



Центральна спілка споживчих товариств України
Львівський торговельно-економічний університет
Факультет товарознавства, управління
та сфери обслуговування

ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ АСОРТИМЕНТОМ, ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕКОЮ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

Матеріали VII-ої Міжнародної
науково-практичної конференції

05 грудня 2019 року
м. Львів

ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ
**ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ ТОВАРОЗНАВСТВА, УПРАВЛІННЯ ТА СФЕРИ
ОБСЛУГОВУВАННЯ

**VII МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**
(у дистанційній формі)

***ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ
АСОРТИМЕНТОМ, ЯКІСТЮ ТА
БЕЗПЕКОЮ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ***

05 ГРУДНЯ 2019 РОКУ
М. ЛЬВІВ

УДК 339.1:330.341.1(06)

Ф 79

**Поширення і тиражування без офіційного дозволу
Львівського торговельно-економічного університету заборонено**

Ф 79 Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг : Матеріали VII-ї міжнародної наук.-практ. конф. : (Львів, 05 грудня 2019 року) : тези доповідей / Відп. ред. П. О. Куцик. Львів : Видавництво «Растр-7», 2019. – 214 с.

ISBN 978-617--7728-99-8

У збірнику опубліковано матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг». На основі теоретичних та експериментальних досліджень представлено інноваційні досягнення в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг, досягнення індустрії гостинності та готельно-ресторанного бізнесу, менеджменту, експертної діяльності, технологій торгівлі та підприємництва. Запропоновано шляхи створення нових підходів у даних напрямках.

Редакційна колегія: П. О. Куцик, к. е. н., професор, ректор Львівського торговельно-економічного університету; В. В. Гаврилишин – к. т. н., доц., декан факультету товарознавства, управління та сфери обслуговування; І. В. Сирохман – д. т. н., професор, завідувач кафедри товарознавства, технологій і управління якістю харчових продуктів; І. В. Ємченко – д. т. н., професор, завідувач кафедри митного та технічного регулювання; М. П. Бодак, к. т. н., доц.; Л. І. Гірняк, к. т. н., доц.; І. В. Донцова, к. т. н., доц.; В. Т. Лебединець, к. т. н., доц.; Н. А. Терешкевич, к. т. н., доц.

УДК 339.1:330.341.1(06)

Публікується в авторському варіанті

Електронний варіант збірника матеріалів конференції розміщений на сайті <http://fakultet.site/nauka/>

ISBN 978-617--7728-99-8

© Львівський торговельно-економічний університет, 2019

© Видавництво «Растр-7», 2019

собою знежирене молоко, яке містить 1,2% розчинного дієтичного волокна, залізо (1,8 мг / 100 мл) і цинк (1, 2 мг / 100 мл). Продукт призначений для жінок в літньому віці, що турбуються за своє здоров'я.

Відомі стерилізовані молочні продукти збагачені вітамінами, мінеральними речовинами, дієтичними волокнами, але в них відсутня біологічно активна речовина - ангіогенін. Біологічна цінність стерилізованого молока значно нижче пастеризованого, тому що вона знижується в результаті стерилізації, при цьому ангіогенін практично повністю руйнується.

Так, в стерилізованому молоці виявлено лише сліди ангіогеніну. Ангіогенін є білок, присутній в коров'ячому молоці, який був виявлений вперше в 1985 р (Bond M., Vallee B.U / Biochemistry. - 1988. - Vol. 27 - р. 6282-6287). Відомо, що ангіогенін індукуює процес формування кровоносних судин. Ангіогенін позитивно впливає на ряд біологічних реакцій, в тому числі надає імунomodulatory ефект. Він гнітюче впливає на патогенні мікроорганізми. Тому доцільно включення в стерилізовані молочні продукти цього цінного біологічно активної речовини для поліпшення забезпеченості населення мікронутрієнтів [4].

Отже, перспективними і актуальними являються наукові розробки щодо створення пастеризованого і стерилізованого молока з додаванням натуральних компонентів для підвищення біологічної цінності продукту.

Список використаних джерел

1. Горбатова К.К. Химия и физика молока и молочных продуктов/ К.К. Горбатова, П.И. Гунькова; Под общ. ред. К.К. Горбатовой. – СПб.:ГИОРД, 2014.– С. 17-114.
2. Тепел А. Химия и физика молока / А. Тепел; Пер. с нем. под ред. С.А. Фильчаковой. – СПб.: Профессия, 2012. – 832 с.
3. Погарская В.В. Активация гидрофильных свойств каротиноидов растительного сырья: монография /В.В.Погарская, Р.Ю.Павлюк, А.И.Черевко, В.А.Павлюк, Н.Ф. Максимова; Хark. гос. ун-т пит. и торговли; Хark. торг.-эконом. инс-т; Киевск. нац. торг.-эконом. ун-т – Х., 2013. - 345 с.
4. Стерилизованное молоко, обогащенное ангиогенином [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://findpatent.ru/patent/218/2182791.html>

УДК 663.8; 658.6

**Гребьонкіна Ю.К., студ. ОС «магістр», Омельченко Н. В., к.т.н., проф.
Державний заклад «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка»**

ОСОБЛИВОСТІ ІСТОРИЧНОЇ ТА ГЕОГРАФІЧНОЇ НАЗВИ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА АСОРТИМЕНТ БРЕНДІ

Проблемі географічних зазначень при виробництві «коньячної» продукції присвячено чимало публікацій [1–6]. Свою назву напій коньяк отримав від ім'я міста Коньяк, регіону Пуату – Шаранта, департаменту Шаранта, Франції, з яким його пов'язує історичне минуле. Саме тому, напій може називатися «коньяком» якщо він виготовлений у французькій провінції Cognac. Міцні

напої інших країн, вироблені за подібною технологією продаються під назвою «бренді». Тому назва «коньяк», географічні межі виробництва і технологія виробництва суворо визначені, регламентовані і закріплені численними законодавчими актами [4, 7] Коньяк є споконвічно французьким продуктом. Міцні напої інших країн, а також вироблені у Франції поза регіоном Шарант, із спирту, отриманого дистиляцією виноградних вин (бренді), не мають права іменуватися коньяком на міжнародному ринку. На маркуванні французьких коньяків використовують літери латинського алфавіту – початкові літери відповідних англійських слів: E – «спеціальний»; F – «чудовий»; V – «дуже»; O – «старий»; S – «прекрасний»; P – «блідий»; X – «екстра» [8]. Наприклад, поєднання букв VS на пляшці з коньяком є свідченням того, що ви маєте справу з «дуже прекрасним» коньяком.

Разом із тим, коньяк – це алкогольний напій міцністю 40 градусів, вироблений з соку деяких сортів винограду методом подвійної перегонки (дистиляції) і витримуваний в дубових бочках не менше 30 місяців. Крім того називати свою продукцію «Cognac» (коньяк) мають право тільки винороби однойменного регіону у Франції. Таким чином, коньяк є одним з найпоширеніших видів бренді, його відмінності від інших бренді полягають в наступному: для виробництва використовується сік тільки білих сортів винограду; подвійна дистиляція (перегонка); тривала витримка в дубових бочках; натуральні інгредієнти (в деяких інших видах бренді допускається використовувати барвники і карамелі); міцність близько 40 градусів; унікальний географічний регіон виробництва (французька провінція Cognac); захищена авторським правом назва.

Отже, бренді – це група міцних (40–60% об.) алкогольних напоїв, які одержують шляхом дистиляції ферментованого фруктового соку (виноградного, яблучного, вишневого і т.д.) [9, 10]. Бренді – міцні алкогольні напої з характерним букетом і смаком, що виготовляються з витриманих у дубовій тарі або у ємностях з нержавіючої сталі з дубовою клепокою спиртів, отриманих шляхом дистиляції виноградної сировини, у спосіб доведення їх до кондицій готових напоїв пом'якшеною водою з додаванням цукрового сиропу та цукрового колеру. Із цих тверджень, можна зробити висновок, що термін «бренді» скоріше виступає означенням технології виробництва, а ніж назви алкогольного напою.

Розрізняють виноградні та плодово-ягідні бренді. У групі виноградних бренді виділяють французькі, іспанські, італійські, болгарські, грецькі, португальські, бренді Німеччини та Сполучених штатів тощо [10]. В сучасному асортименті плодово-ягідних бренді наявні ще кілька видів в залежності від сировини: кальвадос (яблучний сік); кіршвассер (вишневий сік); фрамбуаз (малина); граппа і чача (виноградний сік). Залежно від термінів витримки та якості бренді поділяють на ординарні та марочні. Ординарні бренді виготовляють з коньячного спирту, який витримується три, чотири або п'ять років. Ці напої розрізняють за кількістю зірочок (три, чотири або п'ять) [8]. Марочні бренді виготовляють з коньячних спиртів, що витримувалися у дубових бочках не менше шести років. їх поділяють на такі групи:

«КВ» – бренд витриманий (коньячний спирт, витриманий не менше шести років); має благородний золотистий колір, вражає м'якістю і гармонійністю смаку. Він пікантний, але неагресивний. М'які дубові тони урівноважені квітково-ванільним ароматом;

«КВВЯ» – бренд витриманий вищої якості (коньячний спирт, витриманий не менше восьми років); має дуже багатий золотисто-бурштиновий колір і спокусливий тривалий післясмак;

«КС» – бренд старий (коньячний спирт, витриманий не менше десяти років); має темно-бурштиновий колір з відтінками старого золота. Перші ноти демонструють хвилюючий аромат шоколаду, неповторний, а м'який витончений смак поєднується з благородністю, яку надає час. Післясмак поступово відкриває глибинний смак напою;

«ДС» – бренд дуже старий (коньячний спирт, витриманий не менше п'ятнадцяти років).

За оцінками фахівців, бренди, які виготовляються в Україні, за смаковими якостями близькі до класичних французьких. Справа в тому, що географічна широта, на якій перебувають українські виноградники, майже збігається з широтою долини Шаранти. Для внутрішнього ринку обіг назви «коньяк» можливе, але тільки за умови літератури кирилицею – «cognac». Але це буде легітимним лише до 2026 року, що визначено в Угоді про Асоціацію Україна – ЄС [11]. Згідно з цим документом, навіть, «найстаріший» марочний український коньяк стає за межами України українським брендом (Ukrainian Brandy). І тому, у країнах Європи цей продукт можливо продавати тільки при нанесенні напису Brandy. У разі порушення Угоди винна сторона підлягає штрафним санкціям і вилучення із обігу продукції.

В Україні виготовляють коньячні напої витримані старих елітних торгових марок, та з використанням сучасних технологій. Асортимент брендів українських виробників представлений такими торговими марками: Бренд Таврія Каховський Classik 40%; Бренд Десна Select виноградний 40%; Бренд Француз V.S. 3 роки 40%; Бренд Коблево 40%; Бренд Шабо Шабський Luxe 40%. За твердженнями виробників, ідентифікаційні ознаками означених брендів майже не відрізняються від французьких коньяків. Проте, ще раз звернемо увагу, що виробники з України не мають права, за сучасним законодавством, називатись «коньяками», а тому мають назву «бренди». Їх також, як і коньяки, отримують шляхом дистиляції ферментованого виноградного вина із винограду.

Список використаних джерел

1. Види коньяків. Вишукані сорти коньяків в Бруннен // Brunnen. Режим доступу: <http://brunnen.if.ua/alkogol/vydy-koniakiv-vyshukani-sorta-koniakiv-v-brunnen.html>.
2. Проблеми та перспективи розвитку коньячної галузі в Україні // Аграрний тиждень. Україна. Режим доступу: <http://a7d.com.ua/agropoltika/1495-problemi-ta-perspektivi-rozvitku-konyachnoyi.html>.
3. Огризько О., Акуленко Л., Шатова І. Як виконати Асоціацію: прощання з коньяком. Інфографіка // Статті / Європейська правда. Міжнародна безпека та євроінтеграція України. Режим доступу: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2014/10/13/7026747/>.
4. Географічні зазначення. Коли наш коньяк стане брендом?. Режим доступу:

<http://www.eurointegration.com.ua/files/5/d/5ddb2eb-gi.pdf>.

5. Наливайко А. В., Омельченко Н. В. Особливості виконання зобов'язань України та ЄС щодо використання географічних зазначень при виробництві продукції. Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 20–22 березня 2017 р.). Полтава: ПУЕТ, 2017. С. 38-40.

6. Омельченко Н. В., Браїлко А. С. Перспективи адаптації коньячної продукції на ринку ЄС в контексті реалізації експортного потенціалу України. Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг: матеріали IV міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 24 листопада 2016 р.). Львів: Видавництво «Растр-7», 2016. С. 32–35.

7. Коньяк // Статті / Вікіпедія. Вільна енциклопедія. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%8C%D1%8F%D0%BA>

8. Луканіна О. С., Сидоренко О. М. Критерії визначення віку коньячних спиртів // Вісник аграрної науки. Зберігання та переробка продукції. 2016. С. 51–60. Режим доступу: http://quercus.com.ua/publikacii/17_ua.pdf

9. Разниці между коньяком и бренди. Режим доступу: <https://alcofan.com/otlichiya-konyak-aot-brendi.html>.

10. Бренді // Статті / Вікіпедія. Вільна енциклопедія. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%96>

11. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Угода, Список, Міжнародний документ редакція від 30.11.2015 // База даних «Законодавство України» / ВР України. Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/984_011.

УДК 664.681.1

**Давидович О. Я., к.т.н., доц., Гришук А. В., студ. ОС «магістр»
Львівський торговельно-економічний університет**

ІННОВАЦІЙНІ ФРУКТОВО-ЯГІДНІ ДОБАВКИ ДЛЯ ПЕЧИВА

Печиво посідає значне місце за обсягами виробництва в кондитерській галузі та має стійкий попит у населення. Аналіз його хімічного складу свідчить про незбалансованість, що пов'язано з високим вмістом жирів, вуглеводів та відносно низьким – білків, харчових волокон, вітамінів, мінеральних речовин тощо. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває вирішення питань збалансування складу печива за рахунок комплексу біологічно активних природних добавок.

Добавки із фруктово-ягідної сировини в традиційних рецептурах досить широко використовуються для харчових продуктів, однак для печива – обмежено. Саме тому, було досліджено пюре вишневе, яблучне та морквяне (протерта маса із їстівних частин або очищених від шкірки свіжих фруктів, без відділення соку і м'якоті). Хімічний склад досліджуваних пюре характеризується незначною кількістю білків (до 1,3 %) і жирів (не більше 0,4 %) і високим вмістом вітамінів, мінеральних речовин, вуглеводів та органічних кислот.

Фруктово-овочеві пюре додавали у кількості 12 % до маси борошна в тісті (8 % до готової продукції). Для цього основну сировину (меланж, молоко незбиране, маргарин, інвертний сироп) заміняли на безводні аналоги (яєчний

Лебединець В.Т., Уманець В.Т., Зборовський А. І. ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННИХ ДОБАВОК ДЛЯ БОРОТЬБИ З ПЛІСНЯВІННЯМ ХЛІББУЛОЧНИХ ВИРОБІВ	80
Лебединець В.Т., Ягельницька Ю.С., Олеш Р. А. ФІТОНЦИДИ – ПРИРОДНІ ІНГІБІТОРИ ПСУВАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	82
Лукаш І. І., Романенко О. В. ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРОЗНАВЧИХ ХАРАКТЕРИСТИК ТА СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ФАНЕРИ	85
Решетило Л.І. М'ЯСО ЯК МОЖЛИВЕ ДЖЕРЕЛО ЗАРАЖЕННЯ ТРИХІНЕЛЬЗОМ	88
Стецюк О. А., Лебединець В.Т., Тимчук В. І. ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА КОВБАСНИХ ВИРОБІВ З ВИКОРИСТАННЯМ АКТИВНИХ ОБОЛОНОК НА ПІДПРИЄМСТВАХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ	90
Турчиняк М.К., Синьович Я.А. ВПЛИВ СИРОВИНИ НА ФОРМУВАННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ЗДОБНОГО ПЕЧИВА	93
ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМОК	
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА ТЕНДЕНЦІЇ	
АСОРТИМЕНТУ ТОВАРІВ	
Андріїв М.І., Бліщ Р.О. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕХНОЛОГІЇ ПИВОВАРІННЯ	96
Бліщ Р.О., Петришин Н.З. РОЛЬ СКЛАДУ ВОДИ І МІКРОЕЛЕМЕНТІВ У ФОРМУВАННІ ЯКОСТІ ПИВА	98
Гаврилишин В.В., Ковач М.М. ВІД ТЕРРУАРУ ДО ВИНА	100
Галас Д.М., Турчиняк М.К. ІННОВАЦІЙНІ СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ БІОЛОГІЧНОЇ ЦІННОСТІ МОЛОКА	102
Гребьонкіна Ю.К., Омельченко Н. В. ОСОБЛИВОСТІ ІСТОРИЧНОЇ ТА ГЕОГРАФІЧНОЇ НАЗВИ, КЛАСИФІКАЦІЯ ТА АСОРТИМЕНТ БРЕНДІ	105
Давидович О. Я., Гришук А. В. ІННОВАЦІЙНІ ФРУКТОВО-ЯГІДНІ ДОБАВКИ ДЛЯ ПЕЧИВА	108
Лебединець А.І. КЕКСИ ДЛЯ БЕЗГЛЮТЕНОВОГО ХАРЧУВАННЯ	110
Ліба І. В., Сирохман І. В. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ	112
Палько Н. С., Садніцький М. Л. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ МАКАРОННИХ ВИРОБІВ	115

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ АСОРТИМЕНТОМ,
ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕКОЮ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ
(у дистанційній формі)**

Матеріали VII-ої Міжнародної науково-практичної конференції

За зміст повідомлень редакція відповідальності не несе

Відповідальний за випуск М. П. Бодак

Підписано до друку 26.11.2019 р.
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Друк цифровий.
Умовн. друк. арк. 12,43. Обл.-вид. арк. 11,11.
Наклад 100 прим.

Видавець: ТзОВ «Растр-7»
79005, м. Львів, вул. Кн. Романа, 9/1
тел./факс. 032 235 52 05, 235 72 13
e-mail: rastr.sim@gmail.com www.rastr-7.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ЛВ № 22 від 19.11.2002 р.