

УДК 338.439

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ТРЕНДЫ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Брекало Е.Р., Глотова И.А., Задорожная А.П., Измайлов А.Н.

Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I

Воронеж, Россия e-mail: glotova-irina@yandex.ru

Влияние пандемии COVID-19 отразилось на всех сферах жизни населения. Исключением не стало потребление и производство продуктов питания. Многие покупатели пересмотрели свой взгляд на рацион. Теперь в приоритете безопасные и поддерживающие иммунитет продукты. В свете последних кризисов во всем мире изменились приоритеты покупателей и значимость вопроса правильного питания. Покупатели отдают предпочтение продуктам питания и напиткам, которые содержат полезные ингредиенты. По статистике так делают около 50 % покупателей. Свыше 30 % потребителей покупают больше товаров, направленных на решение проблем, связанных с их состоянием здоровья. Потребление таких продуктов помогает в профилактике хронических заболеваний, которые могут проявить себя уже в среднем возрасте. Человечество все больше обращает внимание на проблемы загрязнения окружающей среды. Около 65 % потребителей выбирают продукты в экологичной или биоразлагаемой упаковке. Это мотивация для производителей выбирать и производить тару, имеющую быстрый срок разложения. Четвертая часть покупателей по всему миру страдают от болезней пищеварительной системы, которые влияют и на здоровье человека в целом. Покупатели стали относиться более внимательно к информации на этикетке и соответствию ее действительности. Они стали уделять больше внимания здоровому питанию. Набирают популярность книги и статьи о здоровом образе жизни, нутрициологии, диетологии.

Ключевые слова: продукты питания, экологичное производство, полезные ингредиенты, функциональные продукты, современные технологии.

IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON FOOD INDUSTRY TRENDS

Brekalo E. R., Glotova I. A., Zadorozhnaya A. P., Izmailov A. N.

Voronezh State Agrarian University named after Emperor Peter the Grate,

Voronezh, Russia e-mail: glotova-irina@yandex.ru

The impact of the COVID-19 pandemic has affected all areas of the population's life. Food consumption and production were no exceptions. Many buyers have revised their view of the diet. Now the priority is safe and immune-supporting products. In the light of recent crises around the world, the priorities of buyers and the importance of the issue of proper nutrition have changed. Customers prefer food and beverages that contain healthy ingredients. According to statistics, about 50 % of buyers do this. More than 30% of consumers buy more products aimed at solving problems related to their health status. The consumption of such products helps in the prevention of chronic diseases that can manifest themselves already in middle age. Humanity is increasingly paying attention to the problems of environmental pollution. About 65 % of consumers choose products in eco-friendly or biodegradable packaging. This is the motivation for manufacturers to choose and produce containers that have a fast decomposition time. A quarter of customers around the world suffer from diseases of the digestive system, which also affect human health in general. Customers began to pay more attention to the information on the label and its compliance with reality. They began to pay more attention to healthy eating. Books and articles about healthy lifestyle, nutrition, and dietetics are gaining popularity.

Keywords: food products, eco-friendly production, useful ingredients, functional products, modern technologies.

Влияние пандемии COVID-19 отразилось на всех сферах жизни населения. Исключением не стало потребление и производство продуктов питания. Многие покупатели пересмотрели свой взгляд на пищевой рацион. Теперь в приоритете безопасные и поддерживающие иммунитет продукты [1, 2]. Компания ADM провела исследование на платформе OutsideVoiceSM consumer insights и составила список направлений в пищевой отрасли, которые будут иметь всё возрастающее значение в течение 2021 года. Также эти тенденции могут продлиться и на больший срок.

Глобальный экономический кризис, мировой кризис в сфере здравоохранения вызвали яркую реакцию у общественности. В связи с пандемией население большинства стран испытывает серьезные психологические нагрузки, обусловленные отказом от привычного образа жизни. [3] Поэтому покупатели стали выбирать продукты, которые поддерживают иммунную систему, улучшают настроение и минимизируют загрязнение окружающей среды. Это стало прекрасной почвой для разработки новых продуктов, которые навсегда изменят то, как мы едим и пьем.

Развитие инноваций в сфере продуктов питания ожидается по нескольким причинам, которые будут более подробно рассмотрены ниже.

Покупатели отдают предпочтение тем продуктам питания и напиткам, содержащим полезные ингредиенты. По статистике так делают около 50 % покупателей. Свыше 30 % потребителей покупают больше товаров, направленных на решение проблем, связанных с их здоровьем. Потребление таких продуктов помогает в профилактике хронических заболеваний, которые могут проявить себя уже в среднем возрасте.

Человечество все больше обращает внимание на проблемы загрязнения окружающей среды. Около 65 % потребителей выбирают продукты в экологичной или биоразлагаемой упаковке. Это мотивация для производителей выбирать и производить тару, имеющую быстрый срок разложения.

Производство специализированного корма для снижения выбросов метана, например, помогает потребителю найти и выбрать экологичный источник получения белка. Также начинают набирать популярность новые методы ведения сельского хозяйства, например, регенеративное земледелие. Его используют для обогащения почвы. С помощью данных инноваций сокращается выброс углерода и улучшается водный цикл. Экологичные упаковки уменьшают количество отходов на свалках. Кукурузный крахмал и морские водоросли, являются возобновляемыми растительными ресурсами, поэтому их используют в их создании.

25% покупателей по всему миру страдают от болезней пищеварительной системы, которые влияют и на здоровье человека в целом.

Вопрос здоровья и положительного влияния на него употребляемых продуктов один из главных на момент 2021 года. Данный факт является мотивацией для разработки функциональных пищевых продуктов. Полезной альтернативой животным продуктам являются морепродукты, такие как креветки и моллюски, различные белковые закуски.

Также значимую роль играют новые технологии, например, 3D-печать и ферментация белка. Используя технологию 3D-печати, можно решить проблему людей с аллергиями и недостатком биологически активных веществ в питании. Сегодня такие технологии тестируются в Германии в домах престарелых, а в Италии начинают печатать безглютеновые версии продуктов массового потребления. Такие варианты производства играют важную роль в продвижении замены первичным белкам [4].

Самой ранней растительной заменой животным продуктам была альтернатива именно молочным продуктам. И ассортимент альтернативных продуктов продолжает расти, производители пытаются охватить все большие позиции, такие как йогурт, мороженое, масло и сливки.

В свете мирового кризиса также возросла важность антиоксидантной активности (АОА) пищевых ингредиентов (ПИ), их количество и качество в продуктах питания. АОА приобрела новый этап интереса производителей. Раскрытие механизмов антиоксидантного действия на клеточные системы позволяет регулировать общий антиоксидантный статус организма человека, минимизировать негативное действие свободных радикалов. Доказано, что триггерным фактором развития неинфекционных заболеваний (НИЗ) человека является оксидативный стресс (Европейское региональное бюро ВОЗ, Копенгаген, 2012), сопровождающийся повреждением белков, липидов и ДНК. Разработанный Всемирной Организацией Здравоохранения (ВОЗ) документ «Глобальный план действий по профилактике неинфекционных заболеваний и борьбе с ними на 2013-2020 гг.», указывает, что одним из рычагов в решении проблемы является рационализация питания, направленная на повышение устойчивости организма человека к действию стрессоров [5].

Покупатели стали относиться более внимательно к информации на этикетке и соответствию ее действительности. Стали больше внимания уделять правильному питанию. Набирают популярность книги и статьи о здоровом образе жизни, нутрициологии, диетологии. Приоритетным источником информации являются СМИ, преимущественно телевидение и Интернет (рисунок).

Достоверная и подробная информация о товаре на упаковке может повысить спрос, например, на местные продукты. Производители с помощью современных технологий и ответственного подхода к качеству и экологичности продукции могут удовлетворить любые предпочтения потребителя.

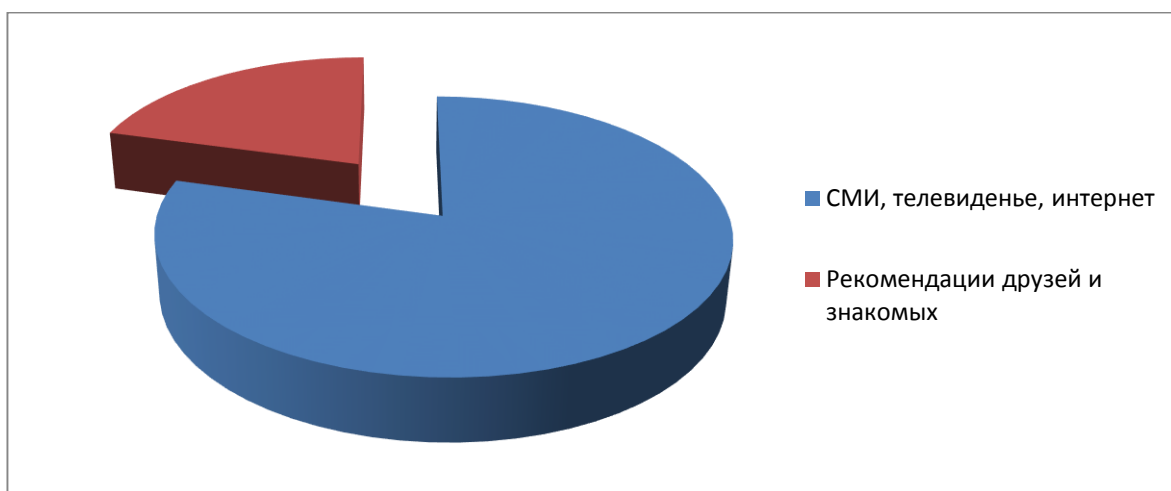


Рисунок – Источники информации о здоровом образе жизни, нутрициологии, диетологии

Список литературы

1. Гришин А.С., Бредихина О.В., Помоз А.С., Пономарев В.Г., Красуля О.Н. Новые технологии в индустрии питания - 3D-печать // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Пищевые и биотехнологии. 2016. № 2. С. 36-42
2. Дресвянников В.А., Страхов Е. П., Возмищева А. С. Анализ применения аддитивных технологий в пищевой промышленности // Продовольственная политика и безопасность. 2017. Т. 4. № 3. С. 133-139.
3. Науменко Н.В., Потороко И.Ю., Калинина И.В., Ненашева А.В., Ботвинникова В. В. Возможности регулирования стресспротекторных свойств продуктов питания для повышения иммунитета организма человека в условиях пандемии COVID-19 // Человек. Спорт. Медицина. 2020. №S1. С. 116-127.
4. Потороко И.Ю., Паймулина А.В., Ускова Д.Г., Калинина И.В., Попова Н.В., Шириш С. Антиоксидантные свойства функциональных пищевых ингредиентов, используемых при производстве хлебобулочных и молочных продуктов, их влияние на качество и сохраняемость продукции // Вестник ВГУИТ. 2017. Т. 74. № 4. С. 143-151.
5. Родионова О.И., Алешков А.В., Синюков В.А. 3D-печать пищевой продукции как инновационная технология // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2019. Т. 100. №2 (100). С.119-124.