

Стоит отметить, что соотношение объемов продукции отечественного производства и импортируемой из других стран (преимущественно из Китая) долгое время было в пользу отечественных производителей фарфора, что объясняется, прежде всего, невысокой ценой. В последнее время цены на белорусскую фарфоровую посуду поднялись из-за увеличения стоимости сырья, которое импортируется в основном из Украины, что несколько снизило спрос на нее.

Таким образом, единственным производителем фарфоровой посуды в Республике Беларусь является ОАО «Добрушский фарфоровый завод». За последние пять лет ее доля в промышленном производстве непродовольственных товаров Республики Беларусь снизилась в четыре раза (с 16,3 % в 2016 г. до 4,2 % в 2020 г.). Основное конкурентное преимущество белорусской фарфоровой посуды — низкая цена.

Источники

1. О предприятии [Электронный ресурс] // Добрушский фарфоровый завод. — Режим доступа: https://dfz.by/about_company.html. — Дата доступа: 02.03.2022.

2. Промышленность [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/promyshlennost/> — Дата доступа: 02.03.2022.

*Ю. Н. Кардаш, канд. техн. наук
yulyakardsh@mail.ru
БГЭУ(Минск)*

ТОВАРОВЕДНО-ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЛАКОКРАСОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ЗАО «СДЕЛАЙ САМ»

Лакокрасочные материалы (ЛКМ) предназначены для нанесения на различные поверхности снаружи или внутри помещений с целью либо декорирования, либо защиты от воздействия различных факторов, в основном от действия влаги, которая в свою очередь является причиной гниения, коррозии и других подобных процессов. Эти свойства реализуются за счет образования в результате отверждения твердых защитных пленок, предохраняющих изделия от разрушающего влияния атмосферы и других воздействий. Кроме того, данные покрытия удлиняют срок службы изделий и придают им красивый внешний вид. Ассортимент ЛКМ характеризуется большим разнообразием: лаки, краски, грунтовки, шпатлевки, связующие вещества, пигменты, растворители и др. В свою очередь они разделяются в зависимости от назначения, типа пленкообразователя, обрабатываемой поверхности. ЛКМ имеют большое разнообразие цветовой гаммы.

Основными потребительскими свойствами лакокрасочных материалов являются эстетические, функциональные, эргономические, технологические, социальные свойства, свойства надежности и безопасности. Свойства лакокрасочных покрытий зависят не только от качества применяемых ЛКМ, но и от таких факторов, как способ подготовки поверхности к окраске, правильный выбор и соблюдение технологического режима окраски и сушки, соблюдение требований к упаковке изделия, что является условием сохранения его потребительских свойств и безопасности. Также для потребителя большое значение имеет маркировка изделия, которая позволяет получить достоверную и полную информацию о его потребительских свойствах, условиях безопасного и правильного применения.

Товароведно-экспертная оценка качества ЛКМ проводилась на основе ассортимента магазина «Сделай сам». Для проведения экспертной оценки уровня качества лакокрасоч-

сочной продукции был выбран ранговый метод. В качестве объектов исследования были взяты образцы краски белого цвета для внутренних работ, пользующиеся наибольшим спросом у покупателей. Оценивались такие показатели, как вид основы, блеск, укрывистость, время высыхания, способ нанесения, расход на 1 м², безопасность (тип основы) и гигиеничность (способность поверхности к мытью). Данные для проведения оценки взяты из маркировочной информации продукции. Экспертами выступили работники магазина ЗАО «Сделай сам» (5 чел.).

С помощью метода ранжирования определялись коэффициенты весомости показателей, оценивалась согласованность мнений экспертов, определялся комплексный обобщающий показатель качества (*Q*). Результаты экспертной оценки приведены в таблице.

Вид ЛКМ	Комплексный обобщающий показатель качества (<i>Q</i>)
Акриловая краска <i>Decor</i> для интерьеров моющаяся белая, матовая. Время высыхания ($t = 20 \pm 2$ °C) — 1 ч. Нанесение — кистью, валиком или распылителем. Расход — 200–250 г/м ² (<i>базовый образец</i>)	4,126
Краска латексная <i>Sniezka Eko Plus</i> матовая, белая. Водная основа, содержит латексные пленкообразующие вещества. Время высыхания ($t = 20 \pm 2$ °C) — 2 ч. Нанесение — кистью, валиком или распылителем. Расход — до 14 м ² /л	3,158
Краска водно-дисперсионная акриловая <i>MAV Flagman 35</i> для кухни и ванной комнаты, белая, полуглянцевая. Время полного высыхания ($t = 20 \pm 2$ °C) — 24 ч. Наносить можно кистью, валиком или распылением. Расход — 250–300 г/м ²	3,906
Краска масляная <i>MA-15 Памятники архитектуры</i> , глянцевая. Основа — олифа «Оксоль». Время высыхания ($t = 20 \pm 2$ °C) — 24 ч. Нанесение — кистью. Расход — 55–220 г/м ² . Имеет специфический запах	2,158

*М. В. Козловская, аспирант
margarita78514@gmail.com
БГЭУ (Минск)*

СОВРЕМЕННЫЕ МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Развитие индустрии гостеприимства тесно связано с развитием туристической индустрии и вносит значительный вклад в экономический рост, занятость, демографию предприятий и развитие сельских, периферийных или менее развитых районов. Всемирный совет по путешествиям и туризму (WTTC) определяет важность индустрии гостеприимства как основного фактора создания глобальной стоимости [1].

На индустрию гостеприимства и туризма в целом приходится каждое десятое рабочее место в мире. До начала пандемии COVID-19 лишь в отелях было занято около 173 млн чел. [2].

Пандемия COVID-19 оказала серьезное влияние на индустрию гостеприимства и мировую экономику в целом. Международные туристические потоки сократились на 93 % в июне 2020 г. по сравнению с 2019 г. По данным на январь 2022 г. наблюдается небольшой прирост туристических потоков, однако уровень показателя остается на 73 % ниже уровня до пандемии [3].

Из-за неопределенности изменений в потребностях клиентов после эпидемии предприятия индустрии гостеприимства во всем мире вынуждены пересмотреть свои суще-