

ПРОБЛЕМЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИУМА И РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА



Костоглодов Дмитрий Дмитриевич,

д. э. н., профессор, декан факультета «Торговое Дело», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
d.d.kostoglodov@yandex.ru



Бондаренко Виктория Андреевна,

д.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и реклама», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
Vikodiver@yandex.ru



Гуськов Андрей Игоревич,

аспирант кафедры «Маркетинг и реклама», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
ecsn@sciex.ru

В статье рассматривается диспаритет производства продуктов питания и роста народонаселения в планетарном масштабе, анализируются различные тенденции разрешения указанного диспаритета. Методом выбора в настоящее время представляется экологический маркетинг, позволяющий рационализировать производство и распределение продуктов питания без роста социальной напряженности в социумах и излишней экологической нагрузки на территории.

Ключевые слова: диспаритет; продовольствие; экологический маркетинг; экологически чистые продукты питания.

Прогресс в производстве товаров и услуг и рост уровня жизни в современном обществе сопровождаются многочисленными экологическими проблемами. Их связь с потреблением и качественными характеристиками продуктов питания является несомненной. Соответственно, необходимо выявление корневых причин появления указанных проблем в исторической ретроспективе, оформление научных взглядов на их появление и попыток их разрешения, предпринятых человечеством. Актуальными представляются выявление места и роли экологического маркетинга в разрешении проблем обеспечения продовольственными ресурсами растущего населения при нанесении минимального вреда обществу и окружающей среде.

Исследовательской задачей данной статьи мы видим анализ существующих проблем с обеспечением социума продовольствием, ростом интереса к экологически чистой продукции и ролью экологического маркетинга на продовольственном рынке.

Демонстрацией интереса к экологически чистой продукции в области продовольствия в России является существование телепередач, в которых проводится публичная экспертиза продуктов питания, предназначенных для массового потребления. Причем продукция, подвергаемая указанной экспертизе, закупается с прилавков крупных супермаркетов в разных городах России (данный вопрос подробно рассматривался в статье [1]). Дополнительно интерес к данной проблеме иници-

ируется различными скандалами в СМИ в связи с ненадлежащим качеством различных продуктовых позиций, послуживших причиной расстройства здоровья потребителей. На общественной и политической арене появились многочисленные организации, призывающие к законодательным инициативам в вопросах обеспечения экологически чистой продукцией. На различных конференциях всевозможных уровней обсуждаются вопросы о необходимости возврата к прошлому, когда продукция не содержала вредных для здоровья человека примесей. В частности, на конференции «Экологическое сельское хозяйство» прозвучало, что: «Нам требуется 100 процентов экологического сельского хозяйства, потому что только это является серьезной альтернативой обычному