

онах. Недолік його в кормах знижує приріст живої маси і погіршує якість м'яса.

Важлива умова отримання високої м'ясної продуктивності овець – забезпечення тварин раціонами, збалансованими не тільки за вмістом протеїну, але і амінокислот. Недодача в раціонах овець таких незамінних амінокислот, як метіонін і лізин, можна заповнити введенням в їх склад відповідних добавок. При додаванні в раціони овець синтетичних амінокислот, зокрема метіоніну, не тільки інтенсивніше використовується азот у передшлунках і поліпшується засвоюваність поживних речовин корму, але і поліпшується якість м'яса.

ЛІТЕРАТУРА

1. Житенко П. В. Ветеринарно-санитарная експертиза продуктов животноводства / П. В. Житенко, М. Ф. Боровков. – М. : Колос, 2000. – 324 с.
2. Ковбасенко В. М. Ветеринарно-санітарна експертиза з основами технології і стандартизації продуктів тваринництва / В. М. Ковбасенко. – О., 2003. – Т. 1. – 302 с.
3. Рогов И. А. Общая технология мяса и м'ясопродуктів / И. А. Рогов, А. Г. Забашта, Г. П. Казюлин. – М. : Колос, 2000. – 268 с.
4. Сидоров М. А. Микробиология мяса и м'ясопродуктів / М. А. Сидоров, Р. П. Корнелаева. – М. : Колос, 2000. – 368 с.

УДК 637.5.636.32/38

ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА ВАРЕНИХ КОВБАС

**Ю. Г. Бургу, кандидат сільськогосподарських наук;
В. С. Хруль**

У сучасних умовах ринкових відносин проблема контролю якості, формування асортименту, умов транспортування, зберігання, реалізації і забезпечення населення товарами народного споживання стоїть дуже гостро [6].

У системі суспільного виробництва на всіх ступенях його розвитку значне місце належить виготовленню м'ясних продуктів.

На ринок України надходить широкий асортимент ковбасних виробів вітчизняного виробництва і не всі вони відповідають діючим вимогам.

Розширення самостійності м'ясопереробних підприємств, поява нових джерел надходження на споживчий ринок м'ясної продукції різної за якістю, в тому числі фальсифікованої, вимагає всебічного комплексного контролю її якості, відповідності нормативно-технічній документації.

Якість продукції повинна постійно вдосконалюватись відповідно до вимог споживачів,

які визначаються відношенням попиту і пропозиції продукції на вітчизняному ринку країни.

Продовольчі товари забезпечують постійну фізіологічну потребу людини в харчових речовинах для підтримання нормальної її життєдіяльності важливе значення мають м'ясо та м'ясні продукти.

М'ясо є одним із головних джерел тваринного білка – найголовнішого елементу споживання, який не може бути замінений іншим продуктом. Але м'ясо відноситься до швидкопсувних продуктів харчування, тому його переробляють на різні види м'ясопродуктів і копчення, консерви, ковбаси [2].

Ковбасні вироби – це продукти з м'ясного фаршу із сіллю і спеціями, в оболонці чи без неї, піддані термічній обробці або ферментації до готовності для споживання. Вони характеризуються високою харчовою цінністю завдяки вдалому поєднанню сировини і відповідній

ій обробці. Згідно з даними Держкомстату, виробництво ковбасних виробів збільшується з кожним роком. Якщо в червні 2006 р. в Україні було виготовлено 24,1 млн кг, в червні 2007-го – 27,9 млн кг, то в червні 2008-го – вже 29,2 млн кг [1].

З метою оцінки якості варених ковбасних виробів, що реалізуються в роздрібній торговельній мережі м. Полтави, було закуплено продукцію трьох найменувань, а саме: варена ковбаса «Казка» вищого гатунку; «Михайлівська» 1 гатунку; «До піци» 2 гатунку.

Перераховані види варених ковбас є продуктом виробництва ТОВ «Полтавський гостинець», що знаходиться за адресою м. Полтава, вул. Половка, 63.

Для дослідження якості варених ковбас було проведено органолептичну, дегустаційну оцінку якості, а також визначені фізико-хімічні показники.

Для цього були відібрані зразки ковбас згідно з ГОСТом: 9792-73 «Ковбасні вироби і продукти зі свинини, баранини, яловичини та інших видів забійних тварин і птиці. Правила приймання і методи відбору проб» [5].

Від відібраних зразків ковбасних виробів проби вирізають у поперечному напрямку на відстані не менше ніж 5 см від краю. Середня проба для ковбасних виробів в оболонці складається з двох проб загальною масою 200–250 г.

Особливу увагу звертають на санітарний стан тари, вимірюють температуру в товщі батона.

Визначення якості ковбасних виробів органолептично проводили згідно з ГОСТом 16290-86 «Ковбаси варені» [3]. Для визначення якості готової продукції перевірили форму батона, його розмір і правильність в'язки шпагатом залежно від використаної оболонки – природної чи штучної. Форма в'язки є відмінною зовнішньою ознакою для різних видів і сортів ковбасних виробів.

Дегустаційна оцінка проводилась за 9-бальною системою згідно зі шкалою бальної оцінки ГОСТ 9959-91 «Продукти м'ясні. Загальні умови проведення органолептичної оцінки» за такими показниками: зовнішній вигляд, малюнок на розрізі, колір, запах (аромат), смак, консистенція [4].

Дегустаційна оцінка варених ковбасних виробів проводилась за 9-бальною системою згідно зі шкалою бальної оцінки (ГОСТ 9959-91) за такими показниками: зовнішній вигляд, малюнок на розрізі, колір, запах (аромат), смак, консистенція. Кожний показник має дев'ять рівнів якості: відмінна якість – 9 балів, дуже добра – 8, добра – 7, вища за середню – 6, середня – 5, нижча за середню – 4, незадовільна – 3, погана – 2, дуже погана – 1.

У табл. 1 наведено результати дегустаційної оцінки варених ковбас різного гатунку.

Таблиця 1

Дегустаційна оцінка варених ковбас

| Показник | Зразок № 1 | Зразок № 2 | Зразок № 3 |
|--------------------|------------|------------|------------|
| Зовнішній вигляд | 9 | 7 | 6 |
| Малюнок на розрізі | 8 | 8 | 6 |
| Колір | 9 | 8 | 7 |
| Запах | 9 | 8 | 6 |
| Смак | 8 | 6 | 5 |
| Консистенція | 8 | 7 | 7 |
| Разом | 51 | 44 | 37 |

З табл. 1 бачимо, що зразок № 1 – набрав 51 бал; зразок № 2 – 44 бали; зразок № 3 – 37 балів.

За результатами дегустаційної оцінки навіть варена ковбаса вищого гатунку не набрала найвищої кількості балів – 54. При зниженні

гатунку знижується загальна кількість балів, а відповідно погіршується якість продукції.

Органолептичні показники якості дослідних зразків наведено в табл. 2.

З метою вивчення відповідності варених ковбасних виробів попиту споживачів було

розроблено анкету, на основі якої було проведено дослідження і опрацьовані результати. В анкетуванні взяло участь 20 осіб, з них 15 жінок (75 %) та 5 чоловіків (25 %).

Таблиця 2

Органолептичні показники якості варених ковбас

| Показник | Вимоги стандарту | «Казка» вищого ґатунку | «Михайлівська» 1 ґатунку | «До піци» 2 ґатунку |
|------------------------------------|---|---|--|--|
| Зовнішній вигляд | Батони з чистою сухою поверхнею, без пошкодження оболонки, напливів фаршу, злипань | Поверхня суха, чиста, без пошкоджень оболонки, без напливів фаршу | Батони з чистою сухою поверхнею, без пошкодження оболонки, напливів фаршу, злипань | Батони з чистою, достатньо сухою поверхнею, без пошкодження оболонки |
| Консистенція | Пружна | Пружна | Пружна | Пружна |
| Вид фаршу на розрізі | Рожевий або світло-рожевий фарш рівномірно перемішаний | Рожевий фарш рівномірно перемішаний | Рожевий фарш рівномірно перемішаний | Рожевий фарш рівномірно перемішаний |
| Запах і смак | Властивий даному виду продукту з ароматом прянощів, достатньо солоний, без стороннього присмаку та запаху | Запах і смак властивий даному виду продукту, достатньо солоний | Властивий даному виду продукту з ароматом прянощів, достатньо солоний, без стороннього присмаку і запаху | Властивий даному виду продукту, без аромату прянощів |
| Форма, розмір і перев'язка батонів | Прямі батони довжиною до 50 см з двома перев'язками | Прямі батони довжиною до 50 см з двома перев'язками | Прямі батони довжиною до 50 см з двома перев'язками | Прямі батони довжиною до 50 см з двома перев'язками |

Відносно частоти купівлі, то 10 % опитуваних купує зазначений товар щодня, 45 % – щотижня, 30 % – раз на місяць і 15 % лише на свята.

Споживачі віддають перевагу таким пунктам продажу товару: продовольчому магазину 35 % респондентів; фірмовому магазину виробника – 40; продовольчому ринку – 20 і лише 5 опитаних можуть купувати товар будь-де.

При вивченні показників товару, на які споживачі звертають увагу, можна відзначити, що в першу чергу звертають увагу на зовнішній вигляд товару – 35 % опитаних; 30 – на рецептуру; 20 – на марку товару і 15 – на ціну.

Що стосується марок виробів, то 26 % опитаних віддають перевагу торговій марці «Зоря»; 23 % – ТМ «Фарро»; 19 % – ТМ «Полтавський гостинець»; 17 % – ТМ «Полтавський м'ясокомбінат» і 15 % – ТМ «Глобіно».

На вибір більшої кількості споживачів впливає тип ковбасної оболонки (65 %). При цьому 60 % респондентів віддають перевагу вареним ковбасним виробам в натуральній оболонці.

Щодо якості, то 40 % респондентів відмітили погану якість ковбасних виробів, 50 % – добру якість і лише 10 % – відмінну. Найчастіше причиною поганої якості визначали те, що в склад ковбас введено велику кількість шкідливих речовин (барвники, стабілізатори, ароматизатори та ін.). Також деякі споживачі скаржилися на підробку ковбас, не відповідний колір на розрізі.

А от що стосується асортименту, то 75 % респондентів повністю задоволені, 25 % – не задоволені або не повністю задоволені.

Аналізуючи всі ці дані, ми можемо дійти висновку, що зазначений продукт користується великим попитом у споживачів. Це підтверджується частотою купівлі даного продукту.

Найбільше споживачів віддають перевагу фірмовим магазинам, що свідчить про більшу довіру людей до таких пунктів продажу.

Таким чином, у результаті дослідження ринку варених ковбас було виявлено зростання виробництва даної продукції, незважаючи на зростання цін на продукт попит споживачів не знизився. Можна зазначити, що стрімке збільшення цін призводить до більш широкого

використання добавок і різних замінників. Це спричиняє погіршення якості готової продукції, знижує відповідність вимогам державної нормативної документації. Тому необхідно пам'ятати, що продукція може містити велику кількість речовин, які потенційно небезпечні для здоров'я людини. Шкідливі речовини можуть потрапляти до продуктів з води, повітря, в тому числі на стадіях зберігання, транспортування, пакування, маркування готових харчових продуктів. Уникнути наслідки такого негативного впливу на продукти можливо, забезпечивши надійний захист і контроль якості продукції на всіх стадіях виробництва.

Отже, вивчивши ситуацію на ринку, можна зробити висновок, що стан м'ясопереробної галузі в Україні знаходиться не в найкращій ситуації. Більшість людей не задоволені або не повністю задоволені якістю ковбас, у тому числі й варених. Незважаючи на високі ціни на продукцію, використовується сировина не найкращої якості, іноді недоброякісна сировина, яку поліпшують завдяки введенню стабілізаторів, ароматизаторів та інших добавок.

Для забезпечення стабільного збільшення попиту на варені ковбаси необхідно:

- на м'ясопереробних підприємствах необхідно впровадити експрес-методи з визначення рН м'ясної сировини та підвищити якість виробничого контролю. Саме від правильного сортування сировини, залежно від рН та від використання в комплексі з м'ясом харчових добавок, залежить якість кінцевого виробу;

- постійно проводити опитування споживачів з метою вивчення питання щодо задоволення потреб споживачів і, враховуючи

отримані результати впливати на вихідний продукт;

- зробити асортимент варених ковбас відповідно до вимог споживачів та їх платоспроможності;

- дотримуватись відповідної якості продукції.

Найбільшою проблемою м'ясної галузі в нашій країні є якість товарів, про що свідчать результати опитування споживачів; 40 %, а це дуже високий показник, відмічають погану якість продукту, і лише 10 % повністю нею задоволені. Отже, необхідно врахувати бажання споживачів і постійно підвищувати якість товарів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранов Л. Д. Рынок мяса и мясных продуктов Украины: состояние сырьевой базы на 1 января 2008 года / Л. Д. Баранов // Мясное дело. – 2004. – № 2 – С. 8–11.
2. Богомоллова А. В. Переработка продукции растительного и животного происхождения / А. В. Богомоллова, Ф. В. Перцевой. – С.Пб. : ГИОРД, 2003. – 336 с.
3. Ковбаси варені. Технічні умови : ГОСТ 16290-86. – М., 1986. – 22 с.
4. Продукти м'ясні. Загальні умови проведення органолептичної оцінки 6 ГОСТ 9959-91. – М., 1991. – 16 с.
5. Ковбасні вироби і продукти із свинини, баранини, яловичини та інших видів забійних тварин і птиці. Правила приймання і методи відбору проб : ГОСТ: 9792-73. – М., 1973. – 20 с.
6. Педченко О. В. Рынок колбасных изделий: Маркетинг / О. В. Педченко // Мясной бизнес. – 2004. – № 8. – С. 66–69.