

Менеджмент і маркетинг

УДК 338.45:663/664

А.О. Абдрахманова
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
та економіко-математичних методів,
Севастопольський національний технічний університет

Т.О. Кокодей
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
та економіко-математичних методів,
Севастопольський національний технічний університет

Аналіз динаміки «соціального» патерну поведінки споживача на ринку продуктів харчування

В статті проаналізовано динаміку розвитку «соціального» патерну поведінки споживача на ринку продуктів харчування, в історичному процесі розглянуто основні фактори, що вплинули на його формування; розроблено прогноз подальшого розвитку аналізованого патерну.

Ключові слова: патерн, поведінка споживача, ринок продуктів харчування.

А.А. Абдрахманова
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджмента
и економіко-математических методов,
Севастопольский национальный технический университет

Т.А. Кокодей
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджмента
и економіко-математических методов,
Севастопольский национальный технический университет

Анализ динамики «социального» паттерна поведения потребителя на рынке продуктов питания

В статье проанализирована динамика развития «социального» паттерна поведения потребителя на рынке продуктов питания; в историческом процессе рассмотрены

основные факторы, повлиявшие на его формирование; разработан прогноз дальнейшего развития анализируемого паттерна.

Ключевые слова: паттерн, поведение потребителя, рынок продуктов питания.

*A.A. Abdrakhmanova
PhD, Associate Professor of Management
and Economical-Mathematical Methods Department
Sevastopol National Technical University*

*T.A. Kokodey
PhD, Associate Professor of Management
and Economical-Mathematical Methods Department
Sevastopol National Technical University*

Dynamics Analysis for the “Social” Pattern of Consumer Behavior at the Food Market

The article considers the development of the “social” pattern of consumer behavior at the food market. The main factors of influence on its formation within the historical process are considered, the further development forecasting of the analyzed pattern is designed.

Keywords: pattern, consumer behavior, food market.

Постановка проблеми

В сложившихся условиях глобального загрязнения и истощения природно-ресурсной базы под совокупным воздействием циклических законов развития экономической и неэкономических сфер можно ожидать кардинальных изменений, во-первых, в пищевом производстве – применении достижений фундаментальной науки в пищевой промышленности (технологии генной инженерии, молекулярной химии и физики, нанотехнологий и др.); во-вторых, в поведении потребителя, связанном с расширением его выбора органических, функциональных синтетических, генетически-модифицированных, диетических и сложнорецептурных продуктов питания. В связи с глобальными экономическими, природными, научно-техническими и демографическими изменениями, а также производными тенденциями в производстве и потреблении продуктов питания возникает необходимость прогнозирования поведения потребителя на рынке продовольствия.

Анализ последних исследований и публикаций

Современные украинские и зарубежные труды по поведению потребителя включают работы С.В. Скибинского, Г.В. Герасимчук, А.В. Войчак, Н.В. Бутенко, М. Кэмпбел, Б. Вонсинк и других авторов [1-9].

Не решенные ранее части общей проблемы

Несмотря на широкий интерес к исследованиям в области потребительских предпочтений на рынке продуктов питания, нерешенными остаются вопросы, связанные со сценарным прогнозированием паттернов, что обусловлено их сложностью.

Формулирование целей статьи

Цель статьи – идентификация и оценка динамики «социального» паттерна поведения потребителя на рынке продуктов питания, а также разработка сценария его дальнейшего развития.

Изложение основного материала исследования

Рассмотрим эволюцию одного из существующих сегодня паттернов поведения потребителя на рынке продуктов питания, идентифицированного как $D1 = y_{1(1980-2020)} = \Omega$ [Статусное потребление престижных продуктов питания для достижения целей, не связанных с питанием (демонстрация успешности, подражание, соответствие ожиданиям, профессиональные цели и т.д.)]. Данный паттерн в настоящее время характерен для потребителей «социального» типа, относящихся к высшему социальному классу.

Предшествующее состояние $y_{1(1600-1780)}$ рассматриваемого паттерна нашло отражение в кулинарной голландской живописи XVII в., в частности, картинах столов с десертами, завтраков и банкетов аристократии Яна Давидса де Хеема (Jan Davidsz de Heem) [8] (рис. 1). Сравнивая типичные столы с десертами высшего класса Европы периода до Промышленной революции 1780 г. с современными характерными для Европы и США [3], можно отметить относительно неизменное изобилие и разнообразие, а также кардинальное усложнение блюд, связанное с технологическими инновациями в пищевой промышленности и массовым промышленным производством продуктов питания двух последних столетий.

Таким образом, сформулируем $y_{1(1600-1780)} = \Omega$ [«Перепотребление» органического набора разнообразных деликатесных промышленно необработанных продуктов питания мясного и растительного происхождения, в том числе оленины, цапель, павлинов, лебедей, омаров, лобстеров, ветчины, устриц, ананасов, бананов, помидоров, сахара, шоколада, кофе и др.].



Ян Давидс де Хеем, стол с десертами, Голландия, Нидерланды, 1640 Стол с десертами, компания Lido, США, 2007 Сценарий 1: молекулярные десерты, 2020-2050

Рис. 1. Развитие престижного десерта в истории (1640-2050)

LEMONGRASS – жидкость в стеклянной трубке, содержащая гель из лайма, дистиллированный лимонник, огурец, микро базилик и фрукт дракона;

MINTCAVIAR – ментоловая икра;

STEELHEADROE – икра на арбузном муссе и геле из кафрского лайма в прозрачным консоме из арбуза;

PEACH – кубики с различными вкусами: персика, сыра Буррата, жасминового чая, базилика, бальзамического уксуса, миндаля, сметаны и лимона;

ESPUMA – шоколадная груша и грушевая пена.

Для относительно постоянной в историческом процессе доли высшего класса (около 1% общества) в период 1600-1780 гг. был характерен паттерн «перепотребления» разнообразных деликатесных биологически полноценных природных продуктов питания. Во-первых, в связи с их физической и экономической доступностью для элиты, и, во-вторых, в связи с действием мотивов m3 (полу-

чение желаемых вкусовых ощущений и эмоционального комфорта от потребления) и m5 (стремление к исследованию и познанию товара-новинки). Структура основных влияющих факторов среды потребителя, сформировавшая данное значение паттерна пищевого поведения общественной элиты, показана на рис. 2.

На рис. 2 показана история и один из сценариев развития рассматриваемого паттерна y_{1t} и его факторов в 2020-2050 годы.

Низкий уровень и слабо выраженная положительная динамика экономического развития до начала Промышленной революции 1780 г. в Европе обуславливали, с одной стороны, благоприятное влияние экологических факторов, а именно, разнообразие и изобилие качественных природных ресурсов, а с другой – примитивный уровень научно-технологического развития и вынужденное органическое низко эффективное сельскохозяйственное производство и дефицит продуктов питания среди большей части населения.

Как следствие, высокая степень социально-экономического неравенства в пользу малочисленного высшего класса, для которого было характерно относительное отсутствие бюджетных ограничений, а также слабая развитость и значение индивидуальных социальных сетей в условиях общей стационарности среды, умеренная повседневная двигательная активность, пресыщенность деликатесными высококачественными продуктами питания, высокие ожидания относительно органолептических характеристик, разнообразия и объёма пищевого рациона, низкая саморегуляция в стремлении к «немедленному» удовлетворению пищевых потребностей привело к тому, что доминирующим поведенческим паттерном элиты стало значение $y_{1(1600-1780)}$ (рис. 2).

Современное значение паттерна y_{1t} в США и Западной Европе сформировалось к 1980 г. по мере появления современных технологий сельского хозяйства и пищевой промышленности как следствие экспоненциального роста основных экономических, демографических и научно-технических показателей.

Поэтому в данном случае импакт-событием, способствующим появлению нового значения паттерна можно считать Промышленную революцию 1780 г., послужившую началом нового цикла сверхдолгосрочного экономического роста.

Основные факторы $y_{1(1980-2020)} = \Omega$ [Статусное потребление широкого набора престижных сложноструктурных продуктов питания для достижения целей, не связанных с питанием: демонстрация успешности, подражание, соответствие ожиданиям, профессиональные цели и т.д.] приведены на рис. 2. Статусное потребление престижных продуктов питания сформировалось в результате роста зависимости самореализации и профессионального самоутверждения потребителя от качества личной социальной сети в условиях динамичной неопределённой среды. Формированию $y_{1(1980-2020)}$ способствовала необходимость имитации пищевых привычек и предпочтений целевой социальной группы элиты (деиндивидуализации пищевого потребления), стремительное расширение сложнорецептурного пищевого ассортимента премиум-класса за счёт создания инновационных элитных и эксклюзивных продуктов питания, основанных на сочетаниях новых природных и химических ингредиентов в условиях относительного отсутствия бюджетных ограничений высшего класса.

В период с 2020 по 2050 гг. является переходным в преддверии возникновения кластера глобальных кризисов 2п. XXI в., поэтому в данный тридцатилетний интервал можно ожидать замедления и начала долгосрочного спиралевидного снижения основных экономических, научно-технических и демографических показателей, в том числе углубления синфазного спада долгосрочного и сверхдол-

госпроцессуальных экономических циклов под воздействием истощения или ухудшения до непригодного состояния основных мировых природных ресурсов. Данный сценарий также предполагает краткосрочную резкую флуктуацию вверх развития технологий сельского хозяйства и пищевой промышленности как результат попытки человечества нивелировать снижение объемов производства, разнообразия, экономической доступности и распространённости продуктов питания в мире. В данных условиях предполагается качественный переход паттерна Y_{11} к новому значению $Y_{11_1_2020-2050} = \Omega$ [Статусное и гурманское потребление имитаций не существующих в природном виде престижных продуктов питания прошлого (чёрной икры, краба, чёрных трюфелей, мраморной говядины, сахара), полученных из нехарактерного натурального сырья и/или химических веществ с применением инновационных методов молекулярной химии и физики].

Выводы

Выполненное исследование позволило сделать следующие выводы:

- формализованные факторы, повлиявшие на формирование паттерна, носят как исторический, так и перспективный характер и позволяют принимать участие в его дальнейшем формировании с учетом возможностей и потребностей общества;

- разработанный сценарий развития «социального» паттерна поведения потребителя свидетельствует о высокой вероятности скачкообразного развития технологической базы в сфере пищевой промышленности и сельского хозяйства, что даст возможность частично сгладить последствия сокращения объемов производства продукции, а также сделать её более доступной для разных слоев населения.

Таким образом, полученная информация может использоваться как инструмент разработки и корректировки продуктовой политики, как на уровне государства, так и предприятий пищевой промышленности.

Литература

1. Кокодей Т. А. Морально-этическое обоснование продовольственной политики геополитического региона [Текст] / Т. А. Кокодей // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 3, Т. 2 (152). – С. 109-112.
2. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения / Н. Д. Кондратьев. – М. : Экономика, 2002. – 768 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер ; Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пельковой. – М. : Прогресс, 1990. – 736 с.
4. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : пер. с франц. / Жан-Жак Ламбен. – С.-Пб. : Наука, 1996. – XV. – 589 с.
5. Медоуз Д. Х. За пределами роста / Д. Х. Медоуз, Д. Л. Медоуз., Й. Рандерс. – М. : Изд. группа «Прогресс», «Пангея», 1994. – 304 с.
6. Joël Dozzi, Moritz Lennert et Grégoire Wallenborn, «Inégalités écologiques : analyse spatiale des impacts générés et subis par les ménages belges», Espace populations sociétés [En ligne], 2008/1, mis en ligne le 01 juin 2010, consulté le 14 mars 2010.
7. Mariano Torras. Ecological inequality in assessing well-being: Some applications. Journal Policy Sciences. – Publisher Springer Netherlands. Issue Volume 38, Number 4 / December, 2005. – Pages 205-224.
8. Official site [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wga.hu/frames-e.html?/html/h/heem/jan/index.html>
9. Toffler A. The Third Wave / A. Toffler. – New York: William Morrow and Co. Inc, 1980. – 517 p.