

синтезированном гидроксиапатите является наиболее высоким, а концентрация токсичных элементов несколько ниже по сравнению с зарубежными образцами. Синтез геля ГА был осуществлен в Научно-фармацевтическом центре РУПП «Белмедпрепараты». По результатам клинических испытаний установлено, что переносимость и безопасность средства оценены как удовлетворительные.

Подлинность данного средства определяется рентгенофазовым анализом (соответственно данным ASTM 1185-88 V. 9-432). Гель гидроксиапатита упаковывается в шприцы инъекционные в двойном полиэтиленовом пакете и стерилизуется гамма-облучением 2,5 Мрад. Масса содержимого шприца составляет 1,0 г; 2,0 г; 5,0 г; 10,0 г. Гель гидроксиапатита в шприце стабилен в течение более 2 лет и не застывает при его использовании, в отличие от препаратов, содержащих коллаген. Комплектность, маркировка и упаковка соответствуют ТУ на гель гидроксиапатита, как изделие медицинского назначения ТУ БУ 100049731. 090-2006. Средство вводится шприцем (остеоинъекция) не только непосредственно в костный дефект, но и чрескожно.

На основе биоактивного геля гидроксиапатита были получены офтальмологические и проктологические импланты. По своим характеристикам (биосовместимость, подвижность) имплант показал высокое качество, не уступающее имплантам на основе натуральных кораллов. Опытные партии офтальмологических имплантов успешно прошли клинические испытания в четырех клинических больницах Республики Беларусь с участием более 100 пациентов.

Можно сделать вывод о том, что в перспективе ГА в различном виде может широко применяться: в ортопедии и травматологии — для замещения дефектов костей; в нейрохирургии — для пластики дефектов черепа и позвоночника; в терапевтической стоматологии — для лечения заболеваний пародонта; в челюстно-лицевой хирургии — для замещения дефектов костей лицевого скелета в случае воспалительных и травматических поражений; в ортопедической стоматологии — для нанесения биологически активного слоя на зубные протезы.

*А.Э. Оболевич
БГСХА (Горки)*

КАЧЕСТВО КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время наличие эффективной системы обеспечения качества сельскохозяйственного сырья и продуктов питания является обязательным условием достижения высокого уровня конкурентоспо-

способности предприятий АПК на рынке Республики Беларусь. Проведенный мониторинг молочной отрасли позволяет сделать выводы о постоянном повышении качества производимого молока в стране. Отметим, что молоко экстра-класса имеет самые лучшие показатели качества по сравнению с другими сортами, нормируемыми белорусскими стандартами, по содержанию соматических клеток, а также микроорганизмов.

В 2010 г. сельскохозяйственные организации республики произвели и реализовали перерабатывающим предприятиям 634,9 тыс. т молока экстра-класса, превысив тем самым уровень 2009 г. в 6 раз. За январь-февраль 2011 г. отечественные предприятия увеличили долю молока экстра-класса в общем объеме реализованного почти вдвое до 26,3 % к уровню 1 января. По отношению к аналогичному периоду прошлого года доля молока класса экстра возросла в 5,4 раза.

Высокое качество молочной продукции в Республике Беларусь подтверждается наличием у 93 % предприятий сертификатов ISO 9001 и HACCP. Необходимо отметить, что 13 % отечественных предприятий молочной отрасли обладают правом на маркировку своей продукции знаком «Натуральный продукт» (ОАО «Молочный мир», ОАО «Бабушкина крынка», ОАО «Березовский сыродельный комбинат» и др.). В 2010 г. ОАО «Бабушкина крынка» и ОАО «Верхнедвинский сыродельный завод» получили европейские сертификаты LST EN ISO 9001 и LST EN ISO 22000, что позволило им экспортировать молочную продукцию в страны Западной Европы.

Повышение качества молока и молочной продукции должно обеспечиваться системой мероприятий, охватывающей все этапы пищевой цепи, начиная от производства кормов, сырого молока, готовой молочной продукции и заканчивая хранением, перевозкой, продажей или доставкой молока и молокопродуктов конечному потребителю.

На основании Республиканской программы развития молочной отрасли в 2010—2015 годах выделены следующие меры по повышению качества молочной продукции:

- повышение биологической ценности и качества кормов;
- оснащение строящихся и реконструируемых молочнотоварных ферм, а также молокоперерабатывающих предприятий современным технологическим оборудованием;
- обеспечение внедрения и актуализации систем анализа рисков и критических контрольных точек (HACCP) и прослеживаемости пищевой цепи на всех молокоперерабатывающих организациях;
- совершенствование комплекса технических нормативных правовых актов, устанавливающих требования к молоку, молочной продукции и методам их контроля;
- повышение компетентности персонала, осуществляющего заготовку, производство и контроль качества и безопасности молока и молочной продукции;

- обеспечение международного признания результатов оценки соответствия;
- совершенствование системы контроля и надзора за качеством и безопасностью молока и молочной продукции на всех этапах пищевой цепи «от поля до стола».

Реализация указанных выше мероприятий позволит обеспечить потребительский рынок Республики Беларусь высококачественной экологически чистой и конкурентоспособной молочной продукцией.

А.О. Святенко
БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПИВА (НА ПРИМЕРЕ ПИВА ДЛЯ ЖЕНЩИН)

По оценкам экспертов, на сегодняшний день белорусский рынок пива является растущим. Кроме того, несмотря на наличие достаточно широкой ассортиментной линейки, представленной как отечественными, так и зарубежными пивоваренными компаниями, все еще остаются рыночные сегменты, спрос на которые удовлетворен не полностью.

Целью исследования является выявление и создание характеристики основных факторов, которые являются определяющими для потребителей при выборе пива.

В качестве первоначальных гипотез выдвигались следующие утверждения о женщинах: 1) они предпочитают пиво светлых сортов; 2) предпочитают импортное пиво; 3) предпочитают пиво с невысоким содержанием алкоголя; 4) внешний вид и характеристики упаковки являются одними из определяющих факторов при выборе пива.

В рамках проведенной фокус-группы был сделан вывод, что в целом женщины относятся к пиву как одному из атрибутов, необходимых для приятного времяпрепровождения в хорошей компании. Также респондентами были высказаны предложения относительно расширения и углубления дифференциации и индивидуализации такого продукта, как пиво для женщин.

По результатам исследования, проведенного посредством применения количественного метода, гипотеза о наличии преобладающего предпочтения женщинами пива светлых сортов подтвердилась (23 % опрошенных отметили этот вариант ответа на шкале семантического дифференциала). Однако интервал между данным предпочтением и отсутствием определенного предпочтения в сорте пива оказался незначительным (составил 3 %).