

МАРКИРОВКА ТОВАРОВ: ПЕРСПЕКТИВЫ В ПРОФИЛАКТИКЕ ИЗБЫТОЧНОЙ МАССЫ ТЕЛА (ДАННЫЕ АНКЕТИРОВАНИЯ)

Можаева А.А., Сапотницкий А.В.

Белорусский государственный медицинский университет,
1-я кафедра детских болезней, г. Минск

Ключевые слова: избыточная масса тела, покупательское поведение, состав продуктов питания, цветовая маркировка.

Резюме: в статье анализируются данные анкетирования по вопросам понимания взрослым населением Республики Беларусь разграничения продуктов питания на «здоровую» и «нездоровую» еду по указанному на этикетке составу продуктов питания, а также влияния маркировки на покупательское поведение. Автор предлагает использовать маркировку продуктов питания как меру профилактики избыточной массы тела.

Resume: the article analyzes the data of a survey on the understanding by the adult population of the Republic of Belarus of the distinction between "healthy" and "unhealthy" foods according to the composition of food products indicated on the label, as well as the impact of labeling on purchasing behavior. The author suggests using food labeling as a measure of overweight prevention.

Актуальность. Одной из главных проблем XXI века является увеличение количества людей с избыточной массой тела и ожирением. Согласно данным Всемирной организации здравоохранения, количество взрослых с ожирением и избыточным весом в мире увеличилось более чем в 6 раз [1]. Актуальна эта проблема и для Республики Беларусь, в которой по данным проведенного в 2016-2017 годах общенационального исследования распространенности факторов риска неинфекционных заболеваний – STEPS 2016 – 60,6% взрослого населения имеют данную патологию [2].

Цель: изучить понимание разграничения продуктов питания на «здоровую» и «нездоровую» еду по указанному на этикетке составу продуктов, влияние маркировки на покупательское поведение людей, а также предложить пути совершенствования маркировки продуктов питания, способствующие профилактике избыточной массы тела в Республике Беларусь.

Задачи: 1. Изучить представление взрослого населения Республики Беларусь о разграничении продуктов питания на «здоровую» и «нездоровую» еду по указанному на этикетке составу продуктов в Республике Беларусь; 2. Оценить влияние маркировки продуктов питания на покупательское поведение респондентов; 3. Предложить пути совершенствования маркировки продуктов питания, способствующие профилактике избыточной массы тела в Республике Беларусь.

Материалы и методы. В ходе исследования был проведен анкетный опрос в мае 2021 года среди 155 респондентов. По месту жительства среди респондентов преобладали жители г. Минска и других областных центров (66,45%). Приняли участие в опросе 28,39% жителей районных центров и 5,16% респондентов, живущих в сельской местности.

Участникам опроса было предложено оценить 9 продуктов питания на предмет их влияния на здоровье человека по предложенным фотографиям, в том числе по этикеткам. В таблице 1 представлен перечень указанных продуктов.

Табл. 1. Распределение продуктов по категориям

Номер продукта в его категории	Категория продукта
Первый продукт	здоровая еда (все параметры в норме)
Второй продукт	здоровая еда (все параметры в норме)
Третий продукт	здоровая еда (все параметры в норме)
Первый продукт	нейтральный продукт (добавленный сахар 6,9 г)
Второй продукт	нейтральный продукт (добавленный сахар 6,8 г)
Третий продукт	нейтральный продукт (добавленный сахар 6 г)
Первый продукт	нездоровая еда (жир 30 г)
Второй продукт	нездоровая еда (добавленный сахар 12 г)
Третий продукт	нездоровая еда (насыщенные жиры 7 г)

Данный перечень был сформирован путем оценивания продуктов питания по 5 параметрам. Вывод по определению категории продукта питания делался на основе самого высокого показателя на основе рекомендуемых величин содержания поваренной соли, сахара, жиров в пищевой продукции промышленного производства, установленных методическими рекомендациями от 28.02.2018 МР 2.3.0122-18 «Цветовая индикация на маркировке пищевой продукции в целях информирования потребителей» (таблица 4). Таким образом, автором был сформирован перечень из 3 категорий продуктов («здоровая еда», «нейтральный продукт», «нездоровая еда»).

Следует отметить, что при формировании этого перечня продуктов для исследования возникли некоторые затруднения: содержание некоторых веществ, таких как насыщенные жирные кислоты, соль, добавленный сахар, не всегда отражается на этикетках продуктов питания промышленного производства в Республике Беларусь.

Результаты и их обсуждение. В категории «здоровая еда» два продукта получили правильную оценку большинства респондентов (в среднем 80% всех респондентов). В отношении третьего продукта данной категории лишь 17,41% всех респондентов определили правильно его категорию (рисунок 1).

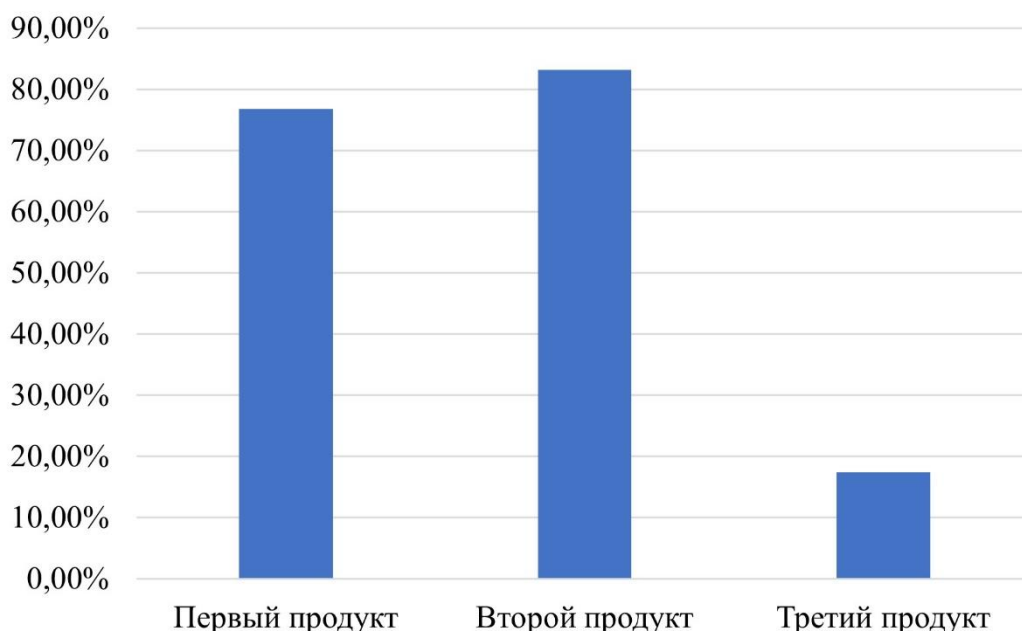


Рис. 1 – Правильные ответы респондентов в категории «здоровая еда»

В категории «нездоровая еда» первый продукт получил правильную оценку большей частью анкетированных (91,61%), второй и третий продукты были отнесены в другую категорию 57,42% и 85,81% всех респондентов соответственно (рисунок 2).

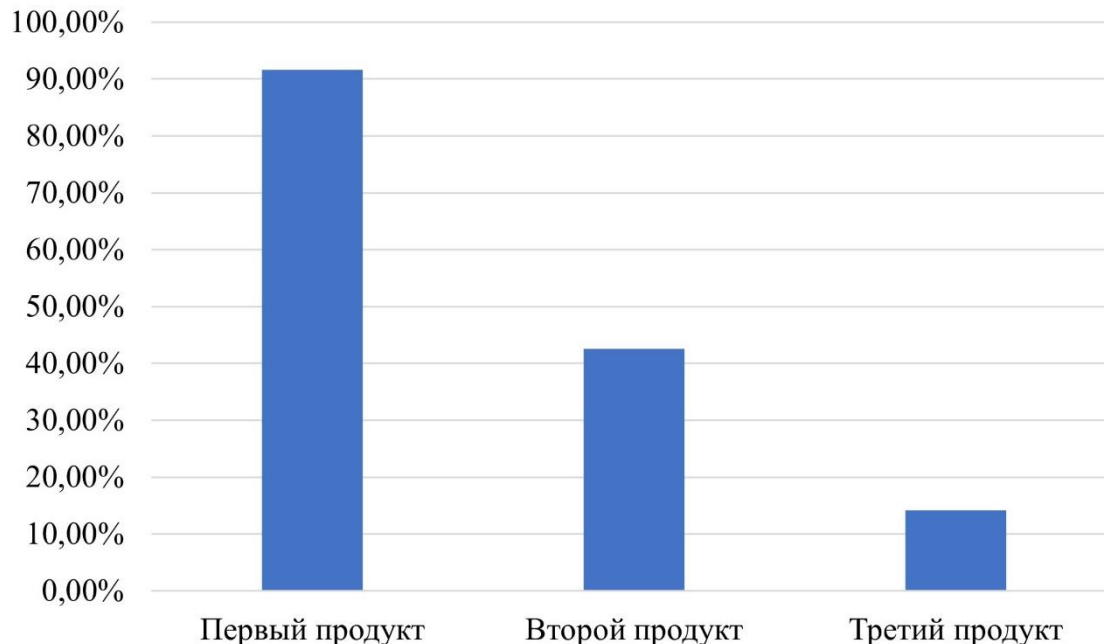


Рис. 2 – Правильные ответы респондентов в категории «нездоровая еда»

Наибольшее затруднение среди анкетированных вызвала категория «нейтральный продукт», первый, второй и третий продукты которой были правильно идентифицированы 21,94%, 24,52% и 34,19% респондентов соответственно.

В ходе исследования также было изучено отношение жителей Республики Беларусь к введению маркировки, а также влияние подобной маркировки продуктов питания на покупательское поведение респондентов.

Прежде всего, представлялось важным выяснить, обращают ли внимание совершеннолетние на состав продуктов питания при их покупке. В целом, большинство респондентов обращает внимание на состав продуктов питания, указанный на этикетке (89,67%) (рисунок 3).

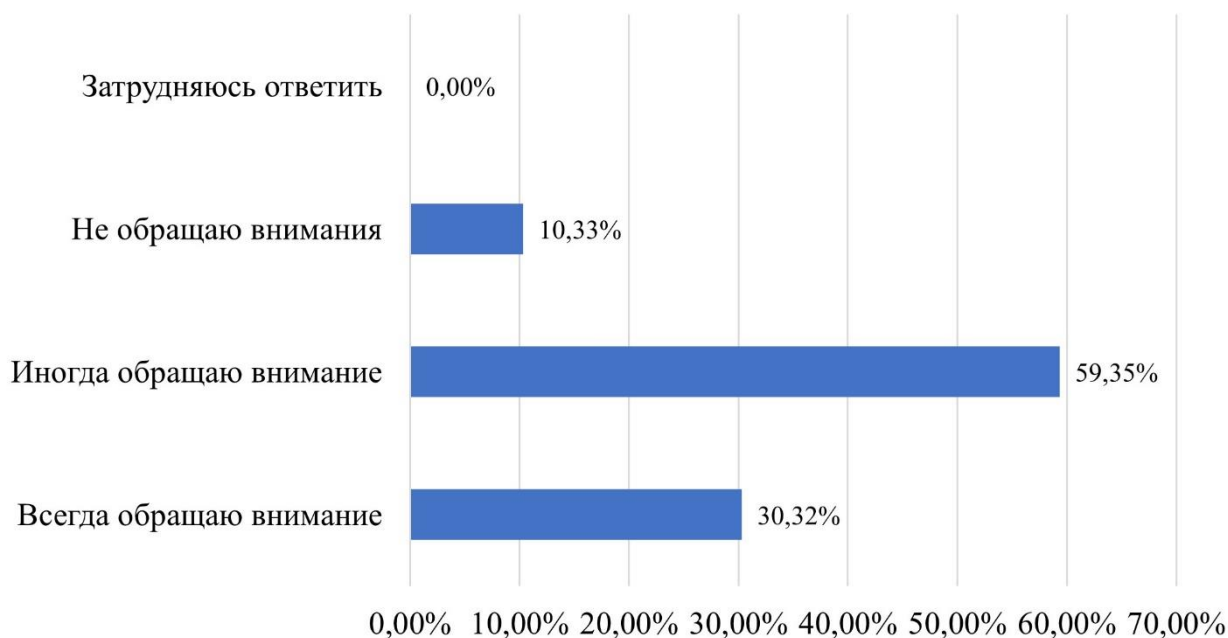


Рис. 3 – Количество респондентов, которые обращают внимание на состав продуктов питания при их покупке

С целью изучения эффективности маркировки, респондентам были заданы вопросы, касающиеся их действий в случаях, если они увидят знак на упаковке, указывающий на то, что продукт относится к той или иной категории.

Согласно данным анкетного опроса 59,35% респондентов будут «стараться чаще покупать» продукты, помеченные знаком, указывающим на то, что продукт относится к категории «здоровая еда». В отношении же продуктов, помеченных знаком, указывающим на то, что продукт относится к категории «нездоровая еда» 41,93% респондентов ответило, что будут покупать такие продукты реже.

Особое внимание было уделено исследованию покупательского поведения взрослых респондентов в отношении продуктов питания, помеченных как «вредные» для своих детей. Анкетный опрос показал, что взрослые почти в 2 раза чаще выбирали вариант ответа «скорее всего не буду покупать» и «никогда не буду покупать» в отношении продуктов питания, помеченных как «нездоровые». Это демонстрирует важность маркировки продуктов питания, ориентированных на детей.

Также было изучено отношение взрослых респондентов к введению маркировки продуктов питания на «здоровую» и «нездоровую» еду. Проведенный опрос показал, что 40% совершеннолетних респондентов поддерживают введение обязательной маркировки, 21,29% – добровольной маркировки, 46,15% – потенциально

готовы ориентироваться на подобную маркировку при покупке продуктов, 30,97% – считают, что введение подобной маркировки улучшит состояние здоровья населения. Следует отметить, что в данном вопросе респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответа.

Выводы: 1. Проведенное исследование показало, что большинство респондентов обращают внимание на состав покупаемых продуктов питания. Вместе с тем, содержание некоторых веществ, таких как насыщенные жирные кислоты, соль, добавленный сахар, не отражается на этикетках продуктов питания промышленного производства, что затрудняет оценку потребителями пищевой продукции. В связи с этим с целью полного информирования потребителя о содержании соли, сахара, жиров представляется необходимым обязать производителя сообщать потребителю о количественном содержании в продукте питания таких пищевых компонентов, как насыщенные жирные кислоты, соль, добавленный сахар; 2. Результаты проведенного исследования подтверждают, что покупатели не всегда могут правильно разграничить продукты питания на категории с точки зрения их воздействия на здоровье человека; 3. Абсолютное большинство совершеннолетних респондентов поддерживают введение добровольной либо обязательной маркировки продуктов питания по принципу «здоровая»/«нездоровая» еда или потенциально готовы ориентироваться на подобную маркировку; 4. Согласно результатам исследования маркировка продуктов питания будет оказывать воздействие на покупательское поведение респондентов. В частности, респонденты будут «стараться чаще покупать» продукты, помеченные знаком, указывающим на то, что продукт относится к категории «здоровая еда», и реже покупать продукты, помеченные знаком, указывающим на то, что продукт относится к категории «нездоровая еда», что, безусловно, будет способствовать профилактике избыточной массы тела. Особенно существенно данное влияние на покупательское поведение взрослых респондентов в отношении продуктов питания для своих детей.

Литература

1. Десятикратный рост числа детей и подростков с ожирением за последние сорок лет: новое исследование Имперского колледжа в Лондоне и ВОЗ [Электронный ресурс] // Всемирная организация здравоохранения: [сайт]. - URL: <http://www.who.int/ru/news/item/11-10-2017-tenfold-increase-in-childhood-and-adolescent-obesity-in-four-decades-new-study-by-imperial-college-london-and-who> (дата обращения: 14.02.2022).

2. Распространенность факторов риска неинфекционных заболеваний в Республике Беларусь STEPS 2016 [Электронный ресурс] // Всемирная организация здравоохранения: [сайт]. URL: https://www.who.int/ncds/surveillance/steps/Belarus_201617_STEPS_Report_RU.pdf?ua=1 (дата обращения 09.10.2021).