

ОЦЕНКА ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ФАКТОРОВ РИСКА КАК СПОСОБ ПРОЕКТИРОВАНИЯ НОВОЙ ПРОДУКЦИИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ПИТАНИЯ

С. А. Максимов*, М. С. Куракин**, Н. Г. Костина**, М. Б. Котова*

*Национальный медицинский исследовательский центр терапии и профилактической
медицины, Москва, Россия

**Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

Аннотация

Рассматриваются аспекты проектирования новой продукции. Отмечается актуальность социально-демографических данных потребителя. Предлагается разработанная анкета, состоящая из 10 модулей, для получения данных о поведенческих факторах риска студентов высшего учебного заведения. Проведение опроса позволит комплексно оценить контекстуальное влияние на учащихся условий внешней среды и их индивидуальных стереотипов питания и привычек.

Ключевые слова: факторы риска, новая продукция, специализированное питание.

В современных условиях изготовители пищевой продукции и продукции общественного питания должны ориентироваться на новые подходы на этапе проектирования рецептур, что позволит создавать востребованные и конкурентоспособные товары. Изготовителю уже недостаточно ориентироваться только на себестоимость готовой продукции, недостаточно одной красочной упаковки, недостаточно агрессивной рекламной кампании. Современный потребитель требует от него персонализированного подхода, учёта специфических индивидуальных, не всегда полезных, привычек и стереотипов поведения. Насыщенность продовольственного рынка, насыщенность рынка сферы услуг общественного питания, развитие и популяризация доставки блюд на дом предопределяет поиск новых идей, алгоритмов, нестандартных подходов при формировании образа новой продукции.

Полагаем, что эти подходы и способы должны фундаментально опираться на:

- 1) учёт заданной пищевой ценности новой продукции (повышенное содержание белка, жира и водорастворимых витаминов, минеральных веществ, пониженное содержание жира, углеводов);
- 2) учёт сырьевого фактора (широкое использование местного сырья растительного и животного происхождения);
- 3) учёт социальной-демографической адресности (пол, возраст, наличие/отсутствие вредных привычек, уровень образования, место проживания, уровень доходов потребителя и др.).

Первые два перечисленных пункта известны и широко используются разработчиками новых видов продукции. Ориентир на социально-демографическую адресность в свою очередь требует знаний об особенностях индивида, включая его личные привычки и привычки людей его окружающих, об условиях его жизнедеятельности дома, на работе/учёбе.

Отметим наличие в этом аспекте официальных данных Управления статистики населения и здравоохранения Федеральной службы государственной статистики за 2013 г. по показателям «Удельный вес употребляющих спиртные напитки», «Удельный вес курящих» и «Удельный вес занимающихся физической культурой и спортом» в Российской Федерации, которые приведены в сводных таблицах 1-3.

Таблица 1

**Удельный вес употребляющих спиртные напитки
(2013, процент, Российская Федерация)**

Возрастные группы	Всего	Женщины	Мужчины
15-19 лет	37,70	-*	-
20-24 лет	74,20	-	-
25-29 лет	80,00	-	-
30-39 лет	83,40	-	-
40-49 лет	82,50	-	-
50-59 лет	77,20	-	-
60 лет и старше	55,30	-	-
Всего	71,90	66,50	79,10

* - данные в источнике не указаны

Показатели таблицы 1 свидетельствуют о «синусоидальной» зависимости, т.е. о росте числа употребляющих алкогольную продукцию, начиная с возрастной группы 15-19 лет с пиковым значением в 30-39 лет (83,4 % от всего населения РФ), с последующим снижением с увеличением возраста индивида.

Таблица 2

Удельный вес курящих (2013, процент, Российская Федерация)

Социально-демографическая группа	Значение показателя за год
Всего	25,50
Женщины	11,20
Мужчины	44,80

Опираясь на данные таблицы 2, можно предположить наличие гендерной зависимости у курящих лиц. По РФ количество курящих составляет ¼ населения.

Таблица 3

**Удельный вес занимающихся физической культурой и спортом
(2013, процент, Российская Федерация)**

Возрастные группы	Всего	Женщины	Мужчины
15-19 лет	62,70	-*	-
20-24 лет	52,80	-	-
25-29 лет	40,30	-	-
30-39 лет	33,50	-	-
40-49 лет	25,20	-	-
50-59 лет	18,80	-	-
60 лет и старше	10,00	-	-
Всего	28,30	24,60	33,20

* - данные в источнике не указаны

Ещё одна очевидная зависимость согласно данным табл. 3 – количество людей, занимающихся спортом, снижается с увеличением возраста. Данные показатели, как часть позиции «Итоги выборочного наблюдения поведенческих факторов, влияющих на состояние здоровья населения» исключены из Федерального плана статистических работ постановлением Правительства Российской Федерации от 22.11.2018 № 1401, что в свою очередь определяет актуальность проведения исследований, направленных на оценку поведенческих факторов разных социально-демографических групп населения РФ.

Специалистами Национального медицинского исследовательского центра терапии и профилактической медицины разработана анкета для выявления индивидуальных и контекстуальных условий формирования поведенческих факторов риска у студентов. Опросник состоит из десяти последовательных и взаимосвязанных модулей (данные респондента; семья, условия проживания, доход, работа; инфраструктура района проживания; физическая активность; питание; употребление алкоголя; курение; стресс; тревога и депрессия; социальная среда). Общее количество вопросов 261, из которых порядка 86 вопросов напрямую связаны с характером питания респондента. Важной особенностью анкеты является наличие вопросов, посвященных изучению близкого круга общения опрашиваемого, в т.ч. выявлению у них вредных привычек.

На основе созданной анкеты запланировано проведение исследования, направленного на изучение образа жизни и условий проживания студентов г. Кемерово. Полагаем, что проведение данного опроса и, главное, полученные результаты дадут возможность, с одной стороны, оценить внешнее (контекстуальное) влияние на учащихся комплексно: социума, условий жизни, района проживания, табачно-алкогольной среды и т.д., с другой стороны, позволят разработчикам новой продукции с учётом принципа адресности создавать новые рецептуры, учитывающие выявленные особенности выбранной социально-демографической группы.

ASSESSMENT OF BEHAVIORAL RISK FACTORS AS A WAY OF DESIGNING NEW PRODUCTS OF SPECIALIZED NUTRITION

S. A. Maksimov*, M. S. Kurakin**, N. G. Kostina**, M. B. Kotova*

* National Medical Research Center for Therapy and Preventive Medicine, Moscow, Russia

**Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

Abstract

The aspects of designing new products are considered. The relevance of socio-demographic data of the consumer is noted. A developed questionnaire consisting of 10 modules is proposed to obtain data on behavioral risk factors of students of a higher educational institution. The survey will allow a comprehensive assessment of the contextual impact on students of environmental conditions and their individual eating patterns and habits.

Keywords: risk factors, new products, specialized nutrition.