



SENZORICKÉ HODNOCENÍ JEHNĚČÍHO MASA

DOBEŠ, I.¹, JAROŠOVÁ, A.², NOVOTNÁ, L.¹, FILIPČÍK, R.¹, HEGEDŮŠOVÁ, Z.³, KUCHTÍK, J.¹

¹Ústav chovu a šlechtění zvířat, ²Ústav technologie potravin MZLU v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno; ³Výzkumný ústav pro chov skotu, s.r.o., Výzkumníků 267, 788 13 Vikýřovice, ČR

Článek vznikl s podporou MŠMT 2B06108

Situace na trhu s jehněčím masem napovídá, že dnes již není problém vyprodukovat jehněčí v patřičném množství, ale hlavně v patřičné kvalitě. Co se této kvality týká zaměřili jsme se hlavně na poslední, ale nejdůležitější článek odbytového řetězce a to na konzumenta jehněčího masa. Spotřebitelů jehněčího masa je v ČR opravdu velmi málo. Připomeňme si, že roční spotřeba jehněčího masa v České republice nedosahuje ani 0,2 kg na obyvatele. Vždyť to je pouze jedna pořádná porce jehněčího pro každého ročně. Pokud bychom nebrali v potaz rodiny ovčáků, ve kterých je spotřeba jehněčího zpravidla několikanásobně vyšší zjistíme, že běžný občan České republiky má problém jehněčí maso vůbec spatřit na trhu. Zamysleme se nad tím, proč je spotřeba jehněčího v ČR tak nízká, když v Evropě je dvacetinásobně až padesátinásobně vyšší. Důvodem je svízelná pozice jehněčího masa u nás na trhu. Jehněčí maso je totiž opředeno hustou sítí pověr, nepravd a mentálních bloků pramenících z dřívějších dob, kdy se na trh dostávalo hlavně nekvalitní a špatně upravené skopové, které nemá s dnešním jehněčím nic společného. Další nevýhodou jehněčího je, že český národ je znám svou tradiční konzumací vepřového masa, většina českých občanů si nejčastěji pod pojmem „tradiční česká kuchyně“ vybaví především pokrm vepřo - knedlo – zelo. Další z nevýhod je i relativně vyšší cena na trhu, která je způsobena relativně nízkou výtěžností jehněčího masa. Největší nevýhodou jehněčího masa je však podceňovaná propagace tohoto masa. Již se objevilo několik propracovaných snah, jak dostat jehněčí maso na stoly českých spotřebitelů, ale doposud bohužel v nedostačující míře. Proto by bylo třeba zahájit mocnější kampaň na záchranu českého jehněčího masa na talíři českého jedlíka. Měli bychom především naučit české kuchařky a kuchaře, jak správně jehněčí maso připravit a tím dokázat, že „jehněčí maso nesmrdí“ a že je velmi chutné. Zajímavá je i cesta distribuce slovenských prodejců ovčích sýrů, které již můžete zakoupit v poměrně rozsáhlé síti malých prodejen převážně v okolí silnic a dálnic. Ale to je jen jedna z velké škály možností, jak nabídnout české jehněčí a jak ho propagovat.

Cílem tohoto článku není vyřešit otázku odbytu jehněčího masa, ale poukázat na tento problém. Ekonomická cesta nevede vývozem živých zvířat s nízkou přidanou hodnotou, ale odbytem jehněčího na českém trhu, ve formě finálního produktu, tím se výrazně zvýší přidaná hodnota a vylepší ekonomiky tohoto produktu.

V tomto článku jsou prezentovány výsledky zjištěné z relativně malého objemu jehňat. Ale na druhou stranu ukazuje, že existuje často neprávem opomíjené senzorní hodnocení jehněčího masa. Nezapomeňme však, že jehněčí maso potřebuje ukázat že chutná.

MATERIÁL A METODIKA:

V rámci tohoto pokusu bylo poráženo celkem 50 beránek pocházejících z užitkového křížení. Jednalo se jedince 7 různých hybridních kombinací, ve kterých byli v otcovské populaci používáni berani plemen Suffolk a Charollais, matky byly bahnice plemen Suffolk, Charollais, Zušlechtěná Valaška, Východofrišká ovce a Romanovská ovce. Jehňata byla porážena a bourána standardním způsobem. Pro senzoricou analýzy byl použit vzorek z kýty a to konkrétně „spodní šál“ dvojhlavý stehení sval – *musculus biceps femoris*. Hmotnost vzorku byla cca 350g svaloviny. Senzorické hodnocení jehněčího masa probíhalo v senzoricke laboratoři Ústavu technologie potravin MZLU v Brně. Z důvodu delší prodlevy mezi jednotlivými porážkami byly všechny vzorky mrazeny a následně uchovávány při teplotě – 18 °C. Senzorické hodnocení probíhalo ve třech krátce po sobě jdoucích termínech. V jednotlivých hodnoticích termínech byly poměrně zastoupeny vzorky ze všech termínů porážek. V rámci senzorickeho hodnocení byly zjišťovány následující ukazatele: barva masa, vláknitost, vůně, křehkost, šťavnatost a chuť. Maso bylo připravováno standardním způsobem individuálně balené v hliníkové fólii pečením ve vlastní šťávě při teplotě 220 – 250 °C po dobu cca 2,5 – 3 hodiny. Hodnocení prováděla odborná 10-ti členná komise. Hodnotící stupnice byla v rozmezí 0 – 100 bodů, když známkou 100 bodů byl hodnocen vzorek nejlépe vyhovující a známkou 0 bodů vzorek který v daném ukazateli nevyhověl.

Zjištěné údaje byly statisticky analyzovány pomocí metody nejmenších čtverců (SAS; PROC GLM), přičemž byly zohledněny systematické efekty ovlivňující naměřené údaje jako např. plemeno otce, plemeno matky, věk při porážce a protučnění JUT.

VÝSLEDKY:

V tabulkách 1 a 2 jsou uvedeny výsledky senzorickeho hodnocení masa. Co se týká faktoru věku při porážce, zde byl zjištěn vysoce průkazný ($P \leq 0,01$) vliv tohoto faktoru na křehkost, šťavnatost a barvu. Nejkréhčí a nejšťavnatější maso bylo zjištěno ve věkové kategorii nad 180 dní, zatímco nejpříjemnější barva byla zjištěna u skupiny jehňat do 150 dní věku. U chuti, vůně a vláknitosti nebyly zjištěné významné rozdíly mezi skupinami.

Dalším sledovaným faktorem byl i stupeň protučnělosti JUT, který měl vysoce průkazný ($P \leq 0,01$) vliv na barvu a šťavnatost masa. Nejšťavnatější maso bylo zjištěno u nejméně protučnělých jehňat i když se očekávalo, že s podílem tuku poroste i křehkost a šťavnatost. Nejlepší barva byla pak zjištěna rovněž u nejméně protučnělé skupiny jehňat. Zajímavý je zde neprůkazný i když poměrně patrný rozdíl u hodnocení chuti, kde nejlepší chuť byla zjištěna rovněž u nejméně protučnělých jehňat. Co se týká vůně, vláknitosti a křehkosti zde nebyly zjištěny významné rozdíly mezi skupinami.

Tab. 1. Vliv protučnělosti a věku při porážce na senzoričké vlastnosti jehněčího masa

| | n. | Barva (body) | | | Chuť (body) | | | Vůně (body) | | |
|--------------------------------|----|--------------|--------|---------------|-------------|--------|-------|-------------|--------|-------|
| | | L.S.M. | S.E.M. | sign. | L.S.M. | S.E.M. | sign. | L.S.M. | S.E.M. | sign. |
| Věk při porážce | | | | | | | | | | |
| do 150 dnů (A) | 13 | 60,13 | 1,12 | ^C | 81,44 | 1,22 | | 81,20 | 0,99 | |
| 150 – 180 dnů (B) | 16 | 59,27 | 1,02 | ^c | 81,00 | 1,12 | | 82,44 | 0,91 | |
| nad 180 dnů (C) | 21 | 55,73 | 0,92 | ^{Ab} | 80,86 | 1,01 | | 80,08 | 0,82 | |
| Protučnělost dle SEUROP | | | | | | | | | | |
| Velmi slabá (A) | 12 | 62,96 | 1,39 | ^{BC} | 83,18 | 1,52 | | 81,02 | 1,24 | |
| Slabá (B) | 23 | 55,25 | 0,79 | ^A | 80,90 | 0,86 | | 80,84 | 0,70 | |
| Střední (C) | 13 | 56,92 | 1,23 | ^A | 79,23 | 1,35 | | 81,87 | 1,10 | |

A,B,C – $P \leq 0,01$; a,b,c – $P \leq 0,05$

Tab. 2. Vliv protučnělosti a věku při porážce na senzoričké vlastnosti jehněčího masa

| | n. | Vlákňitost (body) | | | Křehkost (body) | | | Šťavnatost (body) | | |
|--------------------------------|----|-------------------|--------|-------|-----------------|--------|---------------|-------------------|--------|---------------|
| | | L.S.M. | S.E.M. | sign. | L.S.M. | S.E.M. | sign. | L.S.M. | S.E.M. | sign. |
| Věk při porážce | | | | | | | | | | |
| do 150 dnů (A) | 13 | 61,38 | 1,03 | | 72,05 | 1,52 | ^C | 56,10 | 1,45 | ^c |
| 150 – 180 dnů (B) | 16 | 59,27 | 0,94 | | 71,15 | 1,39 | ^C | 54,15 | 1,32 | ^C |
| nad 180 dnů (C) | 21 | 59,80 | 0,85 | | 77,86 | 1,25 | ^{AB} | 60,98 | 1,19 | ^{aB} |
| Protučnělost dle SEUROP | | | | | | | | | | |
| Velmi slabá (A) | 12 | 60,58 | 1,28 | | 75,04 | 1,89 | | 64,02 | 1,80 | ^{BC} |
| Slabá (B) | 23 | 59,54 | 0,73 | | 72,23 | 1,07 | | 55,41 | 1,02 | ^{Ac} |
| Střední (C) | 13 | 60,33 | 1,13 | | 73,79 | 1,67 | | 51,80 | 1,59 | ^{Ab} |

A,B,C – $P \leq 0,01$; a,b,c – $P \leq 0,05$

ZÁVĚR:

Touto prací jsme chtěli poukázat na možnost posuzovat senzoričkou kvalitu jehněčího masa a přispět tak k navýšení spotřeby jehněčího na českém trhu. Tato problematika by si jistě v budoucnu zasloužila větší propagaci a plošnější pokusy. Předpokládáme, že předkládané výsledky se stanou inspirací pro další vědeckou práci a hlavně pro ovčáckou veřejnost, kterou přivedou k myšlence jak nabídnout a prodat české jehněčí českým jedlíkům.