

рекламной деятельности исследуемых компаний, которая сводится, как правило, к рекламным акциям и программам, которые не могут задействовать весь потенциал рекламы.

Список литературы:

1. ОАО РЖД сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=628.
2. Р/Д. О компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rzd.ru/static/public/ru>.
3. РЖД - бонус [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pass.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=5223&layer_id=3290&refererLayerId=162&id=2242.
4. Хит-тарифы на перелеты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.aeroflot.ru/ru-ru/destination_offers.
5. Хит-пакеты для Вашего путешествия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://packages.aeroflot.ru/?lang=ru>.
6. Деловой проездной [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aeroflot.ru/ru-ru/special_offers/business_travel.
7. Аэрофлот Бонус. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.aeroflot.ru/ru-ru/afl_bonus.
8. Какой вид транспорта самый безопасный? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://turvopros.com/samyiy-bezopasnyiy-vid-transporta-statistika/>.

УДК 663.674:658.628

Хасыев С.С.

ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА МОРОЖЕНОГО

Хасыев Самад Сахиб оглы, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; тел: 89208069696*

Мороженое является одним из самых любимых и популярных продуктов у населения. Это связано не только с его приятными вкусовыми качествами, но и с высокой пищевой и биологической ценностью. Мороженое характеризуется высокой питательной ценностью и хорошей усвояемостью. Конкуренция на рынке мороженого требует от производителя расширения ассортимента и выпуска качественной продукции с конкурентоспособной ценой. Это стимулирует появление нового подхода к составу и свойствам продуктов, которые должны удовлетворять потребности человека в пищевых веществах и энергии.

Ключевые слова: мороженое, пищевая ценность, ассортимент, качество.

Существует много различных признаков, по которым классифицируют мороженое.

В зависимости от массовой доли молочного жира мороженое подразделяют на молочное, сливочное и пломбир.

В зависимости от применения пищевкусовых продуктов и/или ароматизаторов в данном виде продукции существуют следующие подвиды:

- без пищевкусовых продуктов и ароматизаторов;
- с пищевкусовыми продуктами (кофе, цикорием, крем-брюле, шоколадное, чайное, яичное, орехами, арахисом, медом, фруктами, овощами, цукатами, изюмом, курагой, марме-

** Научный руководитель: Покровский Николай Викторович, кандидат технических наук, доцент кафедры товароведения, экспертизы товаров и туризма, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tir3426@yandex.ru*

ладом, воздушным рисом, воздушной кукурузой, бисквитом, печеньем, шоколадно-вафельной крошкой, шоколадом, шоколадной крошкой, шоколадной стружкой, кокосовой стружкой, джемом, мягкой карамелью, вареным сгущенным молоком, сиропом крем-брюле, топингом, фруктовым наполнителем, повидлом, вареньем);

- с ароматом;
- с пищевкусовыми продуктами и ароматом.

В зависимости от оформления поверхности мороженое бывает:

- без оформления поверхности;
- декорированное;
- глазированное, в том числе эскимо;
- глазированное декорированное, в том числе эскимо;
- в вафельных изделиях, в том числе глазированное и/или декорированное в вафельных изделиях;

- в печенье, в том числе глазированное и/или декорированное в печенье.

Кроме того, сорта мороженого подразделяют:

- по виду – фасованное, весовое, мелкоштучное, в так называемой «семейной» упаковке;
- по форме – стаканчик, рожок, эскимо, батончик и т.д.;
- по потребительскому назначению, например, диабетическое или мороженое для взрослых;
- в отдельную категорию выделяют так называемые изделия из мороженого – торты и рулеты.

Все виды выпускаемого промышленностью мороженого делятся на две категории:

- мягкое мороженое, полученное непосредственно из фризера (оно предназначено преимущественно для продажи в кафе);
- закаленное (подвергнутое дополнительному замораживанию – закаливанию), которое выпускается для продажи в розницу.

Ещё одной особенностью мороженого является используемый основной вид сырья – молоко, фрукты и ягоды, кроме того, в некоторых странах выделяют отдельную категорию мороженого, сделанного с применением растительных жиров.

Различные добавки и наполнители для мороженого разделены на три группы. Первую группу составляют такие ароматизаторы, как кофе, какао, ваниль, сиропов и т.д., которые вводят в процессе приготовления смеси для образования однородной массы с мороженым. Вторая группа, в которую входят изюм, цукаты, орехи, шоколад и вафельной крошкой и т.д., вводят в готовое мороженое в виде крупных включений. Третья группа – начинка. В качестве начинки используют вареное сгущенное молоко, карамели, джемы, варенье. Основной показателем для всех видов начинки – содержание сухих веществ. Добавление начинки в мороженое во время экструзии не имеет большой сложности. При решении этой задачи на первый план выходят вопросы вкуса, текстуры и адаптации технологий.

Основной подход заключается в замене сахара и жира альтернативными компонентами, как правило, углеводами, в первую очередь из группы, включающей подсластители волокна.

Мороженое является одним из самых любимых и популярных продуктов у населения. Это связано не только с его приятными вкусовыми качествами, но и с высокой пищевой и биологической ценностью. Мороженое характеризуется высокой питательной ценностью и хорошей усвояемостью. Этот продукт изготовлен на основе молока, может содержать молочный жир, белки, углеводы, минеральные вещества, витамины А, группы В, D, Е, Р.

Конкуренция на рынке мороженого требует от производителя расширения ассортимента и выпуска качественной продукции с конкурентоспособной ценой. Это вызывает необходимость нового подхода к составу и свойствам продуктов, которые должны удовле-

творять потребности человека в пищевых веществах и энергии.

Расширение ассортимента мороженого за счет использования растительных жиров нашло широкое применение у отечественных производителей. Вкус, структура, консистенция определяются качеством жира и размером жировых частиц. Заменитель молочного жира (ЗМЖ) изначально не обладает вкусом и запахом, поэтому необходимо вносить в состав мороженого пищевкусовые компоненты [3].

Стабильность смеси мороженого зависит от стабильности жировой эмульсии и белков. Важнейшую роль в формировании вкусовых достоинств и структуры мороженого играют жировые компоненты, входящие в рецептурный состав продукта.

В последние годы при производстве мороженого широко применяют растительные масла. До недавнего времени это были главным образом кокосовое, пальмоядровое, реже пальмовое масла [5].

Выбор ингредиентов при изготовлении мороженого является важнейшим фактором, влияющим на пищевую ценность и функциональную направленность. Использование растительного сырья как источника витаминов С, Р, b-каротина, минеральных веществ, антиоксидантов позволяет не только расширить ассортимент мороженого, предназначенного для массового рационального питания, но и оптимизировать технологические приемы производства.

На сегодняшний день существует множество видов и сортов мороженого, и ассортимент постоянно расширяется. Базовыми классическими сортами являются следующие:

- крем-брюле – мороженое с добавлением сиропа крем-брюле, приготавливаемого из смеси сгущенного молока и сахара.
- пломбир – мороженое повышенной жирности, изготовленное из цельного молока и сливок, с повышенным содержанием яиц.
- сорбет – мороженое на основе фруктов, получившее название в честь традиционного восточного напитка Щербет (на французский манер – сорбет). Кстати сказать, до XVIII века, когда в мороженое стали добавлять молоко, оно больше напоминало именно фруктовый лед.

Фруктовый лед в классическом виде можно лишь условно назвать мороженым, так как изготавливается он без использования молока. В составе фруктовый сок, вода, сахар [1].

По видам упаковки есть интересная статистика: лидером являются «вафельные стаканчики», занимая около 40 % продаж, второе место у «эскимо» – 20%. Далее, с явным отставанием идут «ведёрки, лотки», «рожки» и «брикеты в вафлях», занимая примерно по 8 % каждый; 5 % занимают «фруктовый лёд» и различные «рулеты». Оставшаяся доля принадлежит таким редким формам, как «сэндвичи», «батончики», «пластиковые стаканчики» и т.д.

В борьбе за покупателя производители начинают отходить от выпуска позиций только лишь массового потребления. Всё больше появляется видов эксклюзивного мороженого. В России таковым в свое время стал пломбир с начинкой из вареной сгущенки. С тех пор эксклюзивное мороженое стало более изысканным. К примеру, в США выпускают ванильное мороженое для взрослых с перцем, в Японии - из рыбы. Правда, технология производства рыбного мороженого очень уж сложна и вряд ли заинтересует наших предпринимателей. На отечественном рынке тоже есть свои новинки. Недавно появилось йогуртное мороженое с живыми лактобактериями, которые неплохо сохраняются при низких температурах. А ещё есть диетические виды. Их могут позволить себе даже больные сахарным диабетом. Таким образом, производители мороженого пытаются удовлетворить вкусы самых взыскательных потребителей. В условиях жесткой конкуренции следует не бояться экспериментировать с формой и вкусом, но при этом не забывать о рациональном и здоровом питании как залого успеха.

Список литературы:

1. Гриневич Н.А. Рынок мороженого Орловской области / Н.А. Гриневич, А.П. Зыбин, Н.В. Покровский // Молочная промышленность. – 2010. – № 12. – С. 21-22.

2. Мельникова Е.И. Функционально-технологические свойства низкокалорийного плодоягодного мороженого: учебное пособие. – М: ИКЦ, 2012. – 19 с.
3. Справочник по производству мороженого: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eknigi.org/kulinarija/147156-spravochnik-po-proizvodstvu-morozhenogo.html>.
4. Покровский Н.В. Современное состояние рынка молочной продукции в Орловской области / Н.В. Покровский, Н.Н. Волкова // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – № 1. – С. 528-531.