

Нургалиева Алина Равиловна

канд. биол. наук, доцент

Казанский кооперативный институт (филиал)

АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

г. Казань, Республика Татарстан

ЗОЖ-ПРОДУКТЫ КАК ТРЕНД НА СУПЕРФУДЫ

***Аннотация:** интерес к продуктам, помогающим поддерживать здоровье организма связан с активно растущим трендом на здоровый образ жизни. Производители продовольственных товаров отвечают на растущий интерес расширением ассортимента категории так называемых ЗОЖ-продуктов. В статье рассмотрены современные тренды в области здорового питания.*

***Ключевые слова:** ЗОЖ-продукты, функциональные продукты, здоровье.*

Мировой рынок пищевых продуктов функциональной направленности развивается бурными темпами. Современные потребители все чаще интересуются так называемыми ЗОЖ-продуктами. Нередко такими продуктами являются товары с весьма экзотическими названиями: сок чаги с клеточным соком березового листа и боярышником, конфеты Пробиомилк, каша Арктика с морошкой, цетрарией и льном и т.д.

Покупателю 21 века часто недостаточно, чтобы продукт просто удовлетворял его потребность в калориях, ему необходима конкретная польза для организма. Новый мировой тренд на продукты питания с полезными добавками добрался и до нашей страны. Аналитические данные свидетельствуют о том, что российский рынок продуктов «Health and Wellness» растёт на 8.5% в год на протяжении последних 5 лет. К 2024 году объём рынка превысит миллиард рублей [1].

Что же такое ЗОЖ-продукты? Однозначного ответа на этот вопрос пока не существует. Затруднения связаны как с постоянным производством товаров с улучшенными пищевыми характеристиками, так и отсутствием нормативной базы. В российском законодательстве существует ГОСТ Р 52349–2005 «Про-

дукты пищевые. Продукты пищевые функциональные. Термины и определения». Согласно этого нормативного документа функциональный пищевой продукт это специальный пищевой продукт, предназначенный для систематического употребления в составе пищевых рационов всеми возрастными группами здорового населения, обладающий научно обоснованными и подтвержденными свойствами, снижающий риск развития заболеваний, связанных с питанием, предотвращающий дефицит или восполняющий имеющийся в организме человека дефицит питательных веществ, сохраняющий и улучшающий здоровье за счет наличия в его составе функциональных пищевых ингредиентов.

Существует классификация ЗОЖ-продуктов от аналитической компании «Euromonitor international», согласно которой все полезные для здоровья продовольственные товары делятся на 6 групп:

1. Улучшенные. Продукты, в которых содержание определённых веществ, например, сахара, соли специально сокращается в процессе производства.

2. Функциональные. Продукты, которые обогащены полезным для здоровья ингредиентами. К ним относят растворимые и нерастворимые пищевые волокна (пектины и др.), витамины (витамин Е, фолиевая кислота и др.), минеральные вещества (кальций, магний, железо, селен и др.), жиры и вещества, сопутствующие жирам (полиненасыщенные жирные кислоты, растительные стеролы, конъюгированные изомеры линолевой кислоты, структурированные липиды, сфинголипиды и др.), полисахариды, вторичные растительные соединения (флавоноиды/полифенолы, каротиноиды, ликопин и др.), пробиотики, пребиотики и синбиотики.

3. «Продукты без» («Free from»). При производстве продукта не использовали, исключили какой-либо ингредиент, например, лактозу, глютен, животный белок.

4. Натуральные. Продукты, которые изначально содержат высокую концентрацию полезных веществ в относительно небольшом объеме. Такие продукты можно употреблять, как правило, без какой-либо дополнительной обработки, следовательно, богатство состава сохраняется практически на изначаль-

ном уровне. Также полностью естественное происхождение позволяет позиционировать их как безопасные для организма, поскольку баланс полезных веществ здесь сбалансирован природой. Например, семена чиа, ягоды черники и т. д. Эти продукты имеют полезные свойства благодаря натуральным веществам, а не искусственному совершенствованию.

5. Органические. К таким продуктам относятся продовольственные товары в натуральном или переработанном виде, которые произведены из сырья растительного и животного происхождения, в свою очередь переработанные, сертифицированные, этикетированные, сохраненные и реализуемые в соответствии с правилами органического производства. Также к этой группе относятся лесная, пчело- и рыбопродукция, которые соответствует всем вышеперечисленным требованиям.

Ряд новых тенденций в этой области полезного питания набирает обороты, даже несмотря на то, что научных данных, подтверждающих связь между определенными ингредиентами и пользой для здоровья часто недостаточно для соответствующей оценки. Таким образом, убеждения и восприятие потребителей играют огромную роль в успехе ЗОЖ-продуктов. В результате распространении коронавируса потребители стали думать о здоровье в первую очередь, когда люди стали уделять гораздо больше внимания профилактическим мерам по охране здоровья. В частности, потребители стали чаще выбирать продукты, которые помогают поддержать иммунитет. Продукты, которые включают пробиотики, витамины или натуральные, такие как имбирь, богатые антиоксидантами в настоящее время пользуются повышенным спросом у потребителей.

Новые тенденции в направлении здорового питания вероятнее всего откроют возможности для роста, поскольку они будут учитывать потребности современного покупателя.

Список литературы

1. Обзор трендов на рынке ЗОЖ-продуктов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/food/149924-obzor-trendov-na-rynke-zozh-produktov> (дата обращения: 23.01.2022).