целью приобретения недвижимости примерно в 82 % случаев является собственно проживание, а в 18 % случаев — инвестиции.

При проведении исследования выявлено, что наиболее востребованными источниками для поиска информации о первичном рынке жилой недвижимости Минска у респондентов являются сайты застройщиков (для 61,8 % опрошенных) и рекомендации (для 54,9 % анкетируемых), а для вторичного рынка — специализированные онлайн-платформы Realt.by (для 66,1 % участников опроса), Kufar (для 47,5 % респондентов), Onliner (для 32,2 % опрошенных). В ходе опроса установлено, что выбор вторичного жилья связан с его большой готовностью к проживанию и малыми рисками: более 55 % респондентов ценят отсутствие ожидания ввода объекта, около 50 % участников опроса — сложившуюся инфраструктуру, а каждый третий — предсказуемую итоговую стоимость. Финансирование приобретения жилой недвижимости независимо от рынка в 44 % случаев носит смешанный характер, т.е. частично используются собственные средства, средства от продажи имеющейся недвижимости и кредит. При этом среди респондентов, которые уже сделали покупку, использование смешанной формы финансирования недвижимости преобладает, в отличие от респондентов, которые только планируют покупку.

Уровень доходов респондентов влияет на выбор жилой недвижимости. Более обеспеченные респонденты приобрели или планируют приобретение жилой недвижимости в новостройках, тогда как менее обеспеченные приобрели жилье и рассматривают его покупку на вторичном рынке.

Е. А. Караневич
Научный руководитель — кандидат технических наук А. Н. Лилишенцева
БГЭУ (Минск)

ВЛИЯНИЕ ТИПА УПАКОВОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ НА СОХРАННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ МОРОЖЕНОГО В ПРОЦЕССЕ ХРАНЕНИЯ

Цель работы — установить влияние различных типов упаковочных материалов на сохранность потребительских свойств мороженого в процессе хранения. Методология исследования приведена в ГОСТ ISO 13302-2017 «Органолептический анализ. Методы оценки изменений флейвора пищевых продуктов под влиянием упаковки».

Оценка упаковочных материалов проводилась методом сравнения контрольных образцов продуктов (без упаковки) с испытуемыми образцами, упакованными в контейнеры в контролируемых условиях. Это сравнение позволило объективно оценить влияние упаковки на сенсорные характеристики, такие как появление посторонних запахов, потеря исходного флейвора или адсорбция веществ.

Установка для проведения испытаний представляет собой стеклянную банку с герметично закрывающейся крышкой. На дно банки заливают 60 $см^3$ насыщенного раствора NaCl (хлорида натрия), устанавливают подставки, на которые помещают стеклянный стакан с образцом продукта (25 г мороженого). Стакан затем накрывают испытуемым упаковочным материалом, после чего банку герметизируют и выдерживают в темном месте 24 ч при температуре 23 ± 3 °С.

В качестве образцов упаковочных материалов были отобраны пять различных типов упаковки, в качестве образцов мороженого использовался пломбир без добавления ароматизаторов для обеспечения большей объективности органолептической оценки. Первый тип упаковки представляет собой традиционный картонный стаканчик, второй — полимерный (пластиковый) стаканчик, третий — фольгированную упаковку с полиэтиленовым покрытием, четвертый — чистый полиэтилен, пятый — бумажную упаковку с фольгированным слоем.

Проведенный сенсорный анализ выявил существенные различия во влиянии упаковочных материалов на сохранность запаха и флейвора пломбира. Картон и чистый полиэтилен вызывают нежелательные изменения — появление запаха от слабого картонного оттенка до неприятного пластикового аромата, что связано с миграцией или адсорбцией летучих веществ. Пластик и бумага с фольгой минимизируют передачу посторонних запахов, но снижают интенсивность исходного молочного аромата, вероятно из-за частичной адсорбции. Фольгированная упаковка с полиэтиленовым покрытием обеспечила оптимальную сохранность сенсорных характеристик, не допустив ни посторонних примесей, ни ослабления флейвора.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что наилучшим выбором для мороженого, особенно пломбира, является фольгированная упаковка с полиэтиленовым покрытием (третий образец). Этот материал сочетает барьерные свойства фольги (защита от света, кислорода и влаги) с инертностью полиэтилена, предотвращая взаимодействие с жиросодержащей структурой продукта.

В. А. Кацуба, К. Д. Яцук
Научный руководитель — кандидат экономических наук, доцент С. О. Белова
БГЭУ (Минск)

ТЕМНЫЕ ПАТТЕРНЫ В БЕЛОРУССКОМ РЕТЕЙЛЕ: ОТ МАНИПУЛЯЦИИ К ЗАЩИТЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Развитие электронной торговли и цифровых сервисов привело к активному использованию интерфейсных решений, направленных на поведение пользователей. Современные маркетплейсы и онлайн-платформы все чаще применяют