

2. Тенденції розвитку асортименту морозива в Україні та за її межами

Анна Бондаренко, Оксана Шульга

Національний університет харчових технологій

Вступ. На формування асортименту морозива впливають такі фактори: термічний стан, вид основної сировини, види добавок та їх співвідношення, вміст жиру, цукру та сухих речовин, наявність або відсутність глазури, призначення.

Асортимент морозива постійно збільшується завдяки використанню нових рецептур, нових добавок та компонентів, технології виготовлення, різноманітного пакування.

Загальна кількість компонентів, дозволених для застосування у виробництві морозива, складає близько 200.

Виробництво морозива, як в Україні, так і за її межами є доволі процвітаючою галуззю та має перспективи для розширення асортименту, удосконалення існуючих рецептів.

Матеріали та методи. Морозиво - це збиті в невеликих кількостях складові частини молока, плодів, ягід, овочів, сахарози, стабілізаторів, в деяких рецептурах - яєчні продукти, смакові і ароматичні речовини.

Якість морозива визначають органолептичні показники: смак та запах, структура та консистенція, колір, зовнішній вигляд. Фізико-хімічні, що зазначені в нормативній документації: масова частка жиру, цукру, сухих речовин, кислотність. Фізико-хімічні показники, що не прописані в нормативній документації, але контролюються для більш детального дослідження морозива: розмір кристалів лактози, розмір жирових кульок, збитості (для м'якого морозива), опору морозива до танення, густини сумішей, масова частка глазурі нанесена шляхом занурення. Мікробіологічні показники: патогенні мікроорганізми, плісняві гриби, дріжджі, бактерії групи кишкової палички.

Результати. Морозиво відноситься до одного з найбільш популярних видів десерту. Якість морозива залежить лише від добросовісності самого виробника та від пильності контролюючих органів. Особливістю ринку морозива являються сильні коливання попиту. На протязі року сезон виробництва приходить на період з кінця весни до початку осені, потім об'єми реалізації впевнено падають. Тенденції розвитку асортименту морозива включають в себе:

- збільшення імпорту морозива в Україні за 2011-2012 на 26,5 %, експорту – на 30,2 %;
- наявність на сьогоднішній день на вітчизняному ринку великих операторів ринку морозива, серед яких перш за все лідерами є такі виробники: ВАТ "Житомирський маслозавод", ТОВ "Ласунка" (м. Дніпропетровськ), ЗАТ "Геркулес" (м. Донецьк), АГРТ "Хладопром" (м. Харків), ВАТ "Львівський холодокомбінат", ВАТ "Дніпропетровський холодокомбінат" та інші;
- морозиво – це продукт, споживчі властивості якого характеризуються високою харчовою та біологічною цінністю. Морозиво містить важливі для організму людини мінеральні речовини, споживання морозива в Україні не перевищує 1-1,5 кг на людину в рік. В Швейцарії, Норвегії, Фінляндії вона складає 12-13 кг;
- розробляються все нові та нові технології по виготовленню морозива, удосконалюються вже існуючі технології, розробляються та вносяться нові добавки. Асортимент морозива, на даний час є дуже різноманітним, як в Україні так і за кордоном;
- покращення якості морозива за допомогою якісної сировини;
- використання нових стабілізаторів і загущувачів дозволяє виробнику як продовжити терміни зберігання, зменшити собівартість продукту і підвищити якість вже вироблених молочних продуктів, а й значно розширити асортимент;
- виходячи з досвіду європейських країн формування в свідомості споживача поняття «Традиційне морозиво» та «Морозиво на рослинних жирах». «Морозиво на рослинних жирах», яке недавно з'явилося, зовсім не являється неякісним або шкідливим для організму. Це інший продукт, який є перспективним та

має свою частину на ринку України. За кордоном це морозиво є вже досить поширеним.

- таке, невідоме для пересічного споживача, морозиво, як йогуртне, ацидофільне, кефірне, сметанне, сирне, простоквашне, ряженкове не є розповсюдженим в торговій мережі по всьому світу. Його виготовлення не є поки доцільним, оскільки потребує немалих затрат. Хоча технології на виготовлення вже давно розроблені.

Висновки. Основним фактором в тенденціях розвитку асортименту морозива в Україні є використання нових сировинних інгредієнтів, що дозволяють зменшити собівартість продукції не змінюючи при цьому якість продукції.

Література

1. Васильева Н., Арсеньев Н. Кайф от мороженого // Бизнес, - 2001. - №21. – С. 28-32.
2. Довгалецкий Н. Мороженое – шаг в XXI век // Продукты питания. - 2001. - №11. – С.