

УДК 664.1

ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА ІРИСУ РІЗНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МАРОК**Чуйко М.М.**Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Проведено товарознавчу експертизу ірису, що реалізується у роздрібній вітчизняній торговельній мережі, за органолептичними, фізико-хімічними та мікробіологічними показниками. Встановлено, що за деякими органолептичними і фізико-хімічними показниками ірис декількох торговельних марок (ТМ «Своя Лінія», ТМ «Roshen», ТМ «Klim», ТМ «Асоль») не відповідав діючим вимогам якості. Оцінка якості упакування та маркування зразків ірису показала, що упакування і маркування ірису усіх досліджуваних торговельних марок відповідало встановленим вимогам на даний вид продукції.

Ключові слова: ірис, товарознавча характеристика, якість, виробник, торговельна марка, органолептичні, фізико-хімічні, мікробіологічні показники, маркування, упакування.

Постановка проблеми. Кондитерські вироби – харчові продукти з високим вмістом цукру, що виготовляються за спеціальними рецептурами. Цукристі кондитерські вироби включають великий асортимент: карамельні, цукеркові, шоколадні і фруктово-ягідні, драже і ірис, халва, східні солодощі.

Цукристі кондитерські вироби не є продуктами першої необхідності, проте вони популярні серед всіх верств населення та входять до раціону людини і, відповідно, їх споживання має суттєвий вплив на стан здоров'я споживачів. Вони займають значну питому вагу в загальному обсязі продукції, що виробляється підприємствами харчової промисловості. Значний попит на кондитерські вироби обумовлює необхідність контролю за їх якістю та безпечністю. До того ж останнім часом через кризові явища в економіці, низьку платоспроможність населення, зниження споживання харчових продуктів, в тому числі кондитерських виробів, значне скорочення їх експорту, питання формування ринку якісних продовольчих товарів набуло особливої популярності. Тому важливим на сьогоднішній день є контроль якості кондитерської продукції, що представлена на споживчому вітчизняному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У структурі харчової промисловості галузь кондитерських виробів посідає важливе місце. Це одна з небагатьох галузей промисловості України, яка є самодостатньою, розвинутою, успішно діючою та цілком сформованою. Кондитерський ринок характеризується широким номенклатурним рядом товарів.

Аналіз стану і перспектив розвитку кондитерського ринку в Україні свідчить, що основним джерелом формування пропозиції на ринку є вітчизняне виробництво, його продукція становить близько 95% в загальному обсязі [1].

Проте зараз певну частину українського виробництва і, як наслідок, кондитерського ринку, контролюють зарубіжні кондитерські компанії, які вкладають значні кошти в розвиток та удосконалення місцевих підприємств. Щороку Україна близько третини кондитерської продукції направляє за кордон. Найбільшу частку експортерів становлять великі підприємства [2].

Об'єм внутрішнього споживання кондитерських виробів є сталим, і внутрішній попит на кондитерські вироби майже повністю забезпече-

ний національними виробниками, тому нарощування виробництва можливе за рахунок збільшення експорту, а отже, виробництва продукції відповідної якості [3].

До того ж останнім часом курс долара значно вплинув на вартість імпортової сировини для виробництва кондитерських виробів і спровокував перехід споживачів на дешевші продукти. Виробляти дешеві продукти з дорогої сировини не вигідно. Тому зростання попиту на солодощі бюджетного сегменту привело до зміни технології виробництва деяких популярних виробів. Замість якісної імпортової сировини кондитери почали використовувати вітчизняну, або недорогі субститутути, що може призвести до випуску продукції, що не відповідає вимогам стандартів. У таких умовах оцінка якості кондитерської продукції є важливим завданням для виявлення сумлінності вітчизняних підприємств-виробників щодо виготовлення ними високоякісної продукції.

Виділення раніше не вирішених частин загальної проблеми. Серед великої групи цукристих кондитерських виробів вагоме місце займає ірис. Ірис представляє собою вид молочних цукерок, що виготовляються уварюванням згущеного молока з цукром, патокою і жиром з додаванням смакових і ароматичних речовин. Ірис користується великою популярністю як серед дорослих, так і дітей, що пов'язано, насамперед, зі смаковими властивостями такої продукції, та достатньо широким його асортиментом, що представлений в роздрібній торговельній мережі. Проте останнім часом виробники кондитерських виробів, зокрема ірису, намагаються зменшити собівартість продукції, а отже і її якість, за рахунок використання у рецептурі низькоякісних жирових компонентів, їх неприродних замінників, синтетичних ароматизаторів замість натуральних, нанесення неправдивої інформації на маркування продукції щодо її складу, термінів зберігання тощо, тим самим вводячи в оману споживачів і наражаючи їх на небезпеку.

Мета статті. Метою роботи є порівняльна товарознавча характеристика ірису різних торговельних марок за органолептичними, фізико-хімічними та мікробіологічними показниками якості.

Виклад основного матеріалу. Об'єктами дослідження були зразки ірису десяти торговельних марок. Зокрема, під час досліджень було обрано зразки ірису наступних ТМ: зразок № 1 – ірис

вершковий ТМ «Своя Лінія» (ПВТФ «Кріоліт-Дніпро»), Україна; зразок № 2 – ірис «Сливки-ленівки» ТМ «ROSHEN» (ПАТ «Вінницька кондитерська фабрика», Україна; зразок № 3 – ірис «Крепиш» ТМ «Красный Октябрь» (ПрАТ «Красный Октябрь»), Росія; зразок № 4 – ірис тиражований напівтвердий «Вершковий люкс» ТМ «Жайвір» (ПрАТ «Шполянський завод продуктів»), Україна; зразок № 5 – ірис тиражований напівтвердий ТМ «Асоль» (ПВТФ «Кріоліт-Дніпро»), Україна; зразок № 6 – ірис молочний з вершковим смаком «Маркіз» ТМ «Бісквіт-шоколад» (ПАТ Кондитерська фабрика «Харків'янка»), Україна; зразок № 7 – ірис тиражований «Молочна кринка» ТМ «Doma» (Житомирська кондитерська фабрика «ЖЛ»), Україна; зразок № 8 – ірис тиражований «Вершковий» ТМ «Klim» (кондитерська фабрика «Клим»), Україна; зразок № 9 – ірис тиражований напівтвердий «Люкс-Киць-Киць» ТМ «Одеса» (ЗАТ «Одесакондитер»), Україна; зразок № 10 – ірис «Дніпровський» шоколадний ТМ «Продис» (Дніпродзержинський завод продуктів), Україна.

Оцінку якості обраних зразків ірису було проведено згідно ДСТУ 4326:2004 «Ірис. Загальні технічні умови».

Експертиза упакування та маркування ірису дозволила зробити висновок, що упакування і маркування зразків ірису усіх торговельних марок відповідало вимогам нормативної документації. Зразок ТМ «Красний Октябрь» був виготовлений не за національним стандартом, а за ГОСТ 6478, оскільки виробником є російське підприємство.

Результати органолептичної оцінки ірису показали, що зразок ірису ТМ «Roshen» та зразок ірису ТМ «Klim» мали не виражений запах, що може бути зумовлене недотриманням технології виробництва. Ірис вершковий ТМ «Своя Лінія» мав липку поверхню та нечітке рифлення, що може бути зумовлене недотриманням умов зберігання. Адже під час зберігання ірису в несприятливих умовах погіршується його зовнішній вигляд, аромат, структура. В умовах підвищеної відносної вологості повітря (80-95%) він сорбує вологу, внаслідок чого поверхня стає липкою і до неї прилипає обгортка. Понижена відносна вологість повітря (50-60%) викликає десорбцію вологи, внаслідок чого підвищується твердість ірису. Тривале зберігання сприяє окисленню, осаленню, гідролізу жиру ірису і призводить до появи салістого, гіркуватого смаку й стороннього запаху. Решта обраних для дослідження зразків ірису за усіма органолептичними показниками, а саме смаком, запахом, структурою, консистенцією, поверхнею, формою, відповідали вимогам, що пред'являються ДСТУ 4326:2004 «Ірис. Загальні технічні умови» і тому визнані придатними до вживання.

Серед фізико-хімічних показників в ірисі визначали масову частку вологи, жиру та редукованих речовин.

Показник вологості ірису має першорядне значення при оцінці його споживчих властивостей і залежить як від точності виконання рецептури, так і від правильності ведення технологічного процесу його приготування.

Результати дослідження масової частки вологи в ірисі наведені на рис. 1.

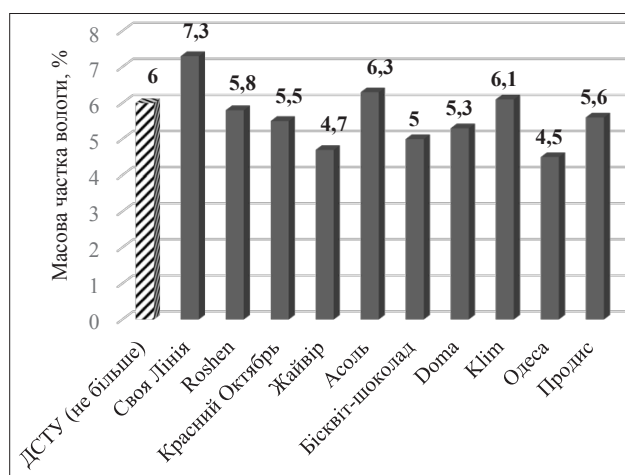


Рис. 1. Масова частка вологи в ірисі різних торговельних марок

Як видно з рис. 1, масова частка вологи у зразках ірису ТМ «Своя Лінія», ТМ «Асоль» і ТМ «Klim» перевищувала нормовані значення на 1,3%, 0,3% і 0,1%. Це може свідчити про недотримання технології виробництва, а саме порушення процесу уварювання рецептурної суміші, коли видаляється найбільша кількість вологи. Адже підвищена вологість негативно впливає на строки зберігання та якість ірису, сприяє його швидкому псуванню та розвитку небажаної мікрофлори. Зразки ірису інших ТМ за цим показником відповідали встановленим вимогам. Так, ірис ТМ «Одеса», ТМ «Жайвір» і ТМ «Бісквіт-Шоколад» мали найменші значення показника масової частки вологи (4,5%, 4,7% і 5,0% відповідно). У ірисі ТМ «Doma» масова частка вологи склала 5,3%, ТМ «Красний Октябрь» – 5,5%, ТМ «Продис» – 5,6%, ТМ «Roshen» – 5,8%.

Результати дослідження масової частки жиру в зразках ірису наведені на рис. 2.

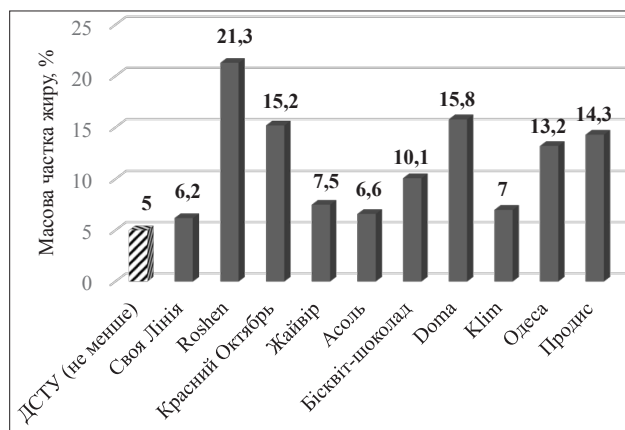


Рис. 2. Масова частка жиру в ірисі різних торговельних марок

З рис. 2 видно, що всі зразки ірису відповідають вимогам стандарту, та мають масову частку жиру не меншу за 5%. Найбільше значення цього показника мав зразок ірису ТМ «Roshen» (21,3%), а найменші значення – зразки ірису ТМ «Своя Лінія» (6,2%), «Асоль» (6,6%), «Klim» (7%) і ТМ «Жайвір» (7,5%). Ірис ТМ «Бісквіт-Шоколад» містив 10,1% жиру, ТМ «Одеса» – 13,2%,

ТМ «Продис» – 14,3%, ТМ «Красний Октябрь» – 15,2%, ТМ «Дом» – 15,8%.

Отримані дані щодо показника масової частки редуковувальних речовин в зразках ірису наведені на рис. 3.

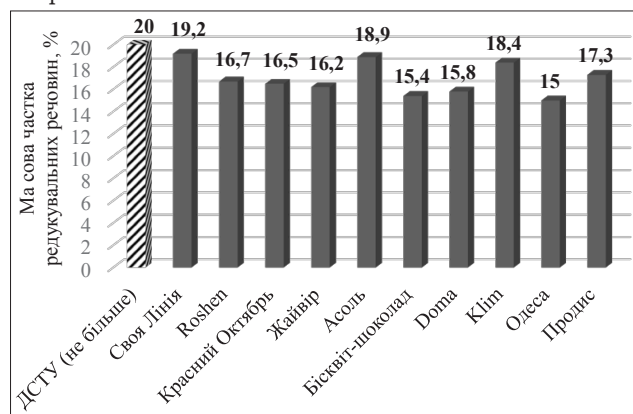


Рис. 3. Масова частка редуковувальних речовин в ірисі різних торговельних марок

Дослідження масової частки редуковувальних речовин в ірисі показали, що всі зразки відповідають вимогам стандарту та не перевищують 20% (рис. 3). Найбільшу масову частку редуковувальних речовин мав зразок ТМ «Своя Лінія» (19,2%), а найменшу – ірис ТМ «Одеса» (15%). В інших зразках ірису значення цього показника складало від 15,4% до 18,9%.

Як відомо, мікрофлора сировини служить основним джерелом мікрофлори напівфабрикатів і готової кондитерської продукції. Отже мікрофлора основної сировини для виробництва ірису (цукру, молока, вершкового масла тощо) може безпосередньо впливати на мікрофлору готової продукції [4].

Список літератури:

1. Шестак О. В. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі / О. В. Шестак // Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – 2016. – № 6. – С. 132-137.
2. Єрмак С. О. Інноваційні аспекти розвитку ринку кондитерських виробів України / С. О. Єрмак, В. В. Плотницька // Бізнес Інформ. – 2016. – № 11. – С. 398-403.
3. Мартиновський В. С. Сучасний стан і перспективи розвитку кондитерської галузі України / В. С. Мартиновський, Ю. О. Сьоміна // Економіка харчової промисловості. – 2017. – № 2. – С. 43-45.
4. Пількевич Н. Б. Мікробіологія харчових продуктів: навч. посібник / Н. Б. Пількевич, О. Д. Боярчук. – Луганськ: Альма-матер, 2008. – 152 с.

Чуйко М.Н.

Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета

ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИРИСА РАЗНЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК

Аннотация

Проведена товароведная экспертиза ириса, реализуемого в розничной отечественной торговой сети, по органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям. Установлено, что по некоторым органолептическим и физико-химическим показателям ирис нескольких торговых марок (ТМ «Своя Линия», ТМ «Roshen», ТМ «Klim», ТМ «Асоль») не соответствовал действующим требованиям качества. Оценка качества упаковки и маркировки образцов ириса показала, что упаковка и маркировка ириса всех исследуемых торговых марок соответствовала установленным требованиям на данный вид продукции.

Ключевые слова: ирис, товароведная характеристика, качество, производитель, торговая марка, органолептические, физико-химические, микробиологические показатели, маркировка, упаковка.

Chuiko M.M.

Kharkiv Trade and Economic Institute
of Kyiv National Trade and Economic University

MERCHANDISING CHARACTERISTICS OF THE TOFFEES OF DIFFERENT BRANDS

Summary

A merchandising expertise of toffees, sold in the retail trade network, on organoleptic, physicochemical and microbiological indicators was carried out. It has been established that for some organoleptic and physicochemical indices iris of several brands (TM «Svoya Liniya», TM «Roshen», TM «Klim», TM «Asol») did not meet the current quality requirements. Evaluation of the quality of packaging and labeling of toffee samples showed that the packaging and labeling of iris of all brands examined corresponded to the established requirements for this type of product.

Keywords: toffee, merchandising characteristics, quality, manufacturer, brand, organoleptic, physical, chemical, microbiological indicators, labeling, packaging.