

ПОТЕНЦИАЛ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ДЛЯ ДЕТСКОГО НАСЕЛЕНИЯ В Г. РОСТОВЕ-НА-ДОНУ

© 2012 А.И. Гуськов

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

E-mail: Vikodiver@yandex.ru

Поднимаются вопросы возможности обеспечения экологически чистой продукцией населения РФ. Автором исследуется потенциал спроса на экологически чистую пищевую продукцию для детей в возрасте от 3 до 5 лет, оценивается ее текущее предложение и формируются подходы к полноценному обеспечению детского населения экологически чистыми продуктами питания.

Ключевые слова: экологически чистая продукция, детское население, потенциал спроса, оценка предложения.

Проблемы повышения уровня и качества жизни актуализируют вопросы расширения доли экологически чистой продукции в рационе российских граждан, опосредуя новые подходы к организации поведения потребителей в данном направлении. Априори отметим существование искаженных стереотипов потребления пищевых продуктов больших масс российского населения, заключающихся в избыточном потреблении отдельных продуктовых позиций, перекочевавших из экономики “недостатка”¹ в экономику “избытка”². В результате происходят серьезные изменения здоровья населения на национальном уровне. Медицинская статистика однозначно отмечает рост онкологической заболеваемости, “помолодение” ряда заболеваний и связывает эти явления с качеством питания россиян. Как отмечают специалисты, по оценке Всемирной организации здравоохранения, от уровня медицины, здравоохранения здоровье и продолжительность жизни зависят не более чем на 10 %. В то же время экологические характеристики того, что мы потребляем, влияют существенно заметнее - на 30 %³.

В данном контексте особое значение приобретает качество пищи детей до семилетнего возраста, поскольку именно в этот период формируются иммунитет и устойчивость к заболеваемости для всего дальнейшего периода жизни человека. В настоящее время предпринимаются большие усилия по улучшению демографической обстановки в Российской Федерации: женщинам выплачиваются пособие по беременности и родам, значительные суммы по факту рождения второго ребенка, они наделяются земельными

участками по факту рождения третьего ребенка. Представляется, по крайней мере, нецелесообразным пускать в дальнейшем ситуацию на самотек и не достигать полноценного развития увеличившегося количества молодых россиян. Настойчиво звучат призывы обеспечить детское население в РФ экологически чистой продукцией в полном объеме и за государственный счет. В этой связи следует определиться, что именно следует понимать в национальных условиях под экологически чистой продукцией для питания населения, включая детский сегмент.

Экологически чистой пищевой продукцией на 100 % можно считать таковую, полученную в результате охоты, собирательства и рыбалки в ненарушенной природной среде, пригодной для обитания человека. Такие условия питания человеческих коллективов существовали в первобытно-общинный период и частично присутствуют в настоящее время у отдельных групп индейцев, проживающих в бассейне р. Амазонки. Экстраполируя наблюдения за жизнью указанных индейцев и опираясь на научные разработки⁴, можно сделать непротиворечивый вывод о недостаточности продуктов питания при таком способе их добычи для медленно растущего населения. Именно это обстоятельство обусловило первую революцию в производстве продуктов питания: одомашнивание скота (скотоводство) и земледелие (переход от собирательства к выращиванию гарантированных объемов зерновых культур). Данная революция ускорила рост населения и вновь породила ситуацию недостаточности продуктов питания относительно прироста населения на другом уровне. С целью повышения уро-

жайности стали внедряться различные приемы агротехники (вспашка, боронование, культивирование, севооборот и селекция лучших культур и пород скота). Указанные мероприятия временно нивелировали проблему нехватки продуктов питания и одновременно ускорили рост населения. Научное осмысление проблемы диспаритета между производством продуктов питания и ростом населения оформилось в XIX в. и связано с именем Мальтуса, который пессимистично смотрел на разрешение такого диспаритета и призывал к снижению рождаемости ввиду убывания плодородия почв при перенагрузке пахотных и пастбищных территорий. Выход был найден в широком применении средств защиты растений и химических удобрений, что позволило поднять урожайность стандартных зерновых культур (пшеница, рис, кукуруза) до более 50 ц с гектара при ненаступлении истощения почвенного покрова. Проблема обеспечения животными белками и жирами была разрешена с применением специальных комбинированных кормов в сочетании с использованием стимуляторов роста животных, в том числе гормональных. Такие успехи в производстве продуктов питания опосредовали стремительный рост населения земного шара: если в начале XX в. оно составляло 1,9 млрд. чел., то в начале XXI в. оно превысило 6 млрд. чел. Соответственно, вновь проявился диспаритет между ростом населения и производством продуктов питания. В настоящее время присутствует попытка компенсации нехватки продуктов питания для растущего населения при помощи генномодифицированных продуктов как растительного, так и животного происхождения.

Следовательно, возвращение к ситуации производства продуктов питания без применения химических препаратов защиты растений, удобрений и средств стимулирования роста животных, относительно вредных для здоровья, означает резкое уменьшение урожайности в растениеводстве и замедление роста скота, что неприемлемо в современных условиях. Таким образом, отсутствует даже гипотетическая возможность обеспечения всего населения земного шара экологически чистой продукцией, это же обстоятельство относится в полной мере к Российской Федерации.

Так, в последний период времени в мире и в Российской Федерации отчетливо проявился интерес к экологически чистой продукции (ЭЧП),

преимущественно в области производства и потребления продуктов питания. Производство и продвижение на рынки экологически чистых продуктов питания приобретают серьезное экономическое значение, формируют собой определенное направление в бизнесе. Так, индустрия ЭЧП превратилась в бизнес, приносящий хорошую прибыль. За последнее время в США рынок увеличивался ежегодно на 20-25 %. В 2002 г. продажи ЭЧП составили 11,7 млрд. долл., или 1,8 % от общего объема рынка продуктов питания в США⁵. В Европе экосупермаркетов достаточно много, например, в Берлине на 2 млн. жителей приходится более 350 магазинов. Органическое питание - один из самых динамично растущих сегментов продовольственного рынка в мире. Так, на Западе его рост достигает 20 % в год. Доля экологического производства в Европе составляет около 4 % сельскохозяйственных площадей - 7,39 млн. га, в том числе 3 млн. - биопашня и 3,2 млн. - биопастбища. Самое большое количество экоплощадей в Италии (1,15 млн. га), за ней следуют Испания (1 млн.) и Германия (0,87 млн.). Происходит и расширение ассортимента. Так, в ФРГ в 2010 г. общее количество экопродуктов, имеющих на маркировке национальную биопечать, превысило 55 тыс. наименований. По данным РБК, наибольшие продажи отмечаются в сегменте горячих напитков (13 %), выпечки и хлеба (10,3 %), специй (9,7 %), мяса и мясных изделий (8,1 %), кондитерских изделий (6,1 %).

Совокупные продажи на немецком рынке органических продуктов составили в 2009 г. 5,8 млрд. евро. При этом число ферм, практикующих производство ЭЧП, выросло до 21 047 хозяйств (5,6 % всех фермеров). Также заметно увеличилось и количество розничных биомаркетов: появилось 15 086 м² новых площадей.

Во Франции число ферм, производящих экологически чистые продукты питания, составило 16 446 - рост на 23 %. Среди всех сельскохозяйственных угодий страны предприятиями, выпускающими продукцию, которая соответствует экологическим критериям Евросоюза, занято 2,5 %. Уровень продаж органических товаров в 2009 г. оценивался экспертами в 3 млрд. евро (почти вдвое больше, чем в 2005 г.), что составляет 1,9 % всего продовольственного рынка Франции.

В Великобритании рост площадей, занятых органическим сельским хозяйством, составил в 2009 г. 9 %, достигнув 746 516 га. Несмотря на

кризис, были зарегистрированы рекордные продажи молока, произведенного в соответствии с экостандартами Евросоюза. Значительный рост показал сегмент детского питания (21 %).

Итальянский рынок биопродуктов показывает значительный рост. В первой половине 2010 г. продажи в этом сегменте выросли на 9 %. Прямые продажи биопродуктов осуществляют 2176 фермеров, что вдвое больше по сравнению с 2005 г.⁶ Экологически чистая продукция в первую очередь предназначается для школьного и детского питания.

Непротиворечивым выводом из вышеизложенного является следующий: экологически чистые пищевые продукты доступны в настоящее время для небольшого сегмента населения в экономически развитых государствах, но даже и в них основные усилия в этом направлении сконцентрированы на обеспечении экологически чистой продукцией детского населения. Соответственно, представляется необходимым сосредоточить усилия в этом направлении и в России.

Проблемы обеспечения экологически чистой продукцией детского населения в рыночном обществе распадаются на две составляющие: обеспечение платежеспособного спроса и обеспечение адекватного ему предложения.

Мы исходили из обоснованного предположения о недостаточно сформированном предложении и спросе на данный вид продукции в России, учитывая ее более высокий ценовой градиент по сравнению с обычной, но бесполезной для здоровья детей продукцией и допустимость в сознании родителей употребления детьми не экологически чистой пищевой продукции. Для исследования платежеспособного спроса мы провели опросы родителей детей в возрасте от 3 до 5 лет, посещающих детские сады в г. Ростове-на-Дону. В опросе приняли участие родители 250 детей, посещающих муниципальные детские сады, и 50, посещающих частные дошкольные учреждения.

В рамках исследования с респондентами обсуждались следующие группы вопросов: как родители относятся к питанию в детских дошкольных учреждениях, как они относятся к посещению детьми предприятий общественного питания (фаст-фуд), как они относятся к употреблению детьми в пищу полуфабрикатов, каково их отношение к пище, употребляемой детьми в домашнем кругу.

Первый вопрос формулировался нами следующим образом: считают ли родители питание своих детей в детских дошкольных учреждениях полноценным, полезным и безопасным. На данный вопрос 94 % родителей детей, посещающих муниципальные сады, ответили утвердительно по всем трем составляющим. На тот же вопрос родители детей, посещающих частные сады, ответили утвердительно в 100 % случаев, аргументируя это тем, что они платят достаточно, чтобы их дети получали все самое лучшее.

Мы попросили респондентов уточнить свое мнение по каждой из составляющих питания, т.е. полноценности, полезности и безопасности. На этот вопрос практически все родители ответили, что питание детей является приоритетом в нашей стране и все детские сады имеют необходимые условия для организации такого питания, их постоянно проверяют органы санэпиднадзора, поэтому они полностью уверены в безопасности данного питания и его полноценности, так как оно составляется исходя из суточных потребностей ребенка в белках, жирах, витаминах, углеводах. Вопрос полезности вызвал у части родителей (42 %) некоторые затруднения, так как они обоснованно предположили, что в связи с ограниченным бюджетом детских учреждений и исходя из статьи, выделенной на питание, продукты для детей приобретаются, безусловно, безопасные, но не самые лучшие и не самые дорогие и, соответственно, не экологически чистые. Тем не менее подавляющее большинство родителей считают, что улучшение питания детей в детских учреждениях не является насущной задачей, они и так в достаточной степени обеспечены необходимым, и это большое благо для детей и их самих.

На вопрос о том, посещают ли они с детьми места общественного питания, в том числе фаст-фуд, позиционируемый как “детский” (Макдоналдс, Ростикс, пиццерии и др.), 97 % родителей без дифференциации по принадлежности детских учреждений ответили утвердительно. Более того, 68 % таковых дополнительно пояснили, что они посещают Макдоналдс и Ростикс с детьми в качестве поощрения или награды за хорошее поведение и в качестве проведения семейного досуга. На наш дополнительный вопрос: знают ли они, что некоторые продукты в этих учреждениях не полезны детям (картофель фри, мясо кур-бройлеров, основа для гамбургеров, чизбургеров и т.д.), родители ответили, что данные учрежде-

ния работают давно, и в западных странах в том числе, и имеют все необходимые документы для питания детей, которым предоставляют специализированные пищевые наборы, игрушки и тематические игры.

На следующий вопрос о приобретении полуфабрикатов и продукции из супермаркетов для питания с детьми в домашнем кругу практически все родители ответили утвердительно.

6 % опрошенных сообщили, что они хотели бы приобретать для детей отдельно какую-то более полезную продукцию и готовы платить дороже, но не имеют такой возможности из-за отсутствия предложения или неосведомленности о наличии торговых точек, торгующих экологически чистой продукцией для детей.

34 % опрошенных согласились с тем, что продукты, приобретаемые ими в супермаркетах, и полуфабрикаты не всегда могут быть полезны для их детей, но они не имеют выбора из-за отсутствия как предложения, так и финансовой возможности. Однако эта категория родителей старается нивелировать возможный вред тем, что предоставляет своим детям возможность питаться в детском дошкольном учреждении 4 раза в день, ограничивая домашнее питание выходными днями.

Порядка 40 % родителей сообщили нам, что они многократно были свидетелями просмотра телепередач о полезности употребления детьми такой продукции, как замороженные блины, вареники, пельмени, куриные наггетсы и др., и что все рекламируемые товары имеют необходимые лицензии и сертификаты и поэтому безвредны для детей. Отметим в данной связи, что, действительно, многие компании, локализовавшие свою деятельность в области производства продуктов питания, используют слоган “кушаем всей семьей”, “наши семейные традиции”, при этом маленькие дети участвуют в рекламных роликах, употребляя майонез, мясо кур-бройлеров, сосиски, вареную колбасу и др., вследствие чего у среднестатистического родителя рождается самостоятельный вывод о допустимости подобной практики.

Со стороны предложения считаем необходимым пояснить следующее. В настоящее время в области продуктового ритейла, по крайней мере, в г. Ростове-на-Дону и Ростовской области отсутствуют специализированные магазины или отделы, в которых продается экологически чистая продукция для детей в исследуемом возрастном сегменте, не содержащая остатков ядохи-

микатов, средств ускорения роста растений и животных. Соответственно, продукты для питания детей приобретаются в обычной рознице. При этом некоторые товары имеют специальную маркировку о том, что они разрешаются к употреблению детьми дошкольного возраста с 2-3 лет. Однако изучение упаковки позволяет установить, что данные сообщения не определяют особого качества продукта, а только свидетельствуют о его безопасности. Следовательно, в продуктовом ритейле отсутствует возможность приобретения на регулярной основе продукции, не содержащей остаточных концентраций средств ускорения роста и защиты растений и животных, которые могут нанести определенный вред здоровью ребенка при систематическом употреблении.

Еще одним местом предложения пищевой продукции для детей, помимо магазинной розницы, являются продуктовые рынки, анализ продукции на которых выявил следующие данные. Порядка 80 % мяса птицы, реализуемой на продуктовых рынках, может содержать остаточные концентрации ускорителей роста, поскольку птица получала специализированные корма. Только порядка 10-15 % данной продукции из территориально удаленных от г. Ростова-на-Дону личных подсобных хозяйств не содержит таковых, поскольку откорм птицы в них ведется по устаревшим технологиям и выращиваемый молодняк не получает специализированных дорогостоящих добавок ввиду дефицита финансовых средств в этих хозяйствах.

В отношении свинины и говядины трудно проследить источник их происхождения и исключить применение препаратов, ускоряющих рост животных. В отношении мяса кроликов, считавшегося диетическим, удалось установить, что большинство владельцев кролических ферм применяют в своей практике специализированные корма и препараты для повышения продуктивности. Следовательно, невозможно рекомендовать мясо кроликов для питания детей в г. Ростове-на-Дону как экологически чистое. Определенная уверенность в экологической чистоте мясной продукции присутствует только в отношении мяса коз и баранов, доставляемых для реализации из района сальских степей, где животные осуществляют круглогодичный выпас и указанные препараты не применяются.

В отношении молочной продукции, которая может приобретаться для детского питания на

продуктовых рынках, отсутствует уверенность в ее безопасности для их здоровья как по эпидемиологическим показателям, так и по содержанию препаратов, применяющихся для консервации молока при его доставке на рынки.

Учитывая вышеизложенное, можно заключить, что в г. Ростове-на-Дону и, вероятно, в сопоставимых по размеру городах РФ отсутствует предложение экологически чистой продукции для питания детей в исследуемом нами возрастном срезе. Прогнозируемый платежеспособный спрос на экологически чистую продукцию для питания детей указанного возрастного среза не сформирован, и в случае наличия предложения экологически чистая продукция по повышенной цене, вероятно, не будет востребована. Более того, общественное сознание на основании проведенного нами исследования в этом вопросе подвержено определенному искажению под влиянием существующей рекламы и анонсируемого образа жизни семьи в мегаполисе. Присутствуют необоснованная уверенность в достаточности государственного обеспечения в снабжении детского населения полноценными, полезными и безопасными продуктами и надежда на пролонгирование подобной ситуации.

В данной связи следует отметить, что для изменения ситуации и улучшения снабжения дет-

ского населения экологически чистыми продуктами, в первую очередь, необходимо сформировать общественный императив востребованности экологически чистой продукции для детского населения, потребность в таковых продуктах и, уже во вторую очередь, создавать возможности для производства продукции, отвечающей необходимым требованиям.

¹ В данном случае автор подразумевает устойчивые стереотипы потребления некоторых продуктов (макарон, картофель, сахар, сгущенное молоко, маргарин, тушенка), возникшие вследствие недостатка пищи в период с 1917 по 1966 г. и закрепившиеся в массовом сознании в виде устойчивых пищевых привычек.

² В данном контексте автор отмечает ситуацию, которая характеризуется отсутствием недостатка пищи для всех слоев населения.

³ Щелиц П.Б. Экологический факт в состоянии здоровья и продолжительности жизни // Экологическое сельское хозяйство: зарубежный опыт и перспективы для России : первая Междунар. конф. М., 2004. С. 35.

⁴ Морган И. Древнее общество. М., 1935.

⁵ Горшков Д. Рынок экологически чистых продуктов: зарубежный рынок и перспективы России // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. № 6.

⁶ Европейский рынок экологически чистых продуктов и способы их продвижения // Продвижение продовольствия. 2010. № 11.

Поступила в редакцию 01.08.2012 г.