

УДК 635.01

ПЕРСПЕКТИВЫ РАСШИРЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДАЖИ БЕЗЛАКТОЗНОЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Жукова Ю. С., кандидат экономических наук, доцент

E-mail: zhukova0879@yandex.ru

Маринина А. Ю., старший преподаватель

E-mail: asyu.pch@mail.ru

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Вятский государственный агротехнологический университет»,
г. Киров, Россия

Аннотация. В статье представлено обоснование перспектив расширения производства и продажи безлактозной молочной продукции. В настоящее время увеличивается число граждан, имеющих непереносимость лактозы, им приходится либо вовсе отказываться от употребления молочной продукции, либо приобретать специальную безлактозную продукцию. Возможности расширения производства безлактозных молочных продуктов были рассмотрены как с точки зрения производителей, их возможностей и текущего состава предложения таких продуктов (производственные возможности), так и с точки зрения потребителей (потребительские возможности).

Ключевые слова: непереносимость лактозы, молочная продукция, безлактозные продукты, маркетинговое исследование, производственные возможности

PROSPECTS FOR EXPANDING THE PRODUCTION AND SALE OF LACTOSE-FREE DAIRY PRODUCTS

Zhukova Yu. S., candidate of economic sciences, associate professor

E-mail: zhukova0879@yandex.ru

Marinina A. Yu., senior lecturer

E-mail: asyu.pch@mail.ru

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
«Vyatka State Agrotechnological University», Kirov, Russia

Annotation. The article provides the justification of the prospects for expanding the production and sale of lactose-free dairy products. Nowadays, the number of people with lactose intolerance is increasing. These people either have to give up eating dairy products or to purchase special lactose-free products. The possibilities of expanding the production of lactose-free dairy products are considered both from the point of view of producers, their capabilities and the current



composition of the supply of such products (production capabilities), and from the point of view of consumers (consumer capabilities).

Keywords: lactose intolerance, dairy products, lactose-free products, marketing research, production capabilities

По данным Всемирной Организации Здравоохранения непереносимостью лактозы страдает от 10 до 80% людей среди различных групп населения. Лактазная недостаточность широко распространена по всему миру [1].

В связи с этим возникает необходимость для данных граждан в особом питании, в частности в употреблении безлактозных продуктов, особенно молочных.

Вообще отказываться от молочных продуктов нельзя, так как это лишает организм источника кальция, фосфора и ряда витаминов. Поэтому при непереносимости лактозы обычно рекомендуется отдавать предпочтение продуктам с низким содержанием лактозы или без нее.

Гражданам с непереносимостью лактозы, также как и гражданам с диагнозом сахарный диабет, приходится либо отказываться от соответствующих продуктов, либо искать замену [3].

Данная ситуация и тенденция роста количества людей с непереносимостью лактозы дает возможность производителям молочной продукции расширять свой ассортимент, при этом есть два способа устранения наличие лактозы в продуктах [8, 9]:

1. Добавление фермента, который на этапе приготовления продуктов расщепляет лактозу, и она поступает в организм уже в щадящей форме.

2. Второй способ обусловлен технологическим процессом. Например, в сырах Laplandia лактоза расщепляется на этапе созревания под действием специальной закваски.

Перспективы расширения производства безлактозных молочных продуктов необходимо рассматривать как с точки зрения производителей, их возможностей и текущего состава предложения таких продуктов



(производственные возможности), так и с точки зрения потребителей (потребительские возможности) [2, 10].

Поскольку потребитель в первую очередь узнает о продуктах непосредственно в точках продажи, то есть в магазинах розницы, рассмотрим для примера ассортимент безлактозных молочных продуктов в сети супермаркетов ВкусВилл (таблица 1).

Таблица 1 – Характеристика ассортимента безлактозных молочных продуктов в сети магазинов ВкусВилл

Наименование и производитель	Состав	Цена за единицу, руб.
1	2	3
Молоко и сливки		
Молоко безлактозное 1,5%, 700 мл ООО «Солюд»	молоко цельное, молоко обезжиренное, ферментный препарат лактаза	105
Молоко безлактозное 3,5-4,5%, 500 г ООО Молочная культура	молоко нормализованное	105
Молоко детское безлактозное 3,2%, 205 г ОАО Брянский гормолзавод	нормализованное молоко	56
Молоко безлактозное ультрапастеризованное 1,5%, 970 мл АО Данон Россия	молоко нормализованное	152
Творог		
Творог безлактозный 4,5%, 120 г ОАО Молочный комбинат Пензенский	молоко нормализованное, фермент – лактаза, закваска.	76
Творог детский безлактозный 5%, 100 г ОАО Брянский гормолзавод	нормализованное молоко, закваска молочнокислых культур	48
Кисломолочные продукты		
Кефир безлактозный 3,2%, 330 г ООО «Солюд»	молоко цельное, молоко обезжиренное, с использованием закваски, приготовленной на кефирных грибках, ферментный препарат лактаза	67



Продолжение таблицы 1

1	2	3
Кефир безлактозный с клубникой без добавления сахара 2,5%, 300 г ООО «Маданир»	молоко нормализованное, клубника, закваска на кефирных грибах, подсластители (эритрит, стевия), ферментный препарат микробного происхождения, расщепляющий лактозу	82
Кефир с бананом безлактозный 2,5%, 300 г ООО «Маданир»	молоко нормализованное, банан, закваска на кефирных грибах, ферментный препарат микробного происхождения, расщепляющий лактозу.	89
Йогурт греческий безлактозный 4%, 120 г ОАО «Молочный комбинат «Пензенский»	молоко нормализованное, фермент - лактаза, йогуртовая закваска.	67
Йогурт питьевой безлактозный «Яблоко-Чиа» 2,5%, 300 г ООО «Маданир»	молоко нормализованное, яблоко, семена чиа, ферментный препарат микробного происхождения, расщепляющий лактозу, подсластитель – стевииолгликозиды, йогуртная закваска	84
Масло сливочное		
Масло сливочное безлактозное 72,5%, 200 г ООО «Торговый дом Махаон»	пастеризованные сливки, фермент лактаза	225
Сыр		
Сыр «Фитнес» безлактозный 200г ООО «Свежее решение»	молоко пастеризованное, бактериальная закваска мезофильных молочнокислых микроорганизмов, сычужно-говяжий молокосвертывающий ферментный препарат животного происхождения, ферментный препарат животного происхождения - лизоцим (из белка куриных яиц), соль пищевая, уплотнитель - хлорид кальция, фермент - лактаза (0,1%).	248
Сыр «Сулугуни» безлактозный 200 г ЗАО «Умалат»	Молоко пастеризованное, соль пищевая, термофильные бактериальные закваски, молокосвертывающий ферментный препарат микробного происхождения	250
Сыр «Моцарелла» без лактозы 125 г ЗАО «Умалат»	молоко пастеризованное, соль пищевая, термофильные бактериальные закваски, молокосвёртывающий ферментный препарат микробного происхождения; заливка (вода питьевая, соль пищевая).	190
Сметана		
Сметана безлактозная 20%, 200 г ООО «Маданир»	Сливки нормализованные пастеризованные, ферментный препарат микробного происхождения, расщепляющий лактозу, закваска	134



В ассортименте исследуемого магазина присутствует 16 наименований безлактозной молочной продукции разных производителей.

Количественная характеристика ассортиментных групп безлактозной молочной продукции в сети магазинов ВкусВилл представлена на рисунке 1.

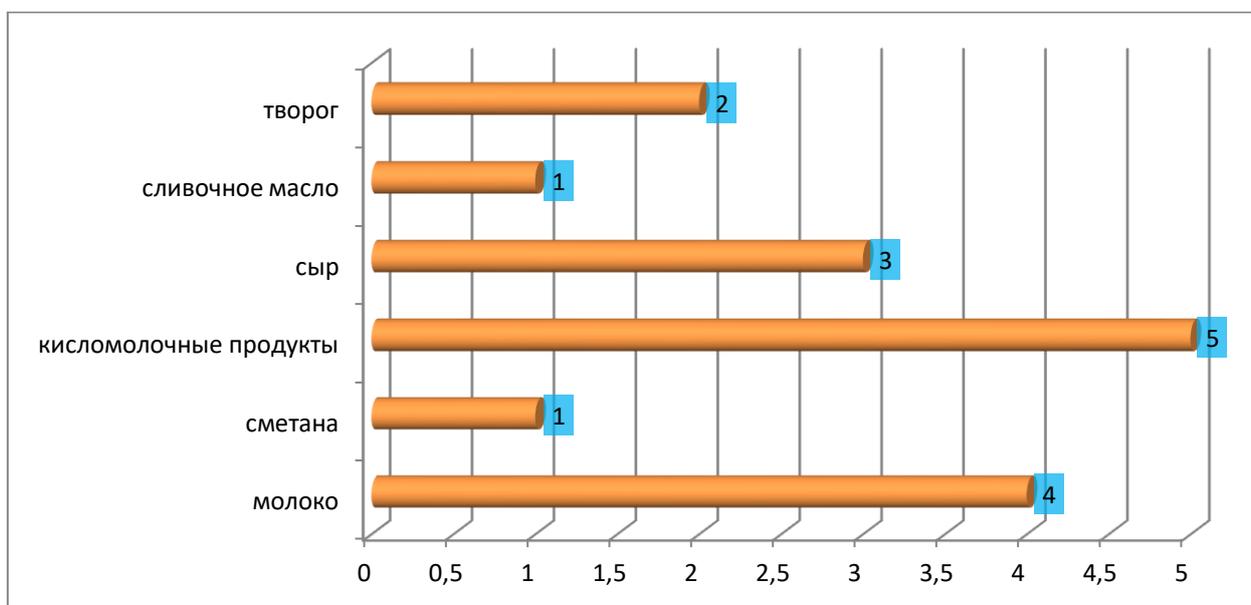


Рисунок 1 – Количественная характеристика ассортиментных групп безлактозной молочной продукции в сети магазинов ВкусВилл, шт.

Наибольшее количество ассортиментных позиций представлено по группе кисломолочные продукты, а в группах сливочное масло и сметана присутствует по одному наименованию.

В целом ассортимент базлактозной молочной продукции в представленной сети достаточно широкий, в обычных супермаркетах (например, в Пятерочке и Магните) таких товаров нет вообще.

С целью изучения мнения потребителей на региональном рынке безлактозной молочной продукции было проведено анкетирование 180 потребителей непосредственно в розничных торговых точках [4, 5, 6, 7]. Для большей репрезентативности результатов анкетирование проводилось



среди представителей разных половозрастных групп, за исключением группы «дети». Основная масса участников опроса (79%) – лица в возрасте до 50 лет, соотношение мужчин и женщин – 33 и 67% соответственно.

При анализе частоты употребления молочных продуктов самым популярным ответом оказался «каждый день», на втором месте находится ответ «3-4 раза в неделю», далее следует вариант «2 раза в неделю». Таким образом, можно утверждать, что 94% потребителей хотя бы раз в неделю употребляют молочные продукты в пищу (рисунок 2).

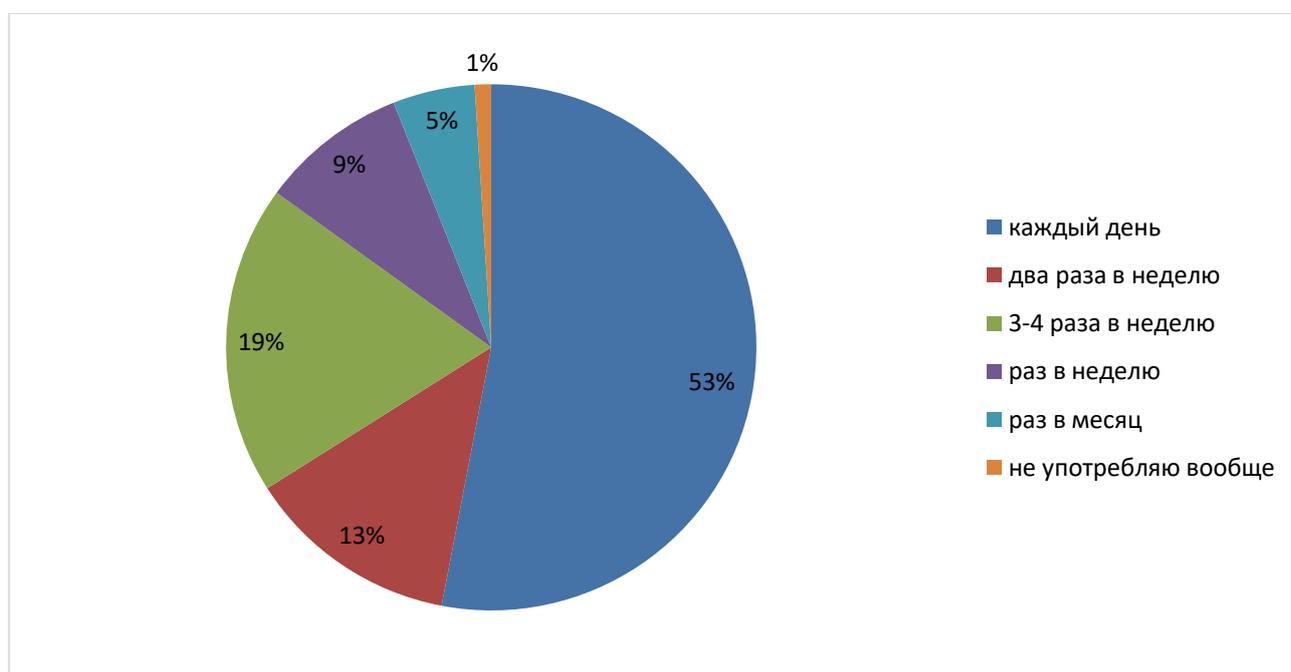


Рисунок 2 – Частота употребления молочных продуктов

Следующий вопрос в анкете звучал так: «Знаете ли Вы, что такое непереносимость лактозы?». По результатам анкетирования 39% всех опрошенных заявили, что знают, что такое «непереносимость лактозы», еще 32% выбрали вариант ответа «что-то слышал (-а) о «непереносимости лактозы». Остальные либо слышали впервые, либо затруднились ответить (рисунок 3).



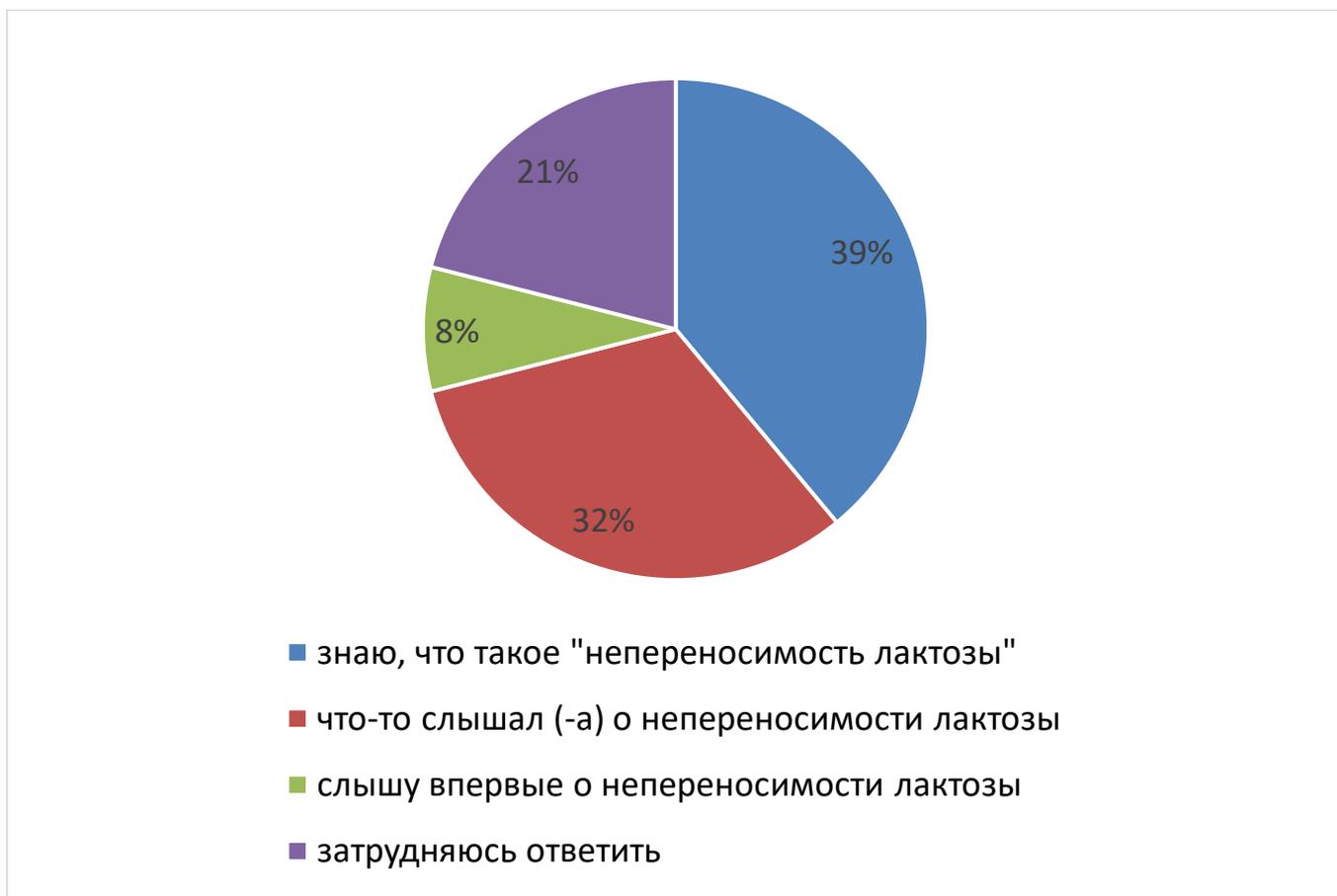


Рисунок 3 – Степень знаний о «непереносимости лактозы»

Далее вопрос в анкете предполагал определение способа получения информации о непереносимости лактозы и звучал так: «Откуда Вы узнали о том, что такое непереносимость лактозы?» Самым популярным ответом при этом стал вариант «из средств массовой информации» (29%) и «из разговоров с родственниками, друзьями, знакомыми» (22%) (рисунок 4).

На вопрос «На Ваш взгляд, почему может возникнуть непереносимость лактозы?» ответы распределились следующим образом: 39% респондентов затруднились назвать причину, 38% считают, что это связано с врожденной предрасположенностью, 19% назвали такую причину, как чрезмерное употребление молочных продуктов (рисунок 5).



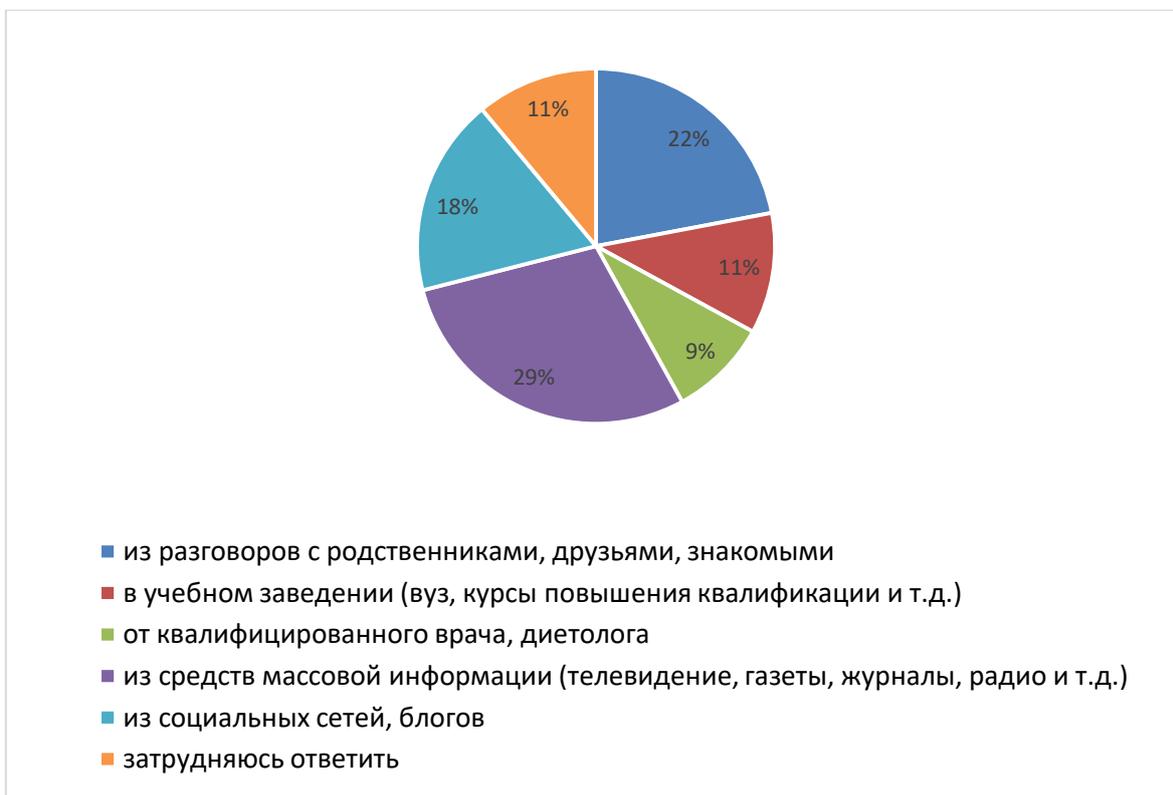


Рисунок 4 – Способы приобретения знаний о непереносимости лактозы

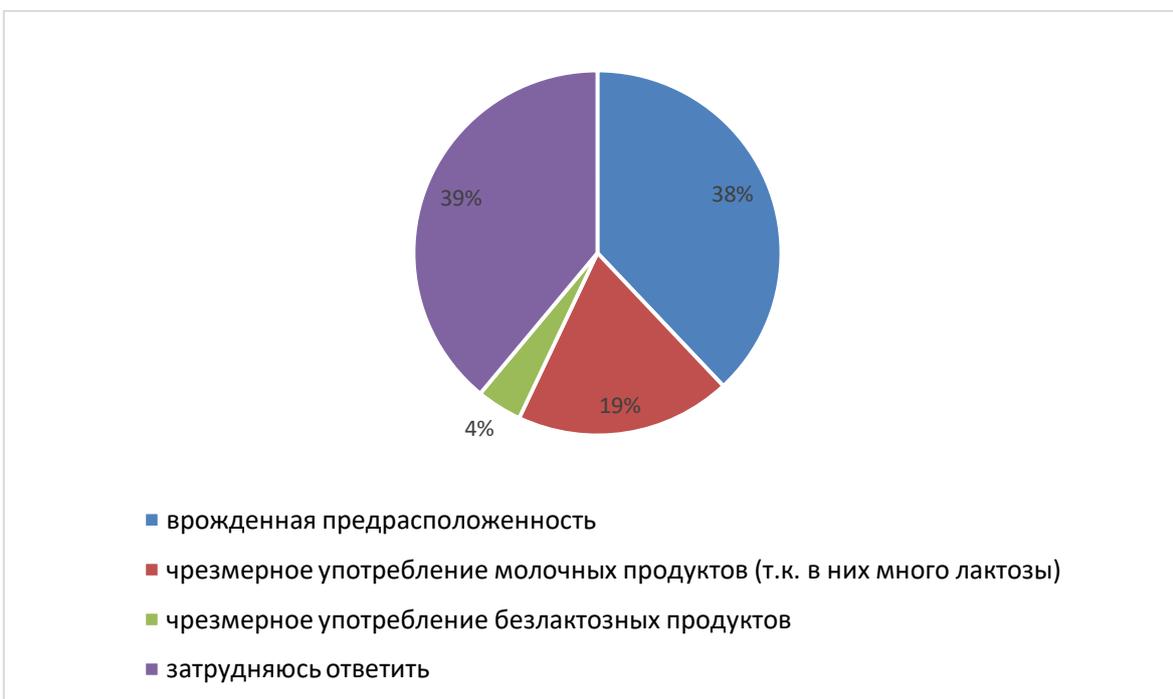


Рисунок 5 – Распределение ответов респондентов о возможных причинах возникновения непереносимости лактозы



Вопрос «Как Вы думаете, можно ли вылечить непереносимость лактозы?» показал следующие ответы: 39% опрошенных затруднились ответить на этот вопрос, 34% считают, что можно вылечить частично (убрать некоторые симптомы), лишь 8% считают возможным полное излечение (рисунок 6).

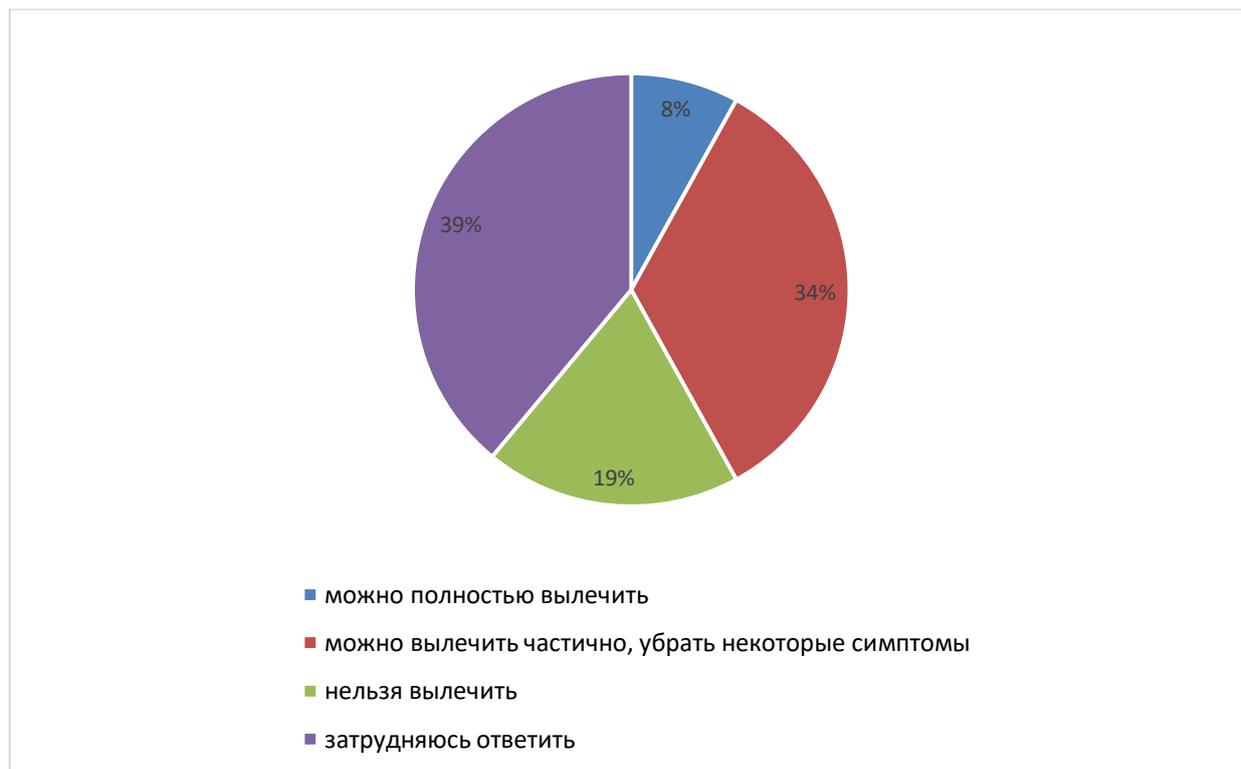


Рисунок 6 – Распределение мнений респондентов о возможности лечения непереносимости лактозы

Основная масса респондентов (51%) затруднились ответить на вопрос «Среди ваших ближайших родственников или друзей есть люди с лактазной недостаточностью?», 32% ответили утвердительно, отрицательно ответили 17% опрошенных.

На вопрос «Испытываете ли Вы сами дискомфорт при употреблении молочных продуктов (вздутие живота, повышенное газообразование, жидкий стул и т. п.)?» 42% признались, что испытывают (рисунок 7).



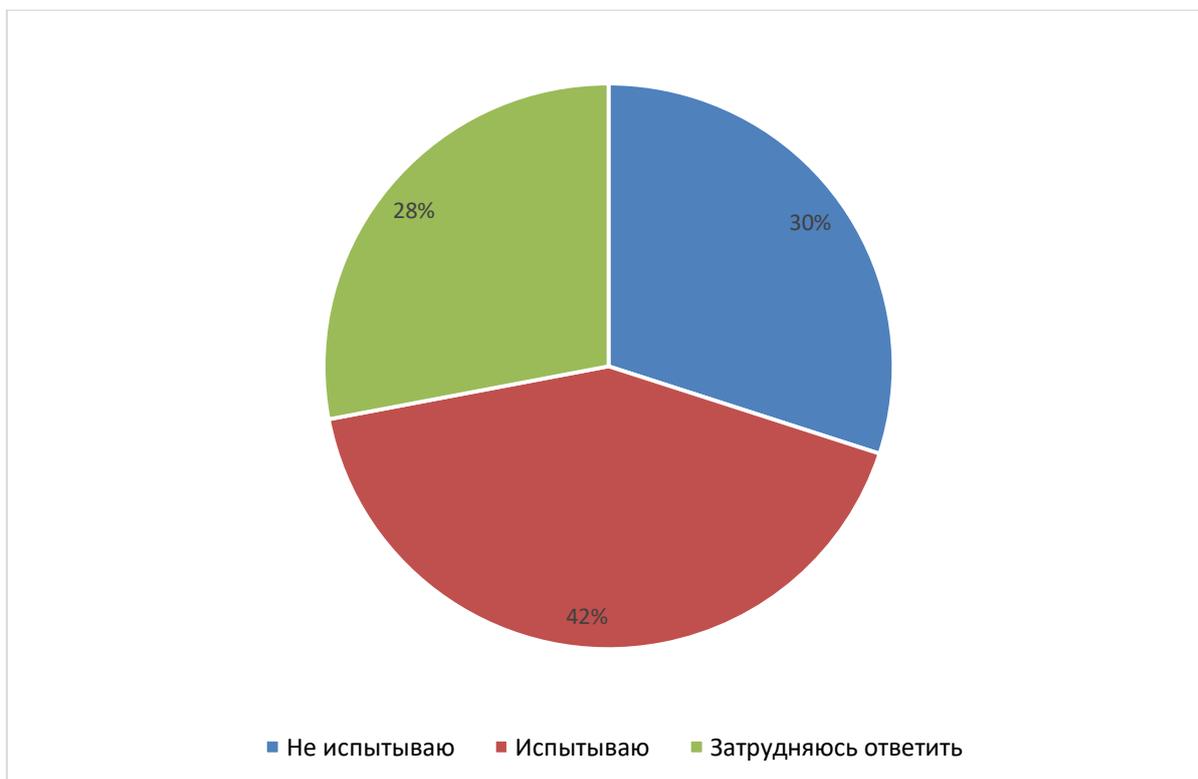


Рисунок 7 – Распределение ответов на вопрос «Испытываете ли Вы сами дискомфорт при употреблении молочных продуктов?»

При этом на наличие у себя лактазной недостаточности указали лишь 12% опрошенных.

Кроме того, в рамках исследования респондентам было предложено ответить на вопрос «Доводилось ли Вам пробовать безлактозные молочные продукты? Если да, употребляете ли Вы их регулярно?». Ответы респондентов показывают, что при достаточно высоком распространении дискомфорта при употреблении молочных продуктов, только 8% употребляют безлактозные продукты регулярно, а 13% делают это время от времени. Большинство опрошенных не употребляют такие продукты (59%) или затруднились ответить (20%) (рисунок 8).





Рисунок 8 – Частота употребления безлактозных молочных продуктов

Респондентам было предложено выразить свое согласие/несогласие с утверждением «Безлактозные молочные продукты такие же полезные, как обычные молочные продукты, и их можно употреблять всем». В результате 62% затруднились ответить (рисунок 9).

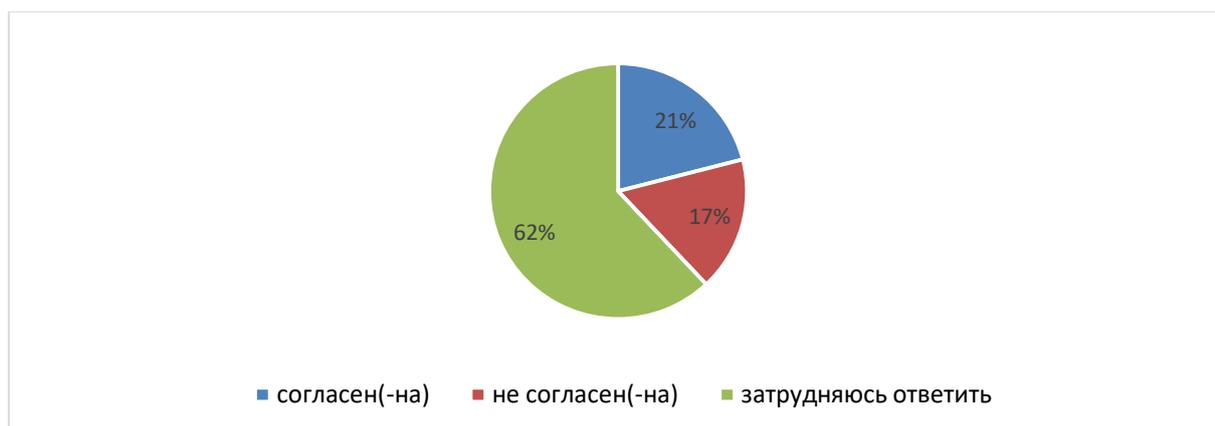


Рисунок 9 – Согласие/несогласие с утверждением о равной пользе безлактозных и обычных молочных продуктов



Однако на вопрос «Как Вы думаете, полезно или вредно для организма полностью отказаться от употребления молочных продуктов?» 68% указали, что скорее вредно, 29% затруднились ответить.

Один из последних вопросов анкеты звучал так: «Как Вы оцениваете ассортимент безлактозной продукции на полках магазинов?». Оказалось, что большинство опрошенных (41%) не обращают на это внимания либо им все равно (26%) (рисунок 10).



Рисунок 10 – Распределение мнений респондентов о широте ассортимента безлактозной продукции

Таким образом, респонденты показали достаточно высокий уровень знания и понимания проблемы непереносимости лактозы, но при этом значительная часть из них не осознает или попросту не знает о возможности перехода на безлактозные молочные продукты в случае непереносимости молочного сахара.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что, с одной стороны, производители наращивают ассортимент безлактозной молочной продукции, а



с другой стороны, активное расширение ассортимента и его продвижение требует дополнительных усилий со стороны производителей.

Тем не менее перспективы производства и продажи безлактозной молочной продукции можно оценивать как весьма оптимистичные, особенно с учетом роста количества людей, имеющих проблему непереносимости лактозы.

Список источников

1. Бельмер С. В. Лактазная недостаточность: современная концепция питания // Лечащий Врач. 2023. № 6. С. 35-40.
2. Жукова Ю. С., Лыбенко Е. С., Хлопов А. А. Оценка влияния факторов внешней среды предприятий хлебопекарной промышленности // Вестник Вятского ГАТУ. 2022. № 2. С. 7.
3. Жукова Ю. С. Роль сельского хозяйства в развитии производства инновационной диабетической продукции в России // Инновации и достижения науки в сельском хозяйстве : материалы I Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. Киров, 2019. С. 36-39.
3. Маракулина И. В. Особенности потребительского поведения в Кировской области // Научно-методический электронный журнал "Концепт". 2014. № 9. URL: <http://e-koncept.ru/2014/14234.htm> (дата обращения: 18.02.24).
4. Маринина А. Ю. Аграрный маркетинг и его актуальность для российских агропредприятий // Развитие отраслей АПК на основе формирования эффективного механизма хозяйствования : материалы Международной научно-практической конференции. Киров, 2019. С. 369-371.
5. Никонова Н. В., Фокина О. В. Методология маркетингового анализа // Аграрная наука Евро-Северо-Востока. 2012. № 1 (26). С. 68-71.
6. Никонова Н. В., Бурцева Т. Маркетинговый анализ потенциальных возможностей предприятия // Маркетинг. 2014. № 2. С. 26-36.



7. Тихомирова Н. А., Нгуен Б. Т. Производство низколактозных продуктов для экономической безопасности государства // Экономическая безопасность агропромышленного комплекса: проблемы и направления обеспечения : труды I Национальной научно-практической конференции. Киров, 2021. С. 69-73.
8. Тихомирова Н. А., Нгуен Б. Т. Низколактозные кисломолочные продукты // Переработка молока. 2020. № 10. С. 10-12.
9. Шиврина Т. Б. Маркетинговая стратегия как условие эффективной деятельности современного сельскохозяйственного предприятия // Международный журнал экспериментального образования. 2016. № 5-2. С. 192-193.

