

Концептуальные основы продвижения органической продукции в Украине

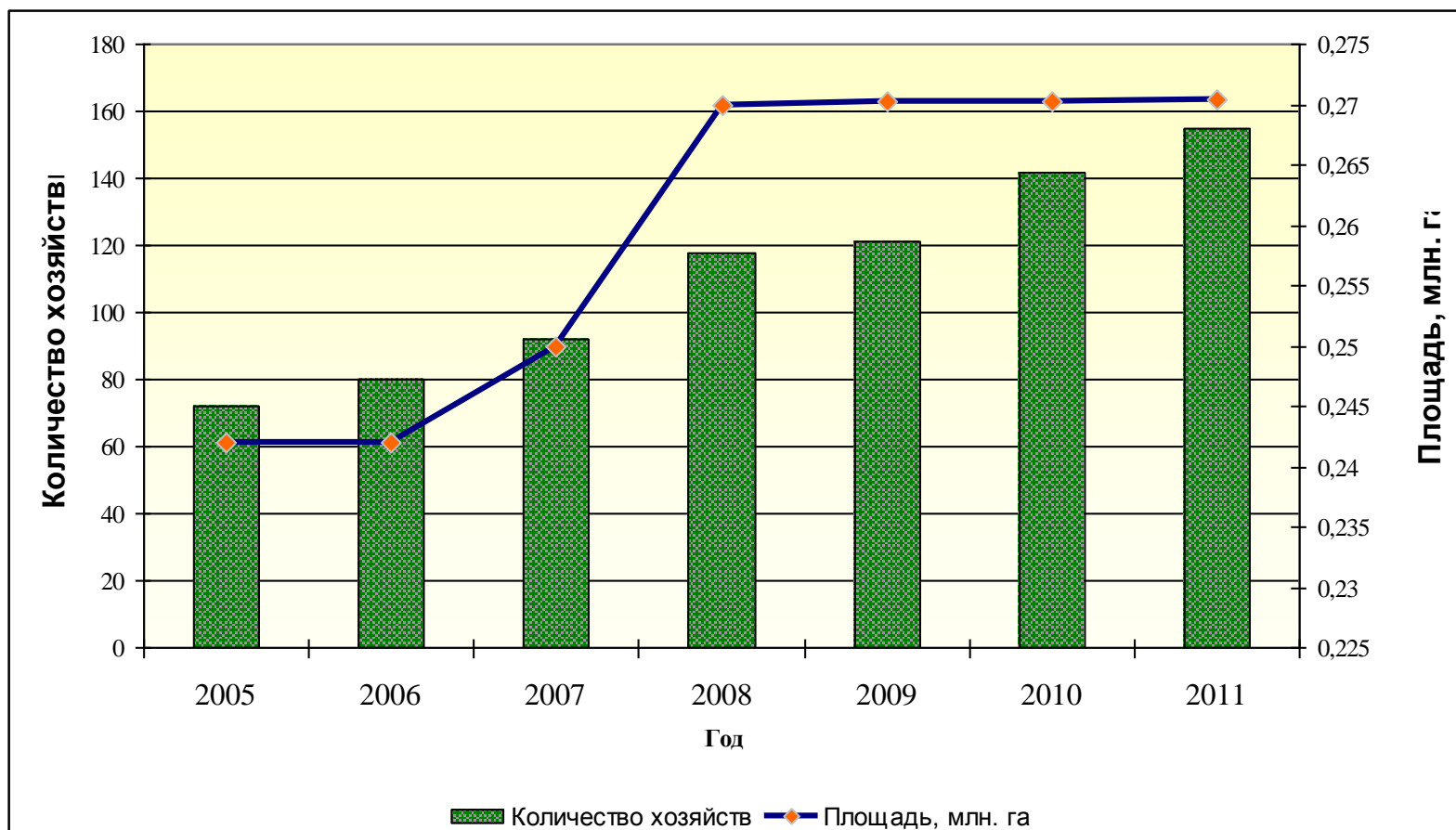
Кропивко Дарина Сергеевна

*аспирант Национального университета водного хозяйства и
природопользования (г. Ровно, Украина)*

Научный руководитель:

д.э.н. Скрипчук Петр Михайлович

Динамика площади органических сельскохозяйственных угодий и количества органических хозяйств в Украине



Расчёт показателей маркетинга территории Сарненского района Ровенской области

$$R_r = \sum_{i=1}^n \alpha_i \cdot R_i$$

α_i – коэффициент весомости, который характеризует конкретный показатель качества окружающей среды по отношению к общему числу показателей. Рассчитывается по формуле:

$$\alpha_i = \frac{x_i^n}{\sum_{i=1}^n x_i^n}$$

R_i - средние рассчитанные арифметические индексы качества окружающей среды.

$$R_i = \sum_{i=1}^n \frac{\alpha_i \cdot x_i}{x_i + (1 - \alpha_i)}$$

Сводные показатели маркетинга территории Сарненского района Ровенской области

Показатель	Сумма значений показателей x_i для Ровенской области	Сумма значений показателей x_i для Сарненского района	$R_r^{\text{сравн}}$	$R_r^{\text{Сарн}}$
Блок показателей, которые характеризуют состояние атмосферного воздуха	907,5	555	0,117639	0,114342
Блок показателей, которые характеризуют состояние водных ресурсов	604,293	200,051	0,010738	0,005381
Блок показателей, которые характеризуют состояние земельных ресурсов	232,4	145,7	0,001948	0,00227
Блок показателей, которые характеризуют состояние лесных ресурсов	60	50,3	0,00063	0,001297
Блок показателей, которые характеризуют состояние природно-заповедного фонда	26	14,84	2,6E-05	2,1E-05
Интегральные показатели состояния окружающей среды	14	11,05	1,08E-05	1,71E-05
Блок социально-демографических и экономических показателей	527	406,3	0,008863	0,014959
Сумма	2371,193	1383,241	<u>0,139854</u>	<u>0,138288</u>

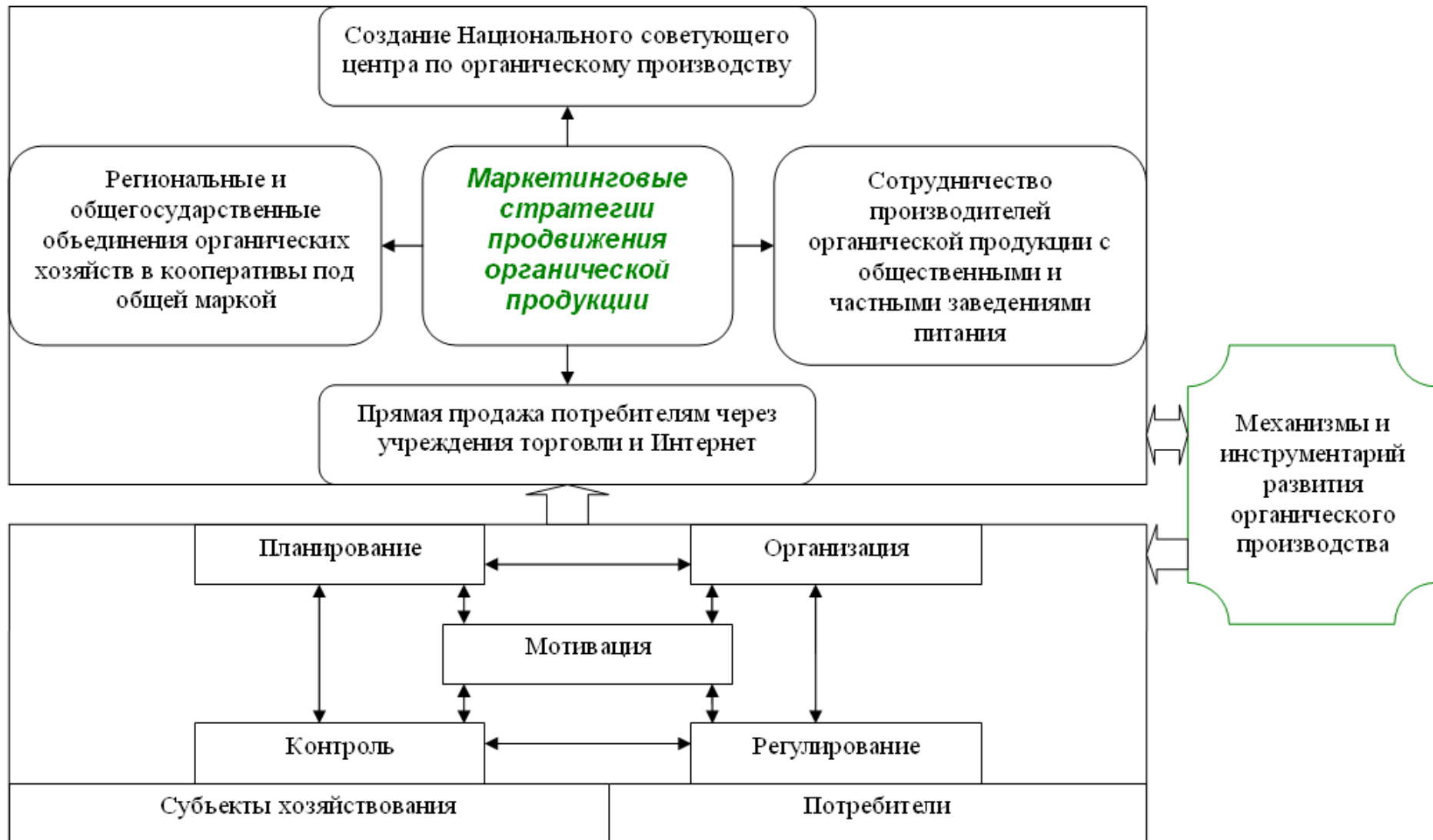
Матрица SWOT-анализа рынка органической продукции в Украине

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
Постоянное увеличение количества органических хозяйств	Отсутствие маркетинговых исследований и стратегий сбыта органической продукции
Объективные возможности сельских производителей по производству органической продукции	Низкий уровень осведомлённости потребителей о преимуществах органической продукции
Увеличение доли органической продукции в общем объёме реализованной продукции	Более высокие цены на органическую продукцию по сравнению с её не сертифицированными аналогами
Значительные преимущества органической продукции для здорового питания населения	Отсутствие действенного механизма страхования рисков в сельскохозяйственном производстве
Расширение разновидностей продукции, улучшение качества	Недостаточный ассортимент органической потребительской корзины

Матрица SWOT-анализа рынка органической продукции в Украине

<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
Создание законодательной базы, которая регламентировала бы процессы производства, хранения и реализации органической продукции	Рынок органической продукции в Украине не сформирован
Развитие сельскохозяйственной кооперации и логистики	Сложность и дороговизна проведения европейской органической сертификации
Осуществление государством дотирования органической продукции, направляемой на питание детей в учреждениях образования и медицины	Резкий рост объёмов продукции с необоснованной и недостоверной информацией на упаковке
Повышение осведомленности и доверия потребителей к органической продукции	Восприятие органической продукции как недоступной большинству потребителей
Привлечение частных инвестиций в рынок органической продукции	Отсутствие экологической сертификации органической продукции на государственном уровне

Маркетинговые стратегии продвижения органической продукции в Украине



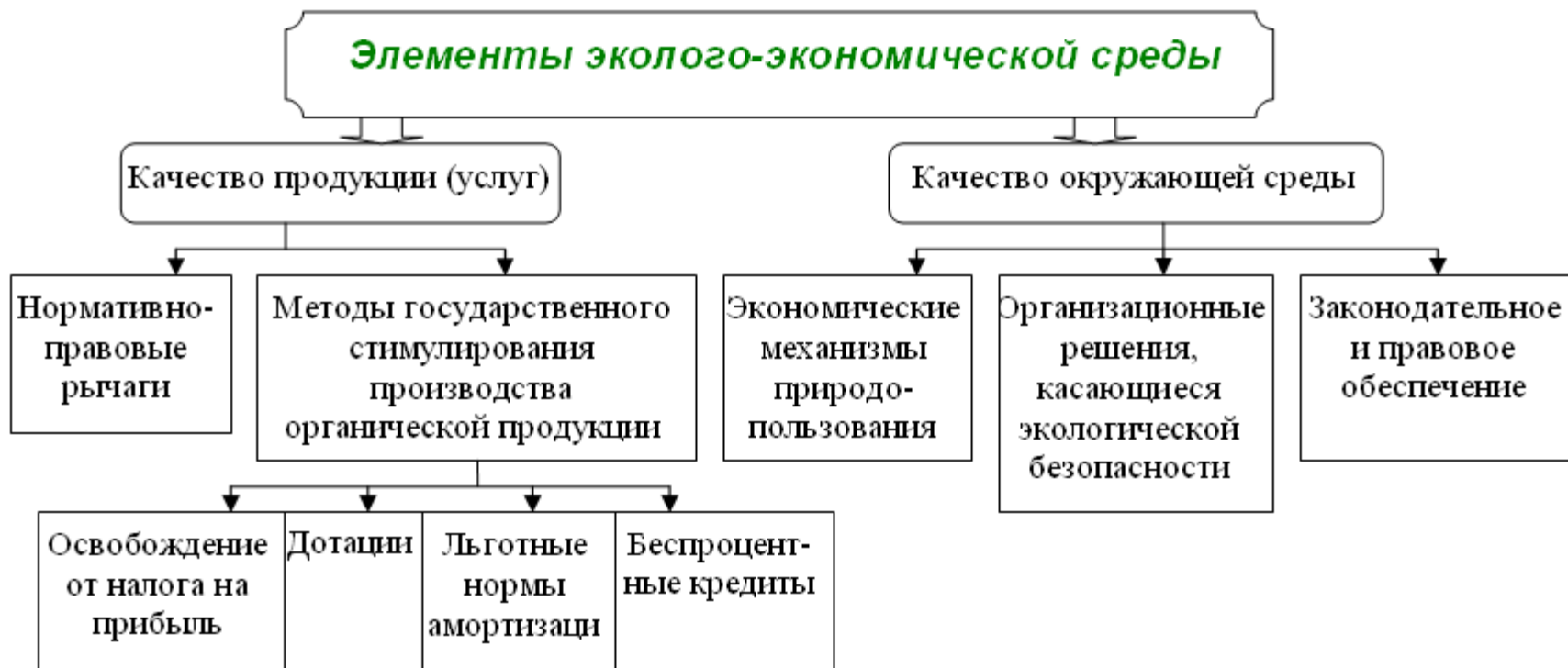
Механизмы и инструментарий развития органического производства



Факторы, оказывающие влияние на стратегию маркетинга предприятия-производителя органической продукции



Элементы эколого-экономической среды



Алгоритм продвижения органической продукции

- *создание Национального консультационного центра по органическому производству;*
- *создание Национальной системы сертификации органического производства, органов экологической сертификации, аккредитация органов сертификации;*
- *создание региональных и общегосударственных объединений органических хозяйств в кооперативы под общей маркой;*
- *создание специализированных мест на оптовых рынках с целью реализации органической продукции через розничную сеть;*
- *сотрудничество производителей органической продукции с общественными и частными заведениями питания;*
- *создание специальных магазинов, отделов, полок для продажи органических продуктов;*
- *осуществление государством прямой финансовой поддержки путём осуществления субсидий и дотаций;*
- *включение образовательных курсов по органическому сельскому хозяйству в программы ВУЗов.*

Спасибо за внимание!