

В настоящее время существует возможность выделять пшеничные зародыши в виде изолированного продукта, благодаря чему его можно применять в качестве натуральной добавки в различные продукты питания.

Исходя из полезных свойств данных видов сырья, можно сделать вывод о возможности их применения в качестве обогащающих добавок в производстве мясных изделий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алехина Л. Т., Большаков А. С., Боресков В. Г., Жаринов А. И. и др. /Под ред. И. А. Рогова. Технология мяса и мясопродуктов. М.: Агропромиздат, 1998/
2. Антипова Л. В. Биохимия мяса и мясопродуктов – Воронеж, 1991.
3. Буханцов, Ю. А. Мясная промышленность, 1999.

УДК 637.524.2 (476)

ПРОИЗВОДСТВО МЯСНЫХ ХЛЕБОВ

Копоть О. В., Закревская Т. В.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Мясные хлеба всегда пользовались большим спросом у покупателей. В настоящее время мясная промышленность опять возвращается к производству этого незаслуженно забытого продукта. Производство мясных хлебов позволяет переработать условногодное мясо, менее ценное сырье, тем самым получить продукт неплохого качества, но по более низким ценам.

Сырье. Для приготовления мясных хлебов используют то же сырье, что и при производстве вареных колбас, а также сырье, которое должно обрабатываться при более высоких температурах. Подготовку, посол и приготовление фарша производят так же, как и для производства колбасных изделий, только в фарш добавляют меньше воды. Составление фарша производится на куттере, а при необходимости в фаршемешалке.

Очередность загрузки сырья соблюдается такая же, как и при составлении фарша для колбасных изделий, жирное сырье загружается в последнюю очередь, предварительно охлажденный жир-сырец вводят за 0,5-1,0 мин до окончания куттерования.

Формование хлебов производится в формы из нержавеющей стали или луженые, предварительно смазанные свиным топленым жиром. Их плотно заполняют фаршем, не допуская наличия пор и воздушных пустот. Наполняют формы вручную, с помощью вакуумных

шприцов либо специальными машинами. Масса фарша в каждой форме 2-2,5 кг.

Поверхность фарша в форме заглаживают и делают товарную отметку (буквы), соответствующую наименованию хлеба. После формирования фарш запекают.

Запекание. Фарш в формах помещают в конвейерные или ротационные печи различных конструкций, прогретые до температуры 130-150°C (в зависимости от режима запекания), и запекают. При двухступенчатом режиме температура на 1 ступени 150°C, продолжительность запекания 80 мин, на 2 ступени соответственно 110°C и 70 мин. При постоянном режиме запекание проводят при 130°C в течение 150 мин до достижения температуры в центре хлеба $70 \pm 1^\circ\text{C}$.

При изготовлении мясных хлебов из условно годного мяса режим запекания следующий: на 1 ступени 150°C и 80 мин, на 2 ступени 110°C и 100 мин. При постоянном режиме хлебы запекают при 130°C в течение 180 мин до достижения температуры в центре хлеба 85°C. В результате получаем вкусный и дешевый продукт.

ЛИТЕРАТУРА

1. Прянишников В. В., Микляшевски П. Пищевые добавки «Могунции» для антикризисной программы // Мясная индустрия. — 2009. — № 3. С. 46-47.
2. Рогов И. А. и др. Общая технология мяса и мясопродуктов. — М.: Колос, 2000. — 255с.
3. Гуринович Г. В., Потипаева Н. Н., Позняковский В. М. Белковые препараты и пищевые добавки в мясной промышленности. - Москва-Кемерово: Издательское объединение «Российские университеты»: Кузбассвузиздат - АСТШ, 2005. - 362 с.
4. Нечаев А. П., Кочеткова А. А., Зайцев А. Н. Пищевые добавки. - М.: Колос, 2001. — 256 с.

УДК 637.523 (476)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПИЩЕВОЙ КРОВИ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ МЯСНЫХ ПРОДУКТОВ

Копоть О. В., Коноваленко О. В.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Продукты питания должны удовлетворять не только потребности человека в основных питательных веществах, но и иметь привлекательный вид. Среди качественных показателей мясных продуктов, которые определяют их товарный вид, занимает цвет. Именно данный показатель является одним из определяющих при оценке качества и свежести мясного продукта в торговой сети, при формировании потребительского спроса у населения. С этой целью в пищевой