**ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

ЗБІРНИК
НАУКОВИХ ПРАЦЬ
МОЛОДИХ УЧЕНИХ, АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ

**ОДЕСА
2016**

НТБ ОНАХТ

ББК 36.81 + 36.82
УДК 663 / 664

Головний редактор, д-р техн. наук, проф. Б.В. Єгоров
Заступник головного редактора, д-р техн. наук, проф. Л.В. Капрельянц
Заступник головного редактора, канд. техн. наук, доцент. Н.М. Поварова
Відповідальний редактор, д-р техн. наук, проф. Г.М. Станкевич

Редакційна колегія
доктори наук, професори: Р.В. Амбарцумянц, А.Т. Безусов, С.В. Бельтюкова, О.Г. Бурдо, Л.Г. Віннікова, О.І. Гапонюк, О.К. Гладушняк, К.Г. Іоргачова, Л.В. Капрельяц, М.Р. Мардар, В.І. Мілованов, В.В. Немченко, Л.А. Осипова, О.І. Павлов, В.М. Плотніков, І.І. Савенко, О.Є. Сергєєва, Л.М. Тележенко, О.С. Тітлов, Н.А. Ткаченко, О.Б. Ткаченко, Г.М. Хмельнюк, В.А. Хобін. Н.К. Черно
доктори наук: О.О. Коваленко, Г.В. Крусір, Д.О. Жигунов

НТБ ОНАХТ

Одеська національна академія харчових технологій
Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів
Міністерство освіти і науки України. – Одеса: 2016. – 408 с.

Збірник опубліковано за рішенням вченої ради від 01.07.2016 р., протокол № 12
За достовірність інформації відповідає автор публікації

ISBN 966-571-063-х
© Одеська національна академія харчових технологій, 2016

РОЗДІЛ 7

ТОВАРОЗНАВСТВО Й ЕКСПЕРТИЗА ТОВАРІВ

НТБ ОНАХТ

зберігають екологічну чистоту і не вбирають у себе ніяких шкідливих речовин з ґрунту, ні з атмосфери. Дуже важливо, що культивовані гриби ростуть в повністю прийнятних для них умовах і тільки певних видів, тому отримати отруєння цими грибами абсолютно неможливо. Ще одна безперечна перевага штучно вирощених грибів – це те, що вони можуть бути дуже швидко приготовані (тривала термічна обробка їм абсолютно не потрібна).

Наукові керівники – канд. техн. наук, доцент Килименчук О.О.,
– канд. техн. наук, доцент Величко Т.О.

Література

1. Костенко Є. Є. Визначення мікроелементного складу грибів / Є. Є. Костенко, О. М. Бутенко // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій. – Київ, 2014. – Т. 20. – № 6. – С. 194–203.
2. Флаффер А. Грибная весна / А. Флаффер // Винofest, 2012. – № 2. – С. 40–43.

ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ НА СУЧАСНОМУ РИНКУ МОРОЗИВА

Гоюк К. М., студентка ІІ курсу товарознавчого відділення,
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі», м. Тернопіль

Морозиво відноситься до одного з найбільш популярних видів десерту. Високі споживчі якості цього продукту визначають постійний попит на нього. Ринок морозива в Україні набув цивілізований структурований вид. Однак ріст споживчого попиту на «холодну радість» обмежується низьким рівнем доходу населення. В майбутньому слід чекати більше жорсткої сегментації ринку, виділення чіткої конкурентної боротьби в зв'язку з приходом на ринок України мультинаціональних виробників морозива з міжнародними торгівельними марками.

Європейська комісія надала десятьом українським виробникам молочної продукції доступ на ринок ЄС з 10 січня 2016 року згідно зі списком, опублікованим на сайті Єврокомісії, до переліку увійшли компанії «Люстдорф» (Вінницька область), «Молочний дім» (Дніпропетровська область), «Лакталіс – Миколаїв», «Гадячсир» (Полтавська область), Львівський холодокомбінат, «Роменський молочний комбінат» та його філія у Недригайлові (обидва – Сумська область), «Золотоніський маслоробний комбінат» (Черкаська область) і філія Яготинського маслозаводу «Яготинське для дітей» (Київська область) [2,3].

Актуальним на сьогоднішній день також є розробка технології виробництва морозива підвищеної харчової і біологічної цінності, зокрема з додаванням еламіну, який є продуктом переробки морської водорості ламінарії і використовується як лікувально-профілактична харчова добавка.

Органічні продукти – тренд нашого часу. Усе більше людей, які піклуються про власне здоров'я та стан довкілля, переходять на органічне харчування. Підтримує цю позитивну світову тенденцію компанія «Рудь» – лідер серед національних виробників морозива. У продажу з'явилося перше українське органічне морозиво – «Ескімос-Organic».

Сьогодні в Україні до 90 % морозива, яке містить жир, виготовляють з використанням рослинних олій з частковою або повною заміною молочного жиру. Крім основної сировини, в морозиво додаються стабілізатори та емульгатори. Дозволеними в Україні та натуральними стабілізаторами є: альгінат (Е401), карбоксиметилцелюлоза

(Е469), каррагінан (Е407), гуарова камідь (Е412). Серед дозволених емульгаторів слід виділити Е471, Е322 (лецитин). Водночас шкідливими та забороненими барвниками, що інколи додаються до морозива є: Е121 (цитрусовий червоний барвник) і Е123 (амарант) [10,11].

В даний час для вітчизняної харчової промисловості питання безпеки і якості продукції, а також вдосконалення методів їх контролю, є надзвичайно актуальними.

Нами було проведено аналіз споживчого ринку морозива пломбір, яке реалізується в роздрібній торговельній мережі м. Тернополя. Щоб дізнатися, яке саме морозиво пломбір та яких виробників реалізують в роздрібній мережі м. Тернополя, ми проводили дослідження у наступних супермаркетах: «Сільпо», «Новус», «Фуршет».

Таким чином, ми дійшли до висновку, що на споживчому ринку міста Тернополя, представлена достатня кількість вітчизняних виробників морозива пломбір. Найбільш частіше зустрічається морозиво виробників ВАТ «Житомирський маслозавод» ТМ «Рудь», «Фірма Ласка» (м. Кіровоград), ТОВ «Ласка-Тернопіль» – представник ТОВ «Ласка», «Три ведмеді» (Бердичів Житомирської області), ТОВ «Ласунка» (м. Дніпропетровськ), ВТМ «Премія» – власна торгова марка корпорації Fozzy Group Метою нашого дослідження було виявлення факторів, що впливають на вибір морозива, оцінка їх вагомості. Для опитування була складена анкета. Було опитано 50 респондентів.

При виконанні науково-дослідної роботи користувалися загальноприйнятими методами, які застосовуються для вивчення органолептичних показників морозива пломбір [1,9]. Для експертизи продукції було взято три зразки морозива пломбір, яке реалізовувалось в супермаркетах «Сільпо», «Новус», «Фуршет» м. Тернополя:
морозиво пломбір «Ескімос» ТМ «Рудь», морозиво пломбір «ГОСТ» ТМ «Ласунка», морозиво пломбір у вафельному ріжку ТМ «Три ведмеді».

Ми провели аналіз споживчої тари і перевірили органолептичні показники якості морозива. Всі відібрані зразки для експертизи проаналізували і надали певні пропозиції [5]:

— при виробництві морозива в ТОВ «Три ведмеді» потрібно розширити асортимент морозива, а також можна запропонувати розробку нових видів морозива з додаванням цикорлакту;

— доречним вважаємо надання провідними виробниками коштів незалежному органу задля просування категорії «морозиво»;

— керівництво підприємств виробників морозива повинно розробляти і визначати політику в області якості, здійснювати контроль за її реалізацією на підприємстві;

— пропонуємо використати технологію напівфабрикату для м’якого морозива на основі сколотин виробникам морозива;

— мінювати ступінь жирності морозива;

— пропонуємо споживачам вибирати заморожені десерти, які містять добавки з місцевих плодів.

Наведені пропозиції будуть сприяти покращенню асортименту морозива, підвищення якості продукції, уникнення фальсифікації та підвищення конкурентоспроможності між товаровиробниками.

Науковий керівник – викладач спецдисциплін Шпеник Л.П.

Література

1. ДСТУ 4733:2007 «Морозиво молочне,вершкове, пломбір. Загальні технічні умови».
2. Інтернет-ресурс http://www.rurik.com.ua/documents/

3. І нтернет-ресурс http://www.ua.all.biz/guide/barcodes/
4. Коваль А. Розбір польотів. Український ринок морозива / А. Коваль // Продукти та інгредієнти – 2010 р. – № 6 – С. 47-60.
5. Корн А. Маркувати чи не маркувати / А. Корн // Продукти та інгредієнти – 2010 р. – № 5 – С. 56-57.
6. Поліщук Г. Є. Сировина для виробництва морозива / Г. Є. Поліщук // Продукти та інгредієнти – 2011 р. – № 3 – С. 34-39.
7. Порція щасливого дитинства // Продукти та інгредієнти 2010 р. – С. 40-41.
8. Полікарпов І. С. Товарна інформація : підручник / І. С. Полікарпов, О. В. Шумський. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 616 с.
9. Ребицький В. М. Організація та технологія інспектування : підручник / В. М. Ребицький, І. С. Полікарпов. – К. : ЦНЛ, 2011. – 365 с. 29.
10. Рудавська Г. Б. Товарознавство молочних та яєчних товарів: Підручник / Г.Б. Рудавська, І. В. Сирохман,. Є.В. Тищенко. – К., 2010 р. – 250 с.

ОЦІНКА ВІДПОВІДНОСТІ МАРКУВАННЯ МАЙОНЕЗІВ

Зяблова Ю.С., студент ОКР «Бакалавр» факультету ТХППКЗЕтаТ
Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

Майонез – багатокомпонентний продукт на основі рідких рослинних олій і смакових добавок. Крім рослинної олії і води, до його складу входять яєчний порошок, цукор, гірчиця, оцет або лимонний сік, сухе молоко, сіль, прянощі. Серед різних приправ і соусів на жировій основі майонези займають провідне становище. У ньому є багато того, чого потребує організм людини: жири, білки, вуглеводи, мінеральні речовини. Майонез поділяють за групами на столовий, бутербродний та десертний майонези. Залежно від масової частки жиру майонез поділяють за видами на висококалорійний (понад 55 %), середньокалорійний (понад 40 % до 55 % включно) та низькокалорійний (від 30 % до 40 % включно) [1].

На сьогоднішній день існує досить широкий асортимент майонезної продукції та різноманітних домішок, які входять в рецептуру майонезів. Виробники майонезів не завжди правильно відображають маркування продукту, тим самим можуть вводити в обман споживачів, які мають право на повну та достовірну інформацію про продукт. Таким чином, можна сказати, що оцінка якості і відповідності маркування майонезів столових висококалорійних вітчизняних виробників вважається актуальною.

Маркування товару на зовнішньому ринку – це текст, умовні позначки або малюнок, які нанесені на упаковку і (або) товар, а також інші допоміжні засоби, призначені для ідентифікації товару або окремих його властивостей, для доведення до споживача інформації про виробників (виконавців), про кількісні і якісні характеристики товару. Маркування має забезпечувати покупців необхідною інформацією для того, щоб дати їм можливість зробити оптимальний вибір для своїх потреб, і воно має відповідати стандартам, бути зрозумілим для споживача [2].

Перевірка відповідності маркування здійснюється за ДСТУ 4487:2005 «Майонези. Загальні технічні умови» та Технічним регламентом.

Маркування майонезу за ДСТУ 4487:2005 «Майонези. Загальні технічні умови» повинно бути виконане державною мовою. На етикетці товару наноситься чітке маркування, яке повинно містити: назву та повну адресу і телефон виробника, адресу потужностей виробництва; повну назву майонезу; масу нетто (г, кг); склад майонезу, якщо він

ВПЛИВ КОКОСОВОЇ ОЛІЇ НА СТАН ТВАРИН, ЯКІ ОТРИМУВАЛИ БЕЗЖИРОВИЙ РАЦІОН
Шарабаєва К. М. 279

ENVIRONMENTAL PROBLEMS OF SOIL IN UKRAINE
Arnaut E.I. 281

GASTRONOMIC TOURISM DESTINATION AS A PRIMARY MOTIVATION FOR TOURISTS
Karpliuk A.M. 283

ENVIRONMENTAL HAZARD IN THE LITHOSPHERE
Valeriya Kiforenko 284

THE FIGHT FOR UKRAINE'S AUTONOMY IN ODESA IN 1917
Kruszelnicky Vladislav 286

РОЗДІЛ 7 – ТОВАРОЗНАВСТВО Й ЕКСПЕРТИЗА ТОВАРІВ

ОБ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ЧАЯ БАЙХОВОГО
Бранспиз М.Ю., Ковтун А.С. 289

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ БОРОШНЯНИХ СУМІШЕЙ
Васильєва К.О. 291

ПОРІВНЯЛЬНА ОЦІНКА ЯКОСТІ БОРОШНА ПЕРШОГО СОРТУ ПРЕДСТАВЛЕНОГО В ТОРГІВЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ М. ОДЕСА
Волкова М.С., Мисько К.М. 292

ЕКСПЕРТНА ОЦІНКА ГРИБІВ, ВИРОЩЕНИХ НА ШТУЧНИХ ҐРУНТАХ
Вельц М.Є., Пукас А.С. 294

ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ НА СУЧАСНОМУ РИНКУ МОРОЗИВА
Гоюк К. М. 297

ОЦІНКА ВІДПОВІДНОСТІ МАРКУВАННЯ МАЙОНЕЗІВ
Зяблова Ю.С. 299

СПОСОБИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЇ СМЕТАНИ
Клопотенко В.С. 301

СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ЗЕРНОВИХ ПРОДУКТІВ
Коренман М.І., Устенко А.Є. 303

ШОКОЛАД З ВИКОРИСТАННЯМ ІЗОМАЛЬТУ, ІНУЛІНУ ТА ЗЕЛЕНОГО ЧАЮ
Крикливець Д.О. 304

АССОРТИМЕНТ ДЕТСКИХ БЕЗГЛЮТЕНОВЫХ КАШ В ТОРГОВОЙ СЕТИ г. ОДЕССА
Крикуненко А.А. 306

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ
Кулеша В.І. 308

Наукове видання

Збірник наукових праць молодих учених, аспірантів та студентів

Головний редактор, д-р техн. наук. Б.В.Єгоров
Заст. головного редактора, д-р техн. наук. Л.В.Капрельянц
Заст. головного редактора, канд. техн. наук Н.М. Поварова
Відповідальний редактор, д-р техн. наук. Г.М. Станкевич

НТБ ОНАХТ

Підписано до друку 2016 р. Формат 60×84/8. Папір офсетний.
Ум. друк. арк. 47,4. Тираж 30 прим. Замовлення