

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПЛОЩАДКА INFORMATION PLATFORM

Научная статья

DOI: 10.34130/2070-4992-2022-2-3-357

УДК 338.436.46(470.13)

Предпочтения потребителей г. Сыктывкара в выборе локальной пищевой продукции

Николай Дмитриевич Найденов¹, Валерий Габдулович Зайнулин², Ирина Николаевна Швецова³,
Софья Валерьевна Зайнулина⁴

^{1,2,4}Региональное отделение Общероссийского общественного движения в защиту прав и интересов потребителей «Объединение потребителей России» в Республике Коми / Общественное движение, Сыктывкар, Россия

³Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина, Сыктывкар, Россия

¹ND.Naidenov@mail.ru; ²ok-komi@mail.ru;

³irshv@mail.ru; ⁴zaynulinacv@gmail.com

Аннотация. В статье сделан анализ рынка пищевых продуктов локального производства в г. Сыктывкаре на примере сливочного масла, определены перспективы роста продаж локальных пищевых продуктов. Материалы статьи способствуют определению рыночных ниш для растущего производства и реализации сельскохозяйственных товаров, производимых в неблагоприятных природно-климатических условиях Севера. Предлагаются количественные оценки предпочтительности выбора потребителями локальных пищевых продуктов различных местных производителей. Рекомендуется проводить маркетинговые акции по расширению спроса потребителей на местную пищевую продукцию. Перспективы исследования связаны с расширением обследований предпочтений потребителей в целях повышения эффективности продаж локальных пищевых продуктов в Республике Коми.

Существуют две противоположные точки зрения о пользе локальных пищевых продуктов: положительная и отрицательная. К положительным моментам производства и потребления локальных пищевых продуктов относятся прозрачность в отношении ингредиентов в пищевых продуктах; аутентичность истории бренда; наличие в местных пищевых продуктах питательных веществ, которые отсутствуют в нелокальных пищевых продуктах. К отрицательным — менее полная информация о пищевых продуктах, произведенных достаточно далеко от места потребления, отсутствие в нелокальных пищевых продуктах некоторых специфических пищевых ингредиентов, органически вписывающихся в диету местного населения.

Расширение крупных торговых сетей в известной степени входит в противоречие с производством и реализацией локально произведенной пищевой продукции местных сельскохозяйственных организаций, домашних хозяйств и фермеров. В настоящей работе предлагается такая форма реализации взаимодействия потребителей и производителей локальной пищевой продукции, которая предполагает участие общественных организаций в этом процессе в качестве координатора различных мероприятий в рамках взаимодействия местных товаропроизводителей и глобальных логистических цепочек по поставке продуктов питания.

Основные методы исследования: статистический анализ, панельные исследования, социологические опросы.

Ключевые слова: локальные пищевые продукты, локаворизм, короткие логистические цепи, фермерские продукты, Республика Коми

Финансирование. Статья подготовлена при финансовой поддержке Главы Республики Коми в рамках гранта на развитие гражданского общества по проекту «Контроль и качество пищевой продукции местных производителей». Соглашение между Министерством финансов Республики Коми (Министерством экономического развития и промышленности Республики Коми) и региональным отделением общероссийского общественного движения в защиту прав и интересов потребителей «Объединение потребителей России в Республике Коми» от 04.10.2021 № 14-60/2021.

Для цитирования: Найденов Н. Д., Зайнулин В. Г., Швецова И. Н., Зайнулина С. В. Предпочтения потребителей г. Сыктывкара в выборе локальной пищевой продукции // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2022. Т. 2. Вып. 3. С. 357–368. <https://doi.org/10.34130/2070-4992-2022-2-3-357>

Original Article

Consumer preferences in Syktyvkar to Local food products

Nikolay D. Naydenov¹, Valery G. Zainulin², Irina N. Shvetsova³, Sofya V. Zainulina⁴

^{1, 2, 4}Regional branch of the All-Russian public movement to protect the rights and interests of consumers "Association of Consumers of Russia" in the Komi Republic / Public movement, Syktyvkar, Russia

³Syktyvkar State University named after Pitirim Sorokin, Syktyvkar, Russia,

¹ND.Naydenov@mail.ru; ²ok-komi@mail.ru; ³irshv@mail.ru;

⁴zaynulinacv@gmail.com

Abstract. *The article analyzes the market of locally produced food products in Syktyvkar using butter as an example, and determines the prospects for growth in sales of local food products. The materials of the article contribute to the identification of market niches for the growing production and sale of agricultural goods produced in the unfavorable natural and climatic conditions of the North. Quantitative assessments of the preference of consumers for choosing local food products from various local producers are proposed. It is recommended to conduct marketing campaigns to expand consumer demand for local food products. The prospects of the study are related to the expansion of surveys of consumer preferences in order to increase the efficiency of sales of local food products in the Komi Republic.*

There are two opposing points of view about the benefits of local food products: positive and negative. Positive aspects of the production and consumption of local food products include transparency regarding the ingredients in food products; brand history authenticity; availability of nutrients in local foods that are not found in non-local foods. On the negative side, there is less complete information about food products produced quite far from the place of consumption, the absence in non-local food products of some specific food ingredients that organically fit into the diet of the local population.

The expansion of large retail chains, to a certain extent, is in conflict with the production and sale of locally produced food products by local agricultural organizations, households and farmers. This paper proposes such a form of implementation of the interaction between consumers and producers of local food products, which involves the participation of public organizations in this process as a coordinator of various activities within the framework of the interaction of local producers and global food supply chains.

Main research methods: statistical analysis, panel studies, sociological surveys.

Keywords: *local food products; locavorism; short supply chains; farm products; Komi Republic*

Funding. The article was prepared with the financial support of the Head of the Komi Republic within the framework of a grant for the development of civil society under the project "Control and quality of food products of local producers". Agreement between the Ministry of Finance of the Komi Republic (Ministry of Economic Development and Industry of the Komi Republic) and the regional branch of the All-Russian public movement for the Protection of the Rights and Interests of Consumers "Association of Consumers of Russia in the Komi Republic" dated 04.10.2021 No. 14-60/2021.

For citation: Naydenov N. D., Zainulin V. G., Shvetsova I. N., Zainulina S. V. Consumer preferences in Syktyvkar to Local food products. *Corporate Governance and Innovative Economic Development of the North: Bulletin of the Research Center of Corporate Law, Management and Venture Investment of Syktyvkar State University*. 2022. Vol. 2, issue 3. Pp. 357–368. <https://doi.org/10.34130/2070-4992-2022-2-3-357>

Введение

Актуальность исследования маркетинговых аспектов производства и реализации локальных пищевых продуктов в Республике Коми определяется усилением познавательного интереса покупателей к местным пищевым продуктам и позиции торговых сетей и покупателей к бренду местных пищевых продуктов.

В г. Сыктывкар за 2016–2020 гг. пришли крупные торговые сети («Магнит», «Пятерочка», «Лента» и др.), вытеснив мелкую розничную торговлю, локальные торговые сети и предпринимателей, специализирующихся на розничной торговле. Низкие торговые издержки, продуманная логистика, надежные поставщики, мощные системы упаковки и хранения продовольственных товаров позволяют торговым сетям расширять свое присутствие на рынке продовольственных товаров в Республике Коми, в частности в Сыктывкаре. Однако расширение крупных торговых сетей в известной степени входит в противоречие с производством и реализацией локально произведенной пищевой продукции местных сельскохозяйственных организаций, домашних хозяйств и фермеров.

Локальная пищевая продукция — это продукция, произведенная в том же районе, где она и потребляется. Существует неопределенность термина «локальность» — то ли это населенный пункт, то ли регион, то ли совокупность регионов, то ли страна. Мы будем понимать под локальными пищевыми продуктами те из них, которые произведены и потребляются в Республике Коми, в частности в Сыктывкаре.

В последнее время, особенно в связи с нарушениями логистических цепочек поставки пищевой продукции, вновь подтверждается актуальность производства и обеспечения населения продуктами на местах их потребления.

Согласно прогнозам ООН, мир не успевает достичь цели «нулевой голод» к 2030 г. Несмотря на некоторый прогресс, большая часть показателей свидетельствует о запаздывании в достижении глобальных целей в области питания. Согласно докладу «Положение дел в области продовольственной безопасности и питания в мире – 2020», воздействие пандемии COVID-19 на здравоохранение, социальную и экономическую сферы может обусловить дальнейшее снижение уровня продовольственной безопасности и ухудшение положения наиболее уязвимых групп населения [1]. В этой связи становится понятным, что роль производства локальных пищевых продуктов в обеспечении продовольственной безопасности возрастает.

Основные цели в области производства пищевых продуктов в Республике Коми состоят в ее расширении [2].

В условиях рыночной экономики важно не только произвести необходимые объемы производства, но и обеспечить их качество. Как указано в документе ГОСТ Р ИСО 22000 «Система менеджмента пищевой продукции», «без взаимодействия Производителя и Потребителя невозможно в полной мере осуществлять контроль за качеством продукции» [3].

В настоящей работе предлагается форма реализации взаимодействия потребителей и производителей локальной пищевой продукции, которая предполагает участие общественной организации в этом процессе в качестве координатора различных мероприятий в рамках указанного взаимодействия.

Метод состоит в том, чтобы провести социологический опрос групп потребителей с целью выявления их предпочтений к определенному товару, в качестве типичного продукта взято сливочное масло.

Производители сливочного масла г. Сыктывкара были предварительно уведомлены о целях и задачах проводимых опросов, им была предоставлена интересующая интервьюеров информация, соответственно были внесены коррективы в опросные листы. Результаты опросов были предоставлены производителям.

Теория / методология исследования

Обзор литературы

Существуют две противоположные точки зрения о пользе локальных пищевых продуктов. Первая — одобрительная. По данным Э. Дюмона, от 50 до 90 % домашних хозяйств штата Луизиана готовы платить больше за продукты местного производства [4].

Важнейшими факторами, обуславливающими поддержание потребительского спроса на местные продукты питания, являются прозрачность в отношении ингредиентов в пищевых продуктах; аутентичность истории бренда; озабоченность тем, что нелокальные продовольственные системы

негативно влияют на окружающую среду; наличие в местных пищевых продуктах питательных веществ, которые отсутствуют в нелокальных пищевых продуктах.

В ответ на усиление потребительских тенденций в отношении локальных пищевых продуктов торговые сети, рестораны и учреждения общественного питания шире используют бренд локальных пищевых продуктов, расширяя ассортимент местных продуктов и больше рекламируя их. Так, например, торговая сеть «Лента» в Сыктывкаре рекламирует локальные пищевые продукты, которые производятся в Республике Коми, Кировской, Архангельской и Вологодской областях и продаются там же.

Местные пищевые продукты, как показывают наши наблюдения в г. Сыктывкаре, приобретают ещё и качества средства национальной самоидентификации. Так, например, в Сыктывкаре работают рестораны, использующие локальные пищевые продукты, но адаптирующие свои продовольственные изделия к особенностям национальной кухни. Это рестораны «Бакинский дворик» (азербайджанская кухня), «Тбилисо» (грузинская кухня), «Спасский», «Пушкинский» «Benedict», «Авалон» (коми кухня).

Но есть и негативные оценки по отношению к локальным продуктам и движению в их поддержку. Противники поддержки локальных пищевых продуктов (В. Сафире) утверждают, что локаворизм (движение потребителей в поддержку локальных пищевых продуктов) означает увеличение ущерба окружающей среде, снижение уровня и сокращение продолжительности жизни [5].

Существуют и нейтральные точки зрения. По мнению авторов курса «HIST 5008EX — выбор продуктов питания и пищевая этика» университета Аделаиды (США), выбор продуктов питания формируется сознательно и бессознательно ценностями, присвоенными различным типам продуктов представителями той или иной культуры, той или иной части населения [6].

Н. Д. Найденов, Т. А. Найденова [7] дали анализ рынка пищевых продуктов локального производства в Республике Коми и определили перспективы его роста. Доля местных продуктов питания в розничном торговом обороте Республики Коми относительно невелика. Однако бренд локальных пищевых продуктов широко используется крупными торговыми сетями. Авторы рекомендовали расширять ассортимент локальных пищевых продуктов, активно использовать их как бренд торговым сетям и фермерам.

Авторы учебного пособия по пищевой безопасности считают, что питание — это не только адекватная реакция человеческого организма на обмен между ним и природой, это еще удовольствие, творчество, бизнес и определенные риски для здоровья человека [8].

С. В. Гришанова, М. Н. Татарина поднимают вопросы экологизации потребления и экологической маркировки продукции [9].

Широкое распространение в публичном пространстве получила идея реализации принципов культуры безопасности продуктов и экологической культуры потребления пищевой продукции [10].

Л. А. Цирульниченко анализирует пути и способы реализации глобальной инициативы по безопасности пищевых продуктов [11].

Выбор в пользу локальных продуктов питания, на наш взгляд, определяется необходимостью для населения быть органичной частью местной природы и ландшафта.

В. И. Хаснулин и др. рекомендуют для улучшения здоровья вновь прибывших северян добавлять к энергетической ценности рациона питания человека из средней полосы России 15 % главным образом за счет жира и белка животного происхождения. Так, для работающих на Крайнем Севере России лиц умственного труда при низкой физической нагрузке калорийность суточного рациона должна быть не ниже 2300 ккал для мужчин и 2000 ккал для женщин, при средней тяжести труда соответственно 3500 и 2880 ккал, при высокой — 4250 и 3500 ккал.

Для обеспечения нормального веса тела учёные рекомендуют потреблять 70 г белков, до 140 г жиров, 500 г углеводов в сутки. Рекомендуемое соотношение белков, жиров и углеводов в рационе питания северян рекомендуется на уровне 1:2:3, т.е. 16 % белков, 36 % жиров и 48 % углеводов.

Потребность в различных витаминах в условиях Севера повышена почти в два раза. У большинства новоприбывших северян нарушение полноценного питания обусловлено энергетическим дисбалансом и недостаточным потреблением витаминов и микроэлементов, незаменимых аминокислот, полунасыщенных жирных кислот. Незаменимые аминокислоты и витамины могут быть получены из продуктов, привезенных из Бразилии или Европы, но больше всего их в пищевых продуктах местного происхождения.

Через пищевые продукты человек становится частицей наиболее приспособленного к условиям среды данного региона растительного и животного сообщества. Поэтому продукты местного происхождения соответствуют условиям экологического равновесия. Переключение жителей Севера или

Сибири на продукты, доставленные из средних широт или, тем более, из других государств, приводит к значительному росту заболеваемости [12].

В начале 1990-х годов в Великобритании Т. Лэнг предложил концепцию продовольственной мили [13]. Эта концепция сформулирована документально А. Пакстон [14].

В соответствии с концепцией продовольственной мили увеличение расстояния, на которое перемещаются продукты питания, является фактором негативного воздействия продуктов питания на окружающую среду. Если ингредиенты продуктов питания прошли долгий путь, то они будут иметь большой углеродный след.

В. Капуто, А. Василороус, Р. М. Найга, Дж. Р., М. Канавари оценили влияние двух типовых ярлыков, информирующих покупателей о продовольственных милях продуктов питания [15].

Первая этикетка информировала покупателей о выбросах углекислого газа (CO₂), вызванных транспортировкой продуктов питания, вторая этикетка информировала покупателей о времени и количестве километров, проведенных в пути продуктов питания. Используя данные эксперимента, авторы пришли к выводу, что обязательная политика маркировки для любого типа этикеток будет иметь положительный эффект для продаж. Однако этикетка, информирующая потребителей о времени и количестве километров, пройденных пищевыми продуктами, оказывает более положительное влияние на продажи, чем этикетка, информирующая потребителей о количестве выбросов CO₂.

Э. Шлих, У. Флейснер на примере мяса ягнят и фруктового сока опровергли утверждения о преимуществах регионального производства и распределения продуктов питания в экологическом аспекте по сравнению с глобальными технологическими цепочками. Большие издержки региональных производителей и большой углеродный след от их производства продуктов питания — основная причина того, чтобы не отказываться от глобальных технологических цепочек, предпочитая региональные [16].

Практика маркетинговой деятельности производителей продуктов питания и торговли в Российской Федерации показывает, что муниципальными органами управления оказывается поддержка брендам местных пищевых продуктов. Так, в условиях Севера муниципальными органами управления принимаются меры по увеличению закупок продуктов питания для дошкольных и школьных учреждений от местных производителей [17].

В 2020 г. в Республике Коми объем господдержки в сельском хозяйстве составил 1006,2 млн руб. В 2019 г. на поддержку сельского хозяйства из средств федерального и регионального бюджета в Республике Коми было выделено 860 млн руб. В 2018 г. — 900 млн руб. в 2017 г. — 938 млн руб. Несмотря на государственную поддержку сельского хозяйства в Республике Коми, объем сельскохозяйственного производства в 2018 г. по сравнению с 2016 г. сократился с 10613,2 млн руб. до 9207,0 млн руб. По данным Комистата Республики Коми, объем реализации продукции сельскохозяйственными организациями составил в январе-марте 2021 г. к январю-марту 2020 г. по овощам 67,7 %, картофелю — 71,1 %, скоту и птице — 90,7 %, молоку — 101,3 %, яйцам, млн штук — 109,2 %. Сельскохозяйственные организации испытывают затруднения с реализацией сельскохозяйственной продукции. Все это говорит о том, что в Республике Коми, регионе с неблагоприятными для производства локальных пищевых продуктов климатическими условиями, проблема реализации локальных продуктов стоит достаточно остро.

Отметим, что Республика Коми официально не отнесена к районам с неблагоприятными условиями ведения сельского хозяйства, хотя значительная ее часть приравнена к Крайнему Северу или отнесена Крайнему Северу.

В ЕС к неблагоприятным территориям относятся районы с тяжелыми климатическими условиями или сложным рельефом местности, земли, которым грозит истощение или для сохранения которых необходима консервация. Практикуется отнесение к неблагоприятным также тех территорий, на которых сохранение сельского хозяйства обусловлено неэкономическими факторами, включая сохранение туристического потенциала, занятость населения, защиту побережья [18].

В 2018 г. в Республике Коми произведено сельскохозяйственной продукции на сумму 9207 млн руб. Оборот пищевых продуктов в Республике Коми в 2018 г. составил 75 892,3 млн руб. Таким образом, доля местных продуктов в торговом обороте региона в 2018 г. составила 13 %. В 2020 г. продукция сельского хозяйства составила 12 134,1 млн руб. Оборот розничной торговли в части пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия, составил в 2020 г. 81 557,1 млн руб. Таким образом, доля местных продуктов в торговом обороте региона в 2020 г. составила 14,8 % [19].

К основным хозяйствующим субъектам локального производства пищевых продуктов относятся сельскохозяйственные организации (66,4 % всего выпуска 2018 года, 77,1 % 2020 года), хозяйства населения (28,4 % всего выпуска 2018 года, 26,0 % 2020 года), крестьянские фермерские хозяйства (5,2 % всего выпуска 2018 года, 3,0 % 2020 года). К основным видам сельскохозяйственной локальной продукции относятся картофель, овощи, скот и птица, молоко и яйца.

В 2018 г. на продукцию животноводства приходилось 73,4 % общего объема сельскохозяйственной продукции, на продукцию растениеводства — 26,6 %. Заметной тенденцией является стабилизация производства сельскохозяйственной продукции при снижении доли растениеводческой и увеличении доли животноводческой продукции.

В 2020 г. на продукцию животноводства приходилось 68,9 % общего объема сельскохозяйственной продукции, на продукцию растениеводства — 31,1 %.

Для иллюстрации тенденции стабилизации производства животноводческой продукции скажем, что по нашим оценкам доля произведенного сливочного масла в Республике Коми в общем его потреблении жителями региона составила в среднем за год за 2019–2021 гг. 19,9 %.

Обратим внимание на производство картофеля в Республике Коми. В 2018 г. производство картофеля в регионе составило 54,4 тыс. т, из них 48,2 тыс. т произведено хозяйствами населения [19, с. 103–107].

В 2020 г. производство картофеля составило 58,5 тыс. т, в том числе в хозяйствах населения 55,2 тыс. т [20].

Таким образом, в производстве картофеля лидирующие позиции в Республике Коми занимают хозяйства населения.

Мы видим специфическую черту локального производства пищевых продуктов в Республике Коми, отличающуюся от практик локального производства пищевых продуктов в странах Запада: производство картофеля для собственного потребления без поставки на рынок. В Республике Коми хозяйства населения — основной конкурент сельхозорганизациям и крестьянским фермерским хозяйствам на рынке картофеля.

В мире существует движение потребителей – приверженцев продуктов питания местного происхождения — локаворизм. Основателем этого движения считаются канадские журналисты Д. Маккинон и А. Смит. В 2000 г. они в порядке эксперимента питались исключительно едой, выращенной в пределах 100 миль от места потребления. Сформулированы пять принципов локаворизма: локальность, сезонность, экономичность, натуральность, поддержка местного производителя [21]. Наш анализ позволяет дать позитивную оценку этому международному движению.

Результаты исследования и их обсуждение

Региональное отделение Общероссийского общественного движения в защиту прав и интересов потребителей «Объединение потребителей России в Республике Коми» поддерживает государственную стратегию развития страны, направленную на обеспечение высокого уровня и качества жизни, улучшение благополучия граждан Российской Федерации. Оно участвует в формировании прогрессивной потребительской политики страны, в том числе для жителей Севера. Поэтому в отделении создана новая структура: сектор защиты прав потребителей и антимонопольной политики в сфере оборота местных продовольственных ресурсов в Республике Коми (сектор местных пищевых продуктов).

Цель сектора местных пищевых продуктов — способствовать формированию пищевых цепочек, основанных на местных продуктах и сырье, распространять среди населения знания о преимуществах местных продовольственных ресурсов в рационах питания.

В период с 1 по 20 ноября 2020 г. региональным отделением Общероссийского общественного движения в защиту прав и интересов потребителей «Объединение потребителей России» в Республике Коми проводился опрос жителей г. Сыктывкара по вопросам лояльности к продуктам питания местного производства. В опросе участвовали 200 жителей, мужчин — 54 %, женщин — 46 %, с доходом преимущественного от 31 до 50 тыс. руб. в месяц. Из опрошенных респондентов 93 % согласны с утверждением, что желательно потреблять продукты местного происхождения, 63 % регулярно покупают продукты местного производства; 72 % респондентов хотели бы больше получать информации о местных продуктах питания и местных производителях продуктов питания; 70 % хотели бы покупать продукцию, производимую в Республике Коми. Значительное число респондентов (33 %) даже не знали, что есть специальные магазины для продажи локальных продуктов питания.

В развитие работы по повышению интереса покупателей к местной пищевой продукции специалистами Коми отделения всероссийского движения за права потребителей в ноябре 2021 г. — апреле 2022 г. проводился опрос среди жителей г. Сыктывкара. Цель опроса: выявление предпочтений жителей Сыктывкара в выборе сливочного масла, производимого предприятиями Республики Коми. Опрос призван поддержать интерес потребителей к локальным пищевым продуктам, выявить специфические требования к продукту, способствовать экологичному потреблению продуктов питания и улучшить качество питания жителей г. Сыктывкара.

Выборка имела случайный характер, но особенно активное участие в опросе принимали участники общественного движения «Объединение потребителей России», которым была оказана юридическая помощь специалистами «Объединения потребителей России».

В опросе участвовали 118 респондентов. Размер генеральной совокупности 83,0 тыс. чел. Ошибка выборки 19,6 %.

В опросе участвовали мужчины — 55 %, женщины — 46 %, все респонденты с доходом преимущественно от 16 до 30 тыс. руб. в месяц. Основная группа респондентов была в возрасте после 60 лет (47 %), 36–60 лет — 35 %.

Изучали отношение потребителей к продукции трех основных производителей — АО «Сыктывкарский молочный завод», ООО «Пригородный», ООО «Южное».

В дополнение к опросу по группе активных потребителей также был проведен опрос среди потребителей социально незащищенных групп населения — инвалидов по зрению и людей старше 60 лет, в целях выявления особенностей предпочтений различных социальных групп.

Был проведен опрос членов Сыктывкарского отделения Всероссийского общества слепых. Цель опроса: выявление особенностей предпочтений в выборе сливочного масла, производимого предприятиями Республики Коми, у слепых как социально незащищенной группы населения.

В опросе участвовали 27 респондентов. Размер генеральной совокупности 80 000 человек. Доля признака — 90 %. Ошибка выборки 15,7 %. Респонденты этой группы имели доход 16–30 тыс. руб. в месяц (60 %). Их возраст составлял 36–60 лет.

Группа опрашиваемых старше 60 лет составила 29 респондентов, из них 55 % мужчин, 45 % женщин. Лица этой группы имели в доход 16–30 тыс. руб. (66 %).

Основные результаты проведенных опросов приведены в таблице.

Таблица

Основные результаты социологического опроса по выявлению предпочтений у потребителей населения г. Сыктывкара в выборе местной локальной пищевой продукции на примере сливочного масла

Table

The main results of a sociological survey to identify the preferences of consumers of the population of Syktyvkar to local food products on the example of butter

Индикатор	Случайная выборка N=118	Инвалиды по зрению N=25	Люди старшего возраста N=29
Респонденту известны полезные свойства сливочного масла (%)	84	92	89
Респондент удовлетворен качеством сливочного масла, производимого в Республике Коми (% общему числу респондентов)	72	44	69
Респондент считает, что сливочное масло, производимое в Республике Коми, по потребительским свойствам превосходит масло, производимое в других регионах (% общему числу респондентов)	50	36	48
Респондент предпочитает потреблять сливочное масло	Местные производители	Не местные производители	Местные производители
Предпочтительный выбор респондента определяется следующим критерием	Вкус	Вкус	Вкус
Респондент, ежедневно потребляющий сливочное масло (% общему числу респондентов)	50	64	38
Респондент не сталкивался со случаями негативной информации о качестве сливочного масла (% общему числу респондентов)	71	60	68
Респондент считает, что у него достаточно средств, чтобы не ограничивать себя в потреблении сливочного масла (% общему числу респондентов)	73	68	69
Респондент считает, что цена на масло является завышенной (% общему числу респондентов)	45	48	46
Респондент готов и дальше участвовать в опросах проекта (% общему числу респондентов)	70	60	69

Источник: авторская разработка.

Source: author's development.

Приведенные в таблице результаты указывают на негативное отношение социальной группы инвалидов по зрению к качеству сливочного масла местных производителей. Только 36 % представителей этой группы считают, что сливочное масло, производимое в Республике Коми, по потребительским свойствам превосходит масло, производимое в других регионах. Только 44 % респондентов инвалидов по зрению удовлетворены качеством сливочного масла, производимым в Республике Коми. В то время как для основной группы значение этого индикатора составляет 72 %, для группы лиц старшего возраста — 69 %.

Процент респондентов из группы инвалидов по зрению, предпочитающих сливочное масло неместных производителей, составил 31 %, для основной группы это показатель составил 10 %, для лиц старшего возраста — 24 %.

Опрос показывает снижение потребления сливочного масла представителями группы лиц старшего возраста (38 %) в сравнении с другими группами (50 % для группы случайной выборки и 64 % для респондентов из группы инвалидов по зрению).

Основные результаты опроса:

1. Большинство опрошиваемых (84–92 %) показали, что им известны полезные свойства сливочного масла.

2. Покупатели при покупке сливочного масла, производимого местными производителями, руководствуются прежде всего вкусовыми качествами сливочного масла, другими по важности критериями являются доступность и привычка.

3. По степени предпочтительности в сознании потребителей при покупке сливочного масла производители были распределены в следующем порядке: АО «Сыктывкарский молочный завод» — 50 %, ООО «Пригородный» — 30 %, ООО «Южный» — 9 %.

4. Для опроса использовались следующие критерии предпочтительности продукции: — привычка, вкус, запах, цена, внешний вид, жирность, доступность, упаковка. Рассчитанный по этим критериям суммарный показатель (рейтинг) составил — для АО «Сыктывкарский молочный завод» — 1315, ООО «Пригородный» — 1040, ООО «Южный» — 571.

5. Различия в предпочтительности местных производителей сливочного масла обусловлены, прежде всего, критерием доступности. У ООО «Сыктывкарский молочный завод» показатель доступности наиболее высокий, его значение составило 162, для ООО «Пригородный» — 139 и ООО «Южный» — 94.

6. Опрос показал достаточно высокий уровень негативной информации о качестве сливочного масла местных производителей. 30 % опрошенных лиц указали, что они сталкивались с негативной информацией о качестве сливочного масла, производимого местными товаропроизводителями.

7. Большинство респондентов (70 %) имеет достаточно средств, чтобы не ограничивать себя в потреблении масла, в то же время около 50 % респондентов считают, что цена на сливочное масло является завышенной.

8. Опрос показал высокую долю респондентов (60–70 %), готовых взаимодействовать с участниками проекта «Контроль и качество пищевой продукции местных производителей». Это свидетельствует о заинтересованности потребителей в потреблении и улучшении качества продукции местных производителей, о заинтересованности потребителей в участии в этом процессе. Доля респондентов (готовых взаимодействовать с участниками проекта «Контроль и Качество пищевой продукции местных производителей») дает количественную оценку степени вовлеченности потребителей в процесс контроля за качеством пищевой продукции.

Результаты исследования

Результаты опроса по выявлению предпочтений потребителей г. Сыктывкара в выборе локальной пищевой продукции состоят в следующем.

Во-первых, выявлен значительный процент потребителей, предпочитающих сливочное масло местных производителей.

Во-вторых, обнаружена неудовлетворенность потребительского спроса на продукцию местных производителей.

В-третьих, наблюдается большой процент респондентов, к которым поступает негативная информация о качестве продукции местных производителей пищевой продукции (30 % к общему числу респондентов). Это обуславливает необходимость для местных товаропроизводителей проявлять большую открытость по вопросам технологии и качества производимой ими продукции.

В-четвертых, показатель доли респондентов, к которым поступала негативная информация о местной пищевой продукции, может быть использован в качестве критерия имиджа (бренда) ее производителя на рынке.

В-пятых, важным результатом опроса является выявление возможности по его результату построить рейтинг различных производителей локальной пищевой продукции в сознании потребителя. Данный рейтинг может быть использован как интегральный критерий предпочтительности товара производителя в сознании потребителя.

Заключение

Социологический опрос по выявлению предпочтений у населения г. Сыктывкара в выборе местной локальной пищевой продукции на примере сливочного масла выявил высокий процент потребителей, желающих принять участие в проекте КРО «Объединение потребителей России» «Контроль и качество пищевой продукции местных производителей». Это позволяет надеяться, что реализация различных методов взаимодействия потребителя и производителя локальной пищевой продукции в целях улучшения качества пищевой продукции будет организационно и технологически развиваться.

Опрос показал, что существенная часть потребителей настроена в пользу потребления местной пищевой продукции, однако в то же время фактически покупают сливочное масло местных производителей не более 60 %. Это может свидетельствовать о неудовлетворенном спросе на сливочное масло местных производителей.

Результаты социологического опроса по программе «Контроль и качество пищевой продукции местных производителей» могут быть использованы для продвижения пищевой продукции (в частности, сливочного масла) местных производителей в г. Сыктывкаре и Республике Коми.

Список литературы

1. Глобальные вопросы повестки дня. Питание. URL: <https://www.un.org/ru/global-issues/food> (дата обращения: 23.03.2022).
2. Приказ Министерства сельского хозяйства и потребительского рынка Республики Коми от 7 июля 2022 г. № 479 «О внесении изменений в приказ Министерства сельского хозяйства и потребительского рынка Республики Коми от 29 декабря 2021 г. № 1216» https://mshp.rkomi.ru/uploads/documents/prikaz_479_ot_07_07_2022_2022-07-12_12-53-56.docx на 2022 год». URL: <https://docs.cntd.ru/document/406076607> (дата обращения: 23.03.2022).
3. Национальный стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента безопасности пищевой продукции. Требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200050074> (дата обращения: 20.07.2022).
4. Dumont A. The Economic Impact of Locally Produced Food. URL: <https://www.stlouifed.org/on-the-economy/2017/december/economic-impact-locally-produced-food>. (дата обращения: 01.03.2022).
5. Safire W. Locavorism. The New York Times Magazine. 2008. Oct. 9. URL: <https://www.marketplace.org/2012/07/04/locavorism-not-good-for-you> (дата обращения: 03.01.2022).
6. Proserpi L. Hist5008EX — Food Choices and Food Ethics. URL: <https://www.adelaide.edu.au/course-outlines/105846/2/sem-1/2015/> (дата обращения: 03.01.2022).
7. Найденов Н. Д., Найденова Т. А. Маркетинговые аспекты производства локальных пищевых продуктов в Республике Коми // Общество. Наука. Инновации (НПК-2021): сборник статей XXI Всероссийской научно-практической конференции: в 2 т. Киров: Вятский гос. ун-т (ВятГУ), 2021. Т. 1. С. 985–991.
8. Пособие по пищевой безопасности в общественном питании. М.: Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2021. 79 с.
9. Гришанова С. В., Татарина М. Н. Проблемы экологизации потребления и экологической маркировки продукции // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2013. № 9 (107). С. 147–152.
10. Мысли локально: основные принципы развития культуры безопасности продуктов. URL: <https://foodbay.com/wiki/novosti-industrii/2019/09/11mysly-lokalyno-osnovnye-principiy-razvitiya-kultury-bezopasnosti-productov/> (дата обращения: 19.07.2022).
11. Цирульниченко Л. А. Глобальная инициатива по безопасности пищевых продуктов // Вестник ЮУрГУ. Серия «Пищевая и биотехнологии». 2018. Т. 6. № 4. С. 29–33.
12. Хаснулин В. И. Здоровье, северный тип метаболизма и потребность рыбы в рационах питания на Севере // Проблемы сохранения здоровья в условиях Севера и Сибири: сборник статей. Новосибирск: Типография Новости (Санкт-Петербург), 2009. С. 58–77.
13. Lang T. Food Miles. London, City University London. 2006. 8 p. URL: https://www.city.ac.uk/_data/assets/pdf_file/0007/167893/Slow-Food-fd-miles-final-16-02-06.pdf (дата обращения: 26.08.2022).

14. Paxton A. The Food Miles Report: The dangers of long-distance food transport. London SAFE Alliance. 1994. 60 p. URL: https://www.sustainweb.org/publications/the_food_miles_report/ (дата обращения: 26.08.2022).
15. Caputo, Vassilopoulos A., Nayga R.M. J.R., Maurizio Canavari. Welfare Effects of Food Miles. *The Journal of Consumer Affaires*. 2013. Summer. Vol. 47, No 2. Pp. 311–327. URL: <https://www.jstor.org/stable/23859852#:~:text=We%20assessed%20the,CO%20%20emission> (дата обращения: 26.08.2022).
16. Schlich E., Flessner U. The Ecology of Scale Assessment of Regional Energy Turnover and Comparison with Global Food // *The International Journal of Life Cycle Assessment*. 2005. 12 October. Vol. 10. Pp. 219–223.
17. Винокуров И. Власти улучшат питание детей на Крайнем Севере местными продуктами и овощами. 2017, 18 апреля. URL: <https://tass.ru/obschestvo/4170217>. (дата обращения: 06.12.2021).
18. Барсукова С. Ю. Выделение регионов, неблагоприятных для ведения сельского хозяйства, или Как в России собираются помогать сельскому хозяйству в условиях членства в ВТО // *ЭКО*. 2014. № 3. С. 89–104.
19. Республика Коми в цифрах. Краткий статистический сборник. Сыктывкар: Комистат, 2021. 220 с.
20. В Коми собираются перезапустить картофелеводство. URL: <https://www.bnkomi.ru/data/news/127148/> (дата обращения: 12.06.2022).
21. Что такое локаворство и почему он становится популярным. URL: <https://foodandhealth.ru/zdorovoe-pitanie/chto-takoe-lokavorstvo> (дата обращения: 03.01.2021).

References

1. *Global'ny'e voprosy` povestki dnya. Pitanie* [Global issues on the agenda. Food]. Available at: <https://www.un.org/ru/global-issues/food> (accessed: 23.03.2022). (In Russ.).
2. *Prikaz Ministerstva sel'skogo khozyajstva i potrebitel'skogo ry'nka Respubliki Komi ot 7 iyulya 2022 g. № 479 «O vnesenii izmenenij v prikaz Ministerstva sel'skogo khozyajstva i potrebitel'skogo ry'nka Respubliki Komi ot 29 dekabrya 2021 g. № 1216 na 2022 god»* [Order of the Ministry of Agriculture and Consumer Market of the Republic of Komi dated July 7, 2022 No. 479 "On Amendments to the Order of the Ministry of Agriculture and Consumer Market of the Republic of Komi dated December 29, 2021 No. 1216 for 2022"]. Available at: <https://docs.cntd.ru/document/406076607> (accessed: 23.03.2022). (In Russ.).
3. *Nacional'nyj standart Rossijskoj Federacii. Sistemy` menedzhmenta bezopasnosti pishhevoj produkcii. Trebovaniya k organizaciyam, uchastvuyushhim v cepi sozdaniya pishhevoj produkcii* [National Standard of the Russian Federation. Food safety management systems. Requirements for organizations involved in the food production chain]. Available at: <https://docs.cntd.ru/document/1200050074> (accessed: 20.07.2022). (In Russ.).
4. Dumont A. The Economic Impact of Locally Produced Food. Available at: <https://www.stlouifed.org/on-the-economy/2017/december/economic-impact-locally-produced-food>. (accessed: 01.03.2022).
5. Safire W., 2008. Locavorism. *The New York Times Magazine*. Oct. 9. Available at: <https://www.marketplace.org/2012/07/04/locavorism-not-good-for-you> (accessed: 03.01.2022).
6. Prospero L. Hist5008EX — Food Choices and Food Ethics. Available at: <https://www.adelaide.edu.au/course-outlines/105846/2/sem-1/2015> (accessed: 03.01.2022).
7. Naidenov N. D., Naidenova T. A. Marketing aspects of the production of local food products in the Komi Republic. In the book: *Society. The science. Innovations (NPC-2021). Sbornik statej XXI Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii* [Collection of articles of the XXI All-Russian Scientific and Practical Conference]. In 2 vols. Vol. 1. Kirov, Vyatka State University (VyatSU), 2021. Pp. 985–991. (In Russ.).
8. *Posobie po pishhevoj bezopasnosti v obshhestvennom pitanii* [Manual on food safety in public catering]. Moscow: Federal Service for Supervision of Consumer Rights Protection and Human Well-being, 2021. 79 p. (In Russ.).
9. Grishanova S. V., Tatarinova M. N. Problems of ecologization of consumption and ecological labeling of products. *Vestnik Altajskogo gosudarstvennogo agrarnogo univerviteta* [Bulletin of the Altai State Agrarian University]. 2013. No. 9 (107). Pp. 147–152. (In Russ.).
10. *My'sli lokal'no: osnovny'e principy` razvitiya kul'tury` bezopasnosti produktov* [Thoughts locally: basic principles of the development of food safety culture]. Available at: <https://foodbay.com/wiki/novosti-industrii/2019/09/11mysly-lokalno-osnovnye-principy-razvitiya-kultury-bezopasnosti-productov/> (accessed: 19.07.2022). (In Russ.).
11. Tsurulnichenko L. A. Global initiative on food safety. *Vestnik YuUrGU. Seriya «Pishhevaya i biotexnologii»* [Bulletin of SUSU. The series "Food and biotechnology"]. 2018. Vol. 6. No. 4. Pp. 29–33. (In Russ.).
12. Khasnulin V. I. Health, the northern type of metabolism and the need for fish in diets in the North. *Problemy` soxraneniya zdorov'ya v usloviyax Severa i Sibiri. Sbornik statej* [Problems of health preservation in the conditions of the North and Siberia. Collection of articles]. Novosibirsk, Tipografiya Novosti (Saint Petersburg), 2009. Pp. 58–77. (In Russ.).
13. Lang T., 2006. *Food Miles*. London, City University London. 8 p. Available at: https://www.city.ac.uk/_data/assets/pdf_file/0007/167893/Slow-Food-fd-miles-final-16-02-06.pdf (accessed: 26.08.2022).
14. Paxton A., 1994. *The Food Miles Report: The dangers of long-distance food transport*. London SAFE Alliance. 60 p. Available at: https://www.sustainweb.org/publications/the_food_miles_report/ (accessed: 08/26/2022).
15. Caputo, Vassilopoulos A., Nayga R.M. J.R., Maurizio Canavari, 2013. Welfare Effects of Food Miles. *The Journal of Consumer Affaires*. Summer. Vol 47, No 2. Pp. 311–327. Available at: <https://www.jstor.org/stable/23859852#:~:text=We%20assessed%20the,CO%20%20emission>. (accessed: 26.08.2022).

16. Schlich E., Flessner U., 2005. The Ecology of Scale Assessment of Regional Energy Turnover and Comparison with Global Food. *The International Journal of Life Cycle Assessment*. 12 October. Vol. 10. Pp. 219–223.

17. Vinokurov I. *Vlasti uluchshat pitanie detej na Krajnem Severe mestny`mi produktami i ovoshhami* [The authorities will improve the nutrition of children in the Far North with local products and vegetables]. 2017. April 18. Available at: <https://tass.ru/obschestvo/4170217>. (accessed: 06.12.2021). (In Russ.).

18. Barsukova S. Yu. Allocation of regions unfavorable for agriculture, or how Russia is going to help agriculture in terms of WTO membership. *E`KO [ECO]*. 2014, No. 3. Pp. 89–104. (In Russ.).

19. *Respublika Komi v cifrax. Kratkij statisticheskij sbornik* [Komi Republic in numbers. A brief statistical collection]. Syktyvkar, Komistat, 2021. 220 p. (In Russ.).

20. *V Komi sobirayutsya perezapustit` kartofelevodstvo* [In Komi they are going to restart potato growing]. Available at: <https://www.bnkomi.ru/data/news/127148/> (accessed: 12.06.2022). (In Russ.).

21. *Chto takoe lokavorstvo i pochemu on stanovitsya populyarny`m* [What is locavoring and why it is becoming popular]. Available at: <https://foodandhealth.ru/zdorovoe-pitanie/chto-takoe-lokavorstvo> (accessed: 03.01.2021). (In Russ.).

Информация об авторах

Николай Дмитриевич Найденов — доктор экономических наук, профессор, Региональное отделение Общероссийского общественного движения в защиту прав и интересов потребителей «Объединение потребителей России» в Республике Коми / Общественное движение (Российская Федерация, 167000, г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 89).

Валерий Габдулович Зайнулин — председатель Совета регионального отделения Общероссийского общественного движения в защиту прав и интересов потребителей «Объединение потребителей России» в Республике Коми / Общественное движение (Российская Федерация, 167000, г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 89).

Ирина Николаевна Швецова — кандидат экономических наук, доцент, Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина (Российская Федерация, 167001, г. Сыктывкар, Октябрьский проспект, д. 55).

Софья Валерьевна Зайнулина — эксперт, Региональное отделение Общероссийского общественного движения в защиту прав и интересов потребителей «Объединение потребителей России» в Республике Коми / Общественное движение (Российская Федерация, 167000, г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 89).

Information about the authors

Nikolai D. Naydenov — Doctor of Economics, Professor, Regional Branch of the All-Russian Public Movement for the Protection of the Rights and Interests of Consumers "Association of Consumers of Russia" in the Komi Republic / Public Movement (89 Lenin Street, Syktyvkar, 167000, Russian Federation).

Valery G. Zainulin — Chairman of the Council of the Regional Branch of the All-Russian Public Movement for the Protection of the Rights and Interests of Consumers "Association of Consumers of Russia" in the Republic of Komi / Public Movement (89 Lenin Street, Syktyvkar, 167000, Russian Federation).

Irina N. Shvetsova — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Syktyvkar State University named after Pitirim Sorokin (55 Oktyabrsky Prospekt, Syktyvkar, 167001, Russian Federation).

Sofya V. Zainulina — Expert, Regional branch of the All-Russian public movement to protect the rights and interests of consumers "Association of Consumers of Russia" in the Komi Republic / Public movement (89 Lenin Street, Syktyvkar, 167000, Russian Federation).

Статья поступила в редакцию: 16.06.2022.

Одобрена после рецензирования: 29.09.2022.

Принята к публикации: 29.09.2022.

The article was submitted: 16.06.2022.

Approved after reviewing: 29.09.2022.

Accepted for publication: 29.09.2022.