

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра: Експертизи товарів та послуг

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**  
за спеціальності 6.030510 Товарознавство і торгівельне підприємництво

на тему: **«Формування попиту на ковбасні вироби за їх якістю та  
споживними властивостями»**

**Виконавець:**

студент 49-ї групи факультету ФМЕ

Волос Дар'я Юріївна \_\_\_\_\_

**Науковий керівник:**

Кандидат технічних наук, доцент

Кунділовська Тетяна Анатоліївна \_\_\_\_\_

**Одеса 2019**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність** даної роботи обумовлена тим, що в сучасних умовах функціонування ринку, коли підвищується свідомість споживачів щодо якості, безпеки харчових продуктів, виробники намагаються створювати продукцію, властивості якої забезпечують задоволення вимог споживачів з мінімальними затратами.

Питаннями щодо товарознавчої характеристики та оцінки якості розсілних сирів займалися такі вчені: А.П. Батутіна, О.В. Педченко, І.В. Ємченко, М.О. Янчева, Г.О.Филлипс, В.Н. Пасичный, Л.Д. Баранов та ін.

**Метою** роботи є дослідження споживних властивостей ковбасних виробів та чинників їх формування.

Для досягнення мети були поставлені та вирішені наступні *завдання*:

- надати характеристику асортименту та класифікації ковбасних виробів;
- обґрунтувати споживні властивості ковбасних виробів та чинники їх формування;
- проаналізувати стан ринку варених ковбасних виробів в Україні;
- виявити чинники формування споживчого попиту на ковбасні вироби;
- провести товарознавчу оцінку зразків варених ковбасних виробів, що реалізуються в торговельній мережі м. Одеси.

**Об'єкт досліджень:** варені ковбасні вироби різних виробників, що реалізується в торговельній мережі м. Одеси.

**Предмет дослідження:** споживні властивості ковбасних виробів та чинники їх формування; чинники формування споживчого попиту на ковбасні вироби.

**Методи дослідження:** методи аналізу та синтезу, органолептичні та фізико-хімічні методи дослідження якості.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення випускної роботи доповідалися й обговорювалися на студентській науковій конференції факультету міжнародної економіки ОНЕУ (м. Одеса, 2019 р.) і опубліковані у збірнику наукових робіт за підсумками студентської наукової конференції «Минуле, сучасне, майбутнє» Одеського Національного Економічного університету, 2019. – «Формування попиту на ковбасні вироби за їх якістю та споживними властивостями», с.506.

**Інформаційна база роботи.** Інформаційну базу роботи становлять матеріали: законодавчі акти, нормативна документація, періодичні видання, підручники, сайти мережі Інтернет тощо.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (48 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 77 сторінок. Основний зміст викладено на 69 сторінках. Робота містить 18 таблиць та 7 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні основи формування споживних властивостей ковбасних виробів**» обґрунтовано споживні властивості ковбасних виробів та чинники їх формування, досліджено законодавче та нормативне регулювання безпечності та якості ковбасних виробів.

У другому розділі «**Аналіз споживчих переваг на ринку ковбасних виробів**» наведено результати наукового пошуку в джерелах літератури стосовно сучасних тенденцій формування ринку ковбасних виробів в Україні. Наведено методи дослідження якості ковбасних виробів.

У третьому розділі «**Товарознавча оцінка якості ковбасних виробів**» викладена програма товарознавчого дослідження ковбасних виробів, що виконана згідно завдань випускної роботи, а саме: обґрунтовано вибір об'єктів товарознавчої оцінки, номенклатуру показників якості продуктів. Проведено дослідження якості ковбасних виробів за органолептичними та фізико-хімічними показниками якості. Проведено комплексну оцінку якості ковбасних виробів.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Охарактеризовано асортимент ковбасних виробів та встановлено, що в залежності від якості сировини, особливостей рецептури, ковбаси поділяють на сорти: варені ковбаси, напівкопчені, варено-копчені, сирокопчені, в'ялені. Варені ковбаси, в свою чергу, поділяють на наступні види: варені, фаршировані, сосиски та сардельки, ліверні ковбаси, м'ясні хлібці, паштети, кров'янки, зельці та студні. Проаналізовано, що асортимент ковбасних виробів на українському ринку досить різноманітний. Визначено класифікацію ковбасних виробів за такими показниками, як вид основної сировини, якість сировини, сорт м'яса, вид оболонки, обробка, технологія виготовлення, малюнок фаршу на розрізі, призначення.

2. Обґрунтовано споживні властивості ковбасних виробів та чинники їх формування і встановлено, що споживні властивості обумовлені їх поживною цінністю, органолептичною, енергетичною та біологічною. Ковбасні вироби характеризуються підвищеною фізіологічною цінністю та засвоюваністю організмом людини. Також визначено, що біологічна цінність визначається високим вмістом повноцінних білків, що містять незамінні амінокислоти, оптимальним співвідношенням «жири:білки», вмістом додаткових хімічних інгредієнтів (залежно від асортиментного виду / різновиду продукту). Харчова цінність – харчові переваги створюються на

основі оптимального поєднання сировини та виду технологічної обробки при формуванні відповідного асортименту продукції. Основними чинниками формування споживних властивостей, в тому числі безпечності ковбасної продукції, є використання відповідної сировини на підприємствах м'ясопереробної галузі та дотримання виробниками нормативних регламентів й технічних вимог щодо її походження та поєднання у готових виробках.

3. Проаналізовано стан ринку та зазначено, що основними тенденціями його розвитку є скорочення обсягів виробництва. Встановлено, що варені ковбаси займають 18-20% від загального виробництва ковбас в Україні. На сьогодні в Україні працює близько 300 компаній з різними обсягами виробництва. З'ясовано, що 50% ринку займають великі виробники, серед яких: «Глобінський м'ясокомбінат», «Кременчук м'ясо», «Ятрань», «Полтавський м'ясокомбінат», «Фаворит Плюс», «Алан», «М'ясокомбінат «Ювілейний»». Майже 20% ринку займають середні регіональні виробники і близько 30% – дрібні виробники, яких на ринку більше тисячі. За результатами 2018 року в Україні було вироблено 234,2 тисячі тонн ковбасних виробів, що майже на 10% менше аналогічних показників попереднього року.

4. Виявлено, що чинниками формування споживчого попиту на ковбасні вироби є: свіжість; смак та запах; відмінна якість; натуральність сировини та її склад; ціна; відсутність шкідливих домішок; зовнішній вигляд (колір, форма); стабільна наявність продукту в продажі; відомість виробника, торговельної марки; зручна, приваблива упаковка; країна виробника; місце знаходження виробника. Простежено особливості купівельної поведінки покупців м'ясопродуктів та визначено, що найбільшу перевагу покупці надають такій продукції: ковбасні вироби – 98%, м'ясні напівфабрикати – 83%, м'ясні консерви – 78%, м'ясні концентрати – 8%. Також визначено смакові переваги всередині асортименту ковбасних виробів, частоту купівлі варених ковбас, частоту купівлі сосисок і сарделенок, та для інших груп ковбасних виробів. Досліджено основні цілі купівлі та дізнались, що основними є споживання їх до святкового столу та купівля їх сімейними людьми для дітей.

5. Проведено товарознавчу оцінку якості п'яти зразків варених ковбасних виробів: Русанівська» ПАТ «Алан», «Молочна» ТДВ «М'ясокомбінат «Ятрань»», «Лікарська» ПАТ «Алан», «Молочна» ПАТ «Глобінський м'ясокомбінат», «Лікарська» ПАТ «Полтавський м'ясокомбінат» за органолептичними, фізико-хімічними показниками, маркуванням та ціною, грн./кг. Проведено дослідження стану маркування та встановлено, що виробник ковбаси марки «Ятрань» та «Глобіно» на етикетках взагалі не вказали вміст жиру, а ковбаси марки «Алан», ПАТ «Полтавський м'ясокомбінат» вказали на етикетках чітку цифру і не потрапили в заявлене значення. У ковбасі марки «Алан» та ПАТ «Полтавський м'ясокомбінат», згідно інформації виробника, вміст жиру складає 22,5 г/100 г й 18,4 г/100г.

Дослідження показали, що у першому зразку показник нижчий від заявленого на 5,2 г/100г, а в другому - на 4,5 г/100г. Проведено дегустаційну оцінку варених ковбасних виробів за 9-бальною шкалою за такими показниками: зовнішній вигляд; вид на розрізі; консистенція, запах та смак. Найвищу оцінку за всіма показниками отримав зразок ковбаси вареної «Русанівська» ПАТ «Алан» – 8,58 балів; рівень якості 0,95, відмінна якість. «Молочна» ТДВ «М'ясокомбінат «Ятрань»» отримала – 7,60 балів; рівень якості – 0,84, добра. «Лікарська» ПАТ «Алан» – 6,16 балів, що є найнижчою серед всіх зразків; рівень якості – 0,68, незадовільна. «Молочна» ПАТ «Глобінський м'ясокомбінат» – 6,88 балів; рівень якості – 0,76, задовільна. «Лікарська» ПАТ «Полтавський мясокомбінат» – 6,75 балів, рівень якості – 0,75, задовільна. За фізико-хімічними показниками всі зразки відповідають вимогам ДСТУ 4436:2005 «Ковбаси варені, сосиски, сардельки, хліби м'ясні. Загальні технічні умови». Проведено комплексну оцінку якості варених ковбасних виробів за 10-бальною шкалою та встановлено такі градації при рівні якості: 1,0-0,90 – відмінна якість (за органолептичними показниками оцінка має бути не нижче 8,5 бала); 0,89-0,80 - добра (за органолептичними показниками – не нижче 7,0 балів); 0,79-0,70 – задовільна (за органолептичними показниками – не нижче 5,0 балів); нижче 0,70 – незадовільна. Встановлено, що найвищу кількість балів отримала ковбаса «Русанівська» – 9,5 балів (0,95). За рівнем якості – відмінно. Ковбаса «Молочна» ТДВ «М'ясокомбінат «Ятрань»» та ковбаса «Молочна» ПАТ «Глобінський м'ясокомбінат» отримали – 8,3 (0,83) та 8,25 (0,82) бали. За рівнем якості – добре. Ковбаса «Лікарська» ПАТ «Алан» та ковбаса «Лікарська» ПАТ «Полтавський м'ясокомбінат» отримали найменшу кількість балів – 7,15 (0,71) та 7,5 (0,75). За рівнем якості – задовільно.

## АНОТАЦІЯ

### Волос Д.Ю. «Формування попиту на ковбасні вироби за їх якістю та споживними властивостями»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальності 6.030510 «Товарознавство і торговельне підприємництво». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти щодо формування попиту на ковбасні вироби за їх якістю та споживними властивостями. В сучасних умовах функціонування ринку, коли підвищується свідомість споживачів щодо якості, безпеки харчових продуктів, виробники намагаються створювати продукцію, властивості якої забезпечують задоволення вимог споживачів з мінімальними затратами.

Охарактеризовано асортимент ковбасних виробів, що представлений на українському ринку. Визначено класифікацію та чинники формування якості ковбасних виробів.

Обґрунтовано споживні властивості ковбасних виробів та чинників їх формування.

Проаналізовано стан та тенденції розвитку ринку варених ковбасних виробів в Україні.

Виявлено чинники формування споживчого попиту на ковбасні вироби.

Проведено товарознавчу оцінку якості зразків варених ковбасних виробів, що реалізується в торговельній мережі м. Одеси.

**Ключові слова:** ковбасні вироби, формування якості, товарознавча оцінка.

## ANNOTATION

Volos D.Yu. "Formation of demand for sausage wares for their quality and consumer properties"

Qualifying work for obtaining a bachelor's degree  
on the specialty 6.030510 "Commodity and trade entrepreneurship". -  
Odessa National University of Economics. - Odessa, 2019.

The article deals with theoretical aspects concerning the formation of demand for sausage wares according to their quality and consumer properties. In today's conditions, the functioning of the market, when consumers' consciousness about the quality and safety of food products increases, manufacturers try to create products whose properties ensure satisfaction of consumers' requirements at minimal cost.

The range of sausages presented on the Ukrainian market is described. The classification and factors of the quality of sausage products quality are determined.

The consumer properties of sausage wares and factors of their formation are substantiated.

The state and trends of the development of the market of cooked sausage wares in Ukraine are analyzed.

The factors of formation of consumer demand for sausage wares are revealed.

The commodity study evaluation of the quality of samples of cooked sausage products sold in the trade network was conducted Odessa

**Key words:** sausage wares, formation of quality, commodity evaluation.