

ниженным содержанием дисперсной фазы — 40% и 35%, а также пониженным содержанием яичного порошка — 3,5%. В течение достаточно длительного срока хранения майонезы сохраняли высокую стабильность: на 60 суток хранения при температуре 3-5°C стойкость составила 98 и 97% неразрушенной эмульсии для майонезов 40 и 35%-ной жирности соответственно. Эффективная вязкость в зависимости от жирности майонезов колеблется в пределах 18,2-23,5 Па·с при скорости сдвига 3 с^{-1} и температуре 20°C, что обеспечивает достаточно густую консистенцию. По органолептическим показателям качества можно отметить, что майонезы, изготовленные по разработанным нами рецептурам, обладают приятным, слегка острым запахом и вкусом, имеют хорошую консистенцию, свойственную традиционному майонезу “Провансаль”.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что использование комбинированной пищевой добавки альгинат натрия и агар позволяет понизить содержание растительного масла и яичного порошка, а полученные с ее применением майонезы по качественным показателям соответствуют требованиям действующих стандартов.

<http://edoc.bseu.by>

ОПТИМИЗАЦИЯ АССОРТИМЕНТА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Дубовик Е.В., Ржевская М.И.

Белорусский государственный экономический университет

Оптимизация ассортимента продовольственных товаров является новым подходом в изучении рынка продуктов питания на основе изучения спроса населения, условий его реализации и обновления ассортимента.

Стратегия оптимизации ассортимента направлена на достижение сбалансированности спроса и предложения, рационализацию их потребления и на согласование интересов промышленности, торговли и потребителей, обеспечивающее сбалансированность спроса и потребления.

Ассортиментная концепция призвана целенаправленно формировать ассортимент товаров в расчете не на “усредненного покупателя”, а на определенные социальные их слои, что обусловило необходимость изучить особенности формирования спроса и их требования к ассортименту кондитерских товаров.

Стратегия развития ассортимента направлена в основном на изучение наиболее важных для потребителя свойств товаров, на масштабы обновления ассортимента, ценовом разнообразии товаров, наиболее приемлемой их фасовке, упаковке, внешнем оформлении, отвечающих требованиям соответствующих групп потребителей.

Построение ассортимента на кондитерские товары основывается на изучении мнений потребителей об ассортименте, качестве, уровне цен товаров, оценке их потребительских свойств отдельными группами потребителей.

Для изучения мнений потребителей был проведен опрос о частоте покупок кондитерских изделий; выявлении факторов, оказывающих решающее воздействие на части и величину покупки; выявлении требований к ассортименту; фасовании кондитерских изделий, уровню фактических и возможных расходов на их

покупку, величине их фактического и целесообразного потребления, знанию и соблюдении рекомендуемых норм потребления и др.

Данные о соответствии широты ассортимента, вкусовых качеств, внешнего оформления и величины фасовки получены в результате опроса покупателей.

Производственный ассортимент кондитерских изделий в республике широк и разнообразен (только по объединению "Минсккондитерпром" превышает 300 наименований). Однако в торговых предприятиях по основным группам мучных изделий он насчитывал в основном от 1 до 7 наименований, а по сахаристым еще меньше.

С учетом того, что требования населения к ассортименту кондитерских изделий неоднородны, изучены основные аспекты потребительского спроса различных социальных групп населения (рабочих, служащих, студенческой молодежи и пенсионеров). На основании анкетного опроса установлено, что у пенсионеров и студенческой молодежи по сравнению с другими группами потребителей самый низкий доход, поэтому они придают большее, чем рабочие и служащие значение цене изделий. В связи с небольшим объемом потребления кондитерских изделий их в меньшей степени интересуют широта ассортимента, его новизна, а также такие показатели, характеризующие пищевую ценность продукции, как содержание сахара, жира, витаминов, диабетические свойства изделий. Однако они уделяют большое внимание таким ассортиментным характеристикам как привлекательность внешнего оформления, завертка и упаковка.

Среди представителей рабочей группы самая высокая доля людей, занимающихся домашней выпечкой изделий, что объясняется ограниченным ассортиментом и низкими вкусовыми качествами изделий в торговле.

Группа потребителей "служащие" отличается более высокой осведомленностью к рекомендуемой норме потребления сахара, кондитерских изделий, нецелесообразности излишнего потребления сахара и кондитерских изделий.

Прогноз спроса на кондитерские изделия рассчитан из рекомендуемых норм потребления, что обусловлено необходимостью полного удовлетворения физиологических потребностей населения в продуктах питания в соответствии с задачами рационализации потребления. Расчеты осуществлялись в три этапа: объем спроса в целом по группе; групповая структура спроса; общего объема и групповой структуры спроса.

Ниже приведена рекомендуемая структура потребления сахара и сахаросодержащих продуктов в РБ, кг и % соответственно.

Сахар — всего	33,1	100 %
В том числе:		
Сахар в натуральном виде, включая расход на домашнее консервирование	15,5	46,8
Кондитерские изделия	7,6	23,0
Варенье, джем, повидло	4,3	13,0
Сахаросодержащие продукты других отраслей	5,7	17,2

Пересчет рекомендуемой нормы потребления сахара в кондитерских изделиях в перспективных направлениях по развитию ассортимента продукции показывает, что эта норма составляет 22-24 кг/год. Достижение этой нормы ориентировано на

2005-2010 гг. при прогнозировании объема спроса учитывается тот фактор, что активнее растет спрос в те годы, когда степень удовлетворения потребностей более низкая.

При прогнозировании структуры спроса на кондитерские изделия установлено, что возрастает в общем объеме спроса доля конфет, шоколада, тортов и пирожных, восточных сладостей при одновременном снижении доли карамели и вафель.

В общем объеме спроса на кондитерские изделия выделяется группа диабетической продукции. По оценке специалистов-эндокринологов Минздрава РБ сложившийся высокий темп роста больных сахарным диабетом сохраняется (около 5 %).

Наметилась тенденция к увеличению спроса на изделия с пониженным содержанием сахара, низкокалорийных и с повышенным содержанием балластных веществ. Прослеживается направление к более мелкой фасовке, в основном по одной порции, наряду с мелкими пакетами появляются упаковки наборов мелких пакетов группами по 6, 8, 9, 12 и 18 изделий.

В связи с отставанием потребления кондитерских изделий в РБ от стран СНГ на 2,1 кг или 13 %, а также низким уровнем соотношения потребления и производства в республике (по сравнению с другими странами) необходимо сократить выпуск кондитерских изделий.

Улучшение положения на рынке кондитерских изделий должно определяться увеличением их выпуска на предприятиях республики при этом, если производство шоколада обусловлено главным образом действием факторов, не зависящих от кондитерской промышленности, то остальным группам изделий не имеется объективной причины и непреодолимых препятствий.

Формирование ассортимента кондитерских изделий должно осуществляться за счет опережающего роста производства сахаристых кондитерских изделий по сравнению с ростом мучных; в группе сахаристых — конфет, неглазированных шоколадом более (25 наименований), зефира, мармелада, халвы; в группе карамели с использованием фруктово-ягодного молочного сырья, а также леденцовой фигурной карамели. Опережающими темпами должно расти производство овсяного и затяжных сортов печенья, крекеров, галет, тортов и пирожных изделий, предназначенных для больных, страдающих малокровием, изделий с высоким содержанием балластных веществ для больных с атонией кишечника, изделий из морской капусты и другими ценными для здоровья человека добавками, предназначенными для больных с эндокринными нарушениями и т.д.

Наряду с решением ассортиментного характера необходимо решить и проблему фасовки продукции. Величину фасовки кондитерских изделий сделать разнообразной, чтобы по каждой ассортиментной позиции она была представлена четырьмя видами. Кроме того, необходимо освоить новые фасовки кондитерских изделий (по 50 г до 250). Целесообразно освоить промышленную фасовку в один пакет нескольких видов конфет или карамели по разным или одинаковым ценам; по три-пять наименований общей массой 200-300 г.