

## **МОТИВЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ**

**Плотникова С.В., Киян Т.В.**

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

*В данной статье рассмотрено состояние рынка органической продукции в России, определены мотивы потребления экологически чистых продуктов питания.*

**Ключевые слова:** органическая продукция, экологически чистые продукты, мотивы потребления, безопасность окружающей среды, здоровый образ жизни, рынок экологической продукции, экологические стандарты.

## **MOTIVES OF CONSUMPTION OF ECOLOGICALLY PURE FOOD PRODUCTS**

**Plotnikova S.V., Kiyan T.V.**

**Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia**

*The state of the market of organic products in Russia is considered, motives of consumption of environmentally friendly food are defined in the article.*

**Key words:** organic products, environmentally friendly products, consumption motives, environmental safety, healthy lifestyle, market of ecological products, environmental standards.

В последнее время в мире становится все более и более актуальной тема экологического стиля жизни. Появившиеся недавно экологически чистые продукты в последние годы завоевывают все большую известность на мировом рынке продуктов питания. В связи с этим в сфере агропромышленного комплекса стало активно развиваться новое направление – производство органических продуктов питания.

В начале августа президент Владимир Путин подписал указ о принятии закона «Об органической продукции», который вступит в силу с 1 января 2020 года. Министерством сельского хозяйства одновременно подготовлен проект закона «Об экологически чистой сельскохозяйственной продукции, сырье и продовольствии». Предполагается, что закон вступит в силу с 1 января 2021 года [1]. Во всем мире доля органически чистой продукции составляет от 5 до 15% от общего предложения тех или иных продовольственных товаров. Объем российского рынка органической продукции пока небольшой. Официальной статистики нет, но Национальный органический союз в 2017 году оценил его в 160 млн. евро. Из этого объема на долю отечественной биопродукции приходится всего 20%, остальные 80% ввозятся из-за рубежа. Союз органического земледелия называет меньшую цифру – 120 млн. долларов,

однако подтверждает, что большую часть составляют товары иностранного происхождения. В Еврзоне производство экопродуктов активно формируется на протяжении последних 30 лет, показывая рост каждый год на 14-18%. В то же время в России продукты, изготовленные по экологическим стандартам качества, только начинают выходить на рынок. У России есть все необходимое для формирования сельского хозяйства, ориентированного на производство экопродукции. Это и многолетние аграрные традиции, и обширные площади сельскохозяйственных угодий, и, что очень важно, незначительный уровень интенсификации и химизации агропромышленного комплекса по сравнению с индустриально развитыми странами. Так, например, в среднем по странам Еврзоны внесение минеральных удобрений составляет 192 кг/га, тогда как в России – 39 кг/га. Учитывая тенденцию россиян заимствовать западный стиль жизни, в ближайшем будущем можно прогнозировать увеличение биосегмента в сфере производства продуктов питания [2].

У потребителей, совершающих покупку экологически чистых продуктов питания, могут быть разные мотивы их потребления. Анализ данных мотивов поможет разобраться в особенностях поведения потребителей данной группы.

В связи с ростом популярности здорового образа жизни, важнейшим из мотивов потребления экологически чистых продуктов является их полезность для здоровья. Потребители приобретают данную группу продуктов из-за их желания избежать потребления химических веществ, используемых в производстве обычных продуктов питания, применение которых часто ассоциируется у потребителей с долгосрочными вредными и часто неизвестными последствиями для их здоровья. Воспринимаемая полезность экологически чистых продуктов питания является параметром качества жизни для многих потребителей. Сегодня появился термин «правильное питание», т.е. питание, обеспечивающее рост, нормальное развитие и жизнедеятельность человека, способствующее укреплению его здоровья и профилактике заболеваний. Неотъемлемой частью правильного питания является потребление экологически чистых продуктов. Этот мотив потребления отражает суть этой крылатой фразы Гиппократов «Ты есть то, что ты ешь», о смысле которой, т.е. о прямом влиянии качества питания на здоровье, не задумывались только безразличные к своему здоровью.

Вторым мотивом потребления данной группы продуктов являются их более высокие вкусовые качества. Вкус продукта является почти самым важным критерием при покупке экологически чистых продуктов питания. Были проведены серии экспериментов в стиле слепого анализа вкуса. Тестировались экологически чистые и обычные продукты. Исследователи обнаружили, что экологически чистые продукты воспринимались при дегустации лучше, чем обычные. Нужно отметить, что этот вывод не подтверждался в каждом конкретном случае и его нельзя применить ко всем категориям экологически чистых продуктов питания. Тем не менее, потребители экологической пищи воспринимают вкус данной продукции ее преимуществом перед обычными альтернативами.

Многие исследования показали, что забота об экологической среде влияет на восприятие потребителей по отношению к органическим продуктам. Потребители считают, что химические вещества и пестициды, используемые в производстве обычных пищевых продуктов, являются экологически вредными. В то время как производство экологически чистых продуктов воспринимается как экологически безопасное. В результате, третьим мотивом потребления экологических продуктов является забота о безопасности окружающей среды, данный вид потребления рассматривается как дополнительный фактор решения экологических проблем, т.к. экологическая безопасность продуктов является результатом использования экологически чистых способов производства. Поэтому заботу об экологии можно идентифицировать как причину совершения покупки экологических продуктов питания. Несмотря на то, что экологическая проблема оказывает благоприятное влияние на потребительское поведение, однако многие исследования показывают, что данный мотив не является главным движущим фактором при покупке экологических продуктов питания. Вывод о пользе для здоровья, наличия питательных веществ и вкусе более важны при их приобретении [3].

Четвертым мотивом потребления можно назвать заботу о животных, которой в современном мире также уделяется много внимания. Экологически чистое производство позволяет реализовать улучшение содержания животных. Ожидания в отношении улучшения содержания животных мотивируют к покупке экологических продуктов, хотя и в меньшей степени, чем забота о здоровье и окружающей среде. Данный мотив потребления используется потребителями как показатель качества самих продуктов питания, безопасности пищевых продуктов и, одновременно, как фактор гуманного обращения с домашним скотом.

Следующий, пятый мотив – поддержка местного производителя. Некоторые исследования показали, что потребители благоприятно относятся к экологически чистым продуктам питания, потому что считают, что покупка данных продуктов помогает поддерживать региональную, местную экономику. Это, скорее всего, отражает убеждение, что органические продукты выращиваются на региональном уровне, очень часто их производство осуществляется на небольших семейных фермах.

Как уже говорилось выше, в последнее время тенденция к введению здорового образа жизни становится все более популярной. Поэтому, еще одним, шестым мотивом данного вида потребления можно назвать модность правильного питания и здорового образа жизни. И очень часто, потребители проявляют склонность к покупке органической пищи именно под воздействием данного мотива.

Экологически чистые продукты являются более дорогими по сравнению с альтернативными обычными продуктами. Осуществляя выбор, потребители часто обращают внимания на высокий уровень цены товара. Высокая цена для многих является сигналом качества, в результате потребители воспринимают данные продукты более качественными, чем обычные. В этом заключается суть следующего (седьмого) мотива потребления экологических продуктов.

И, наконец, можно назвать еще один фактор, который является восьмым мотивом к покупке и потреблению экологических продуктов – поддержание социального статуса. В современном обществе для значительной группы потребителей данный мотив является достаточно действенным.

Таким образом, выше названные мотивы потребления экологически чистых продуктов питания являются важным стимулом развития рынка органических продуктов в России в ближайшие годы.

### **Литература**

1. Федеральный закон "Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 03.08.2018 N 280-ФЗ. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_304017](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304017).

2. Обзор рынка экологически чистых продуктов питания [Электронный ресурс] // - Режим доступа: <http://www.kramola.info/vesti/novosti/obzor-rossiyskogo-rynka-ekologicheskii-chistykh-produktov-pitaniya>.

3. Чухланцев А.Ю. Органическая продукция. Основные требования// Санэпидконтроль. Охрана труда. – 2019. – № 2. – С. 116-126.