

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра технології вина та сенсорного аналізу



ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

на тему Дослідження впливу факторів фальсифікації парфумів на формування їх асортименту в сучасних реаліях та особливості їх переміщення через митний кордон України

Здобувачки Волкової К.О.

6 курсу ТТП – 67 групи

Керівник професор, д.т.н. Верхівкер Я.Г.,

старший викладач, к.т.н. Мартиросян І.А.

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від _____ 20__ р., протокол № ____.

Завідувач(ка) кафедри _____
(назва кафедри) (підпис) (Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Одеса - 2022 рік

Одеський національний технологічний університет

(назва ЗВО)

Факультет	<u>ТтаТХПіПБ</u>
Кафедра	<u>ТтаМС</u>
Ступінь вищої освіти	<u>Магістр</u>
Спеціальність	<u>076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»</u>
Освітня програма	<u>Товарознавство та торгівельне підприємництво</u>

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

«__» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Волкової Кароліни Олександрівни

(прізвище, імя, по батькові)

1. Тема роботи: Дослідження впливу факторів фальсифікації парфумів на формування їх асортименту в сучасних реаліях та особливості їх переміщення через митний кордон України.

Затверджена наказом академії від «30» вересня 2022 р. № 804-03

2. Термін задачі студентом закінченої роботи: 9 грудня 2022р.

3. Вихідні дані роботи

Зразок №1 духи ТМ «Vi-es»

Зразок №2 духи ТМ «La Rive»

Зразок №3 духи ТМ «DKNY»

Зразок №4 парфумована вода ТМ «LANVIN» з України

Зразок №5 парфумована вода ТМ «LANVIN» з Австрії

Зразок №6 парфумована вода ТМ «LANVIN» розливна парфумерія

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

Розділ 1. Теоретичні аспекти якості парфумерних виробів.

Розділ 2. Обґрунтування вибору об'єктів та методів досліджень.

Розділ 3. Оцінка відповідності парфумів, що досліджуються, нормативним вимогам.

Розділ 4. Дослідження впливу компонентного складу на якісні характеристики парфумів.

Розділ 5. Здійснення митних формальностей при імпорті парфумів.

Розділ 6. Охорона праці.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним визначенням обов'язкових креслень)

Ілюстративний матеріал: Слайд 1 «Титульна сторінка», Слайд 2 «Мета, предмет, об'єкт, задачі дипломної роботи», Слайд 3 «Апробація», Слайд 4 «Реалізація промислової продукції за видами за переліком продукції ЄС для статистики виробництва (PRODCOM) за 2019 рік», Слайд 5 «Аналіз сумарного обсягу імпорту та експорту по країнах у розрізі товарної позиції 3303 «Парфуми і туалетна вода» згідно з УКТЗЕД (тисяч доларів США) за періодз 2019-2022 рр.», Слайд 6-8 «Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн - контрагентів (тисяч доларів США) за 2017-2022

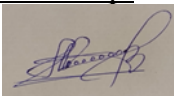
рр.», Слайд 9 «Відмінні ознаки фальсифікованої та оригінальної парфумерної продукції», Слайд 10 «Визначення коду УКТЗЕД», Слайд 11-14 «Розрахунки асортименту парфумерних виробів інтернет магазинів», Слайд 15 «Характеристика об'єктів дослідження», Слайд 16-21 «Результати ідентифікації парфумів за пакуванням», Слайд 22, 23 «Результати ідентифікації парфумів за маркуванням», Слайд 24 «Органолептична оцінка якості», Слайд 25 «Фізико-хімічна оцінка якості», Слайд 26-31 «Оцінювання пакування та маркування однойменних парфумів, що реалізуються в різних країнах», Слайд 32 «Порівняльна сенсорна оцінка однойменних парфумів», Слайд 33, 34 «Ідентифікаційна хроматографічна оцінка однойменних парфумів за компонентним складом», Слайд 35 «Порядок обліку осіб, які під час своєї діяльності є учасниками відносин, що регулюються законодавством України з питань митної справи», Слайд 36 «Визначення країни походження товару», Слайд 37 «Заходи нетарифного регулювання», Слайд 38 «Визначення митної вартості», Слайд 39 «Нарахування митних платежів», Слайд 40 «Технологічна схема митного контролю та митного оформлення», Слайд 41 «Протекціонізм та лібералізм», Слайд 42 «Коко Шанель».

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи, що стосується їх

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
<u>Розділ 5. Здійснення митних формальностей при імпорті парфумів.</u>	Смокова Т.М.	1 червня 2022р.	9 грудня 2022р.
Охорона праці	Мартиросян І.А.	1 червня 2022р.	9 грудня 2022р.

7. Дата видачі завдання 15.09.2022 р.

Керівники Мартиросян І.А.



Смокова Т.М.

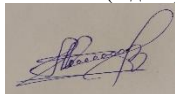
Завдання прийняв до виконання

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Обґрунтування теми, формулювання мети кваліфікаційної роботи магістра	Вересень	
2.	Задачі досліджень. Об'єкти та методи досліджень	Вересень	
3.	Виконання експериментальних досліджень	Жовтень	
4.	Обробка результатів досліджень	Жовтень	
5.	Митна частина	Листопад	
6.	Охорона праці	Листопад	
7.	Здача роботи на захист	Грудень	

Здобувач-дипломник _____

(підпис)



(прізвище, ім'я, по батькові)

Мартиросян І.А.

Керівник роботи

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник _____

ПІБ

Підпис

ЗМІСТ	
ВТУП.....	12
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЯКОСТІ ПАРФУМЕРНИХ ВИРОБІВ.....	16
1.1 Аналіз стану та перспективи розвитку ринку парфумерних виробів.....	16
1.2 Класифікаційні ознаки та асортиментна належність парфумерних виробів.....	27
1.3 Способи фальсифікації парфумів та методи їх ідентифікації.....	34
1.4 Компонентний склад парфумів як базовий спосіб фальсифікації парфумів.....	40
1.5 Методологія визначення коду парфумів згідно УКТ ЗЕД.....	42
Висновок до розділу 1.....	50
РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ОБ'ЄКТІВ ТА МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	52
2.1 Розробка алгоритму проведення досліджень.....	52
2.2 Аналіз асортиментної структури парфумерних рідин, що реалізуються в торгових мережах м. Одеса та Австрії.....	54
2.3 Об'єкти досліджень.....	60
2.4 Характеристика методів досліджень.....	62
Висновок до розділу 2.....	68
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ВІДПОВІДНОСТІ ПАРФУМІВ, ЩО ДОСЛІДЖУЮТЬСЯ, НОРМАТИВНИМ ВИМОГАМ.....	69
3.1 Аналіз маркування та пакування парфумів.....	69
3.2 Сенсорний аналіз парфумерних рідин, що реалізуються в м. Одеса.....	77
3.3 Фізико-хімічна оцінка відповідності парфумів, що досліджуються..	83

					КРМ.ТтаМС. 1.804-03.1.1		
		Прізвище	Підпис	Дата			
Здобувач					Літ.	Арк.	Акрушів
						4	
Керівник					ОНТУ каф. ТтаМС гр.ТТП-67		
Зав.кафедри							

3.4 Експертна оцінка якості парфумів.....	86
Висновок до розділу 3.....	89
РОЗДІЛ 4. ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КОМПОНЕНТНОГО СКЛАДУ НА ЯКІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПАРФУМІВ.....	91
4.1 Оцінювання пакування та маркування однойменних парфумів, що реалізуються в різних країнах.....	91
4.2 Порівняльна сенсорна оцінка однойменних парфумів.....	95
4.3 Ідентифікаційна хроматографічна оцінка однойменних парфумів за компонентним складом.....	99
Висновок до розділу 4.....	102
РОЗДІЛ 5. ЗДІЙСНЕННЯ МИТНИХ ФОРМАЛЬНОСТЕЙ ПРИ ІМПОРТІ ПАРФУМІВ.....	103
5.1 Порядок обліку осіб, які під час провадження своєї діяльності є учасниками відносин, що регулюються законодавством України з питань митної справи.....	103
5.2 Визначення країни походження парфумерних виробів та застосування преференційних заходів.....	104
5.3 Правові засади нетарифного регулювання, як основний чинник безпеки та якості парфумів, що переміщуються через митний кордон України.....	109
5.4 Трансформація системи тарифного регулювання та порядок визначення митних платежів при переміщенні парфумерних виробів через МКУ.....	112
5.4.1 Місце митної вартості в структурі оподаткування та порядок її визначення при переміщенні парфумерних виробів через МКУ.....	112

					КРМ.ТтаМС. 1.804-03.1.1			
		Прізвище	Підпис	Дата				
Здобувач					Тема КРМ	Літ.	Арк.	Акрушів
							4	
Керівник						ОНТУ каф. ТтаМС гр.ТТП-67		
Зав.кафедри								

5.4.2 Роль митних платежів в системі економічних відносин і порядок їх нарахування при переміщенні парфумерних виробів в режимі імпорту.....	115
5.5 Технологічна схема митного контролю та митного оформлення парфумерних виробів.....	118
5.6Протекціонізм і лібералізм при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.....	125
Висновок до розділу 5.....	128
РОЗДІЛ 6. ОХОРОНА ПРАЦІ.....	130
6.1 Аналіз потенційно небезпечних та шкідливих факторів під час виробництва парфумерних виробів.....	130
6.2 Вимоги з охорони праці при організації робочого місця товарознавця .	132
6.3 Пожежовибухова безпека, заходи і засоби. Шляхи евакуації.....	133
ЗАГАЛЬНІЙ ВИСНОВКИ.....	136
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	141
ДОДАТКИ.....	149

					КРМ.ТтаМС. 1.804-03.1.1		
		Прізвище	Підпис	Дата			
Здобувач					Літ.	Арк.	Акрушів
						4	
Керівник					ОНТУ каф. ТтаМС гр.ТТП-67		
Зав.кафедри							

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему: «Дослідження впливу факторів фальсифікації парфумів на формування їх асортименту в сучасних реаліях та особливості їх переміщення через митний кордон України», викладена на 147 сторінках, що містить 6 розділи, 12 ілюстрацій, 25 таблиць, 66 джерел в переліку посилань.

Метою дипломної роботи ідентифікація та дослідження факторів формування сучасного асортименту парфумів, що реалізуються на ринку України.

Об'єктом розгляду є жіночі парфумерні вироби, що реалізуються на ринку України та Австрії.

Предмет роботи – компонентний склад та митні формальності при переміщенні парфумів через митний кордон України.

У першому розділі представлені теоретичні аспекти якості парфумерних виробів, аналіз ринку, класифікаційні ознаки та асортиментна належність. Наведені способи фальсифікації та методи їх ідентифікації, а також компонентний склад як базовий спосіб фальсифікації. Визначено код парфумованої води згідно до української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності. У другому розділі розроблено алгоритм проведення досліджень, проведено аналіз асортиментної структури парфумерних рідин, що реалізуються в торговельних мережах м. Одеси та Австрії, представлені об'єкти та методи дослідження. У третьому розділі наведено аналіз маркуванням та пакуванням, сенсорний аналіз парфумів, що досліджувались та оцінка за фізико-хімічними показниками. Проведено комплексну оцінку якості парфумів. У четвертому розділі об'єктами дослідження є однойменні парфуми, що реалізуються в різних країнах. Представлено результати ідентифікаційної оцінки парфумів за компонентним складом. В п'ятому розділі представлено процедуру обліку особи, яка під час провадження своєї діяльності є учасником відносин, що регулюються законодавством України з питань митної справи. Визначено країну походження парфумів, наведено розрахунки митної вартості та платежів при їх переміщенні в режимі імпорт. Складено технологічну схему митного контролю та митного оформлення.

Шостий розділ містить правила застосування Належної виробничої практики та охорона праці в товарознавчих лабораторіях.

За результатами роботи представлені висновки.

Ключові слова: парфумерні вироби, фальсифікація, ідентифікація, якість, хроматографія.

SUMMARY

The qualification work on the topic: "Investigation of the influence of the factors of perfume falsification on the formation of their assortment in modern realities and the peculiarities of their movement across the customs border of Ukraine" is laid out on 147 pages, containing 6 chapters, 12 illustrations, 25 tables, 66 sources in the list of references.

The aim of the diploma work is to identify and study the factors of formation of the modern range of perfumes sold on the market of Ukraine.

The object of consideration is women's perfumery products sold on the market of Ukraine and Austria.

The subject of the work is the component composition and customs formalities when moving perfumes across the customs border of Ukraine.

The first chapter presents the theoretical aspects of the quality of perfumery products, market analysis, classification features and assortment belonging. Methods of falsification and methods of their identification, as well as component composition as a basic method of falsification, are given. The code of perfumed water according to the Ukrainian classification of goods of foreign economic activity has been determined. In the second chapter, an algorithm for conducting research is developed, an analysis of the assortment structure of perfume liquids sold in trade networks of Odesa and Austria is carried out, objects and methods of research are presented. The third section provides an analysis of labeling and packaging, a sensory analysis of the investigated perfumes, and an assessment of physico-chemical parameters. A comprehensive evaluation of the quality of perfumes was carried out. In the fourth chapter, the objects of research are perfumes of the same name sold in different countries. The results of the identification evaluation of perfumes by component composition are presented. The fifth section presents the accounting procedure of a person who, during the conduct of his activity, is a participant in relations regulated by the legislation of Ukraine on customs matters. The country of origin of the perfumes is determined, the calculations of the customs value and payments for their movement in the import mode are given. A technological scheme of customs control and customs clearance was drawn up.

The sixth section contains the rules for the application of Good Manufacturing Practices and labor protection in commodity science laboratories.

Based on the results of the work, conclusions are presented.

Key words: perfumery, falsification, identification, quality, chromatography.

ANMERKUNG

Die Qualifizierungsarbeit zum Thema: „Untersuchung des Einflusses der Faktoren der Parfümfälschung auf die Gestaltung ihres Sortiments in modernen Realitäten und der Besonderheiten ihrer Bewegung über die Zollgrenze der Ukraine“ ist auf 147 Seiten angelegt und enthält 6 Kapitel , 12 Abbildungen, 25 Tabellen, 66 Quellen im Literaturverzeichnis.

Das Ziel der Diplomarbeit ist es, die Faktoren der Entstehung des modernen Parfümsortiments, das auf dem Markt der Ukraine verkauft wird, zu identifizieren und zu untersuchen.

Gegenstand der Prüfung sind Damenparfümerieprodukte, die auf dem Markt der Ukraine und Österreichs verkauft werden.

Gegenstand der Arbeit sind die Zusammensetzung der Bestandteile und die Zollformalitäten beim Transport von Parfums über die Zollgrenze der Ukraine.

Das erste Kapitel stellt die theoretischen Aspekte der Qualität von Parfümerieprodukten, Marktanalyse, Ordnungsmerkmale und Sortimentszugehörigkeit vor. Methoden der Fälschung und Methoden zu ihrer Identifizierung sowie die Komponentenzusammensetzung als grundlegende Methode der Fälschung werden angegeben. Der Code für parfümiertes Wasser gemäß der ukrainischen Klassifikation von Waren der Außenwirtschaftstätigkeit wurde festgelegt. Im zweiten Kapitel wird ein Algorithmus zur Durchführung von Recherchen entwickelt, eine Analyse der Sortimentsstruktur von Parfümflüssigkeiten, die in Handelsnetzen von Odessa und Österreich verkauft werden, durchgeführt, Objekte und Methoden der Recherche vorgestellt. Der dritte Abschnitt enthält eine Analyse von Etikettierung und Verpackung, eine sensorische Analyse der untersuchten Parfüme und eine Bewertung physikalisch-chemischer Parameter. Es wurde eine umfassende Bewertung der Parfümqualität durchgeführt. Im vierten Kapitel sind die Forschungsobjekte gleichnamige Parfums, die in verschiedenen Ländern verkauft werden. Die Ergebnisse der Identifikationsbewertung von Parfüms nach Komponentenzusammensetzung werden präsentiert. Der fünfte Abschnitt stellt das Buchhaltungsverfahren einer Person vor, die während der Ausübung ihrer Tätigkeit an Beziehungen teilnimmt, die durch die Gesetzgebung der Ukraine in Zollangelegenheiten geregelt sind. Das Herkunftsland der Parfums wird bestimmt, die Berechnungen des Zollwerts und die Zahlungen für ihre Bewegung im Importmodus werden angegeben. Es wurde ein technologisches Schema der Zollkontrolle und Zollabfertigung erstellt.

Der sechste Abschnitt enthält die Regeln für die Anwendung der Guten Herstellungspraxis und des Arbeitsschutzes in rohstoffwissenschaftlichen Labors.

Basierend auf den Ergebnissen der Arbeit werden Schlussfolgerungen präsentiert.

Schlüsselwörter: Parfümerie, Fälschung, Identifizierung, Qualität, Chromatographie.

ВСТУП

Актуальність. У нашому житті нас оточує величезна різноманітність ароматів, будь то пральний порошок або засіб для зняття лаку, не кажучи вже про елітну парфумерію. Парфумерія (франц. parfumerie, від parfum - приємний запах, духи) - це вироби, що застосовуються для ароматизації шкіри, волосся, одягу, а також як гігієнічні освіжаючі засоби. Слово «парфумерія» має походження від латинського parfume, що означає «димитись, випарюватись, видихати приємний запах». Одними з перших парфумів були «димні парфуми» - ароматний дим від паління гілок мірти. Головне призначення парфумерії – це створення приємного запаху для ароматизації тіла, одягу, побутових предметів, приміщень. Крім того, деякі засоби використовують як гігієнічні та освіжні

Сьогодні багато жінок, навіть багаті і знамениті, зволіють з'явитися на світському рауті без діамантів, але укутавшись в аромат чарівного парфуму. Доводити оточуючим свою фінансову спроможність за допомогою дорогих прикрас давно вже стало моветоном. Парфумерні вироби завжди користувались величезною популярністю і це не дивно, оскільки запах – невід'ємна частина образу. Але на ринку України сьогодні можна зустріти декілька видів фальсифікатів, які реалізуються під виглядом та ціною світових брендів. Підробну парфумерну продукцію нерідко збувають під виглядом митного конфіскату. Але насправді ймовірність того, що партію елітних парфумів затримали на митниці, дуже сумнівна.

Продаж нелегальної парфумерно-косметичної продукції є надзвичайно поширеним явищем, масштаби якого не просто порівнянні з легальним ринком, а й цілком можуть його перевершувати. Йдеться про “паралельний” імпорт, неякісні імітації продукції відомих марок і відверті підробки. Фальсифіковану продукцію зазвичай реалізують через роздрібну торгівлю та мережі лотків, а також ринки. Продукцію навіть найвідоміших фірм підробляють, додаючи до її складу парафін, собачий жир і навіть каніфоль.

Важливо, що аромат або дизайн багатьох упаковок парфумерних виробів нагадує відомі світові бренди, тобто є їх імітацією або версією, котра тільки

нагадує аромат оригінальних парфумів, але розливається у флакони, не схожі на фірмові. Виробники версії або імітації чесно (хоча найчастіше дрібним шрифтом) зізнаються, що це не фірмові парфуми, а їх інтерпретація для тих, кому оригінал не по кишені. Така парфумерія дуже поширена й у нашій країні.

Практичний досвід та вищезазначене засвідчують наявність проблем у сфері державного регулювання, невизначеність правил нагляду за обігом парфумерної продукції на внутрішньому ринку. Боротьба з підробками залишається актуальною темою і потребує нових нормативних та законодавчих рішень з боку держави. Вищезазначене зумовлює актуальність обраної теми та досліджень щодо виявлення фальсифікатів, що можливо лише за умови комплексного дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є ідентифікація та дослідження факторів формування сучасного асортименту парфумів, що реалізуються на ринку України.

Задачами кваліфікаційної роботи є:

- аналіз стану та перспективи розвитку ринку парфумерних виробів;
- вивчення класифікаційних ознак та асортиментної належності парфумерних виробів;
- вивчення способів фальсифікації парфумів та методів ідентифікації;
- визначення коду парфумованої води згідно до української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності;
- аналіз асортиментної структури парфумерних рідин, що реалізуються в торговельних мережах м. Одеси та Австрії, з метою обґрунтування вибору об'єктів.
- виявлення фальсифікатів за пакуванням та маркуванням парфумів;
- сенсорний аналіз парфумів, що досліджувались;
- визначення компонентного складу парфумів, що досліджуються;
- комплексна оцінка якості парфумів;

- вивчення заходів нетарифного регулювання, як основний чинник безпеки та якості товарів, що переміщуються через митний кордон України;
- розробка технологічної схеми митного контролю та митного оформлення при імпорті парфумованої води ТМ «Lanvin»;
- визначення країни походження парфумованої води ТМ «Lanvin»;
- визначення митної вартості парфумованої води ТМ «Lanvin» та нарахування митних платежів.
- вивчення особливостей дотримання правил безпеки у товарознавчих лабораторіях.

Об'єктом розгляду є жіночі парфумерні вироби, що реалізуються на ринку України та Австрії. В якості об'єктів обрано жіночі парфумерні вироби ТМ «Bi-es Crystal», «La Rive PRESTIGE», «DKNY BE DELICIOUS fresh blossom», «LANVIN Eclat d'Arpege».

Предмет роботи – компонентний склад та митні формальності при переміщенні парфумів через митний кордон України.

Методи дослідження. У кваліфікаційній роботі використано стандартні методи проведення товарознавчих досліджень, які ґрунтуються на вимогах законодавчих та нормативних документів із забезпечення якості парфумерно-косметичних засобів. Експериментальні дослідження проводились за допомогою стандартних методик та відповідного лабораторного обладнання, зокрема газорідного хроматографу. Якісні характеристики визначено органолептичними та фізико-хімічними методами. Збирання та опрацювання інформації проведено статистичними та математичними методами.

Наукова новизна роботи полягає в ідентифікації парфумів за компонентним складом шляхом порівняння однойменні парфумів, куплених в різних країнах.

Апробація. Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «Молодь - науці і виробництву – 2020: Інноваційні технології легкої промисловості». Доповідь на тему «Визначення

торгового асортименту парфумів різних ароматів в одеських інтернет-магазинах.» 14-15 травня 2020 р. Херсон, с. 127.

Одинадцята Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених і студентів «Технічне регулювання, метрологія, якість, інформаційні та транспортні технології» Доповідь на тему «Способи фальсифікації та методи ідентифікації парфумів.» 04-05 червня 2020 р. Одеса, с. 17-20.

XIII Всеукраїнська науково-практичної конференції молодих учених та студентів з міжнародною участю «Проблемі формування здорового способу життя у молоді», Доповідь на тему «Алергенні компоненти у складі парфумів.» 01-03 жовтня 2020 р. Одеса, с. 120-121.

Щорічна міжвузівська студентська науково-практична конференція ОНАТХ 31 березня 2021 р. Одеса.

Щорічна науково-практична студентська конференція «Сучасні аспекти якості та безпечності товарів». 21 квітня 2021 р. ВСП «ОТФК ОНАХТ», Одеса.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЯКОСТІ ПАРФУМЕРНИХ ВИРОБІВ

1.1 Аналіз стану та перспективи розвитку ринку парфумерних виробів

Український ринок парфумерно-косметичної продукції - це привабливий ринок збуту для найближчих сусідів. Україна займає провідне місце серед найпрестижніших ринків. Основна частина компаній цієї галузі займається продажем імпортової продукції. 20-річна криза зіпсувала налагоджене партнерство і велика частина підприємств збанкрутували та були змушені закритися. Багато компаній прийняли пропозиції закордонних партнерів і створили спільні підприємства [1].

Парфумерно-косметичні товари - особливий продукт, який задовольняє три види потреб людини:

1. потреба в гігієні (звичайне мило, зубна паста, шампунь, гель для душу);
2. потреба підкреслити свій статус. Споживачі часто купують щось в залежності від свого соціального положення;
3. потреба в “розкоші”. Покупка косметичних засобів класу «люкс», які не є необхідними. Це парфуми, дорогі креми та засоби для приготування ванн з додатковими ефектами.

Парфумерно-косметичний ринок України поділяється на три групи: парфумерія, косметика, мило.

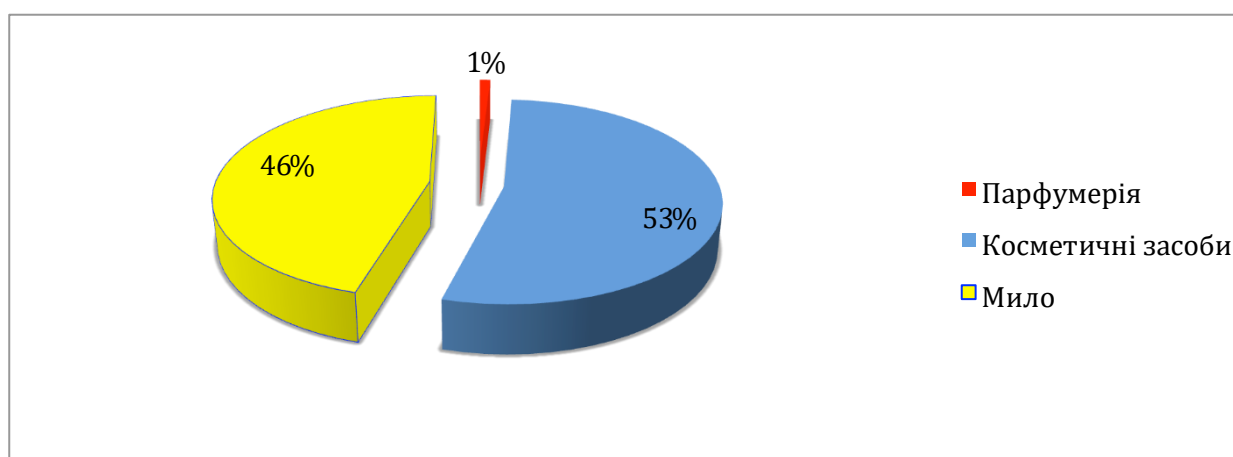


Рис.1.1 - Валова частка груп товарів від загального виробництва за 2021 р.

Український ринок парфумерії є третім за величиною серед ринків Східної Європи, після Польщі і Росії. Крім того український ринок є і самим ненасиченим. Нині для галузі виробництва парфумерних товарів характерні такі основні тенденції:

- зростання частки синтетичної сировини у виробництві;
- нові інгредієнти, тара та упаковка товарів, рішення екологічних проблем;
- інформаційні технології та комунікації – мобільність суспільства та Інтернету;
- глобалізація конкурентності та зростаюча конкуренція в торгівлі та виробництві.

На споживчому ринку України за обсягами продажу парфумерія займає вагоме місце. Щорічно український ринок парфумерії зростає у середньому на 15 %. Особливого успіху на українському ринку досягають закордонні фірми. На даний момент в Україні відкриті представництва практично всіх найбільших міжнародних корпорацій, які просувають свою продукцію під такими марками як: Avon, Oriflame, ChristianDior та інші.

На сьогодні серед провідних вітчизняних гравців парфумерного ринку вчені виділяють таких виробників: ТЗОВ «Аромат» і ПрАТ «Ефект» (обидва – м. Харків), ТЗОВ «Галтерра» і ТЗОВ «Європарфум» (обидва – Львівська обл.), ПП «Вексхолд» (м. Київ). Найбільше парфумерних товарів виробляється в Західній Україні - 51,1% від загального обсягу виробництва. У Центральній Україні випускається 21,6 %, в Східній Україні – 21,1% всієї вітчизняної парфумерної продукції. На інші регіони припадає 6,2 % обсягів виробництва парфумерії

За останні роки в Україні катастрофічно скоротилося виробництво парфумерії, що і призвело до зниження її питомої ваги серед загального обсягу виробництва парфумерно-косметичних засобів.

За 2017 рік в Україні було вироблено 96,1 тис. т парфумерно-косметичної продукції, з яких 762 т становили парфуми і туалетна вода, 43,9 тис. т- косметичні засоби, 51,4 тис. т – мило.

Таблиця 1.1 - Виробництво пафумерно-косметичних засобів, т

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Парфумерія	2845	1888	1530	1737	1375	1185	946	762
Косметичні засоби	24840	31228	30706	30958	30459	35046	41326	43970
Мило	58629	58219	51568	52091	51065	53388	57363	51390
Всього	86314	91335	83804	84786	82899	89620	99636	96122

Джерело: складено автором за даними Держстатуправління.

Відстежується спад виробництва парфумерно-косметичної продукції в 2012-2013 рр. У 2016 р. спостерігається поступове зростання до докризових обсягів виробництва, а в 2017 р. – знову незначне падіння.

Таблиця 1.2 - Реалізація промислової продукції за видами за переліком продукції ЄС для статистики виробництва (PRODCOM) за 2019 рік

Найменування продукції за Номенклатурою продукції промисловості (НПП)	Одиниця вимірювання за НПП	Код продукції за НПП	Реалізовано промислової продукції, виробленої з власної сировини		Вартість промислових послуг, тис.грн
			кількість	вартість, тис.грн	
Парфуми	дал	20.42.11.50	4925,4	9230,2	к/с
Вода туалетна	дал	20.42.11.70	35706,5	64964,2	-

Темп приросту парфумерно-косметичної продукції в 2017 р. порівняно з 2010 р. становить 11,4 %.

Так як Україна має значну територію, населення і "косметичні" звички, подібні для всієї Європи, не дивно, що ринок косметичної продукції заповнився швидко. Після кризи 90-х років, уже з 2001 р. почався підйом ринку, обороти продажів збільшувалися на 20-25 відсотків щорічно.

З'являється все більше підприємств, які офіційно торгують парфумерно-косметичною продукцією. Якщо раніше лише 10 % косметики та парфумерії купувалося в магазинах, то зараз на їхню частку припадає близько 50 %

продажів. Боротьба з підробками все ж ще залишається актуальною темою. У великих містах показники краще: близько 70 % населення купує продукцію у спеціалізованих магазинах. Найбільший інтерес представляють магазини самообслуговування. Споживач “легше” купує продукцію, яку він може потримати в руках і уважно розглянути.

Такі лідери, як «ІТ Парфуми», «Бомонд», «Brocard», «Watsons», «Yves Rocher», «EVA» та інші збільшувати кількість своїх магазинів в регіонах, відкривати там нові роздрібні мережі і шукають партнерів для франчайзингу.

Все це призвело до того, що фахівці роздрібною торгівлі індустрії краси і магазини формату дрогері стали активно відновлювати свої позиції на ринку шляхом відкриття нових торгових точок і пропозицій нових систем лояльності для привертання уваги більшої кількості клієнтів.

Найбільшим гравцем формату дрогері в Україні є міжнародна мережа Watsons, що в 2010 р. повністю викупила українську мережу DC і дала їй міжнародне ім'я.

Таблиця 1.3 - Розподіл обсягів продажів по каналах дистрибуції за 2021 р.

Торгові точки	Питома вага, %
<i>Роздрібні продажі через магазини:</i>	42,7
Роздрібні точки продажу продуктових товарів:	3,4
Супермаркети / Гіпермаркети	1,7
Інші роздрібні магазини харчових товарів	1,6
Роздрібні точки продажу нехарчових товарів:	39,3
Спеціалізовані парфумерно-косметичні магазини	23,8
Змішані формати торгівлі	10,2
Відкриті ринки	5,3
Інші роздрібні точки продажу нехарчових товарів	1,4
<i>Роздрібна торгівля поза магазинами:</i>	57,3
Прямий продаж	54,3
Продаж через Інтернет	3,0

Серед споживачів парфумерно-косметичної продукції 42,7 % віддають перевагу магазинам, а 57,3 % віддають перевагу прямому продажу і замовленню продукції через Інтернет.

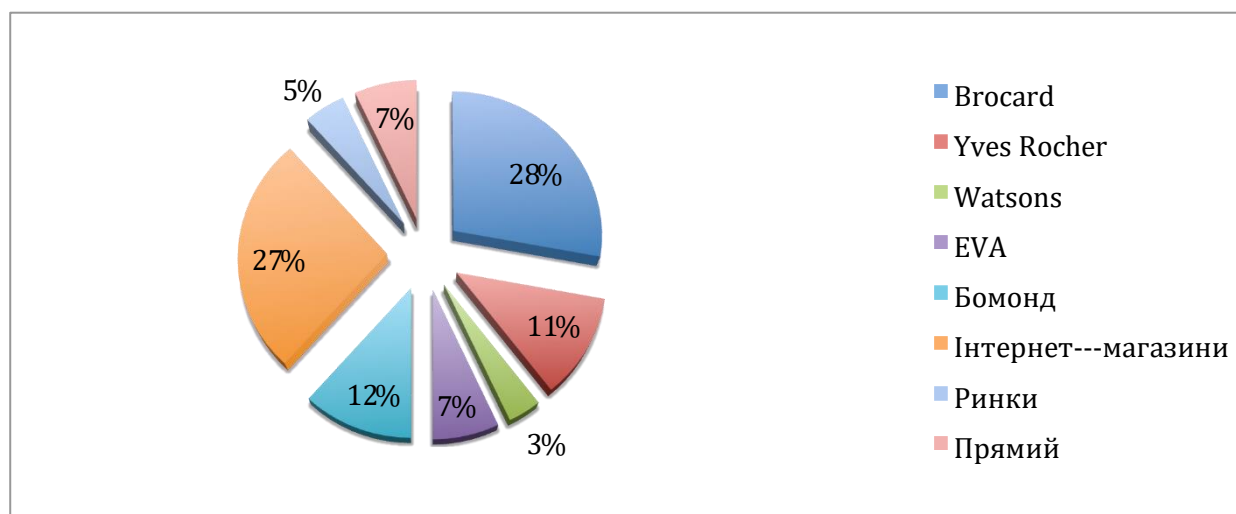


Рис. 1.2 - Місця покупок парфумерії, %

За останні три роки намітилася тенденція до повернення на ринок вітчизняних виробників. Замість Procter & Gamble і "Джонсон" українці все більше купують українську дитячу косметику. Фарби для волосся, засоби для догляду за волоссям і шкірою все частіше зустрічають українських виробників.

Також був проведений аналіз сумарного обсягу імпорту та експорту за останні 5 років, який представлено в таблицях 1.4 та 1.5 відповідно [2].

Таблиця 1.4 - Аналіз сумарного обсягу імпорту та експорту по країнах у розрізі товарної позиції 3303 «Парфуми і туалетна вода» згідно з УКТЗЕД (тисяч доларів США) за період з 2019-2022 рр.

Рік	Імпорт		Експорт	
	Вартість, доларів США	Нетто, т	Вартість, доларів США	Нетто, т
2019	113187	5170	31192	345
2020	82170	4699	16727	473
2021	108912	4179	30582	408
2022	16906	689	8517	127
Всього	321175	14737	87018	1353

Джерело: складано автором за даними Державної митної служби України

Виходячи з даних таблиць можна спостерігати значний спад імпорту та експорту. Наприклад, найбільша питома вага імпорту становила 30,35 % від Німеччини, найменша 10,74 % від РФ. Відповідно найбільша питома вага експорту становила 96,53 % від Німеччини, найменша 0,66 % від Азербайджану. Основними імпортерами на протязі 5 років являються Німеччина, Польща та РФ, з 2020 по 2022 рр. приєднується Франція. Найбільші країни експортери в порядку спадання являються Грузія, Азербайджан, Словенія, Білорусь, Швейцарія, Польща, РФ. Отже українські виробники орієнтується виключно на експорт своєї продукції.

З 2022 р. припинено імпортно-експортні стосунки з Російською Федерацією внаслідок воєнних дій в Україні з боку РФ.

Таблиця 1.5 - Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн - контрагентів (тисяч доларів США) за 2017-2022 рр.

За період з 01.01.2017 по 31.12.2017 р.							
Імпорт країна	Імпорт вартість, тис. дол. США	Імпорт питома вага	Імпорт за останній місяць періоду, тис. дол. США	Експорт країна	Експорт вартість, тис. дол. США	Експорт питома вага	Експорт за останній місяць періоду, тис. дол. США
Німеччина	27578	30,05 %	2271	Невизначені країни	24319	88,85 %	1918
Польща	14731	16,05 %	1942	Грузія	987	3,61 %	0
Російська Федерація	13685	14,91 %	1932	Азербайджан	807	2,95 %	25
За період з 01.01.2018 по 31.12.2018 р.							
Імпорт країна	Імпорт вартість, тис. дол. США	Імпорт питома вага	Імпорт за останній місяць періоду, тис. дол. США	Експорт країна	Експорт вартість, тис. дол. США	Експорт питома вага	Експорт за останній місяць періоду, тис. дол. США
Німеччина	33139	30,35 %	1559	Невизначені країни	30182	90,50 %	2286
Польща	19609	17,96 %	3202	Грузія	1129	3,39 %	111
Російська Федерація	14473	13,25 %	1500	Азербайджан	1006	3,02 %	123
За період з 01.01.2019 по 31.12.2019 р.							

Імпорт країна	Імпорт вартість, тис. дол. США	Імпорт питома вага	Імпорт за останній місяць періоду, тис. дол. США	Експорт країна	Експорт вартість, тис. дол. США	Експорт питома вага	Експорт за останній місяць періоду, тис. дол. США
Німеччина	30112	29,17 %	1707	Невизначені країни	27635	96,53 %	3030
Польща	17735	17,18 %	2265	Грузія	227	0,79 %	29
Російська Федерація	15217	14,74 %	2199	Азербайджан	189	0,66 %	1
За період з 01.01.2020 р. по 31.01.2020 р.							
Імпорт країна	Імпорт вартість, тис. дол. США	Імпорт питома вага	Імпорт за останній місяць періоду, тис. дол. США	Експорт країна	Експорт вартість, тис. дол. США	Експорт питома вага	Експорт за останній місяць періоду, тис. дол. США
Франція	20044	24,39 %	2209	Словенія	14784	88,38 %	1071
Польща	15238	18,54 %	2123	Білорусь	403	2,41 %	119
Російська Федерація	11787	14,34 %	1379	Швейцарія	347	2,07 %	104
За період з 01.01.2021 р. по 31.12.2021 р.							
Імпорт країна	Імпорт вартість, тис. дол. США	Імпорт питома вага	Імпорт за останній місяць періоду, тис. дол. США	Експорт країна	Експорт вартість, тис. дол. США	Експорт питома вага	Експорт за останній місяць періоду, тис. дол. США
Франція	28700	26,35 %	3704	Словенія	28534	93,30 %	2203
Німеччина	18215	16,72 %	1579	Білорусь	361	1,18 %	20
Російська Федерація	11702	10,74 %	1269	Російська Федерація	321	1,05 %	42
За період з 01.01.2022 по 30.04.2022							
Імпорт країна	Імпорт вартість, тис. дол. США	Імпорт питома вага	Імпорт за останній місяць періоду, тис. дол. США	Експорт країна	Експорт вартість, тис. дол. США	Експорт питома вага	Експорт за останній місяць періоду, тис. дол. США
Франція	3834	22,68 %	52	Словенія	4807	56,44 %	94
Німеччина	2924	17,29 %	1	Польща	2918	34,26 %	1520
Польща	2471	14,62 %	212	Швейцарія	429	5,04 %	429

Джерело: складано автором за даними Державної митної служби України

Перед ринком парфумерно-косметичної продукції зараз поставлені такі завдання: боротьба з підробками на ринку, розвиток мережі дистриб'юторства, франчайзингу, заохочення національного виробника. Парфумерний ринок України має свої особливості, які безпосередньо пов'язані із загальною економічною ситуацією в країні та купівельними здібностями населення. Аналіз його структури і відбуваються в них процесів дозволяє краще зрозуміти принципи і тенденції його подальшого розвитку.

Відомі такі виробники парфумерних рідин в Україні [45].

"Datura Parfums" Одеський бренд нішевої парфумерії з'явився влітку 2013 року. В асортименті є 29 ароматів, в основному це деревно-східні композиції. Сировина поставляють з США, Індії та Франції, а самі аромати підходять як чоловікам, так і жінкам.

"BZ Parfums" Перший український парфумерний будинок з'явився в 1993 році. Тоді ж була почата серія Alea, яка щорічно поповнюється новими композиціями. Аромати бренду позиціонуються як унісекс. Це цитрусові, квіткові, деревні, фруктові, шкіряні і інші запахи. Духи не мають назви, лише номери. Серед них - персональні і бутикові аромати, а також композиції, розроблені для інших торгових марок. Аромати створюються в київській авторській майстерні лімітованими серіями.

"Kaaya Parfums" Бренд Kaaya Parfums родом із Закарпаття, а конкретно - з Ужгорода. Його заснувала Ксенія Гошовська в 2012 році. Тоді вона звернулася до відомому французькому заводу з проханням надати сировину. Завод пішов назустріч і вислав за все потроху. Так з'явилися перші аромати, яких на сьогоднішній день налічується 18 варіантів. Серед них є як жіночі, так і чоловічі парфуми. Замовлення на аромати надходять не тільки з України, а й з Канади, Франції та США.

"EcoVego" В асортименті бренду є 16 нішевих ароматів, які в основному створені для жінок. Духи виготовляються з натуральних олій і ефірів, тому творці попереджають - дайте духам настоятися, щоб вони повністю розкрили

аромат. На це може піти до місяця, причому з кожним тижнем ви будете відчувати нові нотки в ароматі.

"Perfume Lab" Парфумерна лабораторія Perfume Lab займається створенням нішевих та люкс ароматів, розробляє інтер'єрні запахи, а також робить індивідуальні аромати. Всі процеси відбуваються під контролем киянина Євгена Лазарчука, який любить експериментувати з незвичайними нотами і сировиною. Одного разу йому вдалося створити аромат з скам'янілих дерев. А з парфумером Богданом Зубченко він зробив серію ароматів міст: "Львів", "Одеса", "Київ".

"Dan Notos" Денис Хотос створює аромати з натуральних речовин. Однак парфумер не розкриває склад духів. Знайти інформацію про те, який запах вас очікує, неможливо. Його ви відчуєте тільки по факту. За словами автора, так досягається чистота сприйняття.

"Partisan" Свій парфумерний бренд Олександр Перевертайло запустив в 2012 році в Дніпропетровську. Фішка бренду - мультигендерні аромати у флаконах об'ємом 35 мл, щоб тримати запах завжди при собі. У ароматах використовуються як натуральні, так і синтетичні компоненти. Всі стадії їх виробництва виконуються вручну.

"Karen Doué" Свій перший аромат Анна Шевчук створила в 2010 році. Зараз в асортименті бренду - 11 ароматів для чоловіків і жінок, які легко впізнати завдяки квітковим, деревним і цитрусовим акцентів.

Чернівецька компанія «Арома Парфюм» є лідером з виробництва парфумерії в Україні. В її асортименті – понад 300 позицій різних сегментів, які продаються по всій нашій країні та ще у десятці інших. Очільник підприємства Володимир Яромій.

Сьогодні нараховують близько 10 великих і відомих протягом багатьох років підприємств, які спеціалізуються на випуску парфумерної продукції. Серед них найбільш значні: "Ефект" (м. Харків), "Червона гвоздика" (м. Львів), "Кримська троянда" (м. Сімферополь), Золотоніський комбінат (м. Золотоноша) та ін. Продукція цих підприємств є основою вітчизняної парфумерії на внутрішньому ринку. У радянський період ці виробники мали досить широкий

асортимент. Так, лідер української парфумерної галузі "Алые паруса" постачав на споживчий ринок близько 200 найменувань товарів, харківський "Ефект" — 134, з яких 40% становила парфумерія і 60 % — косметичні вироби. Але протягом останніх років позиції цих підприємств значно змінилися. Так, ВАТ "Алые паруса" внаслідок вирішення складних організаційних і юридично-правових питань значно зменшило обсяги випуску продукції, скоротило асортимент, а потім і ліквідувалося. Друге місце за обсягом випуску і широтою асортименту серед вітчизняних виробників посідає Харківське ЗАТ "Ефект". Воно також виробляє багато видів парфумерної продукції: парфуми, одеколони. Велика увага приділяється поліпшенню художньо-декоративного оформлення продукції, рекламі, випуску продукції екстра-класу, серій різноманітних виробів. Львівський парфумерно-косметичний комбінат менше відомий в Україні, але його продукція — парфуми та одеколони — за відгуками фахівців за якістю посідає перше місце серед вітчизняних підприємств. ВАТ "Золотоніська парфумерно-косметична фабрика" спеціалізується на виробництві масових видів одеколонів і запашної води. Асортимент продукції нараховує близько 20 найменувань і видів одеколонів, які мають попит у малозабезпечених споживачів. Серед інших відомих підприємств України слід звернути увагу на комбінат "Кримська троянда", що виробляє парфуми, парфумерні набори, натуральні ефірні масла (трояндове, лавандове). Продукція підприємства має, як правило, квіткові аромати, пов'язані з Кримом найменування, сувенірне оформлення.

Загальна структура ринку парфумерії України має такий вигляд: найбільшу частку (до 70 % обсягу продажу) займає дешева продукція класу mass market, до 10 % — селективна парфумерія, решту — продукція транснаціональних корпорацій, призначена для населення з середнім достатком. Нині український парфумерний ринок перебуває на стадії розвитку, про що свідчать прагнення фірм, що працюють на ньому, завойовувати нові ніші. Дешева продукція, що насатила ринок, повільно витісняється дорожчими товарами. Особливо успішні на українському ринку закордонні фірми. Той факт,

що великі імпортери за рік збільшили обсяги продажу своєї продукції в середньому у 1,5 раза, говорить про значну місткість вітчизняного ринку. Однак сучасна ситуація не сприяє українським виробникам. Лідерами є оператори, що реалізують імпортну парфумерію, яка значно відрізняється від вітчизняної продукції широтою асортименту, ефективним зовнішнім оформленням, ефективнішою рекламою. У більшості товарних груп продукція іноземного виробництва становить 60-90% від загальної кількості пропонованого товару, а в середньому за ринком 70-75 %.

Український ринок є надзвичайно привабливим для іноземних гравців. Розвитку ринку парфумерної продукції сприяє ріст платоспроможності населення й розвиток інфраструктури. Крім цього, українці є самими активними в порівнянні із західними споживачами парфумерної продукції, вони готові витратити більшу частку свого доходу на таку продукцію. Зокрема, у результаті росту рівня життя населення й збільшення частки середнього класу, має місце тенденція поступового перетворення люксових марок у продукт масового споживання

1.2 Класифікаційні ознаки та асортиментна належність парфумерних виробів

Класифікація та асортимент парфумерних виробів. Основні класифікаційні ознаки за якими поділяють парфумерні товари це: вид виробу, група, статевовікові ознаки, консистенція виробу, вид закупорювання, тип, характер та сила запаху, напрям аромату [33].

Класифікаційні ознаки:

1. Вид – духи, парфумерні води, туалетні води, одеколони, запашні води, парфумерні набори, ін.
2. Група духів, одеколонів – група екстра, група масові.
3. Статевовікові ознаки – жіночі, чоловічі, дитячі, двостатеві («унісекс»).
4. Консистенція – рідка, тверда, порошок.
5. Сила запаху – з короткою хвилею, з довгою хвилею.

6. Тип запаху – теплий, свіжий, солодкий, пряний, східний, ін.
7. Характер запаху – квітковий, фантазійний, квітково-фантазійний.
8. Напрямок основного аромату – цитрусовий (гесперидний), папоротниковий (фужер), квітковий, шипровий, деревинний, амбровий, мускусний, шкіряний, альдегідний (плодово-квітковий), кипарисовий.
9. Вид закупорювання – з притертою пробкою, з корком, у вигляді аерозолу, з пульверизатором.

Залежно від виду виробу парфумерні товари поділяють на: духи, одеколони, запашні, парфумерні і туалетні води, парфумерні набори та ін.

Головна функція духів – це ароматизація, тобто надання приємного запаху волоссю, тілу, одягу людини.

Усі види духів можна згрупувати за наступними ознаками: консистенцією, типом, характером запаху, складовими композиції, стійкістю запаху, призначенням і місцем виробництва. За консистенцією духи бувають рідкі, тверді та порошкоподібні.

Рідкі духи – це приємні, запашні, спиртові або водно-спиртові розчини парфумерних композицій із запахом квіткового або фантазійного характеру і застосовуються як ароматизуючий засіб.

Тверді духи – це воскоподібна маса, до складу якої входить: бджолиний віск, парафін, тальк, купаж ефірних олій і натуральні ароматичні речовини (амбра, цибет та ін.). Виготовляють тверді духи у вигляді олівця або заливають у спеціальні коробочки, шкатулочки. Їх наносять на чисту, теплу шкіру в місцях близького розташування кровоносних судин (область шиї і декольте, зап'ястки, згини ліктів, пахви, під колінами) м'якими масажними рухами.

Порошкоподібні (сухі) духи – це висушені рослини, розтерті в порошок та віддушені парфумерною композицією. Застосовують для аромату білизни.

Серед духів переважають жіночі парфуми. За типом та напрямом запаху сучасні духи розрізняють за сімействами:

Сімейство солодких східних запахів (з домінантою ванілі і/або квіткових нот, чепурні, вишукані духи, дуже чуттєві і пристрасні, екзотичні і насичені) – Бал а

Версаль (бал у Версалі) / Bal A Versailles, Кашмір / Casmir, Хлоє Нарцис / Chloe Narcisse, Чіара / Ciara, Делишес (чудовий) / Delicious, Джил Сандер IV/JilSander IV, Лулу / Loulou, Обсешн (захопленість) / Obsession, Пуазон (отрута) / Poison та ін.

Сімейство альдегідний шипр (теплий запах з ноткою моху, жива нота жіночої індивідуальності, справжній аромат ХХІ століття – нове бачення класики) – Джем (скарб) / Gem, Хальстон / Halston, Палома Пикассо / Paloma Picasso, Фенди / Fendi, Knowing та ін.

Сімейство витончених квіткових запахів (вишукані, дуже жіночні, романтичні, ніжні і чисті запахи) – Б'ютіфул (прекрасна) / Beautiful, Діоріссімо / Diorissimo, Етерніті (вічність) / Eternity, Фіджі / Fidji, Плежес (задоволення) / Pleasures, Тетяна / Tatiana та ін. · Сімейство насичених квіткових запахів (жіночні, романтичні, чуттєві, дуже яскраві і насичені квіткові запахи) - Білл Бласс / Bill Blass, Кароліна Херрера / Carolina Herrera, Есті / Estee, Джорджіо / Giorgio, Оскар Де Ла Рента / Oscar De La Renta та ін.

Сімейство прямих східних (орієнтальних) запахів (спокусливі, пристрасні, спекотливі, дуже чуттєві, екзотичні і насичені запахи) – Коко / Coco, КейЕл / K.L., Мажі Нуар (чарівна ніч) / Magic Noir, Опіум / Opium, Венеція / Venezia та ін.

Сімейство квіткових альдегідів (сучасні стильні, вишукані і витончені аромати для елегантних, шикарних жінок) – Амарідж / Amarige, Біжан / Bijan, Бушерон / Boucheron, Це ля ві (таке життя) / C'est La Vie, Шанель №5 / Chanel No.5, ДіЕнЕй / DNA, Гуччі III / Gucci III, Ніколь Міллер / Nicole Miller, Трезор (добро) / Tresor, Тач (дотик) / Touch, Вандербилт/Vanderbilt та ін.

Сімейство фруктово-квіткових запахів (аромати свіжої юності, привабливі і динамічні, для сучасних, спортивних, упевнених в собі жінок) – Анаіс-Анаіс / Anais-Anais, Енджел (Ангел) / Angel, Джіо / Gio, Лорен / Lauren, Тендр пуазон (м'яка отрута) / Tendre Poison та ін.

Сімейство свіжих квіткових запахів (запахи, що відповідають найвитонченішому смаку, класичні європейські, дуже незвичайні, навіть

шокуючі, настільки яскраві, що підходять і для чоловіків і для жінок) – Феромон / Pheromone, Прайват колекшн (приватна колекція) / Private Collection, Сафари / Safari, Сі Кей уан (перший Кельвіна Кляйна) / cKone та ін.

Розглянемо дещо детальніше найбільш розповсюджені та популярні духи, щодо їх складових компонентів, основних, як то кажуть парфумери.

Духи Poison, основні ноти: апельсин, калабрійський бергамот, сицилійський мандарин, жасмин, гарденія, сандал, амбра, білий мускус. Духам Bal A Versailles властиві високі ноти італійських лимону та бергамоту, неролі, іланг-ілангу, олії касії; ноти серця: жасминовий абсолют, трояндовий абсолют та ірис, низькі ноти ветівєру, сандалового дерева, пачулі, ванільного абсолюту, скельної троянди (ладаннику) та фіміаму.

Відомими представниками сімейства альдегідний шипр є парфумована вода Paloma Picasso та духи Gem, Knowing. Початкова нота у першого представника: жасмин, бергамот, троянда, гіацинт, нота "серця": мімоза, коріандр, жасмин, кінцева нота: іланг-іланг, ветивєр. Духи Gem мають пряний квітковий аромат, який поєднується з сумішшю фруктів, амбри і шипра. Духи Knowi n g це суміш шляхетного дубового моху, ірису, амбри і ароматів цінних порід дерева з включенням сандалового дерева, пачулі, ветівєра і збагачена акордами теплих квіткових запахів, солодкого пітоспору, зрілої сливи і прянощів.

Щодо сімейства витончених квіткових ароматів, то найвідоміші з них Духи Fidji, вони мають аромат пряної гвоздики, жасмину, бузку та фіалки у поєднанні з сандаловим деревом, миррою і пачулі. Духи Pleasures, цього ж сімейства, мають аромат з основою білих лілій і свіжого листя фіалки, сильною нотою чорної бузку, білих півоній, світлої троянди, жасмину, Байської троянди, сандалу та пачулі.

Насичені квіткові аромати мають відомі духи Bill Blass – гармонія акордів мімози, нарциса жонкіль, гіацинта і жасмину на деревній і мускусній основі. Diamonds & Emeralds (ці духи - творіння Елізабет Тейлор) представляють собою чистий, свіжий, насичений квітковий букет: екзотична гарденія, троянда, іланг-іланг, лісова конвалія.

Escada – цей квітковий парфум орієнтального сімейства, оснований на поєднанні ароматів італійського бергамота, французького гіацинта з фруктовим дуєтом персика і кокоса, у коктейлі з запахів жасмину, іланг-ілангу, флердоранжу, коренів фіалки, з базовими відтінками сандалового дерева, мадагаскарської ванілі, насичених нюансах мускусу і легких елементах тваринного походження. Opium, також відомий представник цього сімейства. Він має основні ноти троянди, гвоздики, сандалового дерева.

Chanel No 5, як уже було сказано вище відноситься до сімейства квіткових альдегідів. Це широко відомі та популярні духи, в яких поєднані аромати жасмину, троянди та легкої пудри. Основними компонентами аромату духів Vivid є єгипетські чорнобривці, танжерина, бергамот, фіалка, фрезія, півонія, жасмин, квіти тіарі, лісової конвалії, амазонської і тигрової лілії, болгарської троянди, ірису з витяжкою індійського сандалу, мускусу, ванілі та амбри.

Anais-Anais та Tendre Poison – представники сімейства фруктових-квіткових запахів.

Початкова нота Anais-Anais: зелені квіти гіацинта і жимолості; нота «серця»: лілія, жасмин, іланг-іланг; кінцева нота: кедр, сантал, бурштин.

Tendre Poison – «ніжний яд». Після свіжої початкової ноти гальбанума і пікантного мандарину, аромат Tendre Poison переходить у витончений квітковий букет, де аромат фрезії сплітається з тонким ароматом квітки апельсина. У шлейфі – сандалове дерево і ваніль приносять легку солодкість до цього букету.

Safari от Ralph Lauren – яскравий представник сімейства свіжих квіткових запахів. Аромат включає ноти альдегідів, стираксу, меду, нарциса, флердоранжу, чорної смородини, ветівера, пачулі, гіацинта, гальбанума, орхідеї, амбри, гвоздики, апельсина, жасмину, троянди, мандарина, мускусу, ванілі, кедр, бобів Тонка, конвалії, тощо.

Початкова нота туалетної води cK one: кардамон, лимон, ананас, зелені ноти, мандарин, папайя, бергамот; нота "серця": фіалка, мускатний горіх, жасмин, конвалія, троянда, корінь ірису; кінцева нота: сандал, мускус, амбра, кедр, мох.

Одеколони – це водно-спиртові розчини, що містять не менше 1,5 % композиції, міцність спирту не менше 60 %. Асортимент одеколонів також групується за типом, характером, силою, напрямом запаху, статевовіковими ознаками, характером закупорювання та ін. Серед одеколонів переважає чоловіча парфумерія.

При розподілі чоловічих одеколонів за ароматом виділяють 4 основні групи:

- перша, але не ведуча – із запахом тютюну (Dolce&Gabbana The One for Men, Creed Tabarome, Thierry Mugler A*Men Pure Havana);

- друга – деревинно-шипова: Араміс / Aramis, Девайн (кудесник) / Devin, Чорний драккар (драккар – скандинавська лад'я) / Drakkar Noir, Грей фланнел (сіра фланель) / Grey Flannel, Гуччі / Gucci та ін.;

- третя – найобширніша і популярна група, представлена квітково-фруктовими запахами: Сі Кей уан (перший Кельвіна Кляйна) / cK one, Альфред Сан для чоловіків / Alfred Sung For Men, Біжан для чоловіків / Bijan For Men, Босс/Boss;

- четверта група – одеколони східного напрямку, з притаманним пряним відтінком та з екзотичною нотою: Егоїст / Egoiste, Фенді для чоловіків / Fendi Uomo, Джуп для чоловіків / Joop For Men, Лагерфельд / Lagerfeld, Поль Себастьян / Paul Sebastian, П'єр Карден / Pierre Cardin та ін.

Залежно від міцності спирту, одеколони мають різні властивості. Одеколон при міцності спирту 60% має спочатку зігріваючі, а потім охолоджуючі властивості, а при міцності 70% та вище – злегка припікаючі та дезінфікуючі властивості.

Запашні води – водно-спиртові розчини, що містять 1- 2% композиції, міцність спирту не менше 20%, стійкість запаху не нормується. Вони призначені для освіження та дезінфекції шкіри, наприклад, після гоління.

Запашні води поділяють на групи:

- безпосередньо запашні води (розбавлені одеколони) – використовуються як освіжаючий засіб;

- лікувальні води – запашні спиртові розчини медикаментів (ментолу, камфори тощо) – для протирання шкіри;
- туалетні оцти – містять до 3 % оцту та борної кислоти, добре освіжають тіло в спеку;
- води для волосся – віддушені спирто-водні розчини невеликої кількості мила та сапонины (ПАР) з додаванням хни (частково виводять жир);
- хвойні води або екстракти – розчини композицій із перевагою хвойних олій (піхтової, соснової тощо).

Парфумерна вода – рекомендована для використання у денний час «дух духів», наступний за концентрацією вид парфумерної продукції – 5-25% концентрату розчинені в 90% спирті, стійкість запаху «середньої ноти» – 4 години.

Туалетна вода відрізняється меншим вмістом запашних речовин, ніж парфумерна. Туалетні води вітчизняного виробництва містять 6-12% композиції, міцність спирту – не менше 85%, стійкість запаху середньої ноти 2-3 години. Туалетна та парфумерна вода – легкий вид парфумерії, якою можна користуватися кілька разів на день. Вона відрізняється від духів менш різким і менш стійким ароматом, низьким вмістом ефірних олій та чудово підходить для літнього періоду.

Розглянемо основні види запахів:

- Гіркі: герань, лимон, мандарин, півонія, бузок, флердоранж (квітка апельсина).
- Тонкі: акація, геліотроп, ірис, левкой, магнолія, мімоза, настурція, півонія, троянда.
- Солодкуваті: акація, мандарин, тубероза, ваніль.
- Зелені: гвоздика, фіалка (листя), нарцис, гальбанум (смола), мирра.
- Теплі: акація, запашний горошок, персик, сандал, тубероза, жимолость.
- Густі, Важкі: гвоздика, ладан, лілія, пачулі, тубероза.
- Пряні: жасмин, пачулі, цикламен, кориця, гвоздика, ветивер (корені), ладан.
- Із запахом шкіри, Тютюну: отримують із безсмертника.
- Тваринні запахи: сіра амбра, мускус, бобрівий струмінь, цибет тощо.

1.3 Способи фальсифікації парфумів та методи їх ідентифікації

Фальсифікація (від лат. falsifico - підробляю) — це дії, направлені на обманювання споживача шляхом підробки товару з метою наживи [34].

Парфумерні вироби завжди користувались величезною популярністю і це не дивно, оскільки запах – невід'ємна частина образу. Але, на жаль, парфумерний виріб може не тільки розчарувати покупця, знизити авторитет виробника продукції-оригіналу та підприємства роздрібною торгівлі, але і призвести до проблем зі здоров'ям.

Парфумерія традиційно належить до тої групи товарів, де є найбільший відсоток товарів невідомого походження та підробок. Близько 60 % парфумерних товарів, які реалізуються в Україні, не мають нічого спільного з товарним знаком, який зображений на його упакуванні.

Різні підприємства торгівлі, ринки, підприємства дрібнороздрібною торговельною мережі пропонують відомі бренди за ціною 80-120 грн. Споживча вартість селективної парфумерії складається інакше, ніж масового товару, оскільки у цьому випадку реалізується не продукт, а ідея. Заводська ціна найбільш якісної парфумерної композиції відносно низька. Вона становить приблизно 15 % кінцевої вартості. Інші 85 % – це витрати на маркетинг, рекламу. Вартість "ідеї" в кінцевій ціні товару в кілька разів перевищує його собівартість.

Основна маса фальсифікованої парфумерії – це підробка з повним копіюванням торгової марки або із свідомими помилками, які є непомітними на перший погляд. У таких парфумерних виробів запах, упакування, флакон, дизайн і назва імітуються повністю. Фальсифікований продукт намагаються представити споживачеві як оригінал.

Щоб уникнути покарання та через небажання деяких підприємств залишати прибутковий бізнес, вони змінюють одну або декілька букв у назві парфумів і таким чином виготовляють імітацію, яку, по суті, можна прирівняти до спроби легалізації підробки. Виробники імітацій керуються тим, що пересічний споживач, зазвичай, не запам'ятовує назви та як вона написана, особливо на іноземній мові, а запам'ятовує загальний вигляд споживчого упакування,

здебільшого кольорову гамму упакування та шрифт, яким написано назву. Виробники контрафактної продукції частково змінюють слова шляхом ненаписання або написання зайвих букв з повним дотриманням інших художньо-колеристичних особливостей упакування, яке належить відомому бренду парфумерної продукції. Після таких "маніпуляцій" з'являються, замість відомих "Chanel", парфуми "Canell", а замість "Kenzo" можна придбати "Cenzo". З усіх параметрів імітації найважливіші – упакування, його дизайн і грамотно змінена назва оригіналу. Імітатори створюють таку зовнішню схожість, яка змушує пересічного покупця повірити, що перед ним оригінал. Тому варто зазначити, що точна схожість флакона і запаху не є навіть важливими, хоч у хороших копіях і вони цілком нагадують оригінал.

Ринок фальсифікованої парфумерної продукції дуже обмежений за асортиментом і ніколи не повторює всієї різноманітності асортименту спеціалізованого магазину. Основу перших фальсифікованих парфумів, що з'явилися в Україні, становили п'ять-шість ароматів, серед яких: Climat, Magie Noire, Chanel, Tresor, Poison, Anais Anais, Opium, Marina de Bourbon, Fidji, тобто ті аромати та назви, які були добре відомими і популярними у споживачів тоді.

Варто зауважити, що до сьогодні ці парфуми становлять основну масу фальсифікацій на ринку. Так, деякі з перерахованих вище парфумів мають таку кількість підробок, що парфуми-оригінал відшукати практично неможливо. Фальсифікована продукція, зазвичай, з'являється із незначним запізненням після того, як парфуми-оригінал потрапили на ринок і почали користуватися попитом серед споживачів. Ринок фальсифікованої продукції швидко реагує на зміну моди на парфуми.

Сьогодні спостерігається значна частка підробок таких парфумів, як: Amarige від Givenchy, 5th Avenue від Elizabeth Arden, Moschino, Envy від Gucci, Eau par Kenzo, Kenzo d'Ete. Але цикл життя цього типу підробок значно коротший, ніж класичних ароматів. Наприклад, в імітаціях прижився перший жіночий запах від Hugo Boss, але тепер попит на нього знизився і він зникає з ринку.

Переважно аромати у підробленій (імітованій) продукції подібні на оригінали, але вони не повторюють багатство і стійкість аромату, які притаманні справжнім дорогим парфумерним виробам. Якісна композиція відкриває свої таємниці поступово, повинно минути кілька годин, щоб аромат повністю проявився і зник, а інколи запах залишається на одязі навіть після прання.

Для зниження вартості виробництва в підробках переважно використовують дешеві синтетичні інгредієнти, велика кількість яких було заборонено Міжнародною асоціацією аромату IFRA (International Fragrance Association) ще в 90-х роках через їхню високу алергенність і фототоксичність.

Ідентифікація – це процедура підтвердження відповідності органолептичних, біологічних, фізичних та хімічних параметрів і властивостей, специфічних для парфумерно-косметичних виробів, тим параметрам і властивостям, які зазначаються під час етикетування цього виробу, а також процедура підтвердження загально визнанної назви даного виду продукту, торговельної марки та\або комерційного (фірмового) найменування. Методи ідентифікації товарів – методи товарознавчої експертизи, які застосовуються для ідентифікації відповідності певного товару встановленим критеріям за визначеними показниками. Виділяють такі методи ідентифікації товарів:

- аналітичні (аналіз документів) – методи визначення відповідності товару вимогам нормативної, технічної та товарно-супровідної документації за визначеними показниками;

- експертні – методи товарознавчої експертизи, які здійснюються на основі рішення, прийнятого експертами, та ґрунтуються на визначенні показників за встановленими критеріями групою експертів;

- експрес-методи – прискорені методи, які дають інформацію про показники якості товару в коротший термін, аніж за звичайних методів. Під час використання цих методів необхідно врахувати, що навіть для висококваліфікованого випробовувача граничною кількістю оцінюваних показників є 7–9 показників, розташованих на одному рівні ієрархії, які становлять досить однорідну групу. Крім того, випробовувач повинен

ураховувати важливість окремих показників за допомогою коефіцієнтів вагомості, взаємозв'язок між ними, а також розглянути відповідність товару як систему;

– органолептичні – методи визначення значень показників відповідності товару за встановленими критеріями на основі аналізу сприйняття органів чуттів людини. Під час ідентифікації товару можуть визначати такі показники: зовнішній вигляд, форма, колір, блиск, прозорість, консистенція, щільність, еластичність, запах, аромат, букет, соковитість, ніжність, смак, терпкість, повнота смаку, хрускіт;

– вимірювальні (фізико-хімічні) – методи, які використовуються для встановлення дійсних значень властивостей товарів за визначеними показниками. До вимірювальних методів належать хроматографічний, рефрактометричний, спектральний, фотоелектрометричний, потенціометричний, реологічний, мікроскопування.

Залежно від обраних критеріїв та визначених показників обирають один або кілька методів ідентифікації товарів, які допоможуть установити відповідність.

Ідентифікація товарів повинна носити комплексний характер та проводитися згідно з чітко визначеними типовими критеріями, які важко піддаються фальсифікації.

Таким чином, правильно проведена ідентифікація товарів дасть змогу виявити та ліквідувати неякісну та невідповідну продукцію на шляху до споживача.

Щодо ідентифікаційних ознак, то потрібно зазначити, що не всі парфуми упаковують в поліетилен на фабриках. Так, парфуми Hugo Boss Energise, Davidoff Cool Water, LaCoste Hot Play та інші постачають без поліетиленової упаковки. Причиною є те, що це економить кошти компанії (не потрібно встановлювати пакувальне обладнання, сплачувати податок за забруднення навколишнього середовища, оскільки використаний поліетилен потребує перероблення).

У табл. 1.6 представлено основні відмінні ознаки фальсифікованої та оригінальної парфумерної продукції.

Таблиця 1.6 - Відмінні ознаки фальсифікованої та оригінальної парфумерної продукції

<i>Оригінальна продукція</i>	<i>Фальсифікована продукція</i>
<i>Упакування</i>	
Упакування виконує точний агрегат, склеюється поліетилен спеціальним клеймом, яке розплавляє його, і тому завжди видно штамп запаювання поліетилену у вигляді прямокутника або кола.	Поліетилен склеєно клеєм, у його формі можуть бути нерівності.
Оригінальні парфумерні коробки мають високоякісну поліграфію, усе надруковано чітко. Картон упаковки білого кольору, без сіруватого відтінку. Немає наклейки, тільки типографські відтиски безпосередньо на картоні.	На дешевих підробках можна побачити неякісний друк на коробці, але якісні, ліцензовані копії відрізнити від оригіналу за коробкою практично неможливо. Частина інформації нанесено на клейку стрічку, яку приклеєно до картонного упаковки.
<i>Флакони</i>	
Оригінальні флакони виготовлено з високоякісного скла, не мають дефектів, кришки щільно прилягають до флакона, виготовлені на високому технологічному рівні. У склі флакона немає бульбашок і вкраплень. Надписи не стираються, написані без помилок. На скло дна флакону нанесено номерний знак.	Неакуратні згини, розмитості в пластмасі, не ідеальність скла, кришка не щільно прилягає до флакона, нечіткі надписи на флаконі, інші дефекти. Слово <i>parfum</i> часто написано з буквою "e" в кінці. Номерний знак нанесено на клейку стрічку, яку клеять до дна флакона.
<i>Аромат</i>	
Аромат багатий, проявляється поступово, вивітрюється повільно, не є різким і не містить запаху спирту.	За неідеальної формули парфумів, один компонент перебиває запах іншого, вивітрюється швидко.

Частина фальсифікованої продукції потрапляє на український ринок легально. Зміна назви дає формальну юридичну основу продавати продукт як самостійний бренд. Але у цьому випадку і виробник, і постачальник відомі, і теоретично, до них можна пред'явити претензії. Гірша ситуація з контрафактною продукцією, тобто з тою, яку ввезено в країну або виготовлено без дотримання необхідних формальностей. Такі виробництва розповсюджені і в Сирії, Єгипті, Малайзії, є такі виробництва, так звані "пересувні заводи", і в Україні. Їх продукцію призначено для оптового та роздрібного продажу через ринки. Собівартість флакона рідини, який видається за оригінал, не перевищує три долари США, а реалізується за ціною, яка в п'ять-шість разів перевищує витрати на виробництво. Офіційному виробникові такої рентабельності досягти неможливо, оскільки він повинен витримати всі формальності: придбати дорогий концентрат, виготовити якісне упакування, перевірити якість виготовленої продукції і тільки після цього випустити товар в реалізацію.

Фахівці сьогодні виділяють таке поняття, як "імітація на імітацію", коли спочатку з'являється перша підробка, яку виконано на досить високому рівні за дизайном, має досить якісний флакон і запах. Подібні аналоги є дешевшими за оригінал і досить високої якості, тому мають попит. Побачивши це, керівництво іншого підприємства змінює у назві ще кілька букв, знову трохи змінює дизайн упакування, але, щоб ще знизити ціну, робить менш якісний запах і простіший флакон. І так продовжується безконечно аж до появи низькопробних копій з найпростішими флаконами і примітивними запахами.

Замовлення на імітацію розробляються в Україні, обсяги реалізації фальсифікованої парфумерії досить високі, мільйони штук на рік. Варто зазначити, що ні кількість реклами, ні престижність марки не мають значення для імітаторів. Парфуми можуть бути дуже гарними, а їхня реклама може заповнювати всі дорогі журнали, але якщо немає реального попиту, то вони ніколи не потраплять в число продукції, яка імітується.

Для виробництва дешевої підробки не потрібно складної апаратури, немає будь-якого ноу-хау. Упакування, прийнятне за ціною і якістю, замовляють в

Україні або в Росії, флакони виготовляють в Індії, розпилювачі – в Італії, а формують вироби в країнах, де законодавство не є надто жорстким до виробників імітацій – Чорногорія, Македонія, Хорватія, Сербія, Білорусії, Молдова.

1.4 Компонентний склад парфумів як базовий спосіб фальсифікацій парфумів

На сьогоднішній день частка фальсифікованої парфумерфії на українському ринку становить понад 20 %, і в найближчому майбутньому прогнозується її подальше зростання. Слід звернути увагу на той важливий і незаперечний факт, що виробникам підроблених парфумів абсолютно байдужі до шкоди, яка завдється здоров'ю покупців за допомогою їхньої продукції, тому перш ніж купити фальсифікат, подумайте про те, наскільки він може для вас виявитися. Ринок підроблених парфумів вдосконалюється такими ж темпами, як і світ оригінальних ароматів. Він має свою класифікацію:

Парфуми-підробка. Створені на основі ліцензії. Це – аромати, які часто виготовлено в Польщі чи ОАЕ, адже там виробництво в кілька раз дешевше, аніж у Франції чи Італії. Такий товар вам пропонують як оригінальний, мотивуючи наявністю ліцензії на його виготовлення, написаним складом, що ідентичний оригінальному, зовнішнім виглядом. Проте – це омана. Такі виробники економлять на якості та відповідності складників.

Парфуми-імітація. Для уважних покупців вони не становлять загрози. Достатньо подивитися на саму упаковку, щоб в написі помітити зміну однієї чи кількох букв. Про саме наповнення флакона годі й говорити.

Парфуми-версія. Це аромати, які лише повторюють запах оригіналу. Проте розливають їх зовсім в іншу тару. Парфуми на розлив, хоча б зважаючи на їх зберігання, однозначно втрачають в ароматі.

Парфуми-пробники. Жоден бренд, який поважає себе, не дозволить, щоб світ побачив його парфуми в «ручках», «олівцях». Виняток – лише марка Сальвадор Далі. Парфумери цього бренду дозволяють парфумах знаходитись в

мініатюрніший тарі. Усі оригінальні парфуми в точках продажу мають свій тестер. Власне слово «тестер» надруковано на флаконі з відповідним ароматом.

Парфуми-копія. Це – так звана «серйозна підробка». Виробник максимально копіює оригінальний бренд: запах, флакон, упаковку. Розібратися у брехні може лише професіонал.

Впровадження в виробництво парфумів нових технологій призвело не тільки до збільшення різноманітності пропонованих духів, але і до появи у багатьох людей алергії на аромати і їх інгредієнти. Востанні роки неухильно відзначається зростання числа пацієнток з алергією на духи. Непереносимість парфумерії виявляється не тільки у жінок, але і чоловіків і навіть у дітей. Причинами появи шкірних подразнень можуть стати барвники, консерванти, згущувачі, ароматизатори, летючі речовини, а також індивідуальна непереносимість.

Основний компонент духів - запашні речовини, які надають продукції неповторний аромат. Такі речовини можуть бути тваринного (амбра, мускус, кастореум, цибетин), рослинного (роза, жасмин, іланг-іланг, конвалії, лілії, жимолості, нарциса, лаванди, ірису, мімози, м'яти, лотоса) або синтетичного походження.

Шкідливі компоненти в складі. Використання шкідливих речовин в парфумерному виробництві – це перша і найголовніша причина, чому не можна купувати духи фальсифікат. Йдеться і про токсичний дибутилфталат, що додається до складу для закріплення формули парфуму і збільшення його стійкості, і про синтетичні барвники, за допомогою яких домагаються потрібного кольору рідини, і про вкрай отруйні спирти, якими розбавляють натуральні масла. Дибутилфталат має властивість акумулюватися в тканинах організму, що призводить в результаті до виникнення ракових новоутворень і інших тяжких хвороб. Спирти діють згубно на дихальні органи, від них розвиваються мігрені і алергія, а барвники викликають всілякі шкірні реакції, складно піддаються лікуванню. Наприклад, для виготовлення фальсифікатів етиленовий спирт

замінюють на метиловий, отруєння яким може привести до летального результату.

Відсутність балансу компонентів в піраміді аромату. Якщо говорити про оригінальну парфумерію, то в її формулах строго дотриманий баланс всіх використовуваних компонентів, що дозволяє аромату розкриватися повільно і поступово, демонструючи всю красу і глибину свого букета з нот і акордів. Що стосується парфумерних підробок, то з огляду на те, що на їх виробництво йде найдешевшу сировину, баланс в таких композиціях або взагалі відсутній, або ж грішить явно чутними перекосами. У фальсифікату на першому плані завжди виступає спирт, заглушаючи собою всі інші запахи. Крім того, говорити про стійкість таких «шедеврів» навіть не доводиться, зате навіть при невеликій передозуванні можливі шкірні висипання, нежить, нудота, запалення слизових оболонок, опіки, а в більш важких випадках – астма чи набряк Квінке (задуха).

1.5 Методологія визначення коду парфумів згідно УКТЗЕД

Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД) — спеціальний документ, що містить належним чином об'єднаний і класифікований перелік товарів, систематизованих за розділами, групами, товарними позиціями, під позиціями, товарними категоріями і під категоріями. Складається на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів і Комбінованої номенклатури Європейського Союзу. Використовується для цілей тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, ведення статистики зовнішньої торгівлі та здійснення митного оформлення товарів. Структура, порядок ведення та застосування УКТЗЕД визначаються Митним кодексом України, Порядком ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, а також актами Державної митної служби України, на яку покладено функції, пов'язані з веденням зазначеної класифікації [6].

Гармонізована система опису та кодування товарів (Гармонізована система, ГС) — міжнародна номенклатура товарів, розроблена Всесвітньою

митною організацією. До ГС входить близько 5 000 груп товарів; кожна група позначається шестизначним цифровим кодом. Товари упорядковані в логічну структуру і мають добре визначені правила для досягнення уніфікованої класифікації. ГС використовується більше ніж 200 країнами на основі їхніх Митних тарифів, а також для збору міжнародної торгової статистики. В термінах ГС класифіковано більше 98 % товарів міжнародної торгівлі. На ГС базується Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД). Останньою редакцією є ГС 2012 року.

Митні органи України з метою класифікації товарів при митному оформленні використовують товарну номенклатуру Митного тарифу України УКТЗЕД, затверджено Законом ВР № 2697-IX від 19.10.2022 «Про Митний тариф України».

Якщо в УКТЗЕД повідношенню до її міжнародних частин — ГС та Комбінованої номенклатури Європейського Союзу виявлено неточності, які виникли в результаті неправильного перекладу з офіційної мови оригіналу на українську мову, назв позицій, підпозицій, а також текстів приміток до розділів, груп, позицій, підпозицій та додаткових приміток, то за основу приймаються тексти оригіналів офіційних видань Гармонізованої системи Всесвітньої митної організації та Комбінованої номенклатури Європейського Союзу. Розроблено Радою митного співробітництва у 1988 році. Була підписана у місті Брюссель (Бельгія) [4].

Комбінована номенклатура Європейського Союзу (КНЕС) — система класифікації товарів, що використовується у зовнішній торгівлі країнами Європейського Союзу. Розроблена на базі Гармонізованої системи кодування і опису товарів, введена в дію в 1988 р.

У ЄС використовуються наступні номенклатури:

- комбінована номенклатура — основа Загального митного тарифу, містить восьмизначні товарні коди;
- номенклатура ІТС — містить 10-значні коди, що вказуються при імпорті товарів, а також в статистичних цілях; іноді містить додаткові коди для

позначення особливих заходів торгової політики (сільськогосподарські мита, антидемпінгові мита, заходи по контролю за товарами подвійного призначення, експортні відшкодування) [5].

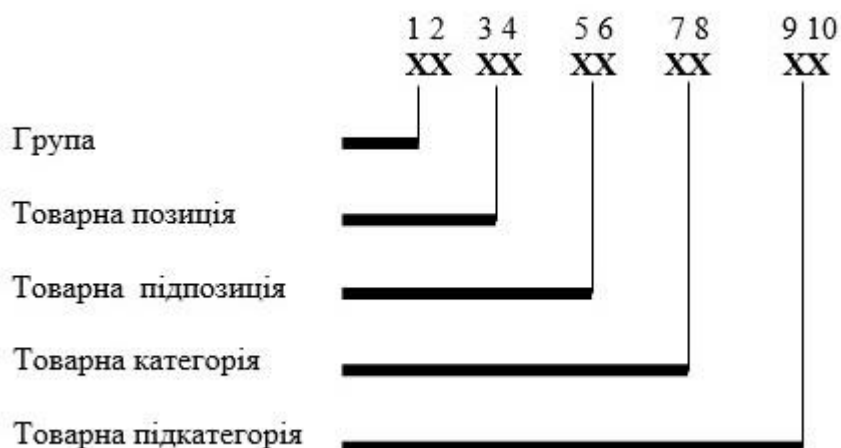


Рис. 1.3 – Структура коду УКТЗЕД

Невід'ємною складовою частиною УКТЗЕД є Основні правила інтерпретації УКТЗЕД:

1. Назви розділів, груп і підгруп наводяться лише для зручності користування УКТ ЗЕД; для юридичних цілей класифікація товарів в УКТ ЗЕД здійснюється виходячи з назв товарних позицій і відповідних приміток до розділів чи груп і, якщо цими назвами не передбачено іншого, відповідно до таких правил:

2. (а) будь-яке посилання в назві товарної позиції на будь-який виріб стосується також некомплектного чи незавершеного виробу за умови, що він має основну властивість комплектного чи завершеного виробу. Це правило стосується також комплектного чи завершеного виробу (або такого, що класифікується як комплектний чи завершений згідно з цим правилом), незібраного чи розібраного;

(б) будь-яке посилання в назві товарної позиції на будь-який матеріал чи речовину стосується також сумішей або сполук цього матеріалу чи речовини з іншими матеріалами чи речовинами. Будь-яке посилання на товар з певного матеріалу чи речовини розглядається як посилання на товар, що повністю або

частково складається з цього матеріалу чи речовини. Класифікація товару, що складається більше ніж з одного матеріалу чи речовини, здійснюється відповідно до вимог правила 3.

3. У разі якщо згідно з правилом 2 (b) або з будь-яких інших причин товар на перший погляд (*prima facie*) можна віднести до двох чи більше товарних позицій, його класифікація здійснюється таким чином:

(a) перевага надається тій товарній позиції, в якій товар описується конкретніше порівняно з товарними позиціями, де дається більш загальний його опис. Проте в разі коли кожна з двох або більше товарних позицій стосується лише частини матеріалів чи речовин, що входять до складу суміші чи багатокомпонентного товару, або лише частини товарів, що надходять у продаж у наборі для роздрібної торгівлі, такі товарні позиції вважаються рівнозначними щодо цього товару, навіть якщо в одній з них подається повніший або точніший опис цього товару;

(b) суміші, багатокомпонентні товари, які складаються з різних матеріалів або вироблені з різних компонентів, товари, що надходять у продаж у наборах для роздрібної торгівлі, класифікація яких не може здійснюватися згідно з правилом 3 (a), повинні класифікуватися за тим матеріалом чи компонентом, який визначає основні властивості цих товарів, за умови, що цей критерій можна застосувати;

(c) товар, класифікацію якого не можна здійснити відповідно до правила 3 (a) або 3 (b), повинен класифікуватися в товарній позиції з найбільшим порядковим номером серед номерів товарних позицій, що розглядаються.

4. Товар, який не може бути класифікований згідно з вищезазначеними правилами, класифікується в товарній позиції, яка відповідає товарам, що найбільше подібні до тих, що розглядаються.

5. На додаток до наведеного до зазначених нижче товарів застосовуються такі правила:

(a) футляри для фотоапаратів, музичних інструментів, зброї, креслярського приладдя, прикрас та подібні вироби, які мають спеціальну форму і призначені

для зберігання відповідних виробів або набору виробів, придатні для тривалого використання разом з виробами, для яких вони призначені, класифікуються разом з упакованими в них виробами. Це правило не поширюється на тару (упаковку), що становить разом з виробом одне ціле і надає останньому істотно іншої властивості;

(b) відповідно до правила 5 (a) тари (упаковку) разом з товарами, які в ній містяться, слід класифікувати разом з цими товарами, якщо вона належить до такого типу тари (упаковки), яка зазвичай використовується для упакування цих товарів. Це положення є необов'язковим, якщо ця тара (упаковка) придатна для повторного використання.

6. Для юридичних цілей класифікація товарів у товарних підпозиціях, товарних категоріях і товарних підкатегоріях здійснюється відповідно до назви останніх, а також приміток, які їх стосуються, з урахуванням певних застережень (*mutatis mutandis*), положень вищезазначених правил за умови, що порівнювати можна лише назви одного рівня деталізації. Для цілей цього правила також можуть застосовуватися відповідні примітки до розділів і груп, якщо в контексті не зазначено інше.

Комітетом по ГС ВМО надруковано англійською та французькою мовами пояснення до ГС – «EXPLANATORY NOTES», які містять коментар до кожної товарної позиції. Ці видання містять коментарі до кожної товарної позиції ГС з описом товарів, які включаються або виключаються з конкретної товарної позиції. Там де це можливо роз'яснюється зміст товарної позиції разом із технічним описом розглянутих товарів (зовнішній вигляд, якісні характеристики, способи виготовлення і використання).

Згідно з вимогами УКТЗЕД класифікація (кодування) товару (виробу) здійснюється наступним чином. Спочатку, згідно з першим правилом Основні правила інтерпретації УКТЗЕД визначається відповідна товарна позиція (перші чотири знака товарного коду), в текстовому описі якої описано класифікований товар. При цьому необхідно перевірити, чи не існує відповідна примітка до розділу або групи, яка регламентує класифікацію цього товару. Після визначення

відповідної товарної позиції визначаються послідовно підпозиція, категорія та підкатегорія, текстовий опис яких відповідає товару [6].

При класифікації товару або іншого вантажу:

1. Визначається відповідна товарна позиція УКТЗЕД, в текстовому описі якої описано класифікований товар. При цьому необхідно визначити, чи не існує відповідних приміток до розділу або групи, які регламентують класифікацію таких товарів.
2. Після визначення відповідної товарної позиції визначаються послідовно підпозиція, категорія та підкатегорія, текстовий опис яких відповідає товару.
3. У випадку коли не існує товарної позиції, текстовий опис якої конкретно описує товар, послідовно застосовуються Основні правила інтерпретації УКТЗЕД (від другого до четвертого).
4. Застосовуються перші чотири правила виключно послідовно, переходячи від Правила 1 до Правилу 2(а), від Правила 2(а) до Правила 2(б) і так далі. Не можна застосовувати Правило 3(а) не застосувавши послідовно Правила 1, 2(а), 2(б). Лише у випадку неможливості застосування попереднього правила при класифікації товару допускається застосування наступного. Шосте правило може бути застосовано при необхідності визначення угруповання в рамках визначеної товарної позиції.

Слід відмітити, що для цілей митного оформлення правильна класифікація товару займає найважливіше місце в діяльності декларантів. Правильне визначення коду товару відповідно до УКТЗЕД дозволяє в подальшому вірно визначити ставки ввізного мита, необхідність надання тих чи інших дозволів державних органів [6].

Порядок ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності затверджено постановою Кабінету Міністрів України № 428 від 21.05.2012 «Про затвердження Порядку ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України».

Оскільки об'єктом переміщення через митний кордон України є парфумована вода ТМ «Lanvin», з захищеною географічною ознакою, згідно з правилом інтерпретації 2b, потрібно звернути увагу на сировину, з якої вона зроблена. Так, як в парфумованій воді присутній спирт, то даний продукт можна віднести до Розділу VI «Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості», який включає в собі групи з 28 по 38.

Парфумована вода відносяться до Групи 33 «Ефірні олії та резиноїди; парфумерні, косметичні та туалетні препарати», отже код групи (33). Позицію було визначено завдяки посиланню на назву, а саме Позиція 3303 «Парфуми (духи) і туалетні води:», отже код на рівні підпозиції - 4 знаків (3303). Підпозиція 330300, код на рівні 6 знаків – 330300. Кодом категорії є 33030010, а код підкатегорії не визначається, тому присвоюємо 00.

Визначення коду УКТ ЗЕД для парфумованої води ТМ «Lanvin» представлено в таблиці 1.7.

Таблиця 1.7 – Визначення коду УКТЗЕД

№	Рівень деталізації	Отримані результати	Структура коду УКТЗЕД
1	Розділ	VI «Продукція хімічної та пов'язаної з нею галузей промисловості»	
2	Група	«Ефірні олії та резиноїди, парфумерні косметичні та туалетні препарати»	33
3	Позиція	«Парфуми (духи) і туалетні води»	3303
4	Під позиція	-	330300
5	Категорія	-	33030010
6	Під категорія	«Парфуми (духи)»	3303001000

Таким чином, парфумерні рідини згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності мають код 3303001000, що необхідно

для подальшого застосування до товару заходів тарифного та нетарифного регулювання.

Висновок до розділу 1

1. Парфумерний ринок України має свої особливості, які безпосередньо пов'язані із загальною економічною ситуацією в країні та купівельними здібностями населення. Основними імпортерами протягом 5 років є Німеччина, Польща та РФ, з 2020 по 2022 рр. приєднується Франція. Найбільші країни експортери в порядку спадання являються Грузія, Азербайджан, Словенія, Білорусь, Швейцарія, Польща, РФ. Українські виробники орієнтуються виключно на експорт своєї продукції. З 2022 р. припинено імпортно-експортні стосунки з Російською Федерацією внаслідок воєнних дій в Україні з боку РФ.

2. Основні класифікаційні ознаки за якими поділяють парфумерні товари це: вид виробу, група, статовікові ознаки, консистенція виробу, вид закупорювання, тип, характер та сила запаху, напрям аромату. Залежно від виду виробу парфумерні товари поділяють на: духи, одеколони, запашні, парфумерні і туалетні води, парфумерні набори та ін.

3. Основна маса фальсифікованої парфумерії – це підробка з повним копіюванням торгової марки або із свідомими помилками, які є непомітними на перший погляд. У таких парфумерних виробів запах, упакування, флакон, дизайн і назва імітуються повністю. Фальсифікований продукт намагаються представити споживачеві як оригінал. Ідентифікація товарів повинна носити комплексний характер та проводитися згідно з чітко визначеними типовими критеріями, які важко піддаються фальсифікації.

4. Використання шкідливих речовин в парфумерному виробництві – це перша і найголовніша причина, чому не можна купувати духи фальсифікат. Йдеться і про барвники, консерванти, згущувачі, ароматизатори, летючі речовини, а також індивідуальну непереносимість.

5. УКТЗЕД використовується для цілей тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, ведення статистики зовнішньої торгівлі та здійснення митного оформлення товарів. Згідно з вимогами УКТЗЕД

визначили код для парфумованої води ТМ «Lanvin» 3303001000, що необхідно для подальшого застосування до товару заходів тарифного та нетарифного регулювання.

РОЗДІЛ 2

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ОБ'ЄКТІВ ТА МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕНЬ

2.1 Розробка алгоритму проведення досліджень

З метою виконання поставлених задач в кваліфікаційній роботі нами складена загальна схема послідовності проведення досліджень, яка представлена на рис. 2.1. Експериментальні випробування проводились на кафедрі товарознавства та митної Одеського національного технологічного університету та в Одеському науково-дослідному експертно-криміналістичному центрі МВС України [55].



Рис. 2.1 - Загальна схема послідовності проведення досліджень.

Робота винонувалась у три етапи:

I етап – теоретичний огляд;

II етап – аналіз структури асортименту, вибір об'єктів дослідження;

III етап – проведення випробувань, узагальнення результатів методом комплексного аналізу та статистичної обробки.

2.2 Аналіз асортиментної структури парфумерних рідин, що реалізуються у торговельних мережах м. Одеса та Австрії

Найбільшу частку асортименту парфумерних товарів становлять рідкі вироби, які за вмістом істот парфумерної композиції (запашних речовин) і за призначенням згідно з ДСТУ 4710:2006 поділяють на концентровані духи (вміст запашних речовин не менше 30 %), духи (вміст запашних речовин не менше 15 %), парфуми-еспрі (вміст запашних речовин не менше 10 %), парфумерні води (вміст запашних речовин не менше 8,0 %), туалетні води (не менше 4,0 %), одеколони (не менше 1,5 %), запашні води (не менше 1,0 %). Духи і туалетні води використовуються як засоби для ароматизації; одеколони — як гігієнічні, освіжні та ароматичні засоби; запашні води — як освіжні та гігієнічні.

Асортимент імпортованих парфумів, що надходять на ринок України, класифікується трохи інакше:

- духи (Parfum або Extrait), містять 20-30 % парфумерної композиції, міцність спирту не менше 90 %;
- парфумерні води (Eau de Parfum або Parfum de Toilette, або Exprin de Parfum), вміст композиції 15-20%, міцність спирту не менше 90 %;
- туалетні води (Eau de Toilette), вміст композиції 6-12 %, міцність спирту не менше 85 % ;
- одеколон (Eau de Cologne) містить 3-5 % парфумерної композиції, міцність спирту 70-80 % ;
- запашні води (L'Eau Fraoche, Eau de Sport), вміст композиції 1-3 % , міцність спирту 70-80 % або менше.

Крім цих головних видів, до асортименту парфумерних товарів входять: ефірні масла (трояндове, лавандове, шавлієве та ін.), що застосовуються для ароматизації одягу, білизни, тіла та інших цілей; засоби для ароматизації приміщень і повітря, для ванн, (різні дезодоранти, освіжувачі повітря, курильні свічки та ін.); парфумерно-косметичні набори, парфумерні набори (включають декілька виробів одного або різних найменувань в єдиному стильовому оформленні) [59].

За характером запаху парфумерні вироби виробляють з квітковим, фантазійним, квітково-фантазійним запахом. Вони також розрізняються відтінками запаху — теплим, холодним, східним, шипровим; силою запаху - з "довгою" і "короткою" хвилею.

Визначення асортиментної структури проводили на базі трьох торговельних мереж:

Таблиця 2.1 - Розрахунки асортименту парфумерних виробів інтернет-магазинів

Магазин «EVA»	
Найменування ознак класифікації	Розрахунок
Коефіцієнт широти	$(41 / 68) * 100 \% = 60 \%$
Коефіцієнт глибини	
«Бренд»	
Bi-es	$(7 / 7) * 100 \% = 100 \%$
Carthusia	$(2 / 2) * 100 \% = 100 \%$
Demeter Fragrance	$(11 / 16) * 100 \% = 68 \%$
Jean Couturier	$(1 / 1) * 100 \% = 100 \%$
Khalis	$(2 / 2) * 100 \% = 100\%$
La Rive	$(1 / 3) * 100 \% = 33 \%$
«Аромат»	
Квітковий	$(10 / 19) * 100 \% = 52 \%$
Фруктовий	$(5 / 14) * 100 \% = 35 \%$
Шипровий	$(2 / 4) * 100 \% = 50\%$
Магазин «BROCARD»	
Найменування ознак класифікації	Розрахунок
Коефіцієнт широти	$(33 / 46) * 100 \% = 72 \%$

Коефіцієнт глибини	
«Бренд»	
Amouroud	$(2 / 2) * 100 \% = 100 \%$
Boadieca The Victorsous	$(1 / 1) * 100 \% = 100 \%$
Chanel	$(4 / 5) * 100 \% = 80 \%$
Dior	$(1 / 1) * 100 \% = 100 \%$
Guerlain	$(5 / 5) * 100 \% = 100 \%$
Herve Gambs	$(5 / 5) * 100 \% = 100 \%$
Salvador Dali	$(1 / 1) * 100 \% = 100 \%$
«Аромат»	
Квітковий	$(2 / 5) * 100 \% = 40 \%$
Пудровий	$(5 / 5) * 100 \% = 100 \%$
Східний	$(2 / 8) * 100 \% = 25 \%$
Пачулі	$(3 / 8) * 100 \% = 37 \%$
Магазин «.PROSTOR»	
Найменування ознак класифікації	Розрахунок
Коефіцієнт широти	$(9 / 9) * 100 \% = 100 \%$
Коефіцієнт глибини	
«Бренд» VI-ES	$(3 / 3) * 100 \% = 100 \%$
Клас: мас маркет	$(3 / 3) * 100 \% = 100 \%$
Сімейство:	
Фруктово-квіткові	$(1 / 1) * 100 \% = 100 \%$
Фруктово-квітково-древесні	$(2 / 2) * 100 \% = 100 \%$

В Інтернет-магазині «EVA» доволі широкий асортимент духів жіночих, серед якого найбільше представлено продукцію ТМ «Demeter» 5 позицій духів немає в наявності. У Інтернет-магазині «BROCARD» також широкий асортимент духів жіночих, серед якого найбільше представлено продукцію ТМ «Chanel», враховуючи те, що Інтернет-магазин пропонує духи таких брендів як: «Guerlain», «Herve Gambs», «Salvador Dali» «ArteProfumi», але не може їх продати за умови того, що цих парфумів тимчасово немає в наявності на даний момент. Слід зазначити, що прайс-лист в Інтернет-магазині «BROCARD» складався з 46 позицій парфумів, що менший за прайс-лист «EVA» на 68, хоча перший згаданий

магазин - це спеціалізований магазин косметики, а останній продає також інші непродовольчі товари, які частіше використовуються в побуті. У Інтернет-магазині «PROSTOR» дуже малий асортимент духів жіночих, всього представлено 9 позиції духів, які доступні для продажу.

Формування ринкових відносин, їх розвиток та вдосконалення потребують чіткого підходу до характеристики парфумерії як об'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Тому проблема всебічного вивчення парфумів з вивченням його асортименту на основі видових, кількісних та якісних характеристик є актуальною. Крім того, нині торгова діяльність продовжує динамічно розвиватися завдяки впливу науково-технічного прогресу, впровадженню інформаційних технологій та розширенню доступу до Інтернету. У зв'язку з цим, нові способи продажу товарів, що доповнюють традиційні, є більш ефективними, зручними та доступними для багатьох категорій населення.

З огляду на це, метою даної роботи було дослідити асортимент парфумерії за ароматами в віденських інтернет-магазинах, зокрема, «Müller» та «DM».

«Müller» — це переважно магазин косметики з великим аптечним (приблизно 50 000 найменувань) і парфумерним (приблизно 28 000 найменувань), але окрім косметичних засобів він також продає товари та модні аксесуари, здорове харчування та дієтичні добавки, а також деякі безрецептурні ліки, товари для дому, іграшки, мультимедіа (тобто фільми на DVD, а також музичні компакт-диски), канцтовари та книги. Його портфоліо складається з бл. Всього 188 000 товарів.

На відміну від конкуруючих мереж, таких як dm-drogerie markt, «Müller» здебільшого продає продукцію безпосередньо з внутрішнього ринку Німеччини (подібно до паралельного імпорту) у всіх країнах, де вона працює. Через це багато хорватів ходять до Мюллера за косметикою, миючими засобами та, найвідомішим «Nutella», оскільки та, що пропонується в інших роздрібних магазинах, нижчої якості.

Асортимент «DM» включає понад 13 000 найсучасніших аптечних найменувань в галузі краси та здоров'я, дитячої, фото та побутової техніки.

Додаткові асортименти, такі як корми для домашніх тварин, невеликі текстильні вироби та сезонний асортимент, що змінюється, завершують широкий асортимент. Різноманітний асортимент брендівих товарів доповнюється 28 власними товарними знаками марки «DM». Важливими унікальними позиціями в асортименті є натуральна косметика та здорове харчування. В Австрії «DM» також пропонує широкий спектр послуг з концепцією перукарні та косметичної студії «DM» та прилавків свіжих продуктів dmhealth pause. Завдяки цьому різноманітному асортименту та особливій філософії, «DM» також є одним із найпопулярніших австрійських брендів.

Для проведення оцінки використовувались коефіцієнти широти та глибини асортименту парфумів. Коефіцієнт ширини асортименту – це відношення кількості різновидів товарів, що продаються, до товарів, передбачених прайс-листами або договірними зобов'язаннями. Коефіцієнт глибини асортименту обчислюється як відношення кількості товарів, що продаються, до товарів, передбачених прейскурантами з урахуванням конкретних параметрів класифікації.

Визначення асортиментної структури проводили на базі двох торговельних мереж «Müller» та «DM» представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 - Розрахунки асортименту парфумерних виробів інтернет-магазинів

Müller		DM	
Найменування ознак класифікації	Розрахунок	Найменування ознак класифікації	Розрахунок
<i>Коефіцієнт широти</i>	$(1592/2138)*100\%=74\%$	<i>Коефіцієнт широти</i>	$(715/797)*100\%=89\%$
<i>Коефіцієнт глибини</i>		<i>Коефіцієнт глибини</i>	
Водний	$(27/34)*100\%=79\%$	Квітковий	$(218/247)*100\%=88\%$
Ароматичний	$(46/56)*100\%=82\%$	Орієнтовний	$(70/82)*100\%=85\%$
Квітковий	$(364/499)*100\%=72\%$	Фруктовий	$(61/63)*100\%=96\%$
Фужер	$(7/9)*100\%=77\%$	Ароматичний	$(18/21)*100\%=85\%$

Фруктовий	(194/255)*100%=76%	Деревний	(20/20)*100%=100%
Зелений	(12/13)*100%=92%	Шипровий	(11/12)*100%=91%
Вуди	(84/112)*100%=75%	Цитрус	(9/9)*100%=100%
Шкіряний	(6/11)*100%=54%	Пряний	(6/8)*100%=75%
Моховий	(2/6)*100%=33%		
Східний	(126/164)*100%=76%		
Солодкий	(47/58)*100%=81%		
Гострий	(15/27)*100%=55%		
Лимонний	(49/68)*100%=72%		
<i>Концентрація</i>		<i>Концентрація</i>	
Одеколон	(31/33)*100%=93%	Парфумована вода	(184/207)*100%=88%
Парфумована вода	(376/502)*100%=74%	Туалетна вода	(96/106)*100%=90%
Туалетна вода	(187/270)*100%=69%	Одеколон	(9/9)*100%=100%
Духова вода	(6/6)*100%=100%	Парфум для тіла	(8/8)*100%=100%
Освіжаючий	(3/3)*100%=100%	Ароматизований дезодорант	(5/5)*100%=100%
Парфум	(10/12)*100%=83%		

Коефіцієнт широти парфумів був визначений на рівні 0,74 (74%) та 0,89 (89%) в Інтернет-магазинах «Müller» та «DM» відповідно.

Слід зазначити, що асортимент в інтернет-магазині «Müller» налічував 2138 позицій парфумів, що перевищувало кількість парфумів в 2,6 разів порівняно з «DM».

Аромат парфумів є одним із головних критеріїв вибору товару. Інтернетмагазин «Müller» та «DM» пропонує класифікувати парфуми за основним ароматом. Слід зауважити, що існує три нотні шкали: верхня нота, середня нота (нота серця) та базова нота (шлейфова нота).

Коефіцієнти глибини асортименту парфумів в Інтернет-магазині «Müller»: «Водний» - 0,79 (79%), «Ароматичний» - 0,82 (82%), «Квітковий» - 0,72 (72%), «Фужер» - 0,77 (77%), «Фруктовий» - 0,76 (76%), «Зелений» - 0,92 (92%), «Вуди» - 0,75 (75%), «Шкіряний» - 0,54 (54%), «Моховий» - 0,33 (33%), «Східний» - 0,76

(76%), «Солодкий» - 0,81 (81%), «Гострий» - 0,55 (55%), «Лимонний» - 0,72 (72%).

Коефіцієнти глибини асортименту парфумів в Інтернет-магазині «DM»: «Квітковий» - 0,88 (88%), «Орієнтовний» - 0,85 (85%), «Фруктовий» - 0,96 (96%), «Ароматичний» - 0,85 (85%), «Деревний» - 1 (100%), «Шипровий» - 0,91 (91%), «Цитрус» - 1 (100%), «Пряний» - 0,75 (75%).

Обидва Інтернет-магазина у найбільшому обсязі пропонують парфуми з ароматом «Квітковий», «Фруктовий», «Ароматичний», «Цитрус» оскільки передбачає безліч ароматних відтінків.

Отже, на основі отриманих даних парфумерний асортимент Інтернет-магазину «Müller» є ширшим і має більший ряд ароматів порівняно з асортиментом, представленого в «DM».

2.3 Об'єкти дослідження

Для вибору об'єктів дослідження був проведений аналіз асортиментної структури та представлених торговельних марок парфумів, які реалізуються в роздрібній торговій мережі м. Одеси та Австрії. Для дослідження було обрано дані торговельні мережі: «EVA»; «BROCARD»; «.PROSTOR», «Müller» та «DM».

Після вивчення асортименту даних торговельних мереж для було обрано 3 зразки однієї асортиментної групи, які користуються попитом серед жінок:

Зразок № 1 – ТМ «Bi-es»;

Зразок № 2 – ТМ «La Rive»;

Зразок № 3 – ТМ «DKNY»;






Зразок № 4 – ТМ «LANVIN» з України;

Зразок № 5 – ТМ «LANVIN» з Австрії;

Зразок № 6 – ТМ «LANVIN» розливна парфумерія з України.

Характеристика об'єктів досліджень наведені у таблиці 2.3

Таблиця 2.3 - Характеристика об'єктів дослідження

Найменування показників	Зразок № 1	Зразок № 2	Зразок № 3	Зразок № 4	Зразок № 5	Зразок № 6
Зображення						Розливна парфумерія
Назва продукту	«Crystal»	«BE DELICIOUS fresh blossom»	«PRESTIGE»	«Eclat d'Arpege»	«Eclat d'Arpege»	«Eclat d'Arpege»
Виробник	ТОВ «Врода Польська», вул. Нецала 9, 00-098 Варшава, Польща.	DONNA KARAN COSMETICS, DIST. NEW YORK, N.Y. 10022 WLB LTD, GU32 3DD, UK WLBS NV, OEVEL BE-2260 MADE IN SWITZERLAND 2J09	АО «ЛА РИВ», Польща, Грудзендз, 86-300, вул. Складова 2-6.	Интерпарфумс, 4 Ронд Поїнт де Шамп-Елізе, 75008, Паріж, Франція.	INTERPARFUMS 4, Rond-Point des Champs-Elysees 75008 PARIS	Не вказано
ТМ	«Bi-es»	«DKNY»	«La Rive»	«LANVIN»	«LANVIN»	«LANVIN»
Нормативний документ	Manufactured according to standart: ISO 22716	Не вказано	Не вказано	Не вказано	Не вказано	Не вказано

Постановка досліджень мав наступний алгоритм:

- ідентифікація парфумів за маркуванням та пакуванням;
- сенсорний аналіз парфумів, що досліджуються;
- визначення якості парфумів за фізико-хімічними показниками;
- визначення компонентного складу парфумів.

2.4 Характеристика методів дослідження

При дослідженні обраних зразків користувалися загально прийнятими методами, користуючись ДСТУ 4710:2006 «Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови», ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия», ГОСТ 29188.0-2014 «Продукция парфюмерно-косметическая. Правила приемки, отбор проб, методы органолептических испытаний», ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции», ДСанПіН 2.2.9.027-99 «Санітарні правила і норми безпеки продукції парфумерно-косметичної промисловості. Державні санітарні правила та норми», Регламент (ЕС) № 1223/2009 COSMETIC PRODUCT SAFETY REPORT «Европейский Союз косметика сертификация, регистрация».

При оцінці якості трьох обраних зразків парфумів пасти було проведено аналіз асортименту за коефіцієнт широтою та глибиною.

Визначення коефіцієнту широти та глибини асортименту обраної групи товарів розраховували за формулами 2.1 та 2.2 відповідно:

1. Коефіцієнт широти (Кш) розраховуємо за формулою:

$$K_{ш} = Шд/Шб, \quad (2.1)$$

де Шд – дійсна широта асортименту;

Шб – базова широта асортименту.

2. Коефіцієнт глибини (Кг) розраховуємо за формулою:

$$K_{г} = Гд/Гб, \quad (2.2)$$

де Гд – дійсна глибина;

Гб – базова глибина.

Для оцінки пакування дослідні зразки перевіряли на відповідність наступних нормативних документів: ДСТУ 4710:2006 «Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови», ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия».

Оцінку повноти маркування перевіряли на відповідність вимогам: ДСТУ 4710:2006 «Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови», ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия», ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции», Регламент (ЕС) № 1223/2009 COSMETIC PRODUCT SAFETY REPORT «Европейский Союз косметика сертификация, регистрация», ДСанПіН 2.2.9.027-99 «Санітарні правила і норми безпеки продукції парфумерно-косметичної промисловості. Державні санітарні правила та норми». Детально вивчали всю зазначену інформацію, перевіряли наявність знаків зображених на упаковці.

Штриховий код перевіряли на відповідність вимогам Кабінету Міністрів України "Про впровадження штрихового кодування товарів" № 576 від 29.05.1996 року зі змінами та доповненнями. Методика визначення штрихового коду EAN-13 заснована на послідовності математичних дій, результат яких має дорівнювати останній контрольній цифрі штрихового кодування.

Спочатку визначили органолептичні показники за допомогою органів чуття згідно з ГОСТ 29188.0-2014 «Продукция парфюмерно-косметическая. Правила приемки, отбор проб, методы органолептических испытаний».

Зразки, відібрані для органолептичного і фізико-хімічного дослідження, повинні оцінюватися відповідно до ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия».

Визначення прозорості. У пробірку з допомогою циліндра наливають від 10 до 20 мл парфумерної рідини. Пробірку закривають пробкою, в яку вставлений термометр (кулька термометра повинен бути повністю занурений в досліджувану рідину). Пробірку з парфумерної рідиною охолоджують сумішшю льоду з сіллю до 5 ° С при аналізі одеколонів і запашних вод і до 3 ° С - духів, парфумерних і туалетних вод, потім виймають з охолоджувальної

суміші, струшують і переглядають у прохідному денному світлі або світлі електричної лампи.

Визначення об'ємної частки етилового спирту. Об'ємну частку етилового спирту парфумерних рідин визначають по масовій частці етилового спирту методом газової хроматографії по ГОСТ 29188.6 з подальшим перерахуванням за алкоголетріческим таблицями.

Визначення суми масових часток запашних речовин. Суму масових часток запашних речовин визначають методом газової хроматографії. Метод заснований на визначенні суми масових часток запашних речовин як різниці між загальним вмістом компонентів парфумерної рідини (етиловий спирт, вода, запашні речовини), прийнятим за 100%, і сумою масових часткою етилового спирту і води, виражених в процентах.

Суму масових часток запашних речовин X_1 % обчислюють за формулою:

$$X_1 = 100 - (X_2 + X_3), \quad (2.4)$$

де X_2 – масова частка етилового спирту, %;

X_3 – масова частка води, %.

X_1 , X_2 , X_3 обчислюють до другого десяткового знака з наступним округленням до першого десяткового знака.

Масову частку етилового спирту X_2 в парфумерної рідини визначають методом газової хроматографії по ГОСТ 29188.6.

Масову частку води X_3 в парфумерної рідини визначають методом газової хроматографії.

Апаратура і реактиви - по ГОСТ 29188.6 з таким доповненням:

- хроматограф газовий з детектором по теплопровідності марки ЛХМ-80 або аналогічний;
- вода дистильована за ГОСТ 6709.

Для підготовки до випробування необхідно приготувати насадки і колонки - по ГОСТ 29188.6 і приготувати проби.

Для визначення відносного каліброваного коефіцієнта K_B готують 2 проби наступним чином: зважують від 0,5 до 1,0 г води в колбі з пришліфованою

пробкою і додають до неї пропіловий спирт в кількості, приблизно в 3 рази перевищує взяту наважку води. Результати зважування в грамах записують до четвертого десяткового знака. Кожну пробу хроматографіюють і знаходять середнє арифметичне з 10 визначень K_B^1 та K_B^2 .

Для визначення масової частки води використовують ту ж пробу, що і для визначення етилового спирту по ГОСТ 29188.6-91.

Проведення випробування - по ГОСТ 29188.6.

Для обробки результатів площа піку на хроматографі вимірюють автоматичним цифровим інтегратором.

Масову частку води X_3 %, обчислюють методом внутрішнього стандарту за формулою:

$$X_1 = \frac{m_{CT} \times S_B \times K_B}{m \times S_{CT}} \times 100, \quad (2.4.1)$$

де m_{CT} – маса внутрішнього стандарту з урахуванням чистоти, г;

S_B - площа піка води;

K_B – відносний калібровочний коефіцієнт;

m – маса аналізуючого зразка, г;

S_{CT} – площа піку внутрішнього стандарту.

Відносний калібровочний коефіцієнт обчислюють за формулою:

$$K_B = \frac{m_B \times S_{CT}}{m_{CT} \times S_B}, \quad (2.4.2)$$

де m_B – маса води, г.

Орієнтовне значення відносного каліброваного коефіцієнта для детектора по теплопровідності - 1,0.

За остаточне значення відносного каліброваного коефіцієнта приймають середньоарифметичне коефіцієнтів розбіжність між якими не повинно перевищувати 0,02.

За остаточний результат випробування приймають середнє арифметичне результатів двох паралельних вимірювань, допустиме розходження між якими не повинно перевищувати 1%; межі відносної похибки вимірювань - $\pm 2,5\%$ при ймовірності $P = 0,95$.

При дослідженні обраних зразків було використано метод газової хроматографії за підтримкою Одеського науково-дослідницького експертно-криміналістичного центру МВС.

Експертна служба МВС України є найбільшою відомчою експертною установою в Державі. У кожному обласному центрі є окремі регіональні підрозділи Експертної служби МВС України – Науково-дослідні експертно-криміналістичні центри. Важливим здобутком Одеського науково-дослідного експертно-криміналістичного центру є отримання, 20 березня 2018 року, атестату про акредитацію відповідно до вимог ДСТУ ISO/IEC 17025:2006, виданого Національним агентством з акредитації України. Центр знаходиться у приміщенні, де створені не тільки належні умови праці співробітникам, але й організовані і забезпечені необхідним сучасним обладнанням спеціальні профільні лабораторії.

Одеським НДЕКЦ МВС був наданий газовий хроматограф «Agilent Technologies 6890N Network GC System». При проведенні дослідження допомагав працівник центру Евштокин Василій Іванович, фотоілюстрації проведення дослідження представлені в додатку 2.

Саме дослідження сумішей у газовому хроматографі виглядає так:

Надходження проби у пристрій введення. Невелика кількість досліджуваної речовини вміщується у пристрій введення за допомогою спеціального дозатора. Тут відбувається випаровування рідких проб з наступним надходженням в хроматографічну колонку.

Поділ суміші на монокомпоненти. Суміш ділиться на окремі елементи при одночасному перебігу процесів сорбції-десорбції речовин між елюентом та нерухомою фазою.

Переміщення в детектор монокомпонентів та газу-носія. Тут відбувається реєстрація речовин, які за своїми фізико-хімічними властивостями відрізняються від газу-носія, та перетворення їх на електричний сигнал.

Посилення електричного сигналу та перетворення його в аналогову напругу. На цьому етапі дані набувають цифрової форми.

Складання хроматограми. Реєстратор (зазвичай це ПК) вибудовує графік залежності сигналу від часу. Цей графік прийнято називати хроматограмою.

Висновки до розділу 2

1. Складена схема послідовності проведення досліджень.
2. Визначення асортиментної структури проводили на базі трьох торговельних мереж м. Одеса: «EVA», «BROCARD», «PROSTOR» та на двох торговельних мереж Австрії: «Müller», «DM». Прайс-лист в Інтернет-магазині «BROCARD» складався з 46 позицій парфумів, що менший за прайс-лист «EVA» на 68, хоча перший згаданий магазин - це спеціалізований магазин косметики, у інтернет-магазині «PROSTOR» дуже малий асортимент духів жіночих, всього представлено 9 позиції духів, які доступні для продажу. Асортимент інтернет-магазину «Müller» є ширшим і має більший ряд ароматів порівняно з асортиментом, представленого в «DM».
3. На підставі проведеного аналізу асортиментної структури обрані об'єкти дослідження.
4. Охарактеризовано методи та методику проведення досліджень

РОЗДІЛ 3

ОЦІНКА ВІДПОВІДНОСТІ ПАРФУМІВ, ЩО ДОСЛІДЖУЮТЬСЯ, НОРМАТИВНИМ ВИМОГАМ

3.1 Аналіз маркування та пакування парфумів

Пакування для парфумів має велике значення, оскільки саме а маркуванням та пакуванням можна виявити фальсифікат. При проведенні ідентифікації дослідних зразків за пакуванням та маркуванням було визначено наступне.

Всі зразки були запаковані в целофанову обгортку, яка міцно і щільно прилягає до картонної коробки. Шов обгортки рівний і з'єднаний термометодом (нагріванням). На шві не стояв круглий або прямокутний штамп, хоча повинен бути.



Рис. 3.1 – Пакування зразка №1 «Vi-es Crystal»

Пакування зразка №1 «Vi-es Crystal» було чисте, без пошкоджень. Колір упаковки рівномірний і насичений. В середині коробки не розміщена додаткова конструкція з картону, яка надійно фіксує флакон і захищає його від пошкоджень. Відсутність такої конструкції свідчить про фальсифікацію. Надписи не стираються, назва без помилок. Слово *parfum* без букви "e" в кінці.

На скло дна флакону наклеєно номерний знак, хоча повинен бути відштампованим. Серійний номер або батч-код відсутні, ще одна ознака фальсифікації. На флаконі присутня цвіль, що є дефектом. Пульверизатор добре закріплений металевим обідком і щільно прилягає до флакона. Він прокручується, не западає при натисканні. Духи рівномірно розпорошуються.



Рис. 3.2 - Пакування зразка № 2 «DKNY BE DELICIOUS fresh blossom»

Пакування зразка № 2 «DKNY BE DELICIOUS fresh blossom» було брудне, але без пошкоджень. Колір упаковки рівномірний і не насичений. В середині коробки розміщена додаткова конструкція з картону, яка надійно фіксує флакон і захищає його від пошкоджень. Надписи не стираються, назва без помилок. Слово *parfum* без букви "e" в кінці. На скло дна флакону наклеєно номерний знак, хоча повинен бути відштампованим. Серійний номер присутній та збігається на коробці і на флаконі. Дефекти: на флаконі присутні зморшки, хаотичні щербини, які нагадають царапіни. Пульверизатор добре закріплений металевим обідком і щільно прилягає до флакона. Він прокручується, не западає при натисканні. Духи рівномірно розпорошуються.



Рис. 3.3 - Пакування зразка № 3 «La Rive PRESTIGE»

Пакування зразка № 3 «La Rive PRESTIGE» було чисте, без пошкоджень. Колір упаковки рівномірний і насичений. В середині коробки розміщена додаткова конструкція з картону, яка надійно фіксує флакон і захищає його від пошкоджень. Надписи не стираються, назва без помилок. Слово *parfum* без букви "e" в кінці. На скло дна флакону наклеєно номерний знак, хоча повинен бути відштампованим. Серійний номер присутній та збігається на коробці і на флаконі. Дефекти: на флаконі присутня цвіль, подряпини біля камінця розміром 1 мм, які хаотично розташовані по всьому флаконі; на ковпачку бульбашки та помітні стики, що з'єднують деталі. Пульверизатор добре закріплений металевим обідком і щільно прилягає до флакона. Він прокручується, не западає при натисканні. Духи рівномірно розпорошуються.

Аналізуючи результати досліджень споживчої тари парфумів, що досліджувались, можна зробити висновок, що пакування відповідає вимогам ТР ТС 009/2011 «Про безпеку парфумерно-косметичної продукції».

Результати ідентифікації парфумів маркування та пакування наведені у таблиці 3.1

Таблиця 3.1 - Результати ідентифікації парфумів за маркуванням

№	Показники	Зразок № 1	Зразок № 2	Зразок № 3
1	Найменування, назва (за наявності) парфюмерно-косметичної продукції	«Bi-es Crystal».	«DKNY BE DELICIOUS fresh blossom»	«La Rive PRESTIGE».
2	Призначення парфюмерно-косметичної продукції, якщо це не впливає з назви продукції	Виключно для зовнішнього використання.	---	---
3	Найменування виробника та його місцезнаходження (юридична адреса, включаючи країну)	ТОВ «Врода Польська», вул. Нецала 9, 00-098 Варшава, Польща.	Швейцарія.	АО «ЛА РИВ», Польща, Грудзендз, 86-300, вул. Складова 2-6.
4	Найменування та місце знаходження організації (юридична адреса), уповноваженої виробником на прийняття претензій від споживача	ТОВ «БІ-ЕС Україна», 79019, м. Львів, вул. Б. Хмельницького, 121.	Зроблено в Швейцарії.	Офіційний імпортер в Україні ПП «Гранд імпорт», Прізд Юрія Козловського 7/1 м. Хмельницький 29016.
5	Номінальна кількість продукції в споживчій тарі (обсяг, і (або) маса, і (або) штуки)	15 мл.	50 мл.	75 мл.
6	Термін придатності вказується одним із таких способів: "Годен до ..." (дата); "Використовувати до ..." (дата); "Дата виготовлення ..." (дата), та ін	48 міс. Від дати виробництва. Дата виробництва збігається з номером партії (перші шість цифр): рік/місяць/число. 191118 1913/19.	BA9 19 332	19088B EXP 03/2024.

7	Опис умов зберігання в разі, якщо ці умови відрізняються від стандартних	Зберігати при t не нижче ніж +5 ° C та не вище +25 ° C.	---	---
8	Особливі застережні заходи (при необхідності) при застосуванні продукції, в тому числі інформація про попередження	---	---	Не застосовувати в харчових цілях. Небезпечно! Березти від дітей. Уникати попадання в очі і на пошкоджені ділянки шкіри. Вогнєнебезпечно.
9	Склад.	Спирт денатурат 80%, вода, парфум, композиція. Alcohol Denat., Parfum, Aqua, Benzul salicylate, Citral, Citronellol, Coumarin, Geraniol, Butylphenyl methylpropional, Limonene, Linalool, CI 60730. 0.5 fl.oz. 80 % vol.	Alcohol Denat., Aqua, Parfum, Butylphenyl methylpropional, Ethylhexyl methoxycinnamate, Ethylhexyl salicylate, Tetrasodium edta, Linalool, Hydroxycitronellal, Geraniol, Citronellol, Isoeugenol, Limonene, Citral, Red 4 (CI 14700), Red 33 (CI 17200) <ILN35068>	Alcohol Denat., Parfum, Aqua, Diethylhexyl syringylidenemalonate, Caprylic/capric triglyceride, Benzyl benzoate, Benzyl salicylate, Cinnamyl alcohol, Citral, Citronellol, Eugenol, Farnesol, Geraniol, Hydroxycitronellal, Limonene, Linalool, Alpha-isomethyl ionone, CI 19140, CI 16255.

Аналізуючи проведену ідентифікацію парф'їмів за маркуванням можна зробити висновок про не відповідність вимогам пункту 9 «Вимоги до маркування парфумерно-косметичної продукції» ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфумерно-косметической продукции», а саме маркування зразка № 1 за відсутністю інформації про особливі застережні заходи. Так само в зразку № 2 в якому не зазначено умов зберігання та інформації про особливі застережні заходи. В зразку № 3 не зазначено умови зберігання. В складі зразків № 1 та 3 зазначена заборонена речовина «Geraniol», в зразку № 2 також наявна заборонена речовина «Cinnamyl alcohol» згідно Додатку 1 «ПЕРЕЛІК речовин, заборонених для використання у парфумерно-косметичній продукції згідно ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфумерно-косметической продукции»».

Таблиця 3.2 - Дані інформаційних знаків маркування

Зразок 1 «Bi-es Crystal»	
Зображення	Характеристика
	<p>e Вага нетто (вага товару без упаковки), якщо поряд вказано число в рамці, воно означає вагу брутто (вага товару з упаковкою).</p> <p>EAC Євразійська відповідність.</p> <p> Знак "Термін придатності товару після відкриття упаковки". У більшості випадків зустрічається на кремах, гелях, тоніках і антиперспіранти. Поруч ставлять число і букву М, що означає число місяців.</p> <p>GMP (Good Manufacturing Practice або Належна Виробнича Практика) - це частина системи управління якістю на підприємстві, яка гарантує, що лікарські засоби постійно виробляються і контролюються відповідно до стандартів якості, які відповідають призначенню лікарських засобів, а також з вимогами реєстраційного досьє, досьє досліджуваного лікарського засоби для клінічних випробувань або специфікації на таку продукцію.</p>

Зразок 2 «DKNY BE DELICIOUS fresh blossom»



Вогнебезпечно!



"Зелена точка" - знак ставиться на товарах виробництва фірм, які фінансують програму переробки відходів "Eco Emballage" ("Екологічна Упаковка") і включені в її систему утилізації.

Зразок № 3 «La Rive PRESTIGE»



Каже про ймовірність нанесення шкоди організму людини при контакті з їжею. Зазвичай вказується знак на нехарчової пластиці.



Наноситься виключно на косметичний виріб і ознайомлює про те, що тара відповідає виду виробу.






"Зелена точка" - знак ставиться на товарах виробництва фірм, які фінансують програму переробки відходів "Eco Emballage" ("Екологічна Упаковка") і включені в її систему утилізації.



Міжнародний символ вторинної переробки (стрічка Мебіуса) означає використання вдруге переробленої продукції для виробництва упаковки.



Євразійська відповідність.

	 <p>Вогнебезпечно!</p> <p>«Не смітите!» Він означає, що упаковку цього товару рекомендують викинути в урну.</p>  <p>Знак "Термін придатності товару після відкриття упаковки". У більшості випадків зустрічається на кремах, гелях, тоніках і антиперспіранти. Поруч ставлять число і букву М, що означає число місяців.</p>  <p>Знак визнання Канадою, продукції з Польщі.</p>
--	---

На коробках зразків № 1 та 3 були наявні всі пункти обов'язкових інформаційних знаків, слід відмітити, що на зразку № 2 наявність даних знаків мінімальна.

3.2 Сенсорний аналіз парфумерних рідин, що реалізуються у м. Одеса

Згідно ГОСТ ISO 5492-2005 Сенсорний аналіз (sensory analysis): аналіз за допомогою органів почуттів (високоспецифічних рецепторних органів), що забезпечують організму отримання інформації про навколишнє середовище за допомогою зору, слуху, нюху, смаку, дотику, вестибулярної рецепції і інтерорецепція.

Органолептичний аналіз (organoleptic analysis): сенсорний аналіз продуктів, смакових і ароматичних речовин за допомогою нюху, смаку, зору, дотику і слуху. Термін не є синонімом сенсорного аналізу, його значення має обмеження по об'єкту дослідження і числу органів почуттів.

Термін «органолептичний» походить від грецьких слів «organon» (знаряддя, інструмент, орган) і «lepticos» (схильний брати або приймати) і означає «виявляється за допомогою органів почуттів». Термін «сенсорний» також означає «відчуває» і походить від латинського слова «sensus» (почуття,

відчуття). У зарубіжній літературі переважно поширений термін «сенсорний». Одне з тлумачень англійського слова «sense» означає «почуття».

Випробувач (експерт, дегустатор): Особа в складі групи, яка притягається для органолептичного аналізу (оцінки).

Лідер групи випробувачів: Особа, яка є керівником групи випробувачів і наділене керівництвом лабораторії відповідними повноваженнями і відповідальністю.

Групу випробувачів допускається називати "експертною групою". Існує також термін "панель" (panele), проте його застосування не рекомендується.

Об'єкт органолептичного аналізу (оцінки): Їстівне або неїстівне речовина або природне утворення, виріб або матеріал, характеристики якого визначаються методами органолептичного аналізу (оцінки).

Прикладами об'єктів органолептичного аналізу (оцінки) є:

- парфюмерно-косметична продукція, товари побутової хімії, сировина для їх виробництва (в області визначення зовнішнього вигляду, кольору і запаху);

- парфумерні композиції та віддушки, сировина для їх виробництва (в області визначення зовнішнього вигляду, кольору і запаху);

Зовнішній вигляд об'єкта органолептичного аналізу (оцінки): Сукупність ідентифікаційних властивостей (характеристик) продукції, що оцінюються випробувачем (експертом, дегустатором) за допомогою органів зору.

До характеристик зовнішнього вигляду продукції відносять такі властивості (характеристики) продукції, як колір, форма, прозорість, наявність сторонніх включень (часток), наявність зовнішніх і внутрішніх неоднорідностей (структур зростання, тріщин), блиск, характер світіння при ультрафіолетовому освітленні і т.п .

Стимул: Фактор, характерний для об'єкта органолептичної оцінки, що викликає реакцію одного або декількох органів почуттів людини.

Поріг сприйняття: Мінімальне значення стимулу, необхідне для виникнення відчуття.

Загальні вимоги до персоналу викладені в ГОСТ ISO / IEC 17025 (підрозділ 5.2).

Персонал, який виконує органолептичний аналіз (оцінку) в лабораторії, повинен складатися з лідера групи випробувачів і випробувачів. Випробувачі (експерти, дегустатори) можуть бути як штатними співробітниками лабораторії, так і позаштатними, які працюють за договором на виконання робіт певного виду.

Лідером групи може бути особа, яка має практичний досвід роботи у виконанні органолептичного аналізу (оцінки) не менше двох років. Лідер групи несе відповідальність за вибір методів органолептичного аналізу (оцінки), підготовку проб для органолептичного аналізу (оцінки), реєстрацію результатів органолептичного аналізу (оцінки), підготовку та перевірку випробувачів, вирішення спірних ситуацій за результатами органолептичного аналізу (оцінки).

До проведення органолептичного аналізу (оцінки) допускають випробувачів, що мають фізичні можливості для його проведення, які пройшли спеціальну підготовку в зазначеній галузі, перевірку теоретичних знань і практичних умінь в області органолептичного аналізу (оцінки).

Сприйняття запаху людиною суб'єктивно при оцінці приємного і непрічного, встановлення подібності між запахами. Чутливість нюху залежить від багатьох факторів: психологічного і фізіологічного стану, концентрації пахучої речовини, тривалості його впливу, зовнішніх умов і т.п. Чутливість нюху швидко притупляється, якщо якась речовина тривало впливає на рецепторні клітки, але це стомлення специфічне тільки для даної речовини. До інших речовин можуть бути дуже чутливі. Деякі люди або зовсім позбавлені нюху, або здатні відчувати запах одних речовин, але не чують запах інших.

Комплекс пахучих речовин запаху харчових продуктів складається з великого числа компонентів, що належать різним класам речовин. До них відносяться ефірні масла, в склад яких входять терпеноїди і монотерпеноїди, а також леткі

кислоти, альдегіди, спирти, складні ефіри, феноли містять ефірні масла, продукти розпаду білків, жирів, меланоїдіни.

Перед початком проведення органолептичної оцінки якості ретельно і детально вивчили вимоги до органолептичних показників, які наведені у стандартах міжнародного та регіонального рівнів. При оцінці органолептичних показників методи дослідження направлені на визначення зовнішнього вигляду, кольору, запаху та стійкість запаху у годинах. Результати досліджень наведені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 - Органолептична оцінка якості

Показники	Зразок №1 «Bi-es Crystal»	Зразок №2 «DKNY BE DELICIOUS fresh blossom»	Зразок №3 «La Rive PRESTIGE»	Вимоги ДСТУ 4710:2006	Вимоги ГОСТ 31678-2012	Вимоги ТР ТС 009/2011
Зовнішній вигляд.	Відповідає.	Відповідає.	Відповідає.	Прозора рідина. Допустима наявність поодиноких волокон.	Прозора рідина.	Не нормується
Колір.	Без кольору.	Рожевого кольору.	Жовтого кольору.	Властивий кольору, встановленому у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви.	Властивий кольору, встановленому у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви.	Не нормується
Запах.	Нагадує квіти, трохи солодкий, відчувається запах мила.	Солодкий, відчувається аромат цитрусу.	Нагадує апельсин, трохи солодкий.	Властивий запаху, встановленому у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви.	Властивий запаху, встановленому у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви.	Не нормується
Стійкість запаху, год, не менше ніж.	Через 15 хвилин наступила «нота серця». Інтенсивність основної фази та тривалість – 35 годин. Залишкова нота – 5 години.	Через 15 хвилин наступила «нота серця». Інтенсивність основної фази та тривалість – 35 годин. Залишкова нота – 3 години.	Через 15 хвилин наступила «нота серця». Інтенсивність основної фази та тривалість – 40 годин. Залишкова нота – 5 години.	60	50	Не нормується

При перевірці органолептичних показників на відповідність вимогам нормативних документів встановили, що Зразок № 1-3 відповідають вимогам ДСТУ 4710:2006 та не суперечать вимогам міжнародного стандарту. Всі зразки були різними за сенсорними відчуттями, опис ароматів наведен в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 - Стадії розкриття аромату

№	Стадії запахів	Зразок №1 «Vibes Crystal»	Зразок №2 «La Rive PRESTIGE»	Зразок 3 «DKNY BE DELICIOUS fresh blossom»
1	Початкова нота	Цитрус, яблуко, галбана.	Чорної смородина, бергамот, мандарин, нефеліума.	Абрикос, грейпфрут, чорна смородина.
2	Нота серця	Троянда, жасмин і конвалія.	Жасмин, помаранчевий квіт, пачулі, троянда.	Букет конвалії, троянди і крихкого жасмину.
3	Кінцева нота	Кедрове дерево, бобів тонка, бурштин та ваніль, мускус.	Мускус та сандалове дерево.	Деревина яблуко.

Для більш розширених висновків щодо органолептичних властивостей парфумерно-косметичних виробів «Духи жіночі» використали профільний метод. Використовуючи цей метод можна одержати повний якісний опис та кількісний вимір інтенсивності окремих властивостей виробу.

3.3 Фізико-хімічна оцінка відповідності парфумів, що досліджуються

Перед початком проведення оцінки якості парфумів за фізико-хімічними показниками ретельно і детально вивчили вимоги до цих показників, які наведенні у стандартах міжнародного та національного рівнів. При оцінці фізико-хімічних показників методи дослідження направленні на визначення прозорості, об'ємної частки етилового спирту, об'ємної частки запашних речовин. Результати досліджень наведені в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 - Фізико-хімічна оцінка якості

№	Показники	Зразок №1 «Vi-es Crystal»	Зразок №2 «La Rive PRESTIG»	Зразок №3 «DKNY BE DELICIOUS fresh blossom»	Вимоги ДСТУ 4710:2006	Вимоги ГОСТ 31678- 2012	Вимоги ТР ТС 009/2011
1	Прозорість	Помутніння відсутні	Помутніння відсутні	Помутніння відсутні	+3	+3	Не нормується
2	Об'ємна частка етилового спирту, % не менше ніж	85 %	80 %	75 %	70,0	85,0	Не нормується
3	Об'ємна частка запашних речовин, % не менше ніж	5 %	10 %	15 %	15,0	10,0	Не нормується

Згідно ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» не визначаються мікробіологічні показники для парфюмерно-косметичної продукції з мікробіологічно низьким ризиком, в тому числі для парфюмерно-косметичної продукції, що містить етиловий спирт і (або) органічні розчинники в концентрації більше 20 % за обсягом, використовуваної без розведення.

Для парфюмерно-косметичної продукції, зазначеної в додатку 6, значення водневого показника (рН) має відповідати нормі, встановленої в цьому додатку. Не регламентуються вимоги до значення водневого показника (рН) парфюмерно-косметичної продукції: продукція парфюмерна (тверда, суха, рідка).

Газова хроматографія виявила такі речовини в компонентному складі парфумів:

Зразок No 1 Alcohol Denat., Parfum, Aqua, Benzul salicylate, Citral, Citronellol, Coumarin, Geraniol, Butylphenyl methylpropional, Limonene, Linalool, CI 60730 та інші.

Зразок No 2 Alcohol Denat., Aqua, Parfum, Butylphenyl methylpropional, Ethylhexyl methoxycinnamate, Ethylhexyl salicylate, Tetrasodium edta, Linalool, Hydroxycitronellal, Geraniol, Citronellol, Isoeugenol, Limonene, Citral, CI 14700, CI 17200 та інші.

Зразок No 3 Alcohol Denat., Parfum, Aqua, Diethylhexyl syringylidenemalonate, Caprylic/capric triglyceride, Benzyl benzoate, Benzyl salicylate, Cinnamyl alcohol, Citral, Citronellol, Eugenol, Farnesol, Geraniol, Hydroxycitronellal, Limonene, Linalool, Alphaisomethyl ionone, CI 19140, CI 16255 та інші.

При оцінці якості фізико-хімічних показників з'ясували, що більшість показників не нормуються та не визначаються ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции». За прозорістю та об'ємною часткою етилового спирту всі зразки відповідають вимогам нормативних документів. За об'ємною часткою

запашних речовин зразок No 1 не відповідає вимогам ДСТУ 4710:2006 «Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови», ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия», також було виявлено компонентний склад, який виявив, що норма об'ємної частки спирту був більший на 5 % від норми.

3.4 Комплексна оцінка якості

Також не менш важливим критерієм для порівняльної характеристики зразків є розрахунок комплексного показника якості.

Для даного методу оцінювання якості було залучено 6 експертів-студентів Одеської національної академії харчових технологій групи ТТП(с)-45, які визначали найбільш вагомі показники якості парфумерних виробів.

Першим кроком для цього було ранжування показників якості, яке проводилося за баловою шкалою, яка представлена в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 - Ранжування показників якості парфумованої води

Показники якості	Оцінки експертів						Коефіцієнт вагомості, к
	I	II	III	IV	V	VI	
Зовнішній вигляд	1	3	3	1	1	1	0.28
Запах	5	5	5	5	3	5	0.13
Стійкість запаху	4	4	4	4	5	4	0.16
Вміст спирту	2	1	2	3	2	2	0.31
Подразнювальна дія	3	2	1	2	4	3	0.12

Отримавши результати коефіцієнтів вагомості, з таблиці можна визначити, що найбільш вагомим є показник якості запаху, найменш – зовнішній вигляд.

Отримавши результати коефіцієнтів вагомості, з таблиці можна визначити, що найбільш вагомим є показник якості запаху, найменш – зовнішній вигляд.

Далі необхідно скласти балову шкалу для кожного показника окремо. Це можна зафіксувати у вигляді таблиці 3.7.

Таблиця 3.7 - Балова шкала для оцінки показників якості парфумованих вод

Бали	Показники				
	Стійкість, год.	Вміст спирту, %	Подразнювальна дія	Запах	Зовнішній вигляд
5	більше 50	вище 75	не викликає жодних подразнень	Яскраво виражені всі три ноти запахів	Рідина повністю прозора
4	50	75	Подразнення відсутні	Можна визначити тип запаху	Рідина достатньо прозора
3	45-49	70-74	Викликає часті подразнення	Частково розкриває аромат	Наявна каламуть
2	40-45	65-69	Подразнення завдають шкоду для організму	Має запахи	Рідина частково прозора
1	до 40	менше 65	Повністю подразнює шкіру, несе небезпеку для здоров'я	Неприємний, сторонній аромат	Рідина сторонні домішки

Наступним етапом є проведення вже комплексної оцінки трьох зразків парфумних вод (табл. 3.8).

Розраховавши комплексний показник для кожного зразка, потрібно визначити до якої групи якості належить кожен з них. Відповідно оцінюється таким чином: 0,6 – 0,8 (середня якість), 0,8 – 0,9 (висока якість) і вище 0,9 – відмінна якість.

Таблиця 3.8 - Комплексна оцінка якості парфумованих вод

Показники	К	Зразок №1 «Vi-es Crystal»				Зразок №2 «La Rive PRESTIG				Зразок №3 «DKNY BE DELICIOUS fresh blossom»			
		фак. знач	відн. Знач	К	Комплексний показник=0,91	фак. знач	відн. знач	К	Комплексний показник = 0,77	фак. Знач	відн. Знач	К	Комплексний показник =0,74
1.Стойкість запаху	0,28	4	0,8	0,22		4	0,8	0,22		3	0,6	0,17	
2.Вміст спирту	0,13	4	0,8	0,10		4	0,8	0,10		4	0,8	0,10	
3.Подразнювальна дія	0,16	5	1	0,16		5	1	0,16		5	1	0,16	
4.Запах	0,31	5	1	0,31		3	0,6	0,19		3	0,6	0,19	
5.Зовнішній Вигляд	0,12	5	1	0,12		4	0,8	0,10		5	1	0,12	

За даними таблиці лише зразок № 1 належить до відмінної якості, оскільки комплексний показник становить 0,91. Зразки № 2 і 3 відносяться до середньої якості, що становлять 0,77 і 0,74 відповідно.

Висновок до розділу 3

1. Результати досліджень споживчої тари парфумів свідчать, що пакування відповідає вимогам ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфумерно-косметической продукции». Ідентифікація парфумів за маркуванням свідчить про невідповідність вимогам пункту 9 «Вимоги до маркування парфумерно-косметичної продукції» ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфумерно-косметической продукции», а саме маркування зразка № 1 за відсутністю інформації про особливі застережні заходи. Так само в зразку № 2, в якому не зазначено умов зберігання та інформації про особливі застережні заходи. В зразку № 3 не зазначено умови зберігання. В складі зразків № 1 та 3 зазначена заборонена речовина «Geraniol», в зразку № 2 також наявна заборонена речовина «Cinnamyl alcohol» згідно Додатку 1 «ПЕРЕЛІК речовин, заборонених

для використання у парфумерно-косметичній продукції згідно ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфумерно-косметической продукции». На коробках зразків № 1 та 3 були наявні всі пункти обов'язкових інформаційних знаків, слід відмітити, що на зразку № 2 наявність даних знаків мінімальна.

2. При перевірці органолептичних показників якості на відповідність вимогам нормативних документів встановили, що Зразок № 1-3 відповідають вимогам ДСТУ 4710:2006.

При оцінці якості фізико-хімічних показників з'ясували, що більшість показників не нормуються та не визначаються ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфумерно-косметической продукции». За прозорістю та об'ємною часткою етилового спирту всі зразки відповідають вимогам нормативних документів. За об'ємною часткою запашних речовин зразок № 1 не відповідає вимогам ДСТУ 4710:2006 «Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови», ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия», також було виявлено компонентний склад, який виявив, що норма об'ємної частки спирту був більший на 5 % від норми.

3. Комплексна оцінка якості виявила, що зразок № 1 належить до відмінної якості, оскільки комплексний показник становить 0,91. Зразки № 2 і 3 відносяться до середньої якості, що становлять 0,77 і 0,74 відповідно.

РОЗДІЛ 4

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ КОМПОНЕНТНОГО СКЛАДУ НА ЯКІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПАРФУМІВ

4.1 Оцінювання пакування та маркування однойменних парфумів, що реалізуються в різних країнах

Пакування для парфумів має велике значення, оскільки саме а маркуванням та пакуванням можна виявити фальсифікат. При проведенні ідентифікації дослідних зразків за пакуванням та маркуванням було визначено наступне.

Всі зразки були запаковані в целофанову обгортку, яка міцно і щільно прилягає до пластикової коробки. Шов обгортки рівний і з'єднаний термометодом (нагріванням). На шві не стояв круглий або прямокутний штамп, хоча повинен бути.

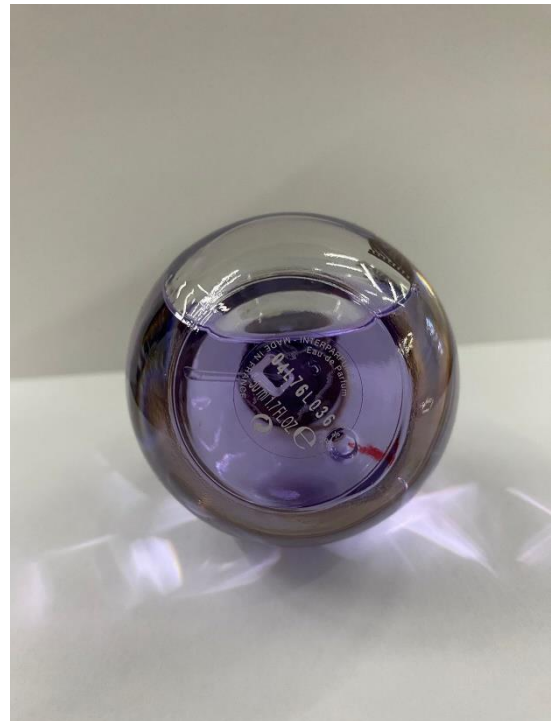


Рис. 4.1 - Пакування зразка № 4 «LANVIN Eclat d'Arpege»

Пакування зразка № 4 «LANVIN Eclat d'Arpege» було чисте, без пошкоджень. Колір пластикового футляру рівномірний і насичений. В середині коробки розміщена додаткова конструкція з пластику, яка надійно фіксує флакон і захищає його від пошкоджень. Надписи не стираються, назва без помилок. Слово *parfum* без букви "e" в кінці. На скло дна флакону наклеєно номерний знак, хоча повинен бути відштампованим. Серійний номер присутній та збігається на коробці і на флаконі. Дефекти: подряпини хаотично розташовані по всьому флаконі, які виникли в процесі дослідження. Пульверизатор добре закріплений металевим обідком і щільно прилягає до флакона. Він прокручується, не западає при натисканні. Духи рівномірно розпорошуються.



Рис. 4.2 - Пакування зразка № 5 «LANVIN Eclat d'Arpege»

Пакування зразка № 5 «LANVIN Eclat d'Arpege» було чисте, без пошкоджень. Колір пластикового футляру рівномірний і насичений. В середині коробки розміщена додаткова конструкція з пластику, яка надійно фіксує флакон і захищає його від пошкоджень. Надписи не стираються, назва без помилок. Слово *parfum* без букви "e" в кінці. На скло дна флакону наклеєно номерний знак, хоча повинен бути відштампованим. Серійний номер присутній та збігається на

коробці і на флаконі. Дефекти: подряпини, хаотично розташовані по всьому флаконі, які виникли в процесі дослідження. Пульверизатор добре закріплений металевим обідком і щільно прилягає до флакона. Він прокручується, не западає при натисканні. Духи рівномірно розпорошуються.

Пакування зразка № 6 «LANVIN Eclat d'Arpege» відсутнє. Колір пластикового флакону чистий, рівномірний і насичений, без пошкоджень. На флаконі присутня наліпка в якій зазначено сайт продавця, Eau De Parfum та номінальний об'єм. Пульверизатор зроблен з пластику. Більш детально ідентифікувати парфум не можливо, так як даний виріб відноситься до розливної парфумерії.

Аналізуючи результати досліджень споживчої тари парфумів, що досліджувались, можна зробити висновок, що пакування відповідає вимогам ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».

Результати ідентифікації парфумів за маркуванням наведені у таблиці 4.1

Таблиця 4.1 - Результати ідентифікації парфумів за маркуванням

№	Показники	Зразок № 4	Зразок № 5
1	Найменування, назва (за наявності) парфюмерно-косметичної продукції	«LANVIN Eclat d'Arpege»	«LANVIN Eclat d'Arpege»
2	Призначення парфюмерно-косметичної продукції, якщо це не впливає з назви продукції	Наносити на зовнішні частини тіла. Тільки для зовнішнього використання.	---
3	Найменування виробника та його місцезнаходження (юридична адреса, включаючи країну)	Интерпарфумс, 4 Ронд Поїнт де Шамп-Елізе, 75008, Паріж, Франція.	INTERPARFUMS 4, Rond-Point des Champs-Elysees 75008 PARIS
4	Найменування та місце знаходження організації (юридична адреса), уповноваженої виробником на прийняття претензій від споживача	ТОВ «РУШ»: 49101 м. Дніпро, вул. Володимира Антоновича, будинок 6.	---
5	Номінальна кількість продукції в споживчій тарі (обсяг, і (або) маса, і (або) штуки)	50 мл.	30 мл.

6	Термін придатності вказується одним із таких способів: "Годен до ..." (дата); "Використовувати до ..." (дата); "Дата виготовлення ..." (дата), та ін	02.2026	---
7	Опис умов зберігання в разі, якщо ці умови відрізняються від стандартних	Зберігати при t від +6 °C до +25 °C, відносній вологості 55-70 %.	---
8	Особливі застережні заходи (при необхідності) при застосуванні продукції, в тому числі інформація про попередження	Не розпилювати поблизу полум'я, запобігати попаданню в очі та не подразнену шкіру. Берегти від дітей.	---
9	Склад.	Етиловий спирт 78 %, дистильована вода, ароматична композиція. Alcohol denat, (SD Alcohol 39-C), Parfum (Fragrance), Aqua (Water), Limonene, BHT, Ethylhexyl methoxycinnamate, Ethylhexyl salicylate, Butyl methoxydibenzoylmethane, Citral, CI 60730 (EXT. Violet 2), CI 17200 (RED 33). 78 % VOL – REF. JLB30604	Alcohol denat, (SD Alcohol 39-C), Parfum (Fragrance), Aqua (Water), Limonene, BHT, Ethylhexyl methoxycinnamate, Ethylhexyl salicylate, Butyl methoxydibenzoylmethane, Citral, CI 60730 (EXT. Violet 2), CI 17200 (RED 33). 78 % VOL – REF. JLB30604

Аналізуючи проведену ідентифікацію парф'їмів за маркуванням можна зробити висновок, що маркування зразка № 4 (з України) повністю відповідає вимогам нормативно технічних документів. В зразку № 5 (з Австрії) відсутні термін придатності, умови зберігання та інформацію про особливі застережні заходи. Зразок № 6 не можливо ідентифікувати за маркуванням, оскільки даний виріб відноситься до розливної парфумерії, але на флаконі присутня номінальна кількість: 30 мл.

З інформаційних знаків на зразку № 4 та 5 присутня: "Зелена точка"- знак ставиться на товарах виробництва фірм, які фінансують програму переробки

відходів "Eco Emballage" ("Екологічна Упаковка") і включені в її систему утилізації; Вага нетто.

4.2 Порівняльна сенсорна оцінка однойменних парфумів

Згідно ГОСТ ISO 5492-2005 Сенсорний аналіз (sensory analysis): аналіз за допомогою органів почуттів (високоспецифічних рецепторних органів), що забезпечують організму отримання інформації про навколишнє середовище за допомогою зору, слуху, нюху, смаку, дотику, вестибулярної рецепції і інтерорецепція.

Органолептичний аналіз (organoleptic analysis): сенсорний аналіз продуктів, смакових і ароматичних речовин за допомогою нюху, смаку, зору, дотику і слуху. Термін не є синонімом сенсорного аналізу, його значення має обмеження по об'єкту дослідження і числу органів почуттів.

Термін «органолептичний» походить від грецьких слів «organon» (знаряддя, інструмент, орган) і «lepticos» (схильний брати або приймати) і означає «виявляється за допомогою органів почуттів». Термін «сенсорний» також означає «відчуває» і походить від латинського слова «sensus» (почуття, відчуття). У зарубіжній літературі переважно поширений термін «сенсорний». Одне з тлумачень англійського слова «sense» означає «почуття».

Випробувач (експерт, дегустатор): Особа в складі групи, яка притягається для органолептичного аналізу (оцінки).

Лідер групи випробувачів: Особа, яка є керівником групи випробувачів і наділене керівництвом лабораторії відповідними повноваженнями і відповідальністю.

Групу випробувачів допускається називати "експертною групою". Існує також термін "панель" (panele), проте його застосування не рекомендується.

Об'єкт органолептичного аналізу (оцінки): Їстівне або неїстівне речовина або природне утворення, виріб або матеріал, характеристики якого визначаються методами органолептичної аналізу (оцінки).

Прикладами об'єктів органолептичного аналізу (оцінки) є:

- парфюмерно-косметична продукція, товари побутової хімії, сировина для їх виробництва (в області визначення зовнішнього вигляду, кольору і запаху);

- парфюмерні композиції та віддушки, сировина для їх виробництва (в області визначення зовнішнього вигляду, кольору і запаху);

Зовнішній вигляд об'єкта органолептичного аналізу (оцінки): Сукупність ідентифікаційних властивостей (характеристик) продукції, що оцінюються випробувачем (експертом, дегустатором) за допомогою органів зору.

До характеристик зовнішнього вигляду продукції відносять такі властивості (характеристики) продукції, як колір, форма, прозорість, наявність сторонніх включень (часток), наявність зовнішніх і внутрішніх неоднорідностей (структур зростання, тріщин), блиск, характер світіння при ультрафіолетовому освітленні і т.п .

Стимул: Фактор, характерний для об'єкта органолептичної оцінки, що викликає реакцію одного або декількох органів почуттів людини.

Поріг сприйняття: Мінімальне значення стимулу, необхідне для виникнення відчуття.

Загальні вимоги до персоналу викладені в ГОСТ ISO / IEC 17025 (підрозділ 5.2).

Персонал, який виконує органолептичний аналіз (оцінку) в лабораторії, повинен складатися з лідера групи випробувачів і випробувачів. Випробувачі (експерти, дегустатори) можуть бути як штатними співробітниками лабораторії, так і позаштатними, які працюють за договором на виконання робіт певного виду.

Лідером групи може бути особа, яка має практичний досвід роботи у виконанні органолептичного аналізу (оцінки) не менше двох років. Лідер групи несе відповідальність за вибір методів органолептичного аналізу (оцінки), підготовку проб для органолептичного аналізу (оцінки), реєстрацію результатів органолептичного аналізу (оцінки), підготовку та перевірку випробувачів, вирішення спірних ситуацій за результатами органолептичного аналізу (оцінки).

До проведення органолептичного аналізу (оцінки) допускають випробувачів, що мають фізичні можливості для його проведення, які пройшли спеціальну підготовку в зазначеній галузі, перевірку теоретичних знань і практичних умінь в області органолептичного аналізу (оцінки).

Сприйняття запаху людиною суб'єктивно при оцінці приємного і непрічного, встановлення подібності між запахами. Чутливість нюху залежить від багатьох факторів: психологічного і фізіологічного стану, концентрації пахучої речовини, тривалості його впливу, зовнішніх умов і т.п. Чутливість нюху швидко притупляється, якщо якась речовина тривало впливала на рецепторні клітки, але це стомлення специфічне тільки для даної речовини. До інших речовин можуть бути дуже чутливі. Деякі люди або зовсім позбавлені нюху, або здатні відчувати запах одних речовин, але не чують запах інших.

Комплекс пахучих речовин запаху харчових продуктів складається з великого числа компонентів, що належать до різних класів речовин. До них відносяться ефірні масла, в склад яких входять терпеноїди і монотерпеноїди, вуглеводи, циклотерпеноїди, їх кислородні похідні, а також леткі кислоти, альдегіди, спирти, складні ефіри, феноли містять ефірні масла, продукти розпаду білків, жирів, меланоїдин.

Перед початком проведення органолептичної оцінки якості ретельно і детально вивчили вимоги до органолептичних показників, які наведені у стандартах міжнародного та регіонального рівнів. При оцінці органолептичних показників методи дослідження направлені на визначення зовнішнього вигляду, кольору, запаху та стійкості запаху у годинах. Результати досліджень наведені в таблиці 4.2.

Таблиця 4.2 – Порівняльна сенсорна оцінка онойменних парфумів

Показник	Зразок № 4 «LANVIN Eclat d'Arpege»	Зразок № 5 «LANVIN Eclat d'Arpege»	Зразок № 6 «LANVIN Eclat d'Arpege»	Вимоги ДСТУ 4710:2006	Вимоги ГОСТ 31678-2012	Вимоги ТР ТС 009/2011
Зовнішній вигляд.	Відповідає.	Відповідає.	Відповідає.	Прозора рідина. Допустима наявність поодиноких волокон.	Прозора рідина.	Не нормується
Колір.	Блідо бузковий.	Блідо бузковий.	Без кольору.	Властивий кольору, встановлено му у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви.	Властивий кольору, встановлено му у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви.	Не нормується
Запах.	Свіжий, нагадує квіти.	Нагадує квіти.	Нагадує мило або пральний засіб.	Властивий запаху, встановлено му у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви.	Властивий запаху, встановлено му у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви.	Не нормується
Стійкість запаху, год, не менше ніж.	Через 15 хвилин наступила «нота серця». Інтенсивність основної фази та тривалість – 35 годин. Залишкова нота – 5 години.	Через 15 хвилин наступила «нота серця». Інтенсивність основної фази та тривалість – 35 годин. Залишкова нота – 5 години.	Через 15 хвилин наступила «нота серця». Інтенсивність основної фази та тривалість – 35 годин. Залишкова нота – 5 години.	60	50	Не нормується

При перевірці органолептичних показників якості на відповідність вимогам нормативних документів встановили, що Зразок № 4-6 відповідають вимогам ДСТУ 4710:2006 та не суперечать вимогам міжнародного стандарту. Всі зразки були різними за сенсорними відчуттями.

Опис ароматів:

1. Початкова нота – зелений, свіжий, квітковий.

2. Нота серця – амбра, зелений бузок, мускус.
3. Кінцева нота – кедр, китайський османтус, птігрейн.

4.3 Ідентифікаційна хроматографічна оцінка однойменних парфумів за компонентним складом

З метою виявлення речовин з хроматографічною рухливістю, які входять до складу об'єктів дослідження, проводили дослідження хроматомас-спектрометричним методом [55].

Рідини зразків відбирались автосамплером безпосередньо з наданих флаконів та поміщали у віали на 2 мл, які поміщали в прилад автосамплеру.

Досліджували зразки на хроматомас-спектрометрі при наступних умовах: прилад – Agilent 6890 Inert GC System, капілярна колонка – HP-5MS, довжина – 30м, діаметр – 0,25мм, фаза – 0,25мкм, газ-носії – гелій. постійний потік – 1,0мл/хв, режим вводу – автосамплер 7683В, Split 40:1, температура інжектору $T=250^{\circ}\text{C}$; термостат – $T_{\text{поч}}=60^{\circ}\text{C}$, нагрів – $4^{\circ}\text{C}/\text{хв}$ до $T_1=260^{\circ}\text{C}$, детектор – мас-селективний, температура інтерфейсу $T=290^{\circ}\text{C}$, іонізація – електронним ударом, енергія іонізації – 70еВ, температура іонного джерела $T=230^{\circ}\text{C}$; температура квадруполя $T=150^{\circ}\text{C}$; проба – 1мкл.

Отримані хроматографи оброблялись з використанням програмного забезпечення приладу, аналіз спектрів проводився з використанням програмного забезпечення «AMDIS 2.72» «NIST Mass Spectral Search Program Ver/ 2.2 Jun 10. 2014» з базовою бібліотекою.

В результаті хроматомас-спектрометричного дослідження було встановлено:

Зразки № 4, 5 мають подібний склад за виявленими компонентами та повністю збігаються між собою за якісним та відносним кількісним значенням хроматографічних піків.

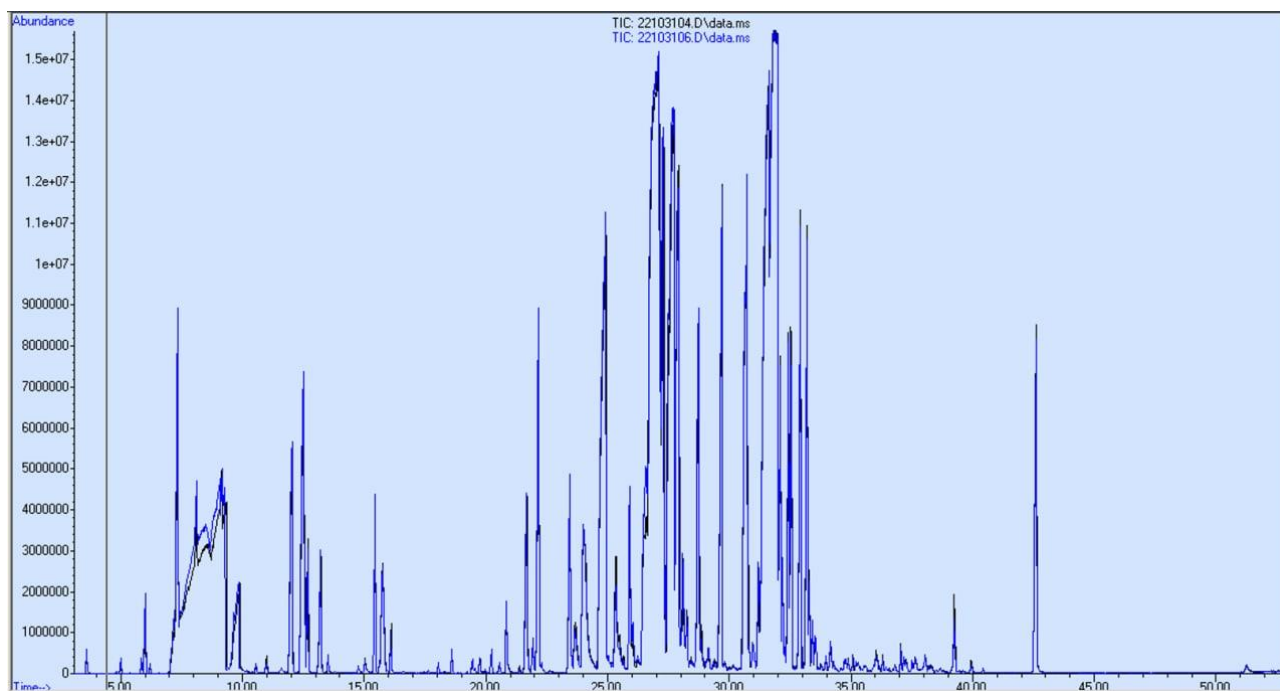


Рис. 4.3 – Порівняння двох спектрів

Це стосується наступних основних компонентів: дипропіленглицоль (7,55-9,1хв), d-лимонену (7,33хв), 3,3`-оксибіс-2-бутанолу (9,8хв), 1,6-ноналіден-3-ол, 3,7-диметіл (12,1хв), 4-трет-бутил-циклогексилау естер (15,6хв), бензенепропанал, 4-(1,1-диметил) (21,6хв), ЗРЕ (бутілату гідроксілауреат) (22,1хв), 5-фенілдекан (23,4хв), 2дибутилфталат (24,9) ацетилсоуегинол (25,3хв) метилдигідрожасмінат (27,7хв), ізопропіловий естер мірїстинової кислоти (27,7хв), галаксолід (31,7хв).

Зразок № 6 відрізняється за хімічним складом від зразків № 4 та 5, та має речовини, які використовують як штучно синтезовані ароматичні компоненти «ідентичні натуральним».

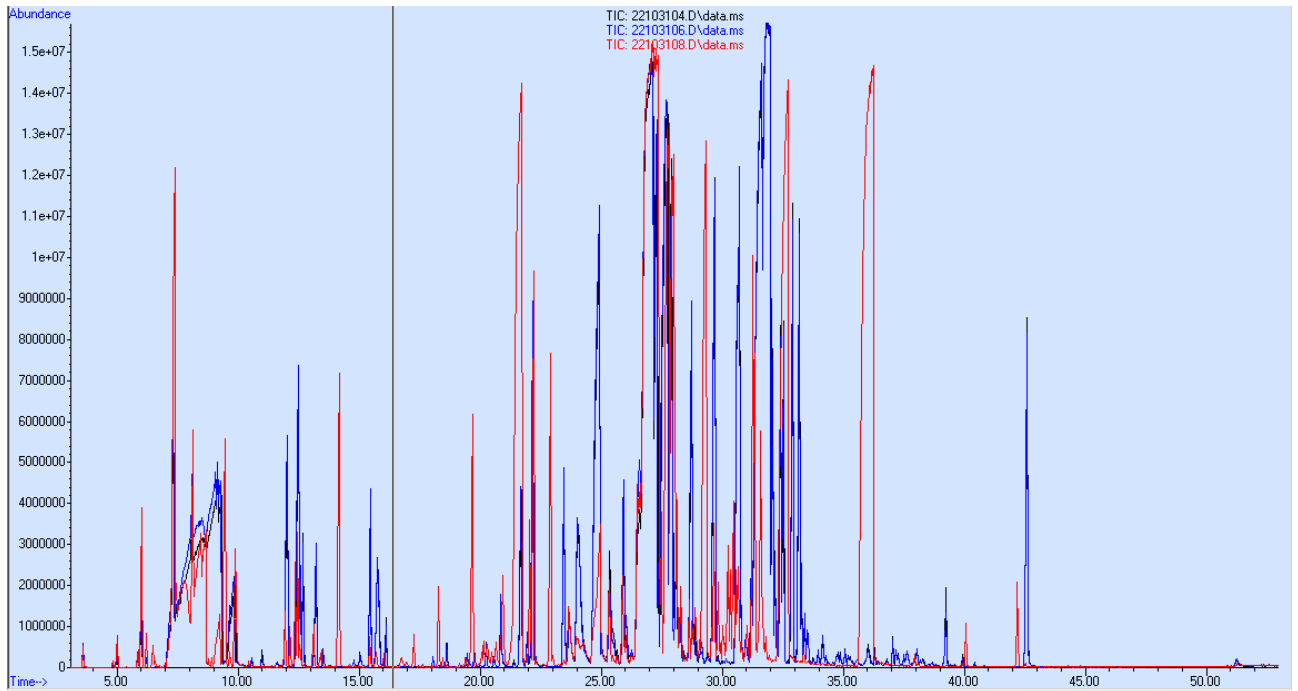


Рис. 4.4 – Порівняння трьох спектрів

До них відносяться оцтової кислоти, [4-(1-гідрокси-1-метилетил)циклогекс-1-етил] метиловий естер (9,47 хв), ліналілантранілат (14,17 хв), 2-бутен-1он, (Е)-1-(2,6,6-триметил-1,3-циклогексадіен-1-іл) (18,27 хв), 2-фенілгліцин (19,6 хв), куіналіна естер (22,8 хв), циклооксібензофурана (29,33 хв), бензілсаліцилата естер (32,71 хв), етиленебрасілат (астратон) (36,23 хв).

Перед пороведення оцінки якості парфумів за фізико-хімічними показниками ретельно і детально вивчили вимоги до цих показників, які наведенні у стандартах міжнародного та національного рівнів. При оцінці фізико-хімічних показників методи дослідження направленні на визначення прозорості, об'ємної частки етилового спирту, об'ємної частки запашних речовин. Результати досліджень наведені в таблиці 4.3.

Таблиця 4.3 – Фізико-хімічна оцінка якості

№	Показники	Зразок № 4 «LANVIN Eclat d'Arpege»	Зразок № 5 «LANVIN Eclat d'Arpege»	Зразок № 6 «LANVIN Eclat d'Arpege»	Вимоги ДСТУ 4710:2006	Вимоги ГОСТ 31678- 2012	Вимоги ТР ТС 009/2011
1	Прозорість	Помутніння відстуні	Помутніння відстуні	Помутніння відстуні	+3	+3	Не нормується
2	Об'ємна частка етилового спирту, % не менше ніж	80 %	80 %	70%	70,0	85,0	Не нормується
3	Об'ємна частка запашних речовин, % не менше ніж	10 %	10 %	5 %	15,0	10,0	Не нормується

Згідно ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» не визначаються мікробіологічні показники для парфюмерно-косметичної продукції з мікробіологічно низьким ризиком, в тому числі для парфюмерно-косметичної продукції, що містить етиловий спирт і (або) органічні розчинники в концентрації більше 20 % за обсягом, використовуваної без розведення.

Для парфюмерно-косметичної продукції, зазначеної в додатку 6, значення водневого показника (рН) має відповідати нормі, встановленої в цьому додатку. Не регламентуються вимоги до значення водневого показника (рН) парфюмерно-косметичної продукції: продукція парфюмерна (тверда, суха, рідка).

При оцінці якості фізико-хімічних показників з'ясували, що більшість показників не нормуються та не визначаються ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции». За прозорістю та об'ємною часткою етилового спирту всі зразки відповідають вимогам нормативних документів. За об'ємною часткою запашних речовин зразок № 6 не відповідає вимогам ДСТУ 4710:2006 «Вироби парфюмерні рідинні. Загальні технічні умови», ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия», також було виявлено компонентний склад, який свідчить про

відсутність компонентів, які заявлені на маркуванні. Окрім речовини лимонен, який присутній в зразку № 4 (з України) та зразку № 5 (з Австрії). Зразок № 6 не має нічого спільно з іншими зразками.

Висновок до розділу 4.

1. Аналізуючи результати досліджень споживчої тари парфумів, що досліджувались, можна зробити висновок, що пакування відповідає вимогам ТР ТС 009/2011 «Про безпеку парфумерно-косметичної продукції». Аналізуючи проведену ідентифікацію парфімів за маркуванням можна зробити висновок, що маркування зразка № 4 повністю відповідає вимогам нормативно технічних документів. В зразку № 5 відсутні термін придатності, умови зберігання та інформацію про особливі застережні заходи. Зразок № 6 не можливо ідентифікувати, так як даний виріб відноситься до розливної парфумерії, але на флаконі присутня номінальна кількість: 30 мл. З інформаційних знаків на зразку № 4 та 5 присутня тільки "Зелена точка".

2. При перевірці органолептичних показників якості на відповідність вимогам нормативних документів встановили, що Зразок № 4-6 відповідають вимогам ДСТУ 4710:2006.

3. В результаті хроматомас-спектрометричного дослідження було встановлено, що зразки № 4 та 5 парфумерної продукції ідентичні по хімічному складу і мають однакову парфумерну композицію, які істотно відрізняються від парфумерної продукції зразка 6. При оцінці якості фізико-хімічних показників з'ясували, що більшість показників не нормуються та не визначаються ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфумерно-косметической продукции». За прозорістю та об'ємною часткою етилового спирту всі зразки відповідають вимогам нормативних документів. За об'ємною часткою запашних речовин зразок № 6 не відповідає вимогам ДСТУ 4710:2006 «Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови», ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия», також було виявлено компонентний склад, який свідчить про відсутність компонентів, які заявлені на маркуванні.

Окрім речовини лимонен, який присутній в зразку № 4 (з України) та зразку № 5 (з Австрії). Зразок № 6 не має нічого спільно з іншими зразками.

РОЗДІЛ 5.
ЗДІЙСНЕННЯ МИТНИХ ФОРМАЛЬНОСТЕЙ ПРИ ІМПОРТІ
ПАРФУМІВ

5.1 Порядок обліку осіб, які під час провадження своєї діяльності є учасниками відносин, що регулюються законодавством України з питань митної справи

Відповідно до Наказу МФУ № 552 від 15.06.2015 р. «Про затвердження Порядку обліку осіб, які під час провадження своєї діяльності є учасниками відносин, що регулюються законодавством України з питань митної справи» особи, що є учасниками відносин, котрі регулюються законодавством України, визначені частиною першою МКУ [8] повинні в установленому порядку здійснити певні процедури до яких входять [12]:

- Взяття на централізований облік;
- Присвоєння облікових номерів;
- Внесення змін до облікових даних;
- Зняття з обліку;
- Оприлюднення відомостей про облік;
- Встановлення форм заяв та документів з питань обліку.

Облік осіб ведеться автоматизовано у централізованому реєстрі у складі Єдиної автоматизованої інформаційної системи митних органів, а також за результатами взаємодії з Єдиним банком даних про платників податків - юридичних осіб та Реєстром самозайнятих осіб.

Процедура обліку осіб здійснюються:

- У підрозділах митниць, на які відповідно до затвердженої структури та функціональних повноважень покладено ведення такого обліку;
- У пунктах пропуску через державний кордон України посадовими особами митниць, на яких покладено здійснення окремих процедур обліку осіб;
- Автоматично засобами інформаційно-телекомунікаційної системи митних органів.

Взяття на облік осіб здійснюється одноразово, до або при першому здійсненні особами операцій з товарами шляхом:

1) Особистого звернення особи (посадової особи підприємства або його уповноваженої особи (представника), що діє на підставі договору або належно оформленого доручення, або агента з митного оформлення, що діє за письмовим договором між митним брокером та особою) до відповідного підрозділу митниці або уповноваженої посадової особи в пункті пропуску;

2) Направлення особою документів у паперовій формі на поштову адресу митниці;

3) Направлення особою електронних документів засобами електронного зв'язку до ЄАІС;

4) Внесення особою облікових даних на Єдиному державному інформаційному веб-порталі «Єдине вікно для міжнародної торгівлі».

У разі здійснення обліку осіб засобами інформаційно-телекомунікаційної системи митних органів відповідність наданих електронних документів та відомостей підтверджується кваліфікованим електронним підписом.

5.2 Визначення країни походження парфумерних виробів та застосування преференційних заходів

Країна походження товару визначається з метою оподаткування товарів, що переміщуються через митний кордон України, застосування до них заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, заборон та/або обмежень щодо переміщення через митний кордон України, а також забезпечення обліку цих товарів у статистиці зовнішньої торгівлі [8].

Країною походження товару вважається країна, в якій товар був повністю вироблений або підданий достатній переробці відповідно до критеріїв, встановлених МКУ.

Під країною походження товару можуть розумітися група країн, митні союзи країн, регіон чи частина країни, якщо є необхідність їх виділення з метою визначення походження товару. Для цілей визначення країни походження товару

не враховується походження енергії, машин та інструментів, що використовуються для його виробництва або переробки.

Приладдя, запасні частини та інструменти, використовувані в машинах, пристроях, агрегатах або транспортних засобах, вважаються такими, що походять з тієї самої країни, що і ці машини, пристрої, агрегати або транспортні засоби, за умови їх ввезення та продажу разом із зазначеними машинами, пристроями, агрегатами або транспортними засобами і відповідності їх комплектації та кількості звичайно використовуваним приладдям, запасним частинам та інструментам.

Відповідно до положень МКУ для визначення походження товарів, на які при ввезенні їх на митну територію України поширюється режим найбільшого сприяння (непреференційне походження), з метою застосування до таких товарів передбачених законом заходів тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Повністю вироблені або піддані достатній переробці товари преференційного походження визначаються на основі законів України, а також міжнародних договорів України, згоду на обов'язковість яких надано Верховною Радою України.

Товари, повністю виробленими у даній країні, вважаються [8, ст. 38]:

- 1) корисні копалини, добуті з надр цієї країни, в її територіальних водах або на її морському дні;
- 2) продукція рослинного походження, вирощена або зібрана в цій країні;
- 3) живі тварини, що народилися та вирощені в цій країні;
- 4) продукція, одержана від живих тварин у цій країні;
- 5) продукція, одержана в результаті мисливського або рибальського промислу в цій країні;
- 6) продукція морського рибальського промислу та інша продукція морського промислу, одержана судном цієї країни або судном, що орендоване (зафрахтоване) цією країною;

- 7) продукція, одержана на борту переробного судна цієї країни виключно з продукції, зазначеної у пункті 6 цієї статті;
- 8) продукція, одержана з морського дна або з морських надр за межами територіальних вод цієї країни, за умови, що ця країна має виключне право на розробку цього морського дна або цих морських надр;
- 9) брухт та відходи, одержані в результаті виробничих або інших операцій з переробки в цій країні, а також вироби, що були у вжитку, зібрані в цій країні та придатні лише для переробки на сировину (утилізації);
- 10) електроенергія, вироблена в цій країні;
- 11) товари, вироблені в цій країні виключно з продукції, зазначеної у пунктах 1 - 10 цієї статті.

У разі якщо у виробництві товару беруть участь дві або більше країн, країною походження товару вважається країна, в якій були здійснені останні операції з переробки, достатні для того, щоб товар отримав основні характерні риси повністю виготовленого товару, що відповідають критеріям достатньої переробки згідно з положеннями цієї статті [8].

Критеріями достатньої переробки є:

- 1) виконання виробничих або технологічних операцій, за результатами яких змінюється класифікаційний код товару згідно з УКТ ЗЕД на рівні будь-якого з перших чотирьох знаків;
- 2) зміна вартості товару в результаті його переробки, коли відсоткова частка вартості використаних матеріалів або доданої вартості досягає фіксованої частки у вартості кінцевого товару (правило адвалорної частки);
- 3) виконання виробничих та/або технологічних операцій, які в результаті переробки товару не ведуть до зміни його класифікаційного коду згідно з УКТЗЕД або вартості згідно з правилом адвалорної частки, але з дотриманням певних умов вважаються достатніми для визнання товару походженням із цієї країни, де такі операції мали місце.

Критерії достатньої переробки, визначені в пунктах 2 і 3, для конкретних товарів встановлюються та застосовуються у порядку, що визначається Кабінетом Міністрів України.

Якщо стосовно конкретного товару такі критерії достатньої переробки, як правило адвалорної частки та виконання виробничих і технологічних операцій, не встановлено, то застосовується правило, згідно з яким товар вважається підданим достатній переробці, якщо в результаті його переробки змінено класифікаційний код товару згідно з УКТ ЗЕД на рівні будь-якого з перших чотирьох знаків.

У разі застосування правила адвалорної частки вартість товару, одержаного в результаті переробки в цій країні, визначається на базі ціни франко-завод виробника товару. Вартість складових цього товару, що походять з інших країн, визначається за їх митною вартістю, а тих складових, походження яких не визначено, - за встановленою ціною першого їх продажу в цій країні.

Документами, що підтверджують країну походження товару, є сертифікат про походження товару, засвідчена декларація про походження товару, декларація про походження товару, сертифікат про регіональне найменування товару.

Країна походження товару заявляється (декларується) митному органу шляхом подання оригіналів документів про походження товару.

Сертифікат про походження товару - це документ, який однозначно свідчить про країну походження товару і виданий компетентним органом даної країни або країни вивезення, якщо у країні вивезення сертифікат видається на підставі сертифіката, виданого компетентним органом у країні походження товару.

У разі втрати сертифіката приймається його офіційно завірений дублікат.

Засвідчена декларація про походження товару - це декларація про походження товару, засвідчена державною організацією або компетентним органом, наділеним відповідними повноваженнями.

Декларація про походження товару - це письмова заява про країну походження товару, зроблена у зв'язку з вивезенням товару виробником, продавцем, експортером (постачальником) або іншою компетентною особою на комерційному рахунку чи будь-якому іншому документі, який стосується товару.

Сертифікат про регіональне найменування товару - це документ, який підтверджує, що товари відповідають визначенню, характерному для відповідного регіону країни, та виданий компетентним органом відповідно до законодавства країни вивезення товару.

У разі якщо в документах про походження товару є розбіжності у відомостях про країну походження товару або митним органом встановлено інші відомості про країну походження товару, ніж ті, що зазначені у документах, декларант або уповноважена ним особа має право надати митному органу для підтвердження відомостей про заявлену країну походження товару додаткові відомості.

Додатковими відомостями про країну походження товару є відомості, що містяться в товарних накладних, пакувальних листах, відвантажувальних специфікаціях, сертифікатах (відповідності, якості, фітосанітарних, ветеринарних тощо), митній декларації країни експорту, паспортах, технічній документації, висновках-експертизах відповідних органів, інших матеріалах, що можуть бути використані для підтвердження країни походження товару.

Згідно главі 6 ст. 38 «Товари повністю вроблені у даній країні» для підтвердження країни походження парфумованої води ТМ «Lanvin» буде застосований сертифікат походження товару EUR-1, що застосовується при підтвердженні країни походження, країна походження товару Франція.

5.3 Правові засади нетарифного регулювання, як основний чинник безпеки та якості парфумів, що переміщуються через митний кордон України

Основним чинником безпеки та якості товарів, що переміщуються через митний кордон України є **заходи нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності** - не пов'язані із застосуванням мита до товарів, що переміщуються через митний кордон України, встановлені відповідно до закону заборони або обмеження, спрямовані на захист внутрішнього ринку, громадського порядку та безпеки, суспільної моралі, на охорону здоров'я та життя людей і тварин, охорону навколишнього природного середовища, захист прав споживачів товарів, що ввозяться в Україну, а також на охорону національної культурної та історичної спадщини [7].

Нетарифні заходи займають важливе місце в системі державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності та передбачають обов'язкове одержання дозволів на здійснення певних дій, що пов'язані з контролем за якістю та відповідністю товарів національним вимогам або вимогам, що пов'язані зі здійсненням зовнішньоекономічної діяльності.

До таких дій відносяться:

1) **заходи офіційного контролю** - фітосанітарний контроль, ветеринарно-санітарний контроль, державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин, що проводяться згідно із законодавством України у пунктах пропуску через митний кордон України у вигляді попереднього документального контролю (далі ПДК) або в інших місцях на митній території України;

Заходи офіційного контролю та порядок проведення ПДК закріплено нормами Митного кодексу України [8, ст. 319] та Постановою КМУ від 24.10.2018 року № 960 «Деякі питання проведення заходів офіційного контролю товарів, що ввозяться на митну територію України (у тому числі з метою транзиту)» [9].

2) *ліцензування зовнішньоекономічних операцій* визначається як комплекс адміністративних дій органу виконавчої влади з питань економічної політики з надання дозволу на здійснення суб'єктом ЗЕД експорту (імпорту) товарів;

Ліцензування зовнішньоекономічних операцій закріплено в ЗУ від 16 квітня 1991 року № 959-ХІІ «Про зовнішньоекономічну діяльність» [10, ст. 16]. Ліцензування зовнішньоекономічних операцій визначається як комплекс адміністративних дій органу виконавчої влади з питань економічної політики з надання дозволу на здійснення суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності експорту (імпорту) товарів.

Ліцензування експорту (імпорту) товарів здійснюється у формі автоматичного або неавтоматичного ліцензування.

Автоматичне ліцензування визначається як комплекс адміністративних дій органу виконавчої влади з питань економічної політики з надання суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності дозволу на здійснення протягом визначеного періоду експорту (імпорту) товарів, щодо яких не встановлюються квоти (кількісні або інші обмеження). Автоматичне ліцензування експорту (імпорту) як адміністративна процедура з оформлення та видачі ліцензії не справляє обмежувального впливу на товари, експорт (імпорт) яких підлягає ліцензуванню. Автоматичне ліцензування імпорту має бути скасовано в разі припинення обставин, що були підставою для його запровадження, а також у разі існування інших процедур, за допомогою яких можна розв'язати завдання, для вирішення яких запроваджується автоматичне ліцензування.

Неавтоматичне ліцензування визначається як комплекс адміністративних дій органу виконавчої влади з питань економічної політики з надання суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності дозволу на здійснення протягом визначеного періоду експорту (імпорту) товарів, щодо яких встановлюються певні квоти (кількісні або інші обмеження). Неавтоматичне ліцензування експорту (імпорту) як адміністративна процедура з оформлення та видачі ліцензії використовується в разі встановлення квот (кількісних або інших обмежень) на експорт (імпорт) товарів.

Тарифна квота - визначений обсяг товару, в межах якого ввезення або вивезення такого товару здійснюється за пільговою ставкою мита або без застосування [8].

Відповідно до Постанови КМУ від 28.12.2020 р. № 1424 від «Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню та квот на 2022 рік», парфумована вода ТМ «Lanvin» не підлягає ліцензуванню [11].

3) **технічний регламент** – законодавчий акт, прийнятий органом влади, що містить обов'язкові технічні вимоги або безпосередньо, або шляхом посилання на стандарт(и), є найсуворішою формою нетарифного регулювання, дозволяючи органам влади вирішувати завдання захисту життя, здоров'я, майна, охорони довкілля;

ТР ТС 009/2011 від 23 вересня 2011 р. «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» встановлює вимоги до продукції, а також на пов'язані з нею процеси виробництва, з метою захисту життя та здоров'я людини, майна, охорони навколишнього середовища, а також попередження дій, споживачів, що вводять в оману, щодо її призначення та безпеки.

При ввезенні на митну територію України парфумованої води ТМ «Lanvin» потрібно надати сертифікат відповідності ТР ТС 009/2011.

4) **одержання спеціальних дозволів на здійснення певних дій у сфері зовнішньоекономічної діяльності** - це видача суб'єктам підприємницької діяльності спеціальних дозволів (ліцензій) на здійснення видів діяльності, ліцензування яких передбачено законодавчими актами України.

5.4 Трансформація системи тарифного регулювання та порядок визначення митних платежів при переміщенні парфумерних виробів через МКУ

5.4.1 Місце митної вартості в структурі оподаткування та порядок її визначення при переміщенні парфумерно-косметичних виробів через МКУ

Законодавство України з питань митної оцінки відповідно до зобов'язань, взятих Україною при вступі до Світової організації торгівлі, приведено у відповідність із нормами і стандартами, передбаченими міжнародними угодами. Питання визначення митної вартості є надзвичайно важливим, оскільки цей показник використовується для нарахування митних платежів, застосування заходів державного регулювання ЗЕД, ведення митної статистики та для розрахунку податкового зобов'язання, визначеного за результатами документальної перевірки.

Порядок та методи визначення митної вартості товарів, які переміщуються через митний кордон України, встановлено розділом III Митного кодексу та ґрунтуються на положеннях ст. VII Генеральної угоди з тарифів та торгівлі (ГАТТ) та Угоди про застосування ст. VII ГАТТ.

Митною вартістю товарів, які переміщуються через митний кордон України, є вартість товарів, що використовується для митних цілей, яка базується на ціні, що фактично сплачена або підлягає сплаті за ці товари [8].

Визначення митної вартості товарів, які ввозяться в Україну відповідно до митного режиму імпорту, здійснюється за такими методами [8]:

- 1) основний - за ціною договору (контракту) щодо товарів, які імпортуються (вартість операції);
- 2) другорядні:
 - а) за ціною договору щодо ідентичних товарів;
 - б) за ціною договору щодо подібних (аналогічних) товарів;
 - в) на основі віднімання вартості;
 - г) на основі додавання вартості (обчислена вартість);
 - г) резервний.

Основним методом визначення митної вартості товарів, які ввозяться на митну територію України відповідно до митного режиму імпорту, є перший метод - за ціною договору (вартість операції).

Кожний наступний метод застосовується лише у разі, якщо митна вартість товарів не може бути визначена шляхом застосування попереднього методу відповідно до норм МКУ.

Застосуванню другорядних методів передують процедура консультацій між митним органом та декларантом з метою визначення основи вартості згідно з положеннями МКУ [8]. Під час таких консультацій митний орган та декларант можуть здійснити обмін наявною у кожного з них інформацією за умови додержання вимог щодо її конфіденційності.

У разі неможливості визначення митної вартості товарів згідно з положеннями МКУ [8] за основу для її визначення може братися або ціна, за якою ідентичні або подібні (аналогічні) товари були продані в Україні не пов'язаному із продавцем покупцю відповідно до статті 62 МКУ, або вартість товарів, обчислена відповідно до статті 63 МКУ.

При цьому кожний наступний метод застосовується, якщо митна вартість товарів не може бути визначена шляхом застосування попереднього методу.

Методи на основі віднімання та додавання вартості (обчислена вартість) можуть застосовуватися у будь-якій послідовності на прохання декларанта або уповноваженої ним особи.

У разі якщо неможливо застосувати жоден із зазначених методів, митна вартість визначається за резервним методом відповідно до вимог, встановлених МКУ [8].

Згідно з укладеним зовнішньоекономічним контрактом № 000/22 від 01.02.2022 року складено між суб'єктом ЗЕД, резидентом України ТОВ «РУШ», що зареєстрований за адресою 49101, Украина, Днепропетровская обл., г. Днепр, ул. Владимира Антоновича, 6 та іноземним суб'єктом господарювання «Interparfums SA», що розташований за адресою 10 rue de Solferino 75007 Paris, France.

Предметом контракту є партія парфумованої води ТМ «Lanvin». Партія складає 10 картонних ящиків по 50 флаконів в пластиковому футлярі в кожному ящику, в загальній кількості 500 флаконів, місткістю 50 мл кожна, масою бруто кожної одиниці продукції – 0,275 кг, маса нетто – 50 мл, вага однієї пляшки 0,115 кг. Вага кожного ящика – 13,75 кг, вага порожнього ящика – 0,5 кг, вага всієї партії – 137,5 кг. Ціна одного флакона парфумованої води ТМ «Lanvin» заявлена на імпорт складає – 32 євро, вартість пакування складає 0,33 EUR/коробку. Умови постачання – СІР.

Митне оформлення товару буде здійснено у зоні діяльності Дніпровської митниці ДМСУ у митний пост «Ліски» (UA 110110), що розташований за адресом вул. Бориса Кротова 3, м. Дніпро, 49007.

Поставка товару здійснюється вантажним автомобілем DAFXF, реєстраційний номер ВН-7854-КК, перевізник ТОВ «Европейские Транспортные Системы».

На підставі даних, визначаємо далі контрактну та митну вартість, наводячи детально всі розрахунки із поясненнями.

Митна вартість встановлена міжнародною угодою як ціна, яка фактично сплачена або підлягає сплаті на момент перетину митного кордону. Митна вартість визначається за формулою (1):

$$MB = B_k, \quad (1)$$

де MB – митна вартість;

B_k – вартість контракту.

Звідси випливає, що вартість контракту (визначається в залежності від базисної умови постачання, що встановлена контрактом) буде дорівнювати:

$$B_k = B_t + B_{\text{зав}} + B_{\text{перев}} + B_{\text{страх}}, \quad (2)$$

де, B_t – вартість товару згідно з преїскурантом експортера;

$B_{\text{зав}}$ – вартість завантажувальних робіт;

$B_{\text{перев}}$ – витрати на перевезення згідно з тарифами транспортної компанії;

$B_{\text{страх}}$ – витрати на страхування.

Вартість парфумованої води ТМ «Lanvin» на імпорт складає 32 EUR/флакон, дана вартість підтверджується преїскурантом. Партія складає 500 флаконів, вартість партії товару обчислюється за формулою (3):

$$V_T = 500 * 32 = 16\,000 \text{ (EUR)} \quad (3)$$

Вартість перевезення автомобілем продавця складає 1 EUR/км, що підтверджується довідкою про транспортні витрати. Вартість перевезення розраховується за формулою (4):

$$V_{\text{перев}} = 2\,745 * 1 = 2\,745 \text{ (EUR)} \quad (4)$$

Вартість страхування товару продавцем складає 10 % від вартості товару.

Вартість страхування розраховується за формулою (5):

$$V_{\text{страх}} = 16\,000 * 10\% = 1\,600 \text{ (EUR)} \quad (5)$$

Вартість контракту дорівнює:

$$V_K = 16\,000 + 1\,000 + 2\,745 + 1\,600 = 21\,345 \text{ (EUR)}$$

Митна вартість дорівнює:

$$V_K = MB = 21\,345 \text{ (EUR)}$$

Виходячи з даних розрахунків митна вартість партії парфумованої води ТМ «Lanvin» складає 21 345 (EUR), або по курсу НБУ 624 341, 25 грн.

5.4.2 Роль митних платежів в системі економічних відносин і порядок їх нарахування при переміщенні парфумерних виробів в режимі імпорт

Згідно главі 41 Митного кодексу України правила оподаткування товарів, що переміщуються через митний кордон України, митом, крім особливих видів мита, встановлюються МКУ та міжнародними договорами, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України [8]. Правила оподаткування особливими видами мита встановлюються законами України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового Імпорту» [16], «Про захист національного товаровиробника від субсидованого Імпорту» [17], «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну» [18].

Правила оподаткування товарів, що переміщуються через митний кордон

України, іншими (крім мита) митними платежами встановлюються Податковим кодексом України з урахуванням особливостей, що визначаються МКУ.

Особливості оподаткування митними платежами товарів, поміщених у відповідний митний режим, визначені у МКУ [8], а також у розділах V і VI Податкового кодексу України [19].

До митних платежів в Україні відносять мито (ввізне, вивізне), акцизний податок, ПДВ, Єдиний збір, який справляється в пунктах пропуску через державний кордон України, плата за митне оформлення товарів і транспортних засобів та плата за зберігання товарів і ТЗ на складах митних органів.

Товари, поміщені у митний режим імпорту, оподатковуються ввізним митом, якщо інше не передбачено законом, при дотриманні умов та обмежень, встановлених главою 13 МКУ.

У випадках, встановлених законами України, товари, поміщені у митний режим імпорту, оподатковуються сезонним митом та/або особливими видами мита.

Нарахування сум митних платежів здійснюється у валюті України. У разі якщо для цілей обчислення митних платежів, у тому числі визначення митної вартості товарів, необхідно зробити перерахування іноземної валюти, застосовується курс валюти України до іноземної валюти, встановлений Національним банком України на день нарахування митних платежів.

Особою, на яку покладається обов'язок із сплати митних платежів, є декларант. Для цілей нарахування митних платежів застосовуються ставки, що діють на день подання митному органу митної декларації на товари.

При переміщенні через митний кордон України партія парфумованої води ТМ «Lanvin» буде оподаткована митними платежами.

На підставі даних, визначаємо ставку та суму ввізного мита, суму податку на додану вартість, наводячи детально всі розрахунки із поясненнями.

Визначаємо рівень ставки та розмір ввізного мита відповідно до коду товару. Згідно коду товари, що походять з країн Європейського союзу знаходяться у переліку зниження ввізних мит України, розрахованих по роках

передбачених Угодою про асоціацію між Україною та ЄС. Франція являється членом ЄС, звідси виходить, що ставка мита 0 %.

Податок на додану вартість нараховується та сплачується відповідно до норм розділу V Податкового кодексу України. 20% основна ставка, що застосовується до товарів, які ввозяться на Митну територію України відповідно до режиму імпорт.

Згідно ПКУ [19, ст. 190] базою для оподаткування товарів, що ввозяться на Митну територію України є договірна (контрактна) вартість, але не нижче митної вартості цих товарів з урахуванням мита та акцизний податок, що підлягають сплаті і включається до ціни товарів.

При застосуванні адвалорної ставки мита вартість товарів, визначаємо у відсотках. Розраховуємо за формулою (6):

$$V_{\text{вм}} = (МВ * С_{\text{м}}) : 100 \% \quad (6)$$

де $V_{\text{вм}}$ – вартість ввізного мита,

$МВ$ – митна вартість,

$С_{\text{м}}$ – ставка мита.

$$V_{\text{вм}} = (624\,341,25 * 0\%) : 100\% = 0 \text{ (грн.)}$$

ПДВ розраховуємо за формулою (7):

$$\text{ПДВ} = ((МВ = \text{мито}) * 20\%) : 100\% \quad (7)$$

$$\text{ПДВ} = ((624\,341,25 + 0) * 20\%) : 100\% = 124\,868,25 \text{ (грн.)}$$

Виходячи з даних розрахунків заповнюємо графу 47 Митної декларації для нарахування митних платежів, дані розрахунків наведені в таблиці 5.1.

Таблиця 5.1 – Нарахування митних платежів

Вид	Основа	Ставка		
-----	--------	--------	--	--

	нарахування		Сума	СП
020	624 341, 25 грн.	0 %	0 грн.	01
028	624 341, 25 грн.	20 %	124 868, 25 грн.	01
Усього			124 868, 25 грн.	01

Виходячи з даних розрахунків загальний податок при імпорті парфумованої води ТМ «Lanvin» складає 124 868, 25 грн.

5.5 Технологічна схема митного контролю та митного оформлення парфумерно-косметичних виробів

Технологічна схема розроблена з метою визначення порядку здійснення митного оформлення при переміщенні через митний кордон України товарів, що підлягають контролю відповідно до вимог Митного кодексу України.

Між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності було складено угоду № 000/22 від 01.02.2022 р. предметом якої являється парфумована вода в кількості 10 ящиків по 50 флаконів в кожному, загальна вартість контракту 16 000 EUR. У зв'язку з імпортом парфумованої води ТМ «Lanvin» до митної території України перетин Митного кордону України буде здійснено у зоні діяльності Львівської митниці через пункт пропуску «Краківець-Корчова» Відділ митного оформлення № 1 митний пост «Яворів» (UA 209030), який знаходиться за адресом вул. Михайла Вербицького, смт Краковець, 81033.

Відповідно до Постанови № 960 від 24 жовтня 2018 року «Деякі питання проведення заходів офіційного контролю товарів, що ввозяться на митну територію України (у тому числі з метою транзиту)» [9] до парфумованої води ТМ «Lanvin» за кодом УКТЗЕД 3303001000 не застосовуються попередній документальний контроль.

У зв'язку з переміщенням товару від пункту пропуску «Краківець-Корчова», що знаходиться у зоні діяльності Львівської митниці до митного органу призначення - Підрозділ контролю за переміщенням товарів Дніпровської митниці (UA110010), необхідним є контроль над переміщенням товару у митному режимі транзит, що регламентовано Постановою КМУ № 1066 від 9 жовтня 2012 року «Про затвердження порядку виконання митних формальностей при здійсненні транзитних переміщень» [13].

З метою запобігання затримки транспортних засобів комерційного призначення у пунктах пропуску через державний кордон України декларант, який подає електронну попередню митну декларацію (далі – ЕПД), завчасно інформує перевізника цих товарів про номер і дату оформленої ЕПД, які проставляються перевізником у правому нижньому куті одного з товаротransпортних документів на переміщувані товари [13].

Під час переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України перевізник подає в пункті пропуску посадовій особі Львівської митниці товаросупровідні документи.

Переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України здійснюється після перевірки посадовою особою Львівської митниці наявності електронної копії ЕПД в ЄАІС. Перевірка здійснюється шляхом запиту до ЄАІС за номером ЕПД та встановлення відповідності інформації, що міститься у поданих товаросупровідних (товаротransпортних) документах, заявленим в електронній копії ЕПД.

Після перевірки наявної електронної копії ЕПД в ЄАІС посадова особа Львівської митниці заносить до ЄАІС відомості про:

- реєстраційні документи транспортного засобу – автомобіль DAFXF, реєстраційний номер ВН-7854-КК.
- перевізник - ТОВ «Европейские Транспортные Системы», водій в особі Іванова Івана Івановича, серія паспорта ЕЕ 000000;
- 10 картонних ящиків по 50 флаконів в пластиковому футлярі в кожному ящику;

- реквізити товаротransпортного документа та рахунку-фактури (інвойсу), в якому вказується вартість товару на переміщувани товари;
- ідентифікаційні ознаки митного забезпечення, пристроїв інших засобів ідентифікації, які застосовані митним органом відправлення;
- номер штампa "Під митним контролем" посадової особи Львівської митниці, що здійснила митний контроль цього товару, транспортногo засобу комерційногo призначення.

Невідкладно після виконання процедур митного контролю та перевірки внесених даних, посадова особа Львівської митниці:

- вносить до ЄАІС інформацію про пропуск (дату та час перетину кордону);
- на основі занесених відомостей, використовуючи можливості програмно-інформаційних комплексів ЄАІС, роздруковує три примірники ЕПД.

Наявність в ЄАІС відмітки про пропуск свідчить про постановку на контроль за переміщенням у Львівській митниці парфумованої води ТМ «Lanvin», транспортногo засобу комерційногo призначення, що зазначені у витягу з ЕПД.

Завершення митних формальностей в Львівській митниці здійснюється шляхом проставляння відбитка штампa ПМК на всіх примірниках поданих товаросупровідних (товаротransпортних) документів та всіх примірниках витягів з ЕПД.

Один примірник витягу ЕПД (примірник Львівській митниці) та за наявності паперовий примірник товаротransпортного документа, рахунку-фактури (інвойсу), що вказує вартість товару зберігаються у справах структурного підрозділу Львівській митниці.

Два інші примірники витягу ЕПД (примірники перевізника та Дніпровської митниці) та товаросупровідні (товаротransпортні) документи передаються перевізнику для доставки разом з товаром у Дніпровську митницю.

Відповідно до МКУ строк транзитних переміщень автомобільним транспортом становить 10 діб [8].

По закінченню переміщення партії парфумованої води під митним контролем доставлено у зону діяльності Дніпровської митниці до Підрозділу контролю за

переміщенням товарів (UA110010), що знаходиться за адресою вул. Княгині Ольги, 22, м. Дніпро, 49038.

По прибуттю товару до митного посту "Ліски" (UA 110110), що розташований за адресою вул. Бориса Кротова 3, м. Дніпро, 49007 в зоні діяльності Дніпровської митниці партії парфумованої води ТМ «Lanvin», транспортного засобу комерційного призначення, які переміщувалися внутрішнім транзитом, перевізник подає до митниці призначення два примірники витягу ЕПД (примірники перевізника та Дніпровської митниці) та наявні товаросупровідні (товаротransпортні) документи на товари, транспортні засоби комерційного призначення з відмітками Львівської митниці.

Посадова особа Дніпровської митниці:

- перевіряє цілісність та відповідність накладених на вантажний відсік комерційного транспортного засобу ідентифікації;
- проставляє у поданих товаросупровідних (товаротransпортних) документах з відмітками Львівської митниці штамп ПМК;
- зазначає на витягу ЕПД (примірники перевізника та Дніпровської митниці) дату та час надходження товарів, транспортного засобу комерційного призначення і завіряє цей запис особистим підписом та відбитком штампа ПМК;
- один примірник витягу ЕПД (примірник перевізника) та представлені товаросупровідні (товаротransпортні) документи повертає перевізнику.

Примірник витягу ЕПД Дніпровської митниці зберігається в справах митниці не менш як протягом 1095 днів з дати доставки товарів, транспортного засобу комерційного призначення у митницю [13].

Після виконаних дій, уповноважена посадова особа Дніпровської митниці невідкладно вносить до ЄАІС відмітку про дату та час прибуття товарів, заявлених у ЕПД.

Наявність в ЄАІС відмітки про прибуття є підставою для зняття з контролю за переміщенням у Львівській митниці зазначених у витягу ЕПД товарів, транспортного засобу комерційного призначення.

Митне оформлення партії парфумованої води здійснюється за принципом «Єдиного вікна», регламентованого Постановою КМУ № 971 від 21 жовтня 2020 року «Про затвердження Порядку взаємодії між декларантами, їх представниками, іншими заінтересованими особами та митними органами, іншими державними органами, установами та організаціями, уповноваженими на здійснення дозвільних або контрольних функцій щодо переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України, з використанням механізму “єдиного вікна” та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України» [14].

Відповідно до даного принципу веб-портал “Єдине вікно” протягом однієї години після пропуску товарів через митний кордон України для переміщення їх до пункту призначення на території України автоматично формує та надсилає декларанту електронне повідомлення, в якому зазначаються:

- оригінальний номер електронної справи;
- реквізити ЕПД;
- дата і час випуску товарів з пункту пропуску «Краківець-Корчова» через державний кордон України;

Для митного оформлення партії парфумованої води ТМ «Lanvin» декларант подає до «Єдиного вікна» згідно з обраним митним режимом заповнену ЕПД та скановані копії наступних документів [15]:

1. Попередня митна декларація (ПМД);
2. Контракт ЗЕД від 01.02.2022 р.;
3. Рахунок-фактура (Инвойс);
4. Товаро-транспортна накладна (CMR);
5. Сертифікат відповідності TP TC 009/2011;
6. Сертифікат походження EUR-1;
7. Декларація митної вартості;
8. Повідомлення про взяття на облік особи – резидента.

Здійснення митного оформлення товарів за ЕМД інформація про необхідність подання сканованих копій документів, зазначених в графі 44 ЕМД, надсилається

декларанту електронним повідомленням, засвідченим кваліфікованим електронним підписом посадової особи митного органу, на вимогу якої здійснюється витребування відповідних документів, у тому числі посадової особи підрозділу митних компетенцій.

Для підтвердження отримання електронного повідомлення програмним забезпеченням робочого місця декларанта в автоматизованому режимі направляється до митного органу відповідне електронне повідомлення із зазначенням дати й часу отримання електронного повідомлення.

Введення до автоматизованої системи митного оформлення ЕМД та ЕДМВ здійснюється декларантом за допомогою інформаційного терміналу.

За допомогою програмного забезпечення інформаційного терміналу здійснюються такі основні функції:

- перевірка носія електронної інформації на наявність вірусів;
- вибір необхідного файлу з носія електронної інформації;
- формато-логічний контроль ЕМД та ЕДМВ та відображення списку помилок на екрані монітора;
- передавання ЕМД та ЕДМВ до автоматизованої системи митного оформлення для здійснення в установленому порядку митних формальностей;
- формування списку ЕМД, уведених до інформаційного терміналу протягом поточної робочої зміни;
- друк та видача декларанту квитанції із зазначенням відомостей про дату та час введення ЕМД до інформаційного терміналу, порядкового номера введеної ЕМД у списку, сформованому протягом поточної робочої зміни, довідкового номера (графа 7 МД), прізвища та ініціалів особи, якою заповнено МД (графа 54 МД), номерів граф ЕМД та ЕДМВ, у заповненні яких виявлено помилки за результатами формато-логічного контролю, дати й часу друку та захисного коду;

- зберігання в окремій базі підрозділу Дніпровської митниці усіх ЕМД та ЕДМВ, введених до інформаційного терміналу, та відомостей про видані квитанції;
- формування та передавання до ЄАІС митних органів України відповідних звітів за заданий період;
- ознайомлення декларанта з довідковою інформацією.

Після проведення за допомогою програмного забезпечення інформаційного терміналу формато-логічного контролю ЕМД, ЕДМВ декларант має можливість за допомогою вбудованого принтера інформаційного терміналу роздрукувати квитанцію, що містить відомості, які передбачені вище.

Після введення за допомогою інформаційного терміналу ЕМД, ЕДМВ до автоматизованої системи митного органу декларант подає паперовий примірник МД та інші документи посадовій особі підрозділу Дніпровської митниці, яка згідно з функціональними обов'язками здійснює приймання паперових примірників МД.

Реєстрація МД, електронна копія якої введена до автоматизованої системи митного органу за допомогою інформаційного терміналу, здійснюється у термін, що не перевищує 1 годину з часу її введення.

Посадова особа підрозділу Дніпровської митниці для виконання митних формальностей за МД призначається в автоматичному режимі автоматизованої системи митного органу в порядку черговості надходження МД для митного оформлення.

Посадовою особою підрозділу Дніпровської митниці, яка прийняла паперовий примірник МД, заповнює та видає декларанту відривний талон Інформаційного аркуша.

Паперовий примірник МД та інші документи передаються посадовій особі підрозділу Дніпровської митниці, призначеній для виконання митних формальностей за цією МД.

Оформлена ЕМД, за якою здійснено випуск партії парфумованої води ТМ «Lanvin» у митний режим імпорту, перетворюється на візуальну форму,

придатну для сприйняття її змісту людиною, у форматі *.xps, засвідчується кваліфікованим електронним підписом посадової особи Дніпровської митниці, яка завершила митне оформлення та направляється декларанту.

По закінченню митного оформлення партія парфумованої води прямує на склад отримувача.



Рис. 5. 1 – Технологічна схема митного контролю та митного оформлення парфумованої води ТМ «Lanvin».

5.6 Протекціонізм і лібералізм при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності

Інструментами регулювання міжнародної торгівлі, які застосовуються в Україні при реалізації зовнішньоекономічної та зовнішньоторговельної політик поділяються на дві великі групи: протекціоністські та ліберальні, або фритредерські.

Протекціонізм (франц. protectionnisme, від лат. Ptotectio — захист, заступництво), економічна політика держави, спрямована на підтримку національної економіки. Здійснюється за допомогою торгово-політичних

бар'єрів, які огороджують внутрішній ринок від ввозу іноземних товарів, знижують їх конкурентноздатність у порівнянні з товарами національного виробництва. Для цього напрямку характерно фінансове заохочення національної економіки, стимулювання експорту товарів.

Вільна торгівля, або **фритредерство** (від англ. free trade — вільна торгівля) — це політика невтручання держави у зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів господарювання. Це ліберальна політика держави, яка передбачає вільний рух товарів і послуг між країнами, без застосування торговельних бар'єрів.

Україна уклала угоди про зону вільної торгівлі (далі - ЗВТ) з багатьма країнами. Серед них Росія (1994), Туркменістан та з Молдова (1995), Азербайджан, Вірменія, Грузія та Узбекистан (1996), Казахстан та Киргизстан (1998). У 1999 році набула чинності угода з Білоруссю та багатостороння угода з СНД 1994 року. Україна також підписала Угоду про ЗВТ з Македонією (2001), Таджикистаном та з ГУАМ (багатостороння угода з Грузією, Молдовою та Азербайджаном) (2002), а також з Чорногорією (2013).

У 2012 році набула чинності угода з Європейською асоціацією вільної торгівлі – ЄАВТ (Норвегія, Швейцарія, Ісландія та Ліхтенштейн) та нова угода з СНД 2011 року (Вірменія, Білорусь, Казахстан, Киргизстан, Молдова, Росія, Таджикистан, Узбекистан).

У 2017 році набула чинності угода з Канадою та з ЄС, припинив діяти режим вільної торгівлі в межах СНД 2011 року з Росією.

Україна також завершила переговори щодо ЗВТ з Ізраїлем, веде переговори з Туреччиною, але поки припинила переговори з Сінгапуром та Сербією. В 2018 році Міністерство економічного розвитку та торгівлі зніціювало переговори про створення ЗВТ з Китаєм.

Як представлено вище, мережа ЗВТ досить значна і швидко розвивається. З урахуванням існуючих в Україні проблем, а також позитивного зарубіжного досвіду, видається доцільною реалізація заходів у контексті підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції на європейському та міжнародному ринку.

Висновки до розділу 5

1. Особи, що є учасниками відносин, котрі регулюються законодавством України з питань митної справи відповідно до статті 455 Митного кодексу України повинні в установленому порядку здійснюють певні процедури. Для взяття на облік суб'єкт ЗЕД в особі директора подає «Заяву про взяття на облік осіб-резидентів, які під час провадження своєї діяльності є учасниками відносин, що регулюються законодавством України з питань митної справи» встановленої форми.

2. Згідно главі 6 ст. 38 «Товари повністю вироблені у даній країні» для підтвердження країни походження парфумованої води ТМ «Lanvin» буде застосований сертифікат походження товару EUR-1, що застосовується при підтвердженні країни походження, країна походження товару Франція.

3. Нетарифні заходи займають важливе місце в системі державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності та передбачають обов'язкове одержання дозволів на здійснення певних дій, що пов'язані з контролем за якістю та відповідністю товарів національним вимогам або вимогам, що пов'язані зі здійсненням зовнішньоекономічної діяльності. Відповідно до Постанови КМУ від 28.12.2020 р. №1329 від «Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню та квот на 2021 рік», парфумована вода ТМ «Lanvin» не підлягає ліцензуванню.

4. Митною вартістю товарів, які переміщуються через митний кордон України, є вартість товарів, що використовується для митних цілей, яка базується на ціні, що фактично сплачена або підлягає сплаті за ці товари [8]. Виходячи з даних розрахунків митна вартість партії парфумованої води ТМ «Lanvin» складає 21 345 (EUR), або по курсу НБУ 624 341, 25 грн.

5. Правила оподаткування товарів, що переміщуються через митний кордон України, іншими (крім мита) митними платежами встановлюються Податковим кодексом України з урахуванням особливостей, що визначаються МКУ. Виходячи з даних розрахунків загальний податок при імпорті парфумованої води ТМ «Lanvin» складає 124 868, 25 грн.

6. Технологічна схема розроблена з метою визначення порядку здійснення митного оформлення при переміщенні через митний кордон України товарів, що підлягають контролю відповідно до вимог Митного кодексу України.

**РОЗДІЛ 6.
ОХОРОНА ПРАЦІ**

6.1 Аналіз потенційно небезпечних та шкідливих факторів під час виробництва парфумерних рідин

Безпека продукції в процесі виробництва парфумерних рідин та обігу повинна забезпечуватися за допомогою:

- вибору необхідних для забезпечення безпеки продукції технологічних процесів виробництва продукції;

- вибору виключає забруднення сировини, пакувальних матеріалів, нерозфасованої продукції і готової продукції послідовності і поточності технологічних процесів виробництва;

- визначення контрольованих етапів технологічних процесів і продукції на етапах її виробництва в програмах виробничого контролю;

- проведення контролю за сировиною, технологічними засобами і допоміжними матеріалами, використовуваними при виробництві продукції, а також контролю за нерозфасованої та готової продукцією засобами, що забезпечують необхідну достовірність і повноту контролю;

- встановлення вимог до сировини, пакування, маркувальних матеріалами, критеріям приймання, заходам при наявності шлюбу або незначних відхилень, умов транспортування і зберігання. Сировина, упаковка, маркувальні матеріали, які не відповідають критеріям приймання, повинні бути відповідним чином промарковані і розміщені таким чином, щоб запобігти їх використання у виробництві. Сировина і матеріали після закінчення встановленого терміну зберігання повинні піддаватися перевірці для визначення їх придатності до подальшого застосування. Забороняється використовувати у виробництві сировину з вичерпаним терміном придатності;

- проведення контролю за функціонуванням технологічного та вимірювального обладнання в порядку, що забезпечує виробництво продукції, яка відповідає вимогам Технічного регламенту;

- забезпечення документування інформації про контрольовані етапах технологічних процесів і результатів контролю парфюмерно-косметичної продукції на етапах її виробництва;

- обліку і реєстрації з деталізацією всіх технологічних операцій для кожної стадії (вказівка додається сировини, температур, швидкостей, часу перемішування, відбору проб, очищення, санітарної обробки обладнання, якщо необхідно, і передачі нерозфасованої продукції);

- дотримання умов зберігання продукції;

- утримання виробничих приміщень, технологічних обладнання та інвентарю, які використовуються в процесі виробництва продукції, в стані, що виключає її забруднення;

- вибору способів дотримання працівниками правил особистої гігієни в цілях забезпечення безпеки продукції;

- використання забезпечують безпеку нерозфасованої та готової продукції способів і встановлення періодичності проведення прибирання, миття, дезінфекції, дезінсекції та дератизації виробничих приміщень, технологічних обладнання та інвентарю, які використовуються в процесі виробництва парфюмерно-косметичної продукції;

- ведення і зберігання документації на паперових та (або) електронних носіях, яка підтверджує відповідність виробленої продукції вимогам, встановленим цим технічним регламентом;

- простежуваності парфюмерно-косметичної продукції на всіх етапах виробництва;

- проведення контролю готової продукції, відповідно до встановлених методів випробувань на відповідність критеріям приймання, перед розміщенням її на ринку.

- збереження архівних зразків від кожної партії парфюмерно-косметичної продукції.

6.2 Вимоги з охорони праці при організації робочого місця товарознавця

Робоче місце товарознавця знаходиться в адміністративній кімнаті. Площа адміністративної кімнати становить 45 м², а об'єм – 135 м³, тобто довжина – 9 м, ширина – 5 м, висота – 3 м.

Стіни світложовтого кольору, пошпакльовані, підлога вистелена лінолеумом. На стелі знаходиться 8 люмінесцентних ламп. Опалення централізоване. Металопластикові з шумо- та теплоізоляцією вікна. Аптечка знаходиться на верхній полиці шафи.

Кількість робочих місць із ПК – 5. Таким чином виконується вимога ГОСТ 12.2.032-78 – на одного робітника працюючого на ПК площа 6 м² та об'єм 20 м³.

Стіл товарознавця не містить зайвих предметів, клавіатура і мишка знаходяться в висувній полиці столу.

Біля столу з ПК розташована «Інструкція для осіб, працюючих на ПК», яка відповідає ДСанПіН 3.3.2.007-98.

Перед тим як приступити до роботи на комп'ютері, товарознавець перевіряє кут нахилу спинки крісла в вертикальній площині (до 30⁰) та в наявності захисного занулення, а також протирає екран від пилу.

Під час роботи на ПК товарознавець зберігає відстань від очей до екрана комп'ютера – 60-70 см, це робити не важко, адже, екран вільно повертається як по вертикалі так і по горизонталі, висота поверхні крісла 45 см, висота поверхні столу 75 см. Також товарознавець використовує захисні окуляри.

Для зниження статичного напруження м'язів використовуються стаціонарні подлокотники довжиною 25 см та шириною 5 см. Поверхня крісла напівм'яка з нековзаючим покриттям, що легко чиститься й не електризується.

Під час роботи не можна:

- самочинно проводити зміни у конструкції та складі ПК або їх технічне налагодження;
- загроможувати робочий стіл предметами, що не використовуються;
- допускати потрапляння вологи на поверхню електроприладів;

– перемикати роз'єми інтерфейсних кабелів периферійних приладів при ввімкненому живленні.

Принтер розташований збоку стола, він не заважає роботі товарознавця. Тобто конструкція робочого столу відповідає сучасним вимогам ергономіки і забезпечує оптимальне розміщення приладів (дисплей, принтер) та документів.

Для зниження нервово-емоційного напруження потрібно робити перерви по 15 хв. через кожну годину.

Після закінчення роботи працюючий на ПК, вимикає його з електричної мережі.

Якщо виникає аварійна ситуація – потрібно всі електроприлади від'єднати від мережі.

Працюючий на ПК повинен знати, що при порушенні вимог безпеки, дія небезпечних і шкідливих виробничих факторів на організм людини може привести до наступних наслідків: фізичного недомагання, сонливості, головної болі в області над бровами, запаморочення.

6.3 Пожежовибухова безпека, заходи і засоби. Шляхи евакуацій

У виробничих та адміністративних приміщеннях електричні мережі захищені від короткого замикання.

Встановлений тумблер (ручний пожежний сповіщувач) та система автоматичного пожежогасіння (дренчерна з повітряно-механічною піною).

Біля дверей адміністративної кімнати знаходиться один 8-ми кілограмовий порошковий вогнегасник. Вогнегасник розміщений на відстані 10 м від найдалшого робочого місця. Порошковий вогнегасник є найбільш універсальним для гасіння пожеж класу Е. Пожежа може виникнути при замиканні електроприладів (комп'ютера, електрочайника, принтера та інше), при їх перегріванні тощо.

На складах через кожні 50 м² розташовано по два 12-ти кілограмових порошкових вогнегасника (оскільки їх площа становить більше 1000 м²). У разі

необхідності виробничі приміщення користуються внутрішньою системою пожежогасіння (2 пожежних крани).

Основним засобом захисту населення є евакуація і розміщення його у зонах, які є безпечними для проживання людей.

Евакуації підлягають особи, що знаходяться у зонах можливого катастрофічного затоплення, можливого небезпечного радіоактивного забруднення, хімічного ураження, в районах виникнення стихійного лиха, 57 аварій і катастроф (якщо виникає безпосередня загроза життю та здоров'ю людей).

Для забезпечення безпечної евакуації людей з торговельного підприємства передбачаються заходи, спрямовані на:

- створення умов для своєчасної та безперешкодної евакуації людей у разі виникнення надзвичайної ситуації;
- захист людей на шляхах евакуації від дії небезпечних факторів.

Евакуація людей на випадок надзвичайної ситуації передбачається по шляхах евакуації через евакуаційні виходи.

На торговельному підприємстві евакуаційні шляхи і виходи є вільними, нічим не захищені і у разі виникнення пожежі можуть забезпечити безпеку під час евакуації всіх людей, які перебувають у цехах, на складах чи адміністративних приміщеннях.

На шляхах евакуації в коридорах встановлені лампи розжарення (освітленість – 0,2 Лк).

Плани евакуації вивішені на видному місці – біля сходів, як на першому так і на другому поверсі. Двері на шляхах евакуації відчиняються в напрямку виходу з торговельного підприємства. При наявності людей у приміщенні двері евакуаційних шляхів не замикаються на запори.

Ліфти не враховуються під час проектування шляхів евакуації. На торговельному підприємстві заборонено:

- улаштувати на шляхах евакуації пороги, виступи та будь-які пристрої, які перешкоджають вільній евакуації людей;

- захаращувати шляхи евакуації (коридори, проходи, сходи) коробками, інструментами, різними матеріалами та готовою продукцією, навіть якщо вони не зменшують нормативну ширину;
- замикати на навісні замки, болтові з'єднання та інші запори, що важко відчиняються зсередини, зовнішні евакуаційні двері будівель;
- застосовувати на шляхах евакуації горючі матеріали для облицювання стін і стель, а також сходів та сходових площадок;
- захаращувати коробками, устаткуванням та іншими предметами двері;
- захаращувати виходи з вантажних ліфтів;
- улаштовувати у загальних коридорах комори і вбудовані шафи, за винятком шаф для інженерних комунікацій; зберігати в шафах (нішах) для інженерних комунікацій горючі матеріали, а також інші сторонні предмети;
- знімати передбачені проектом двері;
- знімати пристрої для самозачинення дверей сходів, коридорів, а також фіксувати самозакривні двері у відчиненому положенні;
- улаштовувати слизьку підлогу на шляхах евакуації.

Ширина шляхів евакуації становить – 1,5 м, дверей – 1,2 м. Висота проходу на шляхах евакуації – 3 м. Висота дверей на шляхах евакуації становить 2,5 м.

Таким чином, на торговельному підприємстві шляхи евакуації розташовані відповідно до вимог НАПБ А.01.001-2004.

Висновки до розділу 6

1. Безпека парфумурних рідин та обігу забезпечується за рядом певних вимог, які формують якість та безпечність товарів на всіх етапах в процесі виробництва.
2. Визначили вимоги при організації робочого місця товарознавця для безпечної праці.
3. Наведені заходи і засоби пожежовибухової безпеки, а також шляхи евакуації при надзвичайних ситуаціях.

ЗАГАЛЬНИЙ ВИСНОВОК

1. Парфумерний ринок України має свої особливості, які безпосередньо пов'язані із загальною економічною ситуацією в країні та купівельними здібностями населення. Основними імпортерами протягом 5 років являються Німеччина, Польща та РФ, з 2020 по 2022 рр. приєднується Франція. Найбільші країни експортери в порядку спадання являються Грузія, Азербайджан, Словенія, Білорусь, Швейцарія, Польща, РФ.
2. Основна маса фальсифікованої парфумерії – це підробка з повним копіюванням торгової марки або із свідомими помилками, які є непомітними на перший погляд. У таких парфумерних виробів запах, упакування, флакон, дизайн і назва імітуються повністю. Фальсифікований продукт намагаються представити споживачеві як оригінал.
3. УКТЗЕД використовується для цілей тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, ведення статистики зовнішньої торгівлі та здійснення митного оформлення товарів. Згідно з вимогами УКТЗЕД визначили код для парфумованої води ТМ «Lanvin» 3303001000, що необхідно для подальшого застосування до товару заходів тарифного та нетарифного регулювання.
4. Аналіз асортиментної структури на базі трьох торговельних мереж м. Одеса: «EVA», «BROCARD», «PROSTOR» та на двох торговельних мереж Австрії: «Müller», «DM» показав, що прайс-лист в Інтернет-магазині «BROCARD» складався з 46 позицій парфумів, що менший за прайс-лист «EVA» на 68, хоча перший згаданий магазин - це спеціалізований магазин косметики, у інтернет-магазині «PROSTOR» дуже малий асортимент духів жіночих, всього представлено 9 позиції духів, які доступні для продажу. Асортимент інтернет-магазину «Müller» є ширшим і має більший ряд ароматів порівняно з асортиментом, представленою в «DM».
5. Результати досліджень споживчої тари парфумів свідчать, що пакування відповідає вимогам ТР ТС 009/2011 Ідентифікація парфумів за маркуванням свідчить про не відповідність вимогам пункту 9 «Вимоги до маркування

парфумерно-косметичної продукції» ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфумерно-косметической продукции», а саме маркування зразка № 1 за відсутністю інформації про особливі застережні заходи. Так само в зразку № 2 в якому не зазначено умов зберігання та інформації про особливі застережні заходи. В зразку № 3 не зазначено умови зберігання. В складі зразків № 1 та 3 зазначена заборонена речовина «Geraniol», в зразку № 2 також наявна заборонена речовина «Cinnamyl alcohol» згідно Додатку 1 ТР ТС 009/2011 На коробках зразків № 1 та 3 були наявні всі пункти обов'язкових інформаційних знаків, слід відмітити, що на зразку № 2 наявність даних знаків мінімальна.

6. При перевірці органолептичних показників якості на відповідність вимогам нормативних документів встановили, що Зразок № 1-3 відповідають вимогам ДСТУ 4710:2006 та не суперечать вимогам міжнародного стандарту.
7. При оцінці якості фізико-хімічних показників з'ясували, що більшість показників не нормуються та не визначаються ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфумерно-косметической продукции». За прозорістю та об'ємною часткою етилового спирту всі зразки відповідають вимогам нормативних документів. За об'ємною часткою запашних речовин зразок № 1 не відповідає вимогам нормативних документів, також було виявлено компонентний склад, який виявив, що норма об'ємної частки спирту був більший на 5 % від норми.
8. Комплексна оцінка якості виявила, що зразок № 1 належить до відмінної якості, оскільки комплексний показник становить 0,91. Зразки № 2 і 3 відносяться до середньої якості, що становлять 0,77 і 0,74 відповідно.
9. Ідентифікація за маркування виявило, що маркування зразка № 4 повністю відповідає вимогам нормативно технічних документів. В зразку № 5 відсутні термін придатності, умови зберігання та інформацію про особливі застережні заходи. Зразок № 6 не можливо ідентифікувати, так як даний виріб відноситься до розливної парфумерії, але на флаконі присутня номінальна

кількість: 30 мл. З інформаційних знаків на зразку № 4 та 5 присутня тільки "Зелена точка".

10. При перевірці органолептичних показників якості на відповідність вимогам нормативних документів встановили, що Зразок № 4-6 відповідають вимогам ДСТУ 4710:2006 та не суперечать вимогам міжнародного стандарту.
11. В результаті хроматомас-спектрометричного дослідження було встановлено, що зразки № 4 та 5 парфумерної продукції ідентичні по хімічному складу і мають однакову парфумерну композицію, які істотно відрізняються від парфумерної продукції зразка . За прозорістю та об'ємною часткою етилового спирту всі зразки відповідають вимогам нормативних документів. За об'ємною часткою запахних речовин зразок № 6 не відповідає вимогам ДСТУ 4710:2006 «Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови», ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия», також було виявлено компонентний склад, який свідчить про відсутність компонентів, які заявлені на маркуванні. Окрім речовини лимонен, який присутній в зразку № 4 (з України) та зразку № 5 (з Австрії). Зразок № 6 не має нічого спільно з іншими зразками.
12. Відповідно до Постанови КМУ від 28.12.2020 р. №1329 від «Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню та квот на 2021 рік», парфумована вода ТМ «Lanvin» не підлягає ліцензуванню.
13. Технологічна схема розроблена з метою визначення порядку здійснення митного оформлення при переміщенні через митний кордон України товарів, що підлягають контролю відповідно до вимог Митного кодексу України.
14. Для підтвердження країни походження парфумованої води ТМ «Lanvin» буде застосований сертифікат походження товару EUR-1, що застосовується при підтвердженні країни походження, країна походження товару Франція.
15. Митна вартість партії парфумованої води ТМ «Lanvin» складає 21 345 (EUR), або по курсу НБУ 624 341, 25 грн. Загальний податок при імпорті парфумованої води ТМ «Lanvin» складає 124 868, 25 грн.

16. Безпека парфумурних рідин та обігу забезпечується за рядом певних вимог, які формують якість та безпечність товарів на всіх етапах в процесі виробництва. Визначили вимоги при організації робочого місця товарознавця для безпечної праці. Наведені заходи і засоби пожежовибухової безпеки, а також шляхи евакуації при надзвичайних ситуаціях.

ПРОПОЗИЦІЇ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Виробнику зразка № 1 ТМ «Vi-es Crystal» рекомендується додати інформацію про особливі застережні заходи. Виключити з компонентного складу заборонену речовина «Geraniol». Також зменшити вміст спирту, який може спричинити алергічні реакції.
2. Виробнику зразка № 2 ТМ «La Rive PRESTIG» рекомендується додати умови зберігання, інформації про особливі застережні заходи та обов'язкові інформаційні знаки. Виключити з компонентного складу заборонену речовина «Cinnamyl alcohol».
3. Виробнику зразка № 3 ТМ «DKNY BE DELICIOUS fresh blossom» рекомендується додати умови зберігання. Виключити з компонентного складу заборонену речовина «Geraniol».
4. Виробнику зразку № 6 ТМ «Lanvin Eclat de d'Arpede» (розливна парфумерія) рекомендується розробити відповідне пакування, зазначити на ньому відповідну обов'язкову інформацію та знаки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Український ринок парфумерно-косметичної продукції [Електронний ресурс] / - // Асоціація «Парфумерія та Косметика України» – Режим доступу до ресурсу: <https://arcu.ua/>.
2. Статистичний експорт та імпорт товарів [Електронний ресурс] / - // Державна митна служба України. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri>.
3. Нагребельний. В. Тарифне регулювання зовнішнь-економічної діяльності в Україні. [Електронний ресурс] / В. П. Нагребельний. // Основи митної справи. – 2000. – Режим доступу до ресурсу: https://leksika.com.ua/18980826/legal/ukrayinska_klasifikatsiya_tovariv_zo_vnishnoekonomichnoyi_diyalnosti.
4. Гармонізована система опису та кодування товарів [Електронний ресурс] // Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії.. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>.
5. Комбінована номенклатура Європейського Союзу [Електронний ресурс] // Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії.. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>.
6. КЛАСИФІКАЦІЯ ТОВАРІВ (УКТЗЕД) [Електронний ресурс] // QD Professional – Режим доступу до ресурсу: <https://qdpro.com.ua/catalogue/18000000?page=2>.
7. Я.Г. Верхівкер. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Митна справа» / Я.Г. Верхівкер, Т.М. Смокова. – Одеса, 2020. – 21 с. – (ОНАХТ).
8. Митний кодекс України [Текст]: Документ 4495-17, чинний від 13 березня 2012 року , поточна редакція — від 01.01.2017, підстава 214-
9. Постанова КМУ № 960 «Деякі питання проведення заходів офіційного контролю товарів, що ввозяться на митну територію України (у тому числі з метою транзиту)» [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим

доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/960-2018-%D0%BF#Text>.

10. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 01.08.2021 р. № 959-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (дата звернення: березень 2022 р.)

11. Постанова КМУ № 1329 «Про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2021 рік» [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1329-2020-%D0%BF#Text>.

12. Наказ МФУ № 552 «Про затвердження Порядку обліку осіб, які під час провадження своєї діяльності є учасниками відносин, що регулюються законодавством України з питань митної справи» [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0807-15#Text>.

13. Постанова КМУ № 1066 від 9 жовтня 2012 року «Про затвердження порядку виконання митних формальностей при здійсненні транзитних переміщень» [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z2120-12#Text>.

14. Постанова КМУ № 971 від 21 жовтня 2020 року «Про затвердження Порядку взаємодії між декларантами, їх представниками, іншими заінтересованими особами та митними органами, іншими державними органами, установами та організаціями, уповноваженими на здійснення дозвільних або контрольних функцій щодо переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України, з використанням механізму “єдиного вікна” та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України» [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/971-2020-%D0%BF#Text>.

15. Наказ МФУ № 631 від 29 жовтня 2021 «Про затвердження Порядку виконання митних формальностей при здійсненні митного

оформлення товарів із застосуванням митної декларації на бланку єдиного адміністративного документа" [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1360->

16. Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту: Закон України від 13.02.2020 р. № 330-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/330-14#Text> (дата звернення: березень 2022 р.)

17. Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту: Закон України від 16.10.2020 р. № 331 – XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-14#Text> (дата звернення: березень 2022 р.)

18. Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну: Закон України від 13.02.2020 р. № 332 – XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/332-14#Text> (дата звернення: березень 2022 р.)

19. Податковий кодекс України [Текст]: Документ, чинний від 2 грудня 2010 у , поточна редакція — від 07.03.2022.

20. Закон України Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції [Електронний ресурс] – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2735-17>.

21. Закон України Про захист прав споживачів [Електронний ресурс] – 1991. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

22. Наказ Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами [Електронний ресурс] – 2007. - Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07#Text>

23. 2.2.9.027-99 Санітарні правила і норми безпеки продукції парфумерно-косметичної промисловості. Державні санітарні правила та норми [Електронний ресурс] – 1999. – Режим доступу до ресурсу: https://dnaop.com/html/40946/doc-%D0%94%D0%A1%D0%B0%D0%9D%D0%9F%D1%96%D0%9D_2.2.9.027-99.

24. ДСТУ 4710:2006. Вироби парфумерні рідинні [Електронний ресурс] – 2006.
– Режим доступу до ресурсу: https://dnaop.com/html/34018/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4710_2006.
25. ГОСТ 31678-2012 Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия [Електронний ресурс] – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://docs.cntd.ru/document/1200098754>
26. ГОСТ 29188.0-2014 Продукция парфюмерно-косметическая. Правила приемки, отбор проб, методы органолептических испытаний [Електронний ресурс] – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://docs.cntd.ru/document/1200136165>
27. Директива 87/357 - Сближение законов государств-членов, касающихся продуктов, которые, как представляется, отличаются от товаров, угрожают здоровью или безопасности потребителей [Електронний ресурс]. – 1989. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.eumonitor.eu/9353000/1/j9vvik7m1c3gyxp/vitgbgh9luqs>.
28. Директива 76/768/Еес - Косметика, Безопасность И Качество Парфюмерно-Косметической Директивы [Електронний ресурс] – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://certforum.ru/eu-certification/cosmetic-products-directive-76-768-eec.html>
29. Регламент (ЕС) № 1223/2009 [Електронний ресурс]. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.desjardin.fr/ru/blog/ec-regulation-1223/2009-on-cosmetics>.
30. Требования к качеству парфюмерных товаров Источник: [Електронний ресурс] / - // info@znaytovar.ru. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://znaytovar.ru/new1081.html>.
31. ТР ТС 009/2011 Технический регламент Таможенного союза "О безопасности парфюмерно-косметической продукции" (с изменениями на 29 марта 2019 года) [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://docs.cntd.ru/document/902303206>

32. Теоретичні основи товарознавства: Конспект лекцій з елементами розв'язання практичних ситуацій / О. В. Кузьменко, О. Р. Сергеева – Дніпропетровськ: Видавництво ДУЕП, 2008.
33. «Товарознавча характеристика парфумерних товарів» [Електронний ресурс] / - // Луцький національний технічний університет Кафедра товарознавства та експертизи в митній справі. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/7f48dffdad694703f8e8c08889687110.pdf>.
34. Товарознавство. Терміни та визначення: ДСТУ 3993- 2000 [Уведено 2001-01-01] – К. : Держспоживстандарт України, 2000. – 28 с. – (Національний стандарт України).
35. Барченкова В.І. – Основи товарознавства непродовольчих товарів / В.І. Барченкова. – К. : Дніпро, 2003.
36. Вілкова С.А. Товарознавство і експертиза парфумернокосметичних товарів /: Ділова література. – 2004.
37. Души // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: В 86 томах (82 т. и 4 доп.). – СПб., 1890—1907.
38. Магія ароматів. Історія парфумерії. [Електронний ресурс].
39. Береславець Г., Карпенко О. Стан Українського парфумернокосметичного ринку [Електронний ресурс].
40. Луцив Н.В. Товароведные аспекты исследования рынка парфюмерных изделий в Украине Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.4 Економіка, планування та управління в галузях.
41. Виробництво промислової продукції за видами в Україні. // 220 Статистичний бюлетень Державного комітету статистики України. – К. : Вид-во "Лібра", 2013. – [Електронний ресурс].
45. 8 українських брендів, которые создают парфюмерию [Електронний ресурс] / - // Журнал большого города. Издание о городской культуре - самые интересные новости, люди, события и места Киева, Одессы и Львова.. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://bzh.life/mesta-i-veshi/ukrainian-perfume>.

46. Вотченікова О.В. Оцінка рівня якості парфумерних товарів / О.В. Вотченікова // Товарознавство та інновації : зб. наук. праць / голов. ред. О.О. Шубін. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ. – 2010.
47. Пешук Л.В. Технологія парфумерно-косметичних продуктів / Л.В. Пашук, Л.І. Бавіка, І.М. Демідов. – К. : Центр навч. літ-ри, 2007.
48. Писаренко Т.П. Особливості застосування органолептичних і фізико-хімічних методів досліджень для експертизи автентичності парфумерних товарів / Т.П. Писаренко, А.О. Реміга // Товарознавство та інновації : зб. наук. праць / голов. ред. О.О. Шубін. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ. – 2010.
49. Попова О.С. Тенденції розвитку сучасного ринку парфумерних товарів / О.С. Попова, К.В. Тишлек, В.І. Рибаченко, І.В. Новак // Актуальні питання сучасного товарознавства : матер. Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., Донецьк.
50. Михайлов В.І. Товарознавство непродовольчих товарів / В.І. Михайлов. – К: Книга, 2005.
51. Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови ДСТУ 4710:2006 [Чинний від 2006-26-12]. – К. : Держстандарт України. – 2007. – 18 с. – (Національні стандарти України).
52. Яковлева Л.А. Товароведение парфюмерно-косметических товаров / Л.А. Яковлева. – Н: Изд. «Лань», 2001.
53. Карта парфумів. [Електронний ресурс]. 27. Андрусевич А.М. Душистые вещества и продукты парфюмерно-косметического производства / А.М. Андрусевич. – М: Агропромиздат, 1990.
54. Что такое таможенное оформление и какими документами регулируется порядок растаможки груза [Електронний ресурс] / - // DCH Group. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://dchgroup.com.ua/kak-rastamozhit-tovar-ili-gruz-v-ukraine-kratkie-svedeniya>.
55. Одеський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС [Електронний ресурс] / - – Режим доступу до ресурсу: <http://expertise.odessa.ua/>.
56. Органолептическая оценка пищевых продуктов. // Восточно-Сибирский государственный технологический университет. – 2005. – С. 17–19.

57. Захарчук Валентина. Товарознавча експертиза парфумерних товарів у контексті вимог європейських стандартів [Електронний ресурс] / Захарчук Валентина, Неруца Лілія // УДК 665.57:65.012.16 – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/>

58. Вотченікова О. В., к-т економ. наук. Оцінка рівня якості парфумерних товарів [Електронний ресурс] / Вотченікова О. В., к-т економ. наук // УДК – Режим доступу до ресурсу: <http://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/6397/1/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F%201.pdf>.

59. Неруца Л. В. Товарознавча характеристика сучасного асортименту та експертиза парфумерних виробів [Електронний ресурс] / Неруца Л. В. // Одеський Національний Економічний Університет Кафедра експертизи товарів та послуг. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/>

60. ДСН 3.3.6.037-99. Санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку.

61. ДБН В.2.5–28 –2006. Інженерне обладнання будинків і споруд. Природне і штучне освітлення.

62. ГОСТ 12.1.005—88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны».

63. ГОСТ 12.003–74 ССБТ. Опасные и вредные производственные факторы. Классификация.

64. ГОСТ 12.2.032-78 "ССБТ. Рабочее место при выполнении работ сидя. Общие эргономические требования".

65. НАПБ Б.03.002-2007 Норми визначення категорій приміщень будинків і зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою.

66. НАПБ А.01.001-2004. Правила пожежної безпеки в Україні.

ПЕРЕЛІК

речовин, заборонених для використання у парфумерно-косметичній продукції згідно ТР ТС 009/2011 "Про безпеку парфумерно-косметичної продукції"

Номер документа за регламентом ЄС по косметиці	Назва речовини російською мовою	Назва речовини відповідно до міжнародної номенклатурою косметичних інгредієнтів (INCI)	CAS номер (номер хімічної реферативної служби реєстру (Chemical Abstract Service Registry))	ЄС номер (номер Європейському каталозі відомих комерційних хімічних речовин (EINECS - European Inventory of Existing Commercial Chemical Substances))
1	N-5-хлоробензоксазол-2-илацетамид	N-5-chlorobenzoxazol-2-ylacetamide	35783-57-4	-
2	2-Ацетоксиетилтриметиламонія гідроксид (ацетилхолін) і його соли	2-Acetoxyethyltrimethylammonium hydroxide (acetylcholine) and its salts	51-84-3	200-128-9
3	Деанолацеглумат (INN)	Deanolaceglumate (INN)	3342-61-8	222-058-5
4	Спиронолактон (INN)	Spirolactone (INN)	52-01-7	200-133-6
5	Метотрексан (INN)	Methotrexane (INN)	59-05-2	200-413-8

Фотоілюстрації проведення дослідження

