



# Будь первым в выборе!

**П**ока крупнейшие производители молочных продуктов соревнуются друг с другом в дизайне упаковки, торговые прилавки наших магазинов пестрят и изобилуют продукцией, расфасованной в пакеты из полиэтилена, полипропилена и ламинированной бумаги. Как показывает статистика, на сегодняшний день доля стеклянной бутылки, используемой под жидкие молочные продукты, составляет всего около 2% от общего объема стеклотары. Однако на основании результатов, полученных в ходе маркетинговых исследований, можно утверждать, что спрос на продукцию в стеклянной таре устойчив, и появление на рынке данного товара формирует постоянных потребителей. Ностальгия по безвозвратно ушедшей юности, воспоминания детства помогают ему продаваться. Как пример можно привести «Можайское молоко», сохранившее традиционную упаковку, — его долголетие говорит само за себя.

Отметим факт революционного вхождения на полки таких продуктов, как «Тан», «Катык», «Мацони» и т.п., который в значительной мере обусловлен новым (забытым?) типом фасовки в стеклянную тару. Бутылка резко выделялась на общем фоне привычной упаковки в пакеты. Для средних и мелких производителей это был идеальный способ привлечь внимание потребителя на свою продукцию.

Ярко выраженными положительными свойствами стекла являются высокая механическая прочность на сжатие, хорошая теплостойкость, чистота и высокая химическая стойкость, а также абсолютная герметичность по отношению к жидкостям и газам.

Наиболее важным его торговым достоинством является мнение покупателя, что именно в стеклотару расфасована экологически чистая и качественная продукция из-за экологичности и природного происхождения самого стекла. Следует отметить, что по аналогии с Западной Европой Госстандартом России рассматривается предложение об ограничении применения пластиковой тары для розлива газированных и алкогольных напитков, которая по химической стойкости и газопроницаемости уступает стеклотару.

К тому же стекло — наилучший способ демонстрации потребительских свойств, вызывающих вкусовые ассоциации (цвет, консистенция, вкрапления).

Казалось бы, преимущества данного товара очевидны. Почему же наши производители не замечают этого интересного продукта?

По мнению хозяйственников, имевших дело со стеклотарой, данное производство требует больших объемов складских площадей. Санитарная обработка возвратной тары трудоемкая, энергозатратная, громоздкая. В то же время стеклотарой компенсируется и даже выигрывает на фоне течи мягких, многослойных и ламинированных пакетов. Так же отмечалось отсутствие на российском рынке предложений по поставке линий, имеющих законченное решение, основанное на требованиях клиентов.

Специалистами НПК «Прогрессивные технологии» разработано инженерное решение, позволяющее организовать розлив молочных продуктов оптимально и с надлежащим качеством.

В чем новизна и перспектива этого предложения? Производительность оборудования (в особенности по пилотным проектам) не должна превышать

1–3 т/ч для крупных производителей и 1 т/ч для мелких. Способ фасовки в стеклотару является целевым или вспомогательным. Бутылка имеет современный дизайн, многоразовую герметичную пробку, реализуется на безвозвратной основе. Применяется унифицированный типоряд — 1, 0,5, 0,25 л. Групповая упаковка исключает применение ящиков. Узел санитарной обработки в 15 раз меньше серийных бутылкомоечных машин, объем потребления энергоресурсов меньше в 10 раз.

Дополнительные преимущества производства и сбыта:

- розлив продукта с удлинённым сроком реализации;
- возможность более жестких тепловых режимов при обработке;
- наилучшая фасовка при термостатном способе производства — оперативный визуальный контроль за процессом, возможность вторичного использования тары в случае производственного брака;
- оперативный текущий контроль за содержимым упаковки.

При разработке модифицированной линии розлива молока и кисломолочной продукции в стеклянную бутылку сотрудники компании руководствовались следующим принципом: «У нас с производителем одна общая задача — возрождение на современном уровне производства экологически чистого, полезного, вкусного продукта, который обязательно привлечет внимание российского покупателя, не избалованного качественным товаром».

**Ю.М.ГУЦА**

**ООО НПК «Прогрессивные Технологии»**

Тел.: 007 (095) 933-60-63.  
Факс: 007 (095) 933-60-64.

E-mail: protex@co.ru  
<http://www.protex.ru>

