

Также в ассортименте представлены наборы печенья к различным праздникам, отмечаемым в Беларуси, а именно: ко Дню Матери — набор «Самой лучшей!», к 8 Марта — наборы печенья «С праздником весны!» и «Солнца, тепла, улыбок!», к Новому году — набор «Зимняя сказка», к Пасхе — набор кондитерских изделий «Наряди печеньки».

Кондитерская фабрика «Слодыч» не забывает о потребителях помладше (дети до 3 лет), выпуская различные виды детского печенья с разными вкусовыми добавками и различной интересной формы: печенье растворимое «Знайка-зазнайка» (алфавит, дважды два, веселые фигуры), печенье растворимое «Детское» яблоко + тыква. Не остались без внимания и дети старше трех лет. Для них производится растворимое печенье «Знайка-зазнайка» с нежным сливочным вкусом.

Из последних новинок кондитерской фабрики можно выделить: сырное печенье с кусочками моцареллы, «Традиционное» печенье со вкусом клубники со сливками и яблока с корицей, печенье со вкусом топленого молока и со вкусом шоколада в оригинальной форме коровки, нижняя часть которого покрыта глазурью.

Таким образом, кондитерская фабрика «Слодыч» продолжает удивлять потребителей вкусовыми экспериментами. Производитель регулярно разрабатывает новые рецептуры мучных кондитерских изделий, включая в них различные вкусовые добавки и ароматизаторы, а также экспериментирует с формой и упаковкой.

Источник

1. Кондитерская фабрика «Слодыч» : [сайт]. — Минск, 2015–2024. — URL: <https://www.slodych.by> (дата обращения: 28.11.2024).

О. С. Ильина, В. Н. Пинчук, А. В. Сорока
БГЭУ (Минск)

КОНТРАФАКТНАЯ АЛКОГОЛЬНАЯ ПРОДУКЦИЯ И ЕЕ УГРОЗА БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Среди современных молодых людей, вступающих в возраст совершеннолетия, здоровый образ жизни является естественным и популярным направлением. Во многом этому способствуют мировые тенденции цифрового пространства. Здоровье, повышение работоспособности, активности, эффективности деятельности, увеличение продолжительности жизни — вопросы, которые актуальны для людей, занимающих топовые позиции в бизнесе, а благодаря быстрому

распространению информации это становится доступным и для более широкого круга людей.

Одно из приоритетных направлений Государственной молодежной политики Республики Беларусь — содействие формированию здорового образа жизни.

Алкоголь (этиловый спирт) является ядом для человеческого организма. Попадая в пищеварительный тракт, он почти сразу же поступает в кровь, оказывая токсическое действие на организм. Благодаря наличию алкогольдегидрогеназы алкоголь частично разрушается, частично выводится через печень и легкие. Количество потребляемого алкоголя в Беларуси довольно высокое: 11,5 л на душу населения в возрасте 15 лет и старше [1].

Еще большую опасность для организма представляют контрафактная продукция и суррогатный алкоголь.

Контрафактная алкогольная продукция производится на нелегальных предприятиях на основе существующего бренда. Она может быть изготовлена с нарушением технологии и представлять угрозу здоровью людей. За хранение, перевозку, приобретение и изготовление фальсифицированных спиртных напитков наступает административная ответственность [2].

Суррогатный алкоголь — спиртосодержащие жидкости, не предназначенные для пищевого потребления. Они применяются для технических нужд, но используются некоторыми категориями граждан как алкогольный напиток. Такие жидкости в случае их попадания в организм несут прямую угрозу жизни и здоровью людей, так как могут содержать не только этиловый спирт, но и метанол. Метанол (древесный спирт) под действием алкогольдегидрогеназы превращается в формальдегид и муравьиную кислоту, которые обладают высокой токсичностью и повреждают центральную нервную систему, почки и другие органы. Одним из типичных примеров инвалидизации при отравлении метиловым спиртом является слепота, также нередки случаи летального исхода. Начиная с 1970 г. отмечается рост случаев отравления алкоголем, чаще всего некачественной водкой. Больше всего случаев приходится на мужское население.

Ежегодно фиксируются факты нелегального оборота алкогольной продукции. Основным нормативным правовым актом, регулирующим производство и оборот алкогольной и иной спиртосодержащей продукции, является Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании производства и оборота алкогольной, непивцевой спиртосодержащей продукции и непивцевого этилового спирта» от 27 августа 2008 г. № 429-З.

Таким образом, угроза отравления контрафактным и суррогатным алкоголем остается актуальной. Повышение общей культуры населения в вопросах здорового образа жизни и контроль за оборотом алкогольной продукции должны способствовать снижению количества случаев отравления алкоголем.

Источники

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь : [сайт]. — URL: <http://belstat.gov.by/> (дата обращения: 24.11.2024).

2. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях : 6 янв. 2021 г. № 91-З : принят Палатой представителей 18 дек. 2020 г. : одобрен Советом Респ. 18 дек. 2020 г. : по состоянию на 17 февр. 2025 г. № 61-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=НК2100091> (дата обращения: 24.11.2024).

Я. А. Капуста

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. В. Саманкова, канд. техн. наук, доцент

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ОЦЕНКИ АССОРТИМЕНТА ВЕРХНЕЙ ЖЕНСКОЙ ШВЕЙНОЙ ОДЕЖДЫ, РЕАЛИЗУЕМОГО В ОАО «ГУМ»

Потребительская оценка позволяет лучше понять предпочтения и требования покупателей, что способствует созданию ассортимента, который соответствует их ожиданиям. Это, в свою очередь, увеличивает уровень удовлетворенности потребителей. Регулярная оценка позволяет выявлять товары, которые не пользуются спросом, и заменять их на более актуальные или востребованные. Проведение потребительской оценки ассортимента является важным инструментом для повышения эффективности работы торговых организаций. В ходе исследования потребительской оценки ассортимента верхней женской швейной одежды был проведен социологический опрос, в котором приняли участие 107 респондентов. Опрос проводился в формате «Google Форм» с помощью QR-кода, который представлен на рисунке.



QR-код «Google Формы» «Верхняя женская одежда»

Исходя из полученных результатов можно сделать вывод о том, что наибольший удельный вес составляют респонденты в возрасте