

приятий промышленности республики, фирм негосударственной формы собственности и частных предпринимателей.

Таким образом, формирование ассортимента товаров в РУП «Кирмаш» в первую очередь должно быть подчинено как можно более полному удовлетворению требований и пожеланий населения (баланс спроса/предложения), т.е. должна быть обеспечена полнота ассортимента тех товаров, которые хорошо известны покупателям данного магазина, комплексность предложения этих товаров с учетом всех изложенных выше факторов.

Литература

1. Формирование ассортимента товаров на торговых предприятиях [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://torgovlya.info/torgovye-kompanii/formirovanie-assortimenta.html>. — Дата доступа: 07.02.2017.

2. Егоров, В. Ф. Организация торговли : учеб. для вузов / В. Ф. Егоров. — СПб. : Питер, 2006. — 352 с.

<http://edoc.bseu.by>

Р.Р. Значек
ОНАПТ (Одесса)

Научный руководитель М.Р. Мардар — д-р техн. наук, профессор

ВЛИЯНИЕ ОБОГАТИТЕЛЬНЫХ ДОБАВОК НА ФОРМИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА НОВЫХ ПРОДУКТОВ

Первоначальным этапом при формировании качества нового продукта и его товароведной оценке является моделирование состава продукта, которое заключается в выборе эталона, подборе компонентов и математическом расчете рецептуры. Задача моделирования состоит в том, чтобы установить соотношение компонентов смеси как с точки зрения состава готового продукта по основным пищевым веществам (в соответствии с формулой сбалансированного питания), так и с точки зрения потребительских свойств продукта с учетом технологических возможностей при его минимальной стоимости [1].

Область решения задачи по составлению рецептуры зерновых хлебцев ограничена значениями минимальных и максимальных норм ввода каждого компонента, которые обусловлены технологическими возможностями, потребительскими свойствами готового продукта (органолептические показатели и пищевая ценность). На основе методов математического моделирования рассчитаны рецептурные композиции новых видов зерновых хлебцев. С целью уточнения оптимального процента ввода добавок в лабораторных условиях изготовлены опытные образцы продуктов. Для этого на подготовительном этапе пшеничную крупу и соль поваренную подвергали просеиванию и магнитной очистке, растительные компоненты (порошок плодов шиповника, черноплодной

рябины, расторопши и экстракта зеленого чая) — измельчению, просеиванию, магнитной очистке. Подготовленные компоненты дозировали, смешивали до получения однородной массы и подавали в аппарат для взрыва, где происходила термическая и механическая обработка смеси. Полученные образцы охлаждали и проводили оценку их потребительских свойств.

Рецептуры образцов зерновых хлебцев из цельного зерна пшеницы с включением растительных добавок

Сырье	Затраты сырья, кг			
	Контроль	Образец 1	Образец 2	Образец 3
Зерно пшеницы	99,0	96,5	94,0	91,5
Соль кухонная	1,0	1,0	1,0	1,0
Растительная добавка — расторопша, рябина, шиповник	—	2,5	5,0	7,5
ИТОГО	100,0	100,0	100,0	100,0
Сырье	Затраты сырья, кг			
	Контроль	Образец 1	Образец 2	Образец 3
Зерно пшеницы	99,0	98,75	98,5	98,25
Соль кухонная	1,0	1,0	1,0	1,0
Растительная добавка — экстракт зеленого чая	—	0,25	0,5	0,75
ИТОГО	100,0	100,0	100,0	100,0

Контрольный и опытные образцы оценивали по органолептическим (внешний вид, цвет, структура, вкус и запах) и физико-химическим показателям (массовая доля влаги, кислотность, объемная масса, степень набухания). Данные показатели являются наиболее важными при оценке потребительских свойств зерновых хлебцев, поскольку включение добавок даже в небольшом количестве существенно изменяет органолептические и физико-химические показатели готовой продукции. На основании результатов органолептических и физико-химических исследований установлено, что оптимальным процентом ввода растительных добавок в состав зерновых хлебцев является 5 % (для рябины, шиповника и расторопши) и 0,5 % для экстракта зеленого чая. В результате мы получаем продукты с хорошими потребительскими свойствами.

Литература

1. Моделирование рецептур пищевых продуктов и технологий их производства: теория и практика : учеб. пособие / О. Н. Красуля [и др.]. — СПб. : ГИОРД, 2015. — С. 10–12.

В.В. Зубель, Н.Е. Свирейко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Н.Е. Свирейко — канд. экон. наук, доцент

СОВРЕМЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ ЗЕФИРА

Согласно СТБ 2361-2014 зефир — это кондитерское изделие плотностью не более $0,6 \text{ г/см}^3$ с массовой долей фруктового сырья не менее 10 %, формируемое отсадкой зефирной массы. В зависимости от компонентного состава и технологии изготовления зефир может быть многослойным, с начинками, глазированным (в том числе частично глазированным), с обсыпкой или другой отделкой поверхности. В зависимости от назначения зефир может быть специализированным (для диетического профилактического питания) и обогащенным (витаминами, минеральными веществами, пищевыми волокнами).

Цель исследования — изучить современный ассортимент зефира, представленный белорусскими предприятиями.

В Республике Беларусь лидирующими предприятиями по производству зефира являются ОАО «Красный пищевик», ОАО «Красный Мозырянин» и ОАО «Конфа». Зефир изготавливается по классической технологии с использованием только натуральных фруктовых пюре и припасов, пектина. Ассортимент зефира постоянно обновляется и расширяется.

ОАО «Красный пищевик» вырабатывает более 40 наименований зефира. Это традиционные виды зефира: «Бело-розовый», «Ванильный», «Крем-брюле», «В шоколаде», а также зефир, изготовленный по современным технологиям, торговой марки Lefirelle со вкусом капучино, орехового крема, ванильный, с ароматом сливок. Неглазированный зефир представлен следующими наименованиями: «Бело-розовый», «Ванильный», «Черносмородиновый», «Черничный», «Клюквенный», «Со вкусом крем-брюле», «Клубничный», «Черничный с йогуртом», «Черносмородиновый с йогуртом», «Клубничный с йогуртом», «Клюквенный с йогуртом», «Малиновый с витаминами».

Глазированный зефир представлен в следующем ассортименте: «В шоколаде», «Бобруйский», «Одуванчик», «Фантазия», «Грибы зефирные», «Метеорит», «В шоколаде с кокосовой стружкой», «Зефир в белой глазури» (ТМ «Чаровой»), «Ванильный в шоколаде» (ТМ «Чаровой»), «Декорированный шоколадом» (ТМ «Чаровой»), «Акация» и «Жасмин», глазированные белой шоколадной глазурью. Предприятие выпускает также наборы зефира: «Благодарю...», «Красный пищевик»,