

DOI: 10.14515/monitoring.2015.1.05

УДК 338.439.63(470.61):316

О.А. Чернова

## АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ В ОТНОШЕНИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ (на примере Ростовской области)

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ В ОТНОШЕНИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ (на примере Ростовской области)

ANALYSIS OF THE CONSUMER PREFERENCES REGARDING CONSUMER GOODS (Rostov Region case study)

*ЧЕРНОВА Ольга Анатольевна – доктор экономического наук, профессор кафедры информационной экономики, Южный федеральный университет. E-mail: chernova.olga71@yandex.ru*

*CHERNOVA Olga Anatolievna – Doctor of Economy, Professor, Chair of Information Economy, Southern Federal University. E-mail: chernova.olga71@yandex.ru*

**Аннотация.** Представлены результаты анализа потребительских предпочтений населения юга России в отношении отечественных и импортных продовольственных товаров, с которыми автор связывает выбор направлений и инструментов развития АПК России в рамках реализуемой стратегии импортозамещения. Анализ проводился по двум направлениям: оценка факторов, определяющих выбор типа торгового предприятия для совершения покупок и оценка факторов, определяющих выбор отечественной или импортной продукции. Выявлены некоторые различия в потребительских предпочтениях граждан малых городов и регионального центра. Определено, что спрос на товары отечественного производителя в значительной мере сдерживается их недостаточной представленностью в крупных торговых центрах. При этом большая часть населения готова отказаться от импортной продукции в пользу отечественной. Результаты анализа позволили сделать вывод о том, что взятый курс на реализацию стратегии импортозамещения в продовольственной сфере в целом находит поддержку у населения и не приведет к значительному дискомфорту для покупателей. Определены основные механизмы реализации данной стратегии,

**Abstract.** The author presents the results of the study conducted in the south of Russia and devoted to the consumer preferences with regard to domestic and foreign food products which are important for the implementation of the strategy of the import substitution as a tool to develop agricultural sector in Russia.

The analysis included two points: assessing the factors that determine the type of the retail outlet chosen by consumer, and assessing the factors that influence the choice between domestic and foreign goods. Certain differences in preferences of residents of small towns and regional center were identified. The demand for the domestic products is restricted by their unavailability in large shopping centers. At the same time, most of people would abandon foreign products in favor of the domestic ones.

The results of the study show that the strategy of import substitution is supported by the public and will not lead to the discontent among consumers. The author proposes a number of tools to implement this strategy and to increase the demand for the domestic products.

обеспечивающие стимулирование спроса на отечественную продукцию.

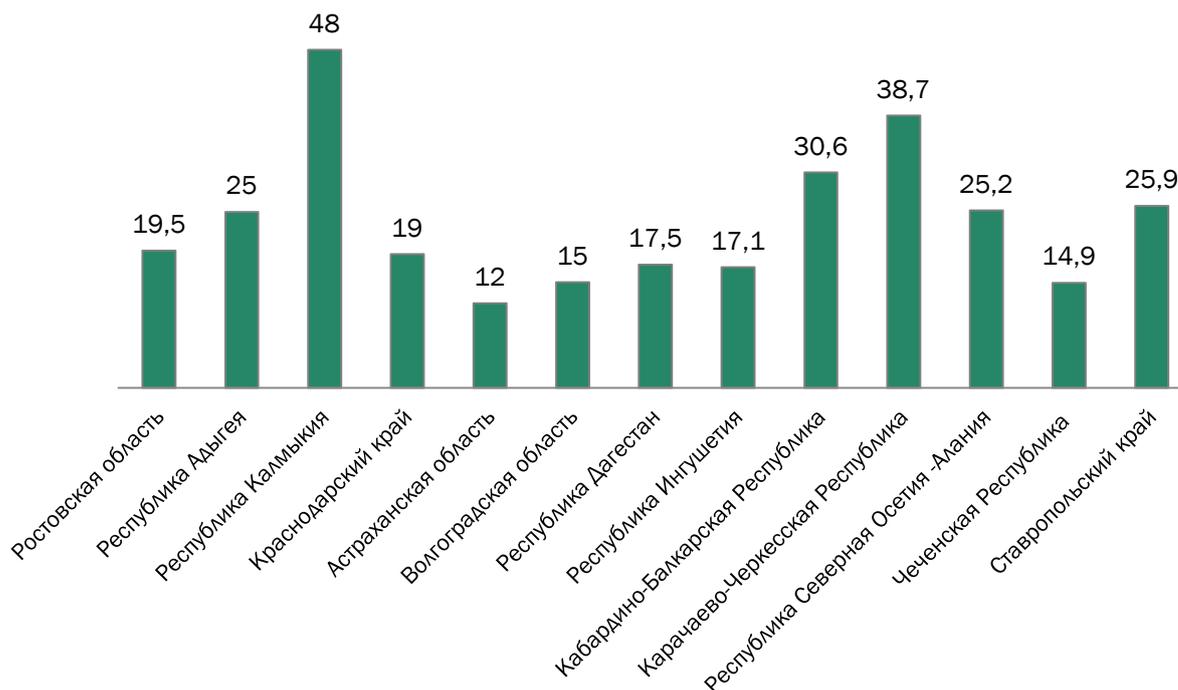
**Ключевые слова:** продовольственная сфера, стратегия импортозамещения, потребительские предпочтения, продовольственная продукция

**Keywords:** food sector, import substitution strategy, consumer preferences, food products

Современные условия макроэкономической нестабильности диктуют настоятельную необходимость усиления экономического потенциала предприятий агропромышленного комплекса (АПК) России, как основы для обеспечения продовольственной безопасности страны. При этом выбор сфер и направлений деятельности для оказания приоритетной поддержки развития определяется не только объективными экономическими и политическими факторами (природно-климатические условия, плодородие земель, продовольственная безопасность и др.), но и в определенной степени зависит от спроса на соответствующую сельскохозяйственную продукцию и продукты ее переработки. В свою очередь, это определяет специализацию и территориальное размещение предприятий АПК. В связи с этим при формировании региональных стратегий развития агропромышленного комплекса большое значение приобретает исследование потребительских предпочтений населения в отношении продовольственных товаров, в частности их анализ в разрезе товаров отечественного и зарубежного производства.

Проблема определения стратегически значимых направлений развития АПК имеет особое значение для регионов Юга России, профиль которых сформирован преимущественно отраслями аграрно-промышленной специализации (рис. 1), а приоритеты развития связаны с формированием кластерных структур в сфере АПК.

Объемы производства продукции сельского хозяйства только в Южном федеральном округе составляют 528,47 млрд руб. [Регионы..., 2013]. Одновременно анализ товарной структуры экспорта и импорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в России демонстрирует значительные объемы импорта мяса и мясопродуктов, консервов из овощей и ягод, а также молочной продукции. Так, объемы импорта продовольственных товаров в России по данным Росстата в 2012 г. составил более 40 млрд долл.



**Рисунок 1** - Доля сельского хозяйства в валовом региональном продукте регионов юга России [Регионы..., 2013], %

По мнению одних экспертов и специалистов в сфере развития АПК российский продовольственный сектор имеет значительный потенциал импортозамещения. Другие высказывают опасение низкого спроса на отечественную продовольственную продукцию. С целью анализа потребительских предпочтений населения в отношении продовольственной продукции был проведен опрос, в котором приняли участие жители гг. Ростов-на-Дону, Новшахтинск, Гуково, Шахты, Красный Сулин. Численность опрошенных составила 300 чел., что в полной мере соответствует оптимальному объему репрезентативной выборки при установленной величине допустимой ошибки  $\pm 5$ , принятой для стандартных исследований.

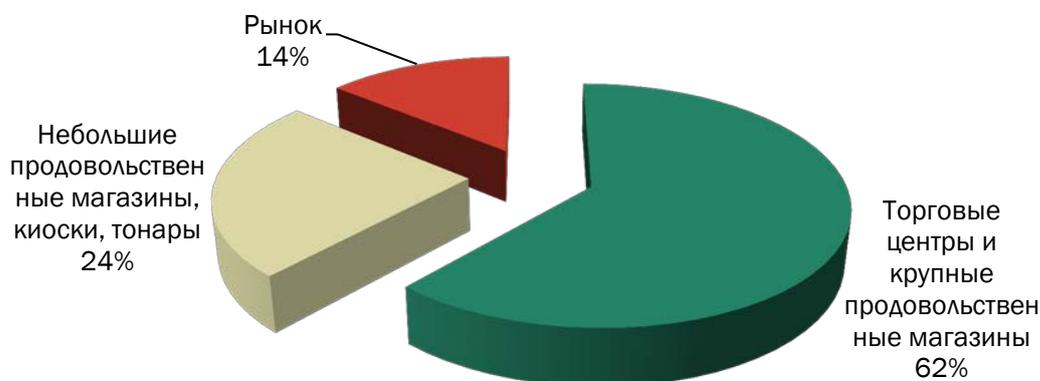
Анкета включала два взаимосвязанных блока вопросов:

- Оценка факторов, определяющих выбор типа торгового предприятия для совершения покупок.
- Оценка факторов, определяющих выбор товаров отечественного или импортного производителя.

Для получения оценок использовались анкеты, содержащие вопросы с вариантами ответов, в том числе предполагалась возможность собственного варианта ответа. Простота формулировок «вопрос-ответ» позволила включить в выборку различные категории населения, независимо от социального статуса и уровня образования и обеспечить простоту обработки результатов при достаточной степени достоверности.

**Результаты опроса.** Принимая во внимание, что состояние потребительского рынка во многом определяется каналами сбыта как розничной, так и оптовой торговли [Гранкина, 2012],

первый вопрос имел отношение к выбору типа торгового предприятия при осуществлении покупки продуктов питания. Опрос показал, что более половины опрошенных предпочитают осуществлять покупки в крупных торговых центрах и продовольственных магазинах, функционирующих в формате самообслуживания (рис. 2).



**Рисунок 2** - Результаты опроса «Где вы предпочитаете совершать покупки продовольственных товаров?»

Следует отметить, что для жителей Ростова-на-Дону (региональной столицы) процент совершающих покупку в крупных торговых центрах оказался значительно выше, чем у населения малых и средних городов, и составил 83% от числа опрошенных. Тогда как рынки (включая дворовые мини-рынки) не имеют особой привлекательности для жителей большого города (только 7% опрошенных жителей г. Ростов-на-Дону указали, что предпочитают приобретать продукты питания на рынке).

Анализируя факторы, определяющие тип торгового предприятия, где осуществляется покупка, можно отметить следующее. Основопологающим для большей части населения является месторасположение торгового предприятия, а также возможность приобрести максимально возможный набор продуктов в одной торговой точке. Это объясняется динамичным уровнем жизни и желанием сделать покупку более комфортной, что в частности, отметили 57%. Многие отмечают, что сетевые магазины, как правило, предлагают продукцию по более низким ценам, а также используют гибкую систему скидок, что делает их товары более привлекательными (даже в ущерб качеству). Тем не менее часть населения отдает предпочтение покупке продовольственных продуктов на рынке (как правило, это жители малых и средних городов), объясняя это возможностью приобрести более качественный продукт, предлагаемый непосредственным его производителем (фермером, владельцем приусадебного участка и пр.). Кроме того, значительная часть опрошенного населения (45%) отметила, что выбор торгового предприятия определяется спецификой приобретаемого товара и наличие специализированных (фирменных) магазинов их продажи (торты, свежее мясо, свежая рыба и пр.). Результаты данного опроса представлены в таблице 1.

При анализе факторов, определяющих выбор продовольственной продукции отечественного или зарубежного производства, были выделены следующие категории товаров: молочная продукция, сыры, колбасы, мясные консервы и паштеты, мясные

полуфабрикаты, овощи и фрукты, а также консервы из них, шоколад и конфеты, чай и кофе, рыба и морепродукты, рыбные консервы, крупа и мучные изделия, алкогольная продукция.

Как показали результаты опроса, выбор потребителей отечественной или импортной продукции в значительной степени определяется типом (категорией) приобретаемого товара. Предпочтение отечественной продукции, как правило, отдается для тех продуктов, которые представляют собой так называемое продуктивное сырье: свежее мясо, птица, рыба, свежие овощи и фрукты, крупа, яйца и прочее. Более 90% указали, что данные продукты приобретаются преимущественно от отечественного производителя. Тогда как при покупке консервированной продукции, колбас и сыров, отношение потребителей к товарам отечественного производства не столь однозначно. Так, соотношение предпочтений потребителей при выборе продукции отечественного или зарубежного производителя по отдельным видам товаров продовольственной продукции представлено на рисунке 3. Характерно, что предпочтение отечественной продукции для жителей малых городов несколько выше (на 5–10%), чем для жителей г. Ростова-на-Дону.



**Рисунок 3** - Соотношение предпочтений населения при выборе отечественной и зарубежной продовольственной продукции по отдельным видам товаров, %

Часть опрошенных (32%) отметили, что в сетевых магазинах ассортимент отечественной продукции представлен в недостаточной степени. Так, в частности, несмотря на то что по показателям валового сбора овощей Южный федеральный округ занимает 4-е место в России, валового сбора плодов и ягод – 2-е место в России, отечественные овощи и фрукты,

а также продукция их переработки присутствуют в основном на продовольственных рынках, а также в небольших специализированных магазинах. Причины, по которым население отдает предпочтение отечественной или импортной продукции являются следующими (см. табл. 1). Отметим, что многие респонденты указали на то, что, несмотря на наличие таможенных пошлин и с учетом затрат на транспортировку импортной продукции, стоимость некоторых видов высокосортной отечественной продукции в ряде случаев оказывается значительно выше, чем аналогичной зарубежной. В результате импортным продовольственным товарам отдается предпочтение, даже если они уступают отечественным по своим вкусовым характеристикам (колбасные, мясные, мучные изделия, консервы из овощей и фруктов и др.).

**Таблица 1** Факторы, определяющие выбор между отечественной и импортной продовольственной продукцией

Продукция	% отметивших данный фактор как значимый
Свежесть продукции (в том числе «живые» продукты, срок транспортировки «от поля до прилавка»)	37
Экологическая безопасность (отсутствие вредных добавок, ГМО)	43
Цена продукции	78
Вкусовые характеристики	65
Внешний вид, упаковка	48
Торговая марка	32

Не меньший интерес представляет ответ на вопрос: «От каких импортных продуктов вы готовы отказаться в пользу отечественных?» (табл. 2).

**Таблица 2** Результаты ответа на вопрос: «От какой импортной продукции вы готовы отказаться в пользу отечественной?»

Варианты ответов	% опрошенных
Молоко и молочная продукция	83
Сыры	54
Колбасные изделия	78
Мясные консервы и паштеты	82
Свежее мясо, мясные полуфабрикаты, птица	87
Фрукты, ягоды, овощи, консервы из овощей и фруктов	62
Шоколад и конфеты	57
Чай, кофе	12
Рыба и морепродукты	75
Рыбные консервы	80
Крупа, мучные изделия	78
Алкогольная продукция	62

Ответы на вопрос, какие качества, определяющие потребительские предпочтения, в большей степени присущи импортной, а какие отечественной продукции, выглядят следующим образом (табл. 3).

**Таблица 3** Результаты ответа на вопрос: «Какие качества в большей степени характерны для отечественной, а какие для импортной продовольственной продукции?»

Качества продукции	Доля отметивших данное качество как характерное, %	
	отечественная продукция	импортная продукция
Свежесть продукции («живой» продукт, срок транспортировки «от поля до прилавка»)	87	53
Экологическая безопасность (отсутствие вредных добавок, ГМО)	78	44
Вкусовые характеристики	82	63
Внешний вид, упаковка	37	82
Торговая марка, бренд	12	76

Очевидно, что реализация стратегии импортозамещения в сфере производства и переработки сельскохозяйственной продукции в целом находит поддержку у населения и не приведет к значительному дискомфорту для покупателей. Тем не менее в отношении товаров производства и переработки продуктов питания население (особенно население крупных городов) отдает предпочтение товарам импортного производства. В определенной степени это связано с тем, что отечественные перерабатывающие предприятия, характеризующиеся высоким уровнем износа производственного оборудования, а также в условиях высоких процентных ставок по кредиту отличаются низкой конкурентоспособностью на продовольственном рынке. Кроме того, российские производители продовольственной продукции являются недостаточно представленными в крупных торговых сетях.

В связи с этим для реализации стратегии импортозамещения на отечественном рынке продовольствия, а также с целью стимулирования спроса на отечественную продовольственную продукцию необходимо:

- установить процентные квоты на некоторые отечественные продовольственные товары в ассортименте торговых сетей;
- установить пониженную ставку НДС при реализации продукции, произведенной в России,
- установить пониженную процентную ставку по кредитам для предприятий по производству и переработке сельскохозяйственной продукции,
- развивать логистические цепи и интеграционные взаимодействия между малыми предприятиями (фермерскими хозяйствами), крупными перерабатывающими предприятиями и сетевыми торговыми организациями.

Предложенные меры позволят создать конкурентоспособный рынок отечественного производителя продовольственных товаров, тем самым, стимулируя формирование потребительских предпочтений населения в их пользу в рамках реализуемой стратегии импортозамещения.

#### Литература

- 1 Гранкина С.В. Анализ состояния российского рынка продовольственных товаров // Актуальные проблемы науки, экономики и образования XXI века: материалы II Международной научно-практической конференции, 5 марта – 26 сентября 2012

г.: в 2-х ч. Ч. 2 / Отв. ред. Е. Н. Шереметьева. – Самара: Самарский институт (фил.) РГТЭУ, 2012. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2013. Стат.сб. / Росстат. М., 2013.