

физико-химических (кислотность, содержание сухих веществ, рН, содержание кофеина и минеральных веществ) показателей качества напитков.

Было проведено исследование пяти образцов разных напитков, которые были отобраны в торговой сети Украины: "Multipower", "Ювента фитнес" – напитки для спортсменов, "Red Bull" (Австрия) "Non stop" та "Батарейка" – энергетические напитки. Наиболее полное маркирование представлено производителями напитков «Батарейка» и "Non stop", наибольшую пищевую и энергетическую ценность имеет напиток «Батарейка».

По результатам анализа было установлено, что органолептические, физико-химические показатели и показатели безопасности свойства всех напитков отвечают требованиям стандарта ДСТУ 4069-2002.

УДК 641.81–035.575:641.528

## ИССЛЕДОВАНИЕ СОХРАННОСТИ ВИТАМИНОВ В ПРОЦЕССЕ ХОЛОДИЛЬНОГО ХРАНЕНИЯ

Мазурик, Н. Полякова, Т.М. Рыбакова

Могилевский государственный университет продовольствия,  
г. Могилев, Беларусь

Известно, что дефицит витаминов является одной из важнейших причин ухудшения состояния здоровья детей. В частности, витамины необходимы для роста, поддержания нормального кровотока, обменно-энергетических процессов и репродуктивной функции, обеспечения деятельности нервной, сердечнососудистой, пищеварительной и иммунной систем. Витамины играют важную роль в обмене ксенобиотиков, формировании антиоксидантной защиты организма. Таким образом, витамины являются незаменимым элементом, обуславливающим естественную резистентность организма к воздействию неблагоприятных факторов.

Для изучения влияния близкриоскопических температур на сохранность витаминов, содержащихся в кулинарной продукции (соусе белом с тыквой), в процессе хранения определяли содержание витаминов В<sub>1</sub> (тиамина), В<sub>2</sub> (рибофлавина) и витамина С (аскорбиновой кислоты). Общеизвестно взаимодействие между витаминами С, В<sub>1</sub> и В<sub>2</sub>. Увеличение содержания витамина С в пищевых продуктах повышает потребность детского организма в витамине В<sub>2</sub>. При недостатке в пище витамина В<sub>2</sub> снижается уровень витаминов С и В<sub>1</sub> в тканях.

Данные исследований показывают незначительное снижение содержания витаминов В<sub>1</sub> (тиамина) и В<sub>2</sub> (рибофлавина) в процессе хранения при близкриоскопических температурах. Содержание тиамина к концу срока хранения снижается на 23,6% при близкриоскопической температуре и на 44,2% при традиционном режиме хранения. Содержание рибофлавина к концу срока хранения снижается на 21,3% при близкриоскопической температуре и на 22,9% при традиционном режиме хранения. Очевидно, что рибофлавин является более устойчивым при хранении кулинарной продукции в охлаждаемых условиях.

Из данных, представленных на рисунке 1, видно, что с понижением температуры и уменьшением продолжительности хранения кулинарной продукции отмечается лучшее сохранение витамина С.

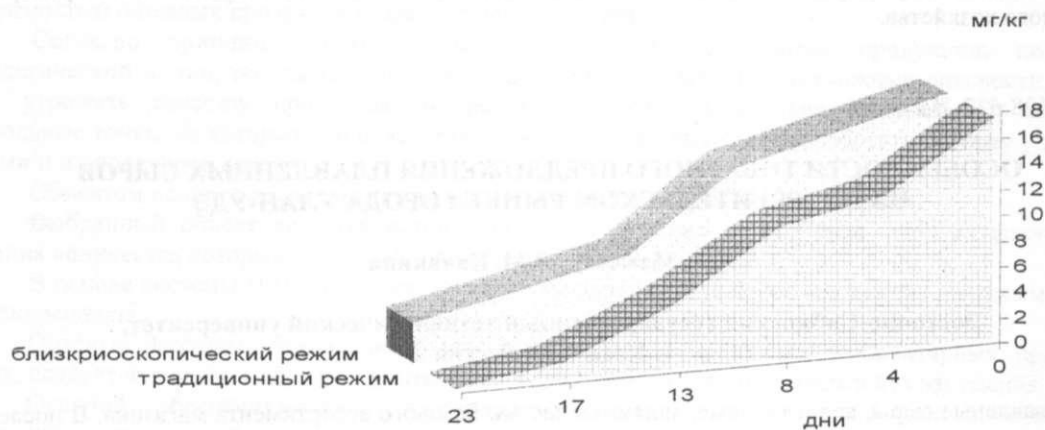


Рис. 1 – Изменение содержания витамина С при хранении

Вышеперечисленные данные могут свидетельствовать, что снижение интенсивности реакций, ответственных за разрушение витаминов, достигается понижением температуры хранения до близкриоскопической, что позволяет увеличить продолжительность хранения продуктов по сравнению с охлажденными, а также способствует стабилизации качества, экономии энергетических и трудовых затрат.

УДК 65:642.5 02435

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ**

**Т.П. Кононенко, Н.В. Полстяная, А.И. Усина, В. Врядий**

**Харьковский государственный университет питания и торговли,  
г. Харьков, Украина**

Сегодня ресторанный бизнес в Украине развивается в трех направлениях. фаст-фуд, рестораны среднего ценового уровня и авторские рестораны. В каждом из направлений открываются предприятия ресторанного хозяйства самых различных концепций. На первый план выходят концепции, которые сочетают быстрое и вкусное питание, демократичные цены, качественное обслуживание.

Особенностью предприятий «быстрого питания» является ограниченное количество блюд в меню и быстрое обслуживание. Во многих европейских странах предприятия «быстрого питания» ориентированы на молодежь и население с низкими доходами.

В Украине потребителями услуг предприятий «быстрого питания» является более разнообразная группа в плане возраста, доходов, образования. Население Украины в среднем тратят лишь 5,6 долл. США в неделю на питание вне дома, благодаря чему предприятия «быстрого питания» являются наиболее доступным выбором. Среднее предприятие «быстрого питания» ежегодно дает прирост доходов в 7-10%. По прогнозам специалистов количество предприятий «быстрого питания» в Киеве увеличится с 102 до 130, и в ближайшие годы их количество будет продолжать расти быстрыми темпами.

Украинский рынок предприятий «быстрого питания» представлен в основном компаниями: «МакДоналдс», «Мистер Снек», «Мак Смак», «Швидко», «Два Гуся», «Пицца Челентано», «Пицца Хат», «Картопляна Хата». «Швидко» была первой сетью предприятий быстрого питания, которая решила пропагандировать национальную кухню. «Швидко» является одним из лидеров на рынке общественного питания среди предприятий с украинской кухней. Доля ее участия на рынке быстрого питания - около 8%. Одной из наиболее известных в Киеве является сеть «Два Гуся». Предприятия этой сети среднего ценового уровня. Основными посетителями являются руководители и персонал коммерческих организаций, сотрудники государственных учреждений. Они составляют 70% от общего количества посетителей. Первое предприятие торговой марки «Пицца Челентано» было открыто во Львове в 1998 году. Следующей торговой маркой стала сеть «Картопляна Хата». На предприятиях «Пицца Челентано» и «Картопляна Хата» контроль качества продукции и обслуживания осуществляется ежедневно каждым работником предприятия. Сеть предприятий этих торговых марок постоянно находится в развитии. В настоящее время функционирует 60 предприятий «Пицца Челентано» и 25 предприятий «Картопляна Хата».

Таким образом, рынок предприятий «быстрого питания» продолжает развиваться путем создания сетей и будут неуклонно увеличивать свою долю рынка вытесняя другие типы предприятий ресторанного хозяйства.

УДК 658.628:637.358

## **ОСОБЕННОСТИ ТОВАРНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПЛАВЛЕННЫХ СЫРОВ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ ГОРОДА УЛАН-УДЭ**

**Л.А. Мамеева, Л.М. Качанина**

**Восточно-Сибирский государственный технологический университет,  
г. Улан-Удэ, Россия**

Плавленые сыры, как и твердые, являются частью базового ассортимента магазина. В последние годы увеличился интерес к расширению ассортимента плавленых сыров. Разработаны и выпускаются все новые виды сыров, происходит расширение ассортимента за счет порционирования, создания новой упаковки, внедрения новых технологий на предприятиях. Именно эти факторы влияют на формирование потребительского спроса населения.