

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
(Смоленский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова)

Кафедра Экономики и торгового дела

Курсовая работа

по дисциплине Товароведение и экспертиза непродовольственных
товаров в таможенном деле

на тему Товароведная характеристика, ассортимент и экспертиза
качества тональных кремов

Выполнила студентка 2 курса
ТД163 группы очной формы обучения
Кашева Елизавета Артуровна семестр 2
(Ф.И.О. полностью)

Кашева

(подпись)

Руководитель: *С.Г. Мишадоминь КС.* -х.и.
(должность, учёная степень)

Томелин Г.А.

(Ф.И.О.)

Отметка о допуске (недопуске) к защите

к защите

« 15 » 11 2018 г.

Томелин
(Подпись руководителя)

Рег. номер *22 от 25.10.18*

(Дата)

*Содержание
по теме
кремов
объем по вопросам
45 7 7 5
в 4 вопросах*

г. Смоленск
2018 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	2
Глава 1. Анализ рынка, классификация и ассортимент тональных кремов	5
1.1 Состояние и перспективы развития современного рынка тональных кремов.....	5
1.2 Классификация и характеристика ассортимента тонального крема в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС.....	12
Глава 2. Характеристика ассортимента и экспертиза качества тонального крема на примере торгового предприятия «Л'Этуаль»	19
2.1 Характеристика ассортимента тонального крема на примере торгового предприятия «Л'Этуаль».....	19
2.2 Организация и порядок проведение экспертизы качества тонального крема.....	22
Заключение	36
Список использованных источников	38
Приложение	41

ВВЕДЕНИЕ

Декоративная косметика — это в первую очередь способность украшать собственный внешний вид и скрывать недостатки лица. Зарождение косметических средств произошло достаточно давно. Даже до возникновения одежды в глубокие древние времена человек наносил на свое лицо глину либо сырую землю, затем начал раскрашивать его в различные тона. На сегодняшний день декоративная косметика — это привилегия девушек, несмотря на то, что пользуются макияжем и мужчины.

Косметические средства - это средства по уходу за кожей и волосами, используется с целью усовершенствования внешнего вида человека, а кроме того для придания свежести и красоты лицу и телу.

Косметические средства, на сегодняшний день, являются весьма важными в жизни любого современного человека. Ни одна девушка и дня не проживет без использования какого-либо косметического средства.

Косметика не только скрывает недостатки, но и дарит уверенность. Покупатели становятся наиболее опытным при подборе товаров повседневного спроса.

В данный момент в РФ более 120 фирм занимаются созданием косметических товаров. Однако, большое количество косметических товаров ввозится в РФ из иных государств. Вытеснение рынка местных косметических средств иностранными,

обусловлено такими недостатками, как скудность информационной этикетки, «тусклостью» дизайна и самое главное низким качеством.

Насыщение российского рынка импортными товарами вынудило отечественных изготовителей повысить конкурентоспособность своей продукции. Новые научно-исследовательские мероприятия, освоение передовых технологий, художественное оформление, рекламные мероприятия современный подход к товарной информации и другие исследования способствовали возрождению отечественной косметической промышленности, повышению спроса на российские товары.

Но не все с восхищением относятся к косметическим средствам. Некоторая часть людей считает использование косметики равносильно тому, что портить кожу и ее внешний вид. Косметика – основополагающий фактор старения. Но так считают только люди «старых нравов». В настоящее время производители для производства своих средств используют последние, новейшие технологии, пользуются только натуральным сырьем и полагаются на последние достижения в красоте и здоровье.

Данная тема курсовой работы является актуальной, так как в последние десятилетия потребление косметических товаров, а в частности тонального крема во всех странах, а также в нашей стране весьма увеличилось. В настоящий момент косметический рынок заполнен российскими и зарубежными средствами.

Объектом исследования является тональный крем и его качество.

Предметом выступает изучение классификации, ассортимента и экспертизы тональных кремов.

Целью данной работы является выявить особенности товароведческой характеристики и экспертизы качества тонального крема в таможенном деле.

Для решения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать состояние и перспективы развития современного рынка декоративных товаров, в том числе рынка тонального крема;

- представить классификацию и характеристику ассортимента тонального крема в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС;

- проанализировать характеристику ассортимента тонального крема на примере торгового предприятия «Л'Этуаль» ;

- рассмотреть порядок проведения экспертизы качества декоративной косметики на примере тонального крема.

Для раскрытия тему курсовой работы были использованы такие методы исследования, как:

- анализ и изучение учебной литературы;

- обобщение и оценка статистических данных тонального крема;

- проведения комплексного анализа тонального крема, регулирующая спрос и предложения на данный продукт.

При написании данной курсовой работы были использованы интернет источники и труды таких авторов, как С.А Вилкова, А.Ф. Шепелева, Т.А. Мельниченко, М.А. Николаева, В.А. Титова, Л.А. Яковлева и другие.

Структура курсовой работы состоит из введения, двух глав, в которых, отражены все поставленные задачи, заключения, списка литературы и приложений.

ГЛАВА 1. АНАЛИЗ РЫНКА, КЛАССИФИКАЦИЯ И АССОРТИМЕНТ ТОНАЛЬНЫХ КРЕМОВ

1.1 Состояние и перспективы развития современного рынка тональных кремов

Франция-первая страна в которой зародилось производство косметических средств. Началось это в конце 17 столетия. После, с постепенным развитием развитие косметики, ее производство подхватила Италия, Англия,а затем и многие другие государства. в середине 18 века парфюмерно-косметическая продукция достигла и РФ

Крупнейшие компании по производству парфюмерно-косметической продукции были основаны в 60-х годах 20 века в Риге, Симферополе, Казани, Краснодаре и Свердловске.

Уже к 1974 году в СССР функционировали 24 компании по производству косметических средств, при том с очень сильным уровнем концентрации веществ.

Лидирующую позицию в 70-е годы 20 столетия из косметических средств занимали средства по уходу за полостью рта и составляли 46,6% изготавливаемых продуктов. Оставшуюся часть занимали средства для тела и лица (в ассортименте).

После распада Советского Союза парфюмерно-косметическая индустрия РФ прибыла в упадок, потребление ее продукции стремительно снизилось.

Был закрыт «Союзпарфюмерпром» — объединение, соединявшее фирмы по изготовлению парфюмерно-косметической продукции. Из компаний в РФ 5 компаний: «Аромат», Ленинградский завод ароматики, «Новая Заря», «Северное сияние», «Сувенир».

На сегодняшний день в главную тройку фирм, которых в качестве соперников компании, ступают: «Калина», «Невская » и «Свобода». Из прежних отечественных лидирующие позиции по размерам изготовления «Гармония Плюс», «Заря», «Весна», и «Фабрика Грим». Значительную роль рынке в настоящее время играют компании, созданные в начале и середине 90-х гг.: «ГринМама», «Интергрим», «Низар», «Мирра-М», «Мэзопласт», «Скена», «Золотой цветок» и «Апрель».

Однако с половины 90-х годов 20 столетия обозначилось повышение спроса, возникла приватизация и, как результат, возобновление внутреннего изготовления и увеличение импорта. Возникли относительно большие отечественные, заграничные и смешанные фирмы, приступившие к

организации производства, но главным образом к поставкам в РФ парфюмерии и косметики наиболее распространенных иностранных компаний [14, с. 289].

Основное производство российских средств по уходу в большей степени было сосредоточено в Москве и составляло 66%, а 25% пришлось на остаток регионов. Из-за кризиса в 1998 году произошел большой упадок как внутреннего производства, так и импорта всех средств. Еще одним последствием стало сокращение некоторых фирм с рынка продаж.

До 1998 года общий объем рынка косметических средств составлял около 3 млрд. долларов, но по итогу кризиса он уменьшился в несколько раз.

В этом, как оказалось, был свой плюс: лидерские позиции заняли отечественные фирмы и производители.

Резкий упадок оборота таких компаний как Loreal, Procter&Gamble, Beiersdorf, которые считаются лидерами мировой красоты, произошел в 1998 году.

Итогом всего произошедшего стало кардинальное импортозамещение средств, цена которых была не выше средней. Лозунг «хорошей может быть только импортная косметика» был разрушен отечественными

производителями. Статистические данные показывают, что объем рынка косметических средств в общей сумме колеблется между \$15–18 млрд., но данный оборот будет реализован в 2019–2020 гг.

В 2017 году вывоз отечественных тональных средств снизился в 23% по сопоставлению с 2014 годом вплоть до объёма в \$397,9 миллионов долл. США. Негативный остаток торгового равновесия составляло в 2017 году \$2,1 миллиардов долл. США. В 2015 году общероссийский экспорт тональных средств составил 0,45% от мирового, то что разрешило Российской Федерации завоевать 33 место в рейтинге государств-экспортеров декоративных косметических средств.

Крупными экспортерами, употребляющими более 71% всего отечественного продукта группы 33 ТН ВЭД, а это эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические и туалетные средства, в 2017 году, стали Украина, Республика Беларусь, Казахстан, Польша, Узбекистан. На часть 10 основных импортеров приходится больше 82% всего экспорта парфюмерных, косметических либо туалетных средств.

По результатам 2017 года, максимальный рост импорта отечественных тональных косметических средств по сопоставлению с 2015 годом был зафиксирован во Франции (+54%). Максимальный спад объема поставок прослеживался в Литве (-55%).

Российская Федерация остается большим импортером, декоративных косметических средств, когда как объем вывоза в 6 раз меньше размеров ввоза (Приложение А).

По статистическим данным лидерами по обороту косметических средств на сегодняшний день являются: Франция, США, Германия и

Ирландия. Данные страны не просто так возглавляют рейтинг. Все дело в том, что производители этих стран при создании своих косметических средств используют исключительно природное сырье. Как известно, страны-лидеры богаты как наземными, так и морскими ресурсами. Но не только это фактор повлиял на результат. Вот уже несколько веков совершенствуются технологии производства. С каждым годом они становятся все лучше. Не удивительно становится то, что французская косметика одна из самых дорогих, но в данном случае цена соответствует качеству.

Первое место на рынке косметики отдается российскому сегменту, из статистики следует: 73,3% занимает косметика, оставшуюся часть - духи и туалетные воды.

По итогам 2015 года первое место в списке производимых косметических средств получили тональные крема и основы. Они составили 20% реализации всего рынка. Вторую строчку в этой структуре, в отношении 17 процентов, получили средства по уходу за полостью рта. Средства по уходу за телом и кожей составили всего 15%. Такие средства, как солнцезащитные составили всего 1% производства и потребления.

Страной-лидером по потреблению косметики является Германия и составляет 17,1%. Следом за ней идут: Франция – 15,1%, Великобритания – 14%, Италия – 12,7% и Испания- 11,2%. Замыкающие страны – это страны ЕС (Эстония и Латвия).

Малую часть (около 5%) косметических средств российские производители создают и продают на договорной основе.

Фирмы и компании, реализующие свою продукцию на контрактной основе: предприятие, местоположение которого сосредоточено в подмосковье (Подольск), «Гамма Косметик» является одним из подразделений огромного холдинга «Единая Европа». Производство данной компании основано на реализации определенных косметических средств для других фирм, таких как «Маленькая Фея» (производство детских косметических средств), «Черный Жемчуг» (крема для любой возрастной категории) и тд.

Прямые продажи очень развиты в настоящий период. такие компании как «Oriflame», «Avon» и «Mary Key» занимают главенствующие позиции. Данные компании реализуют свою продукцию за счет сайтов и каталогов, по которым потребитель может сделать заказ. Данная продукция имеет место быть и на рынках. Такого рода фирмы выполняют оборот, который составляет 45% рынка. В их секторы представлены товары разных категорий от парфюмерно-косметических до декоративных.

Кроме того имеются средства, реализуемые в аптеках («drugstore»). Они занимают главенствующую позицию на рынке и даже опережают его. Как правило это средства, созданные на натуральных основах, именно поэтому спрос всегда велик

Ведущую роль в тональных средствах занимают фирмы из Франции (26,7%). Они же имеют ведущее положение на рынке лаков для волос (34,8%), средств для чистки зубов (39,5%), для бритья (19,5%) и дезодорантов (19,0%), а также туалетного мыла (13,0%).

Второе место отдано польским компаниям-экспортерам на нашем рынке, где тональные крема и основы заняли 16,1%, шампуни 16,1%. Все виды других средств для волос заняли в общем 20,9%. Поляки занимают лидирующие позиции по экспорту пудры 7,7%. Что касается Дезодорантов, туалетного мыла и спектра других средств – 25%.

В средствах для бриться лидерами стали Английские фирмы. Они производят 40,5 % средств для бритья. Средства по уходу за волосами (лаки и гели) составляют 15,5%.

США-лидер по экспорту дезодорантов 17,8%, так же по маникюру и педикюру 20,1%. У других стран доля производства данной продукции не превышает 5%.

Россия, как и другие страны СНГ отличаются малочисленным экспортом косметических средств и не занимают ведущих позиций на мировом рынке. Экспорт настолько мал, что составляет около 11 процентов. А импорт в России занимает значительное место (80%).

Средства для макияжа и ухода за кожей занимают первое место по экспорту на страны Дальнего Востока и составляют две третьих всего экспорта. Следом идут туалетные и перфорированные воды: их доля составила одну треть. К ним так же относят дезодоранты.

Структура товарооборот РФ товаров из группы «Декоративная косметика (тональный крем)» в стоимостном выражении представлена на рисунке 1.



Источник: ФТС. Режим доступа : <http://customs.ru>. (дата обращения 10.06.2018).

Рис. 1. Динамика товарооборота декоративной косметической продукции(тональных кремов) в 2011-2016 гг., млн. руб.

Повышение изготовления и усовершенствование особенности парфюмерно-косметической продукции российского производства, а кроме того внезапное обесценивание рубля уже после экономического кризиса, сформировали подходящие требования с целью расширения экспорт.

По сведениям таможенной статистики, экспорт тональных средств Российской Федерации в 2017 году по сравнению с 2016 годом снизился на 16,2%, а только ПКП — на 1,7 раза. В 2017 году размер вывоза и вывоза декоративной косметики с территории Российской Федерации собрал 5,11 тысяч тонн на необходимую сумму \$16,7 миллионов либо меньше 5% с размера импорта.

Т а к и м о б р а з о м , м о ж н о с д е л а т ь в ы в о д , ч т о с о в р е м е н н ы й р ы н о к н е с т о и т н а м е с т е и с к а ж д ы м г о д о м п р о и з в о д с т в о п р о д у к ц и и т о н а л ь н ы х к р е м о в н а б и р а е т н о в ы е о б о р о т ы .

1.2 Классификация и характеристика ассортимента тонального крема в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС

Согласно классификатору ТН ВЭД ЕАЭС — «Косметика декоративная» тональный крем подразделяется:

3304990000 - прочие косметические средства или средства для макияжа и средства для ухода за кожей (кроме лекарственных), включая средства против загара или для загара; средства для маникюра или педикюр.

3304910000 - пудра (включая компактную).

Сравнение тонального крема в соответствии с ОКПД 2 и ТН ВЭД ЕАЭС можно наблюдать в таблице 1.

Таблица 1

**С р а в н е н и е т о н а л ь н о г о к р е м а в
с о о т в е т с т в и и с О К П Д 2 и Т Н В Э Д
Е А Э С ***

Код ТН ВЭД ЕАЭС		Код ОКПД 2	
3304	Косметические средства или средства для макияжа и средства для ухода за кожей (кроме лекарственных), включая средства против загара или для загара; средства для маникюра или педикюра:	20.42.15	Средства для ухода за кожей, макияжа или защитные средства для кожи (включая солнцезащитные и для загара), не включенные в другие группировки
3304100000	Средства для макияжа губ	20.42.15.110	Средства косметические для макияжа лица, не включенные в другие группировки
3304200000	Средства для макияжа глаз	20.42.15.120	Средства для очистки кожи лица (в том числе для удаления косметики и грима)
3304300000	Средства для маникюра или педикюра	20.42.15.130	Средства для ухода за кожей лица: лосьоны, кремы, специальные средства
3304990000	Прочие	20.42.15.140	Средства для ухода за кожей тела: лосьоны, кремы (в том числе детские)
3304910000	Пудра, включая компактную	20.42.15.150	Средства защитные для кожи (включая солнцезащитные и для

			загара), не включенные в другие группировки
		20.42.15.190	Средства косметические для ухода за кожей прочие, не включенные в другие группировки

* База данных: ТН ВЭД ЕАЭС. Режим доступа: <http://www.tks.ru> (дата обращения 15.06.2018)

Систематизация тонального крема так же выполняется Ассоциацией Независимых Экспертов. Главный офис данной Ассоциации располагается в Швейцарии. В соответствии с данной систематизацией выделяют:

1. Mass market - более массовый класс: к нему принадлежит вся многочисленная часть тональных кремов, которая специализирована с целью повседневного ухода, однако при этом она не может разрешить значительные трудности (в том случае, если данное написано в инструкции). Основной характерный критерий таких тональных кремов – стоимость и место реализации. В таком случае стоимость такой косметики средняя, а реализация происходит почти повсюду (от рынков и провинциальных магазинов вплоть до супермаркетов и больших московских универмагов).

Такие тональные крема не предоставляют продолжительного результата (уже после прекращения применения кожа становится хуже, чем до применения (итог старения)), от ее использования в некоторых случаях бывает аллергия, в многочисленных вариантах собственным составом вредна для здоровья[18, с. 48].

Продажа данного средства не останавливается за счет своей низкой цены, но не стоит забывать о последствиях. Часто средства такой низкой стоимости вызывают преждевременное старение, ухудшение эпидерма кожи и ее состояния.

2. Market – тональное среднего класса, уже более высокая ступень. Сущность состоит в том, что в косметике преобладают активные элементы и

составляют от 30% до 60%. Консерванты — бензоаты и парабены (с сырья, они химическим способом). Избежание привыкания рекомендовано использовать крема одной линии на 6 месяцев. В отличии от первой категории цена не сильно отличается, но последствия использования этих средств лучше. Не наблюдается изменений в виде ухудшения структуры, сухости, старения. Пользуется большим спросом.

3. Middle —это сравнительно продукт, направленный крупные объемы продаж. Наиболее значительный аспект уделяется рекламной базе. За счет этого растет спрос. Но, неотъемлемым плюсом данной группы является удобство.

Это высокие технологические процессы, содержание биологических действующих элементов в продукте 70 % - 80%. Сырьё экологически чистое, в отсутствии искусственных компонентов, в изготовлении применяются ИЭТ — интерактивные энзимные технологические процессы. Тональный крем не обладает качеством адаптации, и при прекращении пользования данным продуктом не происходит резкого эффекта старения.

Тональные крема данного класса: Christian Dior, Givenchy, Chanel, Clarins, Elizabeth Arden, Estee Lauder, Lancome, Helena Rubinstein, Guerlain, Nina Ricci, Versace, Clinique, Shiseido, Yves Saint Laurent, Sisley и другие.

4. Салонная косметика. Косметические ресурсы данного класса предусмотрены для профессионального применения в салонах красоты. Она как правило более эффективна и зачастую граничит с фармацевтикой.

Данные тональные средства функционируют буквально на глазах, но с такой же скоростью протекает противоположный эффект. Такого рода стремительный зрительный результат добивается с помощью присутствия в составе данной косметики тяжелых, высокоактивных фармакокомпонентов.

Косметика данной группы владеет результатом адаптации, т.е., при прекращении пользования кожа стремительно стареет и возникает большое число сопутствующих трудностей [11, с. 297].

Тональные средства данного класса: Decleor, Academie, Guam, Payot, Biotherm, Phytomer, Darphin, La Prairie.

Состав такого рода крема не токсичен и не опасен для кожи и организма; обладает биоактивными элементами, приобретенные с помощью значительных технологий, научных исследований в сфере нутрициологии (питание клетки). Продукт проходит, значительные медицинские проверки и разрешена для применения людьми с подобными заболеваниями такими, как псориаз, экзема и др.

Цена тонального крема ниже, чем стоимость косметических средств класса «Люкс», при этом результативность значительно выше. Достигается за счет того, что не применяется дорогостоящая упаковка. Вы заплатите только лишь за содержимое, а не за привлекательную баночку.

Косметические продукты придают привлекательный внешний вид и здоровое состояние кожи и по этой причине обладают огромной гигиеничной, эстетической и психологической ролью. Они чистят, увлажняют, питают, укрепляют, защищают от негативных условий природы, ликвидируют воспалительные процессы. Потребительские качества тонального крема с полной уверенностью можно поделить на следующие категории:

- функциональные - устанавливают результативность воздействия средства, более значимы для покупателя;

- эргономические - удовлетворяют физические и психологические потребности в согласовании с установленными характеристиками покупателей;

- надежность косметических продуктов связана в первую очередь с их сохраняемостью и обуславливается сроком годности;

- эстетические качества косметических продуктов призваны удовлетворять эстетические потребности лица;

- безопасность косметических товаров находится в зависимости от состава, свойства начальных компонентов, научно-технического процесса извлечения, условий сохранения и реализации, условия пользования.

Важнейшим фактором формирования высококачественного и безопасного тонального средства считается разработка состава. Тональные средства обладают многокомпонентным эффектом, единичные элементы могут взаимодействовать между собой по-разному так и на кожу, что должно быть учтено при разработке состава.

К таким тональным средствам принадлежат тональные крема, пенки, биокрем-пудры, рыхлые и компактные пудры, маскирующие карандаши и компактные тональные крема. В их состав входят: жир, влага (увлажняющие субстанции), пудры и пигменты. Об присутствии данных элементов возможно выяснить, прочитав состав тонального средства на упаковке, либо посоветоваться с продавцом [22, с. 368].

Об отличном качестве пудры свидетельствует тальк и коллоидальный каолин, содействующие мягкому и отличному нанесению тона на кожу. Данными особенностями обладает карбонат кальция и магния, которая к тому же хорошо покрывает кожу, выравнивает рельеф и делает пудру более легкой, рыхлой. Ненужными элементами, содержащимися в пудре, могут быть полисахариды и ланолин, указывающие о давних разработках изготовления тонального средства. Помимо этого, они могут вытягивать воду из кожи.

В структуре современных тональных средств входят особые волокна, производящие «эластичную сеточку», способность которой состоит в

допуске частичек воздуха к лицу и коже. Тональные крема обильны витаминами, элементами, которые имеют свойства подтягивания кожи, иначе говоря – лифтинг, и приведения клеток в тонус

Многочисленные тональные вещества включают особые ткани укрепляющие элемента, созданные для зрелой кожи. В них могут быть введены и элементы, оберегающие кожу от вредоносного влияния солнечного излучения.

Для того чтобы тональное средство не окислялось и не портилось при контакте с кислородом, в него добавляются антиокислительные добавки. Оно также должно соблюдать влияние ультрафиолетовых лучей, значительной либо невысокой температуры, по этой причине в составе тонального крема присутствуют сложные эфиры бензойной кислоты, аскорбиновая кислота, витамин Е, а кроме того консерванты и добавки, присутствующие при формировании бактерий в самом креме.

Основа каждого тонального крема - эмоленты - элемента, который придают коже мягкость и нежность. К ним принадлежат минеральное масло, воски, стеариновый спирт, касторовое масло, ланонлин, силиконы. От этих элементов зависит от равномерности нанесения макияжа и то, какое долгое время он продержится.

Весь процесс по изготовлению косметических средств не так уж прост. В состав почти каждого средства входит не менее 10 абсолютно разных компонентов, но кроме того они должны быть совместимы и правильно взаимодействовать друг с другом, без патологий.

В ходе косметического изготовления сырьевые материалы подвергают разным влияниям в зависимости от типа косметики: дробят, нагревают, расплавляют, фильтруют, эмульгируют, остужают, кристаллизуют и так далее. Все это зачастую сопровождается действиями, связанными с

переходом элементов с одной фазы в иную либо с образованием новейших товаров.

Технология изготовления тонального крема содержит комплекс действий, нацеленных на развитие главных потребительских качеств отделанного продукта, определенной рецептуры. Список и очередность научно-технических действий обуславливается консистенцией и видом неоднородной концепции косметических средств. Главную массу косметических средств производят в виде жидких консистенций: растворов и неоднородных (разнородных) концепций. Более распространены неоднородные концепции:

- суспензии;
- эмульсии;
- пены.

Производство тональных продуктов должно протекать в стерильных условиях, исключая проникновение патогенных микроорганизмов, плесневых грибков и тому подобное.

Таким образом, классификация тональных кремов разнообразна по различным критериям. Идентификация данных товаров согласно ТН ВЭД имеет важное значение таможенном деле при начислении таможенных платежей.

ГЛАВА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА АССОРТИМЕНТА И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ТОНАЛЬНОГО КРЕМА НА ПРИМЕРЕ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ «Л'ЭТУАЛЬ»

2.1 Характеристика ассортимента тонального крема на примере торгового предприятия «Л'Этуаль»

«Л'Этуаль» (фр. L'etoile - Звезда) — трейдерская сеть, состоящая из отдельных торговых центров, находящиеся в различных городах РФ. Одна из самых распространенных сетей, которая пользуется спросом у девушек и женщин. Главный товар — косметика и парфюмерия. Полки магазина заполнены множеством товаров, абсолютно для любой части тела.

Ассортимент показал, что из декоративной для лица в «Л'Этуаль» тональный крем, крем -пудру, румяна, базу-основу, «Л'Этуаль» реализует

декоративную для лица торговых марок: «Loreal», «Revlon», «Maybelline» и «Max».

Основная часть (тональный крем, крем-основа, крем-пудра) представлена кремообразной формой, пудра и румяна, где пудра имеет порошкообразную консистенцию, а румяна – твердую консистенцию.

Исследуемая продукция (корректор, который в пластмассовый пенал) в пластмассовые тубы вместимости (Приложение Б).

Масса декоративной косметики для лица является разной, что касается и цены продукта, зависящей от торговой марки и массы продукта [13, с. 298].

Исходя из таблицы можно сделать вывод, что максимальный удельный вес в структуре ассортимента косметических товаров фирмы занимает декоративная косметика – 60%.

Разнообразие ассортимента обуславливается числом компаний в его структуре. На практике широта обуславливается согласно единому числу типов, названий и иных единиц, имеющих отношение к гомогенным и неоднородным группам. Для формулировки широты рассчитывают коэффициент широты. Коэффициент широты – подход практического количества типов продукта, пребывающего в реализации к наибольшему количеству продуктов, предусмотренных ассортиментным списком.

Полнота ассортимента – умение набора товаров однородной категории исполнять одинаковые потребности. Коэффициент полноты – подход практического количества типы продукта, пребывающего в реализации к предельно потенциальному количеству продуктов, предусмотренных ассортиментным списком:

Более подробно показан перечень у декоративной косметики (тональные средства), а кроме того средств для ухода за кожей.

Также было проведено исследование тональных товаров, реализуемых «Л'Этуаль» в ценовом сегменте. Итоги исследования представлены в таблице 2.

Таблица 2

Анализ ассортимента косметических товаров, реализуемых ООО «Л'Этуаль» в ценовом сегменте на декабрь 2017 года*

Цена,руб.	Число наименований	Доля, %
До 90	182	25,5
400 - 500	456	63,7
600 - 1000	73	10,2
Свыше 1000	4	0,6
Итого	715	100

*Официальный сайт компании Л'Этуаль. Режим доступа: <https://www.letu.ru/home/> (дата обращения 12.06.2018).

Отталкиваясь от данных из таблицы можно сделать вывод, что большая часть продуктов, реализуемых фирмой пребывают в средней стоимости группы: 63,7% косметических средств стоят от 100 до 500 рублей, а 10,2% стоят от 500 до 1000 рублей за единицу продукции. Одна четвертая товаров прибывает в низкой ценовой группе (до 100 рублей). Часть продукции высшей стоимостной группы со стоимостью от 1000 рублей очень мала – 0,6%.

В итоге, можно сделать выводы, что в перечне косметических товаров, реализуемых «Л'Этуаль» у декоративной косметики (тональных средств) удельный вес больше.

По видовому признаку в «Л'Этуаль» реализуются: тональный крем, база-основа, корректор, румяна, пудра, крем-пудра.

Не каждый вид декоративной косметики пользуется спросом у покупателей. Среди женского пола лидирующую позицию в потреблении и

использовании занимают тональные крема. На их долю приходится 39,4% реализации. Причиной такого оборота являются универсальность и простота применения.

Такого рода косметический товар, как корректор, непонятен для многих потребителей, по этой причине он редко пользуется спросом – 3,5% реализации.

Главным критерием при выборе каких-либо средств для многих потребителей – реклама. Увидев популярную и яркую оборот, как правило, увеличивается. Не всегда реклама соответствует обещанному эффекту и качеству.

Из-за популярности и стабильной рекламы на телевидении потребители предпочитают покупать декоративную косметику для лица торговой марки «Maybelline» - самое высоко реализуемое средство, которое пользуется высоким спросом. Оно занимает самый большой процент среди остальных групп. Свой оборот делает благодаря рекламе, которая распространяет свойства данного средства.

Доля продуктов, таких как (крем, база, крем-пудра) крем, обладает кремообразной консистенции, база и румяна имеют порошковую консистенцию, а корректор – жидкую консистенцию.

Так главная доля декоративной косметики лица имеет консистенцию, соответственно у нее наиболее высокие процент реализации – 61,4% реализации.

Жидкая консистенция представлена корректором, поэтому ее меньше всего – 3,5% [16, с. 52].

В «Л'Этуаль» декоративная косметика лица реализуется в видах упаковки – пенал или туба.

Кроме качества средства многие уделяют большое внимание внешнему виду, а именно удобностью использования. Именно поэтому 96,5% приходится на реализацию косметических средств в пластмассовой тубе.

На основе приведенных сведений, можно сделать вывод, что большим спросом у потребителей пользуются тональные крема – 39,4%, что составляет одну треть всех корректирующих средств. В то время корректор, румяна, пудра, крем-пудра составляют в своем суммарном составе занимают оставшуюся часть.

2.2 Организация и порядок проведение экспертизы качества тонального крема

Самым главным условием является хранение. Хранение зависит от упаковки и ее состава. Упаковка предназначена для защиты средства от разных внешних факторов. Именно они снижают эффективность или заставляют ее полностью отсутствовать.

В случае улетучивания каких-либо элементов меняется состав. Происходит увеличение вязкости и изменение состава консистенции. Это так же зависит от упаковки и ее материала.

При производстве декоративных косметических средств применяются все виды упаковочных материалов, состоящие из абсолютно разных составов. К упаковочным материалам из металла относят тубы и баллоны. Стеклянные включают в себя баночки и флаконы, а полимерные- пакеты (картонные и бумажные)[12, с. 223].

Основные условия к упаковке тональных продуктов состоят в последующем:

- отсутствие взаимодействия материала упаковки с содержимым;

- формирование плотности при сохранении, транспортировании и применении;

- экологичность;

- экономность.

Требования к упаковке, транспортированию и хранению российских тональных продуктов формируются в связи с их типом, консистенции и иных отличительных черт в нормативных документах.

На упаковку тональных продуктов наносится маркировка, которая обязана включать последующую сведения для покупателя: название продукта, название государства-изготовителя и компании-изготовителя с предписанием юридического адреса, название категории продукта, сведения о обязательной сертификации, месяц и год производства, состав, размер продукта, обозначение стандарта, срок хранения, штрих - код продукта (при присутствии).

Наименование продукта указывается на внешней стороне этикетки, другие обозначения – в футляре продукта.

Кремовые тональные крема и основы фасуются чаще в металлические, полимерные, фарфоровые емкости. Обязательно должны заполнять всю емкость без попадания даже мельчайшей части воздуха. Полноценно заполнять края тюбика. Обязательно закрываться крышкой. Материал из которого должна состоять туба не может никак взаимодействовать с содержимым тубы. Кроме того не может открыто взаимодействовать с пищевыми продуктами. Быть трудно открываемой и попадаемой на что-либо.

Тональные средства на жирной основе фасуют также в металлические либо пластиковые пеналы. Пеналы обязаны быть плотно закрыты крышками. Карандаш не должен выпадать из пенала, движок пенала обязан легко перемещаться, при противоположном его перемещении карандаш никак не должен срезаться краями корпуса пенала.

Флакончики, тубы и банки с косметическими средствами имеют все шансы быть упакованы в картонные коробки, футляры, художественно оформлены.

Следует выделить, что экспертный свойства тонального практически постоянно оценку упаковки следующим признакам:

- используемой упаковки;
- остаточное количество.

У тональных кремов наиболее значимыми критериями считаются атмосферные и санитарно-гигиеничные, а кроме того размещение.

Общие требования сохранения многих декоративных косметических средств подразумевают температуру с 0 до 25 °С, расположение в упаковке производителя в крытых складских помещениях, хорошо вентилируемых. При сохранении они не должны подвергаться воздействию солнечного света и быть возле отопительных устройств [15, с. 315].

Из всех декоративных косметических средств температуру до –20 °С выдерживают только шампуни в базе искусственных ПАВ элементов и косметические ресурсы в аэрозольной упаковке, так как в их структура входит спирт (Приложение В).

У многих косметических средств есть обязательные требования упаковки и хранения. К ним относят в основном парфюмерию.(духи, одеколоны). Так же еще один фактор-создание определенной влажности воздуха и света. Такие условия характерны для средств по уходу за полостью рта, мыла и тушь для ресниц).

При хранении ящики с косметическими продуктами укладывают в штабеля высотой не более 2 м, стопки и коробки. Среди рядов обязаны быть проходы для циркуляции воздуха. Колебания сравнительной влажности воздуха допускается от 75% вплоть до 90% в отдельное время суток при хранении продуктов, требующих конкретной влажности, к примеру, мыла, не

считаются причиной для «забраковки». Санитарно-гигиенические условия к хранению парфюмерно-косметических продуктов подобны условиям к иным товарам. Они содержат санитарно-гигиеническую обработку складных помещений, задача которых – аккуратность и отсутствие микробиологической и биологической загрязненности.

Перевозят декоративные косметические продукты абсолютно всеми типами транспорта в крытых транспортных средствах и многоцелевых контейнерах в согласовании с инструкциями транспортировки.

Свойство косметических продуктов при приемке от производителя проводят проверку зрительно-органолептическими способами, выборочно. Недостатки парфюмерно-косметических продуктов подразделяют на дефекты самого средства, минусы тары, упаковки, маркировки. Весь ассортимент косметической продукции введена в перечень Номенклатуры продукции и услуг, которые обязательно сертифицируются (введена в действие 1.10.1998 г. Постановлением Госстандарта Российская Федерация с 23.02.1998 г. № 5), так как парфюмерно-косметическая продукция считается опасной для здоровья населения.

Маркировка парфюмерно-косметических продуктов обязана реализоваться в согласовании с требованиями ГОСТ Р 51391-99 «Изделия парфюмерно-косметические», введенными в действие с 1.01.2001 г., и распространяться на продукты российского и зарубежного изготовления [4].

Требования к маркировке ГОСТ 27429-87 «Изделия парфюмерно-косметические, жидкие» и ГОСТ 28303-89 «Изделия парфюмерно-косметические» остаются действующими. [7].

Косметические продукты с присутствием неотъемлемых : название продукта, компании-производителя, знак, масса объем, структура, к хранению, срок , дата производства, стандарта либо нормативного документа, о сертификации, сведения с либо о результативном .

Все средства, как косметические, так и декоративные нужно хранить строго при температуре от 0 до +25°C. Чаще всего хранение производят в крытых выветриваемых помещениях. Такую температуру как 20°C могут выдержать шампуни разных марок, и такие средства в составе которых присутствует спиртовая основа.

По органолептическим и физико-химическим признакам продукта тонального крема, порошкообразные и малогабаритные, должны отвечать условиям и общепризнанным меркам, указанным в таблице 3.

Таблица 3

Характеристики и нормы тональных кремов согласно ГОСТ*

Наименование показателя	«Экстра»	1-я группа	Тональное средство	Румяна и основы
Внешний вид	масса порошковая без примесей		спрессованная	
Цвет	Свойственный цвету или тону данного изделия		Свойственный цвету или тону данного изделия	
Запах	Приятный, свойственный данному изделию		Приятный, свойственный данному изделию	
Массовая доля воды и летучих веществ, %, не более	3,9	5,0	5,1	1,0
Массовая стеариновокислого цинка или магния, %, не более	19,0	-	15,0	
Остаток на сите с проволочной сеткой N 0071, %, не более	1,7	-	1,5	2,1
Остаток на сите с капроновой сеткой N 73, %, не более	-	1,0	-	-

Степень компактности			Выдерживает испытание	Выдерживает испытание
----------------------	--	--	-----------------------	-----------------------

* ГОСТ Р 52344. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-52344-2005> (дата обращения 14.06.2018)

Из данной таблицы видно, что массовая доля процентного содержания в порошковых массах не бывает более 2,5%. А у спрессованных не больше 7%. Содержание цинка и магния тоже должно быть определенным, так в порошкообразных состав данных веществ не превышает 20%, а в пудрах 11%. Остатки на проволочной сетке у разных видов отличаются. У порошковых лишь в некоторых что-либо останется, что-либо останется. Что касается пудр и румян, то остатка не наблюдается вовсе. Степень компактности выдерживает все испытания у румян и пудр. Что касается запаха, то у всех видов он достаточно приятный и не является резким. Цвет полностью соответствует тонам изделий.

Порошкообразную пудру фасуют в картонные, пластмассовые или комбинированные коробочки и в пакеты из бумаги, покрытой полиэтиленовой пленкой по ГОСТ 10354 «полиэтиленовая» [8].

Компактную тонального крема в металлические поддонники ТУ 18-16-91 «Поддонник для компактных пудр и теней» Верх коробочки с порошкообразной тональной основой должен быть затянут целлюлозной пленкой по ГОСТ 7730 «Пленка целлюлозная».

Для пластмассовой коробочки допускается вместо затягивания пленкой использовать пластмассовый вкладыш [17, с. 54].

Верх коробочки с порошкообразной тональной основой должен быть затянут целлюлозной пленкой по ГОСТ 7730 «Пленка целлюлозная».

Для пластмассовой коробочки допускается вместо затягивания пленкой использовать пластмассовый вкладыш [17, с. 54].

Допускается коробочки с порошкообразной пудрой 1-й группы оклеивать папиросной бумагой по ГОСТ 3479 «Бумага папиросная» [6].
Коробочки и пакеты с пудрой заклеивают бесцветным клеем без подтеков.

Компактная пудра должна быть уложена в пудреницы с вкладышем для нанесения пудры. Между вкладышем и пудрой помещают бумажную или полимерную прокладку.

Допускается пудреницы упаковывать в художественно-оформленные футляры с запасными блоками или без них.

Материал, форма, размеры и внешняя отделка упаковки должны соответствовать нормативно-технической документации и образцам, утвержденным в установленном порядке.

Объем порошкообразных изделий, и масса компактных изделий в единице потребительской тары должны соответствовать объему и массе, установленным нормативно-технической документацией.

Допускаемое отклонение от объема порошкообразных изделий и от массы компактных изделий не должно превышать $\pm 5\%$.

Допускаемое отклонение от массы изделий до 15 г в пакетах не должно превышать ± 1 г. Упаковывание в транспортную тару - по ГОСТ 28303 «Изделия парфюмерно-косметические» [4].

На коробочках, пудреницах или пакетах должно быть указано:

- наименование изделия;
- наименование предприятия и его местонахождение или товарный знак;
- цвет или тон;
- группа для пудры;
- розничная цена.

Допускается часть маркировки наносить на футляре, прокладке или бумажной этикетке, которую вкладывают в коробочку или пудреницу.

Допускается не указывать цвет и номер тона для компактных теней и румян, упакованных в пластмассовую коробочку с прозрачной крышкой, а также при упаковывании в пластмассовую коробочку изделий нескольких тонов. Пластмассовый пенал представлен только у одного вида декоративной косметики для лица – корректора поэтому реализуется в меньшей степени – 35% реализации уровень реализации низкий – 71,6%.

Проведем экспертизу качества тонального крема Lasting Performance производства компании Max Factor.

Упаковка. Образец №1 упакован в полимерную тубу, что соответствует требованиям стандарта.

Маркировка. На упаковке указано: назначение изделия - крем для рук, но отсутствует его наименование «Lasting Performance», обозначена только серия - Silk Beauty;

- наименование и местонахождение импортера - Max Factor и изготовителя - Max Factor»;

- товарный знак компании Max Factor;

- объем - 150 мл.;

- состав на английском языке;

- срок годности

- соответствия;

- экологические

Можно сделать вывод, что на упаковке отсутствует информация о применении и предостережения, условия хранения. Но отсутствие данных разрешено стандартом.

Органолептические показатели :

Внешний вид - масса без примесей;

Цвет - бесцветный;

Приятный цветочный.

Можно сделать вывод, что органолептические качества соответствуют ГОСТ Р 52343-2005 «Декоративная косметика. Общие и технические свойства» [5].

Одним из первых этапов экспертизы продукции является оценка внешнего вида (упаковка, маркировка).

На лицевой упаковке: Max Lasting Performance. Long Lasting Make-Up Fond De Teint Longue Tenue. 105 Soft Beige.

Информация на образце №1 и образце №2 идентичная.

Помимо этого, имеются существенные отличия в оформлении. У образца №1 шрифт текста более жирный и цветовое оформление так же отличается, что представлено на рисунке 2.



*Официальный сайт компании Л'туаль. Режим доступа: <https://www.letu.ru/home/> (дата обращения 12.06.2018).

Рис 2. Отличия в маркировке образцов

Информация на оборотной стороне упаковки: Resists touching off onto you or your clothes. Il he tache pas ni vous ni vos vêtements. Resiste senza attaccarsi su mani e vestiti. Maquillaje de larga duracion.

[+/- CI 77492, CI 77491, CI 77499].

Procter & Gamble UK, Weybridge, KT13 0XP, UK

Made in Ireland

35 ml, штрих-код 5068 3345.

На упаковке образца №1 так же имеется дополнительная наклейка с информацией на русском языке и знаком соответствия при обязательной сертификации продукции РСТ (рисунок 3).



*Официальный сайт компании Лгуаль. Режим доступа: <https://www.letu.ru/home/> (дата обращения 12.06.2018).

Рис.3. Наклейка на образце №1 и № 2

06015904 «Max Factor» Lasting Performance / «Макс Фактор»
Л а с т и н г

Перфоманс тональная основа под
макияж 35 мл. Стойкий тональный крем.

При контакте не обнаруживают
дефектов и остается неизменным. Не
удаляется из прикосновений и не
оставляет следов на одежде.

ГИПОАЛЛЕРГЕННЫЙ. Пóry не засоряются.
Отсутствие запаха, пройденный
дерматологический контроль.

Подходит для всех типов. Не

использовать в целях, отличающихся от назначения. Беречь от детей. Температура от +50С до +250С. Беречь от воздействия солнечных лучей, не хранить возле отопительных приборов:

«Procter&Gamble () Ireland Ltd» / «энд Гэмбел () Айэрленд Лтд», Industriales Estaters, Colls, Tipperaryin, «Procter&», UK, Weybridges, , KT13 ОХР, Ирландия. Уполномоченная компания и импортер: 190005, СПб, наб. канала, д.188а, лит.Е. / Ingredients указан в INCL. Годен до: 10.2014г.

Информация на №1 и образце №2 идентична, считая наличия образце №1 дополнительной информации.

Однако есть отличия в составе, указанном на этикетке с тем составом, что предоставляет производитель на официальном сайте. Ингредиенты, которые имеются на этикетке и отсутствуют на сайте: Dimethicone Copolyol, Arachidyлы Behenate, Cetyl Dimethiconeы Copolyol, Sodiumы Acetate. Ингридиенты, которые имеются на сайте и отсутствуют на этикетке: PEG/PPG-18/18 Dimethicone, Hydrogenated Soybean Oil, Paraffin, Cetyl PEG/PPG-10/1 Dimethicone, Microcristallina Cera, Polyethylene.

По ГОСТ 28303-89 на каждой единице потребительской упаковки с косметическими продуктами указывают:

- наименование и название (если таковые имеются) и назначение

продукта;

- наименование производителя и его положение (адрес, включая страну) и расположение организации (адрес),

- уполномоченный производитель для принятия претензий от потребителя (в случае наличия);

- марка производителя (если имеется);

- вес нетто, г, или объем, см³ (мл);

- цвет, тонн-номер, группа (для косметики и окраска изделия);

- состав продукта (ингредиенты назначают в порядке убывания

-массовая доля в рецептуре продукта);

- условия хранения (для продуктов, требующих специальных условий);

- дата изготовления (месяц, год) и срок годности (месяцы, годы) или "подходит (использовать) до (месяц, год)»;

- наименование нормативного или технического документа, в соответствии с которым могут быть изготовлены и идентифицированы

т о в а р ы ;

- информацию о сертификации в соответствии с законодательством страны, реализующей парфюмерно-косметическое изделия [6].

Образец №1 содержит все необходимые данные, за исключением обозначения нормативного или технического документа, в соответствии с которым изготовлено и может быть идентифицировано изделие. Однако, поскольку тональный крем был произведен в Ирландии, указание нормативного документа, в соответствии с которым был произведен продукт, не требуется в случае прохождения российской сертификации. Знак соответствия при обязательной сертификации продукции РСТ на данном образце имеется.

Образец №2 не содержит большую часть той информации, которая должна присутствовать в соответствии с ГОСТ 28303-89. На этикетке отсутствует:

- местонахождение организации (адрес), уполномоченной изготовителем на принятие претензий от потребителя (при наличии);
- условия хранения;
- дата изготовления и срок годности;
- обозначение нормативного или технического документа, в соответствии с которым изготовлено и может быть идентифицировано изделие;
- информацию о сертификации в соответствии с законодательством страны, реализующей парфюмерно-косметическое изделия.

Вся эта информация должна прилагаться к товару после его обязательной сертификации. Поскольку информации о сертификации на образце №2 не имеется, он не должен поступать в розничную торговлю.

Таким образом, можно сделать вывод, что экспертиза тональных средств, считается неотъемлемой частью в таможенном деле. В настоящее время требования к качеству, безопасности является одним из значимых критериев на рынке. По данным ассортимент тональных средств вырос в период с 2014-2017 гг., и составляет – 71,5% от всех реализуемых косметических средств.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В наше время косметика является неотъемлемой частью каждого человека. Ни одного дня не проходит без ее использования. Развитие рекламной индустрии, журнальных изданий помогло косметике выйти на спрос повседневных товаров.оборот и производство средств выросло в разы. В итоге, в настоящий момент производители России не владеют шансами сформировать заслуживающую конкурентную борьбу международным

фирмам в силу отсутствия способностей либо стремления совершенствоваться на косметическом рынке.

Анализ объемов импорта и экспорта тональных средств показал нам значительное сотрудничество с государствами Европы и стран зарубежья. Также, общая характеристика объемов показала нам значительный прирост производства декоративных косметических средств на территории Российской Федерации.

На основе данной курсовой работы были изучены и проанализированы ассортимент тональных средств. Ассортимент на сегодняшний день очень широк. Изучены классификации. Выявлены какие могут быть дефекты декоративных косметических средств и причины их возникновения.

В курсовой работе была проанализирована структура ассортимента тональных средств, реализуемых парфюмерно-косметической галереей.

В ходе выполнения курсовой работы, была проведена экспертиза качества тональных средств по маркировочным данным, органолептическим и физико-химическим показателям.

Исследуя потребительские качества, на которые основываются покупатели при выборе того или иного средства, следует вывод: оборот зарубежных производителей превышает отечественные марки, лидирующую позицию среди видов косметики занимают тональные крема, Цена – основополагающий критерий при покупке.

«Л'Этуаль»—торговая фирма, специализация которой основана , продаже и обороте средств по уходу за кожей(телом), средств личной гигиены, парфюмерной и декоративной видов косметики, продукции здорового питания и аксессуаров, которые так же используются для ухода.

Подводя итоги исследования образцов №1 и №2 можно сделать вывод: первый образец содержит всю необходимую информационные данные согласно ГОСТ 28303-89. Тем временем второй образец не несет большую

часть информации, соответствующей ГОСТ 28303-89. Данный образец не должен поступать в розничную торговлю.

По данным ассортимент декоративных косметических средств вырос в период с 2014-2017 гг., и составляет – 71,5% от всех реализуемых косметических средств.

Таким образом, можно сделать вывод, что экспертиза декоративной косметики считается неотъемлемой частью в таможенном деле. В настоящее время требования к качеству, безопасности является одним из значимых критериев на рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «Таможенный кодекс Евразийского экономического союза» (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) от 01.01.2018.
2. Закон РФ «О защите прав потребителей» – Москва: ИЦ БИКО, 2009 г. [Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016)].
3. Приказ и. о. Министра здравоохранения РФ [закон РФ от 24 марта 2015 года № 137 Об утверждении санитарно-эпидемиологических правил и норм по гигиене].
4. ГОСТ 28303-89 «Изделия парфюмерно-косметические. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение».
5. ГОСТ 29188.0-91 «Изделия парфюмерно-косметические. Правила хранения, отбор проб, итоги органолептических испытаний».
6. ГОСТ 29188.4-91 «Изделия парфюмерно-косметические. Метод определения и летучих веществ сухого вещества».
7. Р 52344-2005 «Изделия косметические компактные. Общие ».
8. ГОСТ Р 52341-2005 «Изделия косметики на основе. Общие условия».
9. СанПин 1.2.681-97 « требования к производству и парфюмерно-косметической ». Введен 01.02.1998.
10. Вилкова С.А. и экспертиза парфюмерно- товаров: учебник вузов / С. А. Вилкова. – : Деловая Литература, 2015. – с. 297.
11. А. Ф., Печенежская И. А., Ивахненко Т. Е. и экспертиза парфюмерно-косметических товаров. / А. Ф. Шепелев, И. А. Печенежская, Т. Е. Ивахненко – Ростов-на-Дону: Феникс, 2016. – с. 223.
12. Мельниченко Т.А. Товароведение парфюмерно-косметических товаров. / Т. А. Мельниченко – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – с. 298.

13. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: учебник для вузов / М. А. Николаева – М.: Норма, 2016. – с. 289.
14. Афанасьев Л.Р., Базарова В.И. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров. / Л. Р. Афанасьев, В. И. Базарова – М.: Экономика, 2015. – с. 315.
15. Вилкова С.А., Товароведение и парфюмерно-косметических. Учебник для . - М.: Издательский дом «литература». 2014. – с. 368.
16. История средств: [Электронный]- www.inflora. (дата обращения 05.06.2018).
17. исследования рынка и парфюмерии: [Электронный] - www.groupmarketing. (дата обращения 07.06.2018).
18. классификация косметических : [Электронный доступ] - [.damadam.com](http://damadam.com) (дата обращения 10.06.2018).
19. Продукция фирмы YVES ROCHER: [Электронный доступ] - www.yves-rocher (дата обращения 02.06.2018).
20. Федеральная таможенная служба – База данных таможенной статистики внешней торговли 2017. – Режим доступа: <http://www.customs.ru> (дата обращения 09.06.2018).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Главные экспортеры российской продукции 33 ТН ВЭД за период 2015-2017 годов*

Экспортеры	Объём экспорта в 2015 (тыс. долл. США)	Объём экспорта в 2017 (тыс. долл. США)	Рост за 2014-2017 (%)	Доля в структуре экспорта (%)
Мир	\$519,995	\$397,947	-23%	100%
Украина	\$143,392	\$92,091	-36%	23%
Казахстан	\$112,767	\$83,500	-26%	21%
Республика Беларусь	\$91,175	\$82,134	-10%	21%
Узбекистан	\$17,226	\$15,648	-9%	4%
Польша	\$12,093	\$9,420	-22%	2%
Латвия	\$12,158	\$9,226	-24%	2%
Грузия	\$9,655	\$8,784	-9%	2%
Германия	\$8,560	\$8,516	-1%	2%
Туркменистан	\$9,939	\$7,990	-20%	2%
Азербайджан	\$14,092	\$7,662	-46%	2%
Киргизия	\$13,540	\$7,537	-44%	2%
Нидерланды	\$6,162	\$7,033	14%	2%
Республика Молдова	\$8,485	\$6,258	-26%	2%
Армения	\$5,657	\$5,109	-10%	1%
Таджикистан	\$4,900	\$4,757	-3%	1%

Соединенное Королевство	\$3,915	\$4,335	11%	1%
Литва	\$8,106	\$3,665	-55%	1%
Австрия	\$2,333	\$3,410	46%	1%
Франция	\$2,072	\$3,197	54%	1%

*Материал из ФТС. Режим доступа: <http://customs.ru>. (дата обращения 10.06.2018).

Приложение Б

Товароведная характеристика ассортимента декоративной косметики лица, реализуемой в «Л'Этуаль»*

Наименование	Вид	Изготовитель	Консистенция	Вид упаковки	Цветовая гамма/тон	Масса г (мл)	Цена, руб.
А	1	2	3	4	5	6	7
«Naturelle»	Тональный крем	«Nivea»	Кремообразная	туба	011-023	30	203
«Nature intensive»	Тональный крем	«Nivea»	Кремообразная	туба	011-023	30	210
«Light night»	Тональный крем	«Nivea»	Кремообразная	туба	011-023	30	211

«Skin like»	Тональн й крем	«Nivea»	Кремообразная	туба	011-02 3	30	204
«All day»	Тональн й крем	«Nivea»	Кремообразная	туба	011-02 3	30	203
«Naturelle»	База - основа	«Nivea»	Кремообразная	туба	004-00 9	20	220
«Nature intensive»	База - основа	«Nivea»	Кремообразная	туба	004-00 9	20	213
«Captive»	Тональн й крем	«Revlon »	Кремообразная	туба	071-07 9	20	309
«Perfection»	База-осно ва	«Loreal»	Кремообразная	туба	011-02 3	20	325
«Visible Lift»	Тональн й крем	«Revlon »	Кремообразная	туба	251-25 5	35	260
«Captive»	Корректо р	«Revlon »	Кремообразная	туба	011-02 3	45	320
Perfection»	База-осно ва	«Loreal»	Кремообразная	туба	071-07 9	30	260
«Visible Lift»	Корректо р	«Loreal»	Кремообразная	пенал	030-03 3	35	217

* сайт компании Л. Режим доступа: <https://www.letu.ru/home/> (дата обращения 12.06.2018).

Приложение В

Последовательность проведения идентификации товара*

Этапы	Последовательность операций
1. предварительная идентификация	1. Изучение и анализ документов, маркировки. 2. Первоначальный общий осмотр: - упаковки; - индивидуальной тары; - содержимого; - самого товара. 3. Выделение соответствующих и несоответствующих характеристик. 4. Использование в определении характеристик

	органолептических и экспресс-методов. 5. Определение показателей для испытаний физико-химическими и др. методами
2. Заключительная идентификация	1. Анализ данных испытаний 2. Заключительный полный анализ
3. Составление заключения	Заключение о соответствии (несоответствии)

*Материал из ФТС. Режим доступа: <http://customs.ru>. (дата обращения 15.06.2018).