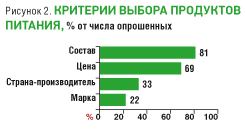
**Обзор на руския пазар на съставки за здравословно хранене**

Воденето на здравословен живот започва с храненето. Продуктите, позиционирани като „полезни за здравето”, стават все по-търсени на пазара. Интересното е, че тенденцията за натуралност не е от голяма важност за всички отрасли. Например, битовата техника, произведена с помощта на „зелени” технологии, която много добре се продава в целия свят, в Русия все още няма търсене.

Резултати от изследвания на руския пазар за хранителни продукти през 2012г. показва, че 57% от жителите на градове са готови да платят повече не за марката на продукта, а за неговото качество. Измененията в хранително-вкусовата промишленост през последните 20 години може да се разграничат в 3 етапа:

* Етап ценова конкуренция
* Етап конкуренция на асортимент и марка
* Етап конкуренция по качество

Усилената конкуренция в отраслите е създала благоприятна ситуация за потребителите, давайки им възможност за сравнение и избор. Намаляването на цените, в резултат от ожесточената конкуренция, предизвика снижаване на качеството на продуктите, което беше усетено от потребителите. В Русия този проблем се е почувствал най-силно в продажбите на месо и сладолед, при отклонението от класическите/съветски рецепти, което доведе до рязък спад в потреблението. Потребителят вече се е научил да не се влияе от рекламните техники на фирмите, а да гледа обратната страна на опаковките, следователно за голяма част от потребителите маркетинговите трикове не са ефективни.

Последните изследвания показват, че руснаците наистина се вглеждат в опаковките. 56.7% от московчаните и 52.2% от жителите на Петербург оценяват състава в продуктите като най-важен фактор при покупка. Общо 81% от анкетираните слагат състава на първо място.

 Показателни са резултатите и от друго проучване, в което 84% от анкетираните (от големи градове) биха платили повече, ако продуктът не съдържа изкуствени добавки и оцветители. На второ и трето място по важност са екологично чистите продукти и продуктите без ГМО.

По време на изследванията е станало ясно, че с възрастта, руснаците са готови да плащат повече за по-здравословна храна, както и с увеличаване на доходите, руснаците избират храни от по-високо качество.

През 2012г. за първи път от 20 години раждаемостта в Русия блокира естественото равнище на намаляване на населението. Демографските показатели са много важни за здравословните храни. Поведението на потребителите се мени в периода на очакване и възпитание на деца. Това открива нови перспективи за производителите. В периода на очакване и поява на дете в семейството, семейните покупки се променят драстично: намалява потреблението на алкохол, увеличава се количеството на плодове, зеленчуци, млечни продукти и се повишават критериите. Хипоалергийност, липсата на изкуствени оцветители, овкусители, присъствието на натурални плодови сокове са фактори, които положително влияят на популярността след родителите на определени продукти. Например, бисквитите с горски плодове се възприемат като по-полезни и подходящи за деца, отколкото такива без горски плодове.

Следователно, зараждането и развитието на пазара за здравословни стоки в Русия се дължи на следните фактори:

* Усилена конкуренция между производителите, следователно широк асортимент
* Повишена информираност на потребителите относно съставките на продуктите
* Изменение на способността за купуване от страна на гражданите
* Демографските промени в страната

При такива условия, ако производителят реши да направи преход към натурални оцветители, ароматизатори и допълнителни обогатяващи вещества, на лице е диверсификация и увеличаване на потенциалните потребители. Много често потребителите пренасят качествата на определени съставки към продукта като цяло. Точно с това може да се обясни популярността на продукти, в чийто състав има натурално кисело мляко или кашкавал.

За да се класифицира един продукт като „натурален” в очите на руснаците, трябва да бъде извършено ефективно позиционирането в следните три категории:

* Продукт „на...”: на основата на натурални съставки
* Продукт „без...”: не съдържа вредни съставки („без оцветители”, „без консерванти”, „без глутен”, „без ГМО”, „без захар” и т.н.)
* Продукт „с...”: с допълнителна полза, обогатяващ, съдържащ полезни вещества

В съответствие с ГОСТ (руския Държавен Стандарт) към здравословните хранителни съставки спадат: биологично активни, ценни и безопасни за здравето съставки с известни физически и химически характеристики. Тези съставки трябва да бъдат идентифицирани и научно доказани като полезни за запазването и подобрението на здравето. Такива съставки са:

* Разтворими и неразтворими диетични фибри
* Витамини (витамин Е, токотриеноли, фолиеви киселини и др.)
* Минерали ( калции, магнезии, желязо и др.)
* Мазници и вещества, свързани с мазнини ( растителни стероли, структурирани липиди и др.)
* Полизахариди, растителни вторични съединения, пробиотици, пребиотици и синбиотици
* Антиоксиданти

За растително-вкусовата промишленост биотехнологичния ресурс на диворастящите растения е уникална възможност. Компонентите на дивите растения не само обогатяват продуктите, но им придават и изискан вкус, цвят и аромат. Активните съставки, от които се състоят руските диви растения, имат разнообразен химически характер и принадлежат към различни класове химични съединения. В тази връзка, горските плодове са широко използвани в хранително-вкусовата промишленост. Също така, на пазара присъстват и съставки от горски плодове, които се приготвят без захар, сушени в ябълков сок. Тази технология на преработка позволява създаването на допълнителни хранителни качества, за сметка на отсъствието на захар. Присъствието на такива съставки в екологичните продукти е много важно, особено за потребителите в по-големите градове, които нямат достъп до свежа продукция.

Проучване проведено през 2011г. в 10 различни държави сочи, че 92% от анкетираните потребители са загрижени за изкуственото оцветяване на продуктите, като 78% от тях са готови да платят по-висока цена за продукт с натурален цвят.

В случая с млечните продукти, чиято неоспорима полза е доказана, актуална е темата за обогатяване с пребиотици, пробиотици и бифитобактерии. Ако на етикета на млечния продукт е вписано натурално кисело мляко, като част от състава, привлекателността на продукта мигновено се вдига. Отговорът на производителите на тази тенденция са млечната глазура, сладолед от йогурт, сос от йогурт и др.

Тенденцията към натурални продукти върви ръка за ръка с тенденцията на нискокалоричност и ниското съдържание на захар в продуктите. На Руския пазар особен интерес представлява кленовият сироп и гроздовата захар. За разлика от изкуствените и натуралните заместители на захар, този продукт съдържа полифеноли, които му придават особени качества. В Русия качествата на джинджифила са също високо ценени, особено през зимния сезон. Уникалният пикантен вкус на джинджифила може да направи по-специални не само сладкарските и хлебните изделия, но също така различни деликатеси в изисканата кухня.

Ниската калоричност, ниското количество захар и мазнините в продуктите неимоверно менят вкусово-ароматния профил на продуктите. Ново поколение аромати позволява замяната на изкуствените и вредни оцветители и аромати. Въз основа на това, може да се каже, че перспективите за увеличаване на търсенето на аромати, във всички отрасли на хранително-вкусовата промишленост, са на лице. Според последните данни, пазарът за изкуствени аромати е в състояние на стагнация, докато дялът на естествени аромати расте.

Русия още не е готова да плати по-висока цена за битова техника, произведена със зелени технологии, но пазарът за здравословна и натурална хранително-вкусова продукция се развива с високи темпове.

*Източник: списание „Russian Food and Drinks” брой 139*