

РЫНОК ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ: МЕТОДОЛОГИЯ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

От состояния потребительского рынка, от его успешного функционирования зависят благосостояние и жизненный уровень населения республики.

В настоящее время три четверти продовольственного фонда Республики Беларусь обеспечивается за счет собственного производства. В то же время, потребление продуктов ниже нормативного уровня и продолжает снижаться, поэтому продовольственная проблема в республике остается острой.

В результате падения уровня платежеспособности населения на фоне общего снижения потребления основных групп пищевых продуктов особую актуальность приобретает проблема разработки и производства продуктов питания с заданными функциональными свойствами.

Одной из задач нашего государства в области здорового питания населения является производство обогащенных функциональными компонентами продуктов питания, от чего решающим образом зависит улучшение здоровья потребителей.

Впервые продукты здорового питания под названием функциональные пищевые продукты появились в Японии в 1980—1985 гг. Функциональные пищевые продукты — это продукты, которые оказывают потенциально благотворное воздействие на здоровье, когда они употребляются как часть разнообразного питания на регулярной основе и в эффективных дозах.

Наиболее важными из потребительских свойств функциональных продуктов питания являются свойства социального назначения, которые характеризуют их соответствие требованиям рационального питания и социальную значимость для различного контингента потребителей.

Проблема разработок функциональных продуктов сводится к решению ряда вопросов: выбор обогащающих компонентов; выбор продуктов, подлежащих обогащению; регламентация гарантированного содержания функциональных компонентов в обогащенных ими продуктах питания; выбор физико-химических форм вносимых функциональных компонентов и их расчет; оценка реальной эффективности обогащенного продукта как источника внесенных в него функциональных компонентов.

Решение этих вопросов должно основываться на фундаментальных данных современной науки о питании и роли отдельных пищевых веществ в поддержании здоровья и жизнедеятельности человека, о потребности организма в отдельных пищевых веществах и энергии, о реальной структуре питания и фактической обеспеченности витаминами, макро- и микроэлементами населения республики, а также на многолетнем опыте по разработке, производству, использованию и оценке эффективности обогащенных продуктов питания.

Некоторые методологические подходы к формированию функциональных продуктов питания:

- технологическая совместимость с основными компонентами пищевых систем;
- сохранение нативных свойств (биологической активности) компонентов;
- улучшение потребительского качества продукции в результате введения в рецептуру функциональных компонентов;

- формирование физиологической ценности продукта как продукта функционального питания;
- медико-биологическая оценка продуктов функционального питания.
-
-

Л.В. Целикова
УО БТЭУПК (Гомель)

К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ И УСЛУГ В ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В настоящее время качество товаров и услуг — одна из самых важных проблем потребительского рынка Республики Беларусь. Действующие нормативные документы не в полном объеме защищают потребителя от покупки недоброкачественной продукции, а торговые предприятия — от их закупки. В связи с этим необходим комплекс мер научного, практического и регламентирующего характера, позволяющий разрешить обозначенный вопрос. Полагаем, что назрела необходимость:

- стандартизировать такие понятия, как “конкурентоспособность товаров”, “фальсификация товаров” и ее разновидности, конкретизировать “качество товаров” путем разработки соответствующих СТБ (типа “Качество и конкурентоспособность товаров. Термины и определения”, “Конкурентоспособность товаров. Методы определения”, “Фальсификация товаров. Термины и определения”, “Фальсификация товаров. Методы испытаний”) вместо действующего ГОСТ 15467 – 70 “Качество продукции. Термины и определения”, что позволит в дальнейшем правильно идентифицировать продукцию, квалифицировать нарушения, защитить потребителя от покупки товаров с низкими потребительскими свойствами, повысить эффективность работы торговых предприятий и служб, осуществляющих товароведные экспертизы;

- предусмотреть в актах законодательного характера конкретные дифференцированные меры ответственности за несоответствие качества требованиям закона. Отсутствие единства в толковании приводит к тому, что под “фальсифицированными товарами” понимаются дефектные товары. Но это понятие шире и включает разнообразные действия, направленные на обман потребителя с корыстной целью.

Следует выделять ассортиментную (видовую), качественную, количественную, стоимостную, информационную фальсификацию. Ассортиментная фальсификация — замена товара товаром другого вида или наименования с сохранением сходства одного или нескольких главных признаков. Качественная фальсификация — подделка товаров с помощью добавок для улучшения органолептических свойств; замена товара высшей градации качества низшей. Количественная фальсификация — обман покупателя за счет отклонений от параметров товара (массы, объема, длины и т.п.) свыше предельно допустимых норм. Стоимостная фальсификация — обман потребителя при реализации некачественных товаров по ценам высококачественных или меньших размерных характеристик по цене товаров больших размеров. Информационная фальсификация — обман потребителя с помощью неточной, искаженной информации о товаре (в НТД, маркировке, упаковке, рекламе).