

**Є.П. Пивоваров**, канд. техн. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

**О.Ю. Нагорний**, асист. (ХДУХТ, Харків)

**Д.О. Тютюкова**, асист. (ХДУХТ, Харків)

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗРОБКИ КОМПОЗИЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ НА ОСНОВІ ІМІТОВАНОЇ ІКРИ ТА ЕМУЛЬСІЙНОГО СОУСУ**

Аналітики прогнозують зростання та активний розвиток ринку соусів, що пов'язано, насамперед, з розширенням споживчих переваг і зростаючою популярністю цієї продукції. Поступово здійснюється перехід до групи готових соусів, зростають продажі універсальних за своїм призначенням. Саме ця товарна категорія, як вважають фахівці, буде розвиватися, але на відміну від тенденцій, які спостерігаються в ряді західних країн, складні соуси все ще поступаються за обсягами споживання моносоусам – майонезу і кетчупу. Актуальна для українського ринку і проблема спеціалізації соусів.

У категорії «соуси» зазвичай розглядають такі сегменти, як холодні, гарячі соуси, заправки для салатів. Майонез і кетчуп виносять за рамки категорії, а соусами називають всі новинки зокрема, що випускаються на основі майонезу або кетчупу. Соуси показують найвищу динаміку, а найбільші показники росту у майонезних, томатних і екзотичних (кисло-солодких) соусів.

Обсяг продажів в 2012 році відзначається збільшенням частки холодних соусів і заправок для салатів. Так, згідно з даними наукових досліджень, частка продажів холодних соусів у 2011 році становила 5,6% у фактичному обсязі в загальному роздрібному обороті великих міст, а в 2012 – 6,4%. Протягом 2012 року спостерігається зростання на заправки для салатів які збільшили свою частку з 0,3% у 2011 році до 0,4% в 2012. Менш значний ріст частки гарячих соусів у фізичному обсязі: вона склала 0,3% в 2011 році і 0,4% в 2012 року – збільшена на 0,1%.

Найбільш динамічно розвинутими серед усіх розглянутих сегментів є сегмент нетоматних соусів. Це пов'язано з тим, що до останнього часу споживання більше всього було орієнтоване на майонези, кетчупи та томатні соуси, які, як і раніше, залишаються найбільш популярними в даний час. Соуси пропонують не тільки іноземні компанії-виробники соусів, кетчупів, гірчиці, майонезів – такі як TARSMAC IMPERSON SA FANEX (Польща), БАЛТИМОП (Росія) – практично всі українські великі виробники мають у своєму асортименті широкий вибір соусів на майонезній і томатній основі.

Руйнуються традиції споживання майонезу та кетчупу в чистому вигляді, здійснюється перехід на групу готових соусів. На думку фахівців саме ця товарна категорія буде динамічно розвиватися. За даними в 2013 році сегмент соусів виріс на 11% порівняно з показниками 2012 року. Частка ринку низького цінового сегменту соусів і кетчупів становить 25%, частка середнього – 60%, на верхній ціновий сегмент припадає 15% ринку.

Провідними виробниками соусів, майонезів і кетчупів на ринку України в нинішньому році (втім, як і в минулому 2013), як і раніше є: Nestle SA (ТМ «Горчин Продукт»), Unilever (ТМ Calve), «Авіс» (ТМ «Майо»), «Костра» (ТМ «Папрічі», «Палітра кулінарії»), «Чумак», «Верес».

На даний момент частка споживання майонеза на одну людину в Україні становить близько 2 кг. Ринок практично насичений, тому будь-які істотні зміни в частках ринку будуть відбуватися за рахунок витіснення зовсім дрібних виробників і маркетингових зусиль компаній-лідерів. За номенклатурою асортименту майонезний ринок насичений – представлені майонези різних груп жирності, різних смаків, різноманітних упаковок і фасовок.

Аналіз наведених даних є підґрунтям для того, щоб стверджувати, що соуси на майонезній основі – один з перспективних напрямів майонезного ринку. Композиційні продукти на основі емульсійних соусів майже не представлені на ринку та є мало розвинутим сегментом харчових продуктів. Так, нами розроблено технологію імітованої ікри з органолептичними та структурно-механічними показниками, наближеними до продукту-аналогу. Створення композиційних продуктів на основі імітованої ікри є перспективним напрямом розвитку композиційних продуктів.

Одними з головних наукових задач для розробки нової технології є вирішення взаємного існування (взаємовпливу) двох різних за фізичним станом продуктів. Забезпечення колоїдної стабільності та запобігання дифузії кольору готового продукту є головними завданнями, вирішення яких дозволить створити продукт з високими споживними властивостями. Розроблено теоретичний та експериментальний план робіт, пов'язаний з розробкою та виходом нового продукту на продовольчий ринок України.