



## ПИЩЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Научная статья/Research Article

УДК 339.1; 658.8.012.12; 664.2

DOI: 10.36718/1819-4036-2024-10-160-171

**Ольга Николаевна Гутникова**

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Республика Крым, Россия  
vechirko15@mail.ru

### **ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ РАСТИТЕЛЬНЫЕ НАПИТКИ КАК ЗАМЕНИТЕЛИ МОЛОКА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРОИЗВОДСТВА, ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА**

*Цель исследования – учитывая уже сложившееся потребительское мнение о растительных напитках, имитаторах молока, определить текущую рыночную ситуацию на национальном рынке, оценить выпускаемый ассортимент и определить особенности потребительского спроса. В процессе исследования использовались общенаучные методы, в т. ч. методы кабинетных и полевых исследований, наблюдения и абстрагирования. Для оценки состояния товарного рынка применялись методы статистической оценки, исследование потребительского спроса формировалось на методах социологического анализа. Предпринята попытка систематизации современной авторской классификации ассортимента функциональных напитков – заменителей молока, оценки рыночного предложения и определения тех потребительских свойств, которые формируют спрос на товарном рынке. По итогам исследования в данной статье представлены результаты, отражающие состояние отечественного рынка растительных напитков – заменителей молока, определены основные «игроки», отмечены свойства продуктов, выступающие их конкурентными преимуществами по сравнению с молочными напитками, обеспечивающие в перспективе наращивание спроса и предложения. Ассортимент напитков на растительном сырье – заменителей молока интенсивно развивается и характеризуется широтой видового разнообразия. При этом отсутствует единая классификация товарной группы, что усложняет ее видовую идентификацию. Предложен научный подход к классификации напитков, в основу которого положены такие признаки, как используемое сырье, технология обработки, способ производства, жирность продукта и его назначение. Также установлено, что единственный стандарт (введенный в действие в процессе данного исследования), регламентирующий требования к исследуемой продукции, не охватывает все видовое разнообразие напитков, в результате чего их функциональное определение не носит нормативно-правовой характер. Потребительские свойства напитков обусловлены их составом, формирующим биологическую ценность, которая по некоторым позициям не уступает продукции из натурального молока. Свойства напитков обусловлены практически полным отсутствием противопоказаний, невысокой калорийностью и хорошей усвояемостью, в результате чего функционал данных продуктов питания может охватывать широкие группы потребителей.*

**Ключевые слова:** функциональные напитки, напитки на растительном сырье, безлактозные продукты питания

© Гутникова О.Н., 2024

Вестник КрасГАУ. 2024. № 10. С. 160–171.

Bulliten KrasSAU. 2024;(10):160–171.

**Для цитирования:** Гутникова О.Н. Функциональные растительные напитки как заменители молока: современное состояние производства, особенности потребительского спроса // Вестник КрасГАУ. 2024. № 10. С. 160–171. DOI: 10.36718/1819-4036-2024-10-160-171.

**Olga Nikolaevna Gutnikova**

Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Republic of Crimea, Russia  
vechirko15@mail.ru

## FUNCTIONAL PLANT-BASED DRINKS AS MILK SUBSTITUTES: CURRENT STATE OF PRODUCTION, FEATURES OF CONSUMER DEMAND

*The purpose of the study is to determine the current market situation in the national market, evaluate the range of products and determine the characteristics of consumer demand, taking into account the existing consumer opinion about herbal drinks, milk imitators. General scientific methods were used in the study, including methods of desk and field research, observation and abstraction. Statistical assessment methods were used to assess the state of the commodity market, and the consumer demand study was based on sociological analysis methods. An attempt was made to systematize the modern author's classification of the range of functional drinks - milk substitutes, assess the market supply and determine those consumer properties that shape demand in the commodity market. Based on the results of the study, this paper presents the results reflecting the state of the domestic market of herbal drinks – milk substitutes, identifies the main "players", notes the properties of the products that act as their competitive advantages over milk drinks, ensuring an increase in supply and demand in the future. The range of plant-based drinks – milk substitutes – is developing rapidly and is characterized by a wide variety of species. At the same time, there is no single classification of the product group, which complicates its species identification. A scientific approach to the classification of drinks is proposed, based on such features as the raw materials used, processing technology, production method, fat content of the product and its purpose. It was also established that the only standard (put into effect during this study), regulating the requirements for the products under study, does not cover the entire variety of drinks, as a result of which their functional definition is not of a normative and legal nature. The consumer properties of drinks are determined by their composition, which forms a biological value, which in some respects is not inferior to products made from natural milk. The properties of drinks are determined by the almost complete absence of contraindications, low calorie content and good digestibility, as a result of which the functionality of these food products can cover wide groups of consumers.*

**Keywords:** functional drinks, drinks on plant raw materials, lactose-free food products

**For citation:** Gutnikova O.N. Functional plant-based drinks as milk substitutes: current state of production, features of consumer demand // Bulliten KrasSAU. 2024;(10): 160–171 (In Russ.). DOI: 10.36718/1819-4036-2024-10-160-171.

**Введение.** Мировой рынок сегодня характеризуется ростом потребления пищевых продуктов из растительного сырья, чему способствует снижение интереса к потреблению продуктов животного происхождения. Это явление, так называемый «эффект вегетарианства», входит в топ-3 основных трендов мирового рынка продуктов и напитков [1]. Потребление заменителей молока во многом связано с ограничениями по потреблению животных жиров и культурой питания под влиянием современных тенденций и моды. Особая роль в культуре потребления

сейчас отведена растительным напиткам как самой эффективно развивающейся товарной группе, которая за несколько лет из функциональных напитков диетического питания переросла в индустрию аналогов молока.

Рассматривая структуру мирового рынка растительных напитков – имитаторов молока, можно сделать вывод, что для него характерен стабильный и стремительный рост, в отличие от ряда традиционных напитков или продуктов питания. Эксперты отмечают, что мировое потребление данных продуктов в среднем показы-

вает ежегодный прирост продаж в 2–3 % [1]. В отдельных странах продажи заменителей молока достигают 10 % от общего объема реализуемых функциональных продуктов питания.

Самый большой рынок растительных напитков сформировался в США, его объемы составляют около 2,5 млрд долл., с ежегодным приростом в 7 %. В целом, по прогнозам аналитиков, к 2030 г. мировой рынок растительных заменителей молочных продуктов может достигнуть 55,4 млрд долл. США, показав ежегодный прирост в 14 % [2].

Увеличение спроса на растительные напитки – заменители молока во многом связано с уникальностью предложения, а также эффективно реализуемыми стратегиями продвижения. В качестве основных характеристик продукта, влияющих на выбор, определяются диетические свойства, которые на фоне практически полного отсутствия противопоказаний к потреблению не снижают высокую биологическую ценность продукта. Интерес потребителя, как правило, сформирован бытующим мнением о низкой калорийности таких напитков, отсутствия в них животных жиров и сложно усвояемых белков, при наличии сбалансированного минерально-витаминного состава.

**Цель исследования** – учитывая уже сложившееся потребительское мнение о растительных напитках, имитаторах молока, определить текущую рыночную ситуацию на национальном рынке, оценить выпускаемый ассортимент и определить особенности потребительского спроса.

**Объекты и методы.** В процессе исследования использовались общенаучные методы, в т. ч. методы кабинетных и полевых исследований, наблюдения и абстрагирования. Для оценки состояния товарного рынка применялись методы статистической оценки, исследование потребительского спроса формировалось на методах социологического анализа.

**Результаты и их обсуждение.** Согласно технологии производства, растительное молоко относится к промышленным немолочным напиткам, изготовленным на водной основе с использованием растительного сырья. Наиболее распространенными видами напитка являются: зерновые (овсяное, гречневое, рисовое), бобовые (соевое), ореховые (миндальное, кокосо-

вое), в состав которых для улучшения вкусовых свойств нередко добавляют различные плоды и ягоды или их консерванты. Основной отличительной характеристикой данных напитков является отсутствие в составе лактозы и казеина, свойственных напиткам из натурального или восстановленного молока.

Исследование ряда нормативно-правовых актов (ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции», ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки»), справочной и учебной литературы показало, что на данный момент в Российской Федерации отсутствует единый подход к классификации напитков из растительного сырья – заменителей молочной продукции, так же как и отмечаются сложности в отнесении продукции к четко установленной товарной группе. Несмотря на то что в названии изделия есть слово «молоко», на него не распространяются требования профильного технического регламента ТР ТС 033/2013, поскольку в процессе изготовления не используется сырье животного происхождения.

Производство данных напитков осуществляется преимущественно по техническим условиям, при этом характеристики продукции и связанные с ней процессы и методы производства регламентируются в ряде нормативно-правовых актов, в т. ч.:

– ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» – регламентирует безопасность всех продовольственных товаров, включает в себя общие требования к производству и выпуску в продажу продуктов питания, а также к их хранению, перевозке и реализации;

– ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» – определяет порядок и правила маркировки продовольствия перед выпуском в обращение на территории ЕАЭС. Этикетка, которая крепится к потребительской упаковке, является носителем информации. Маркировка наносится именно на нее;

– ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» – вступает в действие, если в процессе производства, переработки продукции добавляются консерванты, ароматизаторы и другие пищевые добавки. Устанавливает нормы по их использованию;

– ГОСТ Р 70650-2023 «Напитки на растительной основе (из зерна, орехов, кокоса). Общие технические условия» (вступил в действие 01.05.2023). В стандарте не отмечены конкретно виды напитков. Их классификация базируется только на виде сырья и способе термической обработки, в результате чего остается неохваченной группа газированных напитков на растительной основе.

Так как отдельные растительные напитки могут быть включены в группу не только заменителей молочной продукции, но и отнесены к

другим безалкогольным газированным и негазированным напиткам, изготовленным из растительного сырья, указанные нормативно-правовые акты условно дают возможность идентифицировать объекты исследования и объединить их в одну товарную группу.

В целом при классификации растительных напитков использовался технологический подход, применяемый рядом производителей, благодаря чему составлена авторская классификация продукта, представленная на рисунке 1.



Рис. 1. Классификация напитков на растительном сырье – заменителей молока (составлено автором на основе нормативно-правовых актов: ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств»; ГОСТ Р 70650-2023 «Напитки на растительной основе (из зерна, орехов, кокоса). Общие технические условия» (введен в действие 01.05.2023))

Современный ассортимент растительных напитков – заменителей молока широкий и имеет постоянную положительную тенденцию развития. Помимо расширения в сторону используемого основного сырья, в ассортименте появляются новые виды с разнообразными вкусовыми добавками. Так, классический напиток сейчас можно встретить с шоколадом, фруктами, ягодами, ароматизаторами типа ванилин и т. п. При этом производители стремятся усовершенствовать вкус напитка, с одной стороны – максимально приблизив его к натуральному молоку, с другой – повысив вкусовые свойства, разнообразив оттенки [3, 4]. При этом основная цель – создать

аналог, который могут использовать как заменитель без четкого определения характеризующих свойств: вкуса, запаха, внешнего вида, консистенции и прочего [5].

Российский рынок растительного молока еще находится в стадии формирования, доминирующее положение занимают овсяные и купажированные напитки, потребители ориентируют выбор на продукцию с различными добавками, включая фруктовые и ягодные компоненты. При этом структура отечественного рынка этой продукции по видам значительно отличается от мировой (рис. 2, 3).

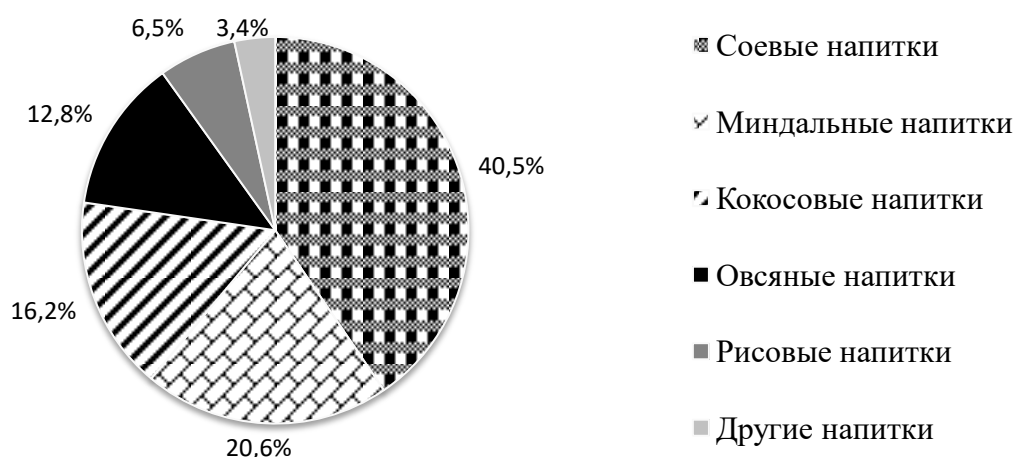


Рис. 2. Структура мирового рынка напитков на растительном сырье – заменителей молока (составлено автором по материалам исследования товарного рынка) [6, 7]

Согласно данным рисунка 2, 40,5 % мирового рынка растительных напитков составляет соевое. Привычный для россиян напиток овсяный

занимает нишу только в 12,8 %. Для сравнения видовая структура российского рынка растительных напитков представлена на рисунке 3.

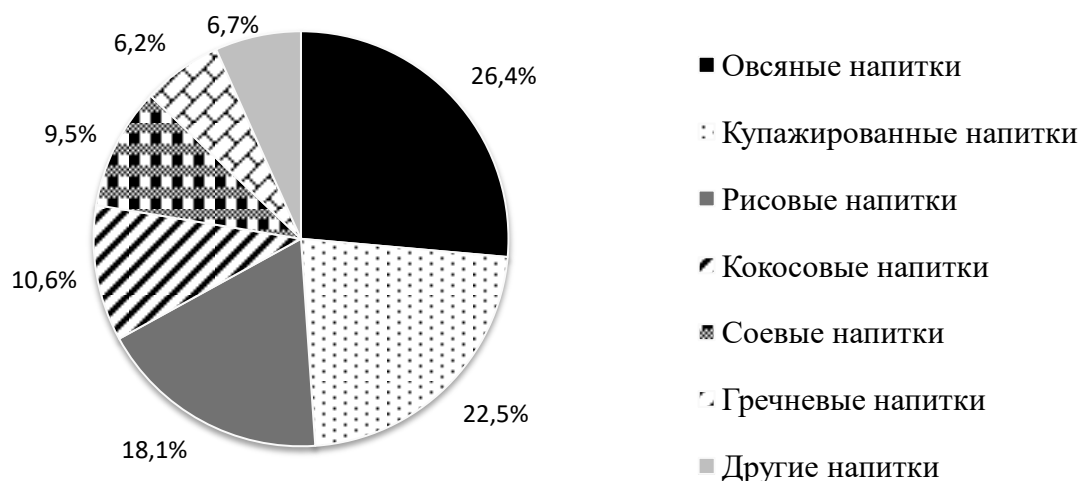


Рис. 3. Структура российского рынка напитков на растительном сырье – заменителях молока. Составлено автором по материалам исследования товарного рынка [6, 7]

Как видно из рисунка 3, на российском рынке растительных напитков доминирующее положение занимает овсяное молоко – 26,4 % производства. При этом 22,5 % рынка приходится на купажированные напитки – смеси двух и более напитков из разного сырья (овсяно-миндальное, рисово-кокосовое и пр.).

Особенностью российского рынка растительных напитков – заменителей молока является и некоторая монополизация производства. Основным лидером российского производства растительных немолочных напитков яв-

ляется компания «Сады Придонья» с брендом Nemoloko. В ноябре 2017 г. с конвейера вышли первые 42,5 т овсяного напитка Nemoloko. Весной 2018 г. новинка появилась на полках магазинов крупных сетей – «Ашан», «Лента» «Дикси», Fix Price. К 2021 г. линейка немолочной продукции указанного производителя расширилась в несколько раз. В производство были запущены йогурты и каши на растительном сырье, ассортимент немолочных напитков расширился за счет рисовых, кокосовых, миндальных и соевых напитков. На сегодняшний день компания

занимает более 40 % доли рынка растительных напитков – заменителей молока в России, при этом основная стратегия сводится к захвату не менее 15 % всего рынка традиционной молочной продукции [8].

Другим лидером на российском рынке является компания Danone со своей всемирно известной маркой Alpro. Доля компании в сегменте – порядка 21 %. В отличие от других производителей основная маркетинговая стратегия компании сводится к позиционированию продукции как «растительного напитка», за исключением упоминания о заменителе молочной продукции.

Третье место занимает Южноуральская компания «Союзпищепром», ей принадлежит 7,6 % рынка. Продукция выпускается под торговыми марками Green Milk и «Здоровое меню».

В целом на российском рынке действует семь крупных производителей и не более десятка мелких производств. Однако интерес к

данной рыночной нише привел к интенсивному росту не только объемов выпуска продукции, но и постоянному появлению на рынке новых «игроков». Так, летом 2021 г. на рынок растительных напитков вышли сразу два крупных производителя из Краснодарского края. «Южная соковая компания», один из старейших в стране производителей соков и нектаров, запустила бренд альтернативного молока «Овсяша» с традиционной для категории ассортиментной линейкой: овсяное, соевое, миндальное и гречневое молоко. Последнее – исключительно российский продукт, иностранные производители гречку для производства напитков не используют.

Другой краснодарский производитель – «МолПромКубань» из Армавира вывел на рынок растительных напитков с фруктовыми соками под брендом Green Idea [9]. Исходя из указанных производителей, занимаемые рыночные ниши (по объемам производства и сбыта) выглядят следующим образом (рис. 4).

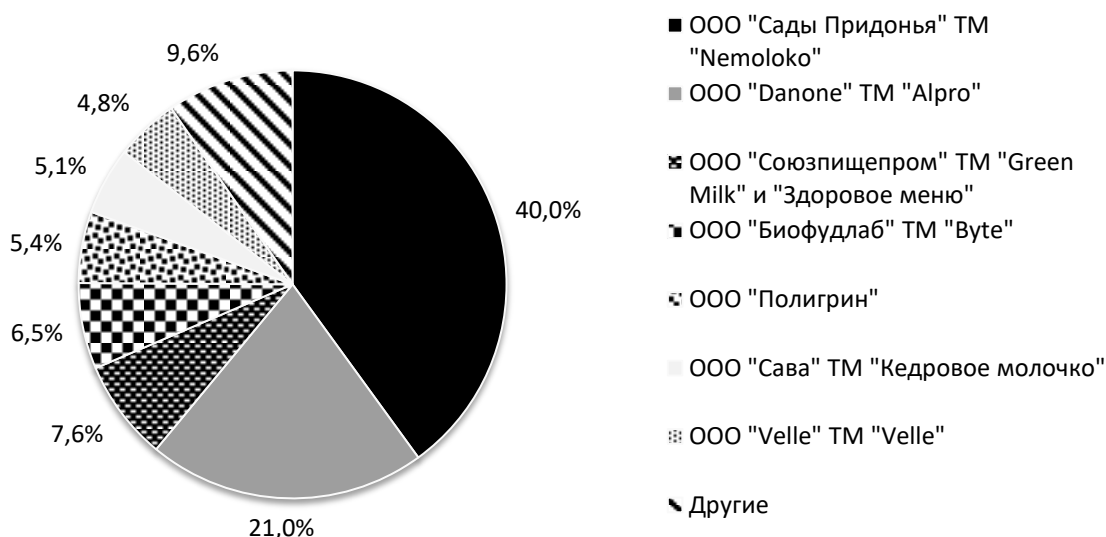


Рис. 4. Лидеры российского рынка по производству напитков на растительном сырье – заменителях молока (составлено автором по материалам исследования товарного рынка) [10]

Согласно данным рисунка 4, следует, что 40 % рынка занимает торговая марка Nemoloko. Объемы продаж напитка в 2023 г. составили более 2,2 млрд руб., в целом размер рынка отмечается в пределах 6,0 млрд руб. Однако общая доля «немолочных напитков» остается еще значительно низкой. К сравнению, объемы продаж питьевого молока в 2023 г. составили порядка 5,8 млн т, что в стоимостном выражении составило около 212,8 млрд руб. В итоге, сопоставляя эти показатели, отметим, что продажи

напитков на растительном сырье составляют не более 3,0 %.

Также отметим, что на производстве растительных напитков специализируются преимущественно предприятия молокоперерабатывающей отрасли, а также плодоовощные консервные заводы. Производство основано на дифференциации ассортимента как способ диверсификации производства вследствие сокращения рынка молочной продукции.

Исследуя потребительские предпочтения при выборе растительных напитков – имитаторов молока методом опроса покупателей торговой сети «Яблоко» (г. Симферополь), было отмечено, что не менее 85 % респондентов знают, что такое растительные напитки, имитирующие молоко. Из 856 человек, принявших участие в

опросе, 753 покупателя дали положительный ответ (рис. 5).

При этом потенциальными потребителями данной продукции оказались только 340 опрошенных (менее 40 %), как это следует из рисунка 6.

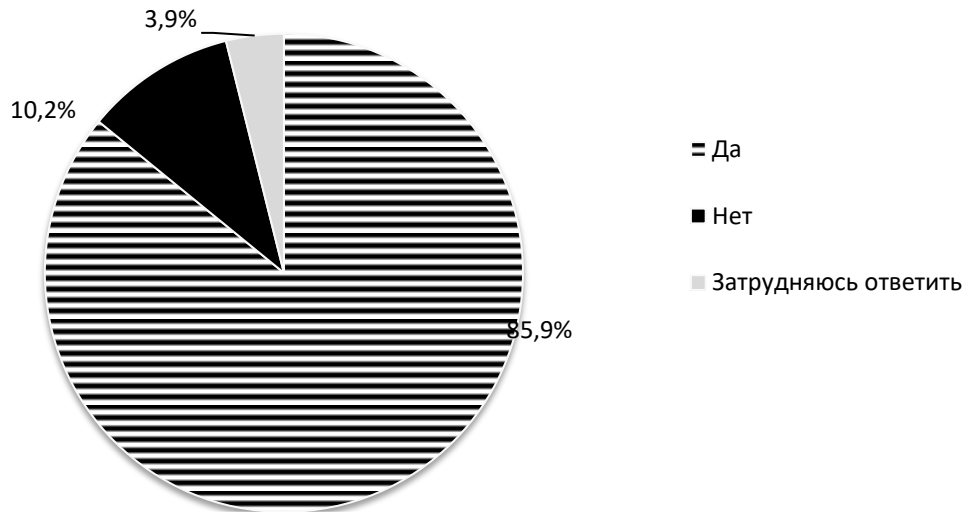


Рис. 5. Результаты опроса об осведомленности покупателей касательно напитков на растительном сырье – имитаторов молока (систематизировано по результатам опроса)

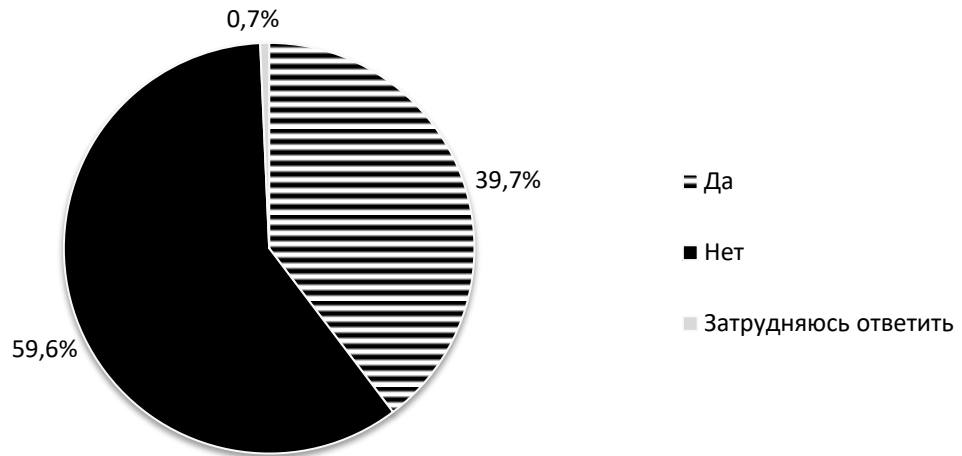


Рис. 6. Результаты опроса об опыте потребления покупателями напитков на растительном сырье – заменителей молока (систематизировано по результатам опроса)

В ходе предварительного опроса было установлено, что 39,7 % покупателей являются потенциальными потребителями данной продукции. Им было предложено пройти анкетирование. Исследование проводилось в течение трех

дней, в нем приняли участие 340 человек. Полученные результаты были обобщены и систематизированы при помощи программы Excel. Итоги анкетирования представлены в таблице 1.

**Итоги анкетирования покупателей гипермаркета «МегаЯблоко» в отношении предпочтений при выборе растительных напитков – заменителей молока\***

Вариант вопроса	Вариант ответа	Количество данных ответов	Удельный вес в общем объеме, %
1	2	3	4
Ваш возраст	До 16 лет	12	3,5
	От 17 до 25 лет	217	63,8
	От 26 до 40 лет	87	25,6
	От 41 до 55 лет	18	5,3
	Старше 56 лет	6	1,8
Как часто вы приобретаете растительные напитки – заменители молока?	Каждый день	42	12,4
	Несколько раз в неделю	195	57,4
	Несколько раз в месяц	48	14,1
	Не чаще 1 раза в месяц	36	10,6
	Очень редко	19	5,5
Не чем основывается ваш выбор при покупке растительных напитков – заменителей молока?	Ограничения по потреблению молока (аллергия на лактозу)	51	15,0
	Интенсивное увлечение спортом и спортивным питанием	48	14,2
	Приверженность концепции здорового питания	84	24,7
	Питание с целью снижения веса	27	7,9
	Предпочтение по более высоким вкусовым свойствам	81	23,8
	Религиозные или личностные предубеждения (в т. ч. вегетарианство)	32	9,4
	Другое	17	5,0
За какие приоритетные свойства вы цените растительные напитки – заменители молока?	Полезные свойства за счет химического состава	86	25,3
	Практически полное отсутствие противопоказаний	70	20,6
	Высокие вкусовые свойства	76	22,3
	Разнообразие видового ассортимента	37	10,9
	Низкая калорийность	46	13,5
	Другое	25	7,4
Какой критерий является для вас приоритетным при выборе торговой марки данного напитка?	Цена продукта	128	37,6
	Известность торговой марки	62	18,2
	Доверие, сформированное опытом	54	15,9
	Широкая представленность в торговле	42	12,4
	Широкий видовой ассортимент	36	13,1
	Привлекательная реклама продукта	12	3,5
	Рекомендация знакомых	6	1,8
Какие торговые марки растительных напитков – заменителей молока вы предпочитаете покупать?	Alpro	82	24,1
	Nemoloko	80	23,5
	Green milk	63	18,5
	Aroy-D	39	11,5
	Здоровое меню	38	11,2
	Другие	38	11,2



Окончание табл. 1

1	2	3	4
Какой напиток по виду основного ингредиента вы предпочитаете покупать наиболее часто?	Овсяный с вкусовыми добавками	67	19,7
	Кокосовый	64	18,8
	Рисовый с вкусовыми добавками	51	15,0
	Соевый с вкусовыми добавками	36	10,6
	Овсяный классический	34	10,0
	Миндальный	32	9,4
	Соевый витаминизированный	30	8,8
	Другие	26	7,6

\*Составлено автором.

Из таблицы 1 следует, что наибольший удельный вес среди покупателей приходится на население в возрасте от 17 до 25 лет (63,8 %). Покупатели среднего возраста от 26 до 40 лет составили 25,6 %. Менее всего приобретают продукцию пенсионеры – люди старше 55 лет.

По частоте покупки – 57,4 % покупателей совершают их несколько раз в неделю. Каждый день приобретают растительные напитки 12,4 % покупателей. Очень редко совершают покупки только 5,5 %.

Выбор покупателя растительных напитков основывают прежде всего на их полезных свойствах (25,3 %), высоких вкусовых качествах (22,3 %) и практически полном отсутствии противопоказаний (20,6 %).

Приоритетным показателем при выборе напитка является его цена – ее указали 37,6 % покупателей, 18,2 % ориентируются на известность торговой марки, 15,9 % на собственный

опыт и 13,1 % – на разнообразие видового ассортимента.

Среди покупателей наибольшее предпочтение отмечено по торговым маркам: Alpro (24,1 %), Nemoloko (23,5 %) и Green milk (18,5 %). Отметим, что среди выбранных российских торговых марок покупатели предпочитают покупать зарубежный продукт – кокосовый напиток производства Таиланд ТМ Aroy-D.

Самым популярным среди покупателей является овсяное молоко с различными вкусовыми добавками (фрукты, ваниль, шоколад, ягоды). Его выбрали 19,7 %. На втором месте оказалось кокосовое молоко – 18,8 %, третье место занял напиток рисовый с вкусовыми добавками.

Учитывая тот факт, что более четверти покупателей приобретают немолочные напитки из-за их полезности, рассмотрим на основе сравнительного анализа биологическую ценность отдельных напитков (табл. 2).

Таблица 2

### Биологическая ценность растительных напитков в сравнении с натуральным молоком [11]

Состав	Молоко					
	коровье	овсяное	рисовое	кокосовое	соевое	миндальное
1	2	3	4	5	6	7
Калорийность	67	45	47	230	45	38
Белки	2,9	1,4	0,28	2,29	2,94	0,42
Жиры	3,5	1,99	0,97	23,84	1,99	1,04
Углеводы	4,7	6,5	8,87	3,34	3,05	6,59
Калий, мг	146	130	27	263	141	50
Кальций, мг	120	45	118	16	140	188
Магний, мг	14	20	11	37	0	7
Фосфор, мг	90	45	56	100	0	8

1	2	3	4	5	6	7
Витамины:						
А, мкг	32	206	63	0	0	62,4
С, мг	11,3	0	0	2,8	0	0
Д, мг	0	0	42	0	47	42
Е, мг	0,1	1,6	0,47	0,15	2,52	2,81
В1, мг	0,04	0,04	0,03	0,03	7,2	0,015
В2, мкг	0,4	0,11	0,14	0	0,06	0,18
В5, мг	0,38	0,2	0,15	0,18	0	0,08
В6, мг	0,05	0,06	0,04	0,03	0,23	0,003
В12, мг	0,4	1,2	0,63	0	1,08	1,25

Из таблицы 2 следует, что некоторые виды напитков на растительном сырье содержат те же вещества, что и коровье молоко, а количество отдельных химических элементов значительно выше. Так, в соевом напитке содержание витамина D составляет 47 мг; в рисовом – 42; в коровьем молоке – 0 мг. По аналогии миндальный напиток – хороший источник витамина Е и В<sub>12</sub>, овсяное молоко – витамина А. Рисовый напиток по содержанию кальция не уступает коровьему молоку, а по содержанию калия кокосовое молоко в два раза превосходит натуральное. Кокосовое молоко также имеет более высокую жирность, обусловленную содержанием «хороших жиров» – источников омега 3, 6, 9.

Однако стоит отметить, что растительные напитки, несмотря на их высокую биологическую ценность, не могут на 100 % заменить натуральное молоко, так как большинство его составляющих являются незаменимыми. Основное отличие коровьего от растительного молока в содержании белка. Так, даже маложирное цельное и полуобезжиренное коровье молоко (1,5–2 % жира) в среднем содержит 3,5 г белка на 100 мл продукта, тогда как большинство растительных альтернатив содержат не больше 1 г белка на 100 мл напитка. Это не распространяется на соевое молоко, поскольку соевые бобы по своей природе богаты белком. В среднем соевое молоко содержит 3,3 г белка на 100 мл. Важно также отметить, что белки коровьего молока и растительного разные, обладают различными свойствами и разной пищевой ценностью для организма человека. По имеющимся данным, в соевых напитках наблюдается дефицит незаменимой аминокислоты – метионина.

Незаменимость натурального молока обуславливается и содержанием лактозы – молочного сахара, который по строению является дисахаридом, образованным простыми сахарами – глюкозой и галактозой. Как и все углеводы, лактоза – это дополнительный источник энергии. Также углеводы являются «строительным» элементом организма, например для клеточных мембран, хрящевой и костной ткани и др. При этом именно лактоза, содержащаяся в молочных продуктах, является тем структурным элементом, содержание которого в некоторых случаях обуславливает спрос на безлактозные заменители. Исходя из этого, отмечаются категории потребителей, которым рекомендуется заменять натуральное молоко на его безлактозные аналоги.

Подводя итоги, отметим, что потребителями растительных напитков – заменителей молочной продукции являются:

- потребители, страдающие непереносимостью лактозы или имеющие на нее аллергию;
- потребители, выступающие против употребления традиционных молочных продуктов по этическим соображениям – чтобы отказаться от эксплуатации животных;
- потребители, имеющие проблемы с лишним весом – считающие калории и стремящиеся перейти на рацион здорового образа жизни;
- потребители, озадаченные проблемами экологии и климатическими изменениями (правда, миндальное молоко сложно назвать «экологически дружелюбным», так как для его приготовления расходуется очень много воды);
- потребители, ищущие новые вкусы, желающие разнообразить свое питание.

**Заключение.** В ходе исследования установлено, что ассортимент напитков на растительном сырье – заменителей молока интенсивно развивается и характеризуется широтой видового разнообразия. При этом отсутствует единая классификация товарной группы, что усложняет ее видовую идентификацию. Учитывая научный интерес к продукции, которая на товарном рынке находится в стадии интенсивного роста производства, автором статьи предложен научный подход к классификации напитков, в основу которого положены такие признаки, как используемое сырье, технология обработки, способ производства, жирность продукта и его назначение. Также установлено, что единственный стандарт (введенный в действие в процессе данного исследования), регламентирующий требования к исследуемой продукции, не охватывает все видовое разнообразие напитков, в результате чего их функциональное определение не носит нормативно-правовой характер.

Установлено, что потребительские свойства напитков обусловлены их составом, формирующим биологическую ценность, которая по некоторым позициям не уступает продукции из натурального молока. Также свойства напитков обусловлены практически полным отсутствием противопоказаний, невысокой калорийностью и хорошей усвояемостью, в результате чего функционал данных продуктов питания может охватывать широкие группы потребителей.

Анализ российского рынка напитков на растительном сырье – заменителей молока находится в стадии формирования, имеет место выраженная монополизация производства. При этом на фоне существующих перспектив роста, обусловленных повышением спроса к продукции, он остается в большей степени импортозависимым и ориентированным на предложение крупных транснациональных компаний. Интерес со стороны отечественных производителей ограничивается высокой капиталоемкостью производства. Однако перспективы развития обусловлены полной ресурсной обеспеченностью производства, а также высокой интенсивностью роста потребительского спроса, что делает рынок привлекательным для национальных производителей.

#### Список источников

1. Мировой рынок альтернативных молочных продуктов: ожидается стремительный рост. URL: [https://novaproduct.ru/ing/articles/non\\_dairy\\_milk/](https://novaproduct.ru/ing/articles/non_dairy_milk/) (дата обращения: 14.01.2024).
2. Рынок напитков на основе растений будет расти с темпом роста 8,50 % к 2030 году и достигнет объема 389,07 млрд долл. . URL: <https://www.icrowdru.com/2024/02/02/рынок-напитков-на-основе-растений-буд/> (дата обращения: 14.01.2024).
3. *Егорова Е.Ю.* «Немолочное молоко»: обзор сырья и технологий // Ползуновский вестник. 2018. № 3. С. 25–34.
4. *Лаврова Л.Ю.* Разработка технологии и рецептур биопродуктов на основе растительного молока // Food industry. 2019. Т. 4, № 2. С. 43–50.
5. *Турганбаева Н.Д.* Альтернативное молоко // Известия Кыргызского государственного технического университета им. И. Раззакова. 2016. № 1 (37). С. 272–275.
6. Альтернативы-2021 или как развивалось немолочное «молоко» // OleoScope.ru. URL: <https://dairynews.ru/news/alternativy-2021-ili-kak-razvivalos-nemolochnoe-mo.html> (дата обращения: 14.01.2024).
7. «Немолоко» и «немясо»: как развивается рынок растительных продуктов. URL: <https://oilworld.ru/news/vegmeat/314124> (дата обращения: 14.01.2024).
8. *Федотова М.А.* Состояние рынка альтернативных молочных продуктов в России // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. 2022. № 3. С. 42–45.
9. В России растет число производителей растительного молока. URL: <https://dairynews.ru/news/v-rossii-rastet-chislo-proizvoditeley-rastitelnogo.html> (дата обращения: 14.01.2024).
10. 7 производителей Не/молока с производством в России. URL: <https://dzen.ru/a/YQklFdFI2GVCmXw1> (дата обращения: 14.01.2024).
11. Растительные альтернативы коровьему молоку. URL: <https://4fresh.ru/blog/what-can-replace-the-milk> (дата обращения: 14.01.2024).

References

1. Mirovoj rynek al'ternativnyh molochnyh produktov: ozhidaetsya stremitel'nyj rost. URL: [https://novaprodukt.ru/ing/articles/non\\_dairy\\_milk](https://novaprodukt.ru/ing/articles/non_dairy_milk) (data obrascheniya: 14.01.2024).
2. Rynek napitkov na osnove rastenij budet rasti s tempom rosta 8,50 % k 2030 godu i dostignet ob`ema 389,07 mlrd doll. URL: <https://icrowdru.com/2024/02/02/rynek-napitkov-na-osnove-rastenij-bud/> (data obrascheniya: 14.01.2024).
3. Egorova E.Yu. «Nemolochnoe moloko»: obzor syr'ya i tehnologij // Polzunovskij vestnik. 2018. № 3. S. 25–34.
4. Lavrova L.Yu. Razrabotka tehnologii i receptur bioproduktov na osnove rastitel'nogo moloka // Food industry. 2019. T. 4, № 2. S. 43–50.
5. Turganbaeva N.D. Al'ternativnoe moloko // Izvestiya Kyrgyzskogo gosudarstvennogo tehni-cheskogo universiteta im. I. Razzakova. 2016. № 1 (37). S. 272–275.
6. Al'ternativy-2021 ili kak razvivalos' nemolochnoe «moloko». URL: <https://dairynews.ru/news/alternativy-2021-ili-kak-razvivalos-nemolochnoe-moloko.html> (data obrascheniya: 14.01.2024).
7. «Nemoloko» i «nemyaso»: kak razvivaetsya rynek rastitel'nyh produktov. URL: <https://oil-world.ru/news/vegmeat/314124> (data obrascheniya: 14.01.2024).
8. Fedotova M.A. Sostoyanie rynka al'ternativnyh molochnyh produktov v Rossii // Social'no-ekonomicheskij i gumanitarnyj zhurnal Krasnoyarskogo GAU. 2022. № 3. S. 42–45.
9. V Rossii rastet chislo proizvoditelej rastitel'nogo moloka. URL: <https://dairynews.ru/news/v-rossii-rastet-chislo-proizvoditeley-rastitelnogo-moloka.html> (data obrascheniya: 14.01.2024).
10. 7 proizvoditelej Ne/moloka s proizvodstvom v Rossii. URL: <https://dzen.ru/a/YQkIFdFI2GVCmXw1> (data obrascheniya: 14.01.2024).
11. Rastitel'nye al'ternativy korov'emu moloku. URL: <https://4fresh.ru/blog/what-can-replace-the-milk> (data obrascheniya: 14.01.2024).

Статья принята к публикации 04.04.2024 / The article accepted for publication 04.04.2024.

Информация об авторах:

**Ольга Николаевна Гутникова**, доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела, кандидат экономических наук

Information about the authors:

**Olga Nikolaevna Gutnikova**, Associate Professor at the Department of Marketing, Trade and Customs, Candidate of Economic Sciences

