

## ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРОДУКТОВ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ



**Сандракова Ирина Валерьевна,**

канд. техн. наук, доцент, зав. кафедрой менеджмента и бизнес-технологий, Кемеровский институт (филиал) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова; 650992, г. Кемерово, пр. Кузнецкий, 39  
sandrin\_rgtu@mail.ru



**Резниченко Ирина Юрьевна,**

доктор технических наук, профессор, зав. кафедрой «Управление качеством», Кемеровский государственный университет; 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6  
irina.reznichenko@gmail.com

Тренд на здоровый образ жизни приводит к тому, что россияне хотят видеть на своем столе полезные для здоровья продукты питания. Производители расширяют ассортимент, включая в него товары «натуральные», «экологичные», «органические». Однако до сих пор на государственном уровне не определено понятие «экопродукта» или «экологического продукта» и способа производства подобной продукции. В связи с этим потребители не доверяют подобной маркировке. Проведенные маркетинговые исследования показали, что продукты для здорового питания, приобретаются в основном в традиционных магазинах с различной периодичностью несколько раз в неделю. Выделив для себя такие продукты, потребители стараются придерживаться здорового рациона, но при этом экономить. Не доверяя бренду и знакам на упаковке, утверждающим о безопасности товара, они обращают серьезное внимание на информацию, представленную на упаковке. Сведения о продуктах для здорового питания покупатели получают из рекламы в местах продаж и в сети интернет. Основной причиной отказа от приобретения продуктов здорового питания является боязнь их подделки. Отмечено, что торговые предприятия могут добиться роста бизнеса за счет предложения покупателям продуктов для здорового питания.

**Ключевые слова:** тренд на здоровый образ жизни; продукты здорового питания; органические товары; маркировка товаров; маркетинговые исследования продуктов здорового питания.

Современные тенденции развития потребительского рынка продовольственных товаров характеризуются увеличением объемов производства продуктов здорового питания и возрастающим спросом на них. Производители расширяют ассортимент, включая в него товары «натуральные», «экологичные», «органические», активно используют тренд на здоровый образ жизни, вынося информацию о натуральности на лицевую сторону упаковки.

По мнению О. Дашкевич, директора по работе с клиентами *Nielsen* Россия, рост популярности тренда на здоровый образ жизни объясняется тем, что «по данным индекса потребительского доверия, здоровье — одна из основных причин беспокойства

для российских потребителей». Неблагоприятное состояние окружающей среды и активная химизация сельского хозяйства увеличивают беспокойство граждан экологическими проблемами и удорожанием лечения. В результате население предъявляет повышенный спрос на продукты здорового питания. Наибольший рост рынка такой продукции наблюдается в больших городах и объясняется следующими факторами: более высокий уровень жизни, что обеспечивает большую покупательную способность и соответственно лояльность потребителей к более дорогим продуктам; более высокая культура потребления и уровень экологического сознания населения; популяризация здорового образа

жизни среди населения; высокая конкуренция на рынке, в результате которой производителям нужно искать новые конкурентные преимущества; сложная экологическая ситуация в городах. Согласно опубликованным в 2017 году компанией *Ipsos Comcon* результатам исследования по отношению к питанию россиян, проживающих в городах с населением от 100 тыс. человек, «57% населения 16 лет и старше считают свое питание здоровым; 23% опрошенных следят за количеством калорий в еде. Рыбу, мясо, свежие овощи и фрукты россияне относят к числу продуктов, наиболее полезных для здоровья. Существуют значимые отличия в восприятии продуктов питания как здоровых у всего