

Сегодня необходимо расширять ассортимент продуктов, обогащенных лактулозой, особенно это касается детского питания. Сейчас лактулозу добавляют лишь в кефир, молоко и сметану. Ее необходимо также использовать в творожных изделиях, сырах, молочных десертах, йогуртах и пр.

А.С. Бермичева, ФЭУТ, 5-й курс, гр. ДГХ
Научный руководитель – *М.А. Грачок*, канд. хим. наук

ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА МЯСНЫХ И РЫБНЫХ ТОВАРОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ТОРГОВОЙ СЕТИ г. МИНСКА

В период с апреля по май 2006 года была проведена работа по исследованию ассортимента мясных и рыбных продуктов, реализуемых в торговой сети г. Минска. Объектами исследования были выбраны крупные универсамы г. Минска («Центральный», ТД «На Немиге», «Столичный») и гипермаркет «Гиппо». По данным проведенного исследования ассортимента мясных и рыбных можно сделать следующие выводы:

1. Ассортимент реализуемой мясной продукции в 2006 г. значительно возрос по сравнению с 2002 г., а именно: колбасные изделия (в 4,8 раза), мясо копченое (в 4,4), мясо свежее (в 1,7), мясные субпродукты (в 3), сосиски (в 3), мясные полуфабрикаты и кулинарные изделия (в 9,5 раза).

Данная тенденция наблюдается и при реализации рыбной продукции: мороженая рыба (в 2,1 раза), копченая рыба (в 2,5 раза), соленая рыба (в 1,15), вяленая рыба (в 3,2), рыбные консервы и пресервы (в 1,5 раза), икорные товары (в 1,8 раза) и т. д.

Появление новых видов колбас («Борисовская», «Миланская», «Слуцкая» (полукопченая), «Республиканская», «Аппетитная» (сыровяленая) и др. совпало с исчезновением некоторых наименований («Суджук» (сыровяленая), «Луненецкая», «Панская» (салами) и др.

Наблюдается появление новых наименований рыбных продуктов (особенно это касается рыбных консервов и пресервов) с добавлением специй и приправ (икра деликатесная с копченым лососем "Икрима сырная", филе сельди "Матнас" с приправами, филе сельди "Морячок" "А-ля лосось" пряное и т. д.).

2. Увеличились количество и ассортимент готовой кулинарной продукции и полуфабрикатов универсамов (в основном, это их собственная продукция).

3. Большинство мясных товаров (колбасы, мясо копченое) в настоящее время нарезаются и упаковываются в натуральные оболочки.

4. География стран-импортеров мясной продукции представлена Чехией (паштеты), Аргентиной и Германией (мясные субпродукты). Вся мясная продукция, поставляемая в торговую сеть, является продукцией отечественного произ-

водства. Основными производителями по-прежнему являются ОАО «Минский мясокомбинат», Слоним, Витебск, Орша, Слуцк, ООО «Викос». Новые поставщики мясной продукции – "Экспресс-сервис", ОАО «Борисовский мясокомбинат», филиал № 1 ММК, "Белатмит", ИП «Сувенир». СП «Аустробел» уже не поставляет колбасы в розничную торговую сеть. Таким образом, Республика Беларусь обеспечивает торговую сеть г. Минска мясной продукцией на 95 %.

По-прежнему лидирующее положение по импорту рыбной продукции занимает Россия, также можно отметить такие зарубежные страны, как Аргентина, Литва, Латвия, Германия. В основном, эти страны экспортируют в Республику Беларусь икорные товары, мороженую рыбу, рыбные консервы и пресервы и нерыбные водные продукты.

Республика Беларусь обеспечивает торговую сеть г. Минска рыбной продукцией на 62 % (сравните, в 2002 г. – на 26 %). Среди наиболее крупных отечественных предприятий, специализирующихся на переработке рыбы, следует выделить ОАО «Рыбокомплекс», ООО «Белрыба», СП «Санта-Бремор», ИП «Вкусрыбыплюс», «Просма», «Марынер». УП «Леорпластик» и СП «Негедар», которые снабжали торговую сеть рыбной продукцией в 2002 году, в настоящее время прекратили свои поставки в исследуемые универсамы.

5. Сравнительный анализ стоимости мясной продукции в 2006 году по сравнению с 2002 годом позволяет сделать вывод о наличии тенденции к повышению стоимости на мясные продукты. Цены на мясную продукцию увеличились порядком на 1-3 у. е.

Цены на рыбную продукцию увеличились порядком на 1-5 у. е. Можно сделать вывод об увеличении доли продукции отечественного производства.

Н.Ю. Богданова, ФЭУТ, 4-й курс, гр. ДГТ
Научный руководитель – *Г.М. Власова*, канд. техн. наук

МАРКИРОВКА КАК ФАКТОР СОХРАНЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБУВИ

Проблема полноты и точности маркировки обуви стоит в настоящее время достаточно остро. Это связано с ужесточением требований отечественной законодательной и нормативной базы в области защиты прав потребителей.

Известно, что полнота информационных данных, наносимых производителем (изготовителем) непосредственно на обувь и на каждую индивидуальную упаковку регламентируется Законом Республики Беларусь «О защите прав потребителей», СТБ 1400 «Информация для потребителя. Общие требования», ГОСТ 7296 «Обувь. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение».

Проведенный нами анализ информационного обеспечения обувной продукции отечественного и зарубежного производства показал, что из 25 промышлен-