

УДК 338.431.2 : 631.95

I. С. Воронецька,
к. е. н., доцент

Інститут кормів та сільського господарства Поділля НААН, м. Вінниця

ОЦІНКА КУПІВЕЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ЕКОЛОГОБЕЗПЕЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті проведено оцінку купівельної поведінки споживачів екологобезпечної сільськогосподарської продукції, яка свідчить про їх бажання купувати дану продукцію з метою збереження здоров'я та охорони навколишнього природного середовища, що є однією з передумов екологобезпечного виробництва.

This article presents the assessment of the purchasing behavior of consumers ecologically safe agricultural products, indicating their desire to buy ecologically safe products for health and environmental protection, which is a prerequisite for the production of such products by agricultural producers.

Ключові слова: екологобезпечна продукція, сільське господарство, споживачі, купівельна поведінка, оцінка.

Keywords: ecologically safe products, agriculture, consumers, purchasing behavior, estimation.

Постановка проблеми. Тенденції розвитку аграрного сектора України свідчать про наявність значного нереалізованого потенціалу, який в умовах інтенсивного виробництва не враховує екологічної та соціальної складової. Ця вимога може бути забезпечена за умови розвитку в аграрному секторі екологобезпечного виробництва. Фрагментарність досліджень зі стимулювання попиту на екологобезпечну сільськогосподарську продукцію перешкоджає розвитку вітчизняного ринку, що в свою чергу переорієнтовує її виробників на європейського споживача. Це обумовлює необхідність подальших системних досліджень основних елементів ринку екологобезпечної сільськогосподарської продукції. Тому, в сучасних умовах оптимальне використання природно-ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств з метою виробництва екологобезпечної продукції можливе лише у випадку орієнтації їх на існуючі на ринку обсяги попиту, що відповідає потребам споживачів.

Аналіз останніх досліджень та постановка завдання. Перші дослідження споживання, які проводились за бюджетами робочих родин, є дослідження німецького статистика Е. Енгеля, більш відомого за рахунок розробленої ним кривої залежності попиту від доходу при незмінних цінах та смаках споживача. О.А. Козлова досліджуючи бюджети споживачів дійшла висновку, що частка витрат на харчування залежить від чисельності сім'ї, віку її членів [3]. В основу досліджень шведського дослідника Л. Торнквіста покладено принцип розмежування товарів за пріоритетністю для споживача. А.А. Максимов проводить дослідження щодо оцінки купівельних переваг споживачів до екологічно безпечної продукції [4; 5].

Саме тому, на сучасному етапі розвитку економіки України, вкрай важливим є подальше дослідження поведінки споживачів з метою надання ефективних засобів регулювання розвитку виробництва екологобезпечної сільськогосподарської продукції та механізмів щодо його державної підтримки на оптимальному рівні.

Метою статті є оцінка купівельної поведінки споживачів екологобезпечної сільськогосподарської продукції.

Результати досліджень. Зростання популярності споживання екологобезпечної продукції за кордоном в певній мірі здійснює свій позитивний вплив і на споживачів України. Як показують дослідження, споживач в країні зацікавлений у наявності даного сегменту на ринку сільськогосподарської продукції [1; 2]. Перш за все, про це свідчить опитування споживачів. У ході нашого дослідження в 2010–2012 рр. було проведено соціологічне (анкетне) опитування жителів Вінницької області у віці від 20 років і старше. Загальна кількість респондентів склала 250 чоловік, у тому числі чоловіків – 47, жінок – 203. Загальна їх характеристика представлена в таблиці 1.

Таблиця 1. Характеристика респондентів

Показники	Характеристика	чол.	у % до числа опитаних
Кількість респондентів – всього		250	
з них:	чоловіків	47	18,8
	жінок	203	81,2
Вік респондентів	до 25 років	130	52,0
	від 25 до 40 років	103	41,2
	від 40 і більше років	17	6,8
Місце проживання респондентів	в сільській місцевості	41	16,4
	в районному центрі або передмісті	20	8,0
	в місті	189	75,6
Сімейний стан респондентів	не одружений (не заміжня)	120	48,0
	одружений (заміжня)	107	42,8
	розведений (а), вдівець (вдова)	23	9,2
Кількість членів сім'ї	один	24	9,6
	двоє	48	19,2
	троє	77	30,8
	четверо	69	27,6
	більше чотирьох	31	12,4
Наявність дітей	немає дітей	135	54,0
	один	82	32,8
	двоє	27	10,8
	троє і більше	6	2,4

Освіта респондентів	середня (загальна)	23	9,2
	середня-спеціальна	90	36,0
	вища (неповна вища)	137	54,8
Дохід сім'ї в розрахунку на одного члена сім'ї, грн.	до 4000	16	6,4
	від 4000 до 6000	27	10,8
	від 6000 до 8000	41	16,4
	від 8000 до 10000	47	18,8
	понад 10000	119	47,6
Соціальне становище	державний службовець	46	18,4
	працівник бюджетної організації	44	17,6
	учень (студент)	34	13,6
	працівник комерційної структури	109	43,6
	підприємець (фермер)	4	1,6
	безробітний	13	5,2

Як видно з наведених даних, склад представлених респондентів дуже різноманітний: за віком, сімейним станом, складом сім'ї, наявністю дітей, соціальним станом, рівнем освіти, матеріальним становищем, що є, на наш погляд, достатньою підставою вважати отримані відповіді як обгрунтовані. При соціологічному опитуванні, перш за все, було поставлено завдання виявити у споживачів чи знають вони, що таке екологічно безпечна продукція. Опитування показало, що 56,0% знає що це таке, 40,8% опитаних відповіли «скоріше так, ніж ні» і лише 3,2% – «ні».

На запитання «Чи знаєте Ви про виробництво екологічно безпечної продукції в зарубіжних країнах, 45 чол. (18%) відповіли позитивно, 53 чол. (21,2%) – скоріше знають, чим ні, а 152 чол. (60,8%) – відповіли, що не знають. Це свідчить про те, що засоби масової інформації України цьому важливому, як ми вважаємо, питанню практично не приділяють уваги, що не можна визнати обгрунтованим.

На запитання «Чи купуєте Ви екологічно безпечну продукцію?» 23,2% відповіли «так, регулярно», 66,8% – «так, іноді» і тільки 10,0% – ні. На питання «Хотіли б Ви для своїх дітей купувати екологічно безпечну продукцію?» 88,5% опитаних відповіли «так», 10,4% – «скоріше так, ніж ні» і лише 1,1% – відповіли «ні». На питання «Хотіли б Ви для себе купувати цю продукцію?» 81,3% відповіли «так», 17,5% – «скоріше так, ніж ні» і «ні» – тільки 1,2%. Усе це свідчить про те, що більшість респондентів хотіли б купувати екологічно безпечну продукцію і для себе, і для своїх дітей. Отже, виробництвом такої продукції повинні зайнятися вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники. На запитання «Вирощуєте Ви на своїй присадибній ділянці (дачі, городі) сільськогосподарську продукцію без застосування добрив і отрутохімікатів?» 58,8% відповіли «так», 27,0% – «іноді, в малих кількостях» і 14,2% – «ні».

Результати проведеного соціологічного обстеження свідчать про те, що споживачі ще не володіють достатньою інформацією про переваги екологічно безпечної продукції. Велику роль у придбанні екологічно безпечної продукції відіграє матеріальний добробут споживачів (табл. 2). Найбільше число опитаних купує екологічно безпечну продукцію з рівнем доходу на одного члена сім'ї понад 8 тис. грн. на місяць. При цьому більшість купує мінеральну воду, картоплю, овочі та фрукти, молочну та м'ясну продукцію.

Таблиця 2. Дохід сім'ї та покупка екологічно безпечної продукції

Відповіді	Дохід у розрахунку на одного члена сім'ї, тис. грн.				
	до 2,0	2,1-4,0	4,1-6,0	6,1-8,0	понад 8,0
Питання: Чи купуєте Ви екологічно безпечну продукцію?					
Так, регулярно	3	5	10	16	24
Так, іноді	12	21	26	28	70
Ні	1	1	28	3	15
Якщо так, то вкажіть яку:					
Мінеральну воду	8	13	20	26	72
Дитяче харчування	6	3	10	9	31
Картоплю	5	15	13	15	51
Овочі	8	17	17	21	67
Фрукти	8	14	18	18	65
Молочні продукти	8	16	23	24	66
М'ясні продукти	6	14	15	22	54

Велику роль у бажанні купувати екологічно безпечну продукцію сільського господарства відіграє вікова група споживачів. З числа опитаних респондентів 52,0% мають вік до 25 років, 41,2% – від 25 до 40 років і 6,8% – від 40 років і старше. Споживачі у віці до 40 років купують екологічно безпечну продукцію або хочуть її купувати як для своїх дітей, так і для себе (табл. 3).

Таблиця 3. Думки респондентів щодо придбання екологічно безпечної продукції

Відповіді	Вік респондентів, років		
	До 25	25-40	понад 40
Питання: Чи купуєте Ви екологічно безпечну продукцію?			
Так, регулярно	33	21	4
Так, іноді	88	69	10
Ні	9	13	3
Питання: Чи хотіли б Ви для своїх дітей купувати екологічно безпечну продукцію?			
Так	119	92	15
Швидше так, ніж ні	10	11	1
Ні	1	0	1
Питання: Чи хотіли б Ви для себе купувати екологічно безпечну продукцію?			
Так	109	87	14
Швидше так, ніж ні	21	16	2
Ні	0	0	1

Питання: вирощуєте Ви на своїй присадибній ділянці (дачі, городі) сільгосппродукцію без застосування мінеральних добрив і отрутохімікатів?			
Так	84	70	11
Ні	13	19	1
Іноді, в малих кількостях	23	24	5

На запитання «Що для Вас важливіше при покупці екологічнобезпечної продукції?» більша частина респондентів (70,0%) найбільш важливим (оцінка 1) відзначили хорошу репутацію виробника (табл. 4).

Таблиця 4. Переваги респондентів при покупці екологічнобезпечної продукції

Відповіді	Оцінка важливості (в міру убування, від 1 до 4)				
	1	2	3	4	не відповіли
Приваблива і зручна упаковка	20	26	50	147	7
Хороша репутація виробника даної продукції	175	32	18	18	7
Відома торговельна марка	30	131	65	17	7
Гарна реклама та інформування про переваги такої продукції	19	54	111	59	7

Потім, по мірі важливості (оцінка 2) йде популярність торгової марки (52,3%). Оцінку 3 отримала хороша реклама та інформування про переваги такої продукції (44,4%). Найменш важливим (оцінка 4) респонденти відзначили привабливу і зручну упаковку (58,8%) (рис. 1).

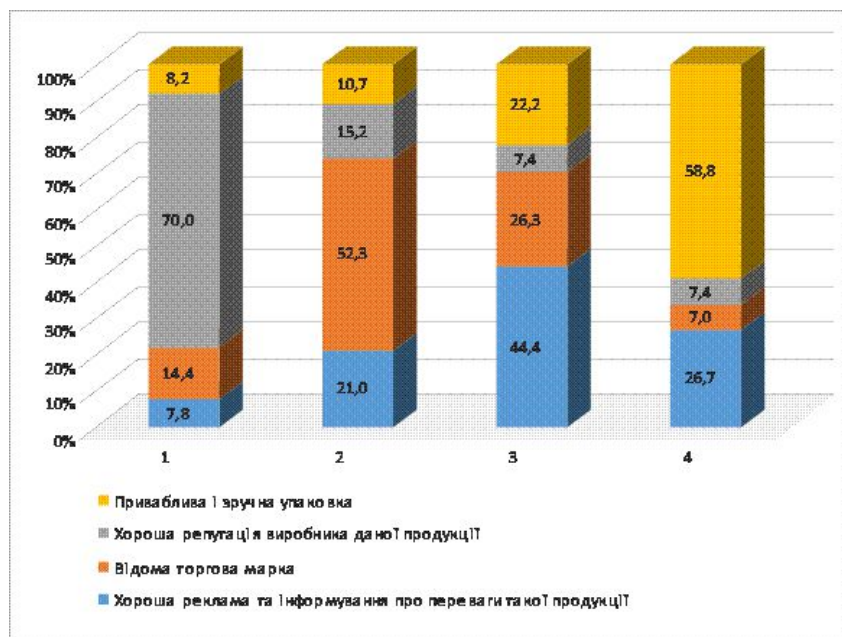


Рис. 1. Оцінка важливості показників при покупці екологічнобезпечної продукції

Важливим, на наш погляд, є й те, як ставиться населення до тієї системи сертифікації, яка існує в країні. На запитання «Чи довіряєте Ви існуючій системі сертифікації продукції, що підтверджує її відповідність екологічнобезпечній?» тільки 11,2% відповіли «довіряю», 46,0% – «скоріше так, ніж ні» і «42,8%» – ні.

Нами була зроблена спроба виявити у респондентів, що впливає на обмеження купівлі ними екологічнобезпечної продукції та що необхідно, на їх погляд, зробити для розширення виробництва цієї продукції в країні. Відповіді на ці та інші питання представлені в таблиці 5.

Таблиця 5. Думки респондентів про виробництво і покупку екологічнобезпечної продукції

Питання	Відповіді	чол.	у% до числа опитаних
Вкажіть, що Вас стримує при покупці екологічнобезпечної продукції?	Недостатній рівень доходу сім'ї	64	25,6
	Не вірять, що дана продукція дійсно екологічнобезпечна	57	22,8
	Рідко зустрічається в магазині	129	51,6
Зустрічаєте Ви в магазинах с.-г. продукцію вітчизняного виробництва в упаковці з маркуванням «Екологічнобезпечна продукція»?	Так, часто	26	10,4
	Так, але дуже рідко	159	63,6
	Ні	65	26
Де Вам було б зручніше купувати екологічнобезпечну сільськогосподарську продукцію?	У спеціалізованих магазинах	83	33,2
	У спеціалізованих відділах магазинів роздрібної торгівлі	141	56,4
	У фірмових магазинах сільськогосподарських організацій (фермерських господарств)	26	10,4
Чому, на Вашу думку, в даний час мало виробляється і продається сільськогосподарської продукції з маркуванням «Екологічнобезпечна»?	Немає достатньої зацікавленості у товаровиробників	83	33,2
	Низький рівень попиту на таку продукцію	93	37,2
	Недостатній рівень рекламного забезпечення	35	14
	Низькі ціни реалізації	39	15,6
	Відсутність можливості застосування мінеральних добрив і отрутохімікатів		
Що, на Ваш погляд, слід вжити для розширення виробництва екологічнобезпечної продукції в Україні?	Налагодити технологічний і токсикологічний контроль виробленої продукції	41	16,4
	Проводити сертифікацію всього процесу виробництва продукції	119	47,6
	Надавати дотації сільгоспвиробникам такої продукції	68	27,2

	Збільшити асигнування сільського господарства щодо впровадження новітніх технологій	22	8,8
--	---	----	-----

Так, на запитання «Де Вам було б зручніше купувати екологічнобезпечну сільськогосподарську продукцію?» 56,4% респондентів відповіли, що в спеціалізованих відділах магазинів роздрібної торгівлі, 33,2% – у спеціалізованих магазинах, а 10,4% – у фірмових магазинах сільськогосподарських організацій (селянських (фермерських) господарств).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, вивчення потреб населення дозволяє визначити споживчі вимоги до вироблюваної продукції, тоді, як дослідження попиту вказує на кількісні значення обсягів виробництва. Згідно відповідей респондентів, для задоволення потреб споживачів у екологічнобезпечній продукції ще існують значні проблеми при її виробництві та придбанні. Разом з тим, проведене соціологічне дослідження показує, що екологічнобезпечні продукти сільського господарства вже починають користуватися попитом, у них є своя група споживачів. Також з упевненістю можна говорити про зростання частки населення, що охоче купуватиме екологічнобезпечну продукцію.

Література

1. Антонєць А.С. Формування ринку екологічнобезпечної продукції при органічному землеробстві / А.С. Антонєць, В.В. Писаренко, Т.В. Лук'яненко, Ю.Г. Писаренко // Економіка АПК. – 2010. – № 12. – С. 75–79.
2. Божкова В.В. Маркетингове дослідження ринкових перспектив нової екопродукції / В.В. Божкова, О.О. Суярова // Вісник Сумського державного університету. – 2006. – № 1. – С. 93–103.
3. Козлова О.А. Формирование маркетинговых стратегий развитие рынка органической продукции на основе теории жизненных циклов / О.А. Козлова // Практический маркетинг. – № 5 (171). – 2011. – С. 45–52.
4. Максимов А.А. Потребителям России – экологически чистую (безопасную) продукцию / А.А. Максимов // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. – 2009. – № 3 (23). – С. 100–103.
5. Максимов А.А. Производство экологически безопасной продукции растениеводства: принципы, условия, факторы / А.А. Максимов // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. Теоретический и научно-практический журнал. – 2010. – № 1 (25). – С. 145–147.

Стаття надійшла до редакції 16.02.2013 р.



ТОВ "ДКС Центр"