

хранения; картонные упаковки более бюджетны, по сравнению с другими упаковками. Часто предпочтение отдается пауч-упаковке (дой-пак), поскольку она оснащена удобным дозатором, через который ребенку удобно получать пищу самостоятельно. Кроме того, дой-пак удобно удерживать в руках, что является важным аспектом, когда ребенок кушает сам, и также способствует развитию мелкой моторики рук ребенка.

**УДК 339.138**

**Диана Невдах**  
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Е.С. Пашкова, ст. преподаватель  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **МАРКИРОВКА И ПРОСЛЕЖИВАЕМОСТЬ В ДЕТСКОМ ПИТАНИИ**

Продукты детского питания – это продукты для питания детей первых трех лет жизни, дошкольников и школьников, а также специализированные продукты для лечебного питания больных детей раннего возраста. Продукты детского питания – пищевые продукты, предназначенные для питания детей в возрасте до 14 лет и отвечающие соответствующим физиологическим потребностям детского организма, обеспечивающие эффективную усвояемость и не причиняющие вред здоровью ребенка. Предназначены для удовлетворения детского организма в различных нутриентах на различных этапах его развития. Для того чтобы потребитель мог быть уверен в качестве товара, была разработана система прослеживания.

Прослеживаемость – это возможность отслеживания движения, местонахождения и происхождения пищевой продукции, кормов, животных и компонентов животного происхождения, предназначенных или предполагаемых для использования в качестве продуктов питания, на всех стадиях производства, обработки и распределения. Для внедрения прослеживаемости необходимо на всех этапах цепи поставки внедрять решения, дающие возможность определить происхождение, местоположение, маршрут движения продукта или партии продуктов. Эффективная система прослеживания должна позволять отследить продукты вниз или вверх по цепи поставки.

Отслеживание происхождения (трейсинг) позволяет по нескольким поисковым критериям определить место происхождения и связанные с этим характеристики конкретного продукта на любом этапе цепи поставки. Задавая номер партии, можно узнать, какое сырье использовалось для производства данной продукции и характер его происхождения. Трейсинг применяется для идентификации происхождения каких-либо проблем, связанных с качеством продукции.

В системе прослеживаемости товаров каждому продукту присваивается индивидуальный маркировочный код, используя который, можно контролировать перемещение конкретного товара, начиная от момента его изготовления или ввоза на территорию страны и до его продажи конечному потребителю.

Имеется достаточно много технологий прослеживаемости и среди них наибольшую популярность получила маркировка, связанная с 2D – матрицей.

Маркировка способна сокращать и даже предотвращать оборот нелегальной продукции. Для этого многие страны создали национальные системы цифровой маркировки и прослеживаемости товаров. В этом случае маркировка означает прикрепление к каждому продаваемому в рознице товару специального кода, который поможет проследить, кто его производитель и как этот товар перемещался на пути от производителя до магазина, где он продается.

Маркировочные коды создаются для каждого изготовленного, либо импортированного товара, подлежащего маркировке, а также для оптовых компаний и ритейлеров, осуществляющих маркировку складских остатков.

Маркировка осуществляется посредством двухмерного штрих-кода Data Matrix. Он представляет собой черно-белые элементы чаще всего в форме квадрата. Маркировка призвана существенно снизить долю нелегальной и контрафактной продукции на рынке. Для этих целей был создан проект «Честный знак», представляющий собой единую национальную систему цифровой маркировки и прослеживаемости товаров.

Идентификатор DataMatrix содержит в себе закодированную информацию о товаре, а также его GTIN. GTIN – представляет собой уникальный набор символов, позволяющий без ошибок распознать код из любой точки мира. Благодаря ему появилась возможность осуществлять контроль за движением товара на протяжении его жизненного цикла.

Маркировка на упаковке пищевой продукции для детского питания должна содержать информацию о том, что продукт относится к продуктам питания для детей раннего возраста или к продуктам питания для детей дошкольного и школьного возраста.

Дополнительная информация маркировки на упаковке:

– продукта диетического питания должна содержать сведения о целевом назначении продукта, особенностях его состава и рекомендации по использованию;

– продуктов прикорма должна содержать информацию о сроках их введения в питание детей;

– адаптированных молочных смесей (заменителей женского молока) должна: быть без рисунка с изображением детей; содержать информацию о преимуществах грудного вскармливания.

Потребитель хочет получить информацию на маркировке о том, что продукт является здоровым и не содержит нежелательных компонентов (например, ГМО), а также избыточного содержания свободных сахаров, натрия, насыщенных жирных кислот, трансизомеров жирных кислот (после гидрогенизации растительных жиров). Четкое понимание компонентного состава и прослеживаемость рецептурных ингредиентов могут дать потребителю такие гарантии.

Экономический эффект от внедрения цифровой маркировки значителен: в странах, где внедрена цифровая маркировка, количество фальсификата снизилось на 30–40 %.

УДК 339.138:636.5

**Виктория Нестерович**  
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Е.М. Бородинская, к.э.н., доцент  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ПТИЦЕФАБРИКА «РАССВЕТ»)**

В условиях повышения роли информационных технологий, умение правильно и грамотно использовать информационные технологии в целях продвижения продукции становится важным конкурентным преимуществом организации. Развитие цифровой эко-