

УДК 658.8.012.12

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АНАЛИЗА
ПОТЕНЦИАЛЬНОГО СПРОСА НАСЕЛЕНИЯ НА ОРГАНИЧЕСКУЮ
ПРОДУКЦИЮ В УСЛОВИЯХ МЕГАПОЛИСА**

Никонов Алексей Григорьевич

научный сотрудник

shelest.06@mail.ru

Санкт-Петербургский Федеральный исследовательский центр РАН

г. Санкт-Петербург, Россия

Аннотация: в статье показана необходимость обеспечения производителей органической продукции информацией о потребительском поведении населения. Рассмотрены механизмы изучения спроса на органическую продукцию в условиях крупного города.

Ключевые слова: органическая продукция, спрос, потребительский рынок.

Традиционно города были центрами притяжения людей всех возрастов как территории, где условия жизни и работы лучше. Но процессы урбанизации, нарастания экологических проблем и количества стрессовых ситуаций, делают их население более уязвимым в случае масштабного распространения новых опасных болезней типа коронавируса. Это объективно заставляет обратить внимание на качество питания населения городов как важнейший фактор здоровья людей. Ведь именно в городе жители больше потребляют чипсов, продуктов с ГМО, различными искусственными красителями, нитратами и т.д.

Одним из направлений решения данной проблемы является создание условий для роста производства и потребления органической продукции. Не случайно, по данным Международной федерации органического сельскохозяйственного движения (IFOAM) и Исследовательского института органического сельского хозяйства (FiBL), в 2016 году производство, переработка или торговля органической продукцией была развита в 178 странах мира, с объемом 89,7 млрд. долларов США. Были заняты 2,7 млн. производителей или в 13,5 раза больше, чем в 1999 году, а площадь органических сельскохозяйственных угодий (полностью сертифицированных и находящихся в стадии перехода от традиционного сельского хозяйства к органическому) достигла 57,8 млн га [1, с.5-6]. По оценкам, объем российского рынка органической продукции пока небольшой и за 2017 год составил 160 млн. евро, причем на долю отечественной биопродукции приходится всего 20% [2]. В нашей стране 3 августа 2018 года был принят Федеральный закон №280-ФЗ «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который создает правовую основу для производства и реализации органических продуктов питания. Безусловно, это раскрывает большие возможности для товаропроизводителей, уже наладивших производство экологически чистой продукции, а также позволяет сократить объем фальсификата на рынке продовольствия.

Следовательно, в аграрном секторе будет развиваться качественно новый тип хозяйствования, а это значит, что необходимо решить актуальную

проблему сбыта органической продукции и роста спроса на нее. Поскольку данный вид продукции должен быть конкурентоспособен на рынке, наряду с традиционной, несмотря на то, что, например, себестоимость органической говядины на 30-40% больше, чем произведенной интенсивным способом [2].

Отсюда задачи обеспечения товаропроизводителей необходимой информацией, не только в сфере организации сертификации, но и в области потребительского поведения населения. Причем требуется информационный обмен между органами власти по уровням управления при планировании размеров государственной поддержки производства органической продукции, между представителями сферы торговли и товаропроизводителями и т.д.

Учитывая, что органическая продукция является инновацией, то инновационным должен быть также и подход к организации информационных потоков. При этом они разделяются на информацию для: товаропроизводителей, ритейла, покупателей, органов власти. Понимание, почему и в каком случае будет востребована органическая продукция очень важно для всех участников продовольственной цепочки. Безусловно, среди органической продукции будут товары широкого спроса и эксклюзивные. Однако, не зависимо от их видов, требуется изучение спроса населения. Его необходимо проводить путем сегментирования жителей города на различные группы, в зависимости от уровня доходов, возраста, отношения к своему здоровью, состава семьи, стремления экономить на еде и т.д. В этой связи необходимо отметить, что в организации изучения потребительского спроса населения большая роль отводится региональным органам власти. Часть общей информации о соотношении спроса и предложения продукции, структуры потребления ежегодно содержится в материалах Росстата. Но применительно к рынку органической продукции требуется более детальное изучение, как потребители будут реагировать, в зависимости от ее цены и других характеристик.

Анализ принятых в таких мегаполисах как Москва и Санкт-Петербург Законов о продовольственной безопасности показал, что в них эти вопросы не

отражены. Так, Закон Санкт-Петербурга «Об обеспечении продовольственной безопасности и поддержки сельскохозяйственного производства в Санкт-Петербурге» от 16 декабря 2015 года, предусматривает развитие системы сертификации сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, в том числе органической продукции, организацию проведения мониторинга состояния продовольственной безопасности и поддержки сельскохозяйственного производства и т.д. Поэтому положения названного Закона целесообразно дополнить мерами по анализу спроса и поддержки потребления органической продукции жителями города. В качестве одного из элементов организационного механизма развития информационно-аналитической системы реализации названных мероприятий может выступать деятельность Управления Роспотребнадзора по городу Санкт-Петербургу.

Как известно, в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» Роспотребнадзор реализует проект «Здоровое питание». Он является частью федеральной программы «Укрепление общественного здоровья» национального проекта «Демография». Управление Роспотребнадзора по городу Санкт-Петербургу осуществляет надзор за питанием населения мегаполиса, поэтому может активно участвовать в создании единой информационной системы прослеживаемости пищевой продукции, что предусмотрено в «Стратегии повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 июня 2016 года № 1364-р. В совокупности это позволит формировать для органов управления Санкт-Петербурга базу данных как о потребительском рынке, так и не реализованном спросе населения города на экологически чистую продукцию.

В целях выбора эффективной стратегии деятельности представители сферы торговли применяют различные стимулы и технологии для повышения имиджа продукции на полке, проводят опросы покупателей для выявления их

предпочтений в зависимости от цены, упаковки, формы торговли и т.д. Затем полученная информация доводится до товаропроизводителей, а они принимают определенные управленческие решения. Следовательно, информационные потоки существуют, развиваются, но нуждаются в управлении. Учитывая, что Санкт-Петербург отличается большим количеством научных учреждений, есть все возможности организации постоянного мониторинга ситуации на продовольственном рынке, в том числе потребительского спроса на органическую продукцию, силами ученых и представителей ВУЗов.

На основе изложенного выше, можно сделать следующие выводы:

- производители органической продукции должны иметь возможность ее устойчивого сбыта;
- потребность населения мегаполиса в органической продукции не означает автоматически широкого спроса на нее;
- для анализа потенциального спроса на органическую продукцию необходимо объединение информационных потоков со стороны всех участников продовольственной цепочки, при значительной роли органов власти.

Список литературы:

1. Органическое сельское хозяйство: инновационные технологии, опыт, перспективы: науч. аналит. обзор. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2019. – 92 с.

2. Органику узаконили. Документ, регламентирующий производство органической продукции, вступит в силу с 2020 года <https://www.agroinvestor.ru/markets/article/30548-organiku/>

3. Никонов А.Г. Новые факторы, влияющие на развитие регионального продовольственного рынка // Продовольственное обеспечение регионов Российской Федерации: теория, методология, практика. Материалы Международного круглого стола.- 2010.- С. 278-280.

UDC 658.8.012.12

**INFORMATION SUPPORT FOR ANALYSIS POTENTIAL DEMAND
OF THE POPULATION FOR ORGANIC PRODUCTS IN A MEGALOPOLIS**

Alexey Grigorievich Nikonov

shelest.06@mail.ru

Saint Petersburg Federal research center of the Russian Academy of Sciences,
Saint Petersburg, Russia

Annotation. The article shows the need to provide producers of organic products with information about consumer behavior of the population. The mechanisms of studying the demand for organic products in a large city are considered.

Key words: organic products, demand, consumer market.