

ВЛИЯНИЕ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

Доходы населения являются, пожалуй, одним из определяющих факторов при приобретении продуктов питания. В странах с высоким уровнем доходов потребители приобретают продовольственные товары без особых усилий. Обладая определенными денежными средствами, они формируют эффективный спрос. Продовольственные товары в данных странах имеют более низкую эластичность по цене, нежели другие потребительские товары. В то же время в странах с низким уровнем доходов население при наличии потребности зачастую не обладает достаточными средствами для того, чтобы наилучшим образом ее удовлетворить. При низких доходах населения (Эфиопия, Конго и т.п.) или при падении доходов (примером могут быть реформы 90-х гг. в странах бывшего СССР) спрос на продовольствие становится более эластичным. При недостатке доходов потребитель стремится оптимизировать продовольственный набор товаров, посредством приобретения товаров низкого ценового сегмента и больше времени расходует на приготовление продуктов питания. Рацион питания при этом сужается и становится менее разнообразным и сбалансированным. Мясные продукты могут заменяться более дешевыми молочными и мучными. Учитывая то, что продукты животноводства дороже чем растениеводства, то они обладают и более высоким уровнем эластичности по цене. Более высокая чувствительность к цене характерна для них даже при высоких доходах населения.

На стыке демографической и экономической среды действует фактор социального расслоения населения. Информация о распределении населения по уровню доходов не только дает маркетологам ориентир, на потребности какой группы равняться, но позволяет выявить специфику спроса. Существуют различные и достаточно расходящиеся оценки распределения населения по уровню доходов и сбережений.

Уровень социального расслоения населения в Беларуси невысокий. При этом за последние 10 лет коэффициент Джини снизился с 0,261 до 0,254. Для сравнения коэффициент Джини в России находится на уровне около 0,4. Следует отметить, что группа населения с высокими доходами является привлекательным сегментом для продавца. Ранжирование домашних хозяйств по квинтильным группам (по 20% семей) показывает (табл. 1), что на группу с наименьшими ресурсами (нижнюю группу) приходится 9,9% располагаемых ресурсов, вторую группу – 14,1%, третью – 17,7, четвертую – 22,3%. Высшая группа располагает 35% ресурсов.

Располагаемые ресурсы домашних хозяйств – это денежные средства домашних хозяйств, стоимость потребленных продуктов питания, произведенных в личном подсобном хозяйстве за вычетом материальных затрат на их производство, а также стоимость предоставленных в натуральном выражении дотаций и льгот.

Анализ потребительских расходов населения (табл. 2) по квинтильным группам показывает, что семьи с низкими доходами имеют более высокий удельный вес расходов на продукты питания (низшая группа 50%) и меньше тратят денежных средств на питание вне дома (низшая группа около 1%). в то же время семьи с высокими доходами меньше средств расходуют на продовольствие (высшая группа 43%) и более активно питаются вне дома (высшая группа около 3%).

Таблица 1.

Распределение общего объема располагаемых ресурсов населения в Республике Беларусь

Показатели	Годы					
	1995	2000	2001	2002	2003	2004
Располагаемые ресурсы – всего	100	100	100	100	100	100
в том числе по квинтильным (20%-ным) группам населения:						
низшая (с наименьшими ресурсами)	9,6	9,3	9,1	9,3	9,8	9,9
вторая	13,9	13,7	13,5	13,7	14,1	14,1
третья	17,6	17,5	17,3	17,4	17,8	17,7
четвертая	22,5	22,5	22,5	22,3	22,5	22,3
высшая (с наибольшими ресурсами)	36,4	37,0	37,6	37,3	35,8	36,0
Коэффициент концентрации ресурсов (индекс Джини) ¹⁾	0,261	0,270	0,278	0,272	0,254	0,254
Соотношение ресурсов 10% наиболее и наименее обеспеченного населения, раз	5,5	5,8	6,1	5,9	5,2	5,2

¹⁾ Характеризует степень неравномерности распределения всей суммы доходов (располагаемых ресурсов) между отдельными группами населения. Его величина может варьировать от 0 до 1. При этом, чем выше значение показателя, тем более неравномерно распределены ресурсы в обществе.

В структуре расходов на покупки четко прослеживается действие закона Энгеля: по мере роста дохода происходит сокращение удельного веса продуктов питания и рост удельного веса непродовольственных товаров.

Увеличение доходов населения в Беларуси в 2000-2005 гг. способствовало замене продовольственных товаров низкого ценового сегмента более дорогими, что повлияло на рост стоимости продовольственного набора товаров домашних

хозяйств и снижение удельного веса расходов на продовольствие в общих расходах (таблица 2). При росте доходов у потребителей повышаются требования к приобретаемым продуктам питания, что проявляется в росте интереса к качественным характеристикам продовольствия, удобству его потребления, сервису, в расширении ассортимента приобретаемых товаров.

Рост реальных денежных доходов населения создает дополнительные возможности для перерабатывающих и торговых предприятий. Все большее внимание на рынке уделяется созданию удобных продовольственных товаров. Речь идет о товарах, способных снизить расход времени и сил, требуемых для приготовления блюд. Удобные продукты питания, как правило, являются продуктами глубокой переработки. Потребитель предъявляет все новые требования к качеству работы продовольственных магазинов. Он все больше интересуется пищевой ценностью продуктов питания составом (содержанием белков, жиров, углеводов, витаминов или, к примеру, содержанием различных видов мяса в колбасе), датой производства продуктов.

Таблица 2.

Структура потребительских расходов населения по квинтильным группам в 2004 году в Республике Беларусь

Показатели	Квинтильные (20%-ные) группы населения по уровню располагаемых ресурсов				
	низшая	вторая	третья	четвертая	высшая
Потребительские расходы – всего	100	100	100	100	100
в том числе:					
продукты питания	49,8	48,1	46,8	46,0	42,6
из них питание вне дома	1,1	1,3	1,6	2,0	3,0
алкогольные напитки	2,2	2,2	2,5	2,4	3,0
прочие товары и услуги	48	49,7	50,7	51,6	54,4

В настоящее время в Беларуси и России определенную роль в обеспечении продовольствием населения играют городские продовольственные рынки. Однако при дальнейшем росте доходов домашних хозяйств спрос на их услуги будет снижаться, поскольку потребителей все больше будет интересовать удобство приобретения товаров, их качество, а также продукты глубокой переработки. Большинство товаров, реализуемых на городских продовольственных рынках, поступает в свежем виде (овощи, фрукты, картофель, свекла и т. д.). Поэтому, в дальнейшем, данные рынки будут занимать определенную нишу на рынке по реализации сельскохозяйственной продукции посредством участия в торговле самих сельскохозяйственных производителей, но их доля в объеме розничного товарооборота в целом будет меньше в результате конкуренции с продовольственными магазинами.

В настоящее время рынок находится в ожидании значительного роста продаж, причем не столько по объему (в физической массе), сколько в денежном выражении. Поскольку белорусский рынок продовольствия является насыщенным рынком, выйти на него и закрепиться, можно, только предлагая качествен-

ный марочный товар, который хорошо зарекомендовал себя на других рынках, или же необходимо предложить совершенно новый отличный от других продовольственный товар.