

Е. С. Игнатик

Научный руководитель

К. И. Локтева

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ СОСТАВА ЖИДКОГО МЫЛА

Мыло является одним из самых распространенных гигиенических средств, без которого в быту не обходится практически ни один человек.

Современное состояние рынка мыла Республики Беларусь характеризуется рядом отличительных черт, среди которых возрастание интереса потребителей к жидкому мылу и увеличение объемов его выпуска [1].

Ассортимент жидкого мыла, представленный на отечественном рынке, очень разнообразен. В нем присутствует натуральное жидкое мыло, большая часть жидкого мыла – это продукция на основе синтетических поверхностно-активных веществ (ПАВ). Анализ состава наиболее распространенных марок жидкого мыла, представленных на белорусском рынке, показал, что среди исследуемых образцов преобладают те, в которых в качестве ПАВ используется лаурет-сульфат натрия. В составе жидкого мыла всегда присутствует вода.

Большая часть представленного в настоящее время на белорусском рынке жидкого мыла предназначена для рук. В качестве увлажняющего компонента чаще применяется глицерин. В составе жидкого мыла нередко используются экстракты лекарственных растений (экстракт алоэ вера, ромашки и др.). Также в составе обычно присутствуют красители, отдушки и консерванты; антибактериальные добавки (чаще всего это триклозан); для создания физиологического значения рН в мыло добавляют органические кислоты (лимонную или молочную кислоту).

Практически во всех составах рассматриваемых образцов жидкого мыла можно увидеть поваренную соль в роли загустителя.

Установлено, что при маркировке состава жидкого мыла используется написание на английском или русском языке. Шрифт, используемый для маркировки состава, очень мал. Большинству покупателей непросто сориентироваться в многообразии компонентов, используемых в составе жидкого мыла. Многие ингредиенты имеют достаточно сложное химическое название. Нужно обладать определенной степенью подготовки, чтобы знать, для чего предназначен тот или иной компонент. Название одних и тех же компонентов в маркировке на русском языке и при переводе с английского зачастую пишется по-разному, что затрудняет идентификацию состава, выявление наличия аллергических компонентов, нежелательных примесей и т. п. Есть специальные сайты, где можно найти подробную информацию практически о всех веществах, входящих в состав косметических средств [2]. На данных сайтах имеется сервис анализа состава косметических средств и ингредиентов в онлайн-режиме, для этого нужно скопировать состав средства с сайта производителя или интернет-магазина. Однако сделать это в момент покупки не всегда представляется возможным. Установлено, что в интернет-магазинах, предлагающих широкий ассортимент жидкого мыла, не всегда дается полное описание средств, указывается их подробный состав и pH.

Необходимо читать маркировку и знать состав мыла. Немаловажным также является повышение уровня грамотности покупателей и продавцов, ответственности производителей за качественную, хорошо читаемую, маркировку состава, а организаций торговли – за подробное и понятное описание товара.

Список использованной литературы

1. **Локтева, К. И.** Жидкое мыло: состояние, тенденции рынка Республики Беларусь, особенности ассортимента / К. И. Локтева, Е. С. Игнатик // Современное материаловедение и товароведение: теория, практика, образование : материалы VI Междунар. науч.-практ. интернет-конф., 14–15 марта 2019 г. / Полт. ун-т экономики торговли. – Полтава, 2019. – С. 160–163.

2. **Онлайн-проверка** состава косметики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://ecogolik.ru/sostav_kosmetika. – Дата доступа : 12.03.2019.