

Міністерство охорони здоров'я України
Запорізький державний медичний університет
Кафедра управління і економіки фармації, медичного та фармацевтичного
правознавства

**Товарознавчий аналіз фармацевтичних та парфумерно-косметичних
товарів. Пакування, маркування, зберігання**

МОДУЛЬ 2

ПРАКТИКУМ

для практичних занять

для студентів 5 курсу фармацевтичних факультетів заочної форми навчання
спеціальності « ТПКЗ» з дисципліни ««Фармацевтичне та парфумерно-косметичне
товарознавство»»

Запоріжжя 2017

УДК 615.014.8(072)5282

*Затверджено Центральною методичною Радою
Запорізького державного медичного університету
та рекомендовано для використання в освітньому процесі
(протокол №2 від 30 листопада-----2017 р.)*

Укладачі:

А. В. Самко - к. фарм. н., ст. викл.

Г. П. Суховий - доц.

За редакцією: доктора фармацевтичних наук, професора Книша Є. Г.

Рецензенти:

Панасенко Олександр Іванович – завідувач кафедри токсикологічної та неорганічної хімії, доктор фармацевтичних наук, професор

Доля Віктор Семенович – доктор фармацевтичних наук, професор

Товарознавчий аналіз фармацевтичних та парфумерно-косметичних товарів. Модуль 2. Пакування, маркування, зберігання : практикум для практичних занять для студентів 5 курсу фармацевтичного факультету заочної форми навчання спеціальності «ТПКЗ» з дисципліни «Фармацевтичне та парфумерно-косметичне товарознавство»/ уклад. А. В. Самко, Г. П. Суховий. – Запоріжжя : [ЗДМУ], 2017. – 76 с.

Практикум складено відповідно до робочої програми з медичного та фармацевтичного товарознавства МОЗ України III-IV рівнів акредитації для студентів фармацевтичних факультетів.

Практикум призначений для студентів спеціальності «Технологія парфумерно-косметичних засобів» і є навчальним посібником і робочим журналом для занять в аудиторії і самопідготовки. Для кожної теми практичного заняття наведено список літератури, завдання для самоконтролю та зміст практичної роботи.

Зміст

Практичне заняття №1.

Тема: *Товарознавчий аналіз парфумерних виробів* 4

Практичне заняття №2.

Тема: *Асортимент та аналіз косметичних товарів на ринку України* 10

Додатки.....16

Додаток 1.....16

Додаток 2.....21

Додаток 3.....25

Додаток 4.....33

Додаток 5.....35

Додаток 6.....38

Додаток 7.....53

Додаток 8.....56

Додаток 9.....59

Додаток 10.....61

Рекомендована література.....74

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 1

ТЕМА : ТОВАРОЗНАВЧИЙ АНАЛІЗ ПАРФУМЕРНИХ ВИРОБІВ

Студент повинен знати: асортимент парфумерних виробів, їх класифікацію за різними ознаками, упаковку, маркування, зберігання; порядок проведення товарознавчого аналізу.

Контрольні питання для самостійної підготовки

1. Поняття про парфумерні вироби.
2. Основні напрямки в розвитку парфумерії.
3. Класифікація, асортимент парфумерних виробів.
4. Споживчі властивості парфумерних виробів.
5. Приймання і дефекти парфумерних виробів.
6. Вимоги до якості парфумерних виробів.
7. Маркування та упаковка парфумерних виробів.
8. Транспортування і зберігання парфумерних виробів.

Основні терміни і поняття: парфумерні вироби, товарознавчий аналіз парфумерних виробів, якість парфумерних виробів.

Література до заняття

1. Вилкова С.А. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров. Учебник для вузов / С.А. Вилкова. - М. : Издательский дом «Деловая литература», 2000.
2. Мельниченко Т.А. Товароведение парфюмерно-косметических товаров / Т.А. Мельниченко - Ростов-на-Дону : «Феникс», 2002. - 286 с.

3. Шепелев А.Ф., Печенежская И.А., Ивахненко Т.Е. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров / Серия «Учебники, учебные пособия». - Ростов-на-Дону : «Феникс», 2002. - с.4 - 42.
4. Яковлева Л.А., Кутакова Г.С. Товароведение парфюмерно--косметических товаров Учебник для вузов / Л.А. Яковлева, Г.С. Кутакова. - СПб.: Издательство «Лань», 2001.
5. Матеріали лекції.

Питання для самоконтролю

1. Визначення понять про парфумерні вироби.
2. Описати основні напрями в розвитку парфумерії.
3. Привести класифікацію, асортимент парфумерних виробів.
4. Описати споживчі властивості парфумерних виробів.
5. Перерахувати вимоги до якості парфумерних виробів.
6. Описати упаковку парфумерних виробів.
7. Описати принципи маркування та упаковки парфумерних виробів.
8. Описати принципи транспортування парфумерних виробів.
9. Основні вимоги до зберігання парфумерних виробів.

Завдання для практичної роботи

Завдання 1. Заповнити таблицю «Основні види парфумерних виробів».

Таблиця 1

№ п. п.	Поняття	Визначення поняття
1	Парфумерні вироби	

2	Парфуми	
3	Парфумерна вода	
4	Туалетна вода	
5	Одеколон	
6	Запашні води	

Завдання 2. Описати 5-7 зразків парфумерних товарів запропонованих на занятті і зробити висновок про належність до конкретного виду парфумерних виробів.

Завдання 3. Проведіть товарознавчий аналіз парфумерних виробів і зробіть висновок про можливість їх використання.

Результати записати в таблицю 2.

Таблиця 2

Результат товарознавчого аналізу парфумерних виробів

(найменування)

<i>Найменування</i>	<i>Упаковка</i>	<i>Маркування</i>	<i>Етикетка</i>	<i>Відповідність НТД</i>

Висновок: _____

Завдання 4. Заповнити таблицю «Асортимент парфумерних товарів».

Таблиця 4

Асортимент парфумерних товарів

№ п. п.	Найменування (виготовлювач)	Вид парфумерії (дата випуску)	Характеристика запаху

Після виконання практичної роботи студент повинен отримати практичні навички та вміння щодо: порядку проведення товарознавчого аналізу парфумерних виробів

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №2.

ТЕМА: АСОРТИМЕНТ ТА АНАЛІЗ КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Студент повинен знати: асортимент, класифікацію, пакування, маркування і зберігання косметичних товарів; порядок проведення товарознавчої експертизи косметичних виробів.

Контрольні питання для самостійної підготовки

1. Історія розвитку косметології.
2. Класифікація і асортимент косметичних виробів.
3. Характеристика споживчих властивостей косметичних виробів.
4. Загальні вимоги пред'являються до якості косметичних виробів.
5. Характеристика дефектів косметичних товарів.
6. Товарознавча експертиза косметичних виробів.
7. Упаковка і маркування косметичних виробів.
8. Транспортування і зберігання косметичних виробів.

Основні терміни і поняття: косметичні вироби, якість косметичних виробів, товарознавча експертиза косметичних виробів.

Література до заняття

1. Вилкова С.А. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров. Учебник для вузов / С.А. Вилкова. – М.: Издательский дом «Деловая литература», 2000.

2. Мельниченко Т.А. Товароведение парфюмерно-косметических товаров / Т.А. Мельниченко – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2002. – с.4 – 42.
3. Шепелев А.Ф., Печенежская И.А., Ивахненко Т.Е. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров / Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2002. – с.4 – 42.
4. Яковлева Л.А., Кутакова Г.С. Товароведение парфюмерно-косметических товаров Учебник для вузов / Л.А. Яковлева, Г.С. Кутакова. – СПб.: Издательство «Лань», 2001.
5. Матеріали лекції.

Питання для самоконтролю

1. Назвати основні етапи розвитку косметології.
2. Навести класифікацію та асортимент косметичних виробів.
3. Перерахувати споживчі властивості косметичних виробів.
4. Дати характеристику косметичних гігієнічних, профілактичних.
5. Поняття про декоративної косметики. Класифікаційні ознаки.
6. Перерахувати вимоги до якості косметичних виробів.
7. Описати принципи упаковки і маркування косметичних виробів.
8. Перерахувати основні принципи зберігання косметичних виробів.

Завдання для практичної роботи

Завдання 1. Склади ланцюжка відповідності споживчих властивостей косметичних товарів.

А. функціональні	1. спеціальні
Б. ергономічні	2. лікувально – профілактичні
В. естетичні	3. захисні

Г. санітарно-гігієнічні Д. надійність	4. косметичні 5. очищаючі 6. зручність користування 7. легкість застосування 8. клінічна 9. токсикологічна 10. термін придатності 11. колоїдна стабільність 12. термостабільність 13. хімічна 14. зовнішній вигляд 15. колір 16. товарний вигляд упаковки
---	--

Відповіді:

А. –

Б. –

В. –

Г. –

Д. –

Завдання 2. Проведіть товарознавчий аналіз косметичних товарів і зробіть висновок про можливість їх використання.

Результати записати в таблицю 5

Результат товарознавчого аналізу косметичних товарів

(найменування)

<i>Найменування</i>	<i>Упаковка</i>	<i>Маркування</i>	<i>Етикетка</i>	<i>Відповідність НТД</i>

Висновок: _____

Завдання 3. Заповнити таблицю № 6 «Види рослинних олій , що входять до складу косметичних засобів».

Таблиця 6

Види рослинних олій, що входять до складу косметичних засобів

№ п. п.	Найменування	Характеристика	Дія

Завдання 4. Заповнити таблицю 7

Таблиця 7

№ п/п	Визначення	Визначення поняття
1	Вхідний контроль	
2	Вибірковий контроль	
3	Якість продукції	
4	Контроль якості продукції	
5	Показник якості	
6	Партія	
7	Упаковка	
8	Етикетка	
9	Термін придатності	

Після виконання практичної роботи студент повинен:

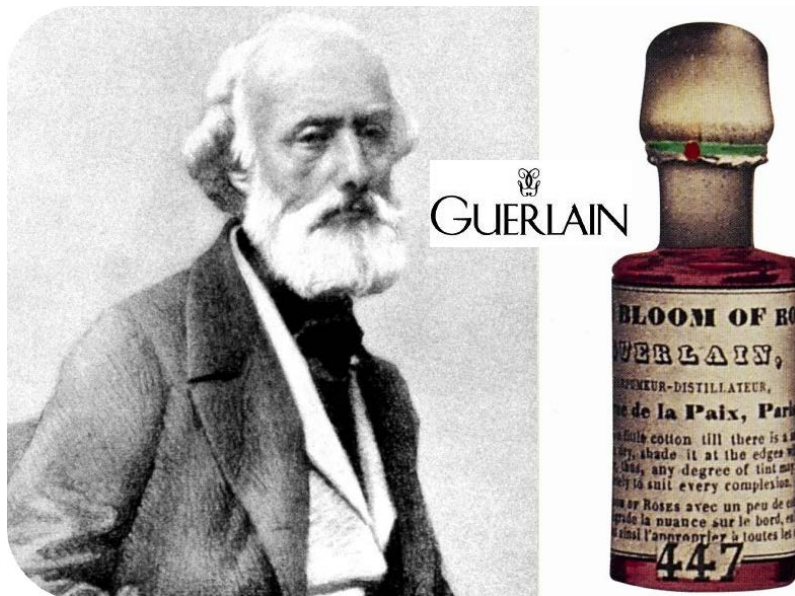
- оволодіти практичними навичками і вміннями.
- знати основні напрямки поліпшення споживчих властивостей парфумерних та косметичних виробів.
- вміти та знати порядок проведення експертизи якості косметичних товарів

КОРОТКА ІСТОРІЯ ПАРФУМЕРІЇ

1. Історія парфумерії нерозривно пов'язана з історією людства. У стародавньому Єгипті пахучі речовини грали величезну роль при обкурюванні і при виготовленні мазей і бальзамів. Слідуючи досвіду єгиптян, греки збагатили гаму ароматичних продуктів, використовуючи їх як в релігії, так і в повсякденному житті. Римляни поспішили зайняти гідне місце в області парфумерії, наділяючи аромати цілющими властивостями.

Подальший розвиток парфумерія отримала вже в 12 столітті. З'явилися способи дистиляції ароматів. В 17 столітті, з розвитком промисловості, парфумерія пізнає незвичайний успіх, який закріплюється до 19 століття.

2. У 1828 році П'єр Герлен, родоначальник парфумерів, відкрив свою першу крамницю в Парижі.



Герлен створює знамениту Імператорську туалетну воду. Прості жінки як і раніше задовольняються парфумерної водичкою, приготовленої на базі якоїсь однієї ноти троянди, жасмину та інші. Вся Європа в цей час їздить у Париж за

парфумами. На цьому етапі духи роблять на натуральній основі, використовуючи деревні, квіткові, кореневі екстракти. Але з 1889 р. на парфумерних фабриках Парижу починають виготовляти синтетичні масла, що імітують натуральні запахи.

3. На початку століття з'являються духи від "Коті", свій перший бутік відкриває Габріель Шанель.



Франсуа Коті став першим, хто поєднав у композиції натуральні запахи, з штучно створеними.



У світі парфумерії є кілька великих імен без них неможливо уявити собі історію запахів. Це люди-легенди, родоначальники традицій і першовідкривачі духів. Їх імена вже давно втратили первісний зміст, ставши символом, "носієм" ідей парфуму. Одне з них - Шанель. Це-легенда, це-історія, ця жінка, яка підкорила світ. За 88 років своєї бурхливої і талановитої життя вона зробила справжні відкриття в світі моди і парфуму. Найбільш відомі духи - "ШАНЕЛЬ № 5". Ось вже більше 25 років минуло після смерті Великої мадемуазель (1971р.), а будинок Шанель живе і процвітає, створюючи чудові запахи.

4. З 1858р. сім'я Бушерон створює свій парфумерний будинок. Клієнтами будинку Бушерон були Російський Імператорський двір, принцеса Монако-Грейс.



Навесні 1947 р. відомий дизайнер модного одягу - Крістіан Діор покорив світ парфумами "Міс Діор"



В кінці 60-х років журналістці Керол Філіпс (США) було запропоновано стати на чолі фірми "Естэ Лаудер".



З цього моменту крім косметичних виробів фірма почала випускати парфумерну продукцію, визнану в усьому світі. Юбер Живанші, законодавець світової моди, в 1957 р. створив свої перші парфуми, на які його надихнула актриса Одрі Хепберн.



Юбер Живанші



Одрі Хепберн

На парфумерну моду сильно вплинули парфумерні відкриття Джоржіо Армані. Парфуми Джані Версаче з'явилися в 1981 р. "Світ прекрасний" - стиль життя і творінь Кензо. Важко перелічити всі імена парфумерів, які заслужили світове визнання: Труссарді, Ів Сен Лоран, Ніна Річі та багато інших. Як правило, самі прославлені парфуми випускали на світ не парфумери, а модельєри та ювеліри.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ АСОРТИМЕНТУ ПАРФУМЕРІЇ

1. Слово «парфумерія» походить від французького *fumer* (диміти, випаровуватися, палити) та італійського *perfumato*. Це пояснюється тим, що найбільш поширеним було застосування пахоців для ароматизації житлових і громадських приміщень шляхом спалювання запашних рослин і смол в спеціальних пристосуваннях.
2. До парфумерних товарів відносяться парфуми, одеколони, парфумерні набори і запашні води, основне призначення яких ароматизувати шкіру, волосся, одяг .. Деякі види парфумерних товарів застосовуються як гігієнічні та освіжаючі засоби.
3. Основна вимога до парфумерні виробу — володіння приємним запахом. Запахи можна розділити на три умовні групи: приємні, неприємні і байдужі. Приємний запах приносить задоволення, створює добрий настрій, підвищує працездатність; неприємний (поганий) запах, навпаки, пригнічує, знижує працездатність. Є приємні запахи одним і неприємні іншим. Запах відчувається нами, коли збудження нюхового нерву, викликане запашними речовинами, передається клітин головного мозку. У запаху ще немає об'єктивних показників оцінки, як, наприклад, у кольору (довжина хвилі) і, звичайно, ступінь сприйняття запахів не у всіх однакова. Запах парфумерного виробу проходить три стадії: початковий, відчувається відразу (не характерний ще для даного виробу); основний, виявляється повною мірою через 15-20 хв після нанесення рідини, і залишковий (кінцевий), вже ослаблений і змінений.

4. Визнаними лідерами донині залишаються французькі, англійські, італійські виробники парфумерних товарів. Нижче наведено відомості про деяких виробників.
5. «Лаборатуар Сарбек» є провідним незалежним виробником косметичної і парфумерної продукції у Франції. В групу Сарбек входять заводи LABORATOIRES SARBEC і JACOMO. Продукція "Лаборатуар Сарбек" продукція успішно експортується в Росію протягом 10 років.
6. П'єр-Франсуа Герлен і Луї-Франсуа Карт'є - засновники найстаріших з існуючих донині парфумерної та ювелірної імперій, - обидва були офіційно наближені до двору Наполеона III. Перший був у статусі придворного парфумера, другий користувався ексклюзивним правом на виготовлення прикрас для Його Величності і імператриці Євгенії. Але якщо пан Карт'є навіть частенько снідав з королівської подружжям, то старого Герлена далі палацових воріт не пускали. Золоті флакони, посипані дорогоцінним камінням, які робив для дружини короля Луї Карт'є, цінувалися незмірно вище, ніж їх вміст, що постачається Герленом. Нащадки П'єра-Франсуа Герлена звели парфумерію в ранг високого мистецтва. Поступово публіка дізналася, що аромат здатний виблискувати і переливатися, як справжній діамант; як дорогоцінний камінь, він може мати магічними властивостями, пробуджуючими почуття і фантазію.
7. Французька компанія Etudes Diffusions Olfactives (EDO) була утворена в 1976р. С 1991р. EDO є відділенням корпорації SGP-SELIN, яка виробляє природні ефірні масла, парфумерні аромати а також склади ароматів з 1854г., коли був побудований перший завод компанії. «EDO» добре відома як постачальник парфумерних олій і композицій для різних галузей промисловості. Продукція Etudes Diffusions Olfactives поставляється в Європу, Північну Америку, Азію і Африку.

8. Фірми: Велла Руссвелл, Колгейт Палмолів, Лаборатуар Сарбек л'ореаль - Русбел, Мезопласт, Оріфлейм Косметікс, Проктер енд Гембл, Реккит Бенкізер, Свобода, Сміт Кляйн, Бичем Хелскер, Ейвон Бьюті Продактс, Юнілівер – фірми, що входять в Асоціацію, яка є членом Європейської парфумерно - косметичної асоціації (Колипа). Ця Асоціація створена для сприяння створенню сприятливого середовища для розвитку виробництва і споживчого ринку парфумерії.

Цілі і завдання асоціації:

- представлення та захист інтересів членів Асоціації в органах виконавчої і законодавчої влади;
- узагальнення думок експертів компаній - членів Асоціації в рамках Технічного комітету Асоціації та вироблення пропозицій щодо основних проблем розвитку галузі;
- проведення круглих столів та семінарів з питань законодавчого забезпечення діяльності галузі;
- участь у робочих групах і експертних радах з вироблення нормативних документів у галузі парфумерії;
- надання державним органам інформації про міжнародний досвід регулювання у даній галузі;
- координація діяльності з іншими промисловими асоціаціями і товариствами захисту прав споживачів;
- інформаційні послуги членам Асоціації
- привернення уваги громадськості до проблем галузі

9. Акціонерне товариство "Дзинтарс" веде свою історію з середини минулого століття, коли, по суті справи, були закладені основи парфумеро-косметичного виробництва в Латвії. У 1849 році в Ризі була заснована миловарна і парфумерна фабрика Бригера, яка випускала мило, свічки, здійснювала розлив парфумів, одеколонів з готових композицій завезених з Франції. Сьогоднішній "Дзинтарс" - це сучасне, технічно оснащене підприємство. Пройдено великий

шлях перетворень, накопичений величезний досвід і знання, створена своя професійна школа, сформувалася ідеологія і виробилися 2 основні принципи нового підходу:

- створення і випуск виробів, які є втіленням принципово нових ідей у виробництві парфумерії, виробництво виробів з новими функціональними якостями. Прикладом цього є нова серія "3+";
- у своїх виробах "Дзинтарс" використовує тільки натуральні природні продукти. Кількість їх введення визначається Латвійської Медичною Академією. Всі продукти проходять токсикологічне, клінічне та мікробіологічне тестування.
- "Дзинтарс" завжди дотримується у своїх розробках принципу безпеки.

СИРОВИНА І МАТЕРІАЛИ, ВИКОРИСТОВУВАНІ ДЛЯ ВИГОТОВЛЕННЯ ПАРФУМЕРНИХ ТОВАРІВ

1. Склад усієї парфумерії однаковий. Її роблять з концентрату (парфумерної композиції), спирту і води, різниця в пропорціях. Найдорожчими і стійкими є парфуми. Зазвичай вони містять 20-35% парфумерної композиції, розчиненої в 90% спирті плюс фіксатор. У складі парфумів використовуються найбільш дорогі та цінні натуральні ефірні масла і синтетичні запашні речовини.
2. Парфумована вода - денні парфуми, "дух духів", наступний за концентрації вид парфумерної продукції -5-25% концентрату розчинені в 90% спирті. Туалетна вода - 6-15% концентрату і 85% спирт. Одеколон - 6% парфумерної композиції в 70-80%спирті. Такого виду випускають парфуми для чоловіків.
3. Одна парфумерна формула містить, в середньому, близько сотні елементів як натуральних, так і синтетичних. І саме дозування їх, їх поєднання між собою призводить до певного результату, потрібної композиції, для досягнення якої, як правило, потрібна величезна кількість проб. Якість парфуму безпосередньо залежить від якості використовуваної сировини. Це і визначає різницю між престижною маркою, де використовуються в основному натуральні і якісні компоненти від продукції "мас-маркет", де використання таких компонентів неможливо з причини високої ціни.
4. Критерії запаху: Стійкість; Міцність; Шлейф; Можливість розпізнати; Асоціювати запах з фірмою; Зі стилем. Міцність запаху визначається % вмістом парфумерної композиції. Стійкість запаху залежить не тільки від кількості концентрату, але і від типу запаху.

5. Свіжі, цитрусові, трав'яні і квіткові аромати менш стійкі порівняно з східними, ванільними, амбровими і мускусними. Щоб посилити улюблений запах треба використовувати вироби однієї парфумерно-косметичної серії.

6. Характер духів виявляється повільно, в кілька етапів.

- Початкова нота проявляється протягом перших 15 хв. випаровування. Вона створює перше, спонтанне враження про парфуми. Створюється вона найбільш леткими компонентами композиції: цитрусовими, трав'яними, альдегідними, озоновими ароматами.
- Нота "серця" - ядро парфумів, визначає тип запаху. Вона розкривається слідом за початковою нотою і тримається протягом 3-4 годин. У цей час виявляються всі основні аромати композиції: фруктові, квіткові, пряні та ін.
- Кінцева нота відчувається в завершальній стадії випаровування і тримається 4-5 годин. У ній виявляються мускусні, ванільні, бурштинові запахи, вони забезпечують силу і стійкість парфумів. Візуально аромат можна уявити собі у формі трикутника і таким чином побачити, яку роль відіграють ті чи інші ноти на кожній стадії розкриття аромату.

7. Види запахів:

- ✓ ГІРКІ: герань, лимон, мандарин, півонії, бузок, флердоранж (квітка апельсина).
- ✓ ТОНКІ: акація, геліотроп, ірис, магнолія, мімоза, настурція, півонія, троянда.
- ✓ СОЛОДКУВАТІ: акація, мандарин, тубероза, ваніль.
- ✓ ЗЕЛЕНІ: гвоздика, фіалка (листя), нарцис, гальбанум (смола), мірра.
- ✓ ТЕПЛІ: акація, запашний горошок, персик, сандал, тубероза, жимолость, тварини запахи.
- ✓ ГУСТІ, ВАЖКІ: гвоздика, ладан, лілія, пачулі, тубероза, ладан.
- ✓ ПРЯНІ: жасмин, пачулі, цикламен, кориця, гвоздика, ветивер (коріння), ладан.
- ✓ ЗАПАХ ШКІРИ, ТЮТЮНУ отримують з безсмертника.

✓ ТВАРИНИ запахи: Сіра амбра-залоза кашалота виділяє секрет, який дає живий, теплий аромат, з нотами морського узбережжя, з відтінками запаху чаю. Застосовується для додання стійкості, в якості фіксатора.

8. У парфумерній промисловості використовують такі запашні речовини:

- Натуральні запашні речовини. Вони поділяються за походженням на речовини рослинного і тваринного походження.
- До рослинним запашним речовин відносяться ефірні і екстрактивні олії, смоли, бальзами і рослини, застосовувані для спиртових настоїв.
- До запашним речовин тваринного походження відносяться мускус, амбра, бобровий струмінь, цибет та ін.

9. Ефірні масла — це легколетючі маслянисті рідини, що видобуваються з квітів (троянди, жасмину та ін), квіткових пазух (гвоздики), плодів (анісу), шкірки плодів (лимона, апельсина), листя (м'яти), деревини (сандалового дерева) і ін. Ефірні олії одержують із свіжих або висушених ефіроолійних рослин шляхом перегонки водяними парами (наприклад, рожева, геранієва, м'ятна і деякі інші), шляхом вичавлювання їх з кірки (цитрусові), шляхом екстракції за допомогою летких розчинників.

10. Екстрактивні олії вважаються найбільш якісними і застосовуються для виготовлення парфумів вищого сорту:

- абсолю, або абсолютна олія – висококонцентрована запашна речовина з сильним і стійким запахом, що отримується з екстрактових ефірних олій. Летючими і нелетучими розчинниками з квітового сировини витягають екстрактове масло, а потім конкрет, з якого шляхом обробки спиртом з наступним його відгоном отримують абсолю.
- азалії масло - ефірна олія з верхівкових суцвіть азалії *Azalea pontica*, званої на Кавказі і в Житомирській області жовтим рододендроном *Rhododendron luteum*. Абсолютна масло являє собою в'язку масу жовто-коричневого або зеленуватого кольору зі стійким квітковим запахом. Містить гексиловий, гептиловий,

коричний спирт, терпінеол, ліналоол, сесквітерпеноїди (каріофілен, кадинен, неролідол та ін), метилові ефіри евгенолу і ізоевгенола, а також бензилові ефіри бензойної, саліцилової кислот. Застосовується в композиціях вищих сортів парфумерії.

- айру масло - ефірна олія з сухих коренів айру болотного *Acorus calamus*. В'язка рідина жовто-коричневого кольору зі своєрідним пряним запахом. Масло містить *b*-азарон в якості основного компонента, а також (Z,Z)-4,7-декадиналь, ряд сесквітерпеноїдів, які і визначають запах айрного масла. Використовується в парфумерних композиціях
- акації масло - ефірна олія з квітів дерев (*Acacia farnesiana* і *Acacia dealbata*). Абсолютна масло акації одержують з конкрету акації. Темно-жовта або коричнева рідина з сильним стійким пряно-трав'янистим запахом. До складу абсолютного олії входять метилсаліцилат, гераніол, фарнезол, бензиловий спирт. Висока ціна конкрету, і тим більше самого абсолютного масла призвела до заміни його у парфумерії на композиції з недорогих синтетичних запашних речовин.
- анісовий альдегід, або пара-метоксібензальдегід - рідина з приємним запахом мімози, глоду. Міститься в анісовому, фенхельному і багатьох інших ефірних маслах. Найчастіше анісовий альдегід отримують окисленням метилового ефіру до пара-крезолу. Хороші результати дає спосіб метилювання пара-гідроксібензальдегіду. Використовується в багатьох парфумерних композиціях і опудрюваннях при дозуванні до 5%.
- альдегід дециловий, або деканаль рідина з сильним альдегідним запахом, при розведенні проявляються ноти апельсинової кірки. Міститься в цитрусових, хвойних та багатьох квіткових ефірних маслах. Отримують дегідруванням децилового спирту на спеціальних каталізаторах. Використовується в малих дозах (до 2%) в парфумерних композиціях і опудрюваннях різного призначення.

- ацетат спирту листя, або цис-3-гексенилацетат - рідина з дуже сильним запахом свіжоскошеної трави, листя, недозрілих фруктів. Отримують ацетилюванням цис-3-гексенолу.
- пара-ацетиланізол, або пара-метоксіяцетофенон - кетон, продукт взаємодії оцтової кислоти і анізолу. Кристалічна маса з сильним стійким запахом сіна і квітковими нотами мімози, глоду. Компонент ефірних масел. Використовується в парфумерних композиціях.

11. Смоли являють собою виділення з надрізів деяких дерев, які ростуть в районах з жарким кліматом. Найчастіше застосовують стиракс (з надрізаного молодого дерева — ліквідамбра), бензойну смолу (з дерев сімейства стираксових) і ладан (з гілок чагарнику цистус). Бальзами — це напіврідкі речовини — розчини деревних смол в ефірних маслах. Найбільше застосування має толуанський бальзам, що має ванільний запахом. Смоли і бальзами цінні не лише тим, що мають свій власний запах, але і тим, що є відмінними фіксаторами, які підвищують стійкість запаху парфумів.

➤ Мускус — це зерниста речовина темно-коричневого кольору, що отримується з висушених залоз внутрішньої секреції мускусного оленя — кабарги.



- Амбра — жирна воскоподібна маса сіро-зеленого кольору, що видобувається з травного тракту кашалотів і складається на 80% з холестерину.



Амбру знаходять також у вигляді шматків, плаваючих на поверхні моря у тропіків. У парфумерії застосовують настій амбри, здатний фіксувати запах. Його різновидом є – амброксид – один з найважливіших компонентів натуральної сірої амбри. Кристалічна маса з сильним амбровим запахом і легким деревним відтінком. Промислове виробництво основане на окисненні склареол або на циклізації фарнезилкарбонової кислоти до отримання склареоліду; останній потім відновлюється і дегідратується. Використовується в парфумерних композиціях і опудрювачах вищих сортів.

- Бобровий струмінь — продукт виділення парних залоз річкового самця бобра, зустрічається в Сибірі.



- Цибет — мазеподібне виділення залоз внутрішньої секреції цибетової кішки, що живе в Північній Африці і Азії.



12. Запавні речовини тваринного походження застосовуються у парфумерії у вигляді настоїв і значення їх дуже велике: вони облагороджують і збагачують запахи і збільшують час сприйняття їх. Крім того, вони встановлюють гармонію між запахами духів і шкіри людини.

13. Синтетичні запавні речовини. Це продукти хімічної переробки нафти, кам'яного вугілля, деревини і ефірних масел, з яких виділяють окремі складові частини і переробляють в запавні речовини. У зв'язку з непостійністю якості і деякою дефіцитністю натуральних запавних речовин проблема створення синтетичних запавних речовин привертає особливу увагу парфумерів всіх країн. У даний час синтезовано значна кількість запавних речовин: терпенові — з запахом бузку, ванілін — з запахом ванілі, кумарин — із запахом сіна та ін.

14. Синтетичні запавні речовини можуть мати не тільки запахи, відповідні запаху квітів або свіжої зелені, але і такі, які не зустрічаються в природі, завдяки чому можливе створення духів і інших парфумерних товарів з різними фантазійними запахами, що дозволяє значно розширити асортимент парфумерних товарів, наприклад:

- ✓ аббаверт [2-(1-етилпентил)-1,3-диоксалан] - запавна речовина широкого застосування для різних середовищ, за винятком продуктів з низьким

значенням рН (2-6), в яких воно нестійке. Володіє потужним запахом зелені, нагадує листя, але з фруктовою і деревної нотами. Добре вписується в композиції квіткового напрямку, додаючи до сучасних композицій напрямки зелені цікаві ноти.

✓ Abbavert — продукт компанії "Bush Boak Allen".

15. Спирт застосовують у парфумерії як розчинник для запашних речовин і як дезінфікуючий і освіжаючий засіб в одеколонах і пахучих водах. Для виробництва парфумерних товарів застосовують етиловий спирт-ректифікат вищої очистки, фортецею 96,2°.

16. Вода застосовується головним чином для розведення спирту до потрібної концентрації і повинна відповідати показникам стандарту для питної води.

17. Барвники застосовуються в тих випадках, коли парфумерній рідині потрібно надати певний колір. Для цієї мети використовуються органічні барвники, розчинні в спирті і воді.

ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПАРФУМЕРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

1. Виробництво парфумерії складається з наступних операцій:
 - складання композиції-бази,
 - приготування парфумерної композиції,
 - приготування парфумерної рідини,
 - визрівання рідини,
 - фільтрація рідини,
 - розлив рідини у флакони,
 - закупорка флаконів,
 - упаковка і маркування флаконів.
2. Найбільш важливою і відповідальною операцією у виробництві парфумерних товарів є складання композиції, яка являє собою суміш запашних речовин з рівним характерним квітковим або фантазійним запахом. Склад композицій-баз великий (60-80 і більше найменувань запашних речовин).
3. Парфумерну композицію готують шляхом додавання до композиції-базі різних запашних речовин. При цьому враховується задум парфумера і напрям майбутніх духів.
4. Приготування парфумерної рідини полягає в розчиненні парфумерної композиції в спирті, додавання настоїв, води і барвників. Свіжоприготовлена парфумерна рідина може дати при зберіганні осад і помутніння, крім того, вона ще не відповідає необхідним якостям запаху, так як він повністю проявляється не відразу.

5. Для «дозрівання» і видалення запаху спирту необхідний певний термін визрівання рідини, яке триває від кількох днів до року.
6. Кінцевими процесами виробництва парфумерних товарів є: фільтрація парфумерної рідини, розлив її у флакони, закупорка флаконів, маркування та пакування флаконів.

СПОЖИВЧІ ВЛАСТИВОСТІ ПАРФУМЕРНИХ ТОВАРІВ

1. Аромотерапія - це і наука, і мистецтво, і медицина, і психологія, і філософія. Це спосіб життя. Ароматерапія - лікування запахом. Прихильники аромотерапії вважають, що вдихання запашних речовин знімає стреси, яким піддаються в даний час багато людей.

2. У багатьох країнах з'явилися косметичні засоби, в яких використовується принцип аромотерапії. Наприклад, вранці, перш ніж їхати на роботу, можна скористатися милом або туалетною водою, яка дозволить залишатися спокійним під час поїздки у вагоні метро. Якщо протягом дня відчувається втома чи сонливість, то замість чашки кави можна скористатися іншою туалетною водою, яка володіє тонізуючою і освіжаючим дією. Рецептура цих коштів складається на основі аромотерапії. Це можуть бути засоби для ванн, шампуні, ополіскувачі, засоби для догляду за шкірою, дезодоранти та ін. Добре відомо, що:

- Шкірний свербіж усуває грейпфрут, лаванда, лимон, м'ята, ромашка і т. д.
- Целюліт - апельсин, лимон, бергамот, сосна, ялівець і т. д.
- Сухе, тонке волосся лікує апельсин, іланг - іланг, лаванда, шавлія, ромашка інші.
- Жирне волосся - грейпфрут, лимон, чебрець, кедр, меліса і т. д.
- Ламкі нігті - кедр, лимон, евкаліпт, пачулі, мирра, лаванда та ін.
- Жасмин сприяє посиленню працездатності.
- Іланг -іланг "квітка квіток", розслаблює, заспокоює.
- Аромат фіалок - вселяє оптимізм.
- Цитрусові дбають про те, щоб посилити енергію тіла і духу.

3. Парфуми треба пробувати у вільному, летючому їх стані і ніколи - в концентрованому. Одні й ті ж парфуми звучать абсолютно по-різному в залежності від типу шкіри, кольору волосся, темпераменту і, навіть, часу року. Вибираючи парфуми, не слухати треба тільки себе і свої відчуття. Користуючись парфумами, слід рахуватися з часом року, з одягом, з місцем перебування.

- ✓ Денні парфуми м'якші, прозоріші.
- ✓ Вечірні - м'якші, насичені, дурманні.
- ✓ Пряні, чуттєві аромати більш доречні на прийомі, в театрі.
- ✓ Для офісу та прогулянки підійдуть більш ніжні, легкі аромати.
- ✓ Вночі краще використовувати парфуми з фруктовими нотами, вони викликають не тільки нюхові, але і смакові відчуття.
- ✓ Взимку хороші шафранові ноти, їх терпкі, деревинно - мохові запахи підкреслюють тепло.
 - Влітку доречні швидше солодкі, медові, квіткові, цитрусові, свіжі, легкі аромати.

4. Парфумери тісно зв'язують аромати парфумів з кольором волосся, темпераментом людини:

- Пекучим брюнеткам, особливо східного типу, підійдуть пряні, дурманні-спекотні аромати (жасмину, туберози, лілії, нарциса, білого бузку з нотою мускусу, амбри, шкіри, сандалу).
- Блондинкам варто користуватися парфумами з чистими, природними, свіжими нотами (фрезії, лаванди, конвалії, фіалки, блакитний бузку, бергамоту, мімози, резеди, цитрусових).
- Вогняно-рудим жінкам властивий темперамент. У парфумах вони шукають міцність, яскравість і в той же час дурманні, хвилі свіжості.
- Більшість росіянок - шатенки. Таким жінкам підійдуть квіткові духи з теплими нотами гарденії, акації, жимолості, запашного горошку. Шатенки шукають в парфумах страсну мускусність в поєднанні з квітковою свіжістю.

- Темним шатенкам підійдуть медово - пряні аромати троянди, цикламена.

5. Запах поширюється в двох напрямках:

- Поширення в зовнішньому світі - місток, який ми прокладаємо до людей.
- Всередину - завдяки власному свідомому чи несвідомому сприйняття запаху. Він впливає на настрій, на нашу впевненість у собі, відчуття радості. Треба не нюхати", а прислухатися до запаху. Які запахи підходять, це підкаже тільки власне сприйняття. Правильно вибрані духи, - це підкаже проба на шкірі.

6. Парфуми - це друга шкіра, повітря, яким доводиться дихати.

"Сукня - прикраса зовнішності, парфуми - внутрішній вимір жіночого початку.

КЛАСИФІКАЦІЯ І ХАРАКТЕРИСТИКА ПАРФУМЕРНИХ ТОВАРІВ

1. В асортимент парфумерних товарів входять духи, одеколони, запашні води та парфумерні набори.
2. Духи. Всі види духів можна згрупувати за такими ознаками: консистенції, характеру запаху, змісту композиції, стійкості запаху, призначенню й місцю виробництва.
3. За консистенцією духи бувають рідкі, тверді і порошкоподібні.
 - Рідкі духи це приємно пахучі спиртові або водно-спиртові розчини парфумерних композицій із ароматом квіткового чи фантазійного напрямку і застосовуються як ароматизуючий засіб.
 - Тверді духи - це воскова маса, найчастіше у вигляді олівця, насичена парфумерної композицією і забарвлена в певний колір. Застосовують для натирання шкіри.
 - Порошкоподібні духи - це висушені рослини, розтерті в порошок і надушені парфумерної композицією. Застосовують для аромату білизни.
4. За характером запаху духи бувають квіткові, які мають запахами будь-якого квітки («Жасмин», «Бузок», «Фіалка» і ін.), І фантазійні, поєднують кілька запахів квітів або запахів, які не зустрічаються в природі («Схід», «Манон», «Червона Москва» і ін.).
5. За змістом композиції (залежно від якості! Духи діляться на чотири групи: Екстра, А, Б і В. Духи групи екстра містять не менше 10% парфумерної

композиції (від маси духів), а стійкість запаху повинна зберігатися не менше 60 годин .

6. До парфумам групи екстра ставляться «Сонет», «Надія», «Торжество », «Лель »,« Болеро» та ін.

- ✓ Духи «Сонет» представляють собою спиртовий розчин позиції. Зміст запашних речовин становить 20%, стійкість запаху не менше 60 ч. Запах квітково-фантазійного напрямку,



- ✓ Духи «Надія» мають запахом фантазійного напрямку з відтінком гіркуватою зелені. Містять 25% запашних речовин і мають стійкий запах (60 год).
- ✓ Духи «Торжество» мають свіжий сильний запах фантазій) квіткового напрямку. Містять 20% запашних рідин! і мають стійкий запах (60 год).



- ✓ Духи «Лель» мають тонким ніжним ароматом весняних квітів. Зміст запашних речовин 25%, стійкість запах; 50 ч.



- ✓ Духи «Болеро» з оригінальним запахом фантазійного напрямку. Містять 10% запашних речовин; стійкість запах; дуже висока (80 год).

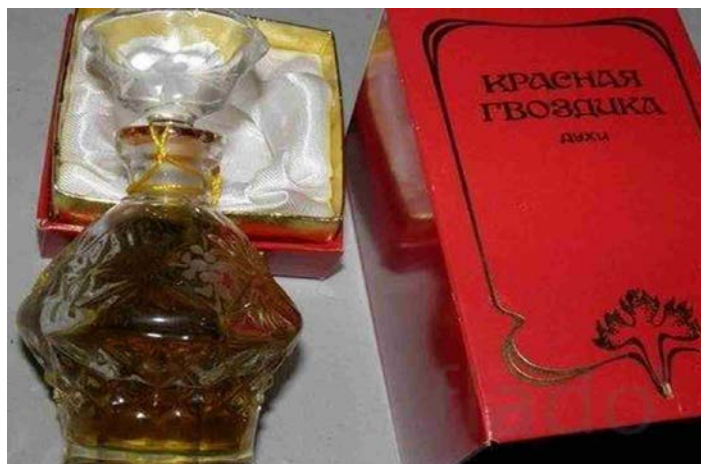


7. До парфумам групи А ставляться духи, що містять, як правило, не менше 10% композиції і мають стійкість запаху не менше 40 ч. До них відносяться «Росія», «Одетта», «Таємниця», «Магнолія», «Юність», «Шипр», «Біла бузок» та інші .





Духи груп екстра й О випускаються в художньо оформлених футлярах і коробках. К парфумам групи Б належать духи, що містять не менше 5% композиції і не більше 10% води, і мають стійкість запаху не менше 30 ч. До них відносяться «Кармен», «Суліко», «Кримська роза», «Червона гвоздика» і др.



К духам групи В відносяться головним чином духи з квітковим запахом, що містять не менше 5% композиції і 30% води. Стійкість запаху щонайменше 30 годин. Сюди відносяться «Фіалка», «Жасмин», «Бузок», «Гвоздика» і ін. Духи груп Б і В випускають у футлярах і без футлярів.

8. За призначенням духи зазвичай ділять на жіночі («Червона Москва», «Лада», «Торжество» та ін.) І на чоловічі («Шипр» «Прометей »,« Русь »і ін.).





9. Дівчата до 22 років віддають перевагу яскравим запахів з нотами свіжості. Жінок від 22 до 30 років тягнуть стійкі букети гіркуваті, терпкі або легкі аромати екзотичних квітів і фруктів. Жінки від 30 до 40 років вибирають складні елегантні букети ароматів - солодкі або терпкі. Жінки від 40 років купують ніжні, романтичні запахи, часто квіткові.

- Професійна приналежність, темперамент і спосіб життя також впливають на смак жінок.
- Активні ділові жінки, як правило, вибирають стійкі стримані запахи, з гіркими і деревними нотами: "Інтрига №1 ", " Міс №2 ", " Міс №12 ". Для них не підійде відверто солодкий аромат.

- Динамічним незалежним натурам подобаються аромати впевненості і морського вітру. Вони не бояться складного поєднання запахів, наприклад, сантала, пачулі і цитруса: "Соло", "Вітаміни Любові", "Інтрига №2".



- Романтичні жінки люблять солодкі східні і квіткові букети ароматів жасмину, троянди, білих квітів лілії і конвалії на пудровому тлі: "Христина", "Кокетка", "Полум'я любові".
- Спокійні і добродушні воліють стримані гармонійні запахи - альянс троянди і фіалки, інжиру і персика: "Білий сон", "Кокетка", "Весна любові".



- Інтелектуалки - непередбачувані, також непередбачувані і парфумерні композиції, які вони вважають за краще - це можуть бути як спокійні витримані, так і яскраві містичні пахощі: "Міс №1", "Христина", "Соло", Таємниця рижанки ", " Вітаміни Любові " .



10. Також парфумери радять підбирати аромати духів, орієнтуючись на колір волосся жінки.

- Брюнеткам підійдуть духи пряні, спекотні, з основною нотою мускусу і амбри: "Соло", "Борнео", "Інтрига №2".
- Блондинки частіше користуються духами з присутністю свіжих природних нот: "Крістіна", "Таємниця рижанки", "Міс №1", "Білий сон", "Вітаміни Любви №2".



- Огненно-руді жінки воліють аромати відверто-яскраві і в той же час пестять хвилю свіжості: "Полум'я любові", "Міс №2", "Весна любові".



- Шатенки вибирають фруктові-квіткові аромати з теплими амбровими нотами: "Кокетка", "Інтрига №1", "Таємниця рижанки".
- Темним шатенкам подобаються медово-пряні та фруктові аромати "Соло", "Вітаміни Любові №1".

11. Одеколони. Це водно-спиртові розчини парфумерних композицій із ароматом квіткового чи фантазійного напрямку. Одеколони застосовуються як гігієнічні, освіжаючі і ароматизуючі засоби.

12. Квіткові одеколони застосовуються як гігієнічний і ароматизуючий засіб. Гігієнічне значення одеколонів полягає в дезінфікуючій та освіжаючій дії спирту і запашних речовин. До групи квіткових одеколонів належить і одеколони з фантазійним запахом.

13. Одеколони, як і парфуми, за змістом композиції (залежно від якості) діляться на чотири групи: екстра, А, Б і В.

- ✓ До одеколонів групи екстра ставляться одеколони вищої якості, що містять від 3 до 5% композиції. Стійкість запаху щонайменше 24 год. Це такі, як «Прометей», що завоював на Лейпцизькому ярмарку золоту медаль, «Антей», «Зоря», «Ілюзія», «Гамлет» і ін. Випускаються в художньо оформлених футлярах і коробках.
- ✓ До одеколонів групи А ставляться одеколони, містять від 3 до 5% композиції. Стійкість запаху щонайменше 24 год. Сюди відносяться «Вогні Москви», «Космос», «Шипр», «Трійка» та ін.
- ✓ До одеколонів групи Б ставляться одеколони, містять від 3 до 4% композиції. Стійкість запаху не нормується. Сюди відносяться «Сніжинка», «Осінь», «Левкої», «Незабудка» та ін.
- ✓ До одеколонів групи В ставляться одеколони, містять від 2 до 3% композиції. Стійкість запаху не нормується. Це «Гвоздика», «Орбіта», «Жасмин», «Орхідея» та ін.
- ✓ Одеколони групи А, Б і В випускають у різноманітних футлярах і без них.

14. Гігієнічні одеколони відрізняються тим, що застосовуються тільки для гігієнічних цілей. Запах їх повинен бути приємним, але не сильним і не особливо стійким. Зміст композиції до 2%, причому до складу композиції гігієнічних одеколонів входять ефірні масла цитрусових. Міцність спирту не перевищує 60%.

15. Запашні води. Це водно-спиртові розчини композицій із ароматом квіткового і фантазійного напрямку. До запашним водам ставляться «Березовий вода» (для освіження шкіри), «Лісова вода» з запахом хвої (для освіження повітря в приміщенні), «Рожева вода» (для догляду за шкірою обличчя та тіла), «Хінна вода» (для догляду за волоссям) і ін.

17. Парфумерні коробки. Являють собою набір парфумерних виробів, зібраних в художньо оформлену коробку, якій присвоюється найменування духів, включених в набір: «Вогник», «Сапфір», «Червона Москва», «Чорна скринька», «Димок», «Дует» та ін.



18. Існують парфумерні композиції для чоловіків самих різних характерів, темпераментів і смаків.

- Натурам врівноваженим, стабільним одеколони "Ліго", "Стратег", "Сріблястий лід".



- Елегантним, стриманим чоловікам ідеальним подарунком стане "Містер", "Титанік" чи "Лінія для чоловіків".



- Для спортивних натур створена ціла серія одеколонів "Регбі", "Ралі", "Серфінг".

19. Колір волосся чоловіки також визначає його вибір ароматів.

- Брюнети зазвичай вибирають "Тайфун", "Ліго", "Містер", "Сріблястий лід".
- Шатени воліють "Серфінг", "Ралі", "Стратег".
- Блондини більше схильні до "Бригу", "Екіпажу" і "Титаніку",
- Рудоволосі з ентузіазмом купують "Ліго", "Екіпаж" або "Лінію для чоловіків".

ВИМОГИ ДО ЯКОСТІ ПАРФУМЕРНИХ ЗАСОБІВ

1. Парфумерні товари повинні виготовлятися відповідно до вимог стандартів за затвердженими технологічним інструкціям та рецептурами.

1.1. Парфумерні товари повинні виготовлятися з доброякісного сировини й за складом відповідати затвердженій рецептурою. Зміст композиції для кожного найменування парфумерних виробів зумовлено рецептурою, але воно повинно бути не нижче норм, встановлених ГОСТами кожної групи виробів.

1.2. Парфумерні товари за зовнішнім виглядом повинні бути однорідні і прозорі без помутніння при температурі -5°C . При температурі нижче -5°C допускається помутніння, які мають зникнути за нормальної температури $-18-20^{\circ}\text{C}$.

1.3. Колір і запах парфумерних товарів має відповідати кольору і запаху контрольного зразка.

1.4. Стійкість запаху повинна бути не менше встановленої для кожної групи духів і одеколонів.

2. При атестації за якістю парфумерні товари оцінюють але 30-бальною системою. Причому за запах дається вища оцінка. Вищу категорію привласнюють виробам, які мають 27-30 балів, про те числі 5 балів за зовнішнє оформлення. Першу - 20-26 балів, в тому числі 4 бали за оформлення. Вироби, які отримали менше 20 балів, переводяться в другу категорію. Ці вироби, якщо їх якість не покращиться, знімаються з виробництва.

3. Основними показниками, за якими проводиться атестація, є: для духів всіх груп і одеколонів груп екстра й О - якість запаху, його стійкість, зовнішнє оформлення (при строгому дотриманні норм за фізико-технічними показниками); для одеколонів груп Б, В і запашних вод - якість запаху, прозорість рідини і зовнішнє оформлення.

4. Зовнішній вигляд парфумерних товарів визначають переглядом флаконів з парфумерної рідиною в світлі електричної лампи потужністю 40 Вт на відстані 20 см від лампи і 40 см від спостерігача при перевертанні флакона пробкою вниз.

5. Колір парфумерних товарів визначають порівнянням яке відчуває і контрольного зразків, користуючись при цьому смужками паперу, змоченими піддослідним і контрольним товаром.

6. Стійкість запаху визначають органолептичним методом, для чого беруть смужку (5x10 см) попередньо постираної марлі, яку опускають в парфумерну рідину і просушують в приміщенні з температурою + 15-20 ° С.

7. Парфумерні товари повинні відповідати ГОСТам розробленим технічних умов:

- ✓ Вироби парфумерні рідкі (одеколони, духи, води туалетні і запашні), ГОСТ 17237-93 В.п. 1.1., 1.3. в тому числі: ГОСТ 27429-87 П.п. 1.2., 1.3. СанПіН 1.2.681-97
- ✓ Вироби парфумерні рідкі у флаконах з ковпачком-пульверизатором ГОСТ 26891-86
- ✓ ГОСТ № Р 51579-2000 Вироби косметичні рідкі. Загальні технічні умови.
- ✓ Р 51578-2000 Вироби парфумерні рідкі. Загальні технічні умови.

- ✓ 29188.6-91 Вироби парфумерно-косметичні. Газохроматографічний метод визначення етилового спирту
- ✓ 29188.0-91 Вироби парфумерно-косметичні. Правила приймання, відбір проб, методи органолептичних випробувань.
- ✓ 27429-87 Вироби парфумерно-косметичні рідкі. Упаковка, маркування, транспортування і зберігання

ПРИЙМАННЯ ТА КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ ПАРФУМЕРНИХ ЗАСОБІВ

1. Кожна партія парфумерних товарів, що надходять до торговельної мережі, повинна супроводжуватися документом встановленої форми, що засвідчує якість товарів. Партією на оптових базах і складах вважають однойменну продукцію, що надійшла по одному транспортному документу або накладної. Партією в роздрібній торговельній мережі вважають однойменну продукцію, отриману по одній накладній або рахунку.

2. Товари, що надійшли на оптові бази або в роздріб, перш за все піддаються перевірці на справність і правильність упаковки. Оптові бази перевіряють розкриттям цехової упаковки 15-20% вступників на базу парфумерних товарів. Приймання парфумерних товарів за якістю всередині справної упаковки проводиться на складі або в магазині кінцевого одержувача. Для цього проглядається не менше 3% виробів від партії, що надійшла, по але менше трьох місць.

3. При невідповідності органолептичних та фізико-хімічних показників вимогам стандартів вся партія прийманню не підлягає. При невідповідності парфумерних товарів затвердженому зразкам по зовнішній обробці флаконів, пакування, маркування та при наявності сторонніх домішок проводять повторну перевірку, для чого знову відбирають зразки в кількості не менше 3% перевірених партії. При незадовільних результатах повторної перевірки хоча б по одному показнику всю партію бракують. При наявності

3% і менше продукції з зазначеними дефектами бракують тільки зразки з дефектами.

4. Якщо постачальник парфумерних товарів не згоден з оцінкою одержувача, а також при виникненні у одержувача сумнівів щодо ролі товару за фізико-хімічними показниками доводять арбітражний аналіз в нейтральній лабораторії чи у Всесоюзному науково-дослідному інституті синтетичних і натуральних запашних речовин. Зразки для проведення арбітражного аналізу відбираються відповідно до правил, встановленими відповідними ГОСТами, ОСТами або ТУ.

Перелік досліджуваних характеристик парфумерної продукції, що регламентуються ГОСТ

№	Найменування продукції, що випробовується	Код ОКП Код ТН ВЭД	Найменування випробувань і (або) визначаються характеристик (параметрів)	Позначення НД на продукцію, що містить значення визначаються характеристик	Позначення НД на методи випробувань
1	Одеколони й води запашні і туалетні Духи і масла ефірні натуральні в сувенірних футлярах	0 91 5500 33030010 0 91 5600 33030090	Зовнішній вигляд колір запах прозорість фортеця умовна Стійкість запаху масова частка запашних речовин	ГОСТ 17237-93 СанПін 1.2.681-97	ГОСТ 29188.0-91 ГОСТ 17237-93 ГОСТ 14618.10-78 або ГОСТ 3639-79

5. Збраковані товари повертаються виробнику за його рахунок. Від вартості товарів неналежної якості стягується штраф відповідно до Положення про поставки товарів народного споживання за дане порушення.

ПРИЙМАННЯ ТА КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ ПАРФУМЕРНИХ ЗАСОБІВ

1. ГОСТ 27429-87 Вироби парфумерно-косметичні рідкі. «Упаковка, маркування, транспортування і зберігання»
2. Упаковка будь-якого товару, а духів особливо - найвища мистецтво. Оболонка, як і самі духи, створюється на довгі роки. Перевести мову запахів в зоровий ряд, передати першу виставу з ідеєю запаху намагаються митці й дизайнери. Ще в гробницях фараонів Давнього світу знайшли судини зі слідами пахощів. Греки і римляни залишили чудові зразки флаконів як мініатюрних амфор. Давньоруські красуні користувалися спеціальними східними прикрасами - підвісками, в які вкладали ароматичні речовини. При ходьбі підвіски розгойдувалися, і навколо поширювався аромат. В даний час широко поширений прийом оформлення флакона - у вигляді жіночої фігури. Упаковка духів - це частина аромату. Сьогодні законодавець моди в світі флаконів - фірма Баккара (фр.). Вона заснована в 1764г. Її послугами користуються провідні Парфумерні вдома мира.
3. Духи розфасовують в скляні, порцелянові чи керамічні флакони ємністю не більше 65 мл з щільно притертими пробками зі скла або скла з поліетиленовим покриттям або з гвинтонарізних ковпачками (з прокладкою) з пластмаси або металу.
4. Одеколони і запашні води розфасовують в скляні флакони ємністю не більше 250 мл. Флакони з плічками заповнюються парфумерної рідиною до рівня плічок; флакони без плічок повинен мати повітряний простір не більше 4% ємності флаконів.

5. Горлечка флаконів з притертими пробками повинні бути оброблені бодрушем (плівка з яловичих або баранячих кишок), лайкою чи прозорою плівкою; обв'язані канителлю, шовкової або віскозної ниткою або стрічкою.

6. Флакони з духами і одеколонами можуть бути покладені в художньо оформлені футляри або коробки або можуть бути без футлярів і коробок. Такі флакони загортають в обгортковий папір і укладають в зшивні або складні пакувальні картонні коробки. Парфумерні набори упаковують в окремі пакувальні коробки комплектно, причому флакони, що входять в набори груп А і екстра, попередньо обгортають папером.

7. На флакони з парфумерними товарами наклеюється художньо оформлена етикетка із зазначенням на лицьовому боці етикетки найменування виробу; на зворотному боці - найменування підприємства, його місцезнаходження або його товарного знака, місяця і року вироблення, роздрібної ціни, позначення стандарту, найменування групи виробу.

8. При випуску парфумерних виробів в футлярах з флаконами без етикеток всю маркірування розміщують на футлярі. На паперових клейових стрічках, якими обклеюють коробки, друкарським способом або штемпельної фарбою повинні бути зазначені найменування виробу і номер артикулу; найменування підприємства і його місцезнаходження; кількість одиниць виробу, упакованого в коробки; дата виготовлення, номер бригади; найменування групи виробу; позначення стандарту.

9. На ящиках з парфумерними товарами повинні бути зазначені найменування виробу і номер артикулу; найменування підприємства-виробника та його місцезнаходження або найменування вантажовідправника; найменування вантажоодержувача; порядковий номер ящика і дата виготовлення; кількість виробів у штуках; номер пакувальника; позначення стандарту. На кришках ящиків повинні бути написи: «Верх», «Не кидати!», «Скло».

ВИДИ ОЦІНОЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПЕРЕВІРКА ЯКОСТІ, ОЦІНКА РІВНЯ ЯКОСТІ, СЕРТИФІКАЦІЯ ТОВАРУ

1. Види оціночної діяльності

Розрізняють такі види оціночної діяльності щодо відповідності якості товару - це контроль (перевірка) якості, оцінка рівня якості і сертифікація товару.

Відповідність - це дотримання всіх встановлених вимог до продукції, процесу чи послуги. (ISO / IEC Guide 2, п. 13.1).

Контроль якості - це перевірка відповідності якості ПКТ встановленим вимогам НД. Контроль якості проводиться на виробництві, в торговому підприємстві представниками, покупцем.

Оцінка рівня якості - це сукупність операцій по визначенню фактичних значень показників якості товару і зіставлення їх з базовими або порівняння конкретного товару її зразком - еталоном.

Сертифікація - дії третьої сторони, що підтверджують відповідність якості товару вимогам НД або зразком - еталону.

Сертифікація проводиться юридичними або фізичними особами, незалежними від виробника (продавця) і споживача.

Кінцевим результатом сертифікаційних випробувань є документ, що підтверджує декларацію відповідності - сертифікат відповідності. Для парфумерно-косметичних товарів обов'язковою стадією є отримання санітарно-епідеміологічних висновків за показниками безпеки.

2. Перевірка якості товару

(На прикладі парфумерних рідин)

Перевірка якості партії ПКТ складається з двох етапів:

на 1-му етапі перевіряється якість упаковки і маркування;

на 2-му - якість самого товару (вмісту) за органолептичними та фізико-хімічними властивостями.

3. Перевірка якості упаковки.

Складання випадкової вибірки. Згідно НД проводять відбір проб: вибирають 3% пакувальних одиниць з різних місць партії (складають випадкову вибірку), що має становити не менше ніж три пакувальні одиниці. Якщо у вибірці більше 3% виробів не відповідають з пакування та маркування вимогам ГОСТ, проводять повторну перевірку на подвоєній вибірці. За результатами повторної перевірки партію бракують, якщо у вибірці більше 3% виробів не відповідають вимогам стандартів (хоча б по одному з показників). При наявності менше 3% виробів, які не відповідають вимогам стандартів, партію приймають, бракуючи тільки фактично виявлена кількість дефектних виробів.

1). Перевірку якості починають із встановлення відповідності виду і типу упаковки зразка - еталона, технічного документу виробника на конкретне найменування виробу.

Тара і пакувальні кошти повинні бути виготовлені з матеріалів, дозволених органами державного санітарно-епідеміологічного нагляду Росії.

2). Флакони, які використовуються для фасовки парфумерних рідин, повинні мати правильну форму, стійко стояти на горизонтальній поверхні. Згідно ГОСТ Р 51578-2000 «Вироби парфумерні рідкі. ОТУ »обсяг використовуваних флаконів повинен бути не більше 255 куб. см.

3). Скляні флакони не повинні мати критичних дефектів; допускається присутність нормованих дефектів. Такі дефекти, як подряпини, задирки, нерівномірна товщина стінок, матовість, невеликий міхур - мошка (діаметр не більше 1 мм), погіршують

зовнішній вигляд флакона; не допускаються - тріщини, відколи, відкритий міхур, розташований поблизу поверхні флакона.

4). Відповідно до НД перевіряють заповнення флакона парфумерної рідиною. Допустиме відхилення за обсягом не повинно перевищувати $\pm 5\%$.

Вимога до заповнення флаконів парфумерною рідиною: флакони з плічками заповнюють до рівня плічок, а флакони без плічок мають повітряний простір, що займає не більше 4% ємності флакона; флакони з пульверизатором заповнюють за обсягом, вказаним на етикетці.

5). Основною вимогою, що пред'являються до закупорювальних засобів, є повна герметизація горловини флакона при зберіганні і при багаторазовому використанні вмісту флакона. Скляні пробки повинні бути добре притерті до шийки флакона, а пластмасові і комбіновані ковпачки повинні легко нагвинчують до відмови. Зовнішня поверхня ковпачків гладка, її колір і зовнішній вигляд не повинні змінюватися під дією вмісту флакона.

6). Футляри повинні бути художньо оформлені, з чітким малюнком, виконаним яскравими фарбами. Декоративний металізований малюнок («золото», «срібло») не повинен темніти і обсипатися при зберіганні.

Фіксатори, що знаходяться в фулярі, повинні бути цілісними, без видимих дефектів і виконувати свою основну функцію фіксувати флакон всередині футляра.

Етикетка повинна бути без забруднень, з чітким шрифтом, художньо оформлена і щільно, без перекосів і зморшок наклеєна на флакон. Допускається зміщення етикетки не більше ніж на 2 мм зі збереженням товарного вигляду виробу. Колір, розмір і малюнок етикеток повинні відповідати затвердженим зразкам.

4. Контроль якості маркування.

Маркування та її зміст має відповідати вимогам ГОСТ Р 51391-99 «Вироби парфумерно - косметичні. Інформація для споживача. Загальні вимоги»:

- Інформація для споживача про ПК товарі має бути представлена у вигляді маркування, розташованої в зручних для прочитання місцях на футлярі, флаконі, етикетці, контретикетці, ярлику, листівці, аркуші-вкладиші, будь-яким способом, прийнятим виробником. На вітчизняної продукції (наприклад, парфумерно-гігієнічні одеколони, запашні води та ін.), Для якої не передбачені футляри та листівки, допускається наносити інформацію, крім найменування парфумерної рідини, на зворотному боці етикетки, якщо флакон виготовлений із прозорого скла. Флакони з кольорового, матового або ребристого скла повинні мати кілька етикеток: художньо оформлену (на лицьовій стороні флакона) і інформаційну етикетку (на дні флакона або контретикетки). Етикетки малих розмірів і етикетки з фольги можуть мати тільки один реквізит - найменування:

- Маркування наносять на мові країни виробника, а також, обов'язково російською мовою. Зазвичай маркування імпортованого товару на російській мові (у вигляді самоклеїтис паперової етикетки) надає підприємство, що реалізує даний вид продукції на території Росії;

- інформація повинна бути однозначно розуміється, повної і достовірної, не вводити споживача в оману щодо походження, властивостей, складу, способу застосування, а також інших відомостей, що характеризують якість і безпеку парфумерних виробів;

- інформація повинна бути чіткою і легко читається;

- кошти нанесення інформації (друкарська фарба на футлярі або етикетці, тампонна друк на флаконі і ін.) повинні забезпечувати стійкість маркування "при зберіганні, транспортуванні та реалізації виробів;

- Особливу увагу приділяють змісту маркування.

Інформація про парфумерних виробках повинна містити наступні дані:

- Найменування і назва виробу;

- Найменування, місцезнаходження (юридична адреса, включаючи країну) виробника і місцезнаходження (адреса) організації, уповноваженої виробником на прийняття претензій від споживача на території Росії.

Вказують найменування та адресу виробника марки товару, а так само найменування та адреса виробника товару.

Можливо, на імпортованій продукції вказувати найменування виробника та його адресу одночасно буквами латинського алфавіту і буквами російського алфавіту, що забезпечують правильну вимову російською мовою.

- Товарний знак виробника (за наявності);
- Маса нетто, обсяг.

Замість маси нетто на упаковці, дуже часто, зображується знак е (від англ., -exactly, ньому. - exact, перекладні як «точно, рівно, однаково»). До умовного позначення фізичної величини додається фактичний розмір цієї величини, зазначений в Міжнародній системі одиниць фізичних величин (СІ) - на парфумерних рідинах обсяг вказується в мл. На упаковці імпортованих товарів, а останнім часом і вітчизняної продукції, обсяг може бути виражений додатково в національних одиницях англійських країн: рідинних унціях (fl. Oz).

Наприклад, вміст флаконів з парфумерної рідиною позначають: 100мл е 3,3 fl. Oz

Допускається не вказувати обсяг на виробках (на пробірках) об'ємом менше 5 г (мл).

- Склад виробу.

Списком інгредієнтів повинен передувати заголовок «Склад», після нього повинен бути представлений перелік інгредієнтів в порядку зменшення їх масової частки в рецептурі виробу.

У складі парфумерної рідини зазвичай вказують основну сировину: воду; денатурований спирт, парфумерну (ароматичну) композицію. Додатково в кінці складу вказують допоміжну сировину, наприклад, барвники, антиоксиданти та ін. Барвники можуть бути перераховані в будь-якому порядку відповідно до індексу кольору або прийнятими позначеннями.

Парфумерну (ароматичну) композицію вказують як єдиний інгредієнт без розкриття складу.

На споживчій тарі з парфумерної рідиною вказують об'ємну частку етилового спирту (% об.)

Перелік інгредієнтів в складі допускається на розсуд виготовлювача вказувати з використанням літер латинського алфавіту;

- Умови зберігання.

Їх вказують для ПК виробів, що потребують спеціальних умов зберігання (зниженої температури, визначеної вологості повітря і ін.). На парфумерних рідинах умови зберігання зазвичай не вказують, тому що вони стандартні;

- Термін придатності.

Його обчислюють з дня виготовлення ПК виробі. Термін придатності повинен бути зазначений наступним чином:

Або «Годен (Використовувати) до (місяць, рік), або» Термін придатності ... (місяців, років) з обов'язковим зазначенням у останньому випадку «Дата виготовлення (місяць, рік)». Термін придатності для конкретного найменування виробу встановлює виробник;

- Вказівка нормативного або технічного документа.

На вітчизняної продукції вказують нормативний (ГОСТ) або технічний (ТУ) документ, відповідно до якого виготовлено і може бути ідентифіковано виріб.

Для зарубіжних ПК виробів допускається позначення нормативного або технічного документа не завдавати;

- Необхідно наявність знака відповідності товару російськими стандартами (інформації про сертифікацію) на упаковці продукції (знак см. В додатку).
- Інформація про правильне застосування і застереження. На парфумерної продукції, частіше на закордонній класу Люкс, зустрічається попередження «У всередину не використовувати» або попереджувальний знак «Легко запалюється» (див. Додаток).
- Парфумерні товари може супроводжувати додаткова інформація, в тому числі рекламного характеру, штриховий код і ін.

5. Якість парфумерних рідин.

Парфумерні рідини повинні відповідати вимогам ГОСТ Р 5158-2000 «Вироби парфумерні рідкі. Загальні технічні умови».

Оцінка якості парфумерної продукції проводиться за двома групами показників: органолептичними та фізико-хімічними, які повинні відповідати вимогам і нормам, зазначеним у таблиці.

Таблиця. Показники якості парфумерних рідин

Найменування показника	Характеристика і норма						
	Духи концентровані	Духи Екстра	Духи	Парфумерні води	Туалетні води	Одеколо	Душисті води
Зовнішній вигляд	Прозрачна жидкість						
Колір та запах	Власний кольору і запаху продукції даного найменування						
Стійкість запаху, ч, не менше	60	60	41	50	40	24	-
Прозорість	Відсутність помутніння при температурі, ° С						
	+3	+3	+3	+3	+3	+5	+5
Об'ємна частка етилового спирту, %	55,0	70,0	85,0	75,0	75,0	60,0	20,0

об. не менше							
Сума масових часток запахних речовин,% не менше	30,0	15,0	10,0	10,0	4,0	1,5	1,0

Для перевірки якості парфумерних рідин за органолептичними та фізико - хімічними показниками з відібраних раніше пакувальних одиниць (3% одиниць для оцінки якості упаковки і маркування) складають випадкову вибірку: від партії до 1000 штук - не менше 6 упаковок продукції; від партії понад 1000 штук - не менше 5 штук упаковок від кожних 1000 штук.

Для складання об'єднаної проби парфумерну рідину з обраних флаконів зливають разом в хімічний посуд так, щоб обсяг проби був не менше 100 см³, а для рідин з пробок - не менше 25 см³.

Органолептичні показники парфумерних рідин - це зовнішній вигляд, колір і запах. За зовнішнім виглядом парфумерні товари повинні представляти собою однорідні прозорі рідини з кольором і запахом, властивим даному найменуванню, Як еталон для порівняння повинен використовуватися продукт, про який достеменно відомо, що він не фальсифікований.

6. Методики визначення показників якості.

Визначення зовнішнього вигляду і кольору. Зовнішній вигляд і колір парфумерних рідин, упакованих в прозорі флакони, визначають переглядом флаконів з рідиною в що проходить або відбитому денному світлі або світлі електричної лампи після перевертання флакона пробкою вниз два-три рази.

Зовнішній вигляд і колір парфумерних рідин, упакованих в непрозорі флакони, визначають переглядом проби в кількості близько 20-30 см в хімічному стакані на тлі

аркуша білого паперу в прохідному або відбитому денному світлі або світлі електричної лампи.

Розшарування парфумерної рідини, тобто виділення маслянистої фази в вигляді осаду або суспензії, а також наявність сторонніх включень, помутніння не допускається. Однак наявність поодиноких волокон не є бракувальною фактором. Невідповідність кольору еталонному зразку не допускається.

Визначення запаху. Запах парфумерних рідин визначають органолептичним методом з використанням смужки щільного паперу розміром 10x160 мм, змоченою приблизно на 30 мм зануренням в аналізовану рідину. Запах перевіряється періодично протягом 15 хвилин. Невідповідність запаху еталонному зразку не допускається.

Визначення стійкості запаху. Стійкість запаху парфумерних рідин визначають при розбіжностях в оцінці якості виробу.

У випарювальну порцелянову чашку наливають 0,5-1,0 см³ парфумерної рідини, в ній змочують шматочок сухої вибіленої марлі розміром 5x10 см, попередньо простираної в гарячій воді без мила, виймають її пінцетом і, не віджимаючи, просушують в приміщенні з температурою повітря 15 -20 ° С.

Стійкість запаху парфумерних рідин визначають органолептичним методом протягом заняття і далі через кожні 10 годин.

Визначення прозорості. Відомо, що при охолодженні парфумерної рідини нижче критичної температури, можливо, її помутніння, втрата прозорості. Такий температурної точкою для запашних вод і одеколонів є + 5 ° С, для інших рідин + 3 ° С. У пробірку з допомогою мірного циліндра наливають 10-20 см³ 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 температури 5 ° С при аналізі одеколонів і запашних вод і до 3 ° С - інших груп парфумерних рідин, потім її виймають з охолоджувальної суміші, струшують і переглядають у прохідному денному світлі або світлі електричної лампи.

Помутніння парфумерної рідини не допускається. Причиною помутніння може бути порушення технології виготовлення, зміна рецептури, зменшення фортеці рідини.

Визначення об'ємної частки етилового спирту. Об'ємну частку етилового спирту парфумерної рідини визначають методом газової хроматографії з наступним перерахунком за алкоголеметричними таблицями (Державна фармакопея СРСР, вид. XI, вип. 1, том I).

Визначення суми масових часток запашних речовин. Масову частку запашних речовин в парфумерних рідинах визначають методом газової хроматографії, гравіметричним методом і об'ємним методом по ГОСТ Р 51578-2000.

Визначення суми масових часток запашних речовин (до 5%) в одеколонах, туалетних і запашних водах проводять, використовуючи об'ємний метод. Цей метод заснований на екстракції запашних речовин з парфумерних рідин толуолом або ксилолом.

Суму масових часток запашних речовин (X) обчислюють за формулою:

$$X = \frac{(V - V_1)100d}{V_2 d_1} (\%),$$

де V - об'єм толуольного або ксилольного екстракту, см;

V1 - об'єм толуолу або ксилолу, см;

V2 - обсяг парфумерної рідини, см;

d / d1 - відношення щільності композиції до щільності парфумерної рідини приймають рівним одиниці.

За остаточний результат випробування приймають середнє арифметичне результатів двох паралельних вимірювань, допустиме розходження між якими не повинно перевищувати 0,5%.

7. Транспортування і зберігання.

Парфумерні вироби транспортують усіма видами транспорту: в критих транспортних засобах, універсальних контейнерах, відповідно до правил перевезень вантажів, що діють на даному виді транспорту.

Згідно ГОСТ 27429 - 87 при зберіганні в складських приміщеннях коробки і ящики з парфумерної продукцією повинні бути встановлені кришками вгору. Коробки зберігають в штабелях на стелажах або дерев'яних настилах. Висота штабеля повинна бути не більше 1,5 м.

Флакони з парфумерними рідинами при зберіганні не повинні піддаватися безпосередньому впливу сонячного світла. Зберігають парфумерні рідини в критих складських приміщеннях при температурі від + 5 до + 25 ° С.

Термін придатності для кожного конкретного найменування рідких парфумерних виробів встановлює підприємство-виробник, і він становить 3-5 років.

8. Показників безпеки ПК товарів

Показники безпеки парфумерно-косметичних засобів повинні відповідати вимогам СанПіН 1.2.681-97, засобів гігієни порожнини рота - вимогам СанПіН 1.2.676-97.

При експертизі безпеки косметичних товарів визначають хімічні, токсикологічні, мікробіологічні та клінічні показники безпеки. Показники безпеки ПКТ дані в таблиці.

Таблиця. Загальні показники безпеки косметичної продукції та засобів гігієни порожнини рота.

Вид безпеки	Показники
Хімічна	рН, масова частка суми важких металів (свинець, миш'як, ртуть), кислотне і карбонильні числа, масова J частка лугу та ін .; для зубних паст додатково вміст фторидів і відсутність сахарози і інших легко ферментуючих вуглеводів

Мікробіологічна	Загальна кількість бактерій; дріжджі, цвілеві грибки; патогенні стафілококи і ін.
Токсикологічна	Шкірно-резорбційне, шкірно-подразнюючу та сенсibiliзуюча (аллергизуюча) дії на шкіру і слизові оболонки дрібних тварин.
Клінічна	pH шкіри, гідратантність, вміст ліпідів, шкірно-подразнюючу або сенсibiliзуючої дії; засоби гігієни порожнини індекс гігієни, протизапальну дію, демінералізація і ін.

9. Токсикологічні показники безпеки.

Токсикологічні випробування ПКТ зазвичай проводять на дрібних тварин (щури, миші, морські свинки, кролики); є фірми, які для цих цілей використовують біологічні неживі об'єкти (у маркуванні товару вони використовують знак «Не тестується на тваринах»).

Досліджують парфумерно-косметичну продукцію різними способами. Наприклад, креми і лосьйони – на шкіру; губні помади, туш, шампуні, туалетне мило досліджують за їхнім впливом на слизову губ і очей: аерозольні засоби вивчають шляхом інгаляційного введення; шляхом введення всередину. За реакцією тварин на ПКТ визначають ступінь безпеки продукції.

ПКТ за ступенем впливу на організм людини відноситься до 4 класу небезпеки (речовини малонебезпечні, нетоксичні).

До токсикологічними показниками відносяться:

- ✓ Шкірно-резорбційна дія для косметичних засобів не допускається,
- ✓ Шкірно-подразнюючу дію (одноразове і хронічне) для косметичних засобів повинно бути 0 балів (тобто має бути відсутнім).
- ✓ сенсibiliзуюча або алергизуюча дія ПКТ на шкіру не допускається.

10. Мікробіологічні показники безпеки.

При визначенні цих показників все ПК кошти поділяють на 3 групи:

1-ша: ампульна косметика;

2-а: дитяча косметика, косметика навколо очей;

3-я: інша косметика.

Мікробна забрудненість косметичних товарів оцінюється кількістю колонієутворюючих одиниць (КУО) в 1 г або 1 куб.см продукції.

Ампульна косметика повинна бути стерильною. Для косметичних засобів 2-ої групи допускається вміст мезофільних бактерій не більше 10² КУО; інші (патогенні стафілококи, ентеробактерії, псевдомонади, дріжджоподібні та плісняві грибки) повинні бути відсутніми. Для косметичних засобів 3-ї групи нормується вміст мезофіл'них бактерій не більше 10³ КУО; дріжджів і цвілевих грибків - не більше 10²; присутність патогенних стафілококів та інших бактерій неприпустимо.

11. Клініко-лабораторні показники безпеки.

При визначенні цих показників проводять шкірне тестування в клінічних умовах на групі пробантами, що складається з 25 і більше осіб - клінічно здорових осіб, не обтяжених алергічними захворюваннями.

Визначають шкірно-подразнюючу та сенсibilізууючу дії косметичних препаратів.

Більшість косметичних засобів при контакті зі шкірою людини не повинно надавати дратівної і сенсibilізууючої дії після 24-х годинної експозиції випробуваного об'єкта.

Для скрабів і масок; фарб для волосся, лаків і емалей для нігтів (після змивання) допустимо слабе подразнюючу дію (не більше 30 хв) після 2-х годинної експозиції випробуваного продукту; для шампунів допустимо слабе подразнюючу дію (не більше 15 хв) після 2-х годинної експозиції і змивання з шкіри; лаки для волосся, засоби для завивки, фіксації і розпрямлення волосся можуть надавати слабе подразнюючу дію (не більше 15 хв) після 6-ти годинного впливу препарату і змивання його.

Сенсibilізууючої дії косметичних засобів на шкіру не допускається.

До клініко-лабораторними показниками безпеки також відносяться показники функціонального стану шкіри (рН шкіри, гідратантність, ліпідного).

Рекомендована література

Основна

1. Медичне та фармацевтичне товарознавство: підр. для студентів вищ. навч. закладів/І. І. Баранова, С. М. Коваленко, Ю. О. Безпала, Т. В. Дядюн, С. О. Мамедова.-Х.: НФаУ: 2016.-304 с.
2. Медичне і фармацевтичне товарознавство: Товари аптечного асортименту: навч. посіб.(для вищ. навч. закл.)/ Б. П. Громовик, Н. Б. Ярмо, І. Я. Городецька, О. М. Корнієнко, Н. Л. Ханік.-За ред. проф. Б. П. Громовика.-Вінниця: Нова Книга, 2011.-496 с.
3. Медичне і фармацевтичне товарознавство: Товари аптечного асортименту: навч. посібн./ Б. П. Громовик, Н. Б. Городецька, О. М. Корнієнко, Н. Л. Ханік.- За ред. проф. Б. П. Громовика.- Вінниця: Нова Книга, 2011.- 496 с.
4. Фармацевтичне та медичне товарознавство: підруч. для студ. вищ. навч. закладів/ В. І. Гридасов, Л. М. Оридорога, О. В. Винник.-Х.: Вид-во НФаУ; «МТК»-книга, 2004.-160 с.
5. Медицинское и фармацевтическое товароведение: учебн. пособие/ В. Г. Демьяненко, В. А. Афанасьева, А. В. Проскочилю, С. В. Бреусова; под ред. проф. В. Г. Демьяненко.-К.: ВСИ»Медицина», 2010.-296 с.

Додаткова

1. Медицинское и фармацевтическое товароведение. Практикум. Ч. 1/под. ред. В.Г. Демьяненко.-Х.: Изд-во НФаУ, 2009.-328 с.
2. Медицинское и фармацевтическое товароведение. Практикум Ч. 2/ под ред. В. Г. Демьяненко.-Х.: Изд-во НФаУ, 2009.-309 с.
3. Аппаратная косметология : учебное пособие/ В. П. Федотов, Е. Ю Корецкая и др.- Запорожье: « Просвіта», 2013.-312 с.

4. Шепелев А. Ф. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров: учеб. пособие для студентов вузов эконом. спец./ А. Ф. Шепелев, И. А. Печенежская, Т. Е. Ивахненко.-Ростов н/ Д : Феникс, 2002.-224 с.
5. Вилкова С. А. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров учебник для ВУЗов / С. А. Вилкова.-М.: Издательство Дом «Деловая литература», 2000.-286 с.
6. Яковлева Л. А. Товароведение парфюмерно-косметических товаров: учебник для ВУЗов/ Л. А. Яковлева, Г. С. Кутакова- СПб, Изд-во « Лань», 2001-256 с.

Модуль 2

Товарознавчий аналіз фармацевтичних та парфумерно-косметичних товарів. Пакування, маркування, зберігання. Модуль 2:навчально-методичний посібник для практичних занять/уклад. А.В. Самко, Г. П. Суховий.-Запоріжжя(ЗДМУ).-2017.-76 с.