

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

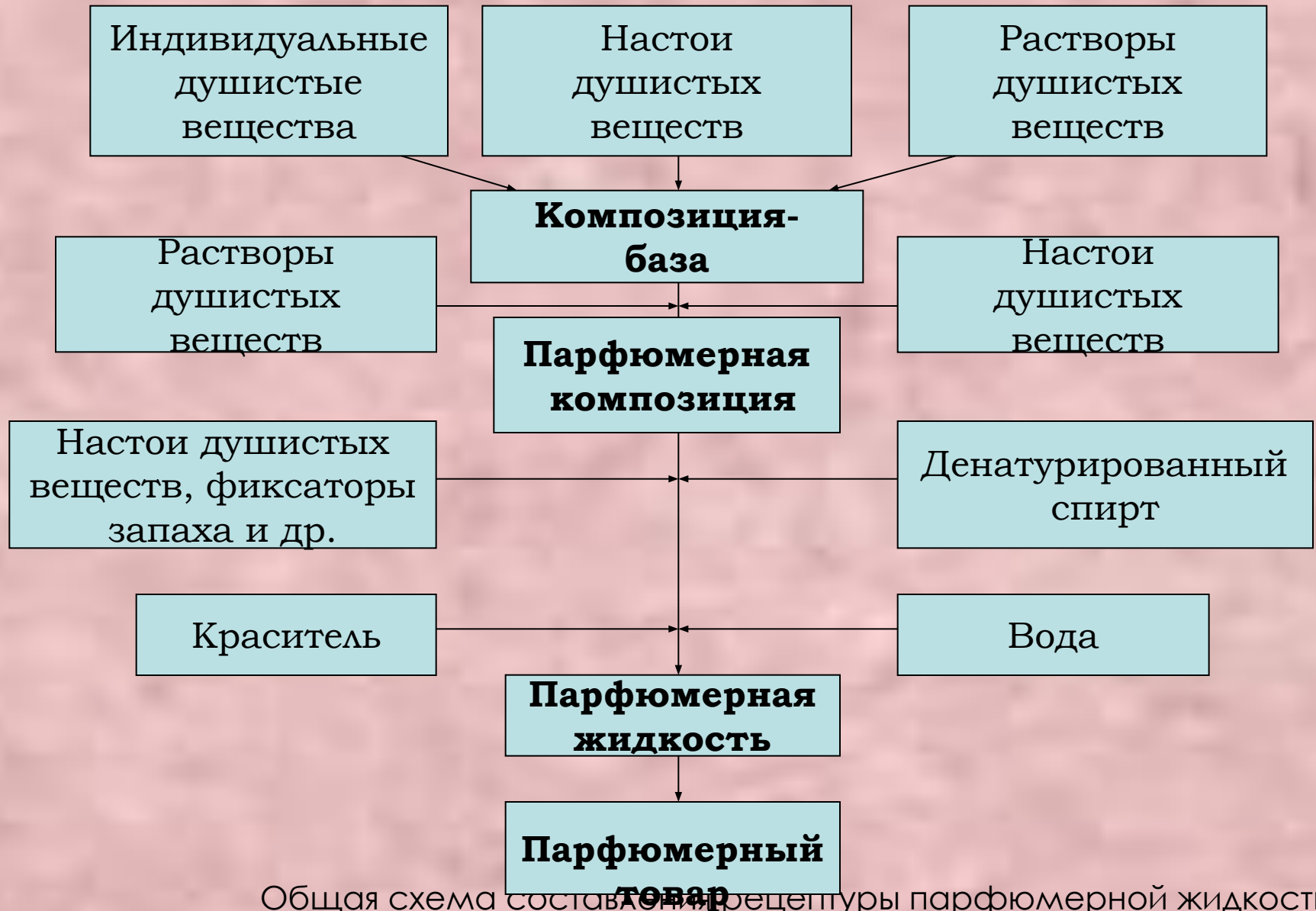
Идея создания новой парфюмерной продукции часто возникает под влиянием моды, а также новых тенденций.

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.

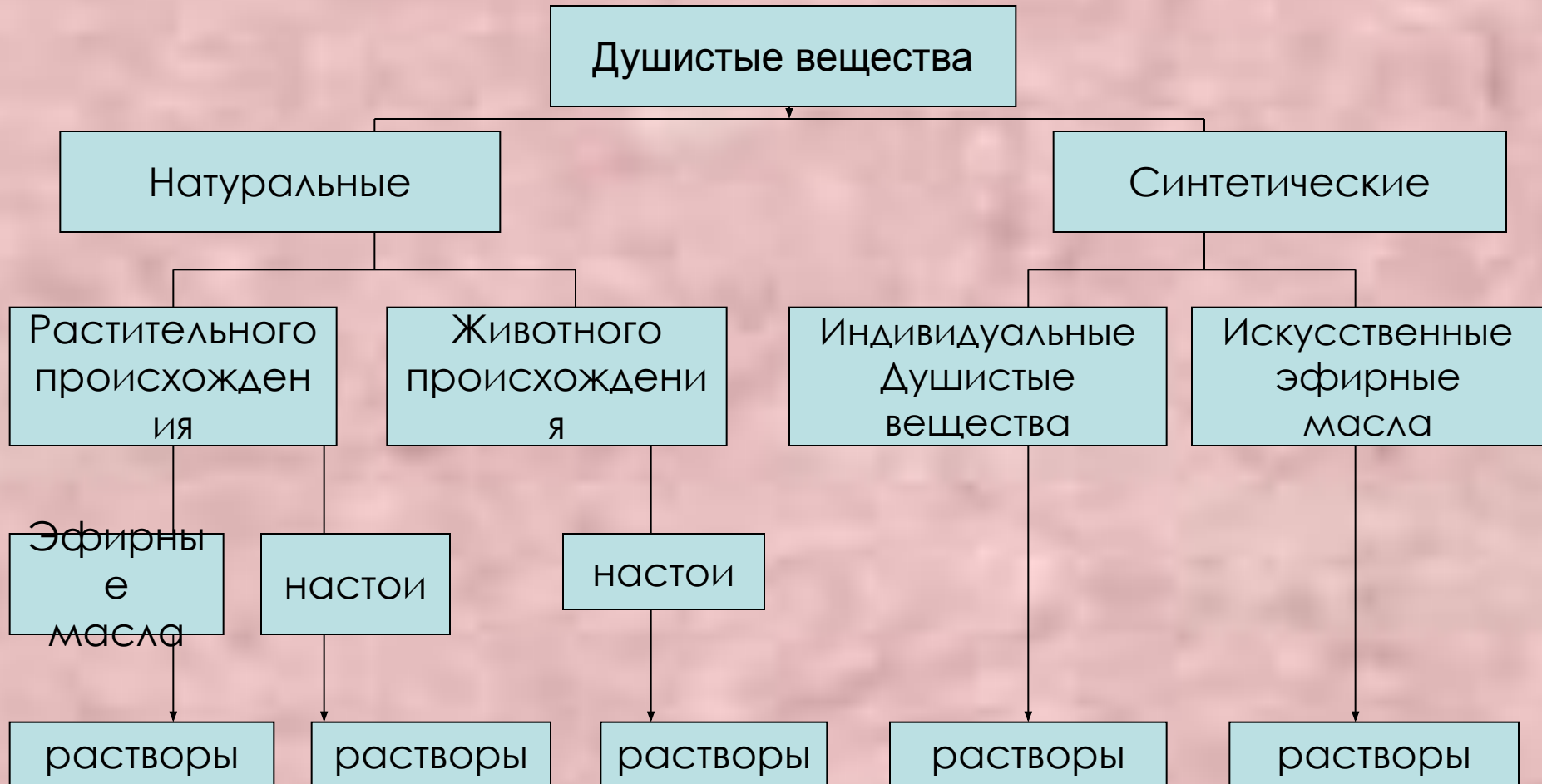
Каждому наименованию парфюмерного изделия соответствует строго определенная рецептура парфюмерной жидкости.

Сырье для производства парфюмерии



Общая схема составленной 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 Одеколоны 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 использовании;
- 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.