

КЛАССИФИКАЦИЯ АССОРТИМЕНТА ЖИДКОГО МЫЛА КАК ОСНОВА ЕГО АССОРТИМЕНТНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

К. И. Локтева

доцент кафедры товароведения, к.т.н., доцент;

Е. С. Игнатик

студентка

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», Республика Беларусь, г. Гомель

Современный ассортимент потребительских товаров насчитывает десятки тысяч самых различных видов и разновидностей товаров. Систематизировать всё многообразие товаров, представленных на рынке, проанализировать широту, полноту, глубину, структуру представленного ассортимента, выявить покупательские предпочтения, провести мониторинг рынка, ассортиментную экспертизу помогает классификация.

Ассортимент всех групп непродовольственных товаров не остается неизменным, он постоянно обновляется, совершенствуется, на рынке появляются новые виды данной группы товаров, их разновидности и классификация должна учитывать и отражать эти изменения.

Мыло – хорошо всем известный гигиенический продукт, без которого не обходится ни один человек. Современный ассортимент мыла очень широк и разнообразен. В последние годы активно развивается сектор жидкого мыла, растет его популярность. Вместе с тем, в настоящее время полной, подробной классификации ассортимента жидкого мыла нет.

В соответствии с Общегосударственным Классификатором Республики Беларусь (ОК РБ 007-2012) [1] жидкое мыло входит в раздел 20 «Вещества химические и продукция химическая», группу 20.4 – «Мыло и средства моющие, чистящие и полирующие; парфюмерно-косметическая продукция».

По ТН ВЭД ЕАЭС жидкое мыло относится к разделу VI «Продукция химической и связанных с ней отраслей промышленности», к 34-ой группе «Мыло, поверхностно-активные органические вещества, моющие средства,...» [2].

В вышеприведенных видах классификации на последней ступени классификации жидкое мыло отнесено к прочим мылам в прочих формах, признаки его классификации не отражены.

В ГОСТ 31696-2012 «Продукция косметическая гигиеническая моющая. Общие технические условия» [3] отражены требования к внешнему виду, показателям pH, цвету, однородности, способности к образованию пены жидкого мыла. Группировки по важнейшим признакам классификации жидкого мыла не предусмотрено и этим документом.

На основе изучения различных видов классификаций жидкого мыла, имеющейся информации по ассортименту жидкого мыла [4, 5], представляется, классификация современного ассортимента жидкого мыла может быть представлена в следующем виде.

По назначению жидкое мыло может быть туалетное (используется как косметическое средство – для очищения кожи и ухода за ней) и хозяйственное (применяется как средство бытовой химии – в качестве моющего средства). Состав жидкого хозяйственного мыла характеризуется, как правило, высоким содержанием поверхностно-активных веществ (ПАВ) и отсутствием увлажняющих либо защищающих ингредиентов; в туалетном мыле, напротив, количество ухаживающих компонентов может достигать пятнадцати-двадцати процентов от общей массы.

Туалетное жидкое мыло чаще используется как мыло для рук, гель для душа, для ухода за детской кожей; как антибактериальное средство, кожный антисептик; выпускаются и универсальные средства (например, для рук и для посуды).

По условиям использования: для домашнего быта и профессионального ухода (например, для медицинских учреждений, предприятий по производству продовольственных товаров и др.).

По функциональному использованию оно представлено четырьмя основными видами: очищающее, увлажняющее, антибактериальное и

Товарознавчі аспекти експертної та оціночної діяльності спеціальне. Если с очищающей функцией справляется большинство средств этой группы, присутствующих на рынке, то для увлажнения они должны содержать биологически активные компоненты, помогающие коже сохранить свой гидро-липидный баланс (крем, витамины, эфирные масла). Антибактериальные свойства жидкого мыла обеспечиваются обогащением синтетическими или натуральными антисептиками – к примеру, триклозаном, экстрактами череды, календулы, эфирным маслом чайного дерева и прочими [4]. Специальное жидкое мыло представлено средствами для проблемной кожи, для интимной гигиены и др.

Покупателям в широком ассортименте предлагается мыло жидкое детское, гипоаллергенное, витаминное, питательное, пенящееся, нейтрализующее запах, экологическое (биоразлагаемое), защитное, антицеллюлитное и др., отличающееся составом и потребительскими свойствами [5].

По происхождению жидкое мыло бывает органическим (его изготавливают преимущественно с использованием натуральных компонентов) и на основе синтетических ПАВ (среди них наиболее распространены лаурилсульфат натрия и лауретсульфат натрия).

Изготовление натурального жидкого мыла – процесс недешевый. Органическое мыло можно найти в ассортименте многих марок, которые специализируются на натуральной косметике. Такие продукты преимущественно без отдушки, на основе экстрактов трав, с добавлением витаминов, меда, эфирных масел. Часто в составе встречаются косточки миндаля, абрикоса, которые обладают эффектом скрабирования, отшелушивают мертвые клетки с поверхности кожи и способствуют ее обновлению.

По разновидности: мыло-гель (отличается прозрачностью); крем-мыло (содержит жиры, эмульгаторы и характеризуется определенными увлажняющими свойствами) и др.

По стране производства: белорусское, российское, украинское и др.

По структуре: жидкое и более густое, пенное. Жидкая консистенция мыла в основном обусловлена большим содержанием воды. Не всегда более густая консистенция – показатель более высокого качества жидкого мыла, т.к. зачастую в таком мыле содержится больше загустителя (поваренная соль). Пенная структура мыла позволяет существенно снизить его расход при применении.

По аромату: без запаха и с ароматом (фруктовым, ягодным, травяным, цветочным, фантазийным и др.). Аромат мыла может быть легким, а может быть более ярко выраженным. Так, гипоаллергенное мыло не имеет в своем составе ароматизаторов и запах его практически неощутим.

По цвету: бесцветное прозрачное, белое, белое перламутровое, цветное, цветное перламутровое и др.

По маркам: Fa, Palmolive, Dove, Бархатные ручки, Dettol, Liv Delano, Le Petit Marseillais и др.

По целевой аудитории: для взрослых, для женщин, для мужчин, для детей, для всей семьи и др.

По типам кожи: для всех типов кожи, для сухой, нормальной, жирной, чувствительной. Мыло для сухой кожи – увлажняющее, восстанавливающее водный баланс; для жирной – с подсушивающим эффектом, избавляющее от прыщей и покраснений, контролирующее выделение кожного жира; для чувствительной кожи – с ценными питательными маслами.

По материалу упаковки: полимерная, стеклянная и др.

По виду упаковки: флаконы, бутылки, пакеты (в т.ч. дой-пак), канистры – различной формы, цвета, дизайна; герметичные одноразовые картриджи и др. Упаковка жидкого мыла в большинстве своем позволяет устранить контакт основной массы мыла с руками, что обуславливает индивидуальное применение и гигиеничность мыла. Наиболее удобной считается прозрачная упаковка, так как позволяет отслеживать расход моющего средства.

По особенностям упаковки: жидкое мыло выпускается с дозатором и без него. Конструкция дозатора может быть разнообразной.

Крышка с выдвигающимся дозатором push-pull (пуш-пул) для флаконов открывается поднятием колпачка с «носиком», который вращается на 360 градусов, это облегчает перелив жидкостей и компонентов из флаконов большого объема.

Флаконы типа airless (диспенсопак) имеют дозирующий клапан, препятствующий забросу компенсирующего воздуха внутрь флакона, обеспечивают более экономичную и точную дозировку моющих средств, гарантируют защиту мыла от бактериального загрязнения.

Одноразовые дозирующие клапаны в картриджах также предотвращают перерасход мыла.

Есть средства, которые продаются в комплекте с сенсорным дозатором, обеспечивающим удобство пользования, гигиеничность и надежность.

Многие производители предлагают жидкое мыло одного и того же наименования в разных исполнениях: флаконах с дозатором и как сменный блок. Такие варианты, как правило, способствуют увеличению продажи продукции этой марки, так как позволяют потребителю сэкономить средства на покупке второго товара идентичного качества, но по меньшей цене: упаковка без дозатора стоит значительно дешевле.

По объему упаковки: в основном от 0,25 до 5 л. У многих производителей существуют упаковки и меньшего объема.

По комплектности: штучное мыло и в наборах (например, набор Palmolive: гель для душа, жидкое мыло, мочалка).

Кроме того, жидкое мыло можно классифицировать по цене: изделия низкой, средней и высокой ценовой категории. Цена, в первую очередь, зависит

Товарознавчі аспекти експертної та оціночної діяльності от производителя – отечественный ли это бренд либо зарубежная компания. Также на ценообразование влияет состав – если это обычное мыло с большим количеством соли и химических отдушек – оно будет не слишком дорогим. Органическое мыло относится к продуктам премиум-класса, так как производство из натуральных компонентов – достаточно дорогое. Самые распространенные марки натуральной косметической продукции Planeta Organica, Natura Siberica и др.

Представляется, что разработанная классификация современного ассортимента жидкого мыла может служить основой ассортиментной экспертизы жидкого мыла, а также использована в образовательном процессе для ознакомления студентов товароведного направления подготовки с современным ассортиментом жидкого мыла.

Перечень ссылок

1. ОК РБ 2017-2012. Классификатор продукции по видам деятельности. Часть 1. Минск, Госстандарт, 2013. 454 с.
2. ТН ВЭД ЕАЭС. Режим доступа: www.tvs.by/tvs/tnved (дата обращения: 08.10.2019).
3. ГОСТ 31696-2012. Продукция косметическая гигиеническая моющая. Общие технические условия. Введ.01.07.2013. М.: Стандартинформ, 2014. 12с.
4. Состав жидкого мыла и его назначение: выбираем лучшее. Режим доступа: <http://www.beautynet.ru/cream/5055.html> (дата обращения: 06.03.2019).
5. Жидкое мыло – история создания, характеристики и преимущества. Режим доступа: http://vidania.ru/text/zidkoe_mylo-istoriya_sozdaniya_harakteristiki_i_preimushestva.html (дата обращения: 06.03.2019).