

# ТРЕНДЫ МИРОВОГО МОЛОЧНОГО АССОРТИМЕНТА И ИХ ОТРАЖЕНИЕ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

За долгие годы на молочном рынке появились новые популярные продукты, в частности греческий йогурт, йогуртовые и творожные напитки, кефирные напитки, сырнЫе палочки. Что будет следующим? Как обстоят дела с новыми формами сыров, например с творожным сыром, тертым сыром? Каковы новые вкусовые тенденции молочных продуктов и продуктов из молочной сыворотки, способы переработки? Этими вопросами задается **Кристине Франк**, директор ООО «Академия молочных наук» группы компаний «ЭкоНива».

**С**егодня тренды определяют потребительское поведение. Особенно в «белой продуктовой линейке» производство является инновационным, поскольку конкуренция молочной продукции за место на полке в розничной торговле высока. С помощью инноваций, изменений в представлении бренда на рынке и привлекающих внимание акций брендмейкеры пытаются победить большое число конкурентов. Если какая-то идея и оказывается успешной, то этот успех длится лишь несколько недель, пока поразительно похожие товары не появятся у дискаунтеров. Колесо движется все быстрее, жизненный цикл продуктов постоянно укорачивается; инновации, повторный выпуск товаров на рынок и быстрое копирование успешных продуктов в последние годы стремительно набирают обороты. В «белой продуктовой линейке» за счет региональных продуктов, продуктов с иным содержанием жира, новых сочетаний с фруктами, а также благодаря обогащению протеинами, витаминами и минералами на рынке появилось много новых идей.

Региональный характер и прозрачность происхождения также остаются главными трендами в молочном производстве. Для потребителей происхождение является важным критерием при принятии решения о покупке, поскольку региональные продукты гарантируют свежесть, качество и вкус. Тренд натуральных продуктов без каких-либо добавок и красителей,

по мнению потребителей, приобретает все большее значение.

Представим самые важные мировые тренды в молочной промышленности, проиллюстрировав их примерами российской и зарубежной продукции.

При создании новых молочных продуктов внимание фокусируется не только на пользе для здоровья и натуральности, но и на получении **дополнительной выгоды и дополнительного эффекта**. При этом дополнительная выгода молочных продуктов связана в первую очередь с повышенным содержанием протеина и пониженным содержанием сахара. Кроме того, у потребителя повышается осознание роли питательных веществ в сбалансированном питании. В связи с этим молоко и молочные продукты все чаще обогащают такими минералами, как кальций и цинк, а также витаминами А, С, D, E, пищевыми волокнами, фолиевой кисло-

той, магнием и калием. Наряду с этим, чтобы выделиться на рынке молочных продуктов, способствующих здоровому образу жизни, используют комплексные компоненты (коэнзим Q10 или холин).

В то время как тренд на молоко с повышенной ценностью, обусловленной обогащением протеинами, витаминами и минеральными веществами, во всем мире распространяется в основном на средние возрастные группы, на российском рынке такие молочные продукты предлагаются в первую очередь детям. Актуальным примером является линейка детских молочных напитков Rasensot Food Union из Литвы (фото 1).

**Ренессанс** переживает прежде всего **питьевое молоко**. Инновации в области питьевого молока с дополнительной выгодой представляют масштабные тенденции на мировом молочном рынке. Примерами могут служить безлактозное молоко, молоко от коров, питающихся только травой (сеном), ультрафильтрованное молоко, энергетическое молоко (молоко с повышенным содержанием протеина, витаминов или других питательных веществ) и молочные коктейли, органическое молоко и др. (фото 2). Важную роль в этом тренде наряду с дополнительной выгодой играет наименование продукта. Потребители уже не хотят покупать просто молоко, т. е. стандартный продукт со стандартным названием, а стремятся приобрести продукты, которые соответствуют их самосозна-



Фото 1. Детские молочные напитки RASENSOT от Food Union



Фото 2. Примеры продуктов, соответствующих самосознанию и стилю жизни потребителей



Фото 3. Молоко ночной дойки

нию и стилю жизни. Название продукта, упаковка, а также сам продукт сегодня должны отражать индивидуальность потребителя.

В России мы наблюдаем тягу потребителей прежде всего к органическому и (или) экологически произведенному молоку. Соответственно в тренде находится безлактозное молоко. Особенностью российского рынка является так называемое молоко ночной дойки (фото 3), гораздо реже встречающееся за рубежом. В России большой потенциал у молока от коров, питающихся только травой (сеном), ввиду потребностей отечественного потребителя. То же можно сказать и о шоколадном молоке, и о молочных коктейлях с ванильным и клубничным вкусами, которые распространены на российском рынке, но (еще?) не продвигаются как энергетическое молоко с дополнительным эффектом для спортсменов и людей, заботящихся о своем здоровье. В этом случае потенциал заключается в выявлении новых групп покупателей с помощью подходящих маркетинговых стратегий продажи и рекламы.

Клубничное молоко, окрашенное концентратом клубничного сока, популярнее, чем с использованием красителя из сока красной свеклы. Если даже в обоих случаях речь идет о красителях натурального происхождения, гораздо проще разработать рецепты новых молочных продуктов с ингредиентами, схожими с конечным продуктом.

**Создание рецептов «молоко с молоком»** (formulating dairy with dairy) – следующий тренд в молочной промышленности. Пермеат в рецептах является относительно новым компонентом, открывающим путь для создания многих новых продуктов. В общем молочный пермеат – это продукт, который получается в результате выделения белка и жира из молока, частично обезжиренного молока и обезжиренного молока с помощью ультрафильтрации. При этом в молочном пермеате остаются минеральные вещества и витамины, содержащиеся в молоке. Между прочим, он используется в Европе при изготовлении турецкого национального напитка айрана. Как правило,

айран состоит из разбавленного водой йогурта и соли (фото 4). При его производстве только воду, но никак не йогурт можно заменить пермеатом, который в отличие от воды улучшает вкус и повышает ценность готового продукта.

Тренд «молоко с молоком» применим также при создании молочных продуктов с повышенным содержанием протеина, например в греческом йогурте (фото 5). Он может продаваться как самостоятельный продукт, а также может быть основой для дипа и смузи. В отличие от других стабилизаторов у молочного белка явный молочный вкус, который не перебивает натуральный вкус йогурта и не ослабляет выраженность дополнительных вкусов.

Примером данного тренда в молочной промышленности является продуктовая линейка от ОАО «Молочные горки» (Республика Беларусь). На заводе сыворотка проходит ультрафильтрацию – фракционирование на сывороточные белки и пермеат. Получаемый сывороточный белок является основным компонентом нано-



Фото 4. Айран, разработанный с использованием пермеата



Фото 5. Греческий йогурт: продукт с повышенным содержанием протеина



Фото 6. Молочные продукты линейки Exponenta



Фото 7. В мире набирают популярность региональные молочные вкусы

лока. Его полезные свойства хорошо известны спортсменам и людям, страдающим ожирением. Новая продуктовая линейка получила название Exponenta (фото 6).

Предприятие IngrediaInc. (г. Улапаконета, штат Огайо, США) создало молочные дериваты, с помощью которых можно производить творог или сыр без отделения сырной массы и сыворотки друг от друга. Другими словами, все молоко в сыроизготовителе культивируется, свертывается (сбраживается) и превращается в сырную массу, которая позже формируется в сыр. Данная запатентованная технология позволяет изготавливать твердые и мягкие сыры без сепарирования сырной массы и отделения сыворотки. В сыроизготовителе молоко, молочный жир и специальный молочный протеин смешиваются. Смесь подвергается культивированию, свертыванию. Далее вносится соль. Из полученной массы можно затем изготовить различные сыры в зависимости от исходной культуры и специально добавленного протеина. Эта технология позволяет разрабатывать новые текстуры, вкусы, композиции и формы сыра, а также сокращать затраты на производство.

Предприятие Agropur Ingredients (Ла-Кросс, Висконсин, США) применяет одну из своих запатентованных технологий для получения так называемых трехмерных молочных фракций, которые способствуют поддержанию кремовой текстуры молочных продуктов без добавления в них жира. При использовании данной технологии молекулы, обеспечивающие основной вкус молока, концентриру-

ются, что позволяет создателям рецептов уменьшить содержание жира, натрия и сахара без ухудшения желаемого молочного вкуса, содержания и текстуры. Благодаря этому концентрату можно также нейтрализовать металлический вкус, который ассоциируется с некоторыми непитательными сладкими веществами. Молочные фракции могут заменять до 15 % и более обезжиренного сухого молока, прежде всего в десертах быстрого заморозки с низким содержанием жира, что ведет, с одной стороны, к сокращению расходов на производство, с другой – к улучшению текстуры и вкусовых ощущений.

Следующим трендом является **региональная кухня** – традиционные национальные блюда сами себя экспортируют, например ласси (индийский йогуртовый напиток) или кефир становятся все более популярными в США и Европе. Это направление дает огромные шансы для новых разработок в области вкусов. У потребителей молочных продуктов, любящих



Фото 8. Особенности региональные молочные продукты

экспериментировать, пользуются успехом прежде всего азиатские (маття, панан, чай) или латиноамериканские (сгущенка, лукума) вкусы. Американские вкусы (брауни, чизкейк, эпл-пай) также повсеместно вызывают большой интерес. Африканские (пажитник сенной, кумин, кардамон), восточноевропейские (укроп, черемша, любисток) и среднеазиатские (сухофрукты, прежде всего финики и инжир, а также глазированные фрукты и мед, гранат, орехи) становятся популярными (фото 7).

Но не только вкусы создают возможности для новых разработок. Тренд региональной кухни «в собственных четырех стенах» отражает желание потребителей иметь возможность покупать особенные региональные молочные продукты из других стран на своем отечественном рынке. Большой инновационный потенциал для выхода на международный рынок есть у многих кисломолочных продуктов, которые можно купить на российском рынке. Кефиру, древнерусскому молочному продукту, уже удалось прорваться на международный рынок (фото 8). Однако в других странах в отличие от России проводится очень много экспериментов с видами упаковок и со вкусами. Конечно, кефир – не единственный кисломолочный продукт, имеющий потенциал для распространения по всему миру. Рынок питьевых кисломолочных продуктов в России столь велик и разнообразен, как практически ни в одной другой стране: не только кефир, но и снежок, ряженка, простокваша, тан, айран, кумыс способны стать самыми популярными экспортными продуктами. Кроме того, существуют еще такие кисломолочные продукты с высоким содержанием питательных веществ и протеинов, как катык или тарак (в условиях высокогорья), сузьма, курт, и лимациони, или каймак, которые вообще неизвестны в мире, много экзотических видов продуктов можно было бы предложить потребителям, любящим эксперименты и при этом заботящимся о своем здоровье.

В России представлено большое разнообразие рассольных сыров отечественного производства, которые с легкостью могли бы завоевать меж-



## Комплексные решения для производства и переработки молока

- Оборудование для производства и переработки молока
- Организация нового и реконструкция существующего предприятия
- Охлаждение молока на молокозаводах
- Оборудование для нарезки и упаковки



**01-04 марта 2016**  
МВЦ «Крокус Экспо»  
Стенд № C403

**ГЕА**  
105094, Россия, Москва, ул. Семеновский Вал, 6А  
Тел: +7 (495) 787-20-20 | Факс: +7 (495) 787-20-12  
gearus@gea.com

engineering for a better world

gea.com

дународный рынок. В Европе большой популярностью пользуются сейчас сыр Фета и его аналоги. Осетинский сыр, Сулугуни, брынза – сыры, которые могли бы обогатить как отечественный, так и мировой рынок сыров. Посмотрим, какие же сыры в настоящий момент являются хитами продаж во всем мире.

В первую очередь это Азиаго (Asiago) (фото 9), итальянский сыр из коровьего молока, структура которого зависит от возраста. Азиаго имеет гладкую, тонкую и эластичную корочку желтовато-серого цвета. Внутри он светло-соломенного цвета. Это довольно мягкий сыр со множеством маленьких дырочек, имеющий приятный, слегка пряный вкус с примесью аромата орехов и цитрусовых. Зрелый Азиаго более твердый и плотный и имеет слегка терпкий аромат. Сегодня Азиаго производится из коровьего молока одной дойки, которое хранится в небольших бочках в течение 6–12 ч и затем снимается (обезжиривается). Реже используется молоко от двух доек. В таком случае обезжиривается молоко только от первой дойки, за счет чего увеличивается жирность сыра. После свертывания молока сырная масса обжигается, т. е. нагревается до температуры выше 40 °С, чтобы загустить сыр. Сыворотка отбирается, а сырная масса помещается в специальные деревянные формы fascere. После вылеживания, во время которого формируется и затвердевает круглая сырная головка диаметром 30–36 см, толщиной 9–12 см и массой 8–12 кг, сыр поступает в соляной раствор, после чего хранится как минимум 3–5 мес до полного созревания.

Хаварти (Navarti) – это мягкий, пластичный датский сыр с пикант-



Фото 9. Итальянский сыр Азиаго



Фото 10. Датский сыр Хаварти



Фото 11. Мексиканский сыр Асадеро

ным вкусом, который приобретает сейчас все большую популярность. Это нарезной сыр с неравномерными, небольшими дырочками, что делает его похожим на Тильзитер (фото 10). Он выпускается в цельном или нарезном виде в самых разных вариациях:

как без добавок, так и с добавлением укропа, тмина или чили. Срок созревания данного сыра составляет примерно 1 мес. Хаварти имеет тонкую, промытую натуральную корочку, иногда с красным восковым налетом, и производится в основном прямоугольной формы (брусом), но также и в виде головок.

Асадеро (Asadero) (фото 11) – это разновидность сыра Оахака, т. е. это полутвердый нарезной сыр из коровьего молока, который производится в Мексике по технологии Pasta Filata. В противоположность сыру Оахака, который вырабатывается в основном в шаровидной форме, Асадеро чаще формируется в прямоугольную форму так, чтобы его можно было легко нарезать на равномерные кусочки. Этот сыр лучше всего использовать для приготовления вареных и жареных блюд.

Судя по тенденциям региональной кухни, **вкусовые инновации** играют все большую роль, потребители становятся все более требовательными и хотят еще большего разнообразия. Несмотря на то что кокосовый орех является вкусом 2016 г., чили в своем многообразии – от землистого до фруктового или дымного вкуса – является самой популярной новинкой мировой пищевой промышленности и молочного производства. Чили часто смешивается с другими приправами региональной кухни. Палитра его вкусов используется в соусах, заправках, сырах и сливочном масле. Чили бывает разным по остроте. И при выборе молочных продуктов со вкусом чили потребитель рассчитывает на полный диапазон вкусов – от деликатного до характерного. Поэтому сейчас производятся сыры с абсолют-



Фото 12. Сыр с чили и паприкой



Фото 13. Большую популярность имеют сыры пикантного вкуса, например с ароматами, получаемыми за счет различных технологий приготовления

но новыми сочетаниями вкусов, такие как Cayenne, Pasilla, Bhut-Jolokia или Naga-Jolokia-Chili, Ancho, Guajillo, Habanero, Jalapeno, Szechuan. На российском рынке сыры со вкусом кокоса и чили представлены уже долгие годы. И, несмотря на имеющееся разнообразие, количество вариантов вкусовых сочетаний кисломолочных продуктов и сыра постоянно увеличивается (фото 12).

Кроме того, используются другие возможности придания пикантного вкуса сыру, например ароматы, получаемые за счет различных технологий приготовления, а именно копченый, жареный, поджаренный (подрумяненный) или обожженный привкусы (фото 13). От этого сыр только выигрывает, и уже не важно, какой он зрелости, твердый или плавленый. Популярные сейчас мировые новики существуют в России уже давно. Прежде всего это копченые сыры, которые благодаря своему превосходному вкусу и аромату, а также продолжительности хранения пользуются



Фото 14. Пикантные кисломолочные продукты часто содержат травы, овощи или красный перец

большой популярностью у потребителей. Самые известные из них – копченый Сулгуни и колбасный сыр.

К данным направлениям относится также тренд из Японии, все более актуальный для российского рынка, – пятый вкус «умами». Наряду со сладким, с кислым, соленым и горьким существует также пятый вкус, и это определяет полноценность вкуса. Как раз этому полновкусию молочное производство уделяет сегодня все больше внимания. Ощущение «умами» создают глутамат натрия и некоторые аминокислоты, которые в небольших количествах содержатся в

протеинсодержащих продуктах – мясе, сыре (особенно в Пармезане), помидорах и грибах.

Пикантные молочные и кисломолочные продукты часто содержат травы, овощи или красный перец. При варке данных ингредиентов происходит химическое преобразование содержащихся в них сахара и глутаминовой кислоты. В результате получается карамелизованный и пассерованный вкусовой оттенок.

Шпинат, чеснок, грибы, лук и помидоры содержат глутаминовую кислоту в большом количестве, что способствует формированию пятого вкуса



**22 года на рынке!**

# Голтекс

**(495) 598-29-65  
598-21-69**

## Оборудование для пищевой промышленности, переработки молока и других пищевых продуктов

Пластинчатые пастеризаторы ПМР-02-ВТ для жидких пищевых продуктов (молоко, сливки, напитки, кисломолочные продукты, меланж, соки, пиво, вино и др.)

Пластинчатые теплообменные аппараты, производительностью 1000 - 10000 л/ч.

Установки для стерилизации и охлаждения жидких пищевых продуктов

Клапаны гидравлические с электромеханическим приводом КГЭ-П-3М.У

Насосы молочные универсальные НМУ-6/1

[www.pasterizator.ru](http://www.pasterizator.ru)

[пастеризатор.рф](http://пастеризатор.рф)





Фото 15. Стейк из головки сыра

«умами». Это совпадает с выводами маркетологов о том, что в мире с каждым годом увеличивается потребление овощей. Покупатели действуют более осознанно и задумываются о своем ежедневном овощном рационе. При этом они предпочитают интересные овощные комбинации, в том числе йогурт со вкусом овощей (фото 14).

Расширение палитры вкусов с помощью ароматов, достигаемое благодаря применению определенных технологий приготовления, за счет получения вкуса «умами» или добавления овощей, является преимуществом для твердого и плавленого сыров, творожных сырных продуктов. В совокупности с региональными вариантами текстуры и вкуса они представляют собой натуральный, свежий и надежный альтернативный продукт. При этом наибольшей популярностью пользуются сыр на гриле и стейк из головки сыра (Steakde Fromage), которые появились совсем недавно в качестве альтернативы барбекю (фото 15). Сыр на гриле готовится с различными маринадами, которые усиливают вкус и приносят разнообразие. Местная кухня и чили в качестве популярной приправы в творожном сыре объединились в так называемое Jalapeño Poppers – блюде из поджаренных стручков перца чили, фаршированных сыром. Это мексиканское блюдо, которое готовится из свежих продуктов либо, как в США, из замороженных полуфабрикатов, постепенно завоевывает Европу. Как раз благодаря различным вариациям считается, что творожный сыр станет в будущем новым мегатрендом в ассортименте молочной продукции после греческого йогурта (фото 16).

Разработка новых вкусов привела к появлению новинок в секторе сливочного масла. Наряду с использова-

нием различных вкусовых свойств инновационные тенденции продолжают развиваться, и разрабатываются совершенно новые сорта сливочного масла. Это, например, масло кустарного производства (производится вручную по традиционной технологии), масло, «раскатанное» вручную, и т. д. (фото 17)



Фото 16. Благодаря различным вариациям творожный сыр станет новым мегатрендом



Фото 17. Новые виды масла: масло кустарного производства



Фото 18. Удобная упаковка придает преимуществу продукту

Кроме того, новые продукты будут иметь другую, более удобную **упаковку**. Так, для сыра и йогурта из продуктовой линейки «Сырное лакомство» от компании «Вкусный стандарт» (фото 18), упаковка станет компактнее, что позволит потреблять данные продукты в течение всего дня – на завтрак, в качестве перекуса, во время обеда или на десерт. Переработчикам известно, что дизайн, форма и цвет упаковки оказывают существенное влияние на интерес покупателей. Упаковка должна привлекать внимание, нести в себе послание компании потребителям, с недавних пор стали актуальными ее компактность и удобство. Тенденция развития упаковочных форматов напрямую связана с желанием потребителей видеть сквозь упаковку сам продукт, поэтому прозрачные материалы сейчас очень популярны. Компактные упаковки, стоячие пакеты для молока, тертого сыра или творога (фото 19) – это еще один тренд, как отечественный, так и международный. Это позволяет разместить больше упаковок и больше продуктов на магазинных полках при одинаковой расфасовке. К данному тренду относится также тенденция заменять круглые упаковки прямоугольными (рис. 20). Прежде всего это касается таких продуктов, как сливочное масло, соусы и мягкий и творожный сыры. Прямоугольные упаковки можно компактно укладывать в стопки и перевозить, что, в свою очередь, сокращает транспортные расходы и обеспечивает размещение большего количества данного продукта на полке магазина.

**Прозрачность** процесса переработки, а также информирование клиентов о технологии производства продукции, происхождении отдельных компонентов играют важную роль в молочном производстве. Ценность продукта очень важна для потребителей. Но понятие «ценность» для разных людей имеет разное смысловое наполнение, включает в себя нечто большее, чем здоровье и комфорт, соотношение затрат и прибыли, и ассоциируется с доверием. Степень доверия зависит от того, местный ли это продукт, известно ли, с какой фермы молоко, и есть ли у



Фото 19. Удобны стоячие пакеты для молока, тертого сыра или творога



Фото 20. Прямоугольные упаковки более эффективны при размещении на торговых полках

этого фермера постоянное производство и переработка. Удачным примером является компания Stonyfield Farm (США), которая подняла прозрачность информации о сети своих поставщиков на совершенно новый уровень. По каждому ингредиенту их молочной продукции там создали карту ресурсов. С помощью так называемой Source Map потребитель может проследить происхождение и историю возникновения каждого ингредиента. Поставщики Stonyfield Farm – это, как правило, небольшие семейные предприятия, и через Source Map можно посмотреть профиль каждого предприятия и фермы, а также ознакомиться с методами производства и переработки

(<http://blog.sourcemap.com/how-stonyfield-created-their-ingredients-map>).

Кроме того, покупатели все чаще требуют обеспечения «реальной» связи с продукцией и производителями. Вот ссылки на один интересный сайт по данной тематике: <http://www.realcaliforniamilk.com/our-food/>, <http://wearesocial.net/storytellingatscale/>.

В рамках своего проекта «Академия молочных наук» группы компаний «ЭкоНива» мы пытаемся напрямую общаться с потребителями и рассказывать им о происхождении молока, а также о его переработке. Мы рассказываем об истории развития молочной отрасли, делимся опытом, который получили на своих предприятиях, и хотим таким обра-

зом наладить реальную связь со своим конечным потребителем.

Что касается темы прозрачности производства, то российский рынок в этом смысле имеет очень большой потенциал. И даже если эта тема не касается непосредственно ассортимента молочного производства или многообразия продуктов на рынке, она влияет на решение потребителя о том, покупать или не покупать тот или иной продукт. Открытое, живое общение с клиентами в целях обеспечения доверия к качеству сырья, процессу переработки и конечному продукту, а также создание реальной связи клиентов с продукцией, рынками и молочными хозяйствами – задачи, с которыми российское молочное производство столкнется в будущем.

*Какие еще задачи переработчикам и производителям молока диктует расширение ассортимента с учетом развития и инноваций молочной промышленности? На международном рынке, как и в России, продовольственная безопасность является, пожалуй, самой сложной задачей, стоящей сейчас перед молочными хозяйствами, решить которую можно лишь за счет внедрения новейших технологий и тщательного и безопасного производства. Только тогда инновационные продукты, натуральные компоненты и выигрышные упаковки имеют шанс упрочить свои позиции на рынке и на полках супермаркета.* 💧



## ФАСОВОЧНО-УПАКОВОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Приглашаем Вас посетить  
14-ю международную выставку  
«Молочная и мясная индустрия 2016»,  
с 1 по 4 марта 2016 г.,  
МВЦ «Крокус Экспо»  
Павильон 1, Зал 3.

15 лет с Вами!

8 800 775-74-90

[www.profitex.ru](http://www.profitex.ru)



Линия для фасовки в пакеты типа PURE-PACK



Автомат для фасовки в полиэтиленовые пакеты