

# ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПОТРЕБ НАСЕЛЕННЯ В ОРГАНІЧНІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ ПРОДУКЦІЇ

*Ращенко А.В.*

к.е.н., асистент кафедри екологічної безпеки та економіки природокористування

**Постановка проблеми.** Людина є біосоціальною істотою, оскільки генетично пов'язана із іншими формами життя, однак принципово відрізняється від них свідомістю, мовою та здатністю створювати знаряддя праці [1]. У процесі вивчення людини та її

взаємодії із навколишнім середовищем науковці розглядають питання, пов'язані з її потребами. Дослідження сутності, видів та особливостей потреб людини є досить ґрунтовими та проводяться протягом понад ста років. Однак, недостатньо вивченою залишається проблема формування потреб населення України в органічній продукції, що є підґрунтям та стимулом для реалізації задач екологізації сільськогосподарського виробництва.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у розвиток теорії і практики досліджуваної проблеми зробила американський маркетолог Ж. Оттман [2], яка у своїх наукових працях представляє результати досліджень щодо мотивів споживання та поведінки покупців екологічно безпечної продукції, особливостей екологічно-відповідального споживання тощо. Проблеми ставлення людей до навколишнього середовища, поведінки покупців екологічно безпечної продукції, технологій впливу на них та формування і стимулювання їх попиту висвітлюються у працях М. Полонські [3]. Американський дослідник Л. Філіпс [4] вивчає попит на екологічно безпечні товари, мотиви поведінки споживачів, їх лояльності до еко-брендів тощо. Серед вітчизняних науковців питаннями екологічних потреб населення займається Л. Мельник [5], який виокремив стадії еволюції екологічних потреб. Крім того, у працях науковця висвітлюються проблеми екологізації попиту та виробництва. Окремі питання формування та стимулювання попиту на екологічно безпечні товари та послуги досліджують О Садченко, С. Ілляшенко, О. Прокопенко [6] та ін.

**Мета, завдання та методика досліджень.** Метою дослідження є обґрунтування теоретичних засад формування потреб населення в органічній сільськогосподарській продукції. Відповідно до поставленої мети визначено такі завдання дослідження: дослідити зміст поняття «потреба»; вивчити класифікації потреб; визначити особливості екологічно спрямованих потреб населення.

Методологічною базою дослідження є діалектичний метод пізнання, зокрема системний підхід до вивчення економічних явищ та процесів, пов'язаних з формуванням потреб населення в органічній сільськогосподарській продукції. Для реалізації поставленої у науковій статті мети використано методи: історичний (для виокремлення основних тенденцій зміни потреб населення) та аналізу і синтезу (для теоретичного узагальнення особливостей екологічно спрямованих потреб населення).

**Результати досліджень.** Існує низка тлумачень сутності поняття «потреба», проте у рамках даного дослідження, вважаємо доцільним навести визначення, розроблені Е. Кондільяком С. Ожеговим та Ф. Котлером. Запропоновані цими вченими ідеї трактування поняття дають можливість визначити потреби як певну необхідність, відчуття нестачі чогось, що вимагає задоволення [7, 8].

З розвитком ідей і методів маркетингу відбулося певне поглиблення поняття потреба. На думку Ф. Котлера «Потреба – нестача чогось, що прийняла специфічну форму відповідно до культурного рівня й особистості індивіда» [9]. З цієї точки зору потреби є усвідомленими або неусвідомленими прагненнями за допомогою властивостей, що утворюють якість продукції, задовольнити запити фізіологічної чи соціо-культурної природи людини. Отже, у широкому розумінні досліджуване поняття можна трактувати як «стан живого організму, людської особистості, соціальної групи чи суспільства в цілому, що виражає необхідність у чомусь, залежність від об'єктивних умов життєдіяльності і є рушійною силою їхньої активності» [10].

Найбільш фундаментальним є поділ потреб на елементарні, або базові, і вторинні. Відповідно до загальновідомої ієрархії потреб людини, запропонованої А. Маслоу, первинними є фізіологічні, матеріальні та соціальні потреби. Людина, задовольнивши свої первинні потреби, відчуває необхідність у самоповазі, визнанні, саморозвитку і самореалізації [11]. Інша класифікація потреб людини, яку можна вважати достатньо

повною та ґрунтовною, запропонована Л. Барановою та включає 11 груп особистих потреб, зокрема за характером і природою виникнення; за сферою життєдіяльності, в якій вони проявляються і задовольняються; за економічною (кількісною) оцінкою; за ступенем задоволення та інші [12].

Т. Акімова, В. Хаскін вважають, що з екологічної точки зору потреби доцільно класифікувати таким чином: вроджені потреби та ті, що здобуваються у процесі життєдіяльності. До першої групи науковці відносять базові потреби, які забезпечують існування живих організмів. Друга група потреб формується у результаті поєднання таких чинників, як індивідуальні варіанти потреб людини; різноманітність товарів і послуг, які пропонуються на ринку; рівня соціальної організації та економічного розвитку суспільства тощо. Відтак, друга група включає потреби, які не є життєво необхідними та визначаються традиціями, модою і індивідуальними смаками індивідів [13]. Наприклад, однакову кількість повноцінних поживних речовин людина може отримати з рослинницької продукції, вирощеної традиційним чи органічним методами, вартість якої різниться у кілька разів (у країнах ЄС та США націнка на органічні продукти складає 15-50 %, а в Україні 50-300 %).

Науковці виділяють декілька етапів розвитку потреб людей. До середини 50-х років ХХ ст. домінували матеріально-речові потреби. Із середини 50-х до кінця 80-х років ХХ ст. зросли соціальні потреби (у побутовому обслуговуванні, освіті, охороні здоров'я, розвагах та відпочинку). Що стосується потреб, що мають екологічне спрямування, то вони з'являються лише після задоволення базових матеріальних і соціальних потреб. Науковці стверджують, що, як якісно новий вид потреб людини, такі потреби з'явилися у 70-80-х роках ХХ ст., коли зростання доходів зумовило усвідомлення суспільством цінностей, пов'язаних з якістю життя.

Розвиток інформаційних технологій і поширення за їх допомогою відповідних знань, підвищення культури людей нині змінило їх ставлення до природного навколишнього середовища. Людство, усвідомивши себе його складовою частиною, вже прагне захистити від негативних наслідків науково-технічної революції не тільки себе, але й зберегти довкілля. Екологічно спрямовані потреби з'являються як «вимоги, що висувуються умовами існування та життєдіяльності особистості, соціальної групи, суспільства в цілому до умов природного середовища» [9].

Отже, екологічно спрямовані потреби населення ґрунтуються на різноманітних тенденціях та течіях суспільного і політичного життя, бізнесу, наявних та потенційних екологічних загроз тощо. Екологічно спрямовані потреби – це потреби, які в своєму змістовному плані представлені матеріально-технічної складовою життя людини. У той же час до них можна віднести потреби духовно-морального характеру, які інтегрують в собі всю сукупність соціальних потреб. Екологічно спрямовані потреби вбирають в себе ознаки інших потреб, є їх похідними та задовольняються лише тоді, коли забезпечені первинні потреби.

Н. Зіновчук серед екологічно спрямовані потреби виділяє:

- фізіологічні потреби (потреба в екологічно чистих продуктах харчування, повітрі, воді);
- потреба в екологічному захисті (потреба у відсутності загрози життю та здоров'ю внаслідок забруднення продуктів харчування, товарів вжитку, довкілля в цілому);
- соціально-екологічні потреби (потреба в індивідуальному та колективному спілкуванні з природою);
- потреба у визнанні (декларування екологічних потреб як спосіб підвищення самоповаги, свого іміджу);

• духовні екологічні потреби (підсвідомо існуюча потреба відчувати себе частиною Всесвіту) [14].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Таким чином, екологічно спрямовані потреби можна розглядати як якісно новий рівень осмислення сутності самих потреб, який заснований на розумінні взаємозв'язку людини та природи. З'ясовано, що проблема поєднання необхідності задоволення потреб населення з вимогою збереження довкілля вирішується шляхом зміни підходів до ведення бізнесу, зокрема, у сфері вирощування органічної продукції, виробництва екологічно безпечних товарів, зниження забруднення, енерго- та ресурсозбереження, утилізації відходів. Відтак, за своїм потенціалом сформовані та незадоволені потреби в органічній сільськогосподарській продукції можуть стати рушійною силою, що спонукатиме товаровиробників до переходу на нові методи господарювання. Подальші дослідження будуть спрямовані на розробку та наукове обґрунтування доцільності і специфіки застосування інструментів формування потреб населення в органічній сільськогосподарській продукції.

### Література

1. Губар О. М. Філософія: інтерактивний курс лекцій: навчальний посібник для студ. вузів / О. М. Губар . – Київ : Центр учбової літ. (ЦУЛ), 2007 . – 415 с.
2. Ottman J. A. The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools and Inspiration for Sustainable Branding / J. A. Ottman. – USA. : Berrett-Koehler Publishers, 2011 – 256 p.
3. Polonsky M. J. Environmental Attitudes and their Relation to the Dominant Social Paradigm Among University Students In New Zealand and Australia / M. J. Polonsky, W. E. Kilbourne. – Australasian Marketing Journal. – 13 (2), 2005. – P. 37–48.
4. Phillips L. E. Green attitudes / L. Phillips – American Demographics. 1999. – 21. – P. 46–47
5. Мельник Л. Г. Концептуальні підходи до зміни моделей споживання та виробництва при переході до стійкого розвитку / Л. Г. Мельник, О. І. Мельник, О. І. Карінцева, І. М. Сотник, В. В. Сабадаш // Механізми регулювання економіки. – 2007. - № 3. – С. 51-59.
6. Ілляшенко С. М. Формування ринку екологічних інновацій : економічні основи управління. Моногр. / С. М. Ілляшенко, О. В. Прокопенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2002. – 250 с.
7. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов ; под ред. Н. Ю. Шведовой. – 19-е изд., испр. – М. : Рус. язык, 1987. – С. 696
8. Кондильяк, Э. Трактат об ощущениях / Э. Кондильяк // Сочинения: в 3 т. – М. : Мысль, 1982. – Т. 2. – С. 189 – 399
9. Армстронг Г. Маркетинг. Загальний курс : навч. посіб. : пер. з англ. / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – 5-те вид. – М. : Вид. дім "Вільямс", 2001. – 608 с.
10. Українська радянська енциклопедія : [в 12-ти т.] / гол. ред. М. П. Бажан. – 2-ге вид. – Т.9 – К. : Голов. ред. УРЕ, 1983. – 558 с.
11. Маслоу А.Г. Мотивация и личность / пер. с англ. – 3-е изд. – СПб. : Питер., 2003. – 392 с.
12. Экология человека. Биосоциальная сущность человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tspu.ru/res/geogr/ecology/t\\_08.htm](http://tspu.ru/res/geogr/ecology/t_08.htm)
13. Акимова Т. А. Экология: Учебник для вузов [Электронный ресурс] / Т. А. Акимова, В. В. Хаскин. – Режим доступа: [http://scibook.net/uchebniki-ekologii\\_1295/potrebnosti-lyudey-46797.html](http://scibook.net/uchebniki-ekologii_1295/potrebnosti-lyudey-46797.html)
14. Зіновчук Н. В. Екологічний маркетинг: Навчальний посібник / Н. В. Зіновчук, А. В. Ращенко. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. – 190 с.