Производство йогуртов Перезагрузка

Илья Владимирович Васильев, главный технолог
Компания «IDS. Инновационные молочные решения»

Ольга Анатольевна Матвеева, руководитель отдела маркетинга и рекламы
Компания «Током-Элит»

Непростой с разных позиций, в том числе с точки зрения экономики, 2022 г. испытывал на прочность многие рынки. Ощутили на себе меняющиеся тенденции и производители молочных продуктов.

По данным NielsenIQ, в первой половине 2022 г. натуральные продажи большинства категорий в индустрии оставались в отрицательной зоне. Только группе традиционной продукции удалось замедлить снижение по сравнению с 2021 г., а вот продажи современной молочной продукции (йогуртов, молочных десертов, глазированных сырков) сокращались. Так, в натуральном выражении продажи питьевых йогуртов снизились на 5,5 %, ложковых — на 1,4 %.

Сегодня эффективное производство и продажи, пожалуй, самого популярного во всем мире кисломолочного продукта — йогурта зависят во многом от оперативного реагирования на быстро меняющиеся тенденции и оптимизации всех этапов производства.

Отметим несколько ярких трендов на рынке этого продукта, за которыми следует и потребитель, и производитель.

ЖИРНОСТЬ

По данному показателю видим два разнонаправленных процесса. С одной стороны, в группе йогуртов с массовой долей жира 3,2 % и ниже наблюдается тенденция к уменьшению жирности (до 2 и 1,8 %). Это шаг со стороны производителя в сторону сокращения издержек и удешевления продукта для сохранения потребительского спроса и в то же время удовлетворения потребностей группы покупателей, которые следят за калорийностью.

С другой стороны, растет потребление высокожирных йогуртов (с массовой долей жира порядка 8 %). Такие продукты востребованы у потребителей не только из-за более сливочного вкуса, но в связи с ростом популярности кето-диет и системы интервального голодания: потребление более жирных продуктов продлевает чувство сытости и позволяет избежать излишнего потребления сахара.

Кроме этого высокая жирность позволяет соответствовать и другому тренду — ***«чистая этикетка»***. Высокожирные йогурты имеют плотную и густую структуру, что позволяет сократить или полностью избежать использования стабилизационных систем при производстве продукта. В целом есть видение, что тенденция отказа от использования стабилизаторов будет способствовать тому, что в ближайшее время йогурты невысокой жирности на российских полках будут иметь более жидкую консистенцию, густыми же останутся более жирные продукты.

Говоря о жирности, можно также отметить и региональные предпочтения: в северных регионах России традиционно популярнее более жирные продукты, тогда как в центральных регионах и на юге — менее жирные.

НАПОЛНИТЕЛИ

Стоимость наполнителя и упаковки во многом определяет ценовой сегмент и маржинальность йогурта. Питьевые йогурты с ароматизаторами и красителями в недорогой упаковке (в мягком пакете и упаковке «Пюр-Пак») представлены в бюджетном сегменте. Часто это тендерные продукты, которые закупают различные социальные учреждения. Средний ценовой сегмент занимают йогурты с фруктово-ягодными наполнителями, объемная доля фруктовой части в которых составляет порядка 10 %. Упакованы в пакеты «Пюр-Пак» и ПЭТ-бутылку. К йогуртам высокого ценового сегмента можно отнести питьевые и ложковые йогурты с фруктово-ягодными наполнителями, где объемная доля фруктов составляет порядка 30 %. Расфасованы в ПЭТ-бутылку и пластиковые стаканы.

Популярные вкусы наполнителей в низком и среднем ценовом сегменте неизменны: клубника, персик, малина и черника. Относительно недавно этот список дополнило манго. А вот для высокомаржинальных продуктов характерно использование экзотических и необычных вкусов. При этом стоит учитывать, что потребители приветствуют регулярное обновление линейки вкусов и запрос на

новизну в данном сегменте достаточно высок. Популярностью пользуются наполнители из лесных ягод и различных миксов тропических фруктов. Расширяется линейка цитрусовых вкусов (лимон, грейпфрут, мандарин). Появились недавно и набирают популярность йогурты со специями, в частности с куркумой.

Есть свой потребитель и у йогуртов со вкусами десертов (бисквитной выпечки, пирогов и т. п.). Новинка последних лет — йогурты из топленого молока, которые гармонично сочетаются с наполнителями печеное яблоко и груша с корицей.

В то же время отметим, что, вероятно, в ближайшие годы будет расти популярность классического белого йогурта без наполнителей, но с функциональными компонентами (добавленным белком, про- и пребиотиками). Это переход, пожалуй, к главному тренду — ***функциональности***. Сегодня (и в будущем), покупая йогурт, потребителю важно получить не просто вкусный продукт для насыщения, один из важных запросов — добавленная польза продукта. И здесь открывается большое поле для работы как маркетологов, так и технологов.

Что же хочет современный покупатель йогурта? Отметим некоторые из запросов:

- сниженное количество сахара в составе без потери сладкого вкуса. Это значит использование натуральных подсластителей или расщепление лактозы в смеси для йогурта, или замена рафинированного белого сахара фруктовыми сахарами;
- ***«чистую этикетку»***, т. е. использование наполнителей с чистым составом;
- улучшение пищеварения за счет обогащения продукта пре- и пробиотиками (самые популярные пробиотики для обогащения сегодня — бифидобактерии, *Lactobacillus casei* и *Lactobacillus casei* subsp. *rhamnosus*);
- улучшение здоровья и настроения, снижение стресса в результате обогащения различными белковыми композициями, которые не только повышают питательную ценность продукта, но и доставляют в организм незаменимые аминокислоты, которые участвуют в регуляции обменных процессов в головном мозге и положительно влияют на нервную систему.

Говоря о высокобелковых йогуртах, нельзя не упомянуть такие продукты, как греческий йогурт и скир, потребление которых пока недостаточно популяризировано в России (в отличие от западных стран). Во многом и потому, что не все отечественные предприятия технически оснащены для их производства, т. е. не имеют ультрафильтрационную установку.

Но в то же время эти продукты заняли свою нишу и сегодня их выбирает потребитель, который следит за рационом и количеством потребляемого белка, стремится к снижению жиров в рационе и использует греческий йогурт и скир как замену сметане и майонезу.

Со временем при должной рекламе производителей эти продукты, скорее всего, окажутся в группе функциональных йогуртов, обогащенных белком, о которых шла речь ранее.

УПАКОВКА

Остановимся на среднем и высоком ценовом сегменте, где самой популярной упаковкой является ПЭТ-бутылка вместимостью 260–280 г и пластиковый стакан вместимостью 110–130 г.

Этапы производства йогурта резервуарным и термостатным способом

На что обращает внимание потребитель при выборе йогурта с точки зрения упаковки:

- удобство и эргономичность, поскольку это один из популярных видов перекуса на ходу;
- яркий и современный дизайн, так как йогурт потребляют в основном люди среднего и молодого возраста;
- экологичность, сегодня вопрос вторичной переработки волнует не только зумеров, но и потребителей более старшего возраста.

Говоря о тенденциях в целом, стоит отметить, что многие потребители предпочитают продукцию производителей, которые находятся в их регионе. Ведь несмотря на возможность выпускать йогурт с длительным сроком годности (до месяца) и широкую представленность их на полках магазинов, для большинства покупателей он остается продуктом, который употребляется максимально свежим, а значит там, где он был произведен. И это, несомненно, должны учитывать маркетологи региональных предприятий в своей работе с ассортиментным рядом. Ведь на популярность йогурта как современного продукта влияет маркетинговая активность.

ЭТАПЫ ПРОИЗВОДСТВА

В то же время тенденции в потреблении неразрывно связаны с тенденциями в производстве. Так, некоторое время назад активно продвигались и рекламировались термостатные йогурты. Затем маркетинговая активность снизилась, а продукт успешно занял свою нишу и приобрел постоянных покупателей. Сегодня на полках представлены продукты, произведенные как резервуарным, так и термостатным способом. Раскроем особенности производства того и другого йогурта.

Среди преимуществ производства продукта термостатным способом — низкие потери при розливе. Но

Название	Состав	Параметры заквашивания			Свойства готового продукта
		Температура, °С	Время сквашивания, ч	Кислотность, °Т	
YO-269	*Streptococcus salivarius* subsp. *thermophilus, Lactobacillus delbrueckii* subsp. *bulgaricus*	41±1	4–6	70–80	Йогурт со сгустком средней вязкости, средней кислотностью и умеренно выраженным ароматом
YO-441	*Streptococcus salivarius* subsp. *thermophilus, Lactobacillus delbrueckii* subsp. *bulgaricus*	41±1	4–5	70–80	Густой йогурт с очень высокой вязкостью, низкой кислотностью и умеренно выраженным ароматом
YO-443	*Streptococcus salivarius* subsp. *thermophilus, Lactobacillus delbrueckii* subsp. *bulgaricus*	41±1	4–5	70–80	Густой йогурт с высокой вязкостью, низкой кислотностью и умеренно выраженным ароматом
YO-540	*Streptococcus salivarius* subsp. *thermophilus, Lactobacillus delbrueckii* subsp. *bulgaricus*	41±1	4–5	70–80	Йогурт с плотной консистенцией, вязким, слегка колющимся сгустком, низкой кислотностью и умеренно выраженным ароматом

отметим, что выпускать термостатные йогурты целесообразно, когда доля термостатных продуктов в линейке предприятия достаточна для того, чтобы обеспечить загрузку термостатной камеры. Необходимо тщательно отслеживать процессы сквашивания и дальнейшего охлаждения для получения продукта с заданными свойствами.

Важным для производства качественного продукта является использование подходящего сырья. Молоко должно быть термоустойчивым, чтобы выдерживать высокие температуры пастеризации, и желательно с высоким содержанием белка, так как йогурт — кисломолочный продукт с повышенным содержанием белка.

Большинство предприятий используют сухие лиофилизированные закваски для производства кисломолочных продуктов. Традиционно йогуртовая закваска должна состоять из термофильного стрептококка и болгарской палочки. При подборе заквасочных культур следует учитывать требования к органолептическим свойствам конечного продукта и оборудование, которое используется на всех этапах производства и может повлиять в частности на свойства сгустка.

Одно из важных требований к заквасочным культурам — получение необходимой вязкости сгустка. Рекомендуем культуры высокой вязкости для питьевых йогуртов, средней — для ложковых. При этом в процессе дальнейшего

хранения продукт не должен подвергаться излишнему синерезису. И, конечно, культура должна обеспечить количество 10^7 КОЕ/г молочнокислых микроорганизмов на конец срока годности йогурта.

Рекомендуем использовать популярные на многих молочных предприятиях России культуры «Lactoferm» (YO-269, YO-441, YO-443, YO-540), которые отвечают всем перечисленным требованиям (см. таблицу).

Какие требования предъявляют к фруктово-ягодным наполнителям для получения качественного максимально привлекательного для покупателя продукта:

- высокая доля фруктовой части в составе;
- «чистая этикетка» с минимальным количеством стабилизаторов и других ненатуральных ингредиентов в составе;
- асептическая упаковка наполнителя;
- натуральный вкус и цвет (по нашему опыту, чем натуральнее данные показатели, тем выше вероятность повторной покупки).

Как упоминалось выше, сегодня сроки годности готового йогурта могут достигать 30–35 дней. И это важный показатель, прежде всего для торговых сетей, и один из залогов конкурентоспособности.

Сохранить все необходимые свойства продукта в течение длительного срока годности поможет соблюдение следующих условий:

- высокое качество сырья;
- правильно подобранные режимы пастеризации;
- правильно подобранное оборудование (оптимально, если в резервуаре для сквашивания создана среда избыточного давления);
- правильное внесение наполнителя (из асептической упаковки, без контакта или с минимальным контактом с человеком);
- обработка тары перед упаковкой специальными дезинфицирующими веществами;
- исключение контакта продукта с окружающей средой в блоке розлива;
- тщательная мойка и дезинфекция оборудования;
- использование защитных культур во избежание рисков нарушения холодового коридора при хранении, транспортировке и реализации (рекомендуем защитную культуру «Lactoferm» Protek с *Lactobacillus casei* subsp. *rhamnosus* и *Micrococcus* subsp. в составе);
- возможна также повторная термическая обработка сгустка, НО только при правильно подобранных режимах

температур для соблюдения требований по количеству живых молочнокислых микроорганизмов в продукте на конец срока годности.

Отметим, что специалисты «IDS. Инновационные молочные решения» и «Током-Элит» имеют богатый опыт в производстве йогуртов и всегда готовы подобрать оптимальные решения для каждого предприятия с учетом потребностей и в соответствии с современными тенденциями на молочном рынке.

В этом году компания «Током-Элит» представит на рынке ряд новых заквасочных культур для производства йогуртов.

Следите за новостями и приглашаем к сотрудничеству!