

ПИТАНИЕ ЖИТЕЛЕЙ МЕГАПОЛИСА: РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Рагозин В.В., Голубева Т.Б.

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Е. Ельцина», Екатеринбург, e-mail vadim.ragozin@inbox.ru, golubevatab@mail.ru

Авторы представляют результаты собственного исследования мнения жителей Екатеринбурга (150 респондентов) по вопросам организации питания. Большая часть респондентов – учащаяся молодежь. ~80% респондентов придерживаются или стараются придерживаться норм здорового образа жизни. Мотивы рационального питания связаны с поддержанием здоровья и внешнего вида, у части женщин (10,6%) – стремление к сохранению мира в душе. 62,6% респондентов не имеют ограничений в употреблении продуктов питания. Принципов дробного питания придерживаются 34% респондентов. Респонденты имеют ограничения выбора продуктов питания: финансовые (15,3%), состояние здоровья (15,3%), идеологические (10,6%). Выбор продуктов питания обусловлен свежестью, качеством, ценой. Большинство респондентов предпочитает домашнюю кухню и здоровое питание; фаст-фуд предпочтительнее полуфабрикатам. Для части респондентов характерно нарушение правила легкого ужина.

Ключевые слова: питание, рациональное питание, потребительские предпочтения жителей мегаполиса

NOURISHMENT OF RESIDENTS OF THE MEGALOPOLIS: RESULTS OF THE SOCIOLOGICAL RESEARCH

Ragozin V.V., Golubeva T.B.

Ural Federal University named after the first President of Russia B.E. Yeltsin, Ekaterinburg, e-mail vadim.ragozin@inbox.ru, golubevatab@mail.ru

Authors represent results of own research of opinion of residents of Yekaterinburg (150 respondents) concerning catering services. The most part of respondents – the studying youth. ~80% of respondents adhere or try to adhere to norms of a healthy lifestyle. Motives of a balanced diet are connected with maintenance of health and appearance, at a part of women (10,6%) – aspiration to preservation of peace in soul. 62,6% of respondents have no restrictions in consumption of nourishment. 34% of respondents adhere to the principles of fractional nourishment. Respondents have restrictions of the choice of nourishment: financial (15,3%), state of health (15,3%), ideological (10,6%). The choice of nourishment is caused by freshness, quality, the price. Most of respondents prefers home cuisine and healthy nourishment; fast food is more preferable to semimanufactures. Violation of the rule of an easy dinner is characteristic of a part of respondents.

Keywords: nourishment, rational nourishment, consumer preferences of residents of the megalopolis

Рациональное питание – это физиологически полноценное (в качественном и количественном отношении) питание, учитывающее характер труда, физическую активность и возраст человека. В.М. Позняковский выделяет четыре принципа организации режима питания:

1) регулярность приема пищи в одно и то же время;

2) рациональный подбор продуктов – содержание в пище белков, жиров, углеводов, витаминов, минеральных солей и воды в необходимых количествах и правильных сочетаниях с удовлетворением индивидуальных потребностей каждого с учетом физиологических особенностей и условий жизни;

3) дробность питания, то есть пища принимается не менее трех раз в день;

4) разумное распределение пищи в течение дня: завтрак и обед должны включать не менее 2/3 дневного рациона, ужин менее – 1/3 [1].

Проблема организации рационального питания особо актуальна для жителей мегаполисов с их быстрым темпом жизни

и высоким риском подверженности стрессам вкупе с множеством неблагоприятных экологических факторов – химическим, электромагнитным, шумовым, биологическим загрязнениями окружающей среды, нарушением биоритмов. В этих условиях неправильное питание может стать дополнительным мощным фактором угнетения организма человека, а рациональное питание – способствовать преодолению им негативных воздействий окружающей среды.

С целью выяснения мнения жителей Екатеринбурга как одного из мегаполисов России о рациональном питании и соблюдении его принципов в декабре 2017 был проведен опрос 150 респондентов.

Гендерный состав случайной выборки – 36,7% мужчины и 63,3% женщины. Доля участников опроса в возрасте до 18 лет составила – 25,3%; от 19 до 25 лет – 68%; старше 25 лет – 6,7%. По социальному статусу участники опроса разделились на три основные группы: обучающиеся – 56,6%; совмещающие работу и учёбу – 36,7%; работаю-

щие – 6,7%. Таким образом, большая часть респондентов – учащаяся молодежь, почти две трети опрошенных – женщины [2].

В целом, отношение большинства участников опроса к здоровому образу жизни положительное. При этом 27,3% респондентов считают, что они ведут здоровый образ жизни и 53,3% стараются его придерживаться. Хотя не может не тревожить тот факт, что каждый пятый участник опроса признает, что здоровый образ жизни он не ведет и придерживаться его норм не собирается.

Далее респондентам задавались вопросы по их отношению к определенным факторам здорового образа жизни.

Целью настоящей публикации является анализ ответов респондентов, касающихся темы организации собственного питания.

Опять-таки примерно каждый пятый участник опроса (18,6%, все мужчины) продекларировал, что не придерживается принципов рационального питания.

Мотивами же рационального питания остальных участников опроса (респондентам разрешалось при необходимости выделять несколько позиций) являлись сохранение здоровья 48%; коррекция фигуры 46%; улучшение самочувствия 39,3%, то есть забота о физическом здоровье и внешнем виде. Интересно, что 10,6% респондентов (все женщины, причем, чем старше участницы опроса, тем более ярко выражено это стремление) отметили, что рациональное питание помогает им сохранить мир в душе.

62,6% участников опроса не имеют ограничений в употреблении продуктов питания. Однако по 15,3% респондентов указали на имеющиеся финансовые трудности и медицинские противопоказания. Каждый пятнадцатый участник опроса (10%) имеет некие идеологические ограничения, в основном, религиозные посты. Один участник опроса – веган.

Совершая потребительский выбор продуктов питания, респонденты ориентируются на показатели цены (67,3%) и качества (82,6%). При этом женщины обращают внимание на эти показатели соответственно в 1,6-1,7 раза чаще, чем мужчины. Очевидно, это связано с тем, что по существующей отечественной традиции покупка продуктов питания и их приготовление зачастую считается чисто женским занятием, и россиянки чувствуют свою ответственность перед домочадцами, так как по выражению К.Д. Ушинского «от хозяйки и матери, главным образом, зависит здоровье семейства» [3].

Половина респондентов (50,6%) обращает внимание на состав продуктов питания, причем женщины делают это в 1,5 раза чаще, чем мужчины. Калорийность про-

дуктов интересна 22,6% участников опроса (все – женщины). Вместе с тем на явные аспекты безопасности – дату производства и срок годности продуктов – обращают внимание абсолютное большинство (89,3%) респондентов, мужчины и женщины в равных долях.

Репутация поставщика важна для 12,6% респондентов, равно как для мужчин, так и для женщин.

Интересно отношение респондентов к показателям экологичности продуктов питания. В целом, эти показатели значимы лишь для каждого пятнадцатого участника опроса. Однако доля заинтересованных потребителей среди мужчин составляет всего 1,8%, а среди женщин – 9,5%.

Исследователи выделяют несколько причин малого интереса отечественных потребителей к экологически чистым продуктам питания: более высокая стоимость эко-продуктов; опасения потребителей, связанные с возможной фальсификацией продуктов; неудобства, связанные с закупкой экологически чистых продуктов питания, – отсутствие точек продаж в шаговой доступности, их малый срок реализации [4]. Есть и ещё одна важная деталь – для того, чтобы от экологически чистых продуктов питания была реальная польза для здоровья потребителя, они должны быть приготовлены безвредным с точки зрения экологии способом, т.е. с максимальным сохранением их полезных свойств. При этом необходимо время и мастерство человека, готовящего пищу. К сожалению, у жителей мегаполиса с их быстрым темпом жизни не хватает времени, сил и умений на приготовление полезной еды.

Лозунг «Покупай местное!» также получает отклик лишь у небольшого числа респондентов (1,8% мужчин и 2,1% женщин). Интересно, что в возрастной группе до 25 лет на него откликается всего один из 125 человек. Между тем известно, что продукция местного производителя, не подверженная длительной транспортировке, как правило, более свежая и содержит меньшие количества консервантов и добавок, поддерживающих товарный вид. В этой связи уместно вспомнить о программе добровольной международной сертификации гостиниц «Зеленый ключ», стимулирующей средства размещения в соответствии с западной модой на соблюдение экологических требований добиваться достижений в области защиты окружающей среды. Одним из обязательных критериев сертификации является использование службой питания отеля продуктов питания местного производства (не менее 80%) [5].

Отношение респондентов к видам питания представлено в табл. 1.

Таблица 1

Отношение респондентов к видам питания

Вид питания	Отношение респондентов, % от общего числа		
	Положительное	Нейтральное	Отрицательное
Фаст-фуд	46,0	37,3	16,7
Домашняя кухня	96,6	3,3	0
Здоровое питание	78,0	20,6	1,4
Полуфабрикаты	19,3	48,0	32,7

Таблица 2

Приготовление пищи для главного приема

Респонденты	Приготовление пищи для главного приема респондентами, % от общего числа			
	Готовлю сам	Готовлю сам с использованием полуфабрикатов	Питаюсь в заведениях общепита	Использую полуфабрикаты
мужчины	22	14	4	2
женщины	41,3	14,6	11,3	0,6
всего	63,3	28,6	15,3	2,6

Таблица 3

Предпочтения горожан в ситуации выбора заведения общественного питания

Форматы заведений	Предпочтения респондентов, % от общего числа		
	всего	мужчины	женщины
Кафе	60	15,3	44,7
Столовые	48,6	22	26,6
Рестораны	26,6	8	18,6
Буфеты	8,6	5,3	3,3
Бары	6	4	2
Закусочные	5,3	2	3,3
Вендинговые автоматы	2,6	0,6	2
Другое	4	2	2

Видно, что абсолютное большинство позитивно относятся к домашней кухне и здоровому питанию. Однако респонденты, большинство которых – учащаяся молодежь, в целом предпочитают фаст-фуд полуфабрикатам, что, на наш взгляд, связано с высоким темпом жизни основных участников опроса – учащейся молодежи, а также её неготовностью тратить даже минимальное время, как в случае с полуфабрикатами, на приготовление пищи.

Принципов дробного питания придерживаются 34% респондентов. При этом обед является главным приемом пищи для 38,6% респондентов, завтрак – 32,0%, ужин – 14,6%. 14,6% опрошенных имеют «плавающий» главный прием пищи, что, очевидно, связано с нарушениями режима труда и отдыха, во многом обусловленными жизнью мегаполиса – плавающее расписание занятий, необходимость подработки, потребность в развлечениях, долгая дорога к месту работы или учебы.

Таким образом, для значительной части респондентов (от 14,6 до 29,2%) нарушается

правило легкого ужина, что ведет к сбою режима сна и бодрствования, болезням органов пищеварения и ожирению. Мнение респондентов о приготовлении пищи для главного приема приведено в табл. 2.

Вместе с тем практически все респонденты с той или иной периодичностью посещают предприятия общественного питания города. Предпочтения горожан в ситуации выбора заведения общественного питания показаны в табл. 3, при этом респондентам разрешалось выделять не более трех позиций.

Как видно, высокий ценовой сегмент (кафе, рестораны, бары) предпочитают в общей сложности большое число участников опроса – около 85% респондентов; низкий ценовой сегмент (столовые, буфеты, закусочные, автоматы по продаже еды) выбирают около 65% горожан. Это показывает неплохой уровень доходов екатеринбуржцев, что согласуется с данными опросов, согласно которым только 6% жителей Екатеринбурга действительно имеют доходы, требующие экономии на еде [6].

Выводы

Во-первых, отношение респондентов к соблюдению норм здорового образа жизни в целом и рационального питания в частности положительное. Большинство слышали о них и стараются соблюдать. Однако в большинстве случаев молодые мужчины задумываются об организации собственного рационального питания в несколько раз реже, чем женщины.

Во-вторых, главным мотивом соблюдения норм рационального питания является забота о поддержании здоровья и внешней привлекательности, однако, присутствуют и некие духовные мотивы, в частности поддержание мира в душе. На них указывает каждый десятый участник опроса, что, на наш взгляд, необходимо принимать к сведению заведениям общественного питания – к примеру, при составлении меню учитывать необходимость постных позиций. Кроме того, не следует забывать, что простая растительная пища полезна для здоровья (по данным опроса каждый шестой респондент вынужден ограничивать себя именно по медицинским противопоказаниям), а также обладает меньшей стоимостью, что важно для каждого шестого респондента, испытывающего финансовые ограничения при организации собственного питания.

В-третьих, обращает внимание на себя тот факт, что в ситуации потребительского выбора горожан некоторые важные, на наш взгляд, декларируемые здоровьесберегающие мотивы поведения не оказывают на них существенного влияния. Так, респондентам мало интересна экологичность приобретаемой продукции, а на её поставщика обращает внимание лишь каждый восьмой участник опроса. При этом в ситуации покупки женщины обращают внимание на экологичность продукции в 5 раз чаще, чем мужчины. Поэтому в современных условиях, когда социально значимая идея заведений общественного питания с эко-концепцией в силу выделенных причин пока не пользуется должной поддержкой у отечественного потребителя, представляется целесообразным при организации компаний по продвижению предприятий общественного питания с эко-концепцией ориентироваться на целевую аудиторию – женщины от 25 лет, заботящиеся о своем здоровье.

Другой итог – на полезный с точки зрения экологии лозунг «Покупай местное!» учащаяся молодежь практически не обращает внимание.

Также респонденты предпочитают фаст-фуд полуфабрикатам. В связи с этим представляется целесообразным рекламная компания по продвижению как идеи самостоятельного приготовления пищи, так

и применения качественных полуфабрикатов, а также открытие сетей эко-фаст-фуда. Зарубежный опыт открытия подобных сетей имеется. К примеру, ещё в 2008 году в немецком городе Гамбурге появился первый ресторан Nat, предлагающий блюда из продуктов экологически чистых продуктов, работающий в формате фаст-фуд [7].

В-четвертых, каждый шестой участник опроса, в основном из числа учащейся молодежи, при формировании собственного рациона питания испытывает финансовые затруднения и таким людям, на наш взгляд, необходима не только социальная поддержка в виде определенных выплат или талонов на льготное питание, но и школы, мастер-классы по организации рационального питания в условиях ограниченности финансовых возможностей, а также собственно его важности, так как многие участники опроса экономят на еде на некие другие значимые в данный момент цели в ущерб собственному здоровью.

В школах рационального питания могла бы вестись работа по повышению валеологической грамотности населения как при составлении рациона питания, так и его реализации.

Хотелось бы также обратить внимание на полезность повсеместного внедрения в образовательный процесс высшей школы хотя бы в виде факультатива дисциплины «Основы здорового образа жизни», в качестве раздела которой рассматривается культура питания.

Список литературы

1. Позняковский В.М. Гигиенические основы питания, качество и безопасность пищевых продуктов: учебник / В.М. Позняковский. – Новосибирск, Сибирское Университетское издательство, 2007. – С. 51.
2. Рагозин В.В., Голубева Т.Б. Отношение молодежи к факторам здорового образа жизни [Электронный ресурс] // X Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум-2018». URL: <https://www.scienceforum.ru/2018/3053/1102> (дата обращения 26.03.2018).
3. К.Д. Ушинский. Избранные педагогические сочинения в двух томах. Под ред. члена-кор. Академии педагогических наук проф. В.Я. Струминского. Том первый. Вопросы воспитания. Москва: Государственное учебно-педагогическое издательство Министерства просвещения РСФСР, 1953. – С. 202.
4. Бахтиярова Н.П., Голубева Т.Б., Тропина А.Н. Экологически чистые продукты питания в ресторанном бизнесе / Н.П. Бахтиярова, Т.Б. Голубева, А.Н. Тропина // Эколого-географические аспекты природопользования, рекреации, туризма: сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной Году экологии в России. 8-9 ноября 2017 года / отв. ред. Н. П. Несговорова. – Курган, 2017. – С. 144-147. URL: <http://docplayer.ru/71153831-Ekologo-geograficheskie-aspekty-prirodopolzovaniya-rekreacii-turizma.html> (дата обращения 26.03.2018).
5. Отели Санкт-Петербурга вступают в эко-движение // Российский союз туристской индустрии. Северо-западное региональное отделение [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rstnw.ru/subj-487.html> (дата обращения 26.03.2018).
6. Шмурыгина М. Жители Екатеринбурга назвали уровень дохода, за которым начинается бедность // Портал-66 [Электронный ресурс]. URL: <http://ngzt.ru/news/view/11-05-2017-jiteli-ekaterinburga-nazvali-uroven-dohoda-za-kotorym-nachinaetsya-bednost> (дата обращения 26.03.2018).
7. Шикова М. «Зелёная революция» в России: быть или не быть? // Ресторановед. 2009. – № 1. [Электронный ресурс]. URL: <http://delinform.ru/article.php?numn=944> (дата обращения 11.03.2018).