

УДК 664.87 : 006.354

О.Н. Борисенко,

канд. техн. наук,

*доцент кафедры товароведения торгово-технологического факультета
Хабаровского государственного университета экономики и права*

И.А. Жарская,

канд. биолог. наук,

*доцент кафедры естественнонаучных дисциплин
Хабаровского государственного университета экономики и права*

КАЧЕСТВО МЯСНЫХ СУПОВ БЫСТРОГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ

Статья посвящена результатам исследования ассортимента пищевых концентратов на Хабаровском рынке. Исследовано соответствие их качества нормативным требованиям.

Ключевые слова: *пищевые концентраты, мясные супы, ассортимент, оценка качества.*

The article considers the study of the food concentrates' assortment in Khabarovsk market. The compliance with their quality to regulatory requirements is examined.

Keywords: *food concentrates, meat soups, assortment, quality assessment.*

Пищевые концентраты – это смеси различного сырья, предварительно подвергнутого обработке, выбранного по рецептуре, фасованные, упакованные и полностью или частично готовые к употреблению, они имеют ярко выраженные достоинства.

Особенностью концентратов является низкое содержание влаги и высокая концентрация сухих веществ – белков, жиров, углеводов. Благодаря особенностям химического состава пищевые концентраты имеют высокую энергетическую ценность, хорошую сохраняемость и высокую степень усвояемости.

Пищевые концентраты обогащают витаминами. Так, в супе-пюре гороховом содержатся витамины тиамин, рибофлавин, витамин С, витамин В 6.

Пищевые концентраты богаты

минеральными веществами – натрием, калием, кальцием, магнием, фосфором, железом. Пищевые концентраты быстро готовятся. Низкое содержание влаги позволяет длительно хранить продукты, они не подвергаются действию микроорганизмов, из-за малых объёмов хорошо транспортабельны.

По статистике, в год человечество съедает до 10 миллиардов упаковок так называемой быстрой лапши. На российском рынке этот вид продукции появился в начале 1990 годов и сначала исключительно за счет импорта.

На сегодняшний день отечественные компании с успехом работают на этом рынке. С известными мировыми торговыми марками продуктов быстрого приготовления «Maggi» («Nestle»), «Knorr» («СРС Foods») и «Gallina Blanca» («РАЗА») в России конкурируют

«Доширак» (Корея, Якульт Сочо Н.Я.), «Роллтон» («DHV-S»), «Русский продукт» («Русский продукт») и компания «Лиакон». Рынок продуктов быстрого приготовления высококонкурентный, и новым производителям зайти на него уже сложно. Один из лидеров рынка супов ОАО «Русский продукт» представляет продукцию во всех ценовых сегментах.

В России продукты быстрого приготовления потребляют около 40 % населения. Супы остаются одним из наиболее востребованных продуктов и их потребление увеличивается в среднем на 3,9 % в год.

Основные лидеры этого сегмента – Express Foods (марки «King Lion», «Express»), «Europe Foods» («Gallina Blanca», «Быстросуп»), «Mivimex Foodtech» («Masan Group»), «Nestle» («Maggi», «Горячая кружка»), «Unilever» («Knorr», «Раз и готово»), совокупная доля которых в натуральном выражении достигла 80,3 %.

Категории принято делить на супы-инстанты (моментального приготовления), быстрого приготовления и готовые. В дальнейшем соотношение изменится не в пользу супов быстрого приготовления, поскольку их «моментальные» конкуренты развиваются динамичнее, большая часть супов моментального приготовления продается в крупных городах, жители которых привыкли к динамичному образу жизни.

Мы изучили ассортимент продуктов быстрого приготовления (далее – ПБП) в торговой сети города Хабаровска. При этом учли следующие признаки:

- в соответствии с назначением

- продукта и его потребительских свойств;
- возрастной сегмент покупателей, их доходов;
- значимость на рынке завода-изготовителя;
- ценового диапазона на продукт быстрого приготовления.

Анализ рынка блюд быстрого приготовления реализуемых в магазинах г. Хабаровска показал, что пищевые концентраты можно поделить на сегменты:

- вермишель и лапша моментального приготовления;
- бульоны, супы быстрого приготовления;
- супы-инстанты (супы моментального приготовления);
- инстанты — вторые блюда;
- жидкие супы;
- заправки для первых и вторых блюд;
- сухие соусы и каши.

Основную долю потребителей продуктов быстрого приготовления составляют люди в возрасте 25–54 лет. В то же время потребление этих продуктов характерно и для младших возрастных групп – 10–19 лет. Хочется отметить, что дети сами достаточно активно покупают продукты быстрого приготовления.

В сегменте вермишели быстрого приготовления по объему продаж лидируют «Анаком», «DHV-S» («Роллтон») и «K'oreya Vakult» (Doshirak), занимающие 63 % рынка. По оценкам производителей, объем продаж брикетированной вермишели составляет до 95 % от продаж вермишели быстрого приготовления в целом.

В сегменте супов на долю трех

лидеров – компаний «Русский продукт», «Europe Foods» и «Nestle» – приходится 85 % продаж. Причем доли продаж отечественных и зарубежных компаний в стоимостном выражении примерно равны, а по объему около двух третей продаж приходится на продукцию российских производителей.

Сегмент бульонов практически поделен между четырьмя производителями: три транснациональные компании – «Роллтон», «Europe Foods» («Gallina Blanca»), «Nestle» («Maggi») и «Unilever» («Knorr») (на них приходится 99,5 % продаж). Наибольшим спросом у потребителей пользуются упаковки весом менее 18 г и от 70 до 100 г. В дачный сезон увеличиваются продажи бульонов в больших упаковках и брикетированной лапши. В сегменте приправ лидируют компании «Сукория», «Nestle», «Podravka» и «Unilever» (79 % рынка в объемном выражении и 74,5 % — в денежном). Рост продаж в этом сегменте рынка происходит в основном за счет упаковок весом менее 50 г. Одним из лидеров в области производства ПБП является отечественная компания «Сублимированные продукты «Галакс», имеющая собственные заводы в Волгоградской и Мурманской областях, где производят до 15 т сублимированных продуктов в месяц – супы, борщи, рассольники, каши и гарниры с добавлением мяса. Сублимированные блюда «Гала'Гала» пользуются популярностью, так как они биологически полноценная пища, их технология позволяет сохранить первозданный

внешний вид, аромат и вкус исходного продукта, не содержат консервантов и красителей, имеют разнообразный ассортимент.

Компания «Роллтон» предлагает любителям вкусной еды более 30 видов продукции 90 наименований. Хорошо знакомы российскому потребителю, очень популярны вермишель «Роллтон» с разными вкусами, бульон, картофельное пюре. Каждый квартал «Роллтон» выводит на рынок целую гамму новинок, отличающихся прекрасным вкусом. Так, новый вид – картофельное пюре «Роллтон» в коробке представлен несколькими вкусами: «С брокколи», «С сыром», «С сливками», «С укропом». В состав пюре входят только высококачественные компоненты, а современные технологии позволяют достичь высокого качества продукции и значительно увеличить срок её хранения.

Объемы продаж продуктов быстрого приготовления за год выросли в стоимостном выражении во всех сегментах рынка продуктов быстрого приготовления: в сегменте бульонов – на 15 %, приправ – на 36 %, лапши – на 34 %, супов – на 36 % (традиционных супов – на 20 %, супов быстрого и моментального приготовления – на 67 %, готовых – на 155 %). Рынок растет, и в этом году его участники прогнозируют 35 %-ное увеличение в основном за счет более «технологичных» продуктов.

Основная особенность рынка ПБП г. Хабаровска – рост спроса на продукты сегмента премиум и более пристальное отношение к здоровому питанию, хотя отличие российского рынка и рынка

г. Хабаровска продуктов быстрого приготовления от западного состоит в том, что в России на сегодняшний день основным критерием, определяющим выбор, по-прежнему является цена. Отношение к полезности и экологичности продукта как к важным составляющим только начинает формироваться, преимущественно в крупных городах. В то же время продукты быстрого потребления востребованы и у пожарных, спасателей, и у профессиональных туристов, любителей рыбалки и охоты и даже ресторанов.

Основным каналом сбыта продуктов быстрого приготовления в г. Хабаровска являются открытые рынки (их доля в натуральном выражении составляет 43,5 %), растут продажи через продуктовые магазины (40,5 % в натуральном выражении за год).

На региональных рынках продвижением продукции занимаются одна-две компании, имеющие статус дистрибьютора и самостоятельно формирующие дилерскую сеть. Ведущие участники прогнозируют рынку стабильный рост, а последующее обострение конкурентной борьбы заставит большинство производителей активно развивать продуктовые линейки и продумывать новые виды упаковок и сопутствующих приложений. Самый потребляемый тип продуктов быстрого приготовления на рынке г. Хабаровска – вермишель, что объясняется низкой стоимостью продукции и служит причиной повышенного внимания к ней со стороны потребителей: 60 % выбирают именно пакетики. Второе место в

покупательских предпочтениях отдано упаковке в виде лотков (30 % потребителей), и 7 % предпочитают баночки и стаканчики. Большая часть потребителей предпочитает продукцию со вкусом курицы – 70 %. Вкусу говядины отдают предпочтение 26 % покупателей, грибной вкусовой добавке – 24 %, любители креветочного вкуса и вкуса свинины составляют 17 % и 12 % потребителей соответственно.

Другие ведущие производители лапши быстрого приготовления «HV-S» («Долина солнца «Роллтон», «Роллтон мини»), «Express Foods» («Knorr», «Экспресс»), «Александра и Софья» («Александра и Софья»), «Когеуа» («Доширак «Квисти»), «Анаком» («Анаком») стремятся разработать продукт для среднеценового сегмента и сегмента премиум. С ростом доходов потребители переключаются на более дорогие продукты.

У многих лапша ассоциируется с продуктом для бедных. Но основные участники уверены, что лапша все равно останется востребованным продуктом. Несмотря на то, что большинство потребителей не видит разницы между лапшой и вермишелью (оба продукта производятся из одинаковых ингредиентов, отличие заключается в форме: лапша в сечении плоская, а вермишель круглая), дегустации компании «Анаком» показывают: потребители считают, что лапша вкуснее. Основную долю на рынке ПБП и в восприятии потребителя занимает вермишель и лапша быстрого приготовления (около 60 % от всей

группы). Далее по объемам следуют сегменты бульонов и супов быстрого приготовления — 12,6 % и 10,8 % соответственно.

Супы, каши и пюре быстрого приготовления пользуются наибольшей популярностью в г. Хабаровске.

В целом потребление продуктов быстрого приготовления характерно для людей с невысоким материальным положением. Вместе с тем социально-демографические характеристики потребителей отдельных видов продуктов быстрого приготовления несколько различаются: потребление каш быстрого приготовления более характерно для группы с доходом выше среднего уровня (в основном это женщины).

В группе продуктов быстрого приготовления выросли объемы продаж готовых к употреблению супов – на 29 %, быстрорастворимых супов – на 10 %, а также приправ – на 34 %. Объемы продаж бульонов, лапши и требующих дополнительного приготовления супов сократились на 8, 9 и 13 % соответственно. При этом заметный рост цен наблюдался только у категории быстрорастворимых супов – на 22 %. Цены на готовые к употреблению супы стали падать в пределах 19 %, а на приправы, лапшу и требующие дополнительного приготовления супы выросли на 5, 9 и 14 % соответственно.

Супы остаются одним из наиболее востребованных продуктов. Их продажи выросли на 3,9 %. Основные лидеры этого сегмента – «Express Foods» (марки «King Lion», «Express»), «Europe Foods» («Gallina Blanca», «Быстросуп»), «Mi-

vimex Foodtech» («Masan Group»), «Nestle» («Maggi», «Горячая кружка»), «Unilever» («Knorr», «Раз и готово»), совокупная доля которых в натуральном выражении достигла 80,3 %.

Нам было также интересно изучить качество пищевых концентратов, реализуемых в торговой сети города Хабаровска.

Мы выбрали для изучения концентрированные супы трех заводов изготовителей:

1. Суп вермишелевый на мясном бульоне (ООО «Агрофирма «Кочеты» Краснодарского края).

2. Суп гороховый с копченостями (ОАО «Русский продукт» г. Москва).

3. Суп куриный с вермишелью (ООО «ПроАгроТехника», Московская обл.).

Анализ информации на упаковках для потребителей представлен в полном объеме и в соответствии с требованиями ГОСТ Р 51074-2003 (Информация для потребителя. Общие технические условия) двумя изготовителями – ОАО «Русский продукт» и ООО «ПрофАгроТехника».

Производитель «Суп вермишелевый на мясном бульоне» (ООО «Агрофирма «Кочеты» Краснодарского края) не указал на пакете энергетическую и пищевую ценность продукта. Информация для потребителей была представлена доступно и достоверно.

Упаковка пищевых концентратов всех производителей была герметичной.

Исследования органолептических показателей качества пищевых концентратов – по внешнему виду, цвету, вкусу, запаху и консистенции – показали их соответствие

требованиям ГОСТ Р 50847-96. Однако стоит отметить, что лучше органолептические показатели были выражены в продукции завода-изготовителя ОАО «Русский продукт» (суп гороховый с копченостями).

Из физико-химических показателей мы изучили массовую долю влаги, жира и восстанавливаемость концентрированных супов.

Влажность пищевых концентратов является важным показателем товарного качества, который определяет способность изделий к длительному хранению без порчи. Именно с влажностью, прежде всего, связана скорость биохимических изменений. Накопление продуктов гидролиза приводит к ухудшению вкуса и запаха. Повышенная влажность в большинстве случаев служит причиной плесневения пищевых концентратов.

Массовая доля влаги исследуемых образцов концентрированных супов не должна превышать 10 %. Результаты исследования показали, что все образцы по массовой доле влаги соответствуют требованиям нормативного документа.

Из исследуемых концентрированных супов наибольшую влажность имел образец «Суп гороховый с копченостями» (8,72 %, остальные в пределах 7,55–7,67 %).

Массовая доля жира в концентрированных супах с мясом должна быть не менее 11,5 %. Результаты наших исследования выявили, что все исследуемые образцы по массовой доле жира также соответствуют требованиям нормативного документа (ГОСТ Р 50847-96. Концентраты пищевые первых и вторых обеденных

блюд быстрого приготовления. Технические условия.) а также данным, указанных на маркировке.

Наибольшее содержание жира выявили у образца «Суп гороховый с копченостями» – 14,35 %. Массовая доля жира в образцах «Суп вермишелевый на мясном бульоне» ООО «Агрофирма «Кочеты» и «Суп куриный с вермишелью» ООО «ПроАгроТехника» составляла 12,55 и 11,75 % соответственно.

Определение восстанавливаемости концентрированных супов основан на органолептической оценке восстанавливаемых концентратов.

Навеску концентрата массой 50,0 г высыпают при перемешивании в кипящую воду (500 мл), доводят до кипения и варят 1 минуту, затем закрывают крышкой и оставляют для набухания. Для определения продолжительности восстановления концентрата через каждую минуту после 5 мин с начала набухания отбирают пробы.

Анализ полученных данных показал, что восстанавливаемость всех исследуемых образцов соответствует требованиям, указанным в маркировке.

Подводя итоги, можно отметить следующее: анализ информации о товаре, заявленной предприятием-изготовителем показал, что только два образца концентрированных супов соответствуют требованиям ГОСТ Р 51074-2003 – «Суп куриный с вермишелью» (ООО «ПроАгроТехника», Московская обл.) и «Суп гороховый с копченостями» (ОАО «Русский продукт», г. Москва). Маркировка, нанесенная на упаковки этих

изделий, содержит всю необходимую информацию о товаре и доступна для потребителя. Производитель «Супа вермишелевого на мясном бульоне» (ООО Агрофирма «Кочеты») не указал в маркировке пищевую и энергетическую ценность.

Органолептическая оценка качества концентрированных супов показала, что все образцы соответствуют требованиям нормативного документа, но наилучшим по органолептическими показателями является образец «Суп гороховый с копченостями» (ОАО «Русский продукт»).

Оценка качества концентрированных супов по физико-химическим показателям показала, что все исследуемые образцы по всем нормируемым показателям соответствуют требованиям нормативного документа ГОСТ Р 50847-96.

Наши исследования показали, что в торговой сети города Хабаровска реализуются пищевые концентраты хорошего качества.

Качество любого продукта в первую очередь зависит от качества сырья, поэтому крупные российские производители продуктов быстрого приготовления стремятся к стабильности качественных характеристик производимой продукции, а также ее безопасности для потребителей.

Список использованных источников

1 ГОСТ 19327-84 «Концентраты пищевые, первые и вторые блюда. Общие технические условия».

2 ГОСТ 15113.1-77 «Концентраты пищевые. Методы определения качества упаковки, массы нетто, объемной массы, массовой доли отдельных компонентов, размера отдельных видов продукта и крупности помола».

3 ГОСТ 15113.3-77 «Концентраты пищевые. Методы определения влаги».

4 ГОСТ 15113.9-77 «Концентраты пищевые. Методы определения жира».

5 ГОСТ 24508-80 «Концентраты пищевые. Упаковка, маркировка, транспортировка и хранение».

6 Иванова Т. Н. Товароведение и экспертиза пищевых концентратов и пищевых добавок : учебник. – 2-е изд., испр. и доп. / Т. Н. Иванова [и др.]. М. : ИНФРА-М, 2014, 265 с.