ФГОУ СПО «Омский колледж торговли, экономики и сервиса»

Допущен к защите

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Курсовая работа

По дисциплине «Товароведение хозяйственных и культурно-бытовых товаров»

На тему «Состояние и перспективы развития рынка товаров бытовой химии»

Студентка Бильман В.М.

Группа 318 ТН

Специальность: 080402 Товароведение

(по группам однородных товаров) Руководитель

И.В. Колтунова

преподаватель

2010

## Оглавление

## Введение

## 1. Состояние рынка товаров бытовой химии

## 2. Характеристика ассортимента товаров бытовой химии

## 2.1 Сырье и материалы, применяемые при производстве товаров бытовой химии

## 2.2 Классификация и ассортимент товаров бытовой химии

## 3. Перспективы развития рынка товаров бытовой химии

## 4. Требования к качеству, упаковка, маркировка, хранение товаров бытовой химии

## Заключение

## Библиографический список

## Приложение

## Введение

Сейчас мы не можем представить свою жизнь без товаров бытовой химии. Нас окружает огромное количество химических средств, которые мы используем везде: дома, на работе, на приусадебном участке. С помощью химических средств намного легче стирать, чистить ковры, мыть окна.

Спрос на бытовую химию растет с большой скоростью, расширяется их применения, увеличения выпуска.

Удивительное быстрое развитие химической промышленности в 90 годы и, вместе с тем рост потребностей и запросов населения, привели к резкому увеличению выпуска продукции товаров бытовой химии.

Вследствие важности товаров бытовой химии для населения задача рассмотрения и анализа ее основных потребительских качеств является весьма актуальной.

К товарам бытовой химии относят товары химической природы, предназначенные для различных хозяйственных нужд. ТБХ – продукция многих отраслей промышленности (химической, нефтеперерабатывающей, лакокрасочной, масложировой, лесохимической и др.). Их применение оптимизирует процессы, экономит ресурсы, но при этом нужно отметить отрицательные стороны их использования: они токсичны и аллергены, экологически жестки, химически активны. Также требуют строгого соблюдения правил эксплуатации, упаковки, хранения и сроков реализации.

Объектом работы является ассортимент товаров бытовой химии, а предметом – деятельность, направленная на изучение ассортимента ТБХ на потребительском рынке России.

Целью работы является подробно проанализировать состояние и перспективы развития рынка товаров бытовой химии.

Задачами курсовой работы являются:

- изучение литературы по данной теме, состояние и перспективы развития рынка товаров бытовой химии.

- рассмотреть состояние и перспективы развития рынка товаров бытовой химии.

-кратко охарактеризовать сырье и материалы, применяемые при производстве товаров бытовой химии.

- рассмотреть ассортимент существующих средств бытовой химии.

- охарактеризовать требования к качеству, маркировку, упаковку, и хранение товаров бытовой химии.

## 1. Состояние рынка товаров бытовой химии

Рынок чистящих и моющих средств, в силу постоянного спроса потребителей на эту продукцию, не значительно сдал позиции во время кризиса. Лишь приостановилось бурное развитие сегмента дорогих узкоспециализированных средств. Сейчас потребитель предпочитает разумный, проверенный подход: оптимальное сочетание цены и качества, а, следовательно, и универсальность.

Средства бытовой химии подразделяются на три основных ценовых категории:

• Низкая («Капелька», «Дося», «Золушка», «Минута»)

• Средняя («Миф», «Sortie», «Tide», «Deni», «Аос», «Бинго», Е, Pril, «Фейри», Aqualon и др.)

• Высокая (Persil, Ariel, Bagi и др.)

 Основными странами экспортерами являются Украина и Казахстан.

 Основными странами-импортерами являются США, Польша и Литва.

 Безусловными лидерами на рынке чистящих средств России являются две крупные интернациональные компании:

• Procter & Gamble – является владельцем крупного предприятия по производству моющих средств - Новомосковскбытхим.

• Henkel – владеет предприятиями «Эра» в г. Тосно и г. Энгельсе, а также в 2001 году приобрела третье российское предприятие ОАО «Пемос» в г. Пермь.

Среди российских производителей также есть крупные предприятия, такие как ООО «Нэфис» г. Казань, ОАО «Весна» г. Самара, ОАО «Концерн Калина» г. Омск, которые стабильно наращивают объем производства и продаж и имеют хорошие перспективы на рынке в будущем.

Объем производства и продаж, чистящих и моющих средств за 2008- 2009 годы практически не упали. По данным компании Symbol- Marketing , по итогам 2008 года объем производства моющих средств, включая моющие синтетические в мелкой расфасовке составил почти 1,8 млн. т. По состоянию на август 2009 года в России было произведено 1,1 млн. т, что на 11 тыс. т, или на 1% меньше, чем за аналогичный период 2008 года. Однако с уверенностью можно сказать, что за кризисные 2008 и 2009 годы рынок не потерял своих позиций. Если в январе-августе 2007 года было произведено 1.05 млн. т, то уже в 2009 году рынок вырос на 7%, до отметки в 1,1 млн. т. Объем производства чистящих средств в 2008 году был зафиксирован на уровне 231,7 тыс. т. На этом рынке ситуация сходная с ситуацией на рынке моющих средств, рынок не показал сокращения. В период январь-август 2009 года объем производства чистящих средств увеличился на 2% по сравнению с аналогичным 2007 годом.

В кризис более всего пострадали специализированные средства. Сейчас отмечается переориентация потребителей на средний ценовой сегмент, отказ от дорогих импортных средств.

Стабильность рынка связана с тем, что чистящие и моющие средства- товары необходимые. Поэтому потребитель продолжил их покупать, отказавшись только от дорогих и узкоспециализированных средств, которые в большом количестве выводились за последние годы производителями и мели растущую популярность у покупателей. В докризисный период отмечалась тенденция к потреблению более дорогих чистящих средств, предназначенных для различных поверхностей. Это было связано с ростом доходов населения, покупкой дорогостоящей бытовой техники и материалов для отделки дома, которые требуют специального ухода.

 Столкнувшись с необходимостью сокращения расходов потребители, прежде всего, отказались от узкоспециализированных продуктов. Позиции универсальных средств более выигрышные. Доля потребителей, которые не поменяли свое поведение достаточно велика. В тоже время тех, чье поведение изменилось, наибольшее количество респондентов декларируют переход на менее дороги бренды или покупают только необходимых вещей. Поддерживать чистоту дома необходимо в независимости от кризиса.

По данным компании «Nielsen Россия», доля продаж средств международных производителей немного упала как в стоимостном , так и в натуральном объеме : в денежном выражении доля продаж составляет 70,2% по сравнению с 71,1% в прошлом году; в натуральном – 48,9%. Кроме того, потребители стали более практичными и внимательными при использовании тех или иных средств. Россияне стали более уделять внимание назначению товаров бытовой химии, например, чаще задавать вопросы, каким средством, в каком количестве, при каких условиях, и т.д.

На сегмент средств для устранения ржавчины и известкового налета приходится 3,8% розничных продаж в категории чистящих средств для дома в денежном и 1,7% в натуральном выражении. На отбеливающие чистящие средства - около 14,7% и 31,9% соответственно. Один из значительных по представленности сегментов рынка- средства для мытья посуды (40% рынка). Второе место занимают чистящие средства для ванной комнаты туалета (более 30% рынка). По сравнению с Западной Европой в России еще ничтожно мала доля средств для автоматической мойки посуды- порошки, таблетированные средства, сопутствующие товары- соли, ополаскиватели, удалители накипи. Однако у этого сегмента очень хорошие перспективы. Самым крупным на рынке чистящих средств по критерию консистенция, по данным «Niesen Россия», является сегмент жидкие чистящие средства -44% рынка чистящих средств.

Второй по объему сегмент - порошки - около 25%. Однако из отличий российского рынка от западного - активное использование чистящих порошков. В Европе больше всего распространенны кремообразные гелеобразные , а также жидкие чистящие средства. Российский потребитель в силу своих традиций использует чистящие порошки. Гели немного уступают в популярности порошкам - это третий сегмент по объему около 24,7% от общего объема розничных продаж в категории, чистящие и моющие средства для дома в объемном выражении. На долю кремов и паст приходится 3,2% (по данным «Niesen Россия»).

## 2. Характеристика ассортимента товаров бытовой химии

### 2.1 Сырье и материалы, применяемые при производстве товаров бытовой химии

Основным сырьем для производства бытовой химии являются различные эмульгаторы, отдушки, активные ингредиенты, ПАВ, пигменты, растительные жиры, гликоли, силиконовый гель, масло ша, желированный бетон, карбомеры, водостойкий гель, пленкообразующие вещества, серицит, тальк, лецитин, натуральный пергидросквален, поливинилпиролидон, волокна вискозы, карнаубский, канделильский, пчелиный воски, УФА и УФБ солнцезащитные фильтры, производные ланолина, микрокристаллический воск, растительный крахмал, отбеливатели и энзимы

*Эмульгаторы* улучшают качество готовых продуктов и технологичность процесса производства благодаря своей способности образовывать и сохранять эмульсии двух и более несмешивающихся веществ, таких как масло и вода. Кроме того, эмульгатор позволяет получить более концентрированную эмульсию.

Многие лекарственные и косметические растительные вещества наносятся на кожу, будучи смешанными с масляными компонентами. Природные эмульгаторы — воск и лецитин - не препятствуют проникновению лосьона в кожу, тогда как химические эмульгаторы мешают этому процессу. Наиболее часто в химической промышленности используется эмульгатор Poloxamer 407 — синтетический полимер, получаемый из этиленоксида и пропиленоксида.

*Отдушки* – это ароматизирующие вещества, которые добавляют в косметические средства и бытовую химию для того, чтобы придать продукту специфический запах. В списке компонентов они обозначаются словом 'Fragrance' (В США) или 'Parfum' (В странах ЕЭС). Ароматизирующие вещества могут представлять собой натуральные растительные экстракты или быть смесью нескольких искусственно полученных веществ. Ароматизирующие вещества и красители часто являются причиной неблагоприятных реакций организма на косметический продукт.

При добавлении мыла и некоторых других, растворимых в воде веществ поверхностное натяжение воды уменьшается. Мыло и другие моющие вещества относят к *поверхностно-активным веществам*. Они уменьшают поверхностное натяжение воды, усиливая тем самым моющие свойства воды (в частности, мыло - это натриевая соль стеариновой кислоты).

*Масла растительные* (*растительные жиры*), получают из семян или плодов растений отжимом или экстрагированием. Плотность 0,900-0,980 г/см3, цвет от светло-желтого до темно-бурого. Бывают твердые, но чаще жидкие. Различают растительные масла высыхающие (льняное, конопляное), полувысыхающие (подсолнечное, хлопковое) и невысыхающие (касторовое, кокосовое). Растительные масла используются для производства мыл, шампуней и других материалов.

*Гликоли* - это органические увлажнители, производные растительных масел. Благодаря им поддерживается естественный баланс влажности кожи. Входят в состав гелей, лосьонов (пропилен гликоль).

*Карбомеры* или *карбополы* - высокомолекулярные полимеры, которые используются как загустители и стабилизаторы в косметических препаратах. Освежают и успокаивают кожу, оказывают противовоспалительное и противогрибковое действие. Восстанавливают гидрофильность.

*Пленкообразующие вещества* — это косметические компоненты, которые при нанесении на кожу, волосы или ногти образуют тонкий непрерывный слой или пленку. Их также используют для облегчения растекания косметического препарата. Производители имеют в своем распоряжении около 300 пленкообразующих веществ. Многие из них выполняют двойную функцию. Помимо пленкообразования они могут играть роль антистатиков, загустителей, связующих компонентов, увлажнителей и стабилизаторов эмульсии.

В состав практически каждого порошка входит оптический отбеливатель. Но он не отбеливает ткани, а лишь создает иллюзию белизны. Частички оптического отбеливателя, которые являются люминесцентными красителями, оседают на ткани и выделяют из спектра падающего солнечного света ультрафиолетовые лучи, превращая их в видимые синий, голубой, фиолетовый цвета. Это и обеспечивает эффект белизны.

В состав стиральных порошков входит и фотоотбеливатель, который отбеливает при сушке на свету.

Настоящее отбеливание достигается за счет входящего в состав порошка химического (кислородосодержащего) отбеливателя. Эффективно он работает при температуре 60 градусов Цельсия, потому что именно такая температура необходима для выделения активного кислорода - работающего химического агента. Для того чтобы порошок, содержащий химический отбеливатель, мог работать и при более низких температурах, в его состав вводят активатор, что позволяет достичь нужно эффекта при температуре 20-40 градусов.

Многие загрязнения, особенно белкового происхождения, отстирываются очень плохо. Для облегчения процесса в стиральные порошки добавляют *энзимы* (ферменты) – вещества биологического происхождения. И к названию порошка добавляется приставка «био».

 В процессе создания производственно-технической базы использовались технологии крупнейших зарубежных фирм Англии, Японии, Германии, Италии (JCJ, Courtaulds, Asahi Chemical Co. Ltd, Kanematsu Gosho, SNIA BPD и др.), а также разработки НИИ и проектных институтов стран СНГ.

Выпускаемая предприятием продукция конкурентоспособна благодаря высокому качеству, разнообразному ассортименту и активному маркетингу, имеет широкую известность и многочисленных потребителей, как на внутреннем рынке, так и в странах СНГ и дальнего зарубежья. Этому способствует и выгодное географическое положение предприятия. Более 60% полиэтилена, акриловых волокон, продуктов органического синтеза и углеводородных фракций экспортируются в Украину, Германию, Финляндию, Польшу, Иран, Прибалтику, Венгрию, Болгарию, Китай и др. страны.

### 2.2 Классификация и ассортимент товаров бытовой химии

На рынке бытовой химии представлена следующими группами товаров:

- клеящие материалы

- абразивные материалы и инструменты

- средства для стирки и мытья

- средства для чистки (для удаления пятен, чистки одежды, предметов домашнего обихода, ухода за жилищем и легковыми автомобилями)

- лакокрасочные товары

- средства для повышения урожайности сельскохозяйственных культур

- дезинфицирующие и санитарные средства

- разные товары бытовой химии

Охарактеризуем эти группы.

Клеящие материалы представляют собой вещества, растворы которых способны образовывать пленки, склеивающие различные материалы. Клеи используют не только для склеивания дерева, бумаги, пластмасс, стекла, фарфора, но и для приготовления клеевых красок, производства абразивных инструментов и для других целей. Материалы склеиваются при затвердении клея в результате испарения растворителя, нагревания или химического воздействия клеящего вещества с отвердителем.

Клеи подразделяются на:

- клеи природного происхождения ( мездровый, костный, казеилиновый)

- клеи растительного происхождения (на основе крахмала (декстриновый, обойный), на основе смол (резиновый, нитроцеллюлозный)

- клеи минерального происхождения (силикатный)

-синтетические клеи (фенолоформальдегидные, мочевиноформальдегидные, эпоксидные и т.д.)

Абразивными называют твердые зернистые материалы, используемые для шлифования и полирования различных поверхностей (металлических, деревянных и др.), а также для заточки и правки инструментов. Абразивные материалы срезают и соскабливают острыми гранями зерен выпуклости обрабатываемой поверхности, тем самым выравнивая ее.

Ассортимент абразивных материалов: пемза, наждак, кварц, крокус.

Ассортимент абразивных инструментов: шлифовальные круги, бруски, шкурки, абразивные пасты, точила.

К средства для стирки и мытья относят моющие средства и вспомогательные средства для стирки.

К моющим относят, синтетические моющие средства (СМС), хозяйственное мыло и мылосодержащие стиральные средства.

Синтетические моющие средства (СМС), представляют собой смеси органических поверхностно- активных веществ (20-40%) и полезных добавок.

Хозяйственное мыло и мылосодержащие стиральные средства, представляют собой сложный химический продукт, основной частью которого является натриевые и калиевые соли органических кислот (жирных, синтетических, смоляных и др.). Для получения хозяйственного мыла используют жиры, жировые отходы, синтетические жирные кислоты, смоляные и нафтеновые кислоты, канифоль, щелочные вещества.

К вспомогательным средствам для стирки относят водоумягчающие (хорошо растворимые в воде щелочные средства в виде порошков и брикетов, содержащие кальцинированную соду, фосфаты натрия, силикат натрия (жидкое стекло) отбеливающие (перекисные соли и оптические отбеливатели в виде порошков, таблеток и жидкости), подсинивающие (синька ультрамариновая, индигокарминовая, метиленовая), подкрахмаливающие и другие средства.

К средствам для чистки относятся препараты, с помощью которых удаляют загрязнения с посуды, столовых приборов, сантехноборудования, окон, дверей, полов. В настоящее время эти средства выпускают в широком ассортименте в виде порошков, паст, жидкостей, эмульсий, специальных салфеток и в аэрозольной упаковке.

 К основным видам лакокрасочных товаров относят: сиккативы, олифы, лаки, политуры, пигменты, красочные составы (готовые краски), растворители красок.

Минеральные удобрения - это вырабатаные на химических заводах природные или искусственные вещества, чаще всего в виде различных солей, которые широко применяются в сельском хозяйстве.

К простым удобрениям относят: азотные, фосфорные, калийные.

К комплексным относят: смешанные, сложные и комбинированные.

Микроудобрения, бактериальные удобрения.

К ядохимикатам относятся средства для борьбы с вредителями (инсектициды) (карбофос, нитрофен, карботион, хлорофос, анабазинсульфат), и болезнями сельскохозяйственных культур, сорняками (гербициды), дезинфицирующие средства (хлорная известь, хлорамин и др.), средства против грибков (фунгициды) (хлорокись, бордосская смесь, концентрат зеленого масла, железный и медный купорос).

Разные товары бытовой химии: бура, гекса, серная кислота, соляная кислота, свечи, краски для домашнего крашения тканей.

В настоящее время химическая промышленность выпускает большое количество различных синтетических моющих средств. Наибольшее практическое значение имеют соединения, содержащие насыщенную углеводородную цепь из 10...15 атомов углерода, так или иначе связанную с сульфатной или сульфонатной группой.

Производство синтетических моющих средств основано на дешевой сырьевой базе, а точнее на продуктах переработки нефти и газа. Они, как правило, не образуют малорастворимых в воде солей кальция и магния.

Следовательно, многие из синтетических моющих средств одинаково хорошо моют как в мягкой, так и в жесткой воде. Некоторые средства пригодны даже для стирки в морской воде. Синтетические моющие средства действуют не только в горячей воде, как это характерно для хозяйственного мыла, но и в воде при сравнительно низких температурах, что важно при стирке тканей из искусственных волокон. Наконец, концентрация синтетических моющих веществ даже в мягкой воде может быть, гораздо, ниже, чем мыла, полученного из жиров.

Стиральные порошки, образующие основную часть СМС, можно условно разделить на следующие группы:

- собственно стиральные средства: универсальные (для всех видов ткани): для стирки шерстяных, шелковых и синтетических тканей; для предварительного замачивания белья.

- средства комплексного действия, с помощью которых можно одновременно со стиркой дополнительно обработать ткань, например, подкрасить и продезинфицировать ее. Это чаще используется при ручной стирке.

- отбеливатели. Они способствуют удалению с тканей окрашенных пятен, оставшихся после стирки, а также придают белью дополнительную белизну.

- подсинивающие средства.

- средства антистатической обработки. Применяются при последнем полоскании выстиранных изделий из капрона, нейлона, ацетатного волокна и шерсти.

- смягчители. Используются при последнем полоскании изделий и придают тканям из хлопка, льна и вискозных волокон приятное ощущение бархатистости.

- аппретирующие средства. Ими пропитывают ткани после стирки для возвращения прежних свойств, ослабленных стиркой. Например, в связи с удалением части крахмала, а также веществ, способствующих водоотталкиванию, используют подкрахмаливающие и гидрофобирующие средства. К этой группе относятся также препараты, обладающие грязеотталкивающими свойствами и делающие ткани несминаемыми.

В отличие от мыла СМС обладают большой моющей способностью, гигиеничностью, экономичностью и целым рядом других преимуществ. Они способны при растворении в воде лучше, чем мыло, смачивать обрабатываемые поверхности, другими словами, увеличивать поверхностную активность воды, являясь более сильными поверхностно-активными веществами, и, кроме того, измельчать загрязнение на такие частички, которые удерживаются в водном растворе во взвешенном состоянии и не оседают на предмет, подлежащий обработке.

За последние пятьдесят лет мыла претерпели очень большие изменения. Корыта. Для его изготовления в настоящее время используются новые моющие вещества. Ими оказались сульфаты жирных спиртов и алкилбензолсульфонаты, которые начали употребляться в Германии во время второй мировой войны. Сегодняшние моющие средства – это смесь веществ. Их компонентами являются поверхностно-активные вещества, комплексообразователи, оптические осветители, отбеливатели и различные вспомогательные вещества. Мыло содержится в них в очень небольшом количестве и то не как моющий агент, а как обеспениватель.

Поверхностно-активные вещества, хотя они и не составляют количественно основную массу смеси, имеют решающее значение для качества стирки. Их назначение – уменьшить поверхностное натяжение воды, улучшить смачиваемость ткани и повысить эмульгатируемость пенообразователей.

Современные моющие средства содержат 30-50% пентанатрий-ди (или три) фосфата (например, Na5 P3O10\*6H2O) и некоторое количество полифосфатов. Они так прочно связывают двух- и трехзарядные ионы металлов, что устраняют серый налет на белье и полосы грязи в ванных, связанные с образованием известкового мыла и других труднорастворимых соединений.

При их использовании белье можно стирать даже без предварительного замачивания. Кроме того, полифосфаты усиливают действие поверхностно-активных веществ. Адсорбируясь на волокнах, молекулы полифосфатов отталкивают частицы грязи с поверхности ткани и вследствие электростатического отталкивания способствуют их распределению в моющем растворе. Однако они имеют и существенный недостаток – загрязняют окружающую среду. Продукты гидролиза полифосфатов накапливаются в сточных водах, а поскольку фосфор - необходимый компонент питания растений, то создается нежелательная концентрация этих питательных веществ.

Чтобы у стираного белья был приятных запах, во все моющие средства вводят парфюмерные отдушки.

Универсальными моющими средствами можно стирать изделия из тканей всех видов, но изделия из синтетических, шелковых и шерстяных тканей все-таки лучше стирать жидкими моющими средствами.

В продаже имеются следующие универсальные моющие средства: порошки «Лотос», «Лотос-А», «Лотос-автомат», «Биолан», «Лоск», «Тайд», «Ариэль», «ОМО», «Миф», «Пемос», «Апрель», «Аист», «Мix», «Дося», и др.; пасты «Аэлита», «Ландыш», «Сюрприз», «Эридан», «Фея»; жидкости «Аста», «Сепераль», «Экс».

Среди СМС универсального действия имеют порошки, содержащие энзимы (ферменты) – «Биолан», «Био-эст», «Биомакс». Ими нельзя стирать изделия из натурального шелка и шерсти.

При стирке синтетическими моющими средствами и последующей сушке изделия из тканей (полотенца, пеленки и др.) могут стать жесткими на ощупь. Для ее устранения применяют смягчители. Это достигается полосканием в воде с добавкой специальных составов. Наиболее известными смягчителями являются соединения четвертичных аммониевых оснований.

В состав смягчителей, которые выпускаются в виде раствора или пасты, входят также оптические отбеливатели и отдушка. Кроме того, средства, предназначенные для смягчения, обладают также антистатическим действием. Отечественные средства «Полиэн», «Утюжок», «Маг», и «Амелия», а к импортным средствам относятся «Ваниш», «Ленор».

### 3. Перспективы развития рынка товаров бытовой химии

Категория средств для мытья посуды активно растет, причем преимущественно за счет динамично развивающегося сегмента бальзамов. Компания Хенкель вплотную занялась этой категорией и вывела на рынок новое средство для мытья посуды «Пемолюкс Нежные Руки» с глицерином и Алоэ Вера , а также начала производство нового продукта Pril Power. Успех этого средства, запущенного в 2009 году, подтверждает, что даже в условиях кризиса россияне ориентируются на продукцию бытовой химии, обладающей высокими потребительскими качествами.

 Инновационные продукты, как правило, приходят к нам с западного рынка, где производители экспериментируют с упаковкой и рецептурами. Основная цель - создать продукт, который был бы эффективным и максимально экономил время на уборке. Появляются двухфазные продукты, по-прежнему актуальны экосберегающие, биоразлагаемые продукты. На российском рынке только начинают появляться продуты, соответствующие основным европейским тенденциям. Это наличие антибактериальных комплексов, а рецептурах, гипоаллергенные, дерматологические протестированные рецептуры, органически разлагаемые рецептуры биоразлагаемая упаковка, экологически чистая бытовая химия, эффективно справляющаяся с загрязнениями, природные ингредиенты, минералы, растительные компоненты, концентрированные формулы.

 В настоящее время тренд экологически и безопасности моющих и чистящих средств на российском рынке выражен слабо, это связано с невниманием российских потребителей к проблемам окружающей среды. В ближайшее время можно предположить активное развитие следующих тенденциях в рецептурах на рынке чистящих и моющих средств: антибактериальные компоненты, природные чистящие компоненты (лимон, сода).

Также производители продолжают выпускать узкоспециализированные средства, несмотря на то, что сейчас эта продукция не на пике популярности, Но, как считают эксперты, перспектива у специализированных средств очень большая. Компания « Невская косметика» выпустила новую линейку средств по уходу за поверхностями «Мистер Чистер» в удобной упаковке флаконе с распылителем (включающего не только универсальные средства для уборки дома, но и специализированные - для чистки духовок СВЧ-печей, акриловых ванн, и кухонных поверхностей, поверхностей для ванной комнаты. Компания « Арнест» начала производство чистящего спрея для микроволновых печей, холодильников, плит и духовок пол ТМ « Сияние».

Продолжаются высокие темпы роста таких относительно не больших специализированных категорий как средства для посудомоечных машин, средства для мытья стекол.

Также эксперты рынка отмечают увеличивающийся интерес потребителей к кондиционерам для белья. Это обусловленно ростом культуры потребления средств для стирки, требований потребителя к состоянию одежды после стирки, а также эмоциональной составляющей: имеется в виду положительные эмоции, обусловленные свойствами продукта- разнообразие ароматов, мягкость, нежность. Потребители все чаще начинают пользоваться кондиционерами для белья, этот рынок стабильно растет. Бренд Vernel является одним из основных генераторов этого роста. « Хенкель» продолжает расширять этот сегмент: компания выпустила новинку в линейке Vernel « Ароматерапия »- Vernel « Секрет Стиля ».Одним из оснавных трендов развития рынка СМС – увеличение объемов жидких средств для стирки. Именно в этом сегменте следует ждать инновационных продуктов. Происходит вытеснение порошковообразных, разрабатываются болле универсальные жидкие средства для стирки. Преимущество этих средств в том, что жидкие средства лучше растворяются в воде при более низкой температурах, а также возможность использовать данные средства для ухода за деликатными вещами, а также более концентрированная формула, чем у порошков, что позволяет экономить деньги потребителя ( например Persil Gel ).

Несмотря на консервативность российского потребителя, предпочитающего только проверенный временем продукт, производители стремятся вывести на рынок чистящих и моющих средств как можно больше разнообразной продукции. Тенденция развития, как и инновации, в основном приходят с развитых рынков. Изучая эти рынки, эксперты прогнозируют, что ожидает нас в ближайшем будущем.

Компания « Невская косметика » собирается выпустить на рынок универсальные стиральные порошки – это СМС серии «Сарма» которые подходят для всех типов стирки и полностью удовлетворяют двум базовым функциям стирки: удаление пятен и мягкое отбеливание.

Несмотря на то что в 2009 году российский рынок синтетических моющих средств показывает отрицательную динамику, интерес потребителей к новационным формам средств для стирки и ухода за тканями сохранился. Постепенно ростут сегменты жидких и гелеобразных моющих средств, а также сегмент гипоаллергенной и детской продукции.

Компания « Арнест » в июле 2010 года ввела на рынок порошок для детского белья « Няня Baby » Ромашка и порошок для детского белья « Няня Baby » Без отдушки. Основное отличие данных продуктов – это специализация на уходе за одеждой новорожденных детей , что обусловленно гипоаллергенной формулой продуктов, использованием натурального сырья и проведенными дерматологическими испытаниями. Более того, « Арнест » планирует ближайшем будущем в 5 квартале 2010 года, выпустить концентрированные кондиционеры в линейки бренда « Няня »- « Няня » Летнее настроение и « Няня » Цветочная фантазия, а также две новинки в линейки бренда « Няня Baby »- кондиционер для детского белья « Няня Baby » с ромашкой и кондиционер для детского белья « Няня Baby » с хлопком.

### 4. Требования к качеству, маркировка, упаковка, хранение товаров бытовой химии

Приведем перечень стандартов и норм, распространяющихся на группы товаров бытовой химии. (Таблица )

Из дополнительных руководящих документов в сфере производства и реализации товаров бытовой химии можно назвать, к примеру, является СТБ 1044-97. Стандарт устанавливает единые требования к приемке, упаковке, маркировке, транспортированию и хранению товаров бытовой химии (ТБХ). Стандарт не распространяется на ТБХ в аэрозольной упаковке с пропеллентом и на лакокрасочную продукцию. Дата введения в действие стандарта перенесена с 01.01.1998 на 01.01.1999 (ИУС РБ N 2/98).

Стандарты и нормы определяют ряд показателей качества, которым должна соответствовать продукция. Например, согласно ГОСТ 25644-96 «Средства моющие синтетические порошкообразные. Общие технические требования», для стиральных порошков основными показателями качества являются концентрация водородных ионов (уровень рН) и массовая доля фосфорнокислых солей.

Эти показатели являются не только показателями качества стиральных порошков, но и показателями безопасности.

Концентрация водородных ионов показывает не только то, насколько порошок безвреден для кожи рук, но насколько безопасен для стираемых изделий. К примеру, если моющий раствор имеет повышенную щелочность, то в нем не рекомендуется стирать изделия из натуральной шерсти, так как сильная щелочь разрушает белковое вещество кератин, из которого состоят волокна шерстяных тканей (уменьшается блеск и прочность ткани). Наиболее безопасными по этому показателю являются «Ariel», «Tide» (7,5 – 9 ед. pH).

И другой показатель - это массовая доля фосфорнокислых солей. Наличие и величина этих соединений говорят о том, насколько этот порошок безопасен для окружающей среды. Ведь как уже говорилось выше, существующие очистные сооружения не в состоянии полностью очистить сточные воды от этих соединений. А попадая в естественные водоемы, эти вещества загрязняют их, вызывая рост буро-зеленых водорослей.

Одними из самых безопасных СМС по этому показателю по отношению к окружающей среде, являются порошки "Persil", так как эти порошки в своем составе вообще не содержат фосфатов.

### Маркировка

### Химический состав, цвет, запах, и другие показатели должны соответствовать требованиям стандартов.

##  Раздел Правил розничной торговли непродовольственными товарами определяет особенности продажи средств для ухода за бельем и одеждой; посудой и предметами домашнего потребления; обувью, изделиями из кожи и кожзаменителей; деревянной мебелью; автомобилями; а также средств для борьбы с бытовыми насекомыми, антимольных, дезинфекционных и антистатических средств; дезодорантов для помещений и поглотителей запахов; готовых клеев; химических средств защиты растений; грунтовок и шпаклевок малярных; покрасочных веществ; удобрений минеральных и других (дальше - товары бытовой химии).

## Маркировка товаров бытовой химии предусматривает наличие информации о наименовании предприятия-производителя, его адресе, товарном (фирменный) знаке, названии изделия, массе нетто или вместимости, номере партии, сроки годности, назначения и способа применения товара, условий хранения, предупреждающих надписей и мер предосторожности, дате изготовления, обозначения нормативного документа.

## Маркировочные данные размещаются на этикетках или на упаковке.

## На упаковке ядовитых или огнеопасных товаров должны быть предупреждающие надписи: "Яд"; "Огнеопасно"; "Беречь от огня"; "Не распылить около открытого огня"; "Оберегать от попадания в глаза" и тому подобное, а также информация о правилах и условиях безопасного их использования.

## Краски имеют дополнительные маркировочные данные: марку, цвет, расходы на 1 м 2, правила обращение с товаром, вид растворителя.

## Субъекты хозяйствования осуществляют хранение и продажу товаров бытовой химии в торговых помещениях с учетом их состава и назначения при условии, что ядовитые товары сохраняются отдельно от остальных. Все товары бытовой химии должны иметь аннотации с информацией о потребительских свойствах товара.

## В торговом (демонстрационному) зале товары бытовой химии размещают за группами на пристенних и островных горках, прилавках, в контейнерах и на другом оборудовании.

## Запрещается продажа товаров без информационных этикеток, с истекшим сроком годности, товаров в поврежденной упаковке, а также опасных товаров бытовой химии (ядохимикатов, огнеопасных веществ и тому подобное) без должного предупредительной маркировки и информации о правилах и условиях их использования.

## Продажа огнеопасных и ядовитых бытовых химических веществ несовершеннолетним и лицам в нетрезвом состоянии запрещается.

## Товары бытовой химии в аэрозольной упаковке продаются в изолированных секциях или на изолированных рабочих местах.

## Ассортимент товаров бытовой химии может быть расширен за счет продажи инструментов для малярных работ, садово-огородного инвентаря и тому подобное.

## Учитывая возможное неблагоприятное влияние средств бытовой химии на организм человека, к работе с ними допускаются лишь практически здоровые люди возрастом 18 - 55 лет, которые не имеют нервных, кожных и аллергических заболеваний. Лица возрастом свыше 55 лет допускаются только с разрешения медицинских органов. Не допускаются к работе лица с повышенной чувствительностью к химическим вещества.

### Упаковка

Для упаковки бытовой химии могут применяться пленки, картонные упаковки (пачки), пластмассовые емкости - флаконы и тубы из алюминия и полимеров, ящики.

При выборе того или иного вида упаковки всегда должны учитываться сроки хранения химической продукции и ее агрессивность (например, средства для очистки труб от ржавчины является агрессивным, разъедающим веществом).

Упаковка должна обеспечивать полную сохранность сыпучего или жидкого содержимого и предохранять ее от повреждений при транспортировке всеми видами транспорта с учетом перевалок, а также предохранять товар от атмосферных влияний.

При использовании завинчивающихся емкостей для хранения жидких и летучих средств бытовой химии особое внимание должно уделяться их герметичности и надежности резьбы горловины.

Перспективным сырьем для производства пластиковой тары является полиэтилентерефталат (ПЭТ-гранулят). В Беларуси ведущим его производителем является концерн «Белпак». Использование гранулята удобно и тем, что на рынке оборудования присутствует большое количество автоматизированных линий по его производству. Упаковка из ПЭТ-гранулята соответствует европейским требованиям качества ISO и допускает хранение в ней чистящих порошков, жидкого мыла, гелей и т.п.

Для упаковки стиральных порошков используется тара из макулатурного картона. Готовая упаковка покрывается лаком. Возможно нанесение УФ или ВД-лака, что придает поверхности картона высокий глянец и высокую степень защиты от истирания и царапин.

Существует ряд стандартов на упаковку для средств бытовой химии. К таковым относится, например, ГОСТ 17339-79 «Пачки складные для сыпучих товаров бытовой химии. Технические условия».

### Условия и сроки хранения

Основными руководящими документами, определяющими условия транспортирования, хранения и их сроки для бытовой химии являются СТБ 1044-97 (транспортирование и хранению товаров бытовой химии), СанПин 10-33 и СанПин 10-33.1, ГОСТ 25644, технические условия производителей и др.

Например, для сыпучих средств бытовой химии (в частности, стиральных порошков) согласно ГОСТ 25644 транспортирование порошков может осуществляться любыми видами транспорта при условии защиты тары с порошком от попадания на нее влаги (в закрытых железнодорожных вагонах, закрытых грузовых автомобилях и др.). При приемке порошка необходимо произвести отбраковку поврежденной тары с порошком. Хранить порошки необходимо в закрытых сухих проветриваемых помещениях, где поддерживается температура в пределах, указанных в технических условиях. Гарантийный срок хранения порошков, хранящихся в герметичных тарных упаковках (картонные пачки с пленочной прослойкой), определяется в соответствии с техническими условиями.

Для всех средств бытовой химии согласно ТУ производителей определяется температурный режим хранения. Это связано с тем, что многие товары бытовой химии являются пожароопасными и не допускают нагрева открытым огнем или прямыми солнечными лучами (например, освежители воздуха).

Все товары бытовой химии являются вредными для человека при превышении их допустимой нормы концентрации в воздухе. Поэтому одним из основных требований к бытовой химии является целостность упаковки, герметичность флаконов и т.п.

## Заключение

В ходе выполнения работы было установлено, что средства бытовой химии являются одним из наиболее востребованных среди населения РФ товаров. Постоянным и неизменным спросом пользуются стиральные порошки, мыло, чистящие и отбеливающие смеси.

В последнее время продукция отечественной бытовой химии отличается высокими потребительскими качествами. Это обусловлено внедрением на большинстве предприятий химической отрасли новых технологий и импортных автоматизированных поточных линий.

Правительством РФ осуществляется ряд мер по поддержке отечественных производителей и защите потребителей от импорта низкокачественной и поддельной продукции из Китая, Молдовы и Украины. Этому способствуют действующие на территории РФ ГОСТы, СТБ и санитарно-гигиенические нормы.

На территории РФ осуществляется контроль качества реализуемой продукции, обеспечиваемый маркировкой изделий.

На наш взгляд, в настоящее время отечественные средства бытовой химии могут успешно конкурировать с импортными даже на мировых рынках. Наши стиральные порошки и чистящие средства не уступают по качеству западным аналогам, что подтверждено рядом сертификационных и санитарных испытаний, отличаясь при этом малой стоимостью.

Сегодня товары бытовой химии обеспечивают жизнь людей полностью,основными среди которых является СМС, чистящие моющие средства. Помимо перечисленного, товары бытовой химии могут быть более высокого качества, а соответственно и цены, могут иметь расширенный ряд функций, т.к. на рынке потребителей стали более востребованы универсальные средства.

Успехи товаров бытовой химии во многом способствовали прогрессу в различных областях науки и техники, а также помогли внедрению многочисленных новых брендов, облегчающих повседневную жизнь людей.

Цели и задачи, поставленные в начале данной работы достигнуты:

- изучена литература по данной теме, состояние и перспективы развития рынка товаров бытовой химии.

- рассмотрено состояние и перспективыразвития рынка товаров бытовой химии

- охарактеризовано сырье и материалы применяемые при производстве товаров бытовой химии

- изучен ассортимент товаров бытовой химии (отечественного и импортного производства)

- охарактеризованы требования к качеству , маркировка, упаковка и хранение товаров бытовой химии

Спрос на бытовую химию растет с большой скоростью, расширяется их применения, увеличения выпуска. Ведущие компании продолжают выпускать новую продукцию - компания « Хенкель» выпустила новинку в линейке Vernel « Ароматерапия »- Vernel « Секрет Стиля ».Одним из оснавных трендов развития рынка СМС – увеличение объемов жидких средств для стирки. Компания « Невская косметика » стиральные порошки – «Сарма», которые подходят для всех типов стирки и полностью удовлетворяют двум базовым функциям стирки: удаление пятен и мягкое отбеливание. Компания « Арнест » порошок для детского белья- « Няня Baby » Ромашка, и порошок для детского белья- « Няня Baby » Без отдушки. И т.д.

Библиографический список

1. ГОСТ 25644-96 «Средства моющие синтетические порошкообразные. Общие технические требования»
2. Алексеев Н.С. Товароведение хозяйственных товаров. – М.: Экономика,1990.
3. Барченкова И.М. Основы товароведения непродовольственных товаров. – М., 1991.СТБ 1044-97. «Требования к приемке, упаковке, маркировке, транспортированию и хранению товаров бытовой химии (ТБХ)»
4. Башаева С.И. «Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров» М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К» 2008г
5. Моисеенко Н.С. Товароведение непродовольственных товаров. Ростов-на - Дону: Феникс,2001.
6. Справочник товароведа, 1990, Том 2
7. Товароведение непродовольственных товаров: учебное пособие / В.Е. Сыцко, М.Н. Миклушов, Г.С. Турилкина и др. Под редакцией В.Е. Сыцко. – Минск, Выш. школа, 1999.

8. Уманцев Я.З. «Хозяйственные товары и бытовая химия», - М.:Экономика, 1991.

Журналы

Новости Торговли №07[28-30],11-12 [28-32] 2009.

Интернет ресурсы;

1. http://www.potrebitel.ru/08/01/geldsof.htm
2. http://slovari.yandex.ru/art.xml?art=brokminor/
3. http://www.domovodstvo.com/stir-porosh.html
4. http://www.polymir.by/