику губных помад.

При покупке помады нужно обращать внимание не только на цвет и запах, но и на ее состав. Ведь некоторые компоненты могут не только вызвать зуд, покраснение, жжение и аллергию, но и плохо сказаться на общем самочувствии.

На рассматриваемом нами торговом предприятии «Л'Этуаль» можно сделать вывод, что формирование ассортимента губных помад происходит на основании потребительского спроса. И по результатам анализа качества губных помад торговому предприятию можно предложить:

- 1) По органолептическим и физико-химическим показателям не все исследуемые нами образцы соответствовали требованиям, следовательно, нужно

более тщательно проводить товароведную оценку качества губных помад, перед реализацией продукции в торговом предприятии;

2) Оптимизировать ассортимент с учетом размера торгового предприятия и предпочтений покупателей.

Рассмотрев рынок и тенденции губных помад, можно сделать вывод, что из косметических средств, этот товар из тех, который всегда будет пользоваться спросом у прекрасного пола. Именно поэтому рынок губных помад находится в непрерывном движении. Многообразие видов продукции и широкая ценовая политика делают этот товар доступным для всех слоев населения.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ГОСТ 31649-2012 «Продукция декоративной косметики на жировосковой основе. Общие технические условия».
2. ГОСТ 28303-89 «Изделия парфюмерно-косметические. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение».
3. ГОСТ 8.579-2002 «Государственная система обеспечения единства измерений (ГСИ). Требования к количеству фасованных товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте».
4. ГОСТ 12.1.007-76 « Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Вредные вещества. Классификация и общие требования безопасности».
5. «ГОСТ 12.1.004-91 Система стандартов безопасности труда (ССБТ). Пожарная безопасность. Общие требования».
6. ГОСТ 31697-2012 «Продукция декоративной косметики на эмульсионной основе. Общие технические условия».
7. Алексеев Н.С. Теоретические основы товароведения/ Н.С. Алексеев, Ш.К. Гонцов, Г.И. Кузин. – М.: Издательство «Экономика», 2017. – 295 с.
8. Артемов А. С. Товароведение, экспертиза и стандартизация: консультационный курс / А С Артемов. – М.: Издательство МИЭП, 2017. – 27 с.
9. Бирюкова В.В. Товароведение непродовольственных товаров. Учеб. пособие/ В. В. Бирюкова, Н. В. Шевченко, А. И. Чумаков. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2018. – 64 с.
10. Богатырев В.С. Технология хранения и транспортирования товаров/ В.С. Богатырев. – М.: Дашков и Ко, 2018, – 86 с.
11. Васильева Н.О. Фальсификация и идентификация непродовольственных товаров/ Н. О. Васильева, Н. Г. Плотникова. – Красноярск, 2016.-84 с.
12. Вилкова С.А. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров/ Вилкова, С.А. – Омск: Издательский дом «Деловая литература», 2018. – 286 с.

13. Вилкова С. А. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров/ С. А. Вилкова, О. А. Голубенко, Н. В. Еремеева. – М.: Издательство «Дашков и К», 2016. – 201 с.
14. Войчак А.В. Товароведение сырья и материалов/ А.В Войчак. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2017. – 279 с.
15. Каспаров П.А. Основы производства парфюмерии и косметики/ П.А Каспаров. – М.: Издательство «Дашков и К», 2016. – 146 с.
16. Грибанова И. В. Товароведение непродовольственных товаров/ И. В. Грибанова. – М.: Издательство «Высшая школа», 2017. – 191 с.
17. Евдохова Л. Н. Товарная экспертиза/ Л. Н. Евдохова, С. Л. Масанский. – Минск: Издательство «Высшая школа», 2018. – 289 с. 65
18. Ердакова В.П. Современные косметические товары: ассортимент, потребительские свойства, экспертиза качества/ В.П. Ердакова – Бийск: Изд-во Алт. гос. тех. ун-та, 2017. 164 с.
19. Золотова С.В. Справочник по товароведению непродовольственных товаров/ С.В. Золотова. – М.: Академия, 2016. – 240 с.
20. Зубкова И.Н. Организация торговли непродовольственными товарами: Учебное пособие/ И. Н. Зубкова. – М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2016. – 34 с.
21. Козюлина, Н.С. Товароведение непродовольственных товаров учеб.пособие / Н.С. Козюлина. – М.: Дашков и К°, 2017. –166с.
22. Лифиц И. М. Исследование непродовольственных товаров: учебное пособие для студентов вузов/ И. М. Лифиц, Е. Д. Леженин, А. И. Меркулов. – М.: Издательство «Экономика», 2017. – 237 с.
23. Мельниченко Т.А. Товароведение парфюмерно-косметических товаров/ Т.А. Мельниченко. – Ростов на/Д. «Феникс», 2018. – 288 с.
24. Моисеенко, Н. С. Товароведение непродовольственных товаров/ Н. С. Моисеенко. – Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2018. – 336 с.
25. Николаева М.А. Товарная экспертиза: Учебное пособие/ – М.: Издательский дом «Деловая литература», 2017. – 320 с.

## **Приложения**

**Технические требования**

Наименование показателя	Характеристика и норма				
	Помада губная и контурный карандаш для губ	Блеск и бальзам для губ	Тени для век, румяна, пудра, маскирующий карандаш, грим театральный	Контурный карандаш для век и бровей	Твердая тушь для ресниц
Внешний вид	Поверхность гладкая, однородная, равномерно окрашенная или неокрашенная				Твердая однородная масса или пластинка без трещин и сколов
Цвет	Свойственный цвету (названию) или тону (номеру) конкретной продукции				
Запах	Свойственный запаху конкретной продукции				
Кроющая способность	Покрытие ровное, однородное				Покрытие однородное без крошек
Кислотное число, мг КОН/г, не более	15	15	15	-	-
Карбонильное число, мг КОН/г, не более	8	8	-	-	-
Водородный показатель, рН	-	-	-	6,0-8,0	7,0-10,0
Температура каплепадения, °С, не ниже	55	40	40	-	-



**Характеристика исследуемых образцов**

Показатели по стандарту	Образец №1	Образец №2
Наименование	Обозначение	Обозначение
Внешний вид и консистенция	Поверхность гладкая, однородная, равномерно окрашенная	Поверхность гладкая, однородная, без капелек и подтёков, равномерно окрашенная
Запах	Запах сладкий, карамельный	Свойственный запаху помады данного наименования
Цвет	Свойственный цвету помады. В соответствии с упаковкой, маркировкой	Розовый, с блёстками
Кроющая способность	Покрытие ровное, однородное	Покрытие не ровное, с полосами
Маркировка	В соответствии с ГОСТ 32117-2013 на маркировке представлено – название ПКП, наименование ПКП, назначение ПКП, Наименование, место нахождения (юридический адрес, включая страну) изготовителя, товарный знак (марка, торговая марка, торговый знак) (при наличии), масса, объем, количество, состав продукции, цвет, условия хранения, срок годности, информация об оценке (подтверждении) соответствия, особые меры предосторожности при применении продукции	В соответствии с ГОСТ 32117-2013 на маркировке представлено - название ПКП, наименование ПКП, назначение ПКП, Наименование, место нахождения (юридический адрес, включая страну) изготовителя, товарный знак (марка, торговая марка, торговый знак) (при наличии), масса, объем, количество, состав продукции, цвет