

Л.В. Страшинська, д-р екон. наук, проф. (НУХТ, Київ)
СПОЖИВЧІ ВПОДОБАННЯ НА РИНКУ МОЛОЧНИХ
ПРОДУКТІВ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ

Протягом 2018 року молочні продукти були лідерами в сегменті упакованих харчових продуктів у всьому світі. Їх загальний продаж склав близько \$500 млрд. У зв'язку з цим зміни в споживчій поведінці і цінностях змушують молочні компанії створювати інноваційні і конкурентоспроможні продукти відповідно до споживчих вподобань.

Останнім часом споживачі віддають перевагу продуктам, які приносять користь не лише самій людині, але й всьому світу, тобто не забруднюють навколишнє середовище, не виснажують земельні та природні ресурси. Аналітичні дослідження компанії GlobalData свідчать про те, що:

- 41% споживачів обирають продукти з логотипами, які свідчать про чисте та екологічне виробництво;

- 38% споживачів згодні платити більше за екологічно чисті та безпечні матеріали;

- 30% опитаних готові доплачувати за підвищену соціальну відповідальність виробника, який бережно відноситься до оточуючого середовища і використовує сучасні ресурсозберігаючі технології.

З року в рік проводиться все більше досліджень з питань, як мікробіом людини впливає на його здоров'я і гарне самопочуття. Результати свідчать, що споживачі все частіше обирають продукти з пробіотиками, які покращують травлення і позитивно впливають на мікрофлору кишківника. Перш за все, це стосується йогурту, який вважається одним з трьох найкращих продуктів для здорового травлення поряд з фруктами та овочами. Крім того, пробіотики, здійснюють й протизапальну дію, а також покращують обмін речовин у всьому організмі. Тому саме продукти з пробіотиками зараз знаходяться в мейн-стрімі спортивного і здорового харчування. За прогнозами до 2024 року світовий ринок пробіотиків досягне \$73 млрд.

Виробників продуктів на основі тваринної сировини продовжує турбувати зростаюча частка продукції на ринку рослинних альтернатив молока. Вівсяні, мигдальні, рисові, гречані, кокосові та інші рослинні низькокалорійні напої підходять ваганам і людям, які не переносять лактозу. Вони вживають продукти, які не містять холестерин і тваринні білки, й зацікавлені в продуктах, що багаті на рослинні білки. При цьому порівнювати їх зі звичайним молоком не

досить коректно, адже за своєю суттю це два принципово різних продукти, які мають лише схожий колір і рідку консистенцію.

Аналітики прогнозують, що в майбутньому молоко рослинного походження може стати серйозною альтернативою тваринному. За даними Future Market Insight, до 2022 року ринок складе \$9,5 млрд. Основний обсяг ринку сьогодні припадає на США, Канаду і Китай (70% споживачів). Європейський ринок зростає щорічно на 14,5% і ця тенденція збережеться до 2023 р. Основне споживання в Європі припадає на такі країни, як Франція, Великобританія і Німеччина.

Низка потужних виробників вирішила не втрачати можливості й інвестувати в запуск «немолочних» ліній на підприємствах. Зокрема, компанія Danon на початку 2020 року відкрила в США нове спеціалізоване підприємство, націлене на виробництво веганського сиру, веганських йогуртів і протейнових порошків.

Досить важким завданням для молочних компаній залишається виробництво продуктів зі зниженим вмістом цукру (або взагалі його відсутністю). При цьому продукти повинні бути максимально смачними, щоб задовольнити запити споживачів, які все більше турбуються про своє здоров'я. Протягом 2019–2020 рр. виробники розробили безліч низькокалорійних новинок, зокрема, дієтичне морозиво, новий батончик Dairy Milk, який містить на 30% менше цукру. Проте, гравці ринку впевнені, що цього недостатньо. Зокрема, Британський консорціум роздрібної торгівлі (BRC) виступив за обов'язковий контроль над нездоровою їжею. Після того, як у 2018 р. уряд Великобританії запровадив «податок на цукор» для виробників безалкогольних напоїв, можна очікувати, що найближчим часом й інші продукти з високим вмістом цукру також будуть обкладатись митом. Тому досить вірогідно, що кількість молочних продуктів із зниженим вмістом цукру збільшиться.

Зростаючий попит серед споживачів, особливо молодого покоління, на розваги, нові, цікаві смаки також буде впливати на інновації в молочних продуктах. Наповнене алкоголем морозиво, ароматизоване масло, пряний маринований сир – це лише декілька експериментів з ароматом, які спостерігались в молочній промисловості протягом останніх років.

Разом з активним зростанням альтернативного сектора виробництва молочних продуктів на теперішній час зростає і конкуренція. Тому молочні компанії повинні приймати нестандартні рішення та експериментувати, враховуючи зміни стилю життя і пріоритети споживачів.