

Белорусская косметика оккупировала рынок косметики стран СНГ, несмотря на то, что производство было налажено относительно недавно. Причем невысокая, порой просто смешная цена является не единственной причиной, почему покупательницы забывают о зарубежной косметике и переключаются на местного производителя. Туши, помады, блески, крема и шампуни из Беларуси действительно не уступают по качеству зарубежным аналогам — L'Oréal, Maybelline, Bourjois, Pupa [2].

В настоящие время насчитывается 2161 наименование продукции «Белита-Витэкс». Больше всего, почти 600 единиц, относится к уходу за лицом. Одних только кремов для лица 174, и каждый относится к разным уходовым линиям. Среди декоративной косметики бесспорным лидером является бренд LUXVISAGE. Старейшим косметическим брендом на Беларуси является RELOUIS. Это марка пользуется популярностью среди женщин старше 30. Ценовая категория немного выше основной массы белорусской косметики, но в сравнении с аналогами европейских брендов стоимость продукции более чем доступна [2].

Основное направление сбыта продукции на экспорт — Россия. Вместе с тем, белорусские поставки декоративной косметики осуществлялись на рынки таких стран, как Литва, Латвия, Эстония, Азербайджан, Грузия, Туркменистан, Кыргызстан, США, Германия, Канада, Израиль, Чехия, Армения, Нидерланды, Словакия, Ливан, Узбекистан, Кипр, Иран, Таджикистан, Новая Зеландия, Македония, ОАЭ, Южная Африка, Афганистан, Египет и др.

Источники

1. Рынок парфюмерии и косметики [Электронный ресурс] // studwood.ru. — Режим доступа: https://studbooks.net/2163700/ekonomika/rynok_parfyumerii_i_kosmetiki. — Дата доступа: 18.11.2018.
2. Мировой рынок косметики в 2017 году [Электронный ресурс] // cosmetology-info. — Режим доступа: <https://cosmetology-info.ru/7139/news-Mirovoy-rynok-kosmetiki-v-2017-godu---stabilnoe-razvitie-po-vsem-kategoriyam>. — Дата доступа: 18.11.2018.

А.И. Кулакевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **С.В. Сильченкова**

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ

Ювелирные украшения — это особая группа товаров, к которым относятся изделия из сплавов драгоценных металлов и драгоценных и поделочных камней, а также сплавов металлов, которые по внешне-

му виду напоминают платину, золото, палладий и серебро, и из искусственных камней.

Идентификация ювелирных изделий чрезвычайно сложна и включает несколько этапов: ассортиментная идентификация; идентификация драгоценных металлов и их сплавов; идентификация ювелирных вставок; информационная идентификация.

Ассортиментная идентификация ювелирных изделий предполагает установление принадлежности товара к классификационной группировке товарной номенклатуры. Наибольшую долю в ассортименте ювелирных изделий занимают личные украшения, а среди них — украшения для рук, головы, шеи, платья и др.

Идентификация драгоценных металлов и их сплавов состоит в определении химического состава и пробы. Все изготавливаемые на территории Республики Беларусь ювелирные изделия, а также другие бытовые изделия из драгоценных металлов; изделия из драгоценных металлов, ввезенные на территорию Республики Беларусь для продажи, должны соответствовать установленным в Республике Беларусь пробам и быть заклеены государственным пробирным клеймом, должны иметь пробирное клеймо, поставленное Инспекцией пробирного надзора Министерства финансов. Пробирное клеймо содержит пробу, указываемую цифрами. В Республике Беларусь для ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов установлены следующие пробы: платиновая — 950, 900, 850; золотая — 999, 958, 750, 585, 500, 375; серебряная — 999, 960, 925, 875, 830, 800; палладиевая — 850, 500. Производство или продажа ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов, не соответствующих ни одной из установленных проб, не допускается.

Идентификация ювелирных вставок. Ювелирные вставки — природные драгоценные, полудрагоценные и поделочные минералы, некоторые материалы органического происхождения (жемчуг, янтарь) и природные благородные камни, искусственные и синтетические аналоги природных минералов, а также не существующие в природе химические соединения, синтезированные как аналоги природных драгоценных камней. В процессе идентификации определяются такие показатели: цвет, блеск, прозрачность, твердость, плотность, теплопроводность, люминесценцию и оптические характеристики, химический состав минералов, чистота (дефектность) минералов.

Информационная идентификация. Изделия из драгоценных металлов должны иметь ярлык с указанием следующих реквизитов: на лицевой стороне — наименование и товарный знак предприятия-изготовителя, наименование изделия, шифр изделия, артикул, наименование и проба драгоценного металла, масса изделия в граммах, розничная цена изделия; на оборотной стороне — размер (в соответствии с видом изделия), наименование материала вставки и штамп ОТК.

Для изделий со вставками из драгоценных камней указываются также месяц и год изготовления, номер партии. Ярлыки крепятся к изделиям белыми нитками и пломбируются. Если этикетку прикрепить к изделию невозможно, ее вкладывают в индивидуальную тару или приклеивают.

Таким образом, идентификация ювелирных изделий включает следующие этапы: ассортиментная идентификация; идентификация драгоценных металлов и их сплавов; идентификация ювелирных вставок; информационная идентификация.

Е.М. Куркович, Е.А. Моляко-Ким
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л.А. Мельникова, канд. биол. наук

ТОВАРОВЕДНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ХЛЕБА

В последние годы приобретает все большую актуальность проблема качества хлеба и хлебобулочных изделий. Это связано со снижением товарного качества зерна пшеницы, что отрицательно сказывается на потребительских свойствах и показателях качества хлебобулочных изделий.

Целью исследования являлась товароведная оценка качества хлеба из ржано-пшеничной муки.

В качестве объекта исследований был определен образец хлеба из смеси ржаной и пшеничной муки «Старогородский аппетитный», упакованный в пакет из полиэтиленовой пленки, отечественного производства.

Оценка качества хлеба проводилась на соответствие требованиям СТБ 639–95 [1]. Органолептическую оценку качества (внешний вид, мякиш, вкус и аромат) и физико-химические показатели (влажность, кислотность и пористость мякиша) определяли общепринятыми методами исследований. Маркировка оценивалась на соответствие критериям СТБ 1100–2016 [2].

Состояние упаковки исследуемого образца определяли визуально. Упаковка была чистой, без повреждений, плотно прилегала к изделию, с ровным швом. На упаковке имелась наклеенная этикетка с маркировкой. Анализ маркировки показал, что на этикетке присутствовала вся необходимая информация: наименование изделия, наименование и местонахождение изготовителя, товарный знак изготовителя, масса нетто, состав, пищевая ценность на 100 г продукта, условия хранения, дата изготовления, срок хранения, штриховой идентификационный код, обозначение ТНПА, единый знак обращения на рынке ЕЭС. Из вышеописанного следует, что маркировка соответствует требованиям СТБ 639–95 [1] и СТБ 1100–2016 [2].