

Аддитивные технологии активно развиваются, становясь неотъемлемой частью многих отраслей промышленности. Применение их позволяет создавать сложные геометрические формы и элементы, которые сложно изготавливать с помощью традиционных методов. Эти технологии ускоряют производственные процессы, а также снижают затраты, минимизируют отходы и позволяют создавать изделия высокого качества.

Источники

1. Современные технологии изготовления изделий сложных форм методом аддитивных технологий / А. В. Садовская, В. М. Александров, В. В. Коваленя, И. С. Пентковский // Потребительская кооперация. — 2023. — № 3 (82). — С. 18–22.

2. *Родин, М.* Ключевые игроки в отрасли потребительских товаров все чаще признают 3D-печать ценным производственным дополнением / М. Родин // Аддитивные технологии и 3D-решения. — URL: <https://industry3d.ru/industries/potrebitelskie-tovary-1/> (дата обращения: 17.11.2024).

К. С. Тишкевич
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. Н. Лилишенцева, канд. техн. наук, доцент

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА СОКА ЯБЛОЧНОГО ВОССТАНОВЛЕННОГО ОСВЕТЛЕННОГО

Известно, что соки из фруктов и овощей являются неотъемлемой частью рациона здорового питания человека. Причиной пристального внимания к группе «Соки, нектары и сокосодержащие напитки» является то, что, помимо хорошего вкуса и аромата, способности эффективно утолять жажду, они имеют высокую пищевую ценность за счет использования для их производства фруктов, ягод и овощей, значение которых для здорового питания исключительно положительное [1].

Для проведения анализа качества было выбрано три образца сока яблочного: № 1 — Rich; № 2 — «Добрый»; № 3 — «Фруто-няня».

В ходе исследований образцов осуществлялись органолептическая (вкус, запах, консистенция и цвет) и физико-химическая (массовая доля растворимых веществ, pH, массовая доля титруемых кислот и массовая доля осадка) оценки качества.

По результатам органолептической оценки качества в соответствии с требованиями СТБ 1824-2008 «Консервы. Соки фруктовые восстановленные. Общие технические условия» все три образца с хорошо выраженными, свойственными яблочному соку вкусом и ароматом;

цвет напитка — светло-желтый, однородный по всей массе; с однородной непрозрачной консистенцией, без мякоти.

По результатам определения массовой доли растворимых сухих веществ было выявлено ее соответствие требованиям СТБ 1824-2008 (не менее 11,2 %): образец № 1 — 11,2 %, № 2 — 11,3 %, № 3 — 11,4 %.

При определении показателя pH (не более 4,5) результаты были следующими: образец № 1 — 3,85, № 2 — 3,68, № 3 — 3,34. Результаты соответствуют требованиям СТБ 1824-2008.

По результатам определения массовой доли осадка было выяснено, что образцы полностью соответствуют требованиям СТБ 1824-2008 (образец № 1 — 0,14 %, № 2 — 0,16 % и № 3 — 0,13 %, что не превышает нормируемые 0,3 %).

Результаты показателя массовой доли титруемых кислот: образец № 1 — 0,45 %, № 2 — 0,48 % и № 3 — 0,35 %. Образцы соответствуют требованиям СТБ 1824-2008: не менее 0,3 %.

По результатам органолептической и физико-химической оценки качества было выяснено, что все образцы полностью соответствуют требованиям СТБ 1824-2008 «Консервы. Соки фруктовые восстановленные. Общие технические условия», а качество можно оценить как высокое.

Источники

1. Сапронова, Л. А. Потребительские предпочтения и ассортимент соковой продукции / Л. А. Сапронова, С. Г. Захарашвили // Пиво и напитки. — 2018. — № 2. — С. 16–19.

2. Консервы. Соки фруктовые восстановленные. Общие технические условия : СТБ 1824-2008. — Введ. 21.01.2008. — Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2008. — 45 с.

СНИЛ «Товаровед»

Я. А. Харкович

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. В. Саманкова, канд. техн. наук, доцент

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ОАО «ГУМ»

Для оптимизации структуры ассортимента парфюмерных товаров, который в наибольшей степени будет соответствовать запросам потребителей, необходим постоянный мониторинг предпочтений покупателей в отношении данной группы товаров. Поэтому нами был проведен социологический опрос, цель которого — сбор данных о факторах, влияющих на выбор потребителя, а также о предпочтениях