

### Источник

1. *de B. Блекберн, К. Микробиологическая порча пищевых продуктов : пер. с англ. / Клив. де В. Блекберн. — СПб. : Профессия, 2008. — 784 с.*

**Л. А. Мельникова, канд. биол. наук**

*la\_mel75@mail.ru*

**В. М. Дук**

**БГЭУ (Минск)**

## АНАЛИЗ ДЕФЕКТОВ И ПРИЧИН ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ РЫБНЫХ ПРЕСЕРВОВ

Проблема обеспечения высокого качества и безопасности особо остро стоит перед производителями рыбных пресервов. При изготовлении и хранении таких продуктов существуют высокие риски возникновения брака и опасности для здоровья потребителя, что приводит к снижению конкурентоспособности товара. Поэтому оценка рисков производства рыбных пресервов путем структурирования возможных источников опасностей и дефектов (пороков) продукта является актуальной.

Цель работы — анализ дефектов и оценка значимости причин их возникновения при производстве рыбных пресервов.

В соответствии с СТБ ИСО 9000–2015 [1] дефект (порок) — это несоответствие, связанное с предполагаемым или установленным использованием. Дефекты подразделяются по следующим признакам: степени значимости; наличию методов и средств для их обнаружения; месту обнаружения. По степени значимости дефекты бывают критические, значительные и малозначительные. В зависимости от наличия методов и средств обнаружения дефекты делят на явные и скрытые. Кроме того, к этой группе дефектов относят устранимые и неустранимые дефекты. В зависимости от места возникновения все дефекты условно подразделяют на технологические, предреализационные и послереализационные.

Различают следующие виды дефектов рыбных пресервов: дефекты внешнего вида; дефекты вкуса и запаха; дефекты консистенции; дефекты, возникающие при неправильной разделке рыбы. Плесневение, перезрелость, порча тканевого жира, бомбаж и хлопуша также относятся к наиболее распространенным дефектам рыбных пресервов.

Дефекты или пороки рыбных пресервов могут возникать в результате использования некачественного сырья, нарушения технологии производства, нарушения санитарно-гигиенических норм и правил, а также при несоблюдении условий транспортирования, хранения и реализации.

Следует отметить, что наилучших результатов в создании и выпуске конкурентоспособной продукции добиваются предприятия, обладающие исчерпывающей информацией о потенциальных и наиболее опасных рисках при осуществлении производственных процессов, а также своевременно осуществляющие управляющие воздействия по их устранению.

Для оценки значимости причин возникновения дефектов (пороков) при производстве рыбных пресервов нами был выбран метод экспертных оценок, позволяющий численно (в баллах) охарактеризовать влияние различных факторов на возникновение дефектов. Опрос проводили по методу Дельфи. Эксперты заполняли табличные формы, содержащие в столбце — перечень дефектов рыбных пресервов, а в строке — перечень возможных факторов, влияющих на возникновение дефектов рыбных пресервов.

В результате исследований было установлено, что наиболее высокую значимость при возникновении пороков рыбных пресервов имеют следующие факторы: температура

хранения и транспортирования, длительность основной температурной обработки, содержание консерванта, массовая доля заливки, длительность созревания. Очевидно, что наиболее значимые причины возникновения пороков относятся к технологическим и рецептурным группам. Таким образом, наибольшее внимание при производстве рыбных пресервов необходимо уделять контролю за вышеуказанными факторами.

#### **Источник**

1. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь : СТБ ИСО 9000-2015. — Введ. 01.03.2016. — Минск : Госстандарт, 2015. — 54 с.

***М. В. Михадюк, ассистент***

*marina1mik@yandex.ru*

***А. И. Антоненков, канд. биол. наук, доцент***

***Л. М. Судиловская, ассистент***

***БГЭУ (Минск)***

## **ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТУРИСТСКОГО И ЭКСКУРСИОННОГО ДВИЖЕНИЯ**

Современный туристский рынок требует нового подхода к организации экскурсионной деятельности как к одному из основных турпродуктов. Турфирмы, создающие экскурсионный продукт, должны иметь свою оригинальную марку, учитывать потребительский спрос и дифференциацию обслуживания.

В современной индустрии туризма большое внимание уделяется совершенствованию информационно-рекламных материалов как одному из важнейших средств распространения рекламы в туристической сфере. Выбор информационно-рекламного материала зависит от преследуемых целей, финансовых возможностей, фантазии и оригинальности. На практике часто используются гибриды тех или иных информационно-рекламных материалов. К наиболее типичным видам рекламной практики информационно-рекламных материалов можно отнести: информационное письмо, коммерческое предложение, информационный лист, прайс-лист, рекламный листок, буклет, проспект, каталог, пресс-релиз. Большое значение имеют современные электронные средства информации, в частности сеть Интернет, в которой многие тысячи и миллионы сайтов предлагают пользователям детальное описание туристических центров, туристических услуг, достопримечательностей и даже виртуальные путешествия, в том числе по электронным музеям экспозициям. Посредством интернета можно не только выбрать себе путешествие и туристическое агентство, но и забронировать туристскую поездку, билеты на перевозку, оплатить услуги.

В последнее время данные услуги приобретают все большую актуальность из-за пандемии XXI в. — вирусной инфекции COVID-19. Многие музеи мира создали свои собственные виртуальные экскурсии, в ходе которых каждый желающий может осмотреть экспозиции, побывать на редкой выставке, подробно ознакомиться с уникальными экспонатами по любой тематике. В Беларуси виртуальные экскурсии созданы в музее Марка Шагала в Витебске, в Национальном художественном музее (онлайн-путешествие по направлениям), в Белорусском государственном музее истории Великой Отечественной войны (виртуальный тур по экспозиционным залам) и др. [1].

Для оценки эффективности менеджмента туристической организации важное значение имеет определение соответствия системы управления и ее организационной структуры объекту управления. Это находит выражение в сбалансированности состава функций