

2. Карпеня, Г.М. Экологическое земледелие – залог здоровой жизнедеятельности / Г.М. Карпеня // Наше сельское хозяйство. Агрономия; редкол.: В.В. Исаенко (гл. ред.). – Минск, 2012. - № 14 (49). – С.86-94.
3. Лапа, В.В. Производство органической продукции: преимущества и недостатки / В.В. Лапа, Т.М. Серая, С.А. Касьянчик, Е.Н. Богатырева // Наше сельское хозяйство. Агрономия; редкол.: В.В. Исаенко (гл. ред.). – Минск, 2012. – №20 (55). – С.72-77.
4. Лещиловский, П. Органическое земледелие: история возникновения, основные принципы / П. Лещиловский, М. Онипко // Аграрная экономика. – Вып.10, 2009. – С.59-62.
5. Методика исследований по культуре картофеля // НИИ картофельного хозяйства. Ред. кол. Н.С. Бацанов [и др.]. М.: 1967.
6. Практические рекомендации по ведению экологически чистого сельского хозяйства в Республике Беларусь // Составители: Тарасенко С.А., Свиридов А.В. – Минск – Гродно – Вилейка, 2006.
7. Семенас, С. Органическое сельское хозяйство в Беларуси / С. Семенас, Д. Синицкий. – Минск, 2009.
8. Скоропанова, Л.С. Развитие рынка органической продукции / Л.С. Скоропанова // Наше сельское хозяйство; редкол.: В.В. Исаенко (гл. ред.). – Минск, 2011 - №9. – С.72-75.
9. Хоменчук, А. Мир органического сельского хозяйства: основные тенденции развития / А. Хоменчук // Аграрная экономика. – Вып. 1, 2011. – С.50-59.
10. Willer, H. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2009: Summaru [Electronic resource] / H. Willer, L. Klicher. – Mode of access: <http://www.organic-world.net>. – Date of access: 12.11.2012.

УДК 663.5

ВОЗВРАЩЕНИЕ К ИСТОКАМ

Нагурная Н.А., к.т.н., доцент, Турчун Е.В. соискатель,

Яценко С.И., соискатель

*Черкасский государственный технологический университет,
г. Черкассы, Украина*

Введение

По заключению Консалтингового агентства «МаркетЭдвайс» производство водки в России находится в состоянии стагнации. Не лучшим образом обстоят дела и в Украине. Системный анализ эмпирической базы данных по влиянию основных составляющих качества на конечный продукт – вод-

ку, проведенный рядом диссертантов в Украине, указывает единственный выход из ситуации – внедрение инновационных технологий в отрасли.

Основная часть

Глобальный рынок алкоголя привел к тому, что такие марки, как «Smirnoff», «Gordon's» и «Bacardi» перестали быть эмблемами региональных или национальных спиртных напитков и стали международными торговыми марками. Некоторые старинные узы междустранами и традиционными видами алкоголя были расторгнуты. Благодаря колоннам непрерывной дистилляции «нейтральный» питьевой спирт можно было производить в любой стране, что позволяло каждому, кто обладал необходимым оборудованием, выпускать свои сорта джина, водки и рома [1, 2, 3, 4, 5]. Больше не было необходимости готовить дистиллят исключительно из местных ингредиентов в надежде на то, что они помогут сохранить изначальный колорит.

Казалось, наступает эпоха всеобщей уравниловки, однако шотландский виски и «фрусская водка» продолжали удерживать свои позиции. В 1970 – х и 1980 – х годах смещение симпатий от виски к водке становилось все более выраженными. В целом начиная с конца 70 – х годов XX в, употребление «коричневых спиртов» значительно сократилось – причем, что характерно, на традиционных рынках сбыта [1,4]. Строго говоря, снизился спрос на старые бренды, включая джин и ром (если не считать «Bacardi»). Отчасти это было связано с тем, что новое поколение любителей спиртного не хотело пить те же напитки, что любили их родители. В 1980 – х годах многие вообще не хотели употреблять крепкий алкоголь [1,2].

Появление транснациональных компаний, торгующих разнообразной продукцией, заново открыло рынок, и некогда специализированные местные товары стали международными марками. По отношению к спиртным напиткам это означало, что например, коньяк продавался в той же сети и теми же методами, что и водка, ром, виски и джин. В итоге у нас есть широчайший выбор, но гораздо меньше понимания, чем когда – либо раньше. Никогда еще спиртное не было столь отдаленным от своего духовного источника [1,2, 4, 7].

Разумеется были исключения. Небольшие производства в Коньяке и Арманьяке сумели сохранить свою индивидуальность, а некоторые дальновидные производители солодового виски из Шотландии всегда сохраняли уверенность в том, что люди в конце концов обязательно будут проявлять интерес к старинным традициям и качественной ручной работе [1, 4, 7].

А что касается водки, то рухнул «железный занавес» и теперь у «Столичной», «Московской», «Польской» и классических сортов ароматизиро-

ванной водки, изготовленных в течении столетий, появился шанс закрепиться на международном рынке.

Эти сорта водки являются ударной силой на рынке по той простой причине, что термин «premium» приравнивается к «импортный», будь то продукт из Дании, Польши, Украины, Финляндии, России, или Швеции. Поскольку они происходят из стран со старинными традициями изготовления водки, то сохраняют привлекательность для новых потребителей, которые хотят пить «аутентичные» напитки [6].

Сегодня молодые гурманы ищут напитки, которые имеют свою родину и говорят сами за себя. К хорошему крепкому алкоголю относится так же, как к марочному вину. Любители спиртного не только хотят знать, откуда происходит тот или иной сорт и каков он на вкус; они хотят знать, откуда появился этот вкус и кто является изготовителем. Создатели спиртных напитков снова приобрели более важное значение, чем менеджеры по маркетингу. Спустя долгое время «человеческий» фактор в производстве алкоголя снискал то внимание, которого он заслуживает.

Современные покупатели имеют широчайший выбор высококачественных крепких напитков. Возможно, за долгие века некоторые из них утратили частичку своей таинственности и экзотичности, но в последнее время приобрели нечто не менее важное : гарантию принадлежности к месту изготовления.

И в тоже время, в августе 2010 года Консалтинговое агентство «МаркетЭдванс» провело маркетинговое исследование рынка этиловых спиртов и водок в России. Цель исследования – определение аспектов рынка этиловых спиртов, включая вопросы снабжения потребителей, аспектов экономического и политического влияния на развитие ситуации на российском рынке водочной продукции. Исследование проходило путем экспертного интервью специалистов 50 крупнейших российских производств отрасли, в числе которых : Московский завод «Кристалл», «Исток», «Ладога ПГ», «Уралалко», группа «Ост», «Топаз» и другие [5, 6].

По заключению агентства «МаркетЭдванс» производство водки в РФ в основном находится в состоянии стагнации по причине того, что 62% из числа опрошенных не вывели за 2008 – 2009 годы на рынок ни одну новую водку [5].

В Украине за этот период времени было выведено на рынок целый ряд водок – это и «Хлібний дар», «Цельсій», «Козацька рада», «Мороша», «Перепілочка» и другие, но количественных водок не решает проблем инновационного развития отрасли.

Системный анализ технологии производства водки, проведенный рядом исследователей, определил два направления дальнейшего совершенствова-

ния техники и технологии приготовления водки: поиск новых видов и форм сорбентов для использования в существующих аппаратных формах с целью интенсификации адсорбционных процессов, происходящих при обработке сортировок; поиск и разработка новых процессов на основе новых форм сорбентов и разработка новой аппаратуры [3, 4, 5, 6]. Оба направления интенсивно и не без успехов получили большое развитие, особенно в применении новых сорбентов, таких как палыгорскит и шунгит не только для очистки воды, но и сортировок [3, 5, 6].

И еще раз об «аутентичности» напитков. Из записок генерального пидскарбия Запорожской Сечи Марковича знакомимся с кухней казацкой старшины: «Де їється смачно, там і п'ється ... У ті часи всяких напоїв уживали стільки ж, що й страв. Стіл красувався безліччю пляшок, чарок, кухликів, пугарів. Не раз він ходив до свого «склепу» - півниці й там переливав горілку з бочок до пляшок або пробував смак наливки, зроблених на різні рецепти. Горілка була проста й подвійна, вишнівка, слив'янка, дулівка, ганусова, полинівка, алембікова, рожана, царгородська, карбунколова, алькermесова, персикова, цинамонова, еліксир, росоліс» [7]. И это XVI век, а какой выбор напитков! Зачем нарабатывать новые рецептуры, если многие из «старых» напитков незаслуженно забыты? А готовили эти напитки наши предки из натурального сырья – зерно, фрукты, которые росли в садах, и никаких подсластителей, красителей, загустителей и прочих пищевых добавок.

Заклучение

Уверены, что только объединение инновационных технологий со старинными рецептами «брендов» даст новое дыхание отрасли и позволит снова увидеть на полках специализированных магазинов забытые «Спотыкач», «Старку» и многие другие не заслуженно забытые напитки.

Литература

1. Брум Д. Крепкие алкогольные напитки мира / Д. Брум. – М.: Эскимо, 2008.
2. Мироненко О. Вина мира /О. Мироненко, Л. Ковальчук, О. Лесняк – М.: Мир энциклопедий Аванта, Астрель. 2011.
3. Макаров С.Ю. Инновационные технологии оборудования и производства лекероводочных напитков / С.Ю. Макаров, И.Л. Славская– М.: Де Липринт. 2011.
4. Производство водок и лекероводочных изделий / И.И.Бурачевский, Р.А.Зейнуллин, Р.А.Кунакова, В.А.Поляков, В.И.Федоренко // по ред. И.И. Бурачевского. – М.: ДеЛипринт. 2009.
5. Мельник Л.М. Наукове обґрунтування і розробка технології адсорбційного очищення і зневоднення спиртових розчинів природними сорбентами: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня доктора технічних наук:

05.18.07 «Технологія продуктів бродіння» / Людмила Миколаївна Мельник; національний університет харчових технологій. – К., 2006.

6. Олійник С.І. Удосконалення технології кондиціонування води для лікєро – горілчаного виробництва: автореферат. дис. на здобуття наукового ступеня канд. тех. наук: 05.18.07 «Технологія цукристих речовин та продуктів бродіння» / Світлана Іванівна Олейник; Національний університет харчових технологій. – К., 2012.

7. Бортник О.И. Крепкие спиртовые напитки / О.И. Бортник. – Минск.: Харвест, - 2010.

УДК 663.5

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЧИСТКИ СОРТИРОВКИ В ЛИКЕРОВОДОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**Турчун Е.В., соискатель¹, Нагурная Н.А., к.т.н., доцент¹,
Маринченко В.О., д.т.н., профессор²**

¹*Черкасский государственный технологический университет,
г. Черкассы, Украина*

²*Национальный университет пищевой промышленности,
г. Киев, Украина*

Введение

В настоящее время ликеро-водочные заводы используют в качестве сорбента для очистки сортировки – активированный уголь. Но с усовершенствованием технологий заводы используют инновационные технологии для очистки сортировки, которые позволяют улучшить органолептические показатели водки.

Основная часть

Водка – крепкий алкогольный напиток, смесь ректификованного этилового спирта с водой. Этиловый спирт вырабатывают из ржи, кукурузы, пшеницы, ячменя, мелассы. В настоящее время при приготовлении водки смесь спирта с водой (сортировку) пропускают через активированный уголь, а затем фильтруют [1, 2].

Важнейшим участком, во многом определяющим качество водки является фильтрация через слой сорбента. Технология с динамическим способом обработки водноспиртовых растворов (сортировок) активным углем в производстве водок сложилась многие десятилетия назад. Она по-прежнему обеспечивает высокое качество продукции. Уровень механизации, автоматизации и энергетического обеспечения того времени предопределили размещение технологического процесса по вертикали, максимально обеспечивающего принцип самотёка. Это характерно для всех за-