

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ЯК ФАКТОРА УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

Бурковська А. І., доктор філософії,
e-mail: anna.burkovskaya12@gmail.com

Бурковська А. В., канд. екон. наук, доцент
e-mail: burkovskaya@mnaeu.edu.ua

Миколаївський національний аграрний університет

Анотація. Висвітлено поведінку споживачів харчових продуктів. Розглянуто стратегії зменшення сприйнятого споживачем при покупці товару ризику. Наведено компоненти усвідомленого ризику споживачів харчових продуктів і особливості методів зменшення ризиків, пов'язаних з безпекою харчових продуктів.

Ключові слова: споживачі, усвідомлений ризик, харчові продукти, безпека.

У сучасних умовах безпека харчових продуктів стала питанням, що викликає занепокоєння громадськості, спонукаючи уряди багатьох країн і харчову промисловість вжити заходи для відновлення довіри споживачів. За допомогою психометричних методів масштабування дослідники [1] ще наприкінці 1970-х років виявили фактори, що зумовлюють реакцію споживачів на різноманітні небезпеки, пов'язані з вибором способу життя та технологічними інноваціями. Проведено впливове дослідження [2], яке показало, що основними рушіями суспільного сприйняття ризику є рівень, до якого небезпека невідома, та ступінь страху, який зазнає особа, оцінюючи певну небезпеку. Застосування поняття «психометрична парадигма» для підвищення розуміння факторів, що визначають ризик сприйняття, надихнуло багатьох науковців на більш детальне дослідження конкретних проблем ризику, пов'язаних з продуктами харчування.

У випадках, коли споживачі сприймають ризик, вони розробляють стратегії його зменшення, які дозволяють їм діяти з відносною впевненістю та легкістю в ситуаціях, коли наслідки не можуть бути передбачені. Вчені [3] зазначають, що споживачі схильні до обрання однієї з чотирьох стратегій, щоб зменшити сприйнятий ризик при покупці, а саме:

- зупинити, назавжди чи тимчасово, придбання товару, що порушує безпеку (наприклад, перехід на дієту без споживання м'яса);

- зменшити кількість споживання товару, що порушує безпеку, і тим самим зменшити ризик (наприклад, вживання меншої кількості м'яса);

- перейти від одного продукту до іншого продукту подібного типу з меншим ступенем ризику, або до такого, до якого існує більша толерантність (наприклад, перехід від яловичини до птиці);

- продовжувати купувати та споживати продукцію з певним ступенем ризику, що є прийнятним, допустимим, або меншим за альтернативні варіанти.

Ризики, з якими стикаються споживачі в процесі вибору та використання

харчової продукції, можуть поділятися на велику кількість компонентів (табл.1).

Таблиця 1. Компоненти усвідомленого ризику, пов'язаного з безпекою харчових продуктів

Компоненти усвідомленого ризику	Наслідки
Фізичні втрати	Негативні наслідки для здоров'я споживачів, пов'язані зі зниженням безпеки харчових продуктів, що обумовлюються мікробіологічними, хімічними або технологічними факторами
Втрата продуктивності	На харчову цінність харчового продукту негативно впливає харчова небезпека
Фінансові збитки	Витрати на заміну зіпсованої їжі, оплату лікування або втрату доходу через хворобу
Втрата часу	Втрачений час через хворобу
Соціальні втрати	Поганий вибір їжі, що призводить до соціальної дискредитації харчового продукту
Психологічні втрати	Стурбованість або занепокоєння споживачів через небезпеку вживання певних продуктів харчування

Джерело: побудовано авторами на основі [2].

Однак зміни у технологіях і суспільстві з часом можуть впливати на прихильність споживачів до ризикових груп товарів. Тому необхідний постійний нагляд за сприйняттям ризиків, щоб врахувати зміни у потребах споживачів та їх мотивах. Це особливо стосується зростаючих занепокоєнь щодо безпечності харчових продуктів, коли споживачі шукають якісну їжу за доступними цінами та високими стандартами гігієни харчових продуктів.

Дійсно, деякі споживачі готові платити порівняно вищі ціни за забезпечення якості та зниження ризику в продуктах харчування. Деякі готові платити додатково за товари, пов'язані зі споживанням органічної їжі. Звичайно, це створює припущення, що безпека харчових продуктів є змінною, яка відрізняє продукти, що в загальних обставинах не повинно мати місце. Так, наприклад, авіакомпанії не використовують безпеку польотів як відмінну характеристику. Але в періоди підвищеної занепокоєності безпека у будь-якій сфері може стати дискримінаційним фактором, придбати якісний товар не зможуть споживачі із низькими доходами. Так, стратегії зменшення ризику, пов'язані з безпекою харчових продуктів, представлені у таблиці 2.

Отже, формування продовольчої безпеки має базуватися на підходах, що включають до уваги психологічні аспекти поведінки споживачів за різних обставин. Задля запобігання споживчої дискримінації важливо дотримуватися стратегій зменшення ризиків продовольчої безпеки, що, як наслідок, сприятиме гармонізації суспільних відносин.

Таблиця 2. Стратегії зменшення ризику, пов'язані з безпекою харчових продуктів

Метод зменшення ризику	Особливості
Лояльність до бренду	Купівля одного й того ж самого бренду (марки) через впевненість у якості продукції виробника
Імідж бренду	Добре відомий бренд
Забезпечення якості	Маркування або відстежуваність для заспокоєння споживачів і надання інформації про джерела походження продукції
Державне тестування	Харчовий продукт перевірено та / або схвалено урядовою лабораторією або пов'язаною установою
Приватне тестування	Харчовий продукт протестовано та схвалено приватною тестовою компанією
Дорогі товари	Висока якість, пов'язана з високою ціною товару
Гарантія повернення грошей	Обов'язкове повернення грошей за зіпсовану продукцію
Зниження ціни	Спеціальна пропозиція для певного товару під час нестачі їжі
Імідж магазину	Репутація магазину
Покупки	Закупівля продукції у різних точках задля порівняння характеристик товарів кількох брендів у декількох магазинах
Маркування	Етикетки містять інформацію про продукт (інгредієнти, харчові цінності, інструкції з приготування їжі тощо)
Листівка для споживачів	Рекомендації або інформація про гігієну і безпеку харчових продуктів
Безкоштовний зразок	Харчові продукти, що використовуються пробно (дегустуються) перед покупкою
Сарафанне радіо	Рекомендації сім'ї або друзів, знайомих, колег
Підтвердження	Підтвердження або відгуки знаменитості

Джерело: побудовано авторами на основі [3].

Список використаних джерел:

1. Еом Ю. Оцінка ризику залишків пестицидів та оцінка безпеки харчових продуктів: підхід довільної корисності. Американський журнал аграрної економіки. 1994. Вип. 76. № 4. С.760 -772.
2. Latouche К. Проблеми безпечності харчових продуктів та страх перед BSE: деякі випадки з французької справи. Продовольча політика. 1998. Вип. 23. № 5. С. 347-356.
3. Мітчелл В.В. Ризик, який сприймається споживачем: концептуалізація та моделі. European Journal of Marketing. 1999. Вип. 33. № 1. С. 163-195.

Abstract. The behavior of food consumers is highlighted. Strategies for reducing the risk perceived by the consumer when buying a product are considered. The components of the perceived risk of food consumers and the features of methods of reducing risks related to food safety are given.

Keywords: consumers, perceived risk, food products, safety.