

УДК 338.43

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В ПРЕДСТАВЛЕНИИ БЕЛОРУСОВ И РОССИЯН

*Щукина Л.В., магистр экономических наук
Гомельский государственный технический университет
имени П.О. Сухого, Гомель, Беларусь*

Ключевые слова: *органическое сельское хозяйство, экологически чистые продукты питания, потребители, каналы приобретения экопродукции, потенциальный спрос на organic продукцию.*

В статье рассмотрены перспективы становления и развития рынка органической продукции сельского хозяйства в представлении белорусов и россиян. Обоснована актуальность и значимость производства экологически чистых продуктов питания с точки зрения обеспечения национальных интересов восточнославянских государств в экономической, социальной и экологической сфере.

Введение. Усиление экологических проблем современного общества способствовало поиску и внедрению в мировую практику хозяйствования альтернативных методов производства продукции, оказывающих минимальное антропогенное воздействие на экосистемы. Перспективным способом ведения аграрного производства, позволяющим получить экологически чистую продукцию, выступает органическое сельское хозяйство, которое основано на строгом соблюдении научно-обоснованных рекомендаций по освоению природно-ресурсного потенциала и более умеренном использовании факторов интенсификации с целью уменьшения антропогенного и техногенного влияния на окружающую среду.

Цель работы – определить степени информированности населения о базовых понятиях органического земледелия, изучить потенциальный спрос на экопродукцию в зависимости от ценовых условий, а также выявить перспективы развития экологического сельского хозяйства восточнославянских государств на примере Российской Федерации и Республики Беларусь.

Материал и методика исследований. Эмпирической базой научной работы являются данные социологического исследования, прове-

денного творческим коллективом социологической лаборатории ГГТУ имени П.О. Сухого. Выборочная совокупность была сформирована на базе Гомельской и Смоленской областей. Всего было опрошено 566 человек в возрасте от 18 до 75 лет.

В качестве основного метода сбора первичной социологической информации был применен раздаточный анкетный опрос. В анкете был сформирован перечень вопросов, каждый из которых сопровождался предлагаемыми (возможными) вариантами ответа (от 3 до 10).

В процессе исследования также были использованы методы структурно-функционального, экономико-статистического анализа, графическая интерпретация эмпирико-фактологической информации.

Результаты исследований. По результатам проведенного опроса была выявлена достаточная осведомленность респондентов о базовых понятиях органического земледелия. Так, 77% опрошенных знают, что такое «органические (экологически чистые) продукты питания». При этом население Гомельской области в наибольшей степени информировано о специальной маркировке на их розничной упаковке, наносимой предприятием-изготовителем экопродукции (63%), чем население Смоленского региона (50%).

Анализ мнения населения о готовности ввести в свой рацион питания органические продукты показал, что опрошенные Гомельской и Смоленской областей в равной степени готовы сочетать привычные и органические продукты питания (53% и 61% соответственно), готовы полностью заменить ими привычные продукты питания (12% и 10%), выразили намерение потреблять органические продукты, но, одновременно, сомнение в целесообразности полной замены ими привычных продуктов (11% и 13%). При этом однозначно 10% респондентов готовы оставить привычные продукты питания в своем рационе.

Представленный на рисунке 1 ранговый ряд значимости экологически чистых продуктов питания в представлении потребителей демонстрирует, что наиболее предпочтительными видами экопродукции являются мясо, мясные и молочные продукты питания, овощи, фрукты.

Анализ результатов опроса относительно предпочтительных мест или каналов приобретения органической продукции показал, что населению Гомельской и Смоленской областей наиболее удобно было бы приобретать органические продукты питания в традиционных магазинах (47% и 55% соответственно) и магазинах, специализированных на

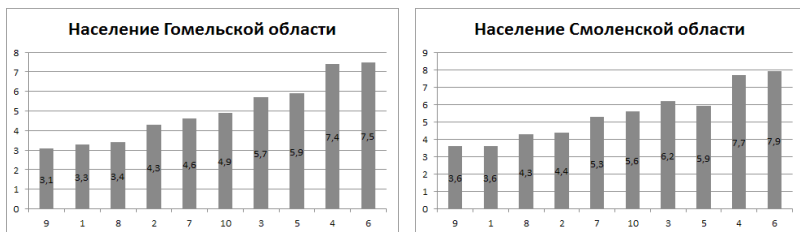


Рисунок 1 – Распределение респондентов по степени значимости экологически чистых продуктов питания в их представлении: 1 - овощи, 2 – фрукты, 3 – ягоды, 4 - лекарственные травы, 5 - зерновые культуры, 6 – грибы, 7 – молоко, 8 - молочные продукты (творог, сметана, масло и т.д.), 9 - мясо и мясные продукты питания, 10 - яйца

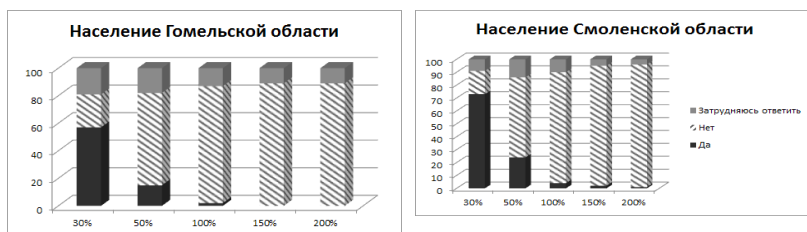


Рисунок 2 – Распределение респондентов по критерию стоимости органической продукции

экопродукцию (52%). Также частично устраивает респондентов (47% и 43%) и сельскохозяйственный рынок с точки зрения возможности приобретения на нем organic продукции. Наименее предпочтительными каналами приобретения экологически чистых продуктов питания для населения обоих регионов являются фермерские хозяйства (22% и 24%) и интернет-магазин (20% и 27%). При этом 51% всех опрошенных считают интернет-магазин в наибольшей степени не привлекательным каналом покупки экопродукции.

Нами также изучено мнение населения о готовности приобретать экологически чистые продукты питания при условии, что они будут стоить выше, чем обычные. Результаты показаны на рисунке 2.

Анализ показал, что 57% населения Гомельского региона и 73% опрошенных Смоленской области в наибольшей степени готовы при-

обретать organic продукцию при условии, что она будет стоить выше, чем обычная, на 30%. Если экопродукты будут продаваться с наценкой в размере 50%, то выбор в их пользу сделают лишь 15% и 24% соответственно. Если 100% - количество покупателей сократится в среднем до 3%. Кроме того, большинство всех респондентов (92%) не готово приобрести экологически чистые продукты питания, стоимость которых будет превышать в 1,5-2,0 раза. В равной степени население Гомельской и Смоленской областей затруднились сделать свой выбор в разрезе перечисленных ценовых критериев.

Заключение. По результатам проведенного социологического опроса нами установлено, что население Гомельской и Смоленской областей в достаточной степени информировано о том, что такой органические продукты питания и значительная его часть готова ввести в свой рацион питания organic продукцию. Наиболее предпочтительными видами экопродукции с точки зрения ее возможного потребления являются мясо, мясные и молочные продукты, овощи, фрукты, что, в свою очередь, можно использовать в качестве ориентиров при планировании и организации производства субъектами агробизнеса. С учетом предпочтений населения в организационных вопросах приобретения экопродукции, целесообразным является торговля на базе традиционных и специализированных магазинов. Кроме того, при формировании политики ценообразования на органическую продукцию необходимо учитывать, что большая часть потенциальных потребителей считает, что цена экологически чистых продуктов питания при реализации в торговой сети может быть выше цены обычных продуктов, но не более, чем на 30%.

Таким образом, создание системы органического сельского хозяйства в восточнославянских государствах отвечает как национальным интересам, так и интересам производителей и потребителей продуктов питания. Это позволит повысить уровень безопасности продовольствия, улучшить органолептические свойства продуктов, восстановить нарушенные экосистемы, создать условия для устойчивости развития сельских территорий, а также улучшить состояние здоровья населения и демографическую ситуацию в стране.

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ORGANIC AGRICULTURE IN THE REPRESENTATION OF BELARUSIANS AND RUSSIANS

Shchukina L.V.

Key words: *organic agriculture, organic food, consumers, channels to purchase ecoproducts, the potential demand for organic products.*

The article the prospects of formation and development of the market of organic agricultural products in the representation of Belarusians and Russians are considered. Relevance and the importance of the production of organic food from the point of view of national interests in economic, social and ecological directions are proved.