

Парфюмерные товары

Анализ рынка парфюмерии и косметики

В последние годы увеличивается производство парфюмерии массового спроса.

Парфюмерно-косметические товары выпускают за рубежом свыше 500 фирм и предприятий. Однако более половины объема сконцентрировано в 10 крупнейших компаниях:

«L'Oreal» (Франция), «Procter & Gamble» (США), «Shiseido» (Япония), «Avon» (США) и т.д.

В структуре ассортимента отечественных парфюмерно-косметических товаров невелика доля парфюмерии.

Эту продукцию производят в основном «Новая заря», «Уральские самоцветы». Перспективы увеличения производства парфюмерии в России сейчас отсутствуют.

На потребительские предпочтения на российском рынке парфюмерии основное влияние оказывает цена, известность и авторитет фирмы-изготовителя товара, а также реклама.

Факторы, формирующие качество парфюмерных товаров

Основные факторы, влияющие на формирование качества парфюмерных товаров:

1. Создание и составление рецептуры парфюмерной продукции;
2. Сырье для производства парфюмерии;
3. Технология приготовления парфюмерных жидкостей;
4. Фасовка и упаковка парфюмерных товаров.

Создание и составление рецептуры

Идея создания новой парфюмерной продукции часто возникает под влиянием моды, а также новых тенденций.

Для получения желаемого запаха парфюмер может использовать индивидуальные душистые вещества и эфирные масла, но может также комбинировать композиции-базы.

Парфюмерная композиция – сложная совокупность различных душистых веществ, составленная из настоев, растворов индивидуальных душистых веществ.

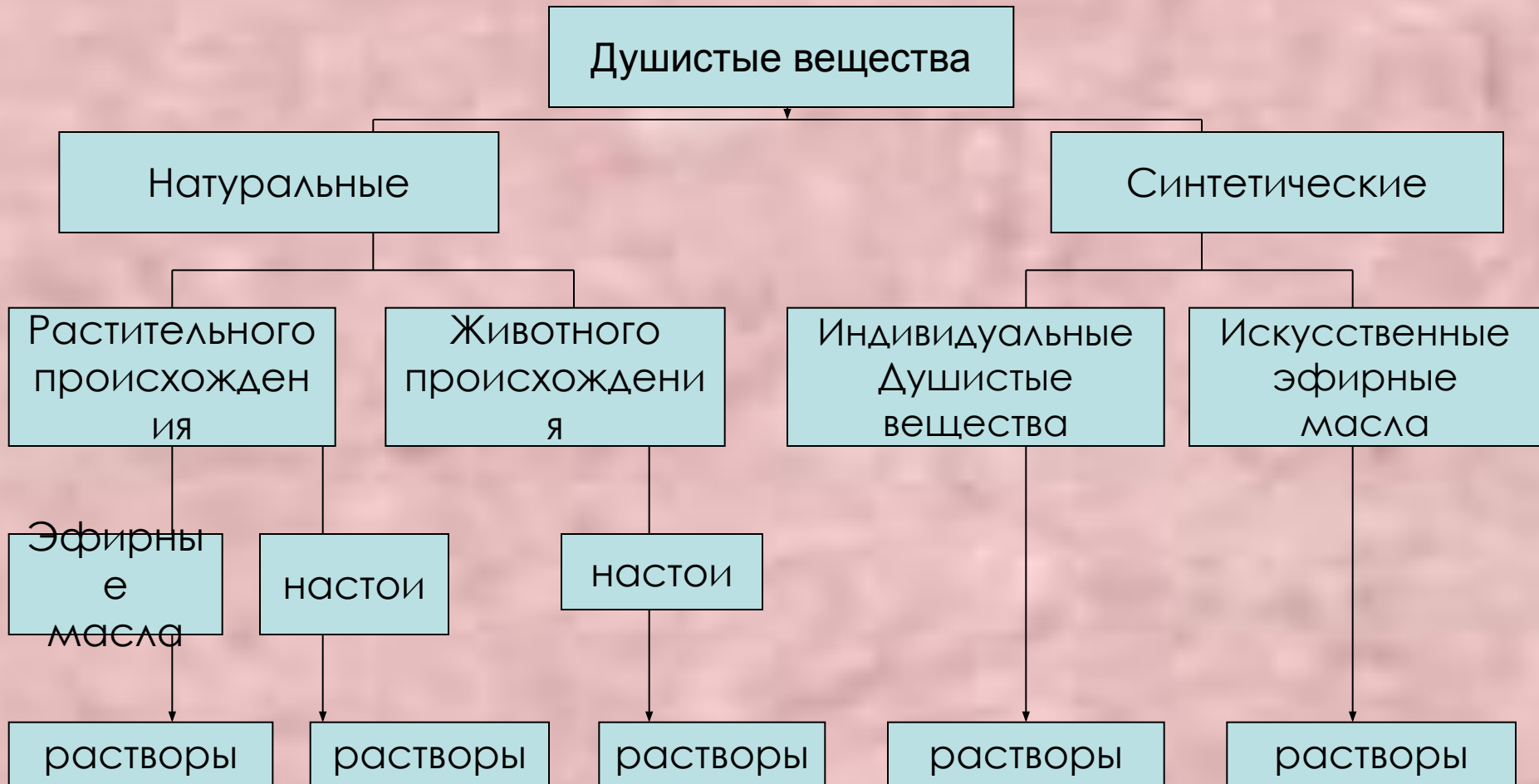
Каждому наименованию парфюмерного изделия соответствует строго определенная рецептура *парфюмерной жидкости*.

Сырье для производства парфюмерии



Общая схема составной рецептуры парфюмерной жидкости

Классификация душистых веществ по происхождению и виду продукта, применяемого в парфюмерном производстве



Технология приготовления парфюмерных жидкостей

Технологический процесс приготовления парфюмерной продукции состоит из операций:

1. Дозирование компонентов, входящих в рецептуру;
2. Смешивание компонентов;
3. Отстаивание жидкости;
4. Охлаждение;
5. Выстаивание;
6. Фильтрация;
7. Фасовка и упаковка.

Потребительские свойства и показатели качества парфюмерных товаров

Качество парфюмерных товаров определяется совокупностью их потребительских свойств.

Функциональные: придание запаха; интенсивность запаха; стойкость запаха, ч; дезодорирующая способность, ч (для дезодорантов); крепость, %; сумма массовых долей душистых веществ, %; прозрачность.

Сохраняемость: срок годности.

Эстетические: 1. Парфюмерия: внешний вид, цвет; характер запаха: гармоничность, оригинальность, соответствие моде.

2. Внешний вид флакона и упаковки: выразительность оформления; оригинальность.

Эргономические: психофизиологическое воздействие; удобство пользования.

Безопасность: Водородный показатель (для дезодорантов);

Токсикологические показатели: класс опасности, хроническая токсичность, кожно-раздражающее действие;

Клинические показатели: раздражающее действие; сенсибилизирующее действие.

Показатели качества, относящиеся к запаху, являются наиболее важными для парфюмерии. Именно характер запаха, имеющий свое направление, гармоничность и оригинальность сопровождающих его оттенков определяют выбор товара потребителем.

При оценке качества также учитывают соответствие запаха моде.

Таким образом, качество парфюмерных товаров, в понятие которого входит и безопасность, определяется комплексом как объективных, так и субъективных показателей.

Классификация и характеристика ассортимента парфюмерных товаров

В настоящее время отсутствует четкая классификация ассортимента парфюмерии.

К парфюмерным товарам относят следующие виды:

- Духи парфюмерные и туалетные воды
- Одеколоны и душистые воды
- Дезодоранты и парфюмерные дезодоранты

Классификация ассортимента парфюмерных товаров

Признак классификации	Классификационная группировка
Наименование (вид)	Духи Вода парфюмерная Вода туалетная Одеколоры Душистые воды Дезодоранты
Качество	Класс «Люкс» Группа «Экстра» Обычного качества Духи-аналоги
Комплектность	Отдельный вид Серия Набор
Характер запаха	Цветочные Фантазийные Нейтральные

Продолжение таблицы

Пол и возраст потребителя	Женские Мужские Унисекс Детские
Место происхождения	Французские Русские Американские и т.д.
Фирма-изготовитель	«К. Диор» «северное сияние» и т.д.
Консистенция	Жидкие Масляные Кремообразные Воскообразные Твердые
Способ нанесения (для жидких)	Без распыления Аэрозольное распыление Механическое распыление

Особенности и материалы применяемые для упаковки парфюмерных товаров

К наиболее важным факторам, влияющим на сохранение качества парфюмерных товаров, относятся упаковка и хранение.

Виды упаковок из различных материалов:

1. Металлические – тубы, аэрозольные баллоны;
2. Стекланные – флаконы;
3. Полимерные – флаконы, тубы;

Основные требования к упаковке

- Отсутствие взаимодействия материала упаковки с содержимым;
- Отсутствие миграции компонентов упаковки в содержимое;
- Создание герметичности при хранении, транспортировании и пользовании;
- Экологичность;
- Экономичность.

Требования нормируются в ГОСТ 27429-87.

Особенности хранения парфюмерных товаров

Наиболее важными условиями являются климатические и санитарно-гигиенические, а также размещения.

Климатические: температура, относительная влажность воздуха, воздухообмен, освещение.

Санитарно-гигиенические: чистота, биологическая загрязненность, микробиологическая загрязненность.

Размещение: защита от механических воздействий, товарное соседство, механизация работ.