

\* \* \*

## **АССОРТИМЕНТНЫЙ КОНТУР ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ДЕТЕЙ ПЕРВОГО ГОДА ЖИЗНИ**

**Галактионова М.Ю., Николаева В.А.,  
Лисихина Н.В., Галактионова М.А., Алексеенко Е.А.**

Красноярский государственный медицинский университет  
им. проф. В.Ф. Войно-Ясенецкого Минздрава России,  
Красноярск, Россия

**Ключевые слова:** питание; дети первого года;  
заменители грудного молока

*Актуальность.* Первый год жизни ребёнка характеризуется быстрыми темпами роста и развития, что требует поступления в организм достаточного количества пищевых веществ определенного качественного состава, соответствующего адаптационным возможностям ребёнка.

*Цель работы:* определить потребительские предпочтения и ассортимент продуктов питания для детей 1-го года жизни.

*Материалы и методы.* Проведен социологический опрос 150 матерей детей 1-го года в Красноярске и 150 потребителей детского питания в Пскове. Использованы структурный, системный анализ ассортимента продуктов питания для детей до 12 мес.

*Результаты.* Потенциальным покупателем в обоих регионах является женщина в возрасте 21–35 лет (86%) с высшим (52%)

или незаконченным высшим (30%) образованием, по социальному статусу — служащая (56%) или учащаяся (26%), состоящая в браке (76%), оценивающая материальное положение как хорошее (60%) и среднее (34%). Анализ предпочтений продуктов детского питания показал, что 64% респондентов из Красноярска и 56% из Пскова предпочитают зарубежные фирмы-производители; 76% из них приобретают товары в аптеках или специализированных магазинах для детей, 24% — в супермаркетах. Ассортимент продуктов питания: детские молочные формулы (смеси) (42,3%), каши безмолочные (11,7%), каши молочные (44,9%), жидкие каши, готовые к употреблению (1,1%), при этом в 1,35 раза ассортимент разнообразнее в аптеках Красноярска. Респонденты обеих групп важное значение при выборе детского питания придают таким свойствам, как: гипоаллергенность (по 82% в обеих городах), состав (80 и 76% в Красноярске и Пскове соответственно), цена товара (64 и 82%), обогащённость пробиотиками, витаминами и минералами (по 64%). В ассортименте продуктов по производственному признаку преобладали зарубежные фирмы (60,4 и 56,6%), основными из которых были голландские, словенские, австрийские и английские. Лидером ассортимента являются молочные каши (39,6 и 43,4% в Красноярске и Пскове соответственно), значительную долю среди которых занимают «Малютка» (8,4 и 5,9%), «Nestle» (4,45 и 3,8%), «Nutrilak» (3,2 и 5,9%), «Беллакт» (3,2 и 8,4%), «Умница» (3,81%).

*Заключение.* Потребители детского питания предпочитают продукцию зарубежных производителей (смеси, молочные каши), это и определяет ассортимент детского питания.

\* \* \*