

- стабільність податкового законодавства;
- правовий характер податкових відносин;
- рівномірний розподіл фіска;
- пропорційна відповідність суми податків величині доходів;
- зручність способу, дати, механізму оподаткування для платника;
- податкова недискримінація, тобто рівність перед законом;
- мінімізація витрат на адміністрування податків;
- нейтральність податкової системи щодо різних сфер економічної діяльності та галузей і форм господарювання;
- публічність і прозорість інформації з питань оподаткування;
- запровадження і дотримання податкової таємниці.

Висновки. Узагальнюючи викладене, зазначимо, що формування ефективної податкової системи повинно здійснюватися, виходячи з основних принципів оподаткування. Реалізація закріплених чинним законодавством принципів організації податкових відносин в Україні є дещо проблемна, позаяк нестабільними є як вітчизняна податкова система, так і фінансові пріоритети. Усе це потребує удосконалення принципів оподаткування з метою забезпечення дієвої бюджетно-податкової політики уряду.

Література

1. Василик О.Д. Податкова система України : навч. посіб. / О.Д. Василик. – К. : ВАТ "Поліграфкнига", 2004. – 478 с.
2. Загорський В.С. Принципи функціонування податкової системи ринкового типу / В.С. Загорський, І.Г. Благує // Фінанси України. – 2003. – № 10. – С. 92-99.
3. Про внесення змін до Закону України "Про систему оподаткування": Закон України № 77/97 від 18.02.1997 р. (зі змінами і доповненнями) / Податкова система: [хрестоматія]. – К. : Вид-во "Бліц-Інформ". – 2006. – Вип. 1. – С. 13-17. – (Зб. систематизованого законодавства).

УДК 388.4:504 (477.8) Аспір. Б.І. Шувар¹ – Львівський національний аграрний університет

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ НА ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТУ ПРОДУКЦІЮ У ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

Проаналізовано результати досліджень вчених, які вирішують проблемні питання виробництва та споживання екологічно чистої продукції. Здійснено анкетування та проаналізовано результати з питань, які стосуються виробництва і споживання екологічно чистої продукції серед громадян західного регіону України. Запропоновано шляхи виходу із ситуації, що склалася на ринку сільськогосподарської продукції з асортиментом екологічно чистих продуктів.

Ключові слова: органічне виробництво, екологічно чиста продукція, економічна вигода, екологізація.

Post-graduate B.I. Shuvar – Lviv national agrarian university

Marketing research of demand on environmentally clean products in the Western region of Ukraine

The analysis of results of scientists researches, which are engaged in the problem questions of production and consumption of ecologically clean products, is done. A questionnaire is conducted and analysed results on questions, which touch a production and con-

¹ Наук. керівник: професор В. В. Липчук, д-р екон. наук – Львівський національний аграрний університет

sumption ecologically clean products among the citizens of western region of Ukraine. The ways of exit are offered from a situation which was created at the market of agricultural produce with an assortment of ecologically clean products.

Keywords: ecologically clean products, organic production, economic value, ecologization

Дуже часто телеканали телебачення переповнюють свій ефір рекламою продуктів харчування, відеоролики приваблюють споживачів красою природи, свіжістю повітря чи ідеальним блиском агрегатів фабрики, на якій їх виготовляють. Конкуренція змушує виробників продуктів споживання до вишуканих способів впливу на споживача. Ринкова економіка відкриває широкий спектр конкурентоспроможних на ринку товарів. При цьому виникає запитання: що брати до уваги під час вибору продуктів харчування – красиво оформлену рекламу, упаковку чи складові продукції? Повірити в "чистоту природи" чи користь для здоров'я?

У зарубіжній економічній науці, і не тільки, приділено належну увагу вивченню цієї проблеми, пов'язаної з виробництвом, споживанням та сертифікацією екологічно чистої продукції. Останнім часом ця проблема стала предметом дослідження багатьох вітчизняних вчених.

У виробництві і сертифікації екологічно чистої продукції нагромаджено достатньо проблем, які постійно обговорюють вчені і підсумовують практичними кроками щодо покращення ситуації. Зокрема, П.А. Лайко та М.Ф. Бабієнко пов'язують низьку екологічну якість продукції з порушенням технології використання пестицидів, надмірної їх кількості, використанням застарілих технологій, а також з недостатнім рівнем контролю органами, що стежать за якістю продуктів харчування [6].

М.І. Кобець знаходить суперечності в державних стандартах України щодо виробництва екологічно чистого молока для дитячого харчування. Зокрема, в ДСТУ 3662-97 йдеться про державну фінансову підтримку для сільськогосподарських товаровиробників, які виготовляють продукцію на території зі статусом "спеціальної сировинної зони", що відповідає санітарно-гігієнічним вимогам виготовлення продуктів дитячого і дієтичного харчування [4]. У наказі Міністерства аграрної політики України зазначено, що молокопереробні підприємства приймають екологічно чисте молоко відповідно до ДСТУ 3662-97 "Молоко коров'яче незбиране. Вимоги при закупівлі" [8]. Тут виникає суперечність: якщо молоко відповідає всім нормам ДСТУ 3662-97, але вироблене поза зонами, що мають статус "спеціальних сировинних", то воно не є "екологічно чистим" та непридатне для виготовлення продуктів дитячого харчування? Можна наводити й інші приклади суперечностей в законодавстві, але для того, щоб унеможливити зловживання термінами "екологічно чистий продукт", "органічне виробництво" з боку виробників, потрібно якнайшвидше прийняти закон "Про органічне виробництво", який би розставив всі крапки над "і".

Можливості виробництва екологічно чистої продукції в Україні реально існують. Так, Є.В. Милованов вважає, що вирощувати екологічно чисту продукцію в Україні можна в широких масштабах. Але перепорою є використання модифікації генів продуктів, опромінення продуктів для довшого збері-

гання та технології хімізації продукції, використання якої прижилося ще з радянських часів. Ці принципи виробництва продукції ефективні для виробника в плані швидкого виготовлення і тривалого зберігання, що позитивно впливає на його підприємницьку діяльність. Але з часом споживач може відмовитися від продукції інтенсивної технології, якщо на ринку появляться конкурентоспроможні сільськогосподарські продукти з тими ж характеристиками та складовими, які набуті продуктом у процесі природного розвитку [9]. Це станеться тоді, коли споживач буде достатньо поінформований про властивості такої продукції і її переваги. Інформаційну і пропагандистську діяльність повинна здійснювати, насамперед, держава.

Певні претензії існують і щодо виробників продукції. Зокрема, Х.З. Махмудов орієнтує підприємців на поступки для споживача щодо ціни та більше уваги приділяти екологічності. Адже споживач швидше заплатить менше за субститут, який "більш ніж влаштовує", аніж витратить гроші на дорожчі екологічно чисті продукти, купити які людина не завжди може собі дозволити [7].

Саме така ситуація спонукала нас дослідити ці та інші супутні проблеми, які виникають у споживача під час пошуку та вибору екологічно чистої продукції. **Метою цього дослідження** було на прикладі Західного регіону України донести до виробника необхідність популяризації споживання екологічно чистих та високопоживних продуктів харчування.

Ми опитали шляхом анкетування 302 студенти вищих аграрних навчальних закладів Львівщини віком 18-24 роки, які проживають у різних куточках Західного регіону України.

Результати виявилися досить несподіваними, адже побутує думка, що споживачі не достатньо обізнані щодо існування і користі властивостей екологічно чистої продукції. Дослідження засвідчили: 81 % опитаних ствердно відповіли на запитання "Чи знаєте Ви що таке екологічно чиста продукція?". Частині опитаних (17 %) важко було відповісти або ж вони не знайомі (2 %) з таким поняттям. Отже, серед респондентів є зацікавлення в продукції, яка була б екологічно чистою. Для 90 % опитаних важливо, щоб продукція була екологічно чистою. Тому виробник та служба маркетингу повинні спрямувати зусилля на дослідження попиту та збільшення обсягу виробництва такої продукції.

Практично в кожній п'ятій родині з опитаних є діти, які постійно споживають продукти дитячого харчування, вироблені з дотриманням екологічних технологій. Ще у 44 % родин респондентів екологічно чисту продукцію не вживає ніхто. На наш погляд, це пояснюється тим, що більшість опитаних проживає в місті (69 %), де немає спеціалізованих крамниць, супермаркетів, навіть відділень у великих супермаркетах для купівлі та вивчення попиту на таку продукцію. Водночас жителі сільської місцевості харчуються продуктами, вирощеними на власній ділянці за умов ведення біологічного землеробства, яке не має негативного впливу на продукцію, на ґрунт, на людину [1].

Упродовж 2007-2008 рр. ми здійснили незалежне опитування серед студентів аграрних вищих навчальних закладів Західного регіону України ві-

ком 18-25 років з такого питання: "Чи готові Ви платити за екологічно чисту продукцію більше і отримувати якісний товар, ніж за звичайну?".

Ми з'ясували, що серед молодих людей віком 18-25 років поширене прагнення купувати екологічно чисту продукцію і вони готові платити за це більшу ціну порівняно з ціною за аналогічні продукти, вироблені за традиційними технологіями, навіть за низького (до 600 грн/місяць) рівня статків (рис. 1).

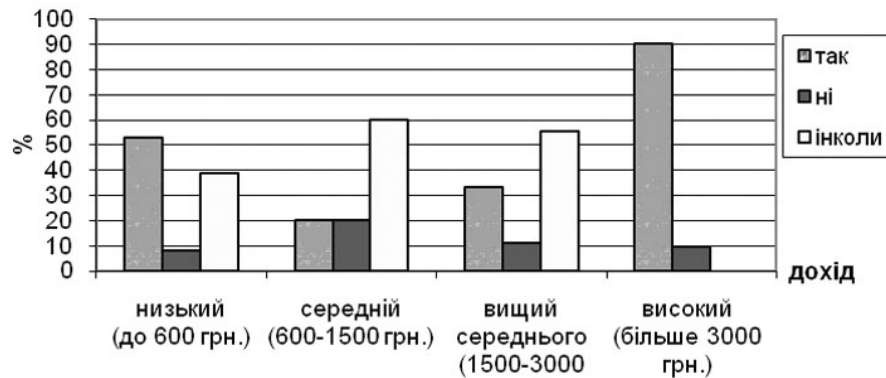


Рис. 1. Попит на екологічно чисту продукцію залежно від матеріальних статків опитаного населення (2007-2008 рр.)

Можна зробити припущення, що в разі появи такої продукції на прилавках супермаркетів, чи відкриття спеціалізованих екологічних магазинів, вона користуватиметься високим попитом не тільки у студентів, але й інших категорій населення.

Отже, екологічно чиста продукція – невід'ємна складова повсякденного харчового раціону кожної людини. Потреба у ній підтверджується як на теоретичному, так і на практичному рівнях. 81 % респондентів нашого дослідження погоджуються, що населення не достатньо проінформоване щодо переваг вживання екологічно чистої продукції.

Ми вивчили також питання щодо думки респондентів у процесі перегляду рекламних матеріалів про продукти харчування і на запитання "На що у рекламі Ви звертаєте увагу?", отримали такі результати (рис. 2). Дослідження показують, що у рекламному перегляді споживачі віддають перевагу бренду та ціні. Отже, для виробників цього виду продукції основне – більше реклами екологічно чистої продукції, облаштування куточків екологічно чистої продукції в супермаркетах із зразками продукції, здійснення акцій і т. ін. З часом сільськогосподарське виробництво екологічно чистих продуктів почне приносити вагомий прибуток. Із збільшенням попиту ціна знизиться і екологічно чисті продукти зможуть бути доступними для кожного мешканця країни.

Продуктивність сільськогосподарського виробництва значною мірою залежить від культури землеробства, рівня забезпечення рослин поживними речовинами, науково обґрунтованим співвідношенням макро- та мікроелементів у ґрунті [1-3].

Аналіз статистичних даних за період 1990-2007 рр. показав, що норми внесення органічних добрив на орних землях України значно зменшилися, однак внесення мінеральних добрив з 2000 р. збільшуються (рис. 3). У 2007 р., порівняно з 2000 р., вони зросли на 6294,4 тис. га (66 %), тоді як під органічним удобренням зменшились на 250,2 тис. га (51 %).

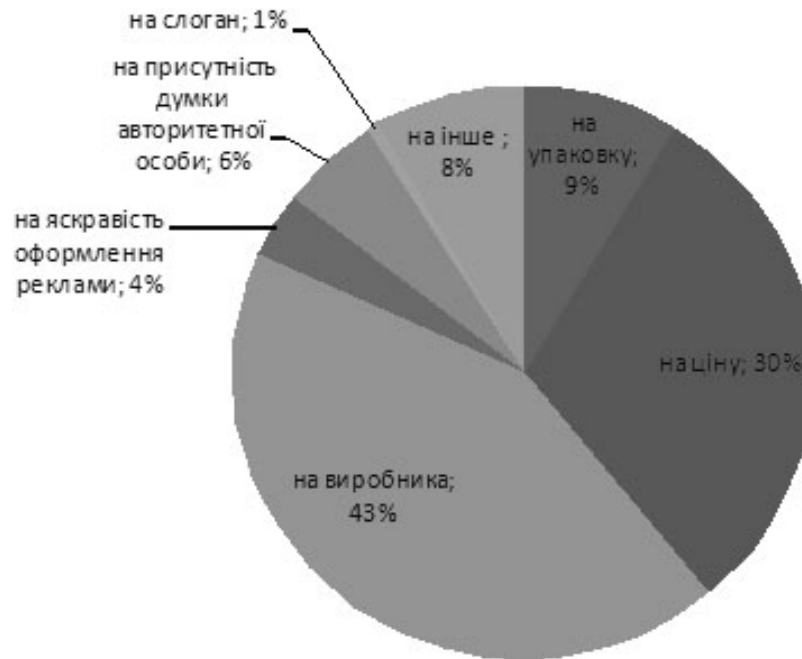


Рис. 2. На що в рекламі споживач звертає увагу (2007-2008 рр.)



Рис. 3. Площа під удобреними культурами сільськогосподарських підприємств України [10]

На сучасному етапі формування екологічного напрямку розвитку сільськогосподарського виробництва існують його прихильники і противники. Все ж більшість схиляється до думки, що майбутнє за органічним виробництвом. П. Коротич у своєму дослідженні наголошує на практичних позитивних моментах та вигоді від ведення органічного землеробства [5].

Виробництво і споживання екологічно чистих продуктів харчування і збереження довкілля – проблема сьогоdnішнього і завтрашнього дня. Адже із вступом України до СОТ, проведення чемпіонату Євро-12 значно розширюються можливості для виходу на світовий ринок. При цьому зростає відповідальність вітчизняних товаровиробників щодо виробництва конкурентоспроможної якісної продукції, яка повинна відповідати світовим стандартам якості.

Таким чином, в Україні є всі передумови для розвитку екологічно чистого виробництва. Законодавча база є основним підґрунтям для цього. Закон "Про органічне виробництво" вже прийнято в першому читанні, а це добрий знак, що невдовзі ми матимемо чітко визначені рамки виробництва і збуту екологічно чистої продукції і буде повністю реалізоване право українця на безпеку здоров'я. Далі – вибір за нами.

Література

1. Бегей С.В., Шувар І.А. Екологічне землеробство : підручник. – Львів : Вид-во "Новий Світ-2000". – 2007. – 429 с.
 2. Кисіль В.І. Агрохімічні аспекти екологізації землеробства. – Харків : Вид-во "13 типографія", 2005. – 167 с.
 3. Кисель В.И. Биологическое земледелие в Украине: проблемы и перспективы. – Харьков : Изд-во "Штрих", 2000. – 162 с.
 4. Кобець М. Органічне сільське господарство – що це таке? // Пропозиція. – 2006. – № 6. – С. 58-62. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.idea2000.com.ua>.
 5. Коротич П. Органічне землеробство: швидше хобі, ніж бізнес // Пропозиція. – 2006. – № 8. – С. 8-9.
 6. Лайко П.А. Безпека харчування – запорука здоров'я / П.А. Лайко, М.Ф. Бабієнко, Є.А. Бузовський // Економіка АПК. – 2004. – № 10. – С. 38.
 7. Махмудов Х.З. Маркетинг у сфері виробництва екологічно чистої продукції // Економіка АПК. – 2006. – № 2. – С. 114-118.
 8. Наказ Міністерства Аграрної політики України "Про затвердження Порядку використання бюджетних коштів на виплату державних дотацій сільськогосподарським товаровиробникам усіх форм власності за продане ними молокопереробним підприємствам екологічно чисте молоко для виготовлення спеціальних продуктів дитячого харчування у 2004 р.". [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.uazakon.com>.
 9. Павлюк И. Органический подход // Украинская техническая газета. – 2008. – № 52. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.tehnicka.com>.
 10. Статистичний щорічник України за 2006 рік. (ел. видання).
-