

УДК 339.13

ТЕНДЕНЦИИ И БУДУЩЕЕ РЫНКА «СУПЕРФУД» В РАЗРЕЗЕ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ТОВАРОВ

Бабушкина А.В.¹

Консультант – магистр Бойцова Ю.С.¹

Научный руководитель – к.т.н., доцент Орлова О.Ю.¹

¹Университет ИТМО

Аннотация: данная работа посвящена изучению развития рынка «суперфуд» в разрезе популяризации функциональных товаров в современных условиях с целью выявления закономерностей развития рынка в ближайшем будущем, а также популяризации данной категории продуктов среди населения России и выхода российского рынка «суперфуд» на новый уровень. В работе представлены исследования тенденций увеличения спроса и предложения «суперфудов» за последние годы, раскрыты положительные стороны этого направления пищевой промышленности, проведен анализ статистических данных использования «суперфудов» по странам, проведена оценка рынка, а также определены перспективы развития рынка «суперфудов» в будущем в России и в мире.

Ключевые слова: «суперфуд», оценка рынка, тенденции развития, функциональные товары, рацион питания.

Введение

Диеты в развивающихся и развитых странах за последние десятилетия изменились в сторону увеличения потребления мяса, молочных продуктов, рафинированного зерна, фруктов и овощей. Эти изменения привели к увеличению распространенности неинфекционных заболеваний, таких как диабет II типа, ишемическая болезнь сердца, рак или ожирение. Реализация диетических решений (например, снижение потребления мяса или отказ от него) тесно связанной трилеммы «диета – окружающая среда – здоровье» является глобальной проблемой. В ответ на увеличение частоты заболеваний, связанных с диетой, поиск здорового питания привел к резкому увеличению спроса на функциональные продукты с множеством преимуществ, в том числе «суперфуды», как «умный способ» улучшить наши диеты. «Суперфуды» еще не были представлены с точным научным определением, но в отличие от других функциональных продуктов, которые были обогащены, улучшены или изменены каким-либо образом для повышения их питательных качеств, они считаются по своей природе полными полезных питательных веществ.

Данные продукты стали глобальными сельскохозяйственными товарами, очень популярными среди населения со средним или высоким доходом. Переход от традиционных местных продуктов к глобальным товарам сделал «суперфуды» более востребованными в развитых странах мира, вдали от центров их происхождения. Увеличение их потребления связано не только из-за их питательной ценности, но и с формированием понимания потребителями «функционально-натуральных» товаров, т. е. производятся с использованием традиционных методов.

Именно данная категория продуктов может стать решением проблем, с которыми сталкиваются современные люди, поэтому данное исследование актуально. Однако их необычный внешний вид, вкусовые качества и отсутствие достаточных исследований и знаний у большинства людей могут стать препятствием для их принятия и популяризации в обществе.

Цель данного исследования направлена на анализ реализации «суперфудов» в пищу, подчеркивая важность исследований в данной области.

Результаты

Для решения выявленных проблем по исследуемой теме был осуществлен анализ количества возникновения заболеваний у граждан страны, связанных с нарушением рациона питания, выявлены основные преимущества и недостатки потребления продуктов категории «суперфуд», проанализированы тенденции спроса и предложения на рынке «суперфуд», сформирована классификация «суперфудов», которые наиболее распространены среди

потребителей, представлены возможности наращивания потенциала производства продуктов данной категории, в том числе выделены региональные рынки «суперфудов», а также ключевые игроки, работающие на мировом и российском рынках, сформированы лидирующие сегменты на рынке по каналам сбыта, а также выделены дальнейшие перспективы развития, как на национальном рынке, так и на международных рынках «суперфуд» продукции.

Можно констатировать, что «суперфуды», имея в своем составе массу незаменимых витаминов, минералов, аминокислот и других важных веществ для организма не могут заменить полноценного рациона, потому что их основная задача — не заменять, а дополнять, компенсируя недостающие организму вещества.

Рынок функциональных продуктов питания и напитков в перспективе будет только расти. Отмечается высокий интерес покупателей к продуктам с содержанием пробиотиков и аминокислот как ответ на озабоченность населения ростом заболеваний сердечно-сосудистой и пищеварительной систем. Многие страны поддерживают ЗОЖ и производство обогащенных продуктов на государственном уровне. Таким образом, эксперты и цифры статистических отчетов подтверждают, что в ближайшей перспективе рынок «суперфудов» будет активно набирать обороты в России и за рубежом. Выпуск обогащенных минералами и витаминами продуктов позволит современным компаниям быть актуальными для покупателей, точно соответствовать их предпочтениям и выгодно отличаться от производителей традиционных продуктов на полке.

Заключение

Таким образом, развитие общества диктует потребность в современном подходе к технологии производства продуктов питания. Забота о собственном здоровье стимулирует спрос на продукты, позволяющий поддерживать хорошее самочувствие и форму, уменьшающие риск заболеваний, обеспечивающие прилив энергии, лишённые при этом искусственных или химических ингредиентов.

Продукты категории «суперфуд», являясь одной из категорий функциональных продуктов и создающих дополнительную полезность, отвечают всем современным требованиям рынка и удовлетворяют потребности покупателей. Объем потребления «суперфудов» в России гораздо ниже, чем в европейских странах и США. Однако явный интерес потребителей к новым продуктам, а также расширение ассортимента «суперфудов», стимулирует развитие данной отрасли, что на протяжении нескольких лет подтверждается ростом объема потребления данных продуктов, как в мире, так и в России. Поиск новых вкусовых решений, ориентация на особенности российского потребителя открывают широкие перспективы как для мультинациональных, так и для отечественных производителей.

Бабушкина А. В. (автор)

Бойцова Ю. С. (консультант)

Орлова О. Ю. (научный руководитель)
