

УДК: 338.439

DOI: <https://doi.org/10.26456/2226-7719-2024-4-47-57>

РЕГИОНАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ВО ФРАНЦИИ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

А.Д. Кравчук, С.Ю. Корнекова

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», г. Санкт-Петербург

В статье рассматриваются региональные различия потребительских предпочтений молочной продукции во Франции. Исследуются социокультурные и экономические факторы, влияющие на выбор молочных продуктов в различных регионах страны, включая особенности потребления коровьего, козьего и органического молока, а также сыров. Особое внимание уделено влиянию уровня доходов населения, ценовой политики, культурных традиций и доступности местного производства на структуру потребления.

Ключевые слова: региональные различия, молочная продукция, Франция, потребительские предпочтения, социокультурные факторы, экономические факторы, потребление сыра.

Введение и постановка проблемы

Региональные различия в потребительских предпочтениях отражают культурное многообразие и экономические особенности различных областей Франции. Продуктовая корзина, включающая такие основные категории, как мясо, морепродукты и молочные продукты, является важным индикатором уровня жизни и образа питания в каждом регионе. Для удобства аналитики было выделено восемь регионов, так как данная классификация позволяет учитывать культурные и экономические особенности регионов (см. рис.1): Север (Нор-Па-де-Кале, Пикардия), Восток (Эльзас, Шампань-Арден, Лотарингия), Париж (Иль-де-Франс), Запад (Нижняя Нормандия, Верхняя Нормандия, Земли Луары, Бретань, Пуату-Шаранта), Центр-Запад (Центр-Валь-де-Луар, Лимузен, Овернь), Центр-Восток (Бургундия, Франш-Конте, Рона-Альпы), Юго-Восток (Аквитания, Юг-Пиренеи), Юго-запад (Лангедок-Руссильон, Прованс-Альпы-Лазурный берег).

Важно начать с того, что на момент 2023 года для французов наиболее важным для выбора продуктов является срок годности (57%), хороший вкус (49%) и низкая цена (47%) [7]. Также, 63% французов регулярно потребляют молочные продукты. То есть, для большинства французов молочные продукты являются ежедневным продуктом и им важно, чтобы они были свежие и доступные по цене. Также, 70%

французов покупают именно пищевые продукты в категории «Сделано во Франции» [5]. Но, при этом, 70% жителей Франции не могут покупать продукты под маркой «Сделано во Франции» из-за того, что они слишком дорогие [9]. Соответственно, цена является решающим фактором при выборе продукции.



Рис 1. ВВП на душу населения по регионам Франции, 2022 год (в евро) (составлено автором на основе [8])

На рис. 1 представлен показатель ВВП на душу населения по регионам Франции, который свидетельствует, что в регионе Иль-де-Франс располагаемые доходы у жителей выше, чем в других. О-де-Франс, куда входят Нор-Па-де-Кале и Пикардия, имеет самое низкое ВВП на душу населения. В классификации, используемой в статье – это регион Север. Учитывая, что по всем категориям молочных продуктов именно Север имеет наименьшее потребление в 2022 году, а в 2023 году показатель ещё сильнее уменьшился (таблицы 1 и 3), из чего можно сделать вывод, что ВВП на душу населения всё ещё находится на последнем месте среди всех регионов. Нор-Па-де-Кале и Пикардия считаются периферийными регионами из-за их удалённости от экономических центров страны. Эти регионы сталкиваются с высокими уровнями безработицы, низким уровнем доходов населения и ограниченными инвестициями, что формирует их статус бедных и социально проблемных территорий. В то же время, регионы Юга и Юго-Востока (Прованс-Альпы-Лазурный берег, Овернь-Рона-Альпы), обладают благоприятными природными и экономическими условиями и характеризуются высоким уровнем ВВП на душу населения.

На рисунках 2 и 3 можно увидеть закономерность, что Францию разделена на две части: на промышленную (север, восток) и сельскохозяйственную часть (запад, юг). Такие регионы, как Аквитания, Юг-Пиренеи, Пуату-Шаранта, Земли Луары и Бретань имеют значительное количество пастбищ (таблица 5), что обуславливает доступность молочных продуктов для населения. Восточные, и особенно северные регионы, имеют мощную промышленную базу, но не настолько благоприятные условия для сельского хозяйства, как южные регионы. Соответственно, географические факторы также важны, так как они влияют на экономическое развитие регионов, что в свою очередь, влияет на потребление молочных продуктов.



Рис.2. Регионы Франции по NUTS-2 (составлено автором)

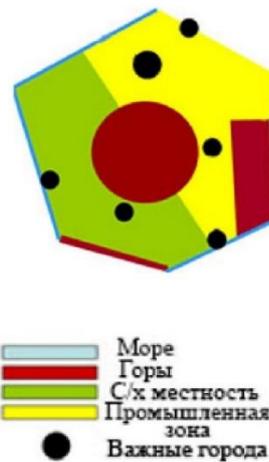


Рис.3. Графическая схема Франции (составлено автором на основе [7])

Результаты исследования

При сравнении табл. 1 и 2 можно прийти к некоторым выводам. Так, рост цены коровьего молока мог привести к небольшому снижению объёмов его потребления (на 3%), что отражает общую тенденцию чувствительности потребителей к повышению цен. По полученным данным в таблице 1 мы видим, что потребление коровьего молока изменилось по-разному. Например, на Западе его потребление выросло с 21% до 21,3%, что можно объяснить менее значительной чувствительности к цене и достаточным количеством скота на территории западных регионах (таблица 5). Это способствует удовлетворению спроса на продукт. В регионах, таких как Север и Центр-

Запад, где прирост минимален (около 0,1–0,2%), повышение цены, возможно, имело большее влияние на потребителей, чем на Западе.

Таблица 1
Сравнение потребления молочных продуктов в регионах Франции с 2022 по 2023 года, в % (составлено автором на основе [2, 3])

Регион	Коровье молоко		Козье молоко		Органическое молоко	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Север	9,9	10,1	незначительно		6,7	6,5
Восток	8,3	8,6	незначительно		7,6	9
Париж	15,6	15,1	21,6	17	22,5	21,1
Запад	21	21,3	18,9	18,4	16,4	16,9
Центр-Запад	8,8	8,8	незначительно		7,1	7,5
Центр-Восток	14,6	14,1	11	13,3	14,4	15,4
Юго-Восток	11,3	11,5	12,1	18,1	14,7	14,7
Юго-Запад	10,7	10,6	20,1	20,6	10,6	8,8

Таблица 2
Изменение средней цены, объема продукта и стоимости продукта в период с 2022 по 2023 года, в % (составлено автором на основе [3])

Вид продукта	Изменение средней цены 22/23	Изменение объема продукта 22/23	Изменение по продуктам в денежном выражении 22/23
Коровье молоко	17	-3	13,4
Козье молоко	18,4	-15,7	-0,2
Органическое молоко	11,6	-11,3	-1

Сопоставляя данные на рис. 1 и таблицы 1 можно сделать вывод, что изменение цен коснулось тех регионов, где наблюдалось наименьшее значение ВВП на душу населения. Козье молоко показало значительное снижение объёмов потребления (-15,7%) при сильном росте цены (+18,4%). В регионах, где потребление козьего молока было выше, например, в Париже (снижение с 21,6% до 17%), рост цен обусловил снижение его потребления. При этом в южных регионах потребление, наоборот выросло, что можно связать с тем, что козье молоко является традиционным продуктом в данных регионах. Рост цен на органическое молоко также сопровождается значительным снижением объёмов его

потребления (-11,3%). При этом, в большинстве регионов потребление органического молока выросло, что говорит о возросшей тенденции к предпочтению свежих и экологичных продуктов.

Таблица 3

Потребление сыров в регионах Франции с 2022 по 2023 года, в %
(составлено автором на основе [2, 3])

Регион	Коровий сыр		Овечий сыр		Козий сыр	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Север	10,7	10,6	6,0	5,4	7,0	6,8
Восток	10,1	10	6,9	6,7	7,5	7,9
Париж	15,2	15,3	19,4	18,7	17,7	17,1
Запад	19,0	18,7	15,6	16,1	19,3	19,2
Центр-запад	8	8	7,3	7,3	9,2	9,6
Центр-восток	15,3	15,2	14,0	14,2	15,1	15,2
Юго-восток	12,4	12,7	17,7	18,5	14,7	14,7
Юго-запад	9,2	9,4	13,1	13	9,5	9,5

Таблица 4

Изменение средней цены, объема продукта и стоимости продукта в период с 2022 по 2023 года, в % (составлено автором на основе [3])

Вид продукта	Изменение средней цены 2022/23	Изменение объема продукта 2022/23	Изменение по продуктам в денежном выражении 2022/23
Коровий сыр	11,9	0,4	12,3
Овечий сыр	11,2	-4,6	6
Козий сыр	8,4	0,8	9,3

По данным таблиц 3 и 4 можно наблюдать, что средняя цена коровьего сыра выросла на 11,9%, при этом объем продукта почти не изменился (+0,4%). Это можно объяснить стабильным спросом на продукт, но всё же потребление коровьего сыра во многих регионах ниже, чем козьего. Цена овечьего сыра также увеличилась на 11,2% и наблюдается значительное снижение объема продукта на -4,6%. Самое сильное понижение спроса на овечий сыр наблюдалось в регионе Париж, что можно объяснить либо уменьшением доступности продукта, либо сужением потребительской базы, предпочитающей более дешевые или популярные сорта. Но в целом, в ряде регионов, несмотря на повышение

средней цены, овечий сыр стали потреблять больше, чем в прошлом году, в особенности на Юго-Востоке. Это можно также объяснить тем, что именно в этом регионе находится значительное количество пастбищ и поголовье овец, соответственно, хорошо развиты предприятия, связанные с производством овечьего молока и сыра (таблица 5).

На фоне роста цены на 8,4% потребление козьего сыра остаётся стабильным, а объём продукции за период 2022-2023 гг. увеличился на 0,8%. Это может говорить о нишевом спросе на козий сыр, который сохраняется даже при увеличении цены, возможно, благодаря предпочтениям в определенных регионах и среди конкретных групп потребителей. Париж вновь стал тем регионом, в котором наблюдается снижение потребления козьего сыра (с 17,7% до 17,1%), что возможно связано с тем, что логистика козьих сыров стала дороже и, учитывая, что в самом регионе Париж наименьшее поголовье коз, спрос приходится удовлетворять за счет других регионов.

Рост цен на сыры можно связать с общими тенденциями повышения цен на продовольствие в Европе из-за инфляции и повышения затрат на производство. Так, после показателя в 1,6% в 2021 году, в 2022 году инфляция увеличилась до 5,2%, с небольшим понижением в 2023 до 4,9% [6]. Увеличение цен на молочную продукцию может быть следствием роста затрат на корма, энергию и транспортировку. В ряде регионов, таких как Запад и Париж, традиции потребления коровьего сыра играют важную роль. В регионе Париж население более подвержено изменениям в потребительских привычках, в то время как регионы с сильными сельскохозяйственными традициями, такие как Запад, могут поддерживать стабильный спрос даже при изменениях цен. В настоящее время набирающие популярность растительные заменители молока, таких как овсяное, миндальное и соевое, привела к падению спроса на традиционные виды молока. В последние годы данные тенденции способствуют устойчивому снижению спроса на молоко животного происхождения, даже среди традиционных его потребителей.

Стоит упомянуть то, что после 2020 года наблюдается большой отток жителей из Иль-де-Франс в южные регионы. Это также может влиять на статистику потребления, так как жители мегаполиса стремятся есть местные свежие продукты или употребляют привычные им продукты уже в другом регионе. В Иль-де-Франс прибытий меньше, чем убытий: в 2022 году на каждые 100 отъездов приходится 35 прибытий домохозяйств из других регионов по данным о повторных отправлениях. Это соотношение несколько восстановилось по сравнению с 2021 годом (31 прибытие на 100 вылетов), но остается значительно ниже, чем до кризиса (43 приезда на 100 вылетов); он также намного ниже, чем в других регионах материковой Франции [4].

Таблица 5

Поголовье скота в регионах Франции на конец 2022 года, в тысячах голов (составлено автором на основе [1])

Регион	Крупный рогатый скот	Овцы	Козы
Север	1120,4	148,7	8
Восток	1534,5	354,5	16,9
Париж	24,1	15	2,3
Запад	6 712	823,9	494,6
Центр-Запад	3 054,4	999,3	195,6
Центр-Восток	2 769,1	661	193,6
Юго-Восток	1 669,3	2 666,4	227
Юго-Запад	286,9	1 131,4	30,6

В регионах с высоким поголовьем определенных видов животных наблюдается соответствующее увеличение потребления сыров, произведенных из их молока. Например, в таких регионах, как Западе и Центр-Запад, где сосредоточено значительное количество коров, потребление коровьего сыра остается высоким. Аналогично, Юго-Запад с большим числом овец показывает высокий уровень потребления овечьего сыра. При этом стоит отметить, что некоторые регионы, имея доступ к сырью (например, Запад с высоким числом коз), показывают низкие показатели потребления определенных видов молока. Это может быть связано с культурными или вкусовыми предпочтениями населения, а также с разницей в доходах и чувствительности к цене.

Различия в потреблении различных сыров по регионам могут также быть связаны с культурными традициями. Например, в регионах Юго-Запад и Юго-Восток овечий сыр более популярен из-за традиций местного производства и широкой известности таких видов сыров, как «Рокфор», «Пелардон», «Банон». В таблице показано, что потребление различных сыров может быть ограничено их доступностью. Так, Запад имеет самое большое поголовье крупного рогатого скота, овец и коз и при этом можно наблюдать самое высокое потребление молочных продуктов именно в данном регионе. Напротив, Север имеет наименьшее количество скота (не учитывая Париж) и при этом низкие показатели по потреблению молочных продуктов среди других регионов.

Таблица 6
Суммарное потребление и доля от общего потребления молока и сыров по регионам Франции (составлено автором на основе табл. 1 и 3)

Регион	Суммарное потребление молока	Доля от общего потребления молока	Суммарное потребление сыров	Доля от общего потребления сыров
Север	23,3	7,54	22,8	7,61
Восток	25,2	8,16	24,6	8,21
Париж	53,2	17,23	51,1	17,05
Запад	56,6	18,33	54	18,02
Центр-Запад	23,4	7,58	24,9	8,31
Центр-Восток	42,8	13,85	44,6	14,88
Юго-Восток	44,3	14,34	45,9	15,31
Юго-Запад	40	12,95	31,9	10,64

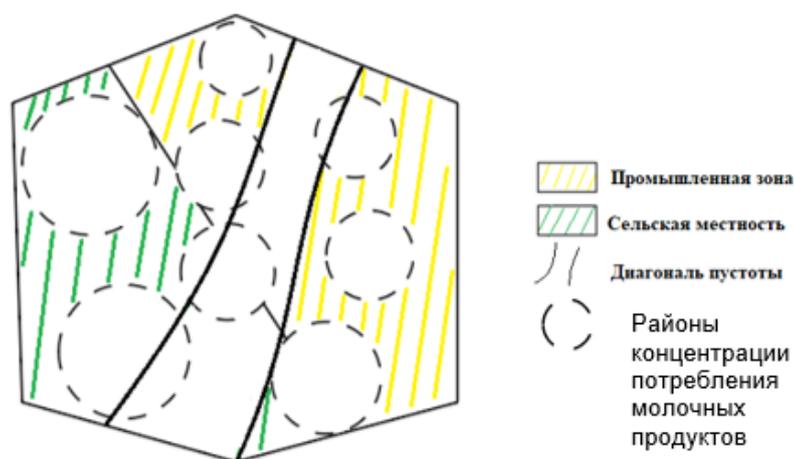


Рис. 4. Пространственные особенности потребления молочных продуктов во Франции (составлено авторами на основе табл. 6)

Выводы

На основе данных таблицы 6 можно сделать вывод, что в регионах наблюдается одинаковое потребление как молока, так и сыров. Благодаря полученным результатам, была сделана схематичная карта потребления молочных продуктов во Франции. Лидирующими регионами являются Париж, Запад и Юго-Восток. Наименьшее потребление характерно для населения таких регионов, как Север, Восток и Центр-Запад. Францию принято делить на промышленную часть – север и восток и более сельскохозяйственную и сельскую часть – юг и запад. Такие регионы, как Бретань, Земли Луары, Аквитания являются регионы с уклоном на сельское хозяйство, что позволяет им производить свежую продукцию по доступной цене для своих потребителей. Также, во Франции существует

«Диагональ пустоты» или «низкая плотность», идущая от Мааса до Перпиньяна с плотностью ниже 30 человек на км² из-за географических условий (рис. 3). Так регионы, находящиеся непосредственно на данной диагонали, имеют низкий уровень потребления молочных продуктов.

Ещё одним экономическим фактором являются меры ЕС по поддержке фермеров, занимающихся производством молочной продукции, и в целом, сельского хозяйства. Так, в рамках Единой сельскохозяйственной политики (Common Agricultural Policy, CAP) Европейского Союза фермеры получают субсидии, направленные на поддержку экологически устойчивых методов сельского хозяйства, включая органическое молочное производство. Реформа CAP, вступившая в силу с 2023 года, предусматривает, что значительная часть бюджета (до 25% в период 2025–2027 гг.) будет выделяться на экологические схемы деятельности [6]. Это может включать органическое сельское хозяйство, защиту природных территорий и снижение выбросов парниковых газов. Также субсидии привязаны к соблюдению экологических стандартов, таких как, сокращение использования пестицидов и развитие органического земледелия. По данным таблицы 2, в период с 2022-2023гг. именно органическое молоко поменяло свою среднюю цену и в некоторых регионах его потребление увеличилось, что может быть связано с мерами поддержки молочной отрасли в ЕС.

Все это свидетельствует о том, что рынок молочных продуктов во Франции характеризуется значительными региональными различиями в предпочтениях населения и существенной восприимчивостью к таким факторам, как: наличие местного производства, рост цен и культурные предпочтения, которые оказывают сильное влияние на потребление различных видов сыров и молока в регионах страны.

Список литературы

1. Cheptel présent dans les exploitations agricoles en fin d'année 2022. INSEE. 2022. URL: https://www.insee.fr/fr/statistiques/2012795#tableau-TCRD_073_tab1_departements.
2. Consommation de produits laitiers en 2022. 2022. URL: <https://www.franceagrimer.fr/content/download/71701/document/STA-LAI-Consommation%20de%20produits%20laitiers%20en%202022.pdf>.
3. Consommation de produits laitiers. 2023. URL: <https://www.franceagrimer.fr/content/download/74244/document/STA-LAI-Consommation%20de%20produits%20laitiers%202023.pdf>.

4. Crise sanitaire et développement du télétravail : davantage de départs des pôles des grandes métropoles et de l'aire parisienne. INSEE. 2023. URL: https://www.insee.fr/fr/statistiques/6966059#figure1_radio1.
5. Dans quelles grandes catégories parmi les suivantes achetez-vous des produits « Made in France » ? Statista. 2023. URL: <https://fr.statista.com/statistiques/962799/made-in-france-frequence-consommation-france/>.
6. EU parliament greenlights farm subsidy plan. France 24. 2021. URL: <https://www.france24.com/en/live-news/20211123-eu-parliament-greenlights-farm-subsidy-plan>.
7. Inflation rate in France from 2004 to 2023. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/470313/inflation-rate-in-france/#:~:text=In%20France%2C%20the%20inflation%20rate,2023%20inflation%20was%204.9%20percent>.
8. Laurini R., Sebillio M., Vitiello G., Sol-Martinez D., Raffort F., «Computer-generated Visual Summaries of Spatial Databases: Chorems or not Chorems?» S.A.P.I.E.N.S. 2009. URL: <http://journals.openedition.org/sapiens/795>.
9. Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui sont les plus importants dans le choix de votre alimentation ? Statista. 2023. URL: <https://fr.statista.com/previsions/640569/avis-consommateurs-criteres-achat-aliment-france>.
10. Produit intérieur brut en 2022 : comparaisons régionales. INSEE. 2022. URL: https://www.insee.fr/fr/statistiques/2012723#tableau-TCR_062_tab1_regions2016.
11. Pour quelles raisons ne pouvez-vous pas consommer autant de produits « Made in France » que vous aimeriez ? Statista. 2023. URL: <https://fr.statista.com/statistiques/1440531/raisons-non-achat-produits-made-in-france/>.
12. Vereycken K. Métropolisation : qui veut tuer l'aménagement du territoire ? 2019. URL: <https://solidariteetprogres.fr/spip.php?article15057>.

Об авторах:

КРАВЧУК Арина Дмитриевна – студент 4 курса гуманитарного факультета направления 41.03.01 Зарубежное регионоведение. ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», (191023, г. Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, лит. А); e-mail: arina28052003@yandex.ru, ORCID: 0009-0009-9076-471X. Научный руководитель: д.г.н., проф. С.Ю. Корнекова.

КОРНЕКОВА Светлана Юрьевна – доктор географических наук, профессор кафедры региональной экономики и природопользования. ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», (191023, г. Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, лит. А); e-mail: s-kornekova@mail.ru, ORCID: 0000-0003-1344-9539, SPIN-код: 8497-7250.

REGIONAL DIFFERENCES OF CONSUMER PREFERENCES FOR DAIRY PRODUCTS IN FRANCE: SOCIOCULTURAL AND ECONOMIC FACTORS

A.D. Kravchuk, S.Yu. Kornekova

St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg

The article examines regional differences in consumer preferences for dairy products in France. Sociocultural and economic factors influencing the choice of dairy products in different regions of the country are investigated, including the consumption characteristics of cow's milk, goat's milk and organic milk as well as cheese. Special attention is paid to the influence of income levels, price policies, cultural traditions and availability of local production on consumption patterns.

Keywords: *regional differences, dairy products, France, consumer preferences, sociocultural factors, economic factors, cheese consumption.*

Рукопись поступила в редакцию 23.11.2024

Рукопись принята к печати 25.11.2024