

факторами. По состоянию на 1 июля 2024 г. в Беларуси зарегистрировано более 30 тыс. интернет-магазинов, из которых 14 277 (47,6 %) принадлежат индивидуальным предпринимателям, 15 744 (52,4 %) – юридическим лицам. Розничную онлайн-торговлю осуществляет 18 800 субъектов, из них 8,5 тыс. (45,2 %) – юридические лица, 10,3 тыс. (54,8 %) – индивидуальные предприниматели.

В Республике Беларусь интернет-торговля представляет значительный потенциал и интерес как со стороны производителей и ретейлеров, так и населения.

Современные информационно-коммуникационные технологии позволяют отечественным субъектам хозяйствования трансформировать бизнес-модели, оптимизировать бизнес-процессы для работы на международном и национальном онлайн-рынках. Маркетплейсы одинаково успешно могут функционировать в различных бизнес-сегментах.

На белорусском рынке успешно развиваются такие рынки, как Lamoda, Uber, Menu.by, Vozu.by, Deal.by, Куфар, ежегодно прирастая количеством сильных проектов и базой лояльных пользователей.

В настоящее время принимаются различные меры к созданию более полной системы услуг электронной коммерции: совершенствование системы платежных услуг и сокращение рисков; повышение эффективности использования логистических ресурсов; привлечение профессиональных кадров и содействие эффективному развитию отрасли.

Развивая электронную коммерцию в международной торговле в Республике Беларусь, необходимо: обеспечить создание современной бизнес-инфраструктуры; создать эффективную систему подготовки специалистов; усовершенствовать соответствующую нормативную базу; оптимизировать структуру белорусского экспорта за счет диверсификации; включить в перечень торговых услуг – онлайн-аутсорсинг и цифровые товары; сблизить нормы и правила стран ЕАЭС в сфере цифровой торговли и прочее.

А. Н. Лилишенцева,
канд. техн. наук, доцент,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: lilishenceva@yandex.ru

И. В. Кривко,
аспирант,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: dir-prodaction@gammavkysa.by

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ФРУКТОВЫХ КОНСЕРВОВ ДЛЯ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

Основой формирования здоровья детей и необходимым условием их гармоничного роста, физического и нервно-психического развития, успешного обучения является полноценное сбалансированное питание.

Фруктовые и овощные консервы для детского питания в современных условиях в подавляющем большинстве производятся не из непосредственно свежих овощей и фруктов, а из их полуфабрикатов – фруктовых и овощных пюре. Фруктовое и (или) овощное пюре – пищевой продукт, который несброжен, способен к брожению, произведен путем механической обработки – измельчения или протираания съедобных частей свежих фруктов или овощей без последующего отделения сока и фруктовой или овощной мякоти.

Фруктовые пюре, применяемые в качестве сырья для изготовления консервов для детского питания, могут быть консервированы асептическим способом, стерилизованы (пастеризованы), консервированы способом горячего розлива, а овощные пюре могут быть консервированы только асептическим способом.

Преимущество переработки свежих фруктов и овощей в полуфабрикаты заключается в том, что пюре изготавливаются непосредственно из свежих плодов и ягод в сезон заготовки, когда фрукты обладают повышенной пищевой ценностью и наилучшим витаминно-минеральным составом, а производство консервов для детского питания и поддержание широкого ассортимента осуществляется круглый год.

Кроме того, это позволяет осуществлять достоверный лабораторный контроль показателей качества и безопасности как сырья, так и консервов для детского питания, из которого они изготовлены: партия свежего сырья фруктов и овощей может быть неоднородна в своей массе, что создает риски для лабильности показателей качества и безопасности и возникновения вероятности выхода их за установленные допустимые пределы.

Анатомо-морфологические свойства плодов обуславливаются их клеточным строением, а также строением тканей. При производстве продуктов детского питания удаляются грубые покровные ткани, а используются в основном паренхимные ткани мякоти и клеточный сок.

Каждая из технологических операций производства детских фруктовых консервов, в том числе их полуфабриков для их производства, является определяющей при формировании качества исследуемой продукции детского питания.

Исключительное значение имеют такие операции, как:

- разваривание и протираание свежего сырья (формируют органолептические параметры готового продукта);
- стерилизация и асептическое консервирование полуфабрикатов (получение промышленно стерильного продукта, снижение микробиологического загрязнения);
- гомогенизация до размеров частиц 10–30 мкм.;
- деаэрация для предотвращения окисления лабильных и неустойчивых компонентов кислородом воздуха;
- стерилизация либо пастеризация (соблюдение требований промышленной стерильности).

В таких консервах обязательно отсутствуют возбудители порчи, патогенные и токсичные формы бактерий, а также другие микроорганизмы, способные вызывать порчу консервов.

Таким образом, свежие фрукты являются не только важнейшей частью рационального питания, поскольку служат источником многих питательных и физиологически активных веществ, которые обеспечивают нормальное развитие детского организма, но и составным фактором, определяющим конечное качество детских фруктовых консервов.

П. А. Литвинов,
БГЭУ (г. Минск),
e-mail: litvinov@bseu.by

РОЛЬ КОГНИТИВНЫХ ФАКТОРОВ В ФОРМИРОВАНИИ СОВРЕМЕННОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО СПРОСА

Эксперты Всемирной организации здравоохранения называют депрессию одной из наибольших угроз будущего и пандемией XXI века. По данным ВОЗ ежегодно из-за депрессии и тревожности пропускается 12 млрд рабочих дней, что наносит ущерб мировой экономике в 1 трлн долл. США. От депрессивного расстройства страдает не менее 300 млн человек. Предпосылки нарастания данной проблемы имеют объективный характер и будут детерминировать все тенденции мировой экономики и социума и в последующем.

Среди основных стимулирующих депрессию факторов можно выделить следующие:

1. Повышенный уровень стресса и социального давления. Нынешний городской житель априори живет в условиях постоянной стрессогенной среды, что усугубляется высокой конкуренцией и требованием быть успешным, что на молодежном сленге называется «манифестировать» (от англ. manifest) в значении «формировать позитивную установку на успех».