



POLTAVA UNIVERSITY OF  
ECONOMICS AND TRADE

# НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

Всеукраїнської молодіжної науково-практичної  
інтернет-конференції

(м. Полтава, 30 листопада 2022 року)



Полтава  
2022

Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ» (ПУЕТ)

# **НАУКА І МОЛОДЬ У ХХІ СТОРІЧЧІ**

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

Всеукраїнської молодіжної науково-практичної  
інтернет-конференції

*(м. Полтава, 30 листопада 2022 року)*

**Полтава  
ПУЕТ  
2022**

УДК 001:378-053.6(082)  
НЗ4

Друкується відповідно до Наказів по університету № 172-Н від 05 вересня 2022 р. та № 238-Н від 30 листопада 2022 року.

#### **Організаційний комітет конференції**

**Н. С. Педченко**, голова організаційного комітету, д. е. н., професор, перший проректор ПУЕТ;  
**С. В. Гаркуша**, д. т. н., професор, в. о. директора Навчально-наукового інституту міжнародної освіти ПУЕТ;

**А. С. Ткаченко**, к. т. н., доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;  
**В. Л. Шимановська**, директор Навчально-наукового інституту заочно-дистанційного навчання ПУЕТ;

**Т. П. Гудзь**, д. е. н., професор, завідувач відділу аспірантури та докторантури ПУЕТ;

**Н. І. Манжура**, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

#### **Редакційна колегія**

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д. і. н., професор, ректор ПУЕТ.

Заступник головного редактора – **Н. С. Педченко**, д. е. н., професор, перший проректор ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. І. Манжура**, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

#### **Відповідальні редактори**

**С. В. Гаркуша**, д. т. н., професор, в. о. директора Навчально-наукового інституту міжнародної освіти ПУЕТ;

**А. С. Ткаченко**, к. т. н., доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;

**В. Л. Шимановська**, директор Навчально-наукового інституту заочно-дистанційного навчання ПУЕТ;

**Т. П. Гудзь**, д. е. н., професор, завідувач відділу аспірантури та докторантури ПУЕТ;

**Л. М. Діденко**, в. о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ.

**Наука і молодь у XXI сторіччі: збірник тез доповідей**  
НЗ4 Всеукраїнської молодіжної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 30 листопада 2022 року). – Полтава : ПУЕТ, 2022. – 167 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр. мовою.

ISBN 978-966-184-437-6

У збірнику представлено тези учасників Всеукраїнської молодіжної науково-практичної інтернет-конференції «Наука і молодь в XXI сторіччі» за тематичними напрямками: «Біотехнології та біоінженерія», «Економіка», «Маркетинг», «Інформатика та комп'ютерні науки», «Менеджмент і адміністрування», «Міжнародні економічні відносини», «Облік і аудит», «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. Публічні закупівлі», «Право», «Публічне управління та адміністрування», «Товарознавство», «Туризм», «Філологія», «Фінанси, банківська справа та страхування», «Харчові технології та інженерія», «Готельно-ресторанна та курортна справа».

УДК 001:378-053.6(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.  
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.  
Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено.*

ISBN 978-966-184-437-6

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2022

### ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКІСТЬ ЦУКЕРОК

*В. О. Кот, спеціальність Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, група ТКДм-21;*

*Г. О. Бірта, д. с.-г. н., професор завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

У нашій країні великою популярністю користуються різні кондитерські вироби, серед яких чи не найпершому місці знаходяться цукерки. Цукерки – кондитерські вироби із однієї чи декількох цукеркових мас, приготованих на цукровій основі із різноманітними добавками.

Об'єктом дослідження були цукерки, що реалізуються в роздрібній торговельній мережі м. Харків. Для дослідження якості було взято 4 зразки цукерок типу праліне різних виробників, які реалізуються в магазині «Цукерня».

Пралінові цукеркові маси являють собою тонкоподрібнену суміш смажених ядер горіхів, насіння олійних культур з цукром, жирами та іншими компонентами рецептури. Вони містять близько третини жиру, 50–60 % цукру і мають високу енергетичну цінність.

Зразок 1. Цукерки Річвел Ностальжи ТМ «Житомирські ласощі»; Зразок 2. Цукерки Оазис Кара-Кума ТМ «Конті»; Зразок 3. Цукерки Болеро ТМ «Бисквит Шоколад»; Зразок 4. Цукерки Бомонд ТМ «АВК».

Визначення органолептичних показників проводять за ГОСТ 5897-90 «Изделия кондитерские. Методы определения органолептических показателей качества, размера, массы нетто и составных частей».[1] Форма цукерок має бути властивою даному найменуванню, правильна, без деформацій. Смак і запах – ясно виражений, характерний для даного найменування виробів, без сального, згірлого або іншого неприємного присмаку [2].

Для об'єктивного співставлення даних органолептичного аналізу застосовують балову систему оцінки якості харчових продуктів. Результат оцінки дегустатори виражають балами умовної шкали, яка складається з бальних оцінок окремих показників якості. Для характеристики таких показників як смак і запах, виділяють більшу кількість балів, ніж для характеристики менш істотних показників – кольору, форми, зовнішнього вигляду.

Під час дослідження встановлено, що для загортання досліджуваних цукерок в нашому випадку був використаний парафінований папір (для зовнішнього шару етикетки) та фольга (для внутрішнього шару, тобто підгортки). Спосіб загортання, який був використаний на підприємстві під час виробництва даного виду цукерок називається «в носок» або «в куток». Цукерки загорнуті акуратно та правильно.

На наступному етапі визначили форму, колір, структуру, консистенцію, смак і запах та стан поверхні цукерок. За результатами проведеної балової оцінки найбільшу кількість балів набрав Зразок 1. Цукерки Річвел Ностальжи ТМ «Житомирські ласощі» – 29,1 бал. Майже таку ж кількість балів набрав Зразок 4. Цукерки Бомонд ТМ «АВК» – 28,1 бали. Ці зразки відмічені як продукт відмінної якості.

Зразок 3. Цукерки «Оазис Кара-Кума» ТМ «Конті» та Зразок 2. Цукерки Болеро ТМ «Бисквит Шоколад» набрали меншу кількість балів: відповідно 26,5 та 25,2, що відповідає добрій якості.

Асортимент кондитерських виробів, що реалізуються в магазині «Цукерня» достатньо широкий, найбільшу його частку займають цукерки – 35 % та печиво – 33 %. Найбільше позицій цукерок представлено виробником ЗАТ «Виробниче об'єднання «Конті» – 33 % та АТЗТ «Харківська бісквітна фабрика» – 31 %. В меншій мірі представлена продукція ЗАТ «Житомирські ласощі» – 23 %, найменшу частку займає ЗАТ «АВК» – 13 %. Цукерки виробництва ЗАТ «Житомирські ласощі» в магазині представлені цукерками шоколадними – 25 %, цукерками з комбінованими корпусами – 10 %, цукерками помадними – 30 %, та цукерками типу праліне – 35 %.

Цукерки виробництва ЗАТ «Виробниче об'єднання «Конті» в магазині «Цукерня» найбільше представлені цукерками шоколадними – 41 % та цукерками з комбінованими корпусами – 21 %. Частка інших видів цукерок були на рівні 10–14 %. Частка цукерок, які виробляє «Харківська бісквітна фабрика» в магазині розподілились майже однаково: від 17 до 24 %.

Виробник кондитерської продукції ЗАТ «АВК» в магазині представлений лише двома видами цукерок: цукерки шоколадні – 7 асортиментних позицій, або 58 % та цукерки типу праліне – 5 асортиментних позицій, або 42 %.

Якщо розглядати асортимент цукерок не поділяючи їх на виробників, то найбільше в магазині шоколадних цукерок – 34 % та цукерок типу праліне – 23 %. Найменше представлені цукерки неглазуровані – лише 5 %.

Проведені розрахунки стійкості і новизни асортименту цукерок у магазині «Цукерня».

Стійкість асортименту – здатність набору товарів задовольняти попит на одні і ті ж товари. Особливістю таких товарів є наявність стійкого попиту на них. Коефіцієнт стійкості – відношення кількості різновидностей і найменувань товарів, які користуються стійким попитом у споживачів (59), до загальної кількості видів, різновидностей і найменувань товарів тих же однорідних груп (88).

Коефіцієнт стійкості у магазині «Цукерня»:

$$K_c = (59 / 88) 100 \% = 67,1 \%$$

Коефіцієнт оновлення асортименту в магазині становить 30 %. Тобто можна говорити про те, що властивість набору продукції задовольняти змінні потреби за рахунок нових товарів здійснюється успішно.

Асортимент продукції постійно змінюється, виробник шукає більш раціональні способи задоволення реально існуючого попиту товару. Споживацькі смаки зростають, тому збалансованість асортименту відіграє велику роль в діяльності підприємства.

## Список використаних джерел

1. ГОСТ 5897-90 «Изделия кондитерские. Методы определения органолептических показателей качества, размера, массы нетто и составных частей».
2. ДСТУ 4135:2014 «Цукерки. Загальні технічні умови».

## БАРВНИКИ В ХАРЧОВИХ ПРОДУКТАХ

**Д. Р. Трус**, спеціальність Експертиза та митна справа, група ЕМС-11;

**Н. О. Офіленко**, к. с.-г. н., доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Барвники відомі в житті людини з давніх часів, коли для фарбування тканин та харчових продуктів застосовувались природні барвники, переважно рослинного походження. Розвиток органічної хімії обумовив можливість синтезу синтетичних барвних речовин. Однак, відомо, що в організмі людини немає ферментів, які б гідролізували синтетичні барвні речовини, тому вони в ньому накопичуються й утворюють алергени, що важко виводяться з нього.

Незважаючи на суворий державний контроль за безпекою та якістю продуктів харчування і харчових добавок, у торговельній мережі часто з'являються неякісні продукти, які містять забороновані до використання барвні речовини.

Метою наших досліджень було, по-перше, аналіз, узагальнення та систематизація даних про використання натуральних та синтетичних барвників, по-друге, визначення вмісту синтетичних барвників в окремих групах харчових продуктів, у тому числі і безалкогольних напоях, що реалізуються в торговельній мережі.

Основні причини використання барвників в продуктах харчування:

— постійне підвищення вимог споживачів до якості та асортименту продуктів харчування;