

УДК 676.274:678.5

**Физико-механические свойства многослойного картона для упаковки жидких пищевых продуктов.**

Чижмаков Н.С., Балабанова Т.Ф.

Белорусский национальный технический университет

Для обеспечения контроля показателей качества упаковочных материалов и корректного их сравнения необходимо наличие современных, научно обоснованных методов и стандартизированных методик измерения параметров упаковочных материалов. Поскольку в Беларуси нет лабораторий с областью аккредитации, охватывающей весь объем параметров бумаги и картона, для оказания помощи предприятиям в правильной организации производства упаковочных материалов и упаковки необходимо создание аккредитованных лабораторий, способных обеспечить на всех этапах производства достоверной и объективной информацией о свойствах предполагаемых к использованию материалов. По заявке государственного предприятия «Березатара» был сделан сравнительный анализ всех существующих стандартов по испытаниям картона, проведены испытания по аналогичным методикам на аккредитованных лабораториях с аккредитацией на комбинированные многослойные материалы. Получены результаты по следующим физико-механическим свойствам материалов: 1. Влагостойкость. ГОСТ 12605-97 (ИСО 535-91) Бумага и картон. Метод определения поверхностной впитываемости (по Колбу) ГОСТ13525.7-68 Бумага и картон. 2. Метод определения влагопрочности. 3. Торцевая впитываемость. ГОСТ 12 602 метод Клемма. Определение капиллярной впитываемости картона. 4. Сопротивление расслаиванию отдельных слоев картона.

УДК 621.798:658.827:339.138

**Изучение предпочтений потребителей относительно упаковки**

Немцева С.К.

Белорусский национальный технический университет

В современных условиях для определения эффективной, продающейся упаковки требуются объективные маркетинговые исследования. Среди количественных исследований в последнее время получил развитие ай-трекинг (от англ. eye-tracking – трекинг глаз, слежение за глазами), который иногда сравнивают с чтением мыслей. Этот метод позволяет отследить направление и движение взгляда, а также эмоциональное состояние покупателя при помощи специального оборудования. В результате обработки информации, получаемой с помощью ай-трекера