

пробы. Обнаруженное количество цинка (2,58 мас.%) в сумме с количеством обнаруженного золота составляют примерно необходимое для маркированного содержания золота 58,33 мас.%, т.е. возможно имеет место фальсификация истинного содержания золота в исследованном ювелирном сплаве.

Метод рентгеноспектрального анализа позволяет быстро (за несколько минут) и точно определять наличие и количество компонентов в ювелирных сплавах без разрушения образцов при нулевом расходе материала, и данный метод можно рассматривать как наиболее перспективный из применяемых в настоящее время.

О.Н. Цвирко
БГЭУ (Минск)

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

ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В ОТНОШЕНИИ МАРКИРОВКИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Одним из путей повышения качества жизни является развитие сегмента функциональных пищевых продуктов. Для продвижения таких продуктов на потребительском рынке необходимо доведение до потребителя информации об их пользе для здоровья. Одним из простых и действенных способов решения данной проблемы является маркировка. Согласно ТР ТС 022/2011, маркировка пищевой продукции — информация о пищевой продукции, нанесенная на потребительскую и транспортную упаковку или на иной вид носителя информации [1].

Цель работы — выявление потребительских критериев для оценки уровня качества маркировки функциональных пищевых продуктов, реализуемых в условиях современного потребительского рынка.

Для этого необходимо было определить степень значимости информации, указанной в маркировке; выявить причины возникновения проблем у потребителей, связанных с качеством выполнения маркировки; определить необходимость оценки качества маркировки.

В качестве объекта исследований при анализе предпочтений потребителей выступала информация, полученная при проведении социологического опроса среди 234 респондентов в возрасте от 18 и старше, проживающих в Минске. Среди методов анализа предпочтений потребителей было выбрано анкетирование.

В ходе проведенного исследования установлена высокая степень значимости для потребителей информации, представленной в маркировке. Так 45 % респондентов указали, что считают обязательным вы-

несение такой информации на этикетку продукта, 55 % указали, что для них желательно видеть на упаковке такую информацию.

В отношении доступности маркировки для прочтения 35 % опрошенных указали, что она недоступна для прочтения, 10 % — доступна, 55 % — не всегда доступна. Основными причинами возникновения проблем, связанных с доступностью маркировки выступали: мелкий шрифт, на что указали 50 % опрошенных, сливающийся цвет основного фона с цветом шрифта (25 %). На наличие информации рекламного характера, которая мешает поиску основных сведений о товаре, указали 35 % респондентов. На вопрос о качестве оформления маркировки 70 % человек ответили, что они были введены в заблуждение в отношении товара или его свойств из-за плохого качества оформления маркировки. Так, на наличие царапин, перегибов, вздутий указали 45 % респондентов; на сильные загрязнения маркировки — 25 %; на подтеки, расплывы, размытость краски маркировки указали 30 % опрошенных. При этом 60 % респондентов не приобретают товар с такими нарушениями.

Кроме указанных нарушений, потребители (45 %) отметили, что они сталкивались с ситуацией, когда в маркировке функциональных продуктов находилось большое количество дополнительной и дублирующей информации, но отсутствовали данные о полезных свойствах продукта. Так, 75 % респондентов указали, что хотели бы видеть на маркировке пищевых продуктов информацию не только о пищевой ценности, но и об эффективности входящих в их состав биологически активных веществ.

Таким образом, проведенные маркетинговые исследования потребительских предпочтений в отношении маркировки позволили выявить наличие и природу проблем, связанных с доступностью и читаемостью маркировки продуктов функциональной направленности.

Источники

1. Пищевая продукция в части ее маркировки: ТР ТС 022/2011 : техн. регламент Тамож. Союза. — Введ. 01.07.2013. — Минск : БелГИСС, 2012. — 29 с.

Н.А. Циркунова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А.Н. Зоткина

МИРОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО БУМАГИ И КАРТОНА

Конфедерация европейской бумажной промышленности (The Confederation of European Paper Industries, CEPI) является общеевропейской ассоциацией, представляющей целлюлозно-бумажную про-