

ХАРАКТЕРИСТИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ НАЗНАЧЕНИЯ НОВЫХ ВИДОВ МЯСНЫХ КУЛИНАРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Т.М. Рыбакова, А.В. Позняк

Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь

Мясные полуфабрикаты пользуются заслуженным признанием потребителя и с каждым годом занимают все более прочное место в пищевом рационе населения.

Уровень спроса на мясные полуфабрикаты определяется как качественными изменениями в культуре питания населения, так и такими факторами, как нехватка времени на приготовление еды, развитие сетевой розницы, повышение качества продукции.

Однако, в связи с тем, что различные группы населения имеют различные физиологические потребности в белках, углеводах и витаминно-минеральном комплексе, актуальной является задача создания полуфабрикатов, назначение которых смогло бы отвечать функциональным требованиям.

ОАО «Бобруйский мясокомбинат» вырабатывает широкий ассортимент полуфабрикатов высокой степени готовности. Фрикадельки «Любимые» и «Домашние», тефтели «Любимые», биточки «Московские» и «Пожарские», ёжики мясные «Чевапчичи», тефтели «Витебские», чебуреки «Сытные», котлета натуральная «По-австрийски в маринаде» и «По-австрийски в панировке», эскалоп «По-австрийски в панировке», поджарка свиная «По-австрийски в маринаде», котлеты «Березинские», «Минские», «Юбилейные», «Молодёжные», шницель «Любительский», пельмени, ravioli, колбаски – из более чем 40 наименований выбрать сможет даже самый требовательный покупатель. Шашлык, замаринованный со специями или в майонезе, корейка и стейк из свинины «Барбекю» порадует туристов и тех, кто собрался на пикник.

Создание новых потребительских предпочтений достигается, в числе прочих средств, за счёт увеличения широты ассортимента полуфабрикатов для рационального и лечебно-профилактического питания. Структура рубленых полуфабрикатов позволяет обогащать их всеми видами функциональных ингредиентов: пищевыми волокнами, витаминами, минеральными веществами, полиненасыщенными омега-3 жирными кислотами, антиоксидантами. Наряду со свежим мясом в состав таких полуфабрикатов входит лактулоза (ускоряет процессы переваривания пищи, усвоения питательных веществ), морская капуста (источник йода и селена в органической форме, что исключает передозировку этих микроэлементов), клетчатка (улучшает пищеварение и обмен веществ, способствует снижению уровня сахара в крови и выведению токсинов), йодированная соль (предупреждает быструю утомляемость, увеличение щитовидной железы, что помогает быть более энергичными, активными и жизнерадостными).

Ассортимент полуфабрикатов функционального назначения производства ОАО «Бобруйский мясокомбинат» включает котлеты «Троицкие с морской капустой», бифштекс «Питательный с лактулозой», шницель «Олимпийский с лактулозой», колбаски «Обеденные с пшеничной клетчаткой», колбаски для гриля «Кебабки» с йодированной солью. С учётом потребностей детского организма разработана рецептура производства котлет «Школьные», обогащенных лактулозой и йодированной солью. На предприятии рассматривается возможность обогащения полуфабрикатов

натуральным высокомолекулярным говяжьим белком, получаемым из коллагеновой ткани коров породы Зебу по специальной технологии. Это позволит снизить не мясные замены, повысит пищевую и биологическую ценность.

Благодаря своим высоким потребительским свойствам, удобству в приготовлении, полуфабрикаты являются наиболее динамично развивающейся группой продуктов из мяса. С целью расширения ассортимента полуфабрикатов высокой степени готовности проводятся дальнейшие разработки в данной области.

УДК 339.138:663.44 (476)

ОСОБЕННОСТИ СПРОСА НА ПИВОВАРЕННУЮ ПРОДУКЦИЮ

Д.А. Апаньев

**Белорусский государственный экономический университет
г. Минск, Республика Беларусь**

Пиво не относится к числу продуктов, включенных в необходимый рацион питания, в связи с чем возникает проблема расчета научно обоснованных объемов производства, так как нормы потребления пива не разрабатываются. Поэтому при определении перспективного объема производства пива следует исходить из фактически сложившегося уровня потребления его на душу населения в Республике Беларусь с учетом роста потребления пивоваренной продукции и существующих мировых тенденций. Тот факт, что пиво не является продуктом первой необходимости, вынуждает пивоваренные предприятия тратить значительно больше средств, чем в других отраслях пищевой промышленности на маркетинг, инновации и т.д.

Начиная с 2003 года был отмечен интенсивный рост емкости национального рынка и потребления пива на душу населения. Однако, потребление пива в размере 45,5 литров на душу населения в 2007 году существенно ниже потребления пива в европейских и соседствующих странах, а его рост обусловлен изменением водочных традиций потребления в пользу пивных.

Отмечена неравномерность потребления пивоваренной продукции внутри Республики Беларусь, одним из факторов обуславливающих эту тенденцию служат различные денежные доходы населения в разных регионах.

Прослеживается тенденция роста пива в ПЭТ упаковке за счет снижения потребления пива в стеклянной бутылке и КЕГ, что указывает на невысокую культуру потребления пивоваренной продукции. В структуре реализации пивоваренной продукции обращает на себя внимание тот факт, что лишь 62 % от общего спроса на пиво обеспечивается отечественными производителями, а удовлетворение спроса на премиальные и нефильтрованные сорта пива происходит за счет импортного пива.

Продукция пивоваренной промышленности имеет социально значимый характер, так как обеспечивает постепенное замещение более крепкого алкоголя слабоалкогольными напитками. Пивоваренная промышленность является бюджетоформирующей отраслью, поскольку ее продукция является подакцизным товаром, а отсутствие теневого сектора производства и реализации продукции обеспечивает высокий уровень налоговых поступлений в целом. Результативность пивоваренных компаний оказывает существенное влияние на состояние доходной части бюджета.