

Как и любое цифровое устройство, радиочастотная метка обладает возможностями, позволяющими закрыть паролем операции записи и считывания данных.

Кроме того, информацию можно зашифровать. В одной и той же метке можно одновременно хранить закрытые и открытые данные. Это делает радиочастотную метку идеальным средством, защищающим товары и материальные ценности от подделок и краж.

Радиочастотные метки не требуется размещать на внешней стороне упаковки, поэтому они оказываются лучше защищенными в условиях хранения, обработки и транспортировки логистических единиц.

*О.В. Мазовка*, ФЭУТ, 6-й курс, гр. ЗГХ

Научный руководитель – *М.М. Петухов*, ассистент

## **ТОВАРОВЕДНО-МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА МЯГКИХ СЫЧУЖНЫХ СЫРОВ**

Сыр – высокоценный пищевой продукт. Содержание в сыре всех основных компонентов молока делает его очень важным продуктом питания. Сыр богат минеральными солями, поэтому он очень полезен для детей, а также беременных и кормящих женщин. Сыры, особенно острые, способствуют более активному выделению желудочного и кишечного соков и возбуждают аппетит.

Питательная ценность мягких сычужных сыров обусловлена наличием в их составе не только большого количества белков (28-30 %), но и жира (20 - 45 %), причём молочный жир во вполне зрелых сырах находится в виде хорошо сохранившейся эмульсии, что способствует его лучшему усвоению организмом человека.

Биологическая ценность сыра обусловлена наличием в нём жира и витаминов (А, Е, В<sub>2</sub>, В<sub>6</sub> и В<sub>12</sub>), а также большого количества ферментов, выделяемых полезной микрофлорой, которые накапливаются в течение всего периода выработки. Высокое содержание ароматических веществ в зрелом сыре способствует отделению пищеварительных соков, поэтому мягкий сычужный сыр, помимо высокой усвояемости, обладает лечебными и диетическими свойствами, улучшает аппетит. Разнообразие физико-химических и органолептических показателей сыров позволяет потребителям выбрать тот сыр, который наиболее полно отвечает их состоянию здоровья, вкусовым наклонностям и традициям.

На данный момент культура потребления мягких сычужных сыров в Республике Беларусь находится на стадии формирования. В настоящее время потребление сыра в республике составляет 2,1 кг на человека в год, что по сравнению со странами Западной Европы и США отличается на порядок: во Фран-

ции – 24 кг, в США – 14,4 кг. Отмечено увеличение душевного потребления сыра и следует ожидать, что эта тенденция будет сохраняться. Потребители чаще отдают предпочтение плавленым и твердым отечественным сырам. Намечается тенденция развития сегмента белых сыров, к которым относятся «Сулугуни», «Брынза», «Фета», «Адыгейский», «Моцарелла». Мягкий сычужный сыр нуждается в популяризации, так как зачастую потребитель имеет ограниченное представление о способах применения продукта, помимо бутербродного.

Кроме потребления сыров на внутреннем рынке, отечественные производители осуществляют экспорт белорусских сыров (в основном в Россию). Что касается импорта, то он незначителен.

Дальнейший рост розничных продаж мягких сычужных сыров возможен при условии более активного и фокусированного маркетинга со стороны производителей и дистрибьюторов, заключающегося в существенном продвижении товара, его популяризации, информировании и консультировании конечного потребителя. А о том, что рынок сыров достаточно перспективный, свидетельствует тот факт, что потребление сыра продолжает расти практически во всех странах мира.

*Н.П. Олексюк*, ФЭУТ, 4-й курс, гр. ДГТ  
Научный руководитель – *О.В. Циунчик*, ассистент

## **СОСТОЯНИЕ ПРОИЗВОДСТВА, ПОТРЕБЛЕНИЯ ОБУВИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ОБУВНОЙ ОТРАСЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Производство обуви занимает видное место в экономике Республики Беларусь. Довольно разнообразный и насыщенный ассортимент обувных товаров на внутреннем рынке поддерживают более 25 отечественных предприятий, которые с развитием рыночных отношений реструктуризированы в различные холдинги, СП, ОАО, ЗАО, ООО, РУП, УП и др., где внедряются передовые технологии западных государств.

Если проследить динамику производства обуви в республике за последние 16 лет, то наблюдается неуклонный спад в его объемах. В 1990 году объем производства обуви составлял 46,8 млн пар, а в 1997 году – 15,6 млн пар. В 2003 году производство обуви составляло 68 % от производства в 2000 году. В последние четыре года ситуация стабилизировалась и объем производства остается на постоянном уровне – около 10 млн пар в год.

Из общего количества обуви производство мужской обуви в 2006 году составляло 5,6 млн пар или почти 53 %, женской – 3,4 млн пар (33 %) и детской – 1,5 млн пар (14 %).