

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ВАРЕНИХ КОВБАС ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Дроздов А.О., гр. ТУМ-44

Науковий керівник – д-р. техн. наук, проф. Одарченко Д.М.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

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.

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. Дослідження проводились з метою вивчення асортименту та визначення оцінки якості варених ковбас, що зберігаються та реалізуються на ринку м. Харкова.

В дослідницькій частині було чітко визначено та організовано постановку експерименту. Для проведення товарознавчої оцінки якості було обрано 10 зразків варених ковбас.

Було проведено товарознавчу оцінку якості зразків за органолептичними та фізико-хімічними показниками. Встановлено, що такими органолептичними показниками, як зовнішній вигляд, поверхня, запах і смак, вигляд на розрізі, всі дослідні зразки відповідають вимогам діючої нормативної документації.

Визначено основні фізико-хімічні показники дослідних зразків. Встановлено, що найбільшу кислотність мають ковбаси «Любительська» та «Лікарська» ($\text{Ph}=7$), а у всіх інших рівень кислотності дорівнює 6. Вміст вологи в ковбасах практично не відрізняються: від 66% (зразок Глобінського м'ясокомбінату) до 67,5% (зразок Ходорівського м'ясокомбінату). Вологозв'язуюча здатність найбільша у зразка ТМ «Стовпинські ковбаси» та становить 96%, а найменша у зразка Ходорівського м'ясокомбінату – 93%. Всі варені лікарські ковбаси, що досліджувалися, відповідають вимогам стандарту.

Після проведення оцінки конкурентоспроможності варених ковбас, представлених в магазині ТОВ «М'ясний Дім», та його конкурентів, встановлено, що продукція магазину не є сильно переважаючою силою на ринку міста. Тому керівництву підприємства слід більш детально розробляти нові методи боротьби з конкурентами та вдосконалювати роботу старих.