

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. В.И. ВЕРНАДСКОГО»

*На правах рукописи*



**Митина Элла Александровна**

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЛОКАЛЬНЫХ РЫНКОВ  
ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ НА ОСНОВЕ ЭФФЕКТИВНОЙ  
СИСТЕМЫ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ**

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(региональная экономика)

**ДИССЕРТАЦИЯ**

на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук



Научный руководитель:

Ярош Ольга Борисовна,

доктор экономических наук, доцент

Симферополь – 2022

## Оглавление

Введение	4
Глава 1 Теоретико-методические основы формирования и развития локальных рынков органической продукции	16
1.1 Экономическое содержание и современные подходы к изучению процесса локализации	16
1.2 Теоретические аспекты формирования и развития локальных рынков	28
1.3 Особенности институционального обеспечения формирования рынка органической продукции	41
1.4 Методические основы формирования системы метрик для диагностики состояния рынка органической продукции с учетом специализации региона	49
Глава 2 Оценка потенциала развития локальных рынков органической продукции на региональном уровне	63
2.1 Выявление перспективных кластеров для производства органической продукции в регионе с применением ГИС-технологий	63
2.2 Оценка потенциальной емкости рынка органической продукции на основе кластеризации региона	77
2.3 Анализ конкурентоспособности локальных рынков органической продукции	100
Глава 3 Формирование эффективных кластеров пространственного распределения органической продукции в Республике Крым	121
3.1 Перспективы развития органического сельского хозяйства в административно-территориальных единицах	121

3.2 Концептуальная модель формирования территориальных кластеров распределения органической продукции	144
3.3 Стратегические направления формирования и развития локальных рынков органической продукции	162
Заключение	176
Список литературы	179
Приложение А Сравнительные анализ отечественной и мировой стандартизации рынка органической продукции	201
Приложение Б Анкета для проведения полевого исследования с целью выявления социально-демографического профиля населения, потребляющих органическую продукцию	204
Приложение В Частные показатели, характеризующие уровни конкурентоспособности локальных рынков органической продукции	207
Приложение Г Некоторые виды маркировки органической продукции	208
Приложение Д Анкета для проведения полевого исследования с целью выявления приоритетных каналов распределения органической продукции для населения	209
Приложение Е Балльная оценка каналов распределения органической продукции	210
Приложение Ж Балльная оценка факторов, преобладающих при выборе населением каналов распределения органической продукции	211
Приложение З Степень важности каналов распределения органической продукции	212
Приложение И Наличие точек присутствия каналов распределения органической продукции на локальных рынках в Республике Крым	213
Приложение К Степень лояльности населения к каналам распределения органической продукции на локальных рынках в Республике Крым	214
Приложение Л Акты о внедрении результатов исследования	215

## Введение

**Актуальность темы исследования.** В современных условиях хозяйствования значительную роль в развитии региона играют локальные рынки. Это связано с обеспечением рабочих мест, выстраиванием звеньев логистических цепей при продвижении продукции с учетом производственной специализации. Формирование локальных рынков способствует созданию и развитию новых рынков продукции, качественно изменяющих структуру спроса и предложения, оказывающих существенное влияние на трансформацию экономики региона.

Локальные рынки органической продукции имеют весомое значение в рыночной экономике, выступают катализатором решения проблем национальной продовольственной безопасности, повышения качества и уровня жизни населения. Изучение тенденций и закономерностей их функционирования будет способствовать идентификации статуса Российской Федерации как нетто-экспортера данной продукции, поскольку российский аграрный сектор имеет значительный потенциал для расширения масштабов органического производства, однако на сегодняшний день эта сфера находится на начальных этапах формирования и становления. Основными причинами развития такого сценария являются недостаточно сложившаяся инфраструктура, несовершенная правовая база, низкий уровень спроса на органику из-за слабой осведомленности населения о данном виде продукции, недостаточно сформированная система пространственного распределения органических товаров.

Меры по стимулированию спроса, предложения и поддержки национального производителя могут предусматривать субсидии на производство, переработку, инвестиции, а также продвижение экспорта органических продуктов и их популяризацию. Это позволит сформировать условия для постепенного перехода к высокотехнологичному инновационному региональному рынку в рамках

реализации приоритетного направления FoodNet, Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации до 2035 г., Федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2025 года».

Следует отметить, что выделение перспективных кластеров<sup>1</sup> для ведения органического сельского хозяйства в Республике Крым связано со значительным потенциалом рынка сбыта. Также данный регион выбран в качестве пилотного для апробирования различных моделей хозяйства, особенно с учетом функционирования на его территории Свободной экономической зоны, образованной с 1 января 2015 г. согласно ФЗ № 377-ФЗ от 29.11.2014 «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоне на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя», сроком на 25 лет с возможностью его продления.

Ключевую роль на данном этапе становления сектора органического сельского хозяйства играет разработка и апробация новых инструментов для оценки возможностей формирования и развития локальных рынков органической продукции. Это позволит создать основы для формирования стратегических направлений с целью их развития, что обусловило актуальность выбранной темы.

**Степень разработанности проблемы.** Исследование базируется на фундаментальных и прикладных работах отечественных и зарубежных ученых. Так, теоретические аспекты формирования и развития локальных рынков продукции описаны в работах Е. Абрамовой, В. Беляева, А. Гелана, М. Казакова, П. Кругмана, М. Мелица, В. Науде, М. Никитиной, М. Портера, Л. Ресмини, Н. Хансена, Э. Чемберлина. Методики оценки возможностей формирования и развития локальных и региональных рынков на основе метрик разработаны Т. Амблером, Л. Борисоглебской, К. Геральдом, Н. Колодиной, Р. Куппером, О. Ойнером, А. Пилько, К. Сампайо, Дж. Хаузером, Дж. Элко.

Учеными А. Авиловой, Ю. Акимовой, Н. Балашовой, Б. Бондаревым,

---

<sup>1</sup> локализованная концентрация широкого круга стейкхолдеров в рамках административно-территориальной единицы

Е. Гаваза предложены перспективные направления развития рынка органической продукции. Проблемы его формирования выявлены в трудах И. Дитрих, А. Егорова, Ж. Соколовой, Д. Толеубаевой, С. Хасановой. Методам регрессивного моделирования прогнозно-аналитических оценок емкости рынка посвящены публикации В. Будашевского, О. Воищевой, А. Силаевой, В. Теняковой, П. Терелянского, Н. Фоминой. Теоретические и методологические вопросы конкурентоспособности региона нашли свое отражение в статьях Н. Вельгош, Д. Еременко, В. Збарского, С. Змияка, Н. Кальковой, С. Кальченко, Н. Корецкой, Н. Мартынюк, И. Митрофановой, С. Пьянковой, В. Реутова.

Изучением проблем пространственного распределения продукции занимались Дж. Бартельс, К. Келлер, Ф. Котлер, М. Рейндерс, Д. Уотерс, Г. Шпехт, О. Ярош. Несмотря на значительный научный задел, данная проблематика оставляет пространство для дальнейшего научного поиска, что связано с практической потребностью и целевым запросом на новую модель регионального развития, основой которой должно стать эффективное функционирование локальных рынков органической продукции.

**Цель и задачи исследования.** Целью диссертационной работы является разработка научно-методических подходов и практических рекомендаций по формированию и развитию локальных рынков органической продукции при оптимизации системы пространственного распределения.

Реализация поставленной цели определила необходимость решения следующих задач:

- систематизировать теоретические основы исследования локальных рынков в условиях локализации и развития региональной экономики;
- обосновать оценку потенциальной емкости локальных рынков органической продукции в регионе на основе кластерного распределения органической продукции;
- провести эконометрический анализ конкурентоспособности локальных рынков органической продукции с учетом социальных и экономических показателей развития;

– рассмотреть процесс формирования территориальных кластеров пространственного распределения органической продукции региона;

– сформировать систему развития локальных рынков органической продукции в Республике Крым.

**Объектом исследования** являются локальные рынки органической продукции.

**Предметом исследования** выступают организационно-экономические отношения, возникающие в процессе формирования локальных рынков органической продукции с учетом особенностей развития системы пространственного распределения.

**Полигон исследования** представлен локальными рынками в границах административно-территориальных единиц Республики Крым.

**Соответствие паспорту научных специальностей ВАК.** Область исследования соответствует паспорту научных специальностей ВАК Минобрнауки России по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика): п. 3.7. «Локальные рынки, их формирование, функционирование и взаимодействие; межрегиональная торговля. Теория новой экономической географии».

**Гипотеза научного исследования** заключается в том, что представленные в диссертации положения обосновывают теоретико-методическую возможность осуществления комплексной оценки региональной системы развития локальных рынков органической продукции, что позволяет сформировать разные сценарии их развития с учетом модернизации пространственного распределения. Эффективное пространственное распределение органической продукции основано на формировании кластеров, отличающихся по специфике спроса и потенциальной емкости локальных рынков.

**Научная новизна результатов исследования** состоит в разработке теоретических положений и практических рекомендаций по формированию и совершенствованию комплексной региональной системы развития локальных рынков органической продукции на основе ее эффективного пространственного

распределения и стратегических ориентиров развития экономики региона.

Наиболее значимыми результатами исследования, обладающими научной новизной, являются следующие:

1. Предложен системный подход к комплексной диагностике системы пространственного распределения с учетом расширения представления о возможностях ее эффективного функционирования и о содержании локальных рынков органической продукции (п. 3.7 паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05, гл. 1, § 1.2, § 1.4).

2. Разработана экспериментальная методика оценки потенциальной емкости локальных рынков, применяющаяся в условиях неполноты информации на основе инструмента пространственно-временной интерпретации статистики, позволившая выявить пять типов органических потребительских кластеров (п. 3.7 паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05, гл. 2, § 2.2).

3. Усовершенствован и апробирован алгоритм анализа и оценки социальной и экономической конкурентоспособности локальных рынков органической продукции в регионе с целью их последующей дифференциации (п. 3.7 паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05, гл. 2, § 2.3).

4. Предложена концептуальная модель формирования территориальных кластеров органической продукции на основе геоинформационных профилей территорий с учетом определяемого высокого, среднего или низкого уровня лояльности населения к каналу пространственного распределения (п. 3.7 паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05, гл. 3, § 3.2).

5. Предложена региональная система развития локальных рынков органической продукции, базирующаяся на стратегических ориентирах и целевых установках мониторинга их функционирования, позволяющая сформировать возможные сценарии развития локальных рынков органической продукции оптимистического, инерционного и пессимистического характера (п. 3.7 паспорта специальности ВАК РФ 08.00.05, гл. 3, § 3.3).

**Теоретическая значимость исследования.** Теоретическая значимость работы заключается в развитии теоретико-методических подходов к рассмотрению



процесса локализации, позволяющих сформировать стратегические направления развития локальных рынков органической продукции на основе эффективной системы пространственного распределения. Полученные в работе выводы и предложения развивают и дополняют положения региональной экономики в части развития теории рынков.

**Практическая значимость исследования.** Прикладные результаты могут быть использованы при моделировании сценариев развития локальных рынков, органического производства и потребления данной продукции в регионе. Результаты диссертационной работы могут применяться местными органами власти при формировании оптимальной системы пространственного распределения органической продукции, поддержке региональных органических товаров и для определения стратегических направлений развития локальных рынков.

Материалы диссертации могут быть внедрены в учебный процесс образовательных организаций высшего образования при преподавании дисциплин: «Маркетинг территорий», «Инфраструктура товарных рынков».

**Теоретико-методологическая база исследования** базируется на теоретических положениях современных научных воззрений отечественных и зарубежных ученых, раскрывающих возможности формирования локальных рынков.

Методологической основой исследования послужил междисциплинарный подход, включающий применение геоинформационных технологий при анализе локальных рынков органической продукции.

**Информационно-эмпирическая база исследования.** В ходе выполнения диссертационной работы использовались официальные данные Управления Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю, Национального органического союза, Научно-исследовательского института органического сельского хозяйства, Правительства Республики Крым, Министерства сельского хозяйства Республики Крым; первичные данные, полученные в ходе масштабных опросов населения, проживающего в Республике

Крым, результаты экспертных оценок.

**Нормативно-правовая база исследования** представлена рядом законодательных и нормативных актов Российской Федерации, отраслевыми нормативными актами министерств и ведомств Российской Федерации, постановлениями, программами и проектами Министерства экономического развития Республики Крым и Министерства сельского хозяйства Республики Крым.

**Методология и методы исследования.** Для получения достоверных результатов применены: статистические методы, в частности регрессионный и корреляционный анализ при оценке возможностей производства органической продукции в регионе; факторный анализ для оценки уровня лояльности населения к каналам пространственного распределения. Экономико-математические методы, в части применения эмпирического правила Парето, для расчета индекса дисгармонии территорий; методы прогнозирования, моделирования и экстраполяции для оценки объемов потенциального спроса на органическую продукцию и расчета потенциальной емкости рынка.

Методы экспертных оценок и опроса для выявления важности каналов распределения, оценки уровня состояния локальной конъюнктуры и расчета интегрального показателя социальной и экономической конкурентоспособности. Геоинформационные методы, в частности метод классификации естественных границ по Джексону для визуализации органических кластеров в рамках административно-территориальных единиц. Общенаучные методы сравнения, анализа и синтеза, дедуктивный и аналитический подход применялись для разработки авторских методик, алгоритмов и подходов к исследованию.

Методы статистической обработки и экономико-математического моделирования реализованы в программных пакетах Vortex 10.0, SPSS 22.0, экономический анализ и обработка данных осуществлена с использованием одномерных и многомерных распределений, представленных в кросс-таблицах. Картографирование с применением ГИС-технологий осуществлялось с помощью программного комплекса ArcGIS 10.4.1.

### **Основные положения диссертации, выносимые на защиту:**

1. Комплексная диагностика локальных рынков, основанная на авторской системе метрик, представляет последовательное выявление современного состояния локальных рынков с точки зрения производственной специализации административно-территориальных единиц, степени развитости системы пространственного распределения органической продукции и сложившейся конъюнктуры рынка.

2. Кластерное распределение органической продукции в регионе отличается по специфике спроса населения на данную продукцию, что связано с социально-демографическими, экономическими показателями и уровнем жизни населения. При этом выделение кластеров обусловлено следующими факторами: уровень доходов населения, принадлежность территорий к курортно-рекреационной зоне, сельскохозяйственная специализация, плотность населения, концентрация каналов распределения органической продукции.

3. Конкуренентоспособность локальных рынков показывает возможность развития каналов пространственного распределения рынка органической продукции, зависящей от уровня социальной и экономической конкурентоспособности и включающей такие факторы как: уровень использования фермерскими хозяйствами площадей сельскохозяйственных угодий и их качества для ведения органического хозяйства, численности постоянно проживающего населения, среднего уровня доходов и потенциальной емкости локальных рынков.

4. Концептуальная модель формирования территориальных кластеров учитывает пространственное распределение органической продукции, что позволяет провести сегментационный мониторинг и выделить ведущие критерии, определяющие потребительский спрос на органическую продукцию в каналах распределения.

5. Региональная система развития локальных рынков органической продукции направлена на модернизацию пространственного распределения органической продукции в рамках разных сценариев их функционирования, позволяющих учесть стратегические ориентиры при выполнении национальных

задач, связанных с реализацией национальной технологической инициативы FoodNet и перспектив научного технологического развития России в части перехода к высокопродуктивному и экологически чистому агрохозяйству, а также обеспечения безопасными и качественными продуктами питания населения региона.

**Степень достоверности результатов исследования** определяется его теоретической и методической базой, отвечающей поставленным целям и задачам, использованием актуальной и достоверной эмпирической информации для обоснования полученных результатов. Все результаты, выносимые на защиту, получены автором лично.

**Апробация результатов исследования.** Исследования и результаты, представленные в диссертации, получили поддержку РФФИ по проекту «Рынок органической сельскохозяйственной продукции: формирование товародвижения и прогнозирования конъюнктуры в регионе» №17-32-00009-ОГН. Теоретические и концептуальные результаты отражены в научных разработках Института экономики и управления, в том числе в рамках реализации инициативных НИР: «Региональный маркетинг и нейрокогнитивные технологии в системе социально-экономического развития: стратегия и тактика продвижения» № АААА-А21-121011390029-9, «Исследование трансформаций хозяйственных связей и торговой политики Республики Крым в условиях реализации федеральных целевых программ» № АААА-А16-116051910077-2.

Основные положения диссертационной работы были доложены и обсуждены на 6 международных, всероссийских, межрегиональных и региональных научно-практических конференциях (с 2016 по 2020 г.): «Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем» (г. Челябинск, 2020), «Рынки будущего: локация Пермский край» (г. Пермь, 2020 г.), «Анализ, моделирование, управление, развитие социально экономических систем (АМУР-2020)» (г. Судак, 2020 г.), «Теория и практика экономики и предпринимательства» (г. Гурзуф, 2018 г.), «Актуальные проблемы коммерции и предпринимательства» (г. Симферополь, 2018 г.), «Отраслевые особенности развития экономики

регионов» (г. Керчь, 2016 г.), «Молодая наука» (г. Евпатория, 2016 г.).

Основные положения и материалы диссертации были применены в учебном процессе Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского по дисциплинам «Маркетинг территорий», «Инфраструктура товарных рынков» (Справка о внедрении № 12/12-12/38 от 21.01.2022 г.). Прикладные результаты работы используются в деятельности Министерства экономического развития Республики Крым (Справка о внедрении № 12/277 от 21.01.2022 г.), Министерства сельского хозяйства Республики Крым (Справка о внедрении № 14/2840 от 13.12.2021 г.), Союза «Торгово-промышленная палата Республики Крым» (Справка о внедрении № 722 от 14.12.2021 г.).

**Публикации.** По теме диссертации опубликовано 18 научных работ общим объемом – 10,77 п.л. (авторских – 8,54 п.л.), в том числе 8 статей – в рецензируемых изданиях, входящих в Перечень ведущих рецензируемых изданий ВАК РФ, 3 статьи из списка Scopus и Web of Science и 1 раздел монографии.

**Структура и объем диссертации.** Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы, включающего 178 наименований, а также 11 приложений. Основная часть работы изложена на 175 страницы, содержит 84 рисунка, 9 таблиц.

**Во введении** представлена актуальность темы исследования, степень ее разработанности, цели и задачи, представлены объект и предмет исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, методология и методы исследования, положения, выносимые на защиту, степень достоверности и апробация результатов, структура работы.

В **первой главе** диссертационной работы «**Теоретико-методические основы формирования и развития локальных рынков органической продукции**» на основе систематизации теоретических положений к исследованию процессов локализации, расширены существующие подходы к содержательной трактовке понятийного аппарата, обоснована авторская методика комплексной диагностики состояния локального рынка органической продукции с учетом специфики региона и возможностей функционирования локальных рынков

органической продукции; проведена классификация метрик в зависимости от сферы их применения для оценки перспектив развития системы пространственного распределения.

Во **второй главе «Оценка потенциала развития локальных рынков органической продукции на региональном уровне»** выявлены перспективные кластеры для производства органической продукции в регионе с применением ГИС-технологий; оценена потенциальная емкость локальных рынков органической продукции в результате чего выделено пять типов органических потребительских кластеров, дифференцируемых в зависимости от специфики спроса населения; проведен анализ социальной и экономической конкурентоспособности локальных рынков органической продукции для определения лидирующих и депрессивных административно-территориальных единиц.

В **третьей главе «Формирование эффективных кластеров пространственного распределения органической продукции в Республике Крым»** определены перспективы развития органического сельского хозяйства в административно-территориальных единицах; разработана концептуальная модель территориальных кластеров пространственного распределения органической продукции на основе их картографирования методом естественных границ по Джексону; предложена региональная система развития локальных рынков органической продукции, базирующаяся на стратегических ориентирах их развития в рамках реализации трех возможных сценариев.

В **заключении** приведены основные итоги проведенного исследования, рекомендации и перспективы дальнейшей разработки темы.

В **приложениях** к диссертационной работе представлены сравнительный анализ отечественной и мировой стандартизации рынка органической продукции; анкета для проведения полевого исследования с целью выявления социально-демографического профиля населения, потребляющих органическую продукцию; частные показатели, характеризующие уровни конкурентоспособности локальных рынков органической продукции; некоторые виды маркировки органической продукции; анкета для проведения полевого исследования с целью выявления

приоритетных каналов распределения органической продукции для населения; балльная оценка каналов распределения органической продукции; балльная оценка факторов, преобладающих при выборе населением каналов распределения органической продукции; степень важности каналов распределения органической продукции; степень лояльности населения к каналам распределения органической продукции на локальных рынках в Республике Крым; акты о внедрении результатов исследования.

# **Глава 1 Теоретико-методические основы формирования и развития локальных рынков органической продукции**

## **1.1 Экономическое содержание и современные подходы к изучению процесса локализации**

Процесс развития инновационных экономических систем обусловлен одновременно двумя противодействующими направлениями: глобализацией и локализацией рынков. Локализация рынков основана на критерии сокращения издержек обращения, в то время как глобализация базируется на минимизации издержек производства единицы продукции за счет эффекта масштаба [90]. Результатом их взаимодействия и комплексности является процесс глокализации, являющийся одной из особенностей постиндустриальной экономики.

Следует отметить, что термин «глокальное» берет свое начало с японского языка. Традиционный принцип «дочакука» – «жить на своей территории». В 80-90-е гг. XX в. данная дефиниция начала обозначать иную и вполне эффективную политику ведения японского бизнеса. Таким образом, глобальная локализация основывается на адаптации мировых задач и перспектив повышения бизнес-активности к локальным требованиям. Позже, концепция глокализации интегрировалась в мировую систему [173].

На сегодняшний день понятие «глокализация» имеет два значения: независимость каких-либо локальных явлений от воздействия глобализации и локальное, по своей особенности, проявление тенденций глобального характера. Глокализация представляет собой своего рода метафору, которая свидетельствует о том, что глобальное зависит от локального и наоборот.



По мнению Р. Робертсона [165], глобальное не может противодействовать локальному, общее – частному. Локальное является частью глобализации, а глобальное формирует локальное.

Глокализация, с одной стороны, представляет собой деволюционный процесс, основанный на передаче регулирующих функций на региональный уровень, с другой – на глобальный [13]. В работах О. Неклесса [78] отмечено, что дефиниция «глокализация» используется для интерпретации диалектической взаимозависимости местных и общих показателей в экономических, политических и культурных процессах. Глобализация и локализация – это взаимодополняющие грани того, что мы называем глокализацией.

Современные мировые реалии, вызванные объединением процессов глобализации и локализации, выносят государствам специфические международные условия, направленные на защиту национальных интересов. В условиях глокализации для успешного национального позиционирования особенно важна разработка и внедрение стратегии управления государственным развитием, что должно быть сделано на основе точного определения места страны в системе координат мирового экономического сообщества.

Таким образом, «глокализация представляет собой результат синтеза процессов глобализации и регионализации, под влиянием которых происходит трансформация международных экономических отношений, а также опережающий рост локальных (внутрирегиональных, отраслевых) экономических потоков (торговли, прямых инвестиций, миграционных потоков трудовых ресурсов, информационного и технологического обмена) по сравнению с их общей динамикой в мировом масштабе, что ведет к усложнению и усилению разноуровневой конкурентной борьбы в мировых масштабах между ТНК, национальными государствами, региональными экономическими группировками, коллективно отстаивающими свою позицию на мировой арене; является мерой растущего сближения двух полюсов — глобальности и локальности» [51]. Концептуальные основы процесса глокализации представлены на рисунке 1.1.

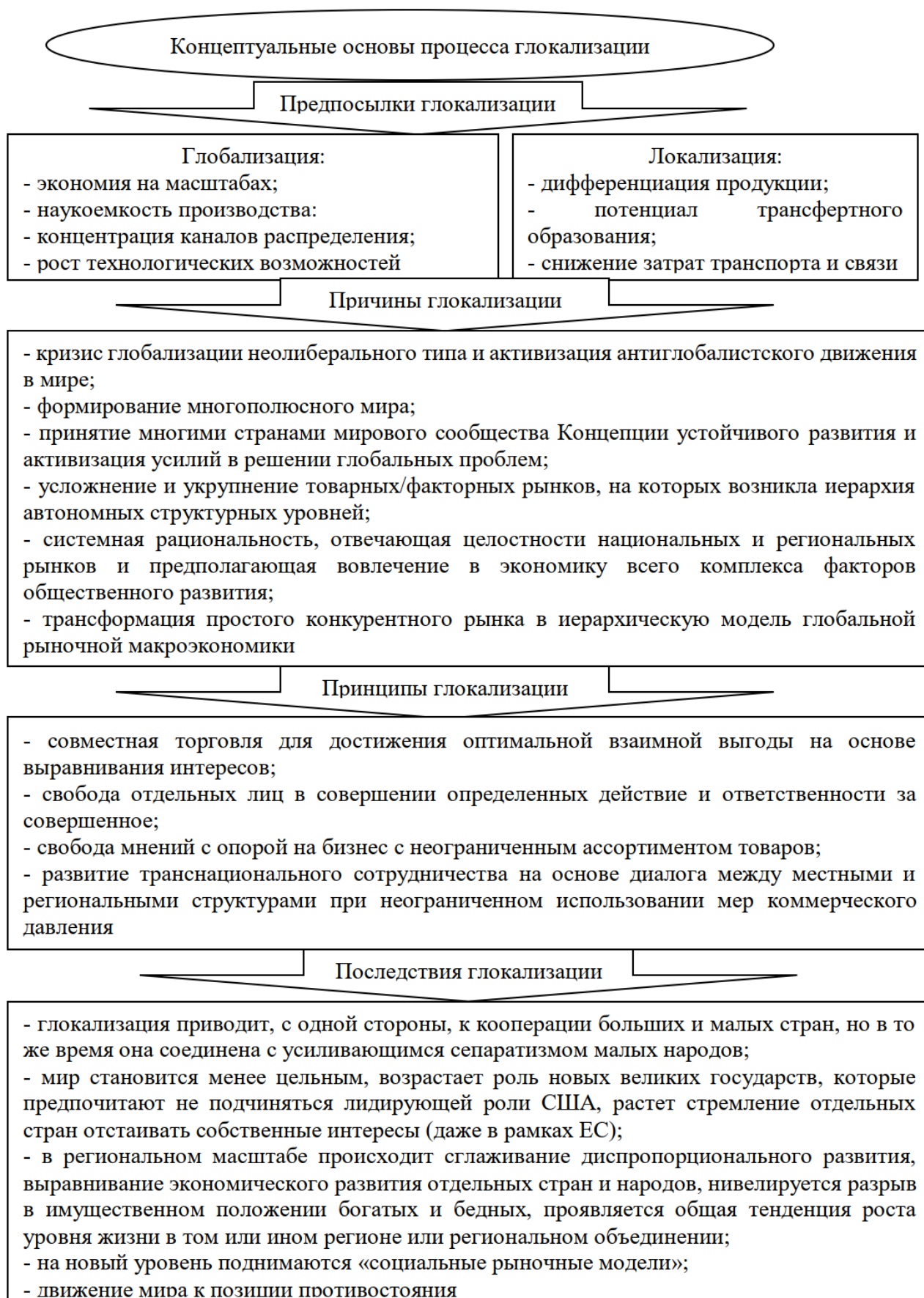


Рисунок 1.1 – Концептуальные основы процесса глокализации

Источник: [58]

Следовательно, главным вызовом экономическому развитию в условиях глокализации становится подмена национальных интересов глобальными или локальными (региональными) интересами, реализовывать которые призвана каждая страна, поскольку она объективно включена в данный процесс. Ужесточение процессов глокализации требует создания механизмов контроля над ними, чтобы эффективно противостоять рыночным потрясениям и натиску глобальных и региональных тенденций на национальном уровне. Поэтому государствам необходим совершенный механизм обеспечения национальных экономических интересов в современных условиях.

Термин «глокализация» можно использовать для характеристики современных процессов синтеза локализации и глобализации товарных рынков (рисунок 1.2).

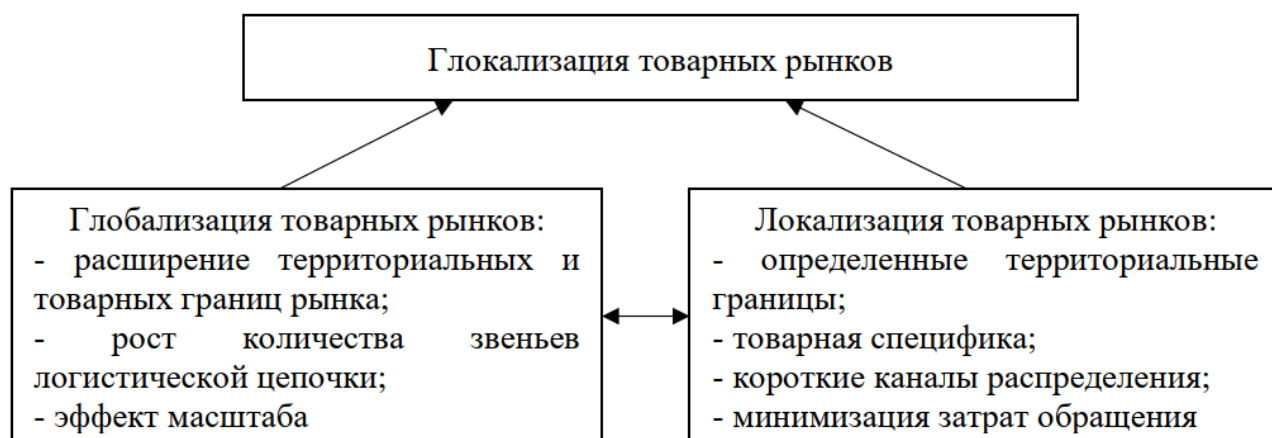


Рисунок 1.2 – Направления взаимодействия процессов локализации и глобализации товарных рынков

Источник: [80]

Таким образом, предлагается выделить две формы рыночной глокализации: внутреннюю и внешнюю. Внутренняя глокализация осуществляется в географических границах государства и связана, в частности, с межрегиональной интеграцией товарных рынков. Внешняя глокализация носит межгосударственный характер и ориентирована на интеграцию местного рынка (регионального или государственного) в мировую систему. По мнению Е. Ф. Авдокушина [2], она

генерирует и развивает сетевую конкуренцию с прямым геоэкономическим обменом между регионами – транслокальностью, которая способствует замещению соперничества государств локальными взаимодействиями в мировой экономике.

Изучение современных тенденций глокализации в рамках ее трансформационного воздействия на интеграционное развитие стратегических товарных рынков, имеет весомое значение для аргументации преимуществ государственной интеграционной политики, снижения рисков внешнеэкономической и продовольственной безопасности, формирования экспортной стратегии субъектов хозяйствования, что обуславливает необходимость проведения новых научных исследований в данном направлении.

Рыночную интеграцию можно интерпретировать как процесс объединения не только субъектов рынка, но и товарно-финансово-информационных потоков по звеньям производственно-логистической цепочки. Поточный подход к трактовке интеграции позволяет исследовать взаимодействие локализации и глобализации товарных рынков, то есть процесс их глокализации. Первоначальным этапом глокализации является расширение товарных границ рынка за счет появления производства продуктов со специфическими свойствами, которые пользуются спросом не только на локальных, но и глобальных рынках. Следующим этапом является экспорт данных продуктов, что, с одной стороны, способствует установлению и усилению интеграционных связей между локальным и глобальным рынками, взаимопроникновению местного рынка в мировое рыночное пространство, с другой, приводит к расширению географических границ рынка, то есть его глокализации.

Глокализация отражает сочетание противоречий, существующих в мировом хозяйстве и международных экономических отношениях. К примеру, Всемирная торговая организация (ВТО) была создана с целью постепенной отмены таможенных и торговых ограничений между странами мира. В то же время ВТО вводит собственные ограничения – торговые правила и принципы, которые должны соблюдаться странами и которые могут стать ограничениями для развития отдельных отечественных производителей, разрушая преференциальные условия,

созданные государствами для своих производителей. Более того, кооперация между странами существует вместе с защитой национальных интересов, а либерализация международной торговли – наряду с проявлениями государственного протекционизма. На экономическое развитие каждой страны влияют тенденции в глобальной экономике; в то же время, стимулирование развития глобальной экономики начинается с активизации экономического роста на локальном (местном) уровне.

На рисунке 1.3 отражены факторы формирования глокализации.

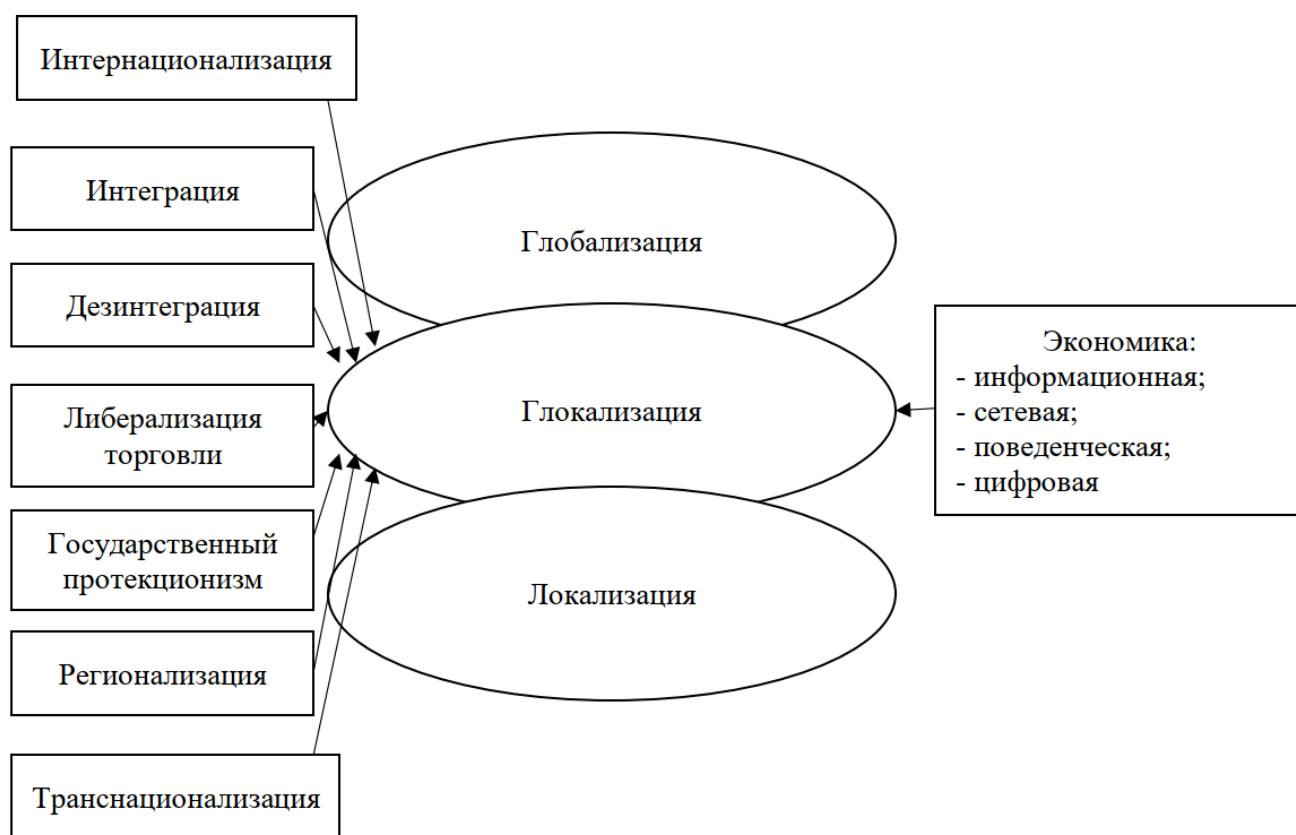


Рисунок 1.3 – Факторы формирования глокализации

Источник: [16]

На наш взгляд, глокализация представляет собой процесс взаимодействия и взаимозависимости общемировых тенденций и специфики стран, глобализации и локализации. Она сформировалась не только как логический результат диалектического закона единства и борьбы противоположностей – глобализации и локализации, но и под влиянием интернационализации, интеграции и

дезинтеграции мирового хозяйства и международных экономических отношений, либерализации международной торговли и одновременно государственного протекционизма, регионализации, транснационализации и т.п.

Дефиницию «глобализация» энциклопедические ресурсы [57] интерпретируют как многоуровневый, многосторонний процесс, включающий все сферы экономического и социального развития в следствие организации глобального хозяйственного пространства. На практике проявлениями глобализации является экономическая интеграция государственных рынков в мировую систему. Одним из негативных ее последствий представляется усиление неравномерности и нестабильности национального и мирового экономического развития.

Локализация как процесс приближения производства однородных товаров до потребления в пределах конкретного территориального ареала может быть следствием как интеграции, так и дезинтеграции элементов рыночной системы. А.В. Ступникова [105] рассматривает локализацию рынков как форму дезинтеграции рыночного пространства. Ю.В. Прудников [90] выделяет два направления локализации рынков:

- 1) сверху вниз в форме разделения существующего более масштабного рынка на сегменты путем введения барьеров монопольного характера;
- 2) снизу вверх путем концентрации в пределах определенной территории торговых соглашений, осуществляемых разрозненными субъектами.

В словаре современных понятий и терминов дефиниция «локальный» характеризуется как местный, типичный только для определенных территорий [57]. Многие ученые интерпретируют локальный как часть регионального или межрегионального рынка с позиции территориального подхода [22]. Однако, распознать локальный рынок, основываясь только на внешних признаках, невозможно, поскольку территориальные границы могут быть гибкими и определяться субъектами хозяйствования в соответствии с их целями. В связи с этим возникает целесообразность систематизации понятий локального рынка.

В таблице 1.1 приведена систематизация понятий локального рынка отечественными и зарубежными учеными.

Таблица 1.1 – Теоретические подходы к содержанию понятия «локальный рынок» различными авторами

Автор	Содержание
Хансен Н. [141]	Рынок конкретной местности, включающий определенную совокупность населенных пунктов
Зайцев Н. [41]	Разновидность регионального, на котором складываются отношения между товаропроизводителями и потребителями в пределах определенной территориальной зоны
Портера М. [89]	Совокупность территорий с однородной социально-экономической и институциональной средой
Беляев В., Игнатьева Д. [15]	Региональная рыночная хозяйственная система, как механизм, выполняющий присущую ему функцию организации товарного обращения и обеспечивающий непрерывность процесса воспроизведения в определенных территориальных пределах
Чемберлин Э. [26]	Одновременная реализация в пределах определенной территории различных видов продукции
Олейник А. [83]	Совокупность рыночных сделок в пределах одной территории с целью обеспечения взаимной выгоды всех участников рынка
Ступникова А. [105]	Совокупность ценовой однородности, общности информационного пространства, рисков и неопределенности, величины транзакционных издержек и др. в рамках одной территории
Прудников Ю. [90]	Особый элемент национальной рыночной системы и объектом государственной экономической политики
Екимова К. [40]	Рынок, в котором производственные процессы, сферы распределения, обмена и потребления регламентированы административными границами, что является предпосылками развития экономической автономии региона

Источник: систематизировано автором

Воспроизводящий подход к определению дефиниции описан в трудах К.В. Екимовой [40], где локальными являются рынки, в которых производственные процессы, сферы распределения, обмена и потребления регламентированы административными границами, что является предпосылками развития экономической автономии региона.

Немаловажной особенностью локального рынка является товарная специфика, которая определяет уникальность спроса и предложения определенного территориального ареала. Согласно исследованиям Э. Чемберлина [26], пространственная дифференциация спроса и предложения приводит к пространственной дифференциации и формированию локальных рынков. Таким образом, разные товары продаются по-разному на разных рынках.

По мнению В.В. Власова [22], локальный рынок в своих пределах интегрирует мезо- и макроуровни экономических отношений. Между локальным и региональным рынком существует ключевое отличие. Границы региональной рыночной системы четко определены и закреплены как контуры административно-территориальной единицы. Пределы же локального рынка являются гибкими; они зависят от развитости транспортных сетей и величины тарифа, плотности размещения покупателей и т.п. Согласно позиции Ю.В. Прудникова [90], локальный рынок является особым элементом национальной рыночной системы и объектом государственной экономической политики, но не региональной.

Локальный рынок в экономическом пространстве своей территории обеспечивает [80]:

- 1) взаимодействие производителей и потребителей в определенных географических пределах;
- 2) измерение количественного соотношения в структуре спроса и предложения;
- 3) зависимость между участниками национальных и глобальных рынков с учетом изменения локального спроса населения;
- 4) участие территориальных образований в региональных, межрегиональных, национальных и глобальных экономических связях.

Пространственные границы локального рынка подвижны, что находит проявление во взаимодействии их как между собой, так и с национальным и глобальным рынками. По мнению К.В. Екимовой [40], отсутствие прямой или обратной связи в функционировании локальных рынков приводит к автономности и сегментированности развития региона.



На наш взгляд, под локальным рынком следует понимать систему хозяйственных отношений между производителями и потребителями как товаров, так и услуг, формирующуюся в конкретных административно-территориальных единицах. Эти отношения имеют ряд специфических особенностей, присущих определенной территории, в том числе, уникальный спрос, воспроизводственный потенциал, общность экономических интересов субъектов в ее границах, короткие постоянные каналы распределения продукции и т.д.

Данное определение содержит главные отличительные признаки локального рынка, а именно:

1) территориальные барьеры – экономические отношения между производителями и потребителями устанавливаются в конкретных территориальных пределах; чаще всего в рамках одного административного образования;

2) наличие воспроизводственной базы для ведения хозяйственной деятельности в пределах региона;

3) преобладание региональных производителей, поддерживающих производственный характер рыночных отношений;

4) специфика спроса населения, сформированного на конкретной территории, и, соответственно, уникальность региональной структуры доходов потребителей;

5) короткая система распределения – определенные товары реализуются непосредственно на территории их производства с максимальным приближением к потребителю;

6) общность экономических интересов участников процесса воспроизводства, определяющая региональные особенности предложения и спроса;

7) внутренняя и внешняя открытость.

Таким образом, локальный рынок является элементом системы высшего уровня иерархии. Он может быть составной частью регионального,

межрегионального, национального или глобального рынка, что свидетельствует о его многоуровневом характере.

Анализ научных наследий последнего времени [1, 19, 88] свидетельствует о том, что понятия «регионализация» и «локализация» довольно часто рассматриваются как синонимичные. При этом акцентируется внимание на ограниченности проявлений некоторых явлений как основном содержании данных понятий. Так, по мнению одних авторов, понятие «регионализация» и «локализация» следует считать идентичными по своей сути, учитывая рост прочности взаимосвязей элементов социума и близости норм общественного бытия в пределах определенных территориально обособленных регионов по сравнению с интенсивностью таких взаимосвязей и норм на глобальном уровне.

Действительно, именно ограниченность проявлений конкретного явления представляется тем обобщающим признаком, который сочетает данные социально-философские феномены. Однако, остается неопределенным, в какой среде определяются данные границы и какие характеристики общественного бытия они ограничивают.

На наш взгляд, раскрытию сущности понятий «регионализация» и «локализация» будет способствовать анализ их производных, а, именно, понятий: «локальный», «локальность», «региональный», «регион». По определению «Большого экономического словаря» [17], понятие «локальный» означает: «...который находится в рамках определенных границ; местный; свойственен определенной местности, определенной среде».

Что касается понятия «региональный», то согласно словарю, оно трактуется как касающееся понятия «регион». Дефиниция этого слова означает определенную территориальную единицу, отличную от таких же районов своими характерными особенностями [17]. В новом энциклопедическом словаре нет определения понятию «региональный», но предлагается толкование термина «регион», как район/территория значительная по своей площади. Понятие «локализация» определяется как «...отнесение чего-либо к определенному месту; ограничение места действия, распространение какого-либо явления, процесса» [81].

Вышеприведенные явления обуславливают актуальность проблемы адаптации стран к глокализации, которая должна осуществляться в форме постепенной взвешенной либерализации национальной экономической жизни и расширения открытости экономик одновременно с мерами по предупреждению и нейтрализации негативных последствий этого процесса.

Итак, одним из мегатрендов современного экономического дискурса есть так называемая глокализация, которая означает связь, единство, переплетение глобальных и локальных тенденций развития хозяйственных связей. Глокализация – это постоянное взаимодействие глобального и локального, с ускорением мирового развития, повсеместно распространенный вариант глобализации, «проявляющийся в способности основных тенденций в сфере производства и потребления универсальных товаров» [17] перевоплощаться в региональные формы и подстраиваться к специфическим особенностям локального рынка.

В ходе глокализации институциональные/регулирующие установки перемещаются с национального уровня на наднациональный или глобальный уровень, а также на уровень отдельных единиц или локальных, региональных объединений. Экономическая деятельность и связи между субъектами становятся одновременно более локализованными/регионализованными и транснациональными.

Таким образом, в ходе исследования путем декомпозиции и анализа компонентов определена теоретическая сущность категории «глокализация», обоснована целесообразность ее использования для характеристики современных процессов синтеза локализации и глобализации товарных рынков. Выявлены факторы формирования глокализации, рассмотрены концептуальные основы этого процесса. Обозначены главные отличительные признаки локального и глобального товарных рынков. Приведена систематизация научных подходов к понятию локального рынка. Рассмотрены направления взаимодействия процессов локализации и глобализации. Показана взаимосвязь глокализации с рыночной интеграцией и дезинтеграцией, выделены две ее формы (внутренняя и внешняя).

## 1.2 Теоретические аспекты формирования и развития локальных рынков

Национальное хозяйство как экономическую систему формирует сеть отраслевых рынков, каждый из которых выполняет свою функцию в процессе общественного воспроизводства. Сами по себе они являются открытыми взаимозависимыми подсистемами, которые взаимодействуют между собой. В то же время рыночное пространство не является однородным и непрерывным, а состоит из сети относительно обособленных локальных рынков.

Именно на локальных рынках в форме конкретных, а не абстрактных операций обмена, реализуется одна из фаз воспроизводства. От степени эффективности функционирования локальных рынков определяется специфика спроса на определенный товар, а также возможность производить именно ту продукцию, в приобретении которой действительно заинтересовано население. Изучение тенденций и закономерностей функционирования локальных рынков как ареалов реальных сделок определяет пропорции распределения добавленной стоимости между различными звеньями процесса общественного воспроизводства, что способствует разработке эффективной аграрной политики [122]. На рисунке 1.4. отражены подходы к изучению сущности локальных рынков.

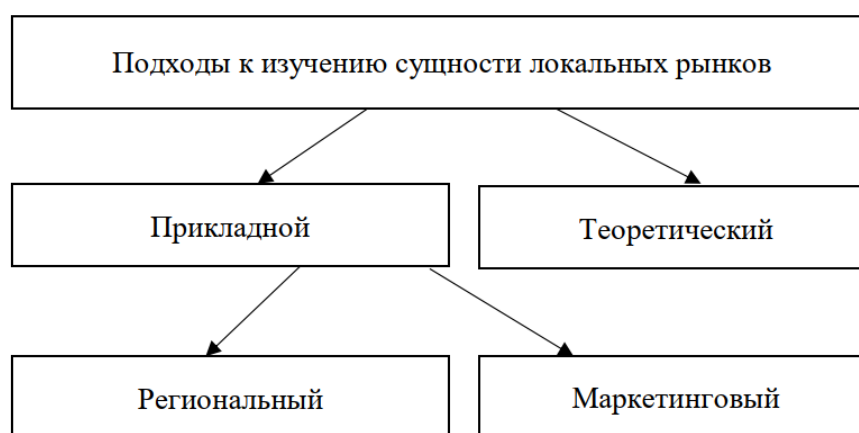


Рисунок 1.4 – Подходы к изучению сущности локальных рынков

Источник: систематизировано автором на основе [33, 88, 105]

Взгляды отечественных и зарубежных ученых к изучению локальных рынков возможно формально разделить на две парадигмы. Первый подход носит прикладной характер и включает в себя региональный и маркетинговый аспекты, а второй – сугубо теоретический.

Первый подход к исследованию локальных рынков освещен в публикациях специалистов по региональной экономике, таких как: М.Г. Никитина [79], Е.А. Абрамова [1], В.И. Беляев, Д.В. Игнатъева [15], А.Г. Гранберг, Н.Н. Михеева [33], М.Ю. Казаков [52], А. Гелан [138], Н. Хансен [141], П. Кругман [150], В. Науде [157], Л. Ресмини [164]. В контексте данного направления локальный рынок определяется как рынок конкретной местности, включающий определенную совокупность населенных пунктов. Он представляет собой составляющую регионального рынка, который является частью национального. Региональные рынки определяются как объекты отдельных территориальных подразделений – края, области, района [14]. По мнению Н. Зайцева [41] локальный рынок – это разновидность регионального, на котором складываются отношения между товаропроизводителями (продавцами) и потребителями (покупателями) в пределах определенной территориальной зоны (город, район и т.д.). Наше видение, что в рамках регионального подхода локальный рынок характеризуется наличием определенных географических границ, однако не учитывает специфику реализуемой продукции.

Необходимо отметить, что между локальным рынком и региональной рыночной системой есть существенное отличие: границы региональной рыночной системы четко определены и привязаны к административно-территориальной единице. В то время как границы локального рынка являются гибкими. Они зависят от транспортной инфраструктуры и величины тарифа, плотности размещения покупателей, величины издержек на поиск информации и др.

В процессе формирования эффективной аграрной политики рассматривать региональный и локальный рынки в одном ключе можно в том случае, если в регионах существуют специфические режимы данной политики, имеется возможность учета «утечек» эффектов от мер стимулирования производства в

другие регионы и «вливания» соответствующих эффектов извне в пользу данного региона. В противном случае, локальный рынок без привязки к региону, представляет собой особый элемент национальной рыночной системы, формирование и функционирование которого происходит на основе специфического организационно-экономического механизма. Таким образом, локальные рынки не могут быть объектом региональной экономической политики (исключительно национальной), а субъектом следует считать государственный орган национального уровня управления, задачей которого является обеспечение воспроизводства и эффективное функционирование сферы производства сельскохозяйственной, в том числе и органической, продукции в стране в целом.

Локальные рынки в сфере маркетинга и конкуренции рассмотрены в трудах Е.В. Саталкиной [98], М.В. Акулича [8], И.А. Дубровина [37], Л.И. Матвейчук [60], Е.И. Городничей [28], М. Портера [89], Т.А. Репич [94], М. Дж. Мелица [153]. Так, важной характеристикой локального рынка в рамках маркетингового аспекта является его товарная специфика. Согласно позиции ученого Э. Чемберлина [26], пространственное разделение спроса и предложения приводит к территориальной дифференциации и формированию локальных рынков, т.е. различные (дифференцированные) товары реализуются на разных рынках.

На наш взгляд, рынок органической продукции следует рассматривать как экономическую систему отношений по удовлетворению нужд и потребностей населения в безопасной, высококачественной и натуральной продукции, а также обеспечению прибыли в условиях ограниченности ресурсов и конкуренции, щадящего отношения к окружающей среде и соблюдения интересов общества. Продукция может считаться органической если ее выращивали без применения современных методов стимулирования продуктивности, и использовались лишь традиционные технологии и методики. Такая продукция подлежит надлежащей сертификации и должна быть промаркирована соответствующим образом [99].

Товар, реализуемый на рынке органики, имеет свои специфические характеристики. Если рыночный механизм в целом направлен на удовлетворение потребностей населения при ограниченных финансовых ресурсах, то рынок

органической продукции обеспечивает не только оптимальное использование земельных ресурсов, но и дает возможность соблюдать бережное отношение к окружающей среде.

Локальные рынки органической продукции – система хозяйственных отношений между производителями и потребителями органической продукции (выращенной в экологически чистых условиях традиционным методом ведения хозяйства, с использованием инновационных технологий, не наносящих ущерб окружающей среде) в рамках административно-территориальной единицы.

Таким образом, идентифицировать локальный рынок, опираясь только на внешние (территориальные) признаки невозможно, во-первых, потому что территориальные границы могут определяться различными субъектами, исходя из их целей, а во-вторых, потому что границы локальных рынков могут быть гибкими. Второе направление носит сугубо теоретический характер, сторонники которого рассматривают сущность локального рынка на основе толкований, полученных на базе различных методологических подходов. Так, в статьях Х.Х. Дудова [38], В.М. Кокоревой [54], Дж. Стиглера [172], А. Ступникова [105], Н.А. Феоктистовой [110] основой для определения локального рынка выступают признаки ценовой однородности, общности информационного пространства, рисков и неопределенности, величины трансакционных издержек и др.

По мнению А. Олейника [83] эволюционный процесс является одним из путей формирования локального рынка, основанный на согласии между разрозненными и скоординированными участниками рыночных операций, и связывает его образование с существующими социальными связями. Таким образом, данный процесс предполагает объединение отдельных рыночных сделок в одном месте с целью обеспечения взаимной выгоды всех участников рынка.

В статьях А. Ступниковой [105] раскрываются генетические признаки локальных рынков, в которых отмечен ограниченный характер конкуренции в рамках их функционирования. Локализация рынков рассматривается автором как форма дезинтеграции рыночного пространства.

Следует отметить, что развитие хозяйственных систем характеризуется одновременно двумя противодействующими тенденциями: глобализацией и локализацией рынков. Первое направление основано на критерии минимизации издержек обращения. Второе – на минимизации издержек производства единицы продукции за счет эффекта масштаба.

Локализация рынков может происходить в двух направлениях: сверху вниз и снизу вверх. Первой подход подразумевает разделение существующего более масштабного рынка на сегменты путем введения сепарирующих барьеров монопольного характера. В данном случае локализация рынка означает отход от эффективной конкурентной модели рынка, усиление монопольной власти продавца, его способности формировать рыночную цену и определять неценовые условия продажи. То есть, продавцы создают возможность для получения монопольной ренты, перераспределяя в свою пользу часть излишка потребителя. Сепарация рынков путем установления барьеров для входа на локальный рынок означает уменьшение остроты конкуренции на нем, ухудшение условий удовлетворения потребностей потребителей и снижение конкурентоспособности продукции.

Второй, напротив, в пределах определенной территории торговых сделок, осуществляемых разрозненными субъектами. Поэтому в области сельского хозяйства формирование локального рынка преимущественно означает объединение отдельных сделок, осуществляемых в местах непосредственного производства продукции, между мелкими продуцентами и посредниками, обладающими монополистической властью.

Пользуясь неспособностью производителей самостоятельно выводить свою продукцию на более отдаленные торговые площадки, их физической неспособностью сформировать товарные партии необходимого объема, посредники предлагают безальтернативное соглашение по сниженной цене, перераспределяя в свою пользу часть излишек производителя и, таким образом, формируя собственную ренту. Выход самостоятельных производителей на рынок



с конкурентными условиями формирования цены позволяет им сохранить свой избыток и лишает посредников ренты.

На наш взгляд, оптимальная модель локального рынка органической продукции будет определяться максимальным приближением рыночного ценообразования к модели совершенной конкуренции. Следовательно, на локальном рынке органики должно быть сосредоточено наибольшее количество самостоятельных покупателей и продавцов с наиболее равномерным распределением объемов сделок между ними.

Следует отметить, что функции локальных рынков являются основными критериями, позволяющие идентифицировать эти рынки органической продукции. Невыполнение или неэффективное функционирование рынка дает основания для государственного регулирующего воздействия и становится тем индикатором, на основе которого можно будет выделить локальный рынок как объект государственного регулирования (рисунок 1.5).

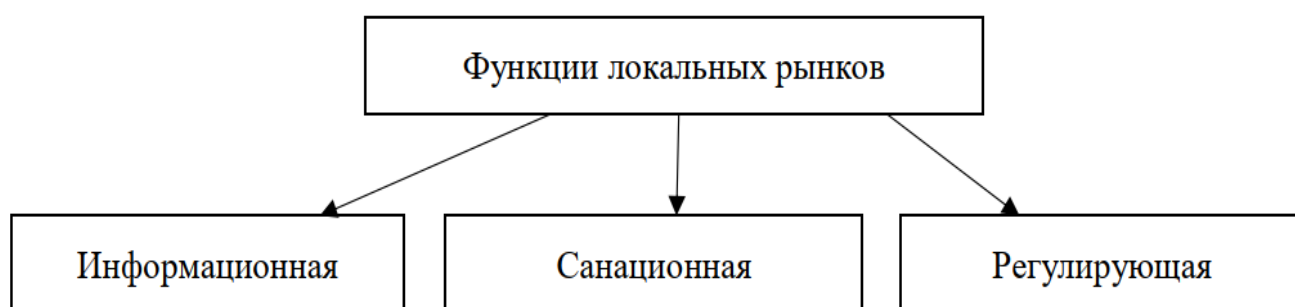


Рисунок 1.5 – Функции локальных рынков

Источник: [90]

1) Информационная функция. Каждый участник рыночных отношений должен обладать объективной и достоверной информацией о потребностях потребителей, издержках производства и реализации продукции, что позволяет адаптировать свои хозяйственные решения в условиях рынка [86]. Информирование рыночных агентов о качестве продукции позволит отделить рынок товаров высшего качества от некачественных аналогов. Непрозрачность требований к данному показателю, сложность процедуры его проверки

способствуют установлению завышенных цен, несоответствующих качеству органической продукции, что снижает доверие потребителей к производителям этих товаров. Таким образом, локальные рынки органической продукции, выполняя информационную функцию, способны не только сообщать о ценах, но и обеспечить рыночных агентов средствами мониторинга качества продукции.

2) Регулирующая функция. Рациональное использование имеющихся ресурсов в производстве необходимых благ позволяет преодолеть основное экономическое противоречие между ограниченными ресурсами и неограниченными потребностями. Например, конкурентный рынок способствует установлению цены на уровне предельных издержек. Локализация рыночного пространства обеспечивает эффективное выполнение данной функции путем минимизации транспортных расходов и других издержек обращения. Однако, ограничение круга участников рыночных сделок, свойственное локальным рынкам, может расцениваться как ограничение конкуренции и монополизация рыночного пространства отдельными участниками. Проявление монопольной власти, то есть отклонение рыночной цены от уровня предельных издержек, означает неэффективность такого рынка и обуславливает необходимость государственного вмешательства.

Минимизация рисков и содействие их эффективному распределению между участниками процесса воспроизводства, на наш взгляд, является еще одним направлением выполнения локальными рынками регулирующей функции. Налаживание длительных взаимовыгодных отношений между локализованными рыночными партнерами должно способствовать эффективному распределению рисков, в частности, недопущению злоупотребления посредниками своей монопольной (или монополистической) властью. Справедливо, что посредник, который берет на себя риски транспортировки, хранения, получает за это вознаграждение. Низкий уровень посреднической прибыли уничтожает мотивацию к такому виду предпринимательской деятельности и, соответственно, снижает эффективность всего процесса общественного воспроизводства в определенной области. Однако, чрезмерно высокий уровень посреднической прибыли

одновременно исключает воспроизведение производственной сферы и повышает уровень платежеспособности потребителей, также исключает нормальное воспроизводство.

3) Санационная функция рынка предусматривает освобождение рыночного пространства от нежизнеспособных рыночных субъектов. Гарантией эффективного выполнения локальными рынками этой деятельности является обеспечение равных условий функционирования рыночных субъектов. Это означает, во-первых, равные возможности доступа к рыночным площадкам производителей органической продукции всех категорий и, во-вторых, возможность выбора поставщиков органики для потребителей всех категорий. Приближение рыночных площадок к ареалам производства обеспечивает первое условие, а перенос их к ареалам потребления - второе. Эффективный локальный рынок должен сочетать оба условия.

Таким образом, формирование и развитие локальных рынков органической продукции невозможно без продвижения конечного товара, что требует учета тенденций развития глобального и регионального рынков, применения новейших технологий в торговле, внедрение инноваций, кооперации, а также учета особенностей региональной конкурентной среды и степени взаимодействия на разных иерархических уровнях управления региональным развитием. Высокая рыночная конкуренция требует более тесного согласования деятельности предприятий, производящих органическую продукцию со стратегическими целями на региональном уровне и предопределяет необходимость радикальных структурных изменений в процессе этого товародвижения, причем усовершенствование управлением материальными, финансовыми и информационными потоками требует анализа всех детерминантов, влияющих на формируемую региональную систему.

Общими задачами в продвижении органической продукции на локальном рынке являются:

- 1) установление прозрачного контроля за текущими процессами на рынке;
- 2) разработка и продвижение методов управления логистическими потоками;

3) установление несбалансированности среди потребностей и ресурсами материально-технической базы, необходимостью в пространственном распределении и потенциалом региональной системы;

4) типологизация заявленных условий качества, предоставляемых логистических услуг и частных операций;

5) создание эффективных хозяйственных связей и предоставление преимуществ локальным производителям органики [5];

6) формирование результативной агростратегии и способов пространственного распределения физических ресурсов, заготовок, готовых органических товаров;

7) формализация эффективных задач и показателей функционирования пространственной системы распределения с учетом запросов населения региона.

Поскольку деятельность по продвижению и распределению органической продукции является совокупностью взаимосвязанных элементов, которые находятся в функциональных зависимостях и взаимоотношениях, они создают определенную целостность и единство. Поэтому оптимизация региональных логистических бизнес-процессов будет способствовать эффективному созданию цепей поставок органических товаров на рынки B2B, B2C, B2G с учетом потребностей конечных потребителей.

В большей мере формирование и развитие локальных рынков органики обусловлено уровнем введения новейших системных подходов и организацией рациональной системы пространственного распределения, захватывающей производственный сектор и сферу обращения вещественных ресурсов. Термин «логистические каналы» в научной литературе начинает появляться с начала 70-х гг. Однако, в современных трудах зарубежных ученых [147] встречается более расширенная констатация данного понятия как «каналы распределения», представляющие собой совокупность взаимозависимых структур, задействованных в процессе распределения товаров/услуг. Следует отметить, что данная трактовка не является универсальной.

В публикациях Р. Острова [159] данные каналы обозначаются как вертикальная интеграция или каналы товародвижения. Более распространено определение «каналы распределения», которое упоминается в научной литературе за последние годы [143], как процесс распределения продукции между производителями и потребителями или комплекс организаций, осуществляющих товародвижение [149]. Многими учеными изучены различные варианты функционирования каналов распределения, однако, все приходят к единому мнению о том, что в них обязательно задействованы производители, торговые посредники и потребители. Именно на этом суждении основаны наши взгляды на процесс формирования и развития локальных рынков органической продукции.

Формирование распределительной системы на внутреннем рынке предопределяет необходимость учета триады взаимообусловленных элементов:

- четкое разделение отдельных элементов логистической системы, в которые входят предприятия оптовой и розничной торговли и создание единой интегрированной цепи поставок товаров;

- постепенное упорядочивание при классификации видов торговых предприятий, что сопрягается с жестким управлением и стандартизацией методов торгово-технологических процессов с построением внутрифирменных унификаторов и правил;

- совершенствование товаропотоков на базе образования и функционирования дистрибутивных центров.

На наш взгляд под системой пространственного распределения продукции следует понимать совокупность технологически и экономически связанных между собой субъектов рынка, определяющую качественную характеристику хозяйственных связей в рамках региональных, локальных рынков.

Базовым вопросом в процессе разработки системы продвижения (распределения) органической продукции является определение основных этапов ее формирования. На рисунке 1.6 представлен системный подход к формированию локального рынка органической продукции, зависящий от ряда факторов, которые могут выступать в виде внутренних и внешних инструментов.

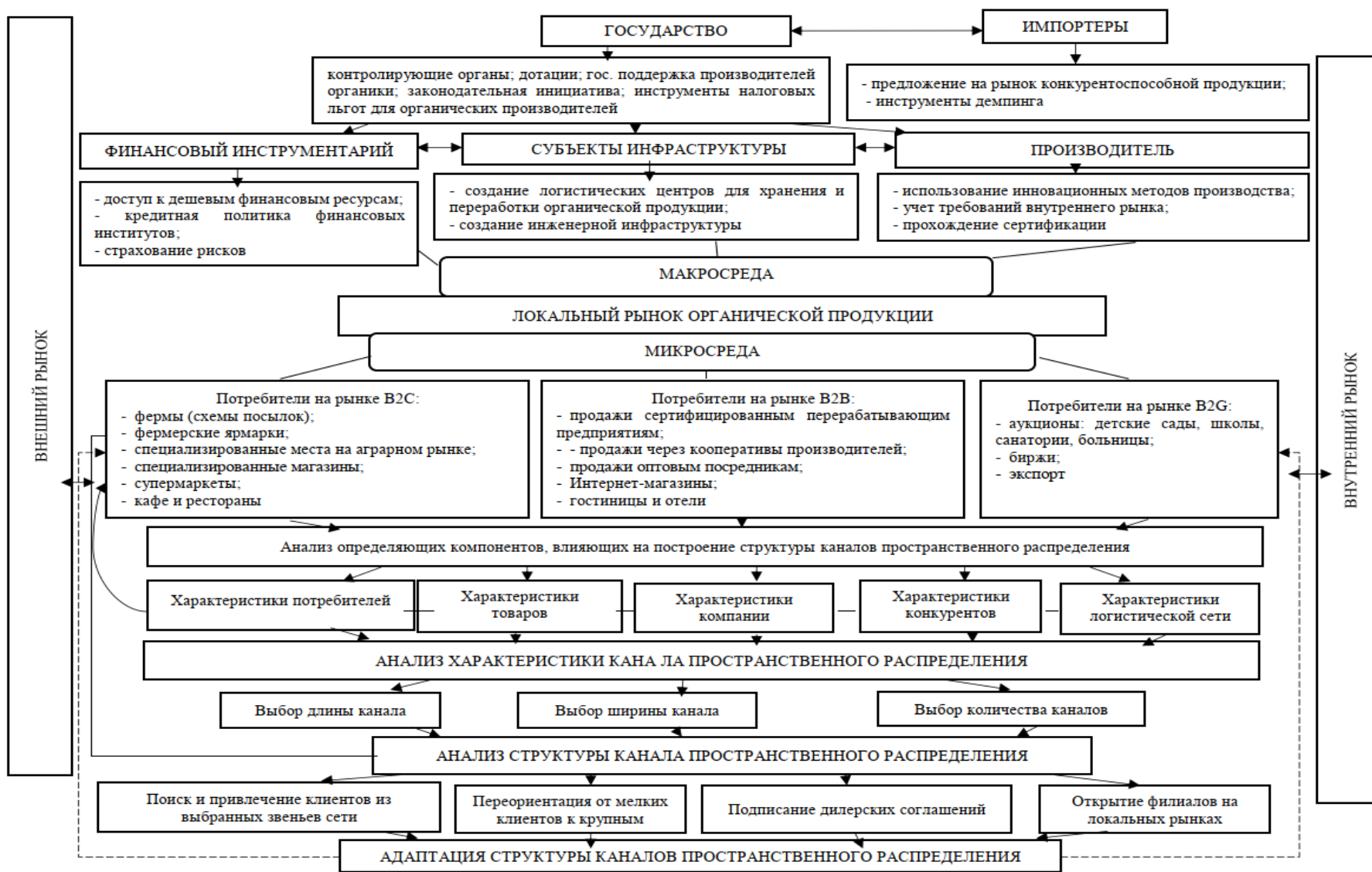


Рисунок 1.6 – Системный подход к формированию локальных рынков органической продукции  
 Источник: предложено автором

К внешним относят: влияние глобализационных и внутривосточных процессов; конкурентов; законодательные и нормативно-правовые особенности; наличие развитой логистической инфраструктуры, концентрация производителей, а также их территориальное размещение; платежеспособность населения; специфика спроса; отраслевые особенности.

Среди факторов внутренней среды выделяют: каналы пространственного распределения; объем и тип производства; финансовые ресурсы; содержание операций по подготовке продукции к реализации. Ключевыми факторами микросреды, которые оказывают влияние на локальный сбыт органической продукции являются: устойчивый платежеспособный спрос, мотивация и поведение потребителей, будущие намерения о покупке, емкость рынка, его насыщенность, наличие товаров-заменителей, тенденции изменений, происходящий в исследуемом сегменте, концентрация конкурентов и их доля на рынке, качество продукции, частота потребления, ее упаковка, цена, престижность торговой марки, система распределения.

Таким образом, локальные рынки стоит рассматривать как специфический паттерн хозяйственной системы рыночного типа. Социально-экономические связи между участниками локального рынка основываются на принципах территориально-пространственной и институциональной ограниченности.

Важными условиями для успешного выполнения локальными рынками органической продукции информационной функции являются государственные мероприятия по созданию нормативно-правовой базы для осуществления стандартизации продукции, эффективное финансирование организаций, которые будут обеспечивать контроль этих нормативов и осуществлять меры административного наказания в местах заключения рыночных сделок. С целью минимизации рисков в рамках регулирующей функции локальные рынки должны обеспечить адаптацию объемов спроса и предложения в направлении уменьшения амплитуды ценовых колебаний за счет функционирования сложившейся сети рыночных отношений. Эффективное выполнение этими рынками санационной функции реализуется через соблюдение принципа равных условий доступа всех

рыночных субъектов к торговым площадкам, с учетом сфер производства и потребления органической продукции, а также расстояний между ними.

Таким образом, проведена систематизация подходов к изучению локальных рынков:

Прикладного характера:

- региональный, в рамках которого локальный рынок характеризуется наличием определенных географических границ, однако не учитывает продукцию, которая на нем реализуется;

- маркетинговый, в рамках которого важной характеристикой локального рынка является его товарная специфика.

Теоретического характера, в рамках которого основой для определения локального рынка выступают признаки ценовой однородности, общности информационного пространства, рисков и неопределенности, величины трансакционных издержек и др.

На базе данных подходов выдвигается авторская идея комплексной системы формирования локальных рынков органической продукции, которая заключается в интеграции функций управления на всех иерархических уровнях; координации материальных, финансовых и информационных потоков на внутреннем рынке; контроля и анализа показателей деятельности интегрированных предприятий; синтеза информации для повышения уровня конкурентоспособности всей системы и обеспечения доступности и качества органической продукции конечным потребителям. Следовательно, локальные рынки органической продукции стоит рассматривать как специфический паттерн хозяйственной системы рыночного типа. Социально-экономические связи между участниками данного локального рынка основываются на принципах территориально-пространственной и институциональной ограниченности.



### **1.3 Особенности институционального обеспечения формирования рынка органической продукции**

На современном глобальном рынке сельскохозяйственной продукции спрос в значительной степени дифференцирован: от непритязательного к качественным параметрам продуктов питания в странах с низкой платежеспособностью спроса до установления жестких требований к процессу производства продукции и ее качества в странах с лидирующими экономиками и высокой платежеспособностью населения. «Повышение требований к качеству сельскохозяйственной продукции возникло в ответ на усиление процессов урбанизации и загрязнения окружающей среды, увеличение применения синтетических агрохимикатов в их производства, рост экологического сознания населения» [3, 178].

В современных реалиях изменение состояния окружающей среды, ухудшение экологической ситуации во всем мире обусловило формирование таких потребностей, как поиск и внедрение экологичных методов и технологий производства товаров, а также вызвало и усилило стремление населения приобретать экопродукцию, которая обладает оздоровительными свойствами и способствует здоровому развитию индивида. Данные обстоятельства стали исходной точкой для формирования нового рынка органической продукции [66].

Государственное регулирование рынка органической продукции в России изучено в работах Д.С. Толеубаевой и О.Ю. Патласова [107]. Учеными Б.Е. Бондаревым, М.В. Кочневой, И.П. Сырцевой [18] выявлены проблемы развития органического земледелия в России. В трудах Н.Н. Балашовой, И.С. Корабельнива, Н.А. Ишкиной [12] определены предпосылки и ограничения развития органического сельского хозяйства. Тенденции мирового рынка относительно органических продуктов питания рассмотрены в публикациях

И.В. Дитрих и Я.С. Литвина [35]. Место России на мировом рынке органической продукции определено в статьях Ж.Е. Соколовой, В.В. Таран [102].

Наиболее развитые системы регулирования и функционирования пространственного рынка органической сформированы во многих странах мира [47, 102]. В настоящее время в США действует 12-ый по счету законопроект о фермерских хозяйствах, принятый 20 декабря 2018 г., который обеспечивает поддержку, определенность и стабильность фермерам, владельцам ранчо и лесоводам страны, путем расширения программ поддержки фермерских хозяйств, улучшения страхования урожая, поддержания программ на случай стихийных бедствий, а также поощрения и поддержку добровольного сохранения окружающей природы [47]. Основой государственной поддержки в сфере органической гарантийной системы в этой стране является Национальная органическая программа [73].

В странах-участницах ЕС существует единая нормативная база, которая является обязательной при производстве и маркировке органической продукции. Однако, каждая из них имеет возможность разработать дополнительные национальные стандарты, конкретизирующие или дополняющие нормы по развитию и регулированию рынка органической продукции [7].

Во Франции органическое сельское хозяйство развивается еще с 70-х годов XX века. На сегодняшний день оно находится на самом высоком уровне, это касается и качества продукции, и большого количества органических ферм, а также уровня информированности населения. В 1985 г. был разработан государственный логотип для органических продуктов (Agriculture Biologique Logo).

Опыт Дании демонстрирует комплексный подход к регулированию рынка органической продукции. В данной стране разработана законодательная база, намечены государственные планы органических действий на перспективу, организовано взаимодействие контролирующих и сертифицирующих органов, функционирует государственная поддержка органических производителей. В Дании также разработан «Органический план до 2020 года» [84], основной задачей которого является увеличение объемов органического земледелия, а также рост

потребления органических продуктов питания в государственных учреждениях (больницах, школах и т.д.).

Федеральное министерство продовольствия и сельского хозяйства Германии (BMEL) регулирует рынок органической продукции путем использования системы создания стоимости. Основная цель – организация необходимых условий для органических производителей-фермеров [112]. Так, нормативно-правовая база Европейского Союза в области органического сельского хозяйства обеспечивает прочную основу для устойчивого развития данного рынка в каждой стране-участнице ЕС.

Органическая федерация Австралии является единственным полностью независимым и представительным Национальным органом органической промышленности, который включает в себя все отрасли, выполняет объединяющую национальную роль, представляя все интересы австралийских производителей органической и биодинамической продукции, переработчиков, предприятий и розничных торговцев [104].

На сегодняшний день наблюдается всемирная тенденция увеличения темпа роста рынка органической продукции, которая вызвана трендом на здоровый образ жизни, сохранение и улучшение окружающей среды и здоровья человека. Согласно данным Национального органического союза РФ, начиная с 2000 г. рынок органической продукции вырос с 18 до 129 млрд. долл. США, т.е. более чем в 7 раз, достигнув, тем самым, максимальных показателей в 2019-2020 гг. По прогнозам Grand View Research рынок органики будет продолжать свое стремительное развитие и уже к 2025 г. составит 212-230 млрд. долл. США [85]. В Международной федерации движения органического сельского хозяйства (IFOAM) зарегистрировано 46 базовых органических стандартов, 5 из которых введены в действие на территории нескольких стран, а 29 являются национальными.

В нашей стране данное направление находится на начальной стадии развития, несмотря на то, что наблюдается увеличение спроса на безопасные, экологически чистые и органические продукты [70].

В борьбе за увеличение доли рынка отечественные производители нередко прибегают к особой форме экомаркетинга – гринвошингу<sup>2</sup>. Другими словами, к позиционированию своей продукции как органической, когда на самом деле она таковой не является, тем самым вводя потребителя в заблуждение. В связи с чем, 25 июля 2018 г. был принят ФЗ «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [108]. Согласно статье 7 ФЗ, только после подтверждения соответствия производства органической продукции, производитель имеет право разместить маркировку органики, являющейся отличительным признаком экологически чистых товаров.

На рисунке 1.7 представлены некоторые положения органической продукции.

Некоторые положения Закона РФ «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»			
органическое производство организуется с использованием правил органического производства, установленных на всех его стадиях, подготовки и оборота	сертификат соответствия органического производства – документ, подтверждающий, что производство заявителя соответствует требованиям ГОСТ Р 56508	органический (органик) – термин, используемый для маркировки продуктов, изготовленных с соблюдением правил органического производства, подтвержденных сертифицирующим органом	область сертификации – органическое производство продукции растительного, животного, микробного происхождения, а также аквакультуры в натуральном, обработанном или переработанном виде, употребляемой человеком в пищу, используемой в качестве корма для животных, посадочного и посевного материала, заявленной заявителем в качестве продукции органического производства и подтверждаемое органом по сертификации
органическое сырье – сырье, полученное в соответствии с правилами органического производства, без применения пестицидов и других средств защиты растений, химических удобрений, стимуляторов роста и откорма животных, антибиотиков, гормональных и ветеринарных препаратов, генетически модифицированных организмов, не подвергнутое обработке с использованием ионизирующего излучения и не содержащее в своем составе остатков запрещенных и вредных веществ, а также продуктов их переработки			

Рисунок 1.7 – Некоторые положения Закона РФ об органическом хозяйстве

Источник: [29, 30, 32, 109]

<sup>2</sup> бесосновательное позиционирование компании, товара или услуги на рынке в качестве «экологических»

На начало января 2021 г. в нашей стране было зарегистрировано 130 сертифицированных компаний, из которых около 30-50 предприятий находятся в стадии конверсии, 60 «имеют российские сертификаты, 82 международные (12 имеют двойную сертификацию). Из них: 117 предприятий занимаются выпуском пищевой продукции, сырья и кормов, 9 биопрепаратами и удобрениями, 4 сертифицированные трейдеры и магазины» [10, 77].

По мнению членов Национального органического союза, для насыщения рынка органической продукции такое количество сертифицированных предприятий недостаточно. Учитывая высокие темпы роста потребления органики на территории Российской Федерации, с целью улучшения ситуации на рынке, необходимо увеличивать количество сертифицированных экологических предприятий минимум на 200-300 единиц в год, а самое оптимальное решение – до 1000 единиц.

Аграрный сектор Российской Федерации обладает огромным ресурсным, научно-техническим, промышленным и трудовым потенциалом. Задачи, поставленные перед страной на ближайшие десятилетия, во многом отвечают цели перехода к «зеленой» экономике, что отражено в политике использования ресурсов и охраны окружающей среды, нормативно-правовых документах. Однако, возможности российского органического сельского хозяйства реализовать принципы «зеленой» экономики ограничены, имеется небольшой объем производства и недостаточное количество производителей органической продукции, отсутствуют государственные программы поддержки органического сельского хозяйства и образовательные, научно-исследовательские программы.

Рынок органической продукции в ЕС развивается интенсивно. Значительная часть органической продукции импортируется, так как спрос на органику превышает предложение. Российские производители могут воспользоваться сложившейся ситуацией на рынке и экспортировать свои товары в страны Европейского Союза, в частности, органические продукты питания и товарные культуры.

В Российской Федерации Закон об органической продукции был принят лишь 03.08.2018 г. и вступил в силу с 01.01.2020 г. Основной целью этого законодательного акта «является создание необходимой инфраструктуры для развития производства органической продукции на территории» [73] РФ, а одним из главных ее элементов – система сертификации. Нельзя сказать, что появление данного закона существенно изменило ситуацию на рынке, но внедрение единых правил будет способствовать продвижению органической продукции в нашей стране. Одной из проблем также является отсутствие официально аккредитованных компаний по ГОСТ 33980-2016 в Росаккредитации по сертификации органической продукции. В Приложении А представлено сравнение систем мировой и отечественной стандартизации рынка органической продукции.

На рисунке 1.8 представлены действующие законы в сфере сельского хозяйства.

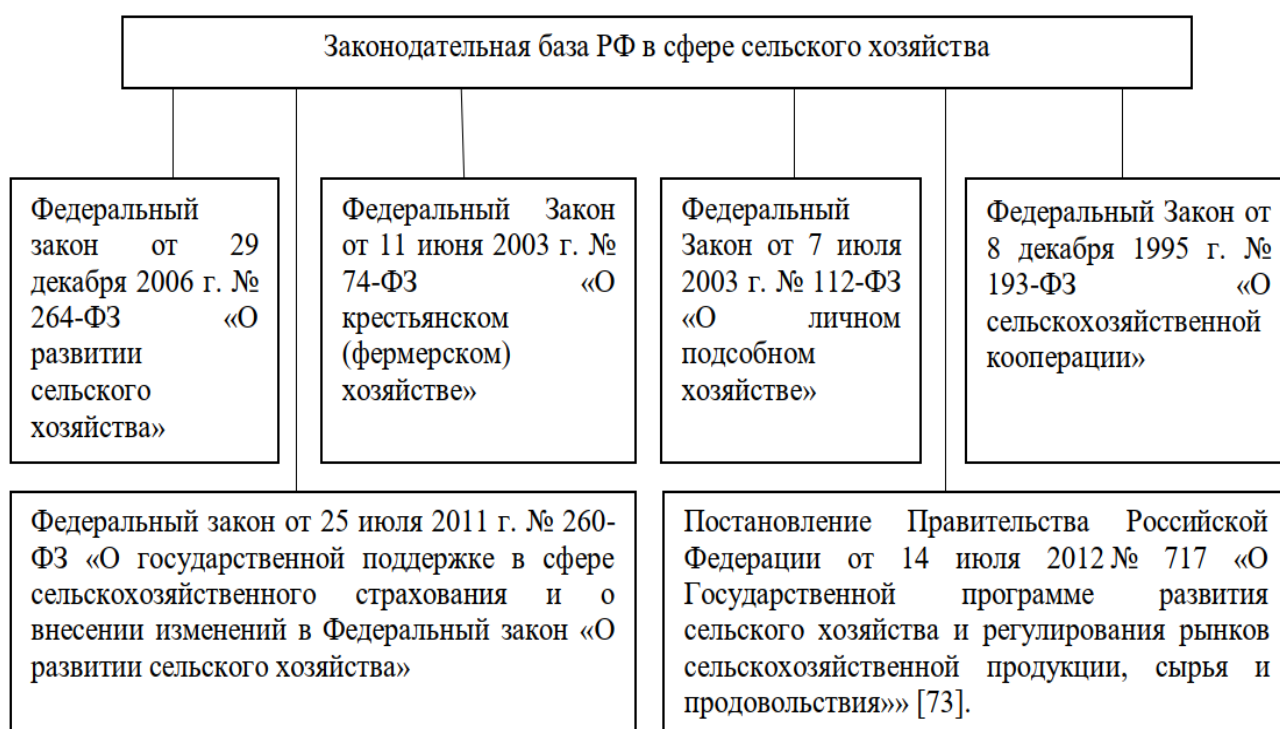


Рисунок 1.8 – Законодательная база РФ в сфере сельского хозяйства

Источник: систематизировано автором на основе [73]

При этом, в России существует ряд действующих региональных документов и нормативно-правовых актов «по развитию экологического производства,

организации и ведению органического хозяйства» [43, 45, 46]. На рисунке 1.9 представлены региональные законы, регулирующие производство органической продукции в Воронежской, Саратовской, Тюменской областях и Краснодарского края.

Региональные законодательные акты в сфере органического хозяйства	
<p>Закон Воронежской области от 13 июля 2020 г. № 80-ОЗ «О регулировании отдельных отношений в сфере производства органической продукции на территории Воронежской области» и «Меры поддержки на развитие производства органической продукции, направленные на защиту прав потребителей продукции сельскохозяйственного производства и переработки и охрану здоровья населения»; создание условий для развития органического производства; насыщение потребительского рынка органической продукцией и удовлетворение потребностей населения в органических товарах; развитие конкурентоспособной, высокоэффективной предпринимательской деятельности в сфере органического производства; стимулирование органического производства в малых формах хозяйствования; сохранение благоприятной окружающей среды</p>	<p>Закон Саратовской области от 27.04.2020 г. № 37-ЗСО «О государственной поддержке производства и реализации сельскохозяйственной продукции (в том числе органической продукции) в Саратовской области», направленный на решение следующих задач: создание равных условий сельскохозяйственным товаропроизводителям для свободного выхода на продовольственный рынок; осуществление государственной поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей; организация системы заготовок сельскохозяйственной продукции, в т.ч. органической; формирование и развитие оптовых продовольственных рынков в области; создание условий для использования банковских кредитов в процессе реализации сельскохозяйственной продукции, в т.ч. органической, сырья и продовольствия; обеспечение продвижения сельскохозяйственной продукции от производителя к потребителю; развитие органического сельского хозяйства и поддержка производителей органической продукции</p>
<p>Закон Краснодарского края от 5 июля 2019 г. № 4077-КЗ «О производстве органической сельскохозяйственной продукции в Краснодарском крае», вступивший в силу 1 января 2020 г. Основная цель данного закона – создание благоприятных условий для развития производства органической продукции на территории Краснодарского края, в том числе в малых формах хозяйствования, сохранение природных ресурсов, улучшение экологичности сельскохозяйственного производства, повышение качества и безопасности продуктов питания</p>	<p>Закон Тюменской области (с изменениями на 29.10.2020 г.) «О государственной поддержке сельскохозяйственного производства в Тюменской области», согласно которому государственная поддержка по развитию органического сельского хозяйства и поддержка производителей органической продукции оказывается за счет средств областного бюджета</p>

Рисунок 1.9 – Региональные законодательные акты в сфере органического сельского хозяйства

Источник: систематизировано автором на основе [42, 43, 45, 46]

Становление производства органической продукции наблюдается и в Республике Крым. Для курортного региона это направление является достаточно перспективным и актуальным. В 2015 г. Правительством Республики Крым был

принят закон № 134-ЗРК «О развитии сельского хозяйства в Республике Крым», согласно которому одним из основных направлений государственной поддержки является «содействие росту конкурентоспособности и продвижению сельскохозяйственной органической продукции, произведенной субъектами малого предпринимательства агропромышленного комплекса региона, на рынки сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия» [44].

«На полуострове готовится программа поддержки экоземледелия, которая предусматривает выделение эко-фермерам субсидий на покупку сельхозтехники и биологических средств защиты растений. Главной задачей является формирование инфраструктуры производства и сбыта в регионе. Отмечается, что на господдержку органики в Крыму планируется выделять 10-15% от общего объема субсидий для сельского хозяйства полуострова» [73].

Следует отметить, что в Республике Крым успешно функционирует первый в России органический виноградник, сертифицированный по ГОСТ 33980-2016 – КФХ «ИП Шелаев Д.В.» (торговая марка «Villa di Alma»), расположенный в Симферопольском районе, с. Софиевка. Площадь сертифицированной земли под насаждениями – 23 га и 70 га резервных площадей для дальнейшего динамичного развития [87]. Свою деятельность «успешно ведет предприятие органического производства ООО «Эфирмасло», расположенное в Белогорском районе полуострова. Площадь обрабатываемых земель – 807 га, из них – 288 га пашня, 519 га многолетние насаждения лаванды. Вся производимая продукция сертифицируется как «органик» в соответствии с требованиями стандартов Евросоюза (EU), США (NOP) и ООО «Экоглоб» (Армения)» [73].

Производством диетического хлеба, хлебцов и сладостей занимается предприятие ООО «Крым-экопродукт», расположенное в Симферопольском районе, с. Кальчугино. Сертифицировано данное предприятие «Органик Стандарт», единственным украинским органом органической сертификации, признанным в Европе.

Следовательно, наибольшие локальные рынки органической продукции сосредоточены в США и Европейском Союзе. В Российской Федерации, в том



числе и Республике Крым, нет четкой государственной политики относительно направлений развития органической отрасли, поэтому формирование локальных рынков органической продукции в регионе является перспективным, учитывая имеющиеся природные ресурсы и растущую заинтересованность потребителей.

Таким образом, проведение сравнительного анализа систем мировой и отечественной стандартизации органического производства позволило выделить институциональные основы функционирования рынка органики в Российской Федерации и Республике Крым и определить факторы, влияющие на повышение результативности деятельности производителей органической продукции.

#### **1.4 Методические основы формирования системы метрик для диагностики состояния рынка органической продукции с учетом специализации региона**

В современном мире применяется комплекс инструментов для оценки возможностей развития локальных рынков, который дает возможность сопоставления результатов наблюдений, полученных в течении разного периода времени на основе четких числовых индикаторов, что позволяет сформировать научно-обоснованные критерии для оценки количественного развития региона. Базовой основой для исследования локальных рынков в современной литературе являются метрики [63, 166, 101]. В настоящее время эти показатели играют ключевое значение при расчете результативности ведения бизнеса, однако, ученые до сих пор не пришли к единому мнению касательно сущности трактовки «метрики» [66, 92, 123] и мнения специалистов по данному вопросу расходятся по двум школам.

Приверженцы первого направления Ф. Котлер, К. Келлер [148], Дж. Хаузер, К. Геральд [142], Д. Лехманн [151] утверждают, что эти индикаторы

ориентированы на изучение рынка. В рамках данного подхода под метриками следует понимать систему количественных показателей для выявления проблемных вопросов ведения бизнеса, планирования будущих результатов и замера экономических процессов, при этом они могут быть измерены и зафиксированы различными методами. По нашему мнению, это определение более характеризует сущность и значение этих индикаторов, однако, к недостаткам следует отнести отсутствие регулярного мониторинга, способного определить скорость достижения поставленных целей и базовые показатели результативности развития локальных рынков.

Предположения о том, что метрики представляют собой информационную систему нашли отражения в трудах ученых Г.Л. Багиева [11], Ф. Миличевского, П. Куделковой [154], И. Симберовой [155], М. Солканского [170], Г. Хациоглу, О. Гёка [140]. Ключевым моментом в данном подходе является то, что информация должна быть четко сопоставима с конкретными целями развития локальных рынков. На наш взгляд, недостатком данного подхода является отсутствие четкой количественной оценки результативности ведения бизнеса. Анализ эффективности данного процесса способствовал бы принятию рациональных решений в развитии региона.

Анализ работ Е.Б. Швединой [116], А. Хиршовича [144], М. Анклеса [175] позволил отметить, что с помощью этих системных индикаторов возможно измерить результативность реализации всех региональных программ и дать оценку эффективности ведения бизнеса в любой сфере. По нашему мнению, выдвинутое предложение является достаточно лаконичным и вполне возможным, однако не учитывает в полной мере потребности населения и его поведение на локальных рынках с учетом их специфики.

В работах Т. Амблера [123], О. Минца, И. Курима [156] метрики рассмотрены как один из методов наблюдения и контроля бизнеса, которые позволяет выявить проблемные вопросы и провести диагностику причин их возникновения. На наш взгляд, данный взгляд основан в основном на мониторинге показателей самой фирмы и сдерживает контроль за рынком в целом.

В работах О.К. Ойнер [82], О.А. Третьяк, В.А. Ребязиной, Т.В. Ветровой, Р.А. Долженко, Д.А. Лагутаевой [21] метрики применяются для определения результативности функционирования предприятия. Учеными Б.В. Мусатовым, Ж.Б. Мусатовой [76] предложены два подхода к оценке эффективности маркетинга: разработка метрик для оценки экономического результата и продуктивности как деятельности компании в целом, так и отдельных активностей, функций и задач; построение интегрального показателя на основе частных индикаторов эффективности маркетинга. Ключевым приоритетом данного направления является проведение системного мониторинга и выявление проблем, своевременное решение которых позволит проектирование будущих результатов. Изучение вопросов, связанных с использованием системы метрик для оценки возможностей развития локальных рынков, оставляет задел для проведения новых исследований в данном направлении [62].

Ученые М.М. Дворяшина, А.В. Петрушенко, И.А. Рыштейн [34], Р. Куппер, Дж. Элко [128] дают определение метрикам в рамках второго направления. Они рассматривают данные показатели как измерители степени удовлетворенности потребностей населения [124]. По нашему мнению, недостатком этого взгляда на данный вопрос является отсутствие расчетных показателей оценки результативности деятельности конкретного предприятия и эффективности функционирования рынка в целом.

На наш взгляд, под метриками подразумевается система показателей, позволяющая осуществлять постоянный, систематический мониторинг и проверку количественных показателей возможностей развития локальных рынков с учетом формирования спроса населения и уровня удовлетворенности его потребностей. Так, одновременно с разнообразием мнений ученых о трактовке сущности метрик в научной литературе существуют разные подходы к группировке и систематизации данных показателей.

На рисунке 1.10 представлена классификация метрик, сформированная Н.Ф. Колодиной. Данные показатели позволяют оценить возможности формирования и развития локальных рынков продовольствия с учетом структуры

продовольственного рынка, производственного потенциала сельхозпроизводителей, потенциального объема ввезенной импортной продукции, возможностей предприятий перерабатывающей отрасли, а также финансового потенциала потребителей продовольствия.



Рисунок 1.10 – Классификация метрик по Н.Ф. Колодиной

Источник: составлено автором на основе [55]

Расчет данной группы метрик может быть использован для оценки степени удовлетворенности потребностей населения в определенном виде продовольствия соответствующего качества, с целью обеспечения продовольственной составляющей безопасности развития региона как в краткосрочной перспективе, так и в будущих периодах.

На рисунке 1.11 представлена классификация, предложенная А.Д. Пилько и Б.Б. Потятинником. Данные показатели позволяют оценить возможности формирования и развития локальных продовольственных рынков с учетом фактического и потенциального объемов производства продукции, потребления данных товаров, в том числе на душу населения, платежеспособного спроса, потенциальной емкости рынка, удельного веса стоимости продукции в структуре потребительской корзины, а также численности населения региона.

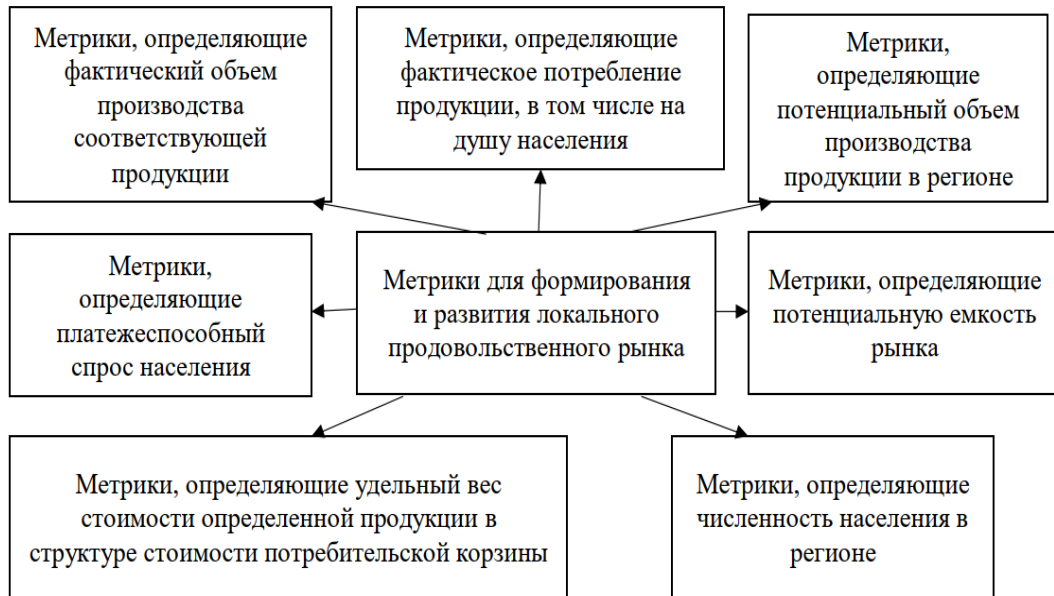


Рисунок 1.11 – Классификация метрик по А.Д. Пилько

Источник: составлено автором на основе [88]

Так, к приоритетным экономико-математическим методам, которые чаще всего используются для оценки потенциала локальных рынков продовольствия, можно отнести: метод суммы мест, метод балльных оценок, метод многомерной средней, метод «Паттерн», методы корреляционно-регрессионного анализа, спектрального и дискриминантного анализа, а также методы метрик.

На рисунке 1.12 отражена классификация метрик, предложенная Л.Н. Борисоглебской. Данные показатели позволяют оценить возможности формирования и развития локальных продовольственных рынков с учетом критических объемов импорта продукции, максимального объема производства определенного товара при заданных природоресурсных ограничениях, уровня инвестиционной привлекательности системы регионального рынка и конкурентоспособности локального, максимально возможных объемов потребления населением региона определенного вида продукции, потенциала логистической системы локального рынка, максимально возможных показателей экспорта продовольственной продукции как за границу, так и в рамках межрегиональной торговли.



Рисунок 1.12 – Классификация метрик по Л.Н. Борисоглебской

Источник: составлено автором на основе [19]

По мнению автора, потенциал рынка товаров потребительского спроса следует рассматривать в разрезе ресурсной, производственной, инфраструктурной, потребительской и институциональной составляющих. На наш взгляд, не целесообразно применение всех представленных метрик, а достаточно выделение нескольких индикаторов с учетом специфики их использования, что позволит произвести системную оценку и выявить наиболее эффективные методы анализа и произвести результативные выводы.

С учетом отсутствия единого научного подхода к систематизации метрик нами предлагается авторская группировка показателей, позволяющая диагностировать состояние локальных рынков органической продукции в регионе. Данная методика дает возможность выявить перспективные локальные рынки органики в Республике Крым. Классификация метрик в зависимости от сферы их применения с систематизацией учета современных статистических методов для формирования и развития локальных рынков органической продукции (производственная специализация, система пространственного распределения органической продукции, конъюнктура рынка), представлена на рисунке 1.13.



Рисунок 1.13 – Система метрик для комплексной диагностики современного состояния локальных рынков

Источник: предложено автором

## 1. Метрики для определения возможностей производства:

### 1.1. Показатель площади органических земель в регионе.

«Данный показатель рекомендовано рассчитывать по формуле:

$$S_{\text{орг}} = S_{\text{посев}} - \frac{(S_{\text{зерн}} + S_{\text{тех}} + (S_{\text{корм.культ}} - S_{\text{многол.травы}}) + S_{\text{овощ}})}{S_{\text{посев}}} * 100\% , \quad (1.1)$$

где  $S_{\text{орг}}$  – площадь сельскохозяйственной территории, отведенной для ведения органического хозяйства, га;

$S_{\text{посев}}$  – площадь сельскохозяйственной территории, отведенной для выращивания посевных культур, га;

$S_{\text{тех}}$  – площадь, сельскохозяйственной территории, отведенной для выращивания технических культур, га;

$S_{\text{корм.культ.}}$  – площадь, сельскохозяйственной территории, отведенной для выращивания кормовых культур, га;

$S_{\text{многол.травы}}$  – площадь, сельскохозяйственной территории, отведенной для выращивания многолетних трав, га;

$S_{\text{овощ}}$  – площадь, сельскохозяйственной территории, отведенной для выращивания овощей, га.

Данный показатель показывает какая площадь земель в регионе может быть использована для выращивания органической продукции» [117].

### 1.2. Индекс дисгармонии территорий.

«Данный показатель рекомендовано рассчитать по формуле (1.2):

$$I_{\text{dis}} = \frac{20\%(S_{\text{посев}})}{20\%(S_{\text{орг}})} , \quad (1.2)$$

где  $I_{\text{dis}}$  – индекс дисгармонии, рассчитанный как отношение 20% площади территории, предназначенной для ведения традиционного хозяйства к 20% органического.

Расчет данного показателя позволяет увидеть структуру асимметрии между ведением классического сельского хозяйства с использованием химизации и органического хозяйства» [117].



2. Метрики для оценки эффективности системы пространственного распределения

2.1. Оценка степени важности системы пространственного распределения органической продукции.

«Расчет данного показателя можно произвести по формуле 1.3:

$$Вкр = \sum_{i=1}^n \Pi_i B_i, \quad (1.3)$$

где Вкр – степень важности системы пространственного распределения органической продукции;

$\Pi_i$  – степень присутствия  $i$ -го атрибута;

$B_i$  – важность  $i$ -го атрибута;

$n$  – количество учитываемых атрибутов.

Данный показатель выявляет, какой из каналов распределения органической продукции является наиболее важным для потребителей» [127].

2.2. Оценка индекса потребительской лояльности к каналам распределения органической продукции.

«Произвести расчет данного показателя можно по формуле 1.4:

$$Ипл = \frac{Кст - Ккр}{Кп}, \quad (1.4)$$

где Ипл – индекс потребительской лояльности к определенному каналу сбыта органической продукции;

Ккр – количество «критиков» определенного канала сбыта, чел.;

Кст – количество «сторонников» определенного канала сбыта, чел.;

Кп – общее количество потребителей, чел.» [63].

Вычисление данного показателя дает возможность определить, с какой вероятностью потребители органической продукции порекомендуют данный канал распределения другим покупателям.

2.3. Оценка уровня состояния локальной конъюнктуры в административно-территориальной единице.

Расчет данного показателя возможно произвести по формуле:

$$U_{л} = \sum_{n=1}^n (P_{нас}/P_{кан}) \times I_{пл} \quad , \quad (1.5)$$

«где  $U_{л}$  - уровень состояния локальной конъюнктуры;

$P_{нас}$  – количество населения, проживающего в административно-территориальной единице, чел;

$P_{кан}$  – количество точек присутствия канала распределения, ед.;

$I_{пл}$  – индекс потребительской лояльности к каналу сбыта» [152].

Размеры этого индикатора дают возможность определить наиболее перспективные административно-территориальные единицы по развитию рынка органической продукции.

2.4. Оценка эффективности системы пространственного распределения органической продукции:

Рассчитать данный показатель удобно вычислять по следующей формуле [152]:

$$ОД = \frac{К_{посрОП}}{К_{посрР}} * 100\% \quad , \quad (1.6)$$

«где  $ОД$  – коэффициент пространственного распределения органической продукции, %;

$К_{посрОП}$  – количество посредников продающих органическую продукцию, чел.;

$К_{посрР}$  – общее количество посредников в исследуемом регионе, чел.» [152].

3. Метрики для оценки конъюнктуры рынка органической продукции:

3.1. Объем средств, потраченных населением на органическую продукцию.

«Задача заключается в нахождении среднего количества денежных средств, потраченных населением на приобретение органической продукции:

$$К_{ср} = Ч_{ср} * n \quad , \quad (1.7)$$

где  $K_{ср}$  – объем средств, потраченных населением на приобретение органической продукции, руб.;

$Ч_{ср}$  – величина среднего чека органической продукции, руб.;

$n$  – частота покупки, раз.

Таким образом, данный показатель дает возможность определить среднее количество денежных средств, потраченных на органическую продукцию с учетом величины среднего чека и частоты покупки» [127].

3.2 Оценка специфики спроса населения на органическую продукцию.

«Рассчитать данный показатель предлагается по формуле ниже:

$$ГТ = \frac{ДПОП}{ДПП} * 100\% , \quad (1.8)$$

где  $ГТ$  – доля потребителей, готовых тратить денежные средства на приобретение органической продукции, %;

$ДПОП$  – количество денежных средств, которые потребитель готов потратить на приобретение органической продукции в зависимости от доходов, руб.;

$ДП$  – общий доход потенциальных потребителей органической продукции, руб.

Данный показатель дает возможность определить, какой процент от своего общего дохода потребитель готов тратить на приобретение органической продукции» [136].

3.3 Показатель готовности переплачивать за органическую продукцию.

«Данный показатель можно рассчитать по формуле 1.9:

$$ГП = \frac{ЦОП}{ЦОргП} * 100\% , \quad (1.9)$$

где  $ГП$  – доля потребителей, готовых переплачивать за органическую продукцию по сравнению с обычной, %;

$ЦОП$  – цена на обычную продукцию, руб.;

$ЦОргП$  – цена на органическую продукцию, руб.

Расчет данного показателя дает возможность производителю принять разумное решение во сколько раз ему нужно поднять цену на органическую продукцию, чтобы не потерять потенциальных потребителей» [153].

#### 3.4 Доля затрат населения на органическую продукцию:

«Произвести расчет данного показателя можно по следующей формуле:

$$ДК = \frac{РПОП}{РПНОП} * 100\% , \quad (1.10)$$

где ДК – доля затрат населения на органическую продукцию, %;

РПОП – количество денежных средств, потраченных на приобретение органической продукции определенной категории товаров, руб.;

РПНОП – количество денежных средств, потраченных на приобретение неорганической продукции той же категории товаров, руб.

С помощью данного показателя можно определить, какую долю составляют расходы потенциальных покупателей на приобретение органической продукции в совокупных расходах на приобретение неорганической продукции той же категории товаров» [130].

#### 3.5 Коэффициент пробных покупок органической продукции.

«Расчитать данный показатель возможно по следующей формуле:

$$КпробП = \frac{КПпроб}{ОКП} * 100\% , \quad (1.11)$$

где КпробП – коэффициент пробных покупок органической продукции, %;

КПпроб – количество покупателей, попробовавших органическую продукцию за определенный период времени, чел.;

ОКП – общее количество потенциальных покупателей органической продукции, чел.

Следует отметить, что, рассчитав данные показатели, можно спрогнозировать потенциальный объем продаж органической продукции за определенный период времени» [135].

#### 3.6 Коэффициент повторных покупок населения.

«Расчет данного показателя можно произвести по следующей формуле:

$$K_{\text{ПовтП}} = \frac{K_{\text{Повт}}}{OKP} * 100\% , \quad (1.12)$$

где  $K_{\text{ПовтП}}$  – коэффициент повторных покупок органической продукции, %;

$K_{\text{повт}}$  – количество покупателей, повторно купивших органическую продукцию за определенный период времени, чел.;

$OKP$  – количество покупателей, совершивших пробные покупки органической, чел.» [134].

### 3.7 Оценка потенциальной емкости рынка органической продукции.

«Данный показатель можно рассчитывать по формуле 1.13:

$$E = K * П * Ч * СП * ПП * Ц , \quad (1.13)$$

где  $E$  – потенциальная емкость рынка органической продукции, руб.;

$K$  – общее количество потенциальных потребителей (население региона), чел.;

$П$  – количество потребителей органической продукции, чел.;

$Ч$  – среднее число потребления органической продукции одним покупателем за определенный период времени, шт.;

$СП$  – количество денежных средств, потраченных на приобретение органической продукции одним покупателем за один раз, руб.;

$ПП$  – процент потребителей, предпочитающих органическую продукцию, %;

$Ц$  – средняя цена органической продукции, руб.

Расчет этого показателя дает возможность определить количество денежных средств, которые потребители органической продукции расходуют на покупку данного товара за определенный период времени» [134].

### 3.8 Индекс уровня конкурентоспособности локальных рынков в регионе.

Для расчета данного показателя можно использовать формулу [59]:

$$I_{ki} = (I_{cki} + I_{eki})/2 , \quad (1.14)$$

где  $I_k$  – индекс уровня конкурентоспособности  $i$ -го локального рынка органической продукции в регионе;

$I_{cki}$  – индекс уровня социальной конкурентоспособности  $i$ -го локального рынка органической продукции в регионе;

$I_{eki}$  – индекс уровня экономической конкурентоспособности  $i$ -го локального рынка органической продукции в регионе.

Таким образом, обоснована авторская методика диагностики состояния рынка органической продукции с учетом специфики региона, дающая возможность выявить перспективные локальные рынки органической продукции в Республике Крым. Проведена классификация метрик в зависимости от сферы их применения с систематизацией учета современных статистических методов для формирования и развития локальных рынков органической продукции, которая позволяет провести не только их комплексную диагностику, но и оценить перспективы развития на ближайшие годы.

## **Глава 2 Оценка потенциала развития локальных рынков органической продукции на региональном уровне**

### **2.1 Выявление перспективных кластеров для производства органической продукции в регионе с применением ГИС-технологий**

Основным сегментом мирового рынка органики является «производство органической продукции, которая включает в себя» [93] широкий спектр товаров. В связи с этим стремительно растет значение системы пространственного распределения органического хозяйства. Согласно мировым стандартам, органическим считается хозяйствование, в котором запрещено применение химических веществ и генетически модифицированных организмов, предусмотрена минимизация вспашки площадей, отведенных для ведения органического хозяйства.

Органическое хозяйство представляет собой целостную систему, объединяющую ведущие методы охраны окружающей среды, способствующие восстановлению биологического равновесия, сохранению разнообразия природных ресурсов, применению высоких стандартов содержания животных и щадящих способов производства. Согласно последним данным «Исследовательского института органического сельского хозяйства (FiBL) 181 страна мира ориентирована на производство органической продукции,» [93] под которое занято около 69,8 млн. га, включая сельскохозяйственные территории переходного периода.

Ведение органического сельского хозяйства имеет свои региональные особенности. Российские сертифицированные органические фермерские хозяйства имеют узкую специализацию и сравнительно небольшие

территории. На отечественном рынке органики в основном преобладает растениеводство.

Органическое ведение хозяйствования основывается на управлении производством и учитывает возможное негативное влияние на окружающую среду и здоровье населения. Все эти способы подлежат трансформации в органическом сельском хозяйстве на особые методы, которые сохраняют и повышают плодородие сельскохозяйственной территории, предотвращают размножение вредителей и рост заболеваний.

Органическое сельское хозяйство способствует в перспективе упорядочить и гармонизировать экологические, экономические и социальные задачи для развития сельскохозяйственного сектора экономики. Концепция органического земледелия заключается в том, чтобы, на основе экологических процессов и биоразнообразия, объединить в «себе традиции и передовые достижения в науке, направленные на благосостояние окружающей среды и улучшение качества жизни населения» [93]. Ведение органического хозяйства имеет свои технологические отличия.

Площадь сельскохозяйственных угодий Республики Крым составляет более 754 тыс. га [120]. При рассмотрении изменения структуры посевных территорий за прошлые 100 лет становится очевидным, что последний раз данный показатель с таким соотношением от общей площади полуострова был зафиксирован в 1928 г.

Ключевым условием для изучения сельскохозяйственных территорий, возможных для эффективного развития органического сектора региона, является жесточайший запрет на внесение всех видов химических веществ, разрешено применение исключительно органических удобрений [6]. Данная позиция полностью соответствует нормативному законодательству Европейского Союза в данной сфере [93, 103].

«На рисунке 2.1 изображена карта плотности пространственного распределения сельскохозяйственной территории Республики Крым.



Территории, отведенные под ведение сельского хозяйства сосредоточены преимущественно на севере и северо-западе Республики Крым» [120].

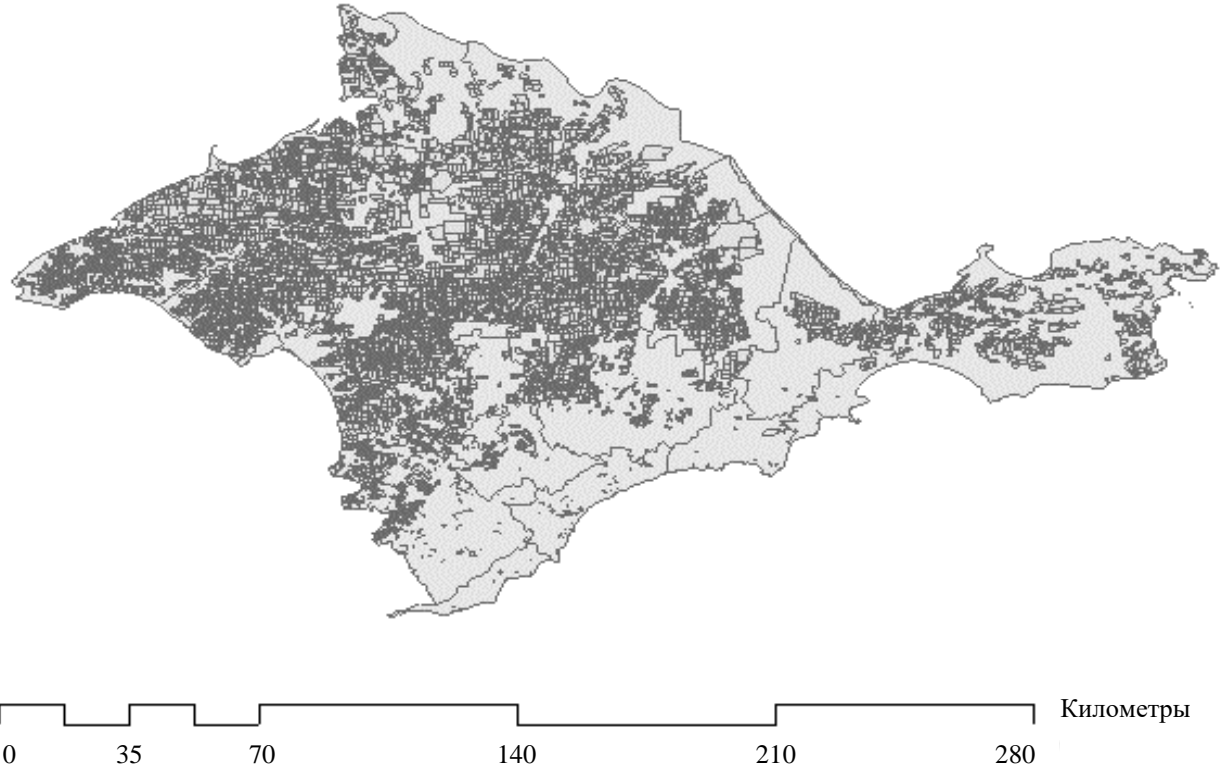


Рисунок 2.1 – Карта плотности пространственного распределения сельскохозяйственной территории Республики Крым, 2020 г.

Источник: составлено автором

«Из рисунка видно, что территории, отведенные под ведение сельского хозяйства сосредоточены преимущественно на севере и северо-западе Республики Крым» [120].

«Максимальная степень химизации сельскохозяйственной территории Республики Крым отмечена в Советском районе с показателем 49,5 кг/1 га. Вторая позиция по данному показателю распределена между Нижнегорским районом со значение 46 кг/1 га и Красноперекопским с отметкой 43,6 кг/1 га. Минимальный уровень химизации сельскохозяйственных территорий выявлена в Черноморском районе с показателем 4,3 кг/1 га, что обусловлено большим количеством заброшенных и необрабатываемых пахотных площадей» [120].

Пространственное распределение сельскохозяйственных территорий региона с учетом внесения удобрений отражено на рисунке 2.2.

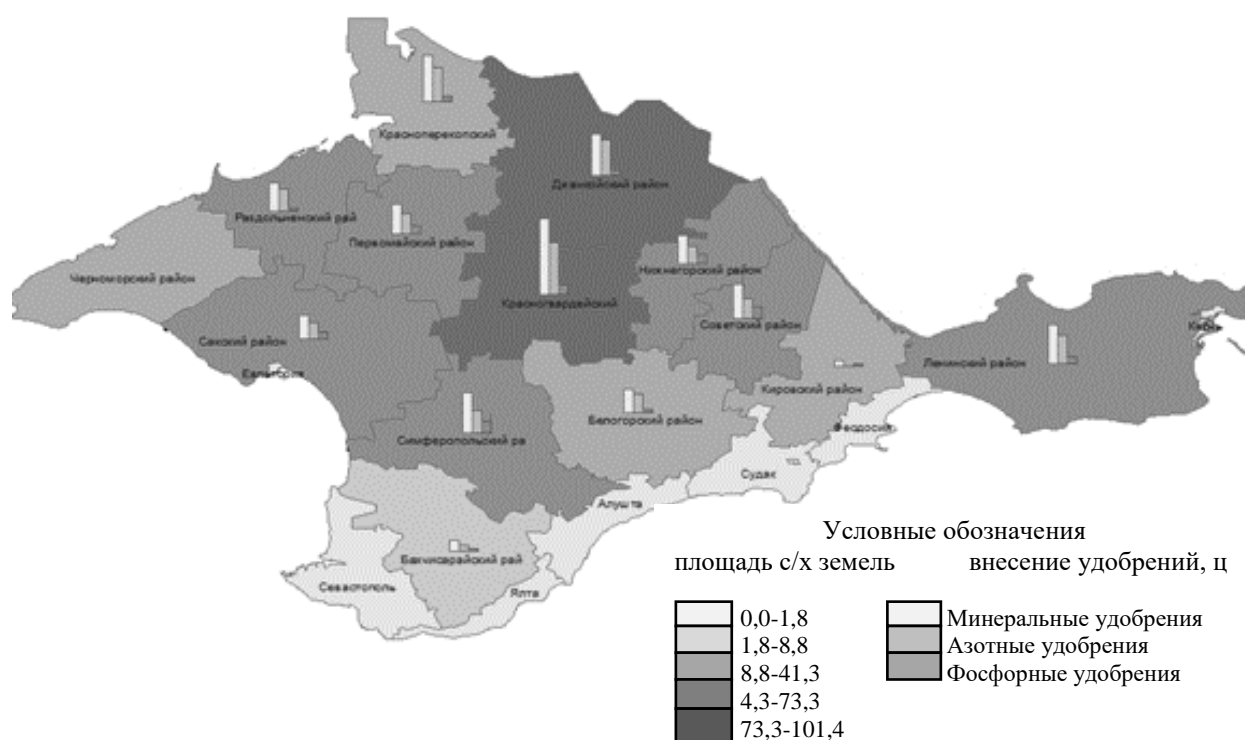


Рисунок 2.2 – Карта структуры пространственного распределения сельскохозяйственных территорий с учетом внесения удобрений, 2019 г.

Источник: рассчитано автором на основе данных [23]

«Изменение уровня внесения минеральных удобрений под сельскохозяйственные культуры на протяжении 20 лет свидетельствует об увеличении степени химизации территории с 2005 г. Заметим, что динамика внесения удобрений последние 20 лет, показывает тенденцию к увеличению объемов именно минеральных удобрений, особенно начиная с 2005 г с показателем 25 кг/1 га. Если показатель в 14 кг/1 га еще прослеживался в 2000 г., то на сегодняшний момент он увеличился до 48 кг/1 га. Причем величина вносимых удобрений напрямую зависит от вида сельскохозяйственной культуры» [120]. «Следует отметить, что практически в два раза за текущие 20 лет увеличилась доля внесения минеральных удобрений на сельскохозяйственных территориях, отведенных для зерноводства до 43 кг/1 га, овощеводства до 415 кг/1 га (в 9 раз) с показателя 42 кг/1 га; картофелеводства до 194 кг/1 га (6 раз) с отметки 31 кг/1 га. В итоге, в 2019 г.

удельный вес внесенных минеральных веществ составил 54%» [123] (рисунок 2.3).

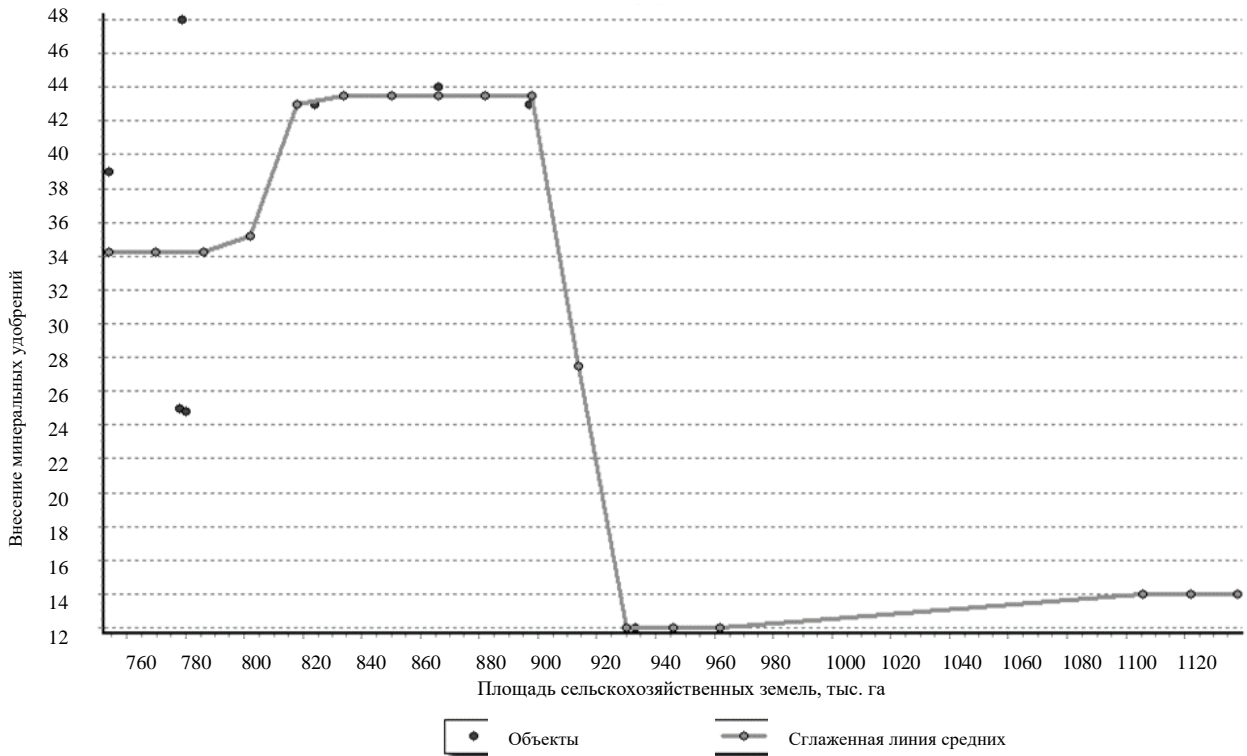


Рисунок 2.3 – Аппроксимация изменения количества внесенных минеральных удобрений в регионе за 20 лет

Источник: рассчитано автором

В результате полученных данных максимальная химизация сельскохозяйственных территорий Республики Крым происходит с 2000 г. на уровне 820-920 тыс. га. По уровню внесения органических веществ прослеживается обратная ситуация.

В связи с уменьшением количества крупного рогатого скота и ликвидацией большой численности животноводческих ферм, насыщение сельскохозяйственных площадей органическими удобрениями сократилась в 2,5 р. с отметкой 1,4 тыс./га т в 2000 г. до уровня 0,8 тыс./га т в 2019 г. Под урожай 2020 г. было внесено всего 253400 т органических удобрений (рисунок 2.4).

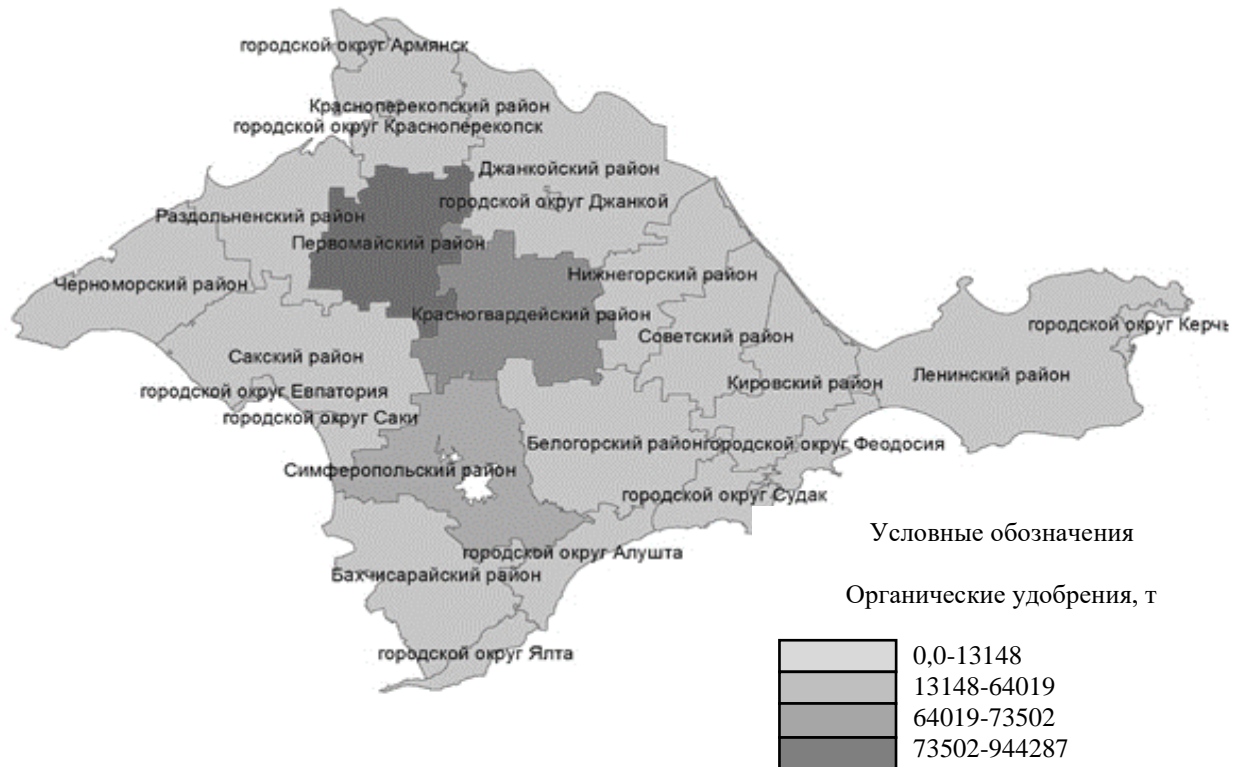


Рисунок 2.4 – Карта плотности пространственного распределения количества внесенных органических веществ, 2020 г.

Источник: рассчитано автором

На площадях сельскохозяйственных территорий, отведенных для зерноводства за текущие 20 лет, уровень применения природных веществ уменьшился в с показателя 1,4 т/га в 2000 г. до отметки 0,5 т/га в 2019 г. (в 3 раза). Следует отметить, что на уровень урожайности зерновых культур в значительной мере влияет количество внесенных минеральных удобрений (до 22 ц/га), особенно азотных и фосфорных – до 24 ц/га. На сельхозугодьях, отведенных для овощеводства использование органических удобрений сократилось со значения 8,1 т/га в 1996 г. до уровня 0,6 тыс./га в 2016 г. (в 9 раз); картофелеводства до уровня 51 тыс./га 2000 г. (в 51 раз). Немаловажным фактом является то, что на «уровень урожайности картофеля в значительной мере влияет количество внесенных фосфорных и азотных удобрений до

уровня 200 ц/га. Однако, на сегодняшний день при выращивании картофеля органические удобрения не применяются вообще (рисунок 2.5)» [123].

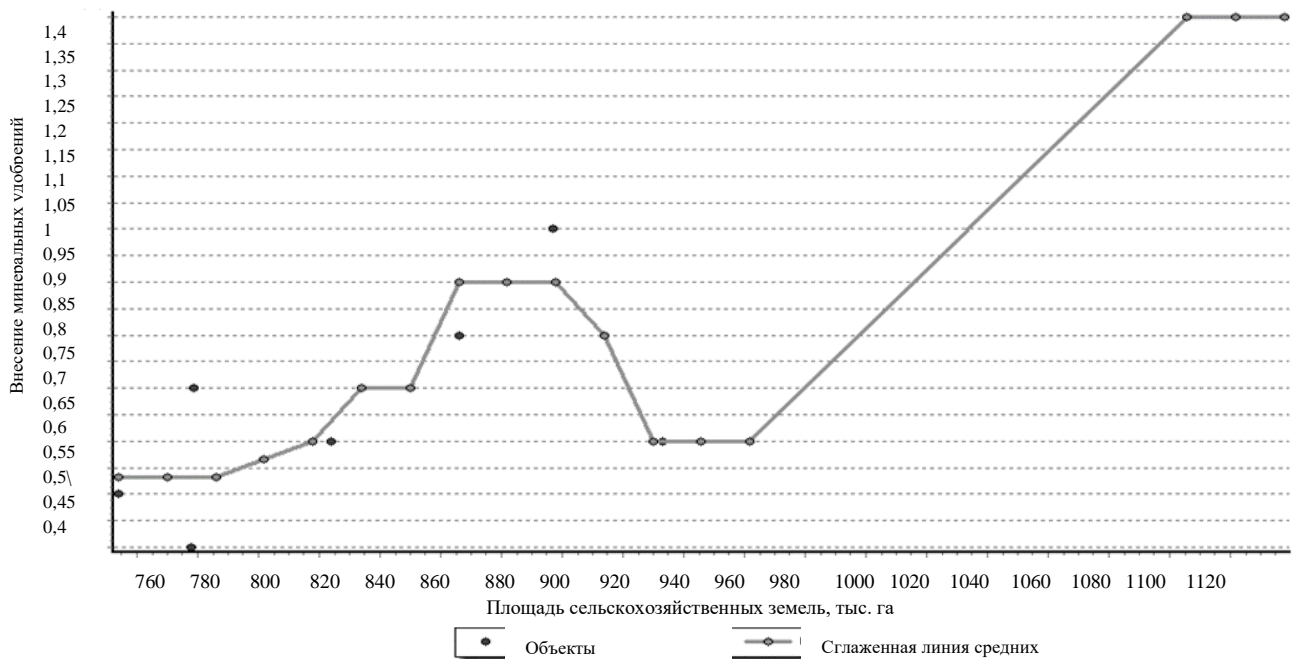


Рисунок 2.5 – Аппроксимация изменения количества внесенных органических удобрений в регионе за 20 лет

Источник: рассчитано автором

Минимальный объем внесенных органических веществ был выявлен на сельскохозяйственных территориях в площади 860-900 тыс. га, начиная с 2000 г, что соответствует такой же величине данного показателя в 2004 и 2013 гг. Следует отметить, что на уровень урожайности зерновых культур в значительной мере влияет количество внесенных минеральных удобрений (до 22 ц/га), особенно азотных и фосфорных – до 24 ц/га, что подтверждено силой связи этих двух переменных со значением 0,46 (коэффициент Крамера) с вероятностной ошибкой менее 1%. Внесение органических удобрений при выращивании зерновых культур показывает степень урожайности со значением 24 ц/га, что подтверждено силой связи этих двух переменных со значением 0,89 (коэффициент Крамера) с вероятностной ошибкой 0,302.

На сегодняшний момент наибольшая химизация сельскохозяйственных земель, отведенных под зерноводство, зафиксирована в Джанкойском районе (рисунок 2.6).

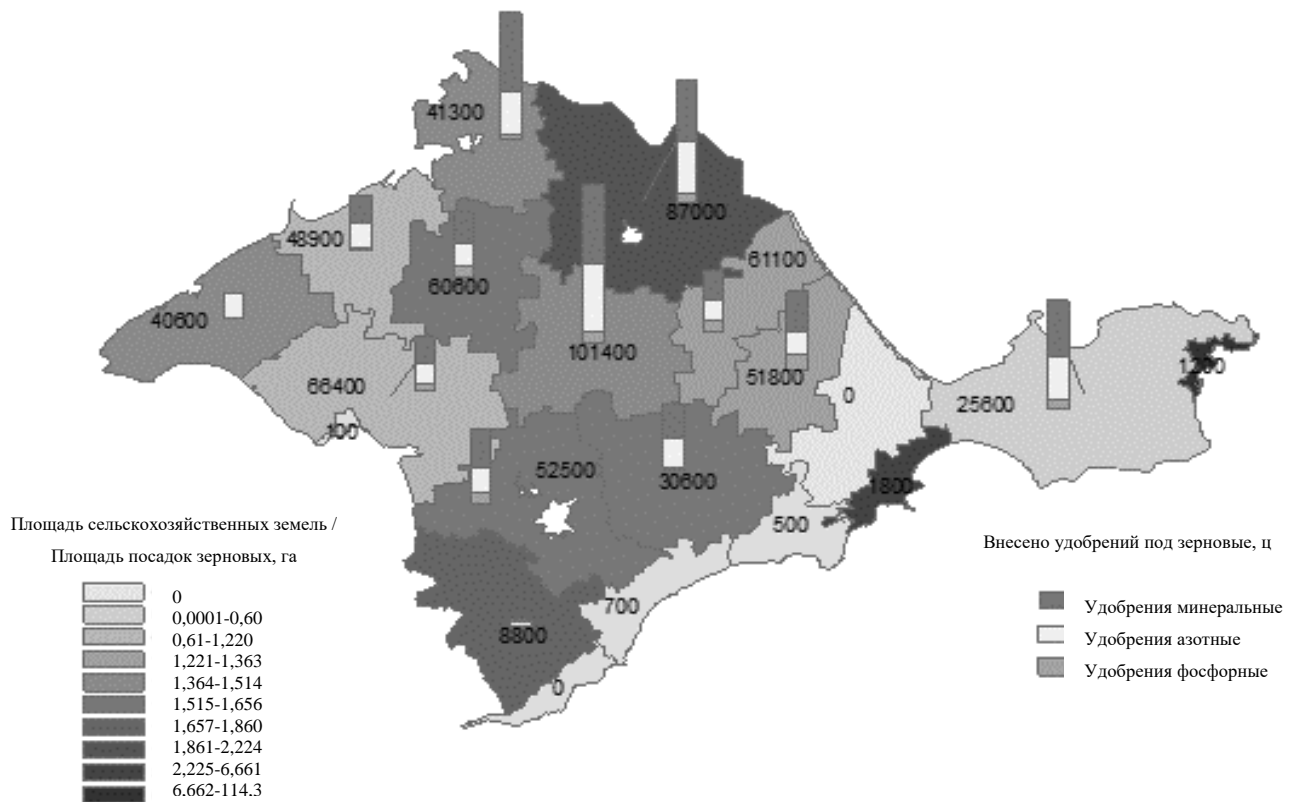


Рисунок 2.6 – Зависимость между площадями сельскохозяйственной территории и землями, отведенными для выращивания зерновых культур в регионе, га

Источник: рассчитано автором

Высокий уровень минерализации сельскохозяйственных территорий препятствует развитию органического зерноводства минимум на два года согласно ГОСТ 56508-2015 [31]. Следует отметить, что зерновые культуры являются неотъемлемой составляющей рациона питания человека. Их производство удовлетворяет потребности населения не только в изготовлении хлебобулочных и макаронных изделий, но и большинства товаров животноводства. Поэтому внедрение производства экологически чистой зерновой продукции априори создает условия для производства органических продуктов питания.

На второй позиции по объемам выращивания в Республике Крым находится подсолнечник (рисунок 2.7).

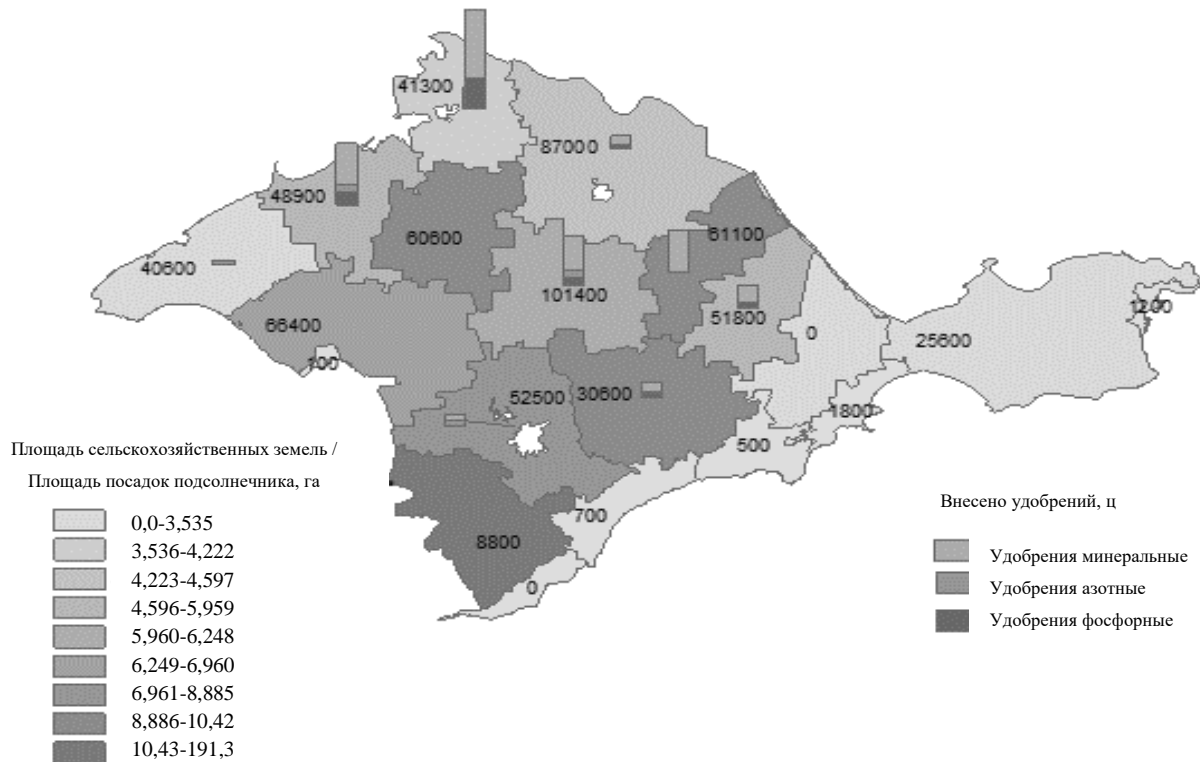


Рисунок 2.7 – Зависимость между площадями сельскохозяйственной территории и землями, отведенными для выращивания подсолнечника в регионе, га

Источник: рассчитано автором

Высокая корреляционная зависимость с показателем 0,87 выявлена между минерализацией территории, отведенной для выращивания подсолнечника и степенью урожайности за последнее двадцатилетие (вероятность ошибки 0,009). «Связь между двумя показателями является достаточно сильной в виду того, что вероятность ошибки намного меньше допустимой отметки в 0,050» [120].

Прослеживается тесная зависимость повышения уровня урожайности сельхозкультур от минерализации территории, отведенной для их выращивания. По расчетным данным, полученных в результате многолетних исследований, проводимых ученым М.П. Чуба и др. [115] было выявлено увеличение урожайности на 30 % (с 35% до 65%) от количества внесения

азотных удобрений и ее повышение на 31% (с 24% до 55%) от применения фосфорных компонентов. Применение фосфорных удобрений на черноземных почвах практически в 2 раза повышает уровень ее плодородия. Согласно исследованиям Э.В. Титовой [106] «при ведении зерноводства применение азотный удобрений повышает степень урожайности почвы до 7 ц/га с показателя 3,5 ц/га зерновых единиц» [120]. Следовательно, основным фактором, влияющим на повышение степени урожайности сельскохозяйственных территорий, является уровень минерализации на 1 га земли. Таким образом, косвенным органическим показателем загрязнения территорий, отведенных под ведение сельского хозяйства является уровень плодородия почвы.

В итоге, при ведении органического сельского хозяйства вполне возможно получение показателей урожайности культур близкого уровню традиционному. Выращивание подсолнечника органическими методами дает более высокую его урожайность, чем при минерализации сельскохозяйственной территории, отведенной под его посеvy. Ведение органического картофелеводства дает показатели урожайности вполне соизмеримые при применении фосфорных удобрений. Следовательно, ведение органического сельского хозяйства с использованием органических удобрений вполне способно привести к близкому уровню урожайности сельскохозяйственных культур, как и при химизации сельскохозяйственных территорий. Снижение степени урожайности возможно только при овощеводстве, где не рекомендовано использование азотных удобрений [27].

С целью выявления перспективных административно-территориальных единиц в Республике Крым для ведения органического сельского хозяйства, нами было проведено исследование с учетом количества внесенных химических удобрений. Расчет площади территории, для «возможного ведения органического хозяйства рекомендовано производить по формуле [115]:



$$S_{\text{орг}} = S_{\text{посев}} - \frac{(S_{\text{зерн}} + S_{\text{тех}} + (S_{\text{корм.культ}} - S_{\text{многол.травы}}) + S_{\text{овощ}})}{S_{\text{посев}}} * 100\% , \quad (2.1)$$

где  $S_{\text{орг}}$  – площадь сельскохозяйственной территории, отведенной для ведения органического хозяйства, га;

$S_{\text{посев}}$  – площадь сельскохозяйственной территории, отведенной для выращивания посевных культур, га;

$S_{\text{тех}}$  – площадь, сельскохозяйственной территории, отведенной для выращивания технических культур, га;

$S_{\text{корм.культ.}}$  – площадь, сельскохозяйственной территории, отведенной для выращивания кормовых культур, га;

$S_{\text{многол.травы}}$  – площадь, сельскохозяйственной территории, отведенной для выращивания многолетних трав, га;

$S_{\text{овощ}}$  – площадь, сельскохозяйственной территории, отведенной для выращивания овощей, га» [120].

В результате проведенных расчетов было выявлено, что на 10% сельскохозяйственной территории региона возможно ведение органического хозяйства. На основе полученных нами данных рекомендовано определить структурное соотношение между территориями региона, предназначенных для ведения органического земледелия и традиционного сельского хозяйства по следующей формуле на основе индекса дисгармонии [120]:

$$I_{\text{dis}} = \frac{20\%(S_{\text{посев}})}{20\%(S_{\text{орг}})} , \quad (2.2)$$

«где  $I_{\text{dis}}$  – индекс дисгармонии, рассчитанный как отношение 20% площади территории, предназначенной для ведения традиционного хозяйства к 20% органического» [120].

Введенный нами показатель в 20% основан на принципе Парето. По полученным расчетным данным было выявлено, что в общей структуре сельскохозяйственной территории Республики Крым «в 4,5 раза преобладают земли с применением химических удобрений» [120].

Очевидной является зависимость увеличения степени урожайности от химизации территории [39]. Выявлена тесная связь между ростом урожайности и количеством внесенных минеральных удобрений в рамках административно-территориальных единиц Республики Крым [36].

Регрессионный анализ внесения минеральных удобрений на 1 га сельскохозяйственной площади представлен на рисунке 2.8.

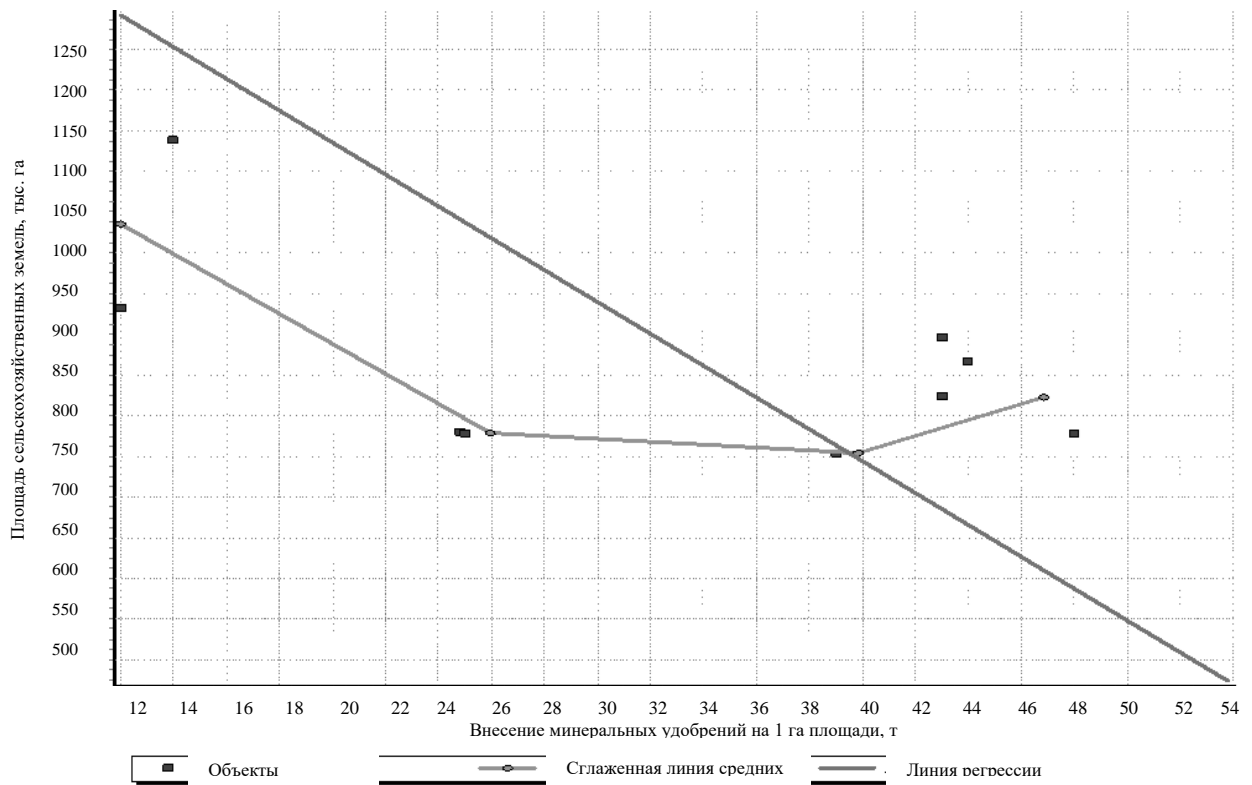


Рисунок 2.8 – Регрессионный анализ зависимости между площадью сельскохозяйственных территорий и количеством внесенных минеральных удобрений, 2000-2020 гг, тыс./га т

Источник: рассчитано автором

Из рисунка видно, что на протяжении исследуемого периода увеличивается количество внесения азотных и фосфорных веществ на сельскохозяйственных землях региона. Сокращение площади территории, отведенной для ведения сельского хозяйства привело к увеличению химической нагрузки на используемые угодья, что ведет к разрушению

плодородного слоя почвы и усиление её минерализации. Обратная зависимость выявлена при внесении органических удобрений (рисунок 2.9).

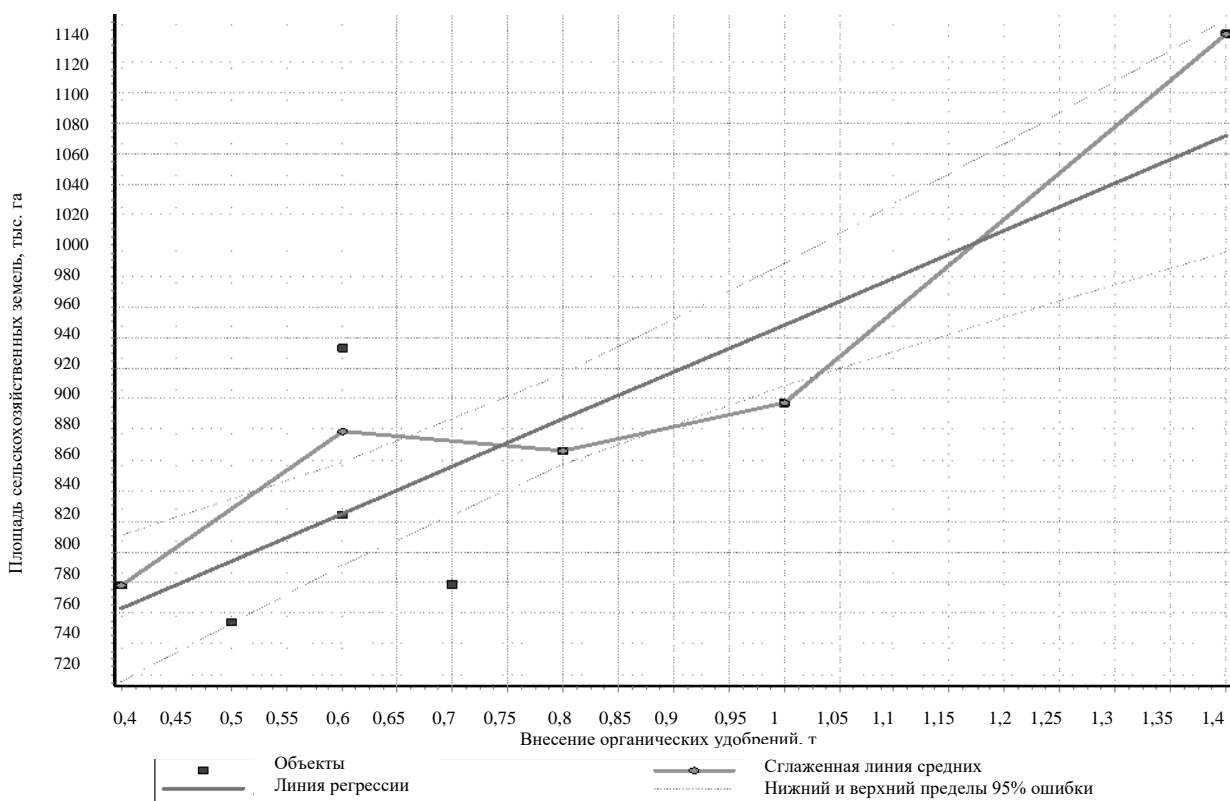


Рисунок 2.9 – Регрессионный анализ зависимости между площадью сельскохозяйственных территорий и количеством внесенных органических удобрений, 2000 – 2020 гг, тыс./га т

Источник: рассчитано автором

На основе расчетных данных было определено, что в общей структуре сельскохозяйственной территории Республики Крым только 5,7% земли занято под ведение органического хозяйства. Еще в конце XX в. Н. Берлугой [54] было спрогнозировано рост рынка органической продукции, при производственном процессе которого исключено использование химических веществ.

С целью выявления территориальных органических производственных кластеров нами был проведен пространственно-распределительный анализ с учетом плотности, структуры и динамики «химизации сельскохозяйственных

территорий в административно-территориальных единицах Республики Крым, результаты которого отражены на рисунке 2.10.» [120].

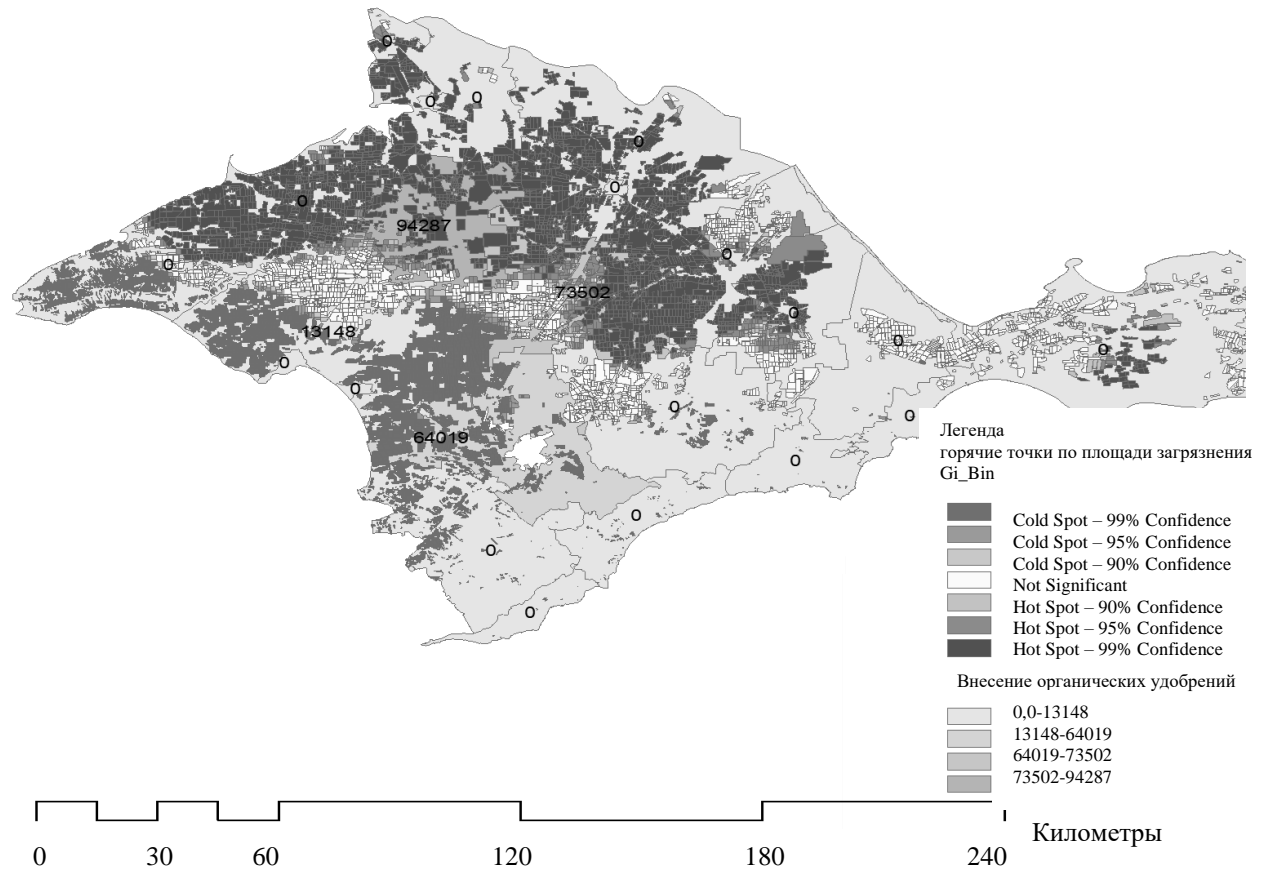


Рисунок 2.10 – Карта органических производственных кластеров  
Республики Крым

Источник: рассчитано автором

Выделение органических производственных кластеров происходило с учетом уровня химизации территории, предназначенной для ведения сельского хозяйства в административно-территориальных единицах Республики Крым. В результате проведенных расчетов нами были выделены специфичные кластеры. К перспективным административно-территориальным единицам для ведения органического производства относятся: Первомайский, Черноморский и Красногвардейский районы. Именно с ними мы связываем ведение органического сельского хозяйства в перспективе [120].

## **2.2 Оценка потенциальной емкости рынка органической продукции на основе кластеризации региона**

В настоящее время знания и учет потребностей населения и спроса на продукцию является основным условием для успешного формирования и развития определенного локального рынка. В условиях рыночных реалий первоочередными задачами для успешного ведения бизнеса становятся удовлетворение потребностей населения и спроса потребителей, приобретающих определенную продукцию/услугу, способствуя тем самым росту объемов сбыта и максимизации прибыли в регионе [67]. В связи с этим экспертам следует сосредоточить все усилия на изучении и анализе рыночного спроса, а также уровне потребления населением продукции определенной отрасли. Все эти мероприятия направлены на формирование оптимального ассортимента продукции с учетом потребностей населения, а также особенностей его спроса, жизненного цикла товаров для обеспечения конкурентоспособности организации и создания ею условий, благоприятных для покупателей.

Так, учеными О.С. Воищевой и В.И. Теняковой [24] проанализирована факторная обоснованность в рейтинговых баллах по задачам оценки спроса. В публикациях А.И. Силаевой и В.Г. Будашевского [100] изучены методы регрессивного моделирования экспертно-аналитических прогнозных оценок спроса. В статьях Н.В. Фоминой и П.В. Терелянского [111] осуществлено прогнозирование спроса методом анкетных оценок в регионе. На основании изученных научных данных нами разработана новая экспериментальная методика оценки потенциальной емкости локальных рынков, применяющаяся в условиях неполноты информации на основе инструмента пространственно-временной интерпретации статистики, позволившая выявить пять типов

органических потребительских кластеров<sup>3</sup>, состоящая из следующих этапов [75]:

1. Определение потенциальных потребителей органической продукции и их социально-демографический профиль на основе опроса и статистических данных их локализации.
2. Выявление частотности покупок органической продукции населением.
3. Определение величины расходов на приобретение органической продукции, а также размера среднего чека.
4. Расчет потенциальной емкости локальных рынков методом экстраполяции.
5. Оценка потенциальной емкости локальных рынков органической продукции на основе нормативного метода прогнозирования.
6. Визуализация потенциальной емкости локальных рынков органической продукции путем градации пределов спроса на основе метода систематизации естественных границ (метод Джексона).

Предложенная автором методика позволяет восполнить неполноту данных, связанную с отсутствием информации по данному вопросу в официальных статистических источниках и классифицировать по потенциальной емкости локальные рынки региона на основе применения методов опроса, экстраполяции, классификации естественных границ с учетом пространственного распределения органической продукции.

На первом этапе рекомендовано определение потенциальных потребителей органики и их социально-демографических профилей на основе опроса и статистических данных с выявлением их локализации.

С целью «определения спроса населения на органические товары в регионе нами было проведено маркетинговое исследование путем анкетирования в каналах пространственного распределения территориальных

---

<sup>3</sup> совокупность потребителей органической продукции в рамках административно-территориальных единиц

единиц Республики Крым (Приложение Б). Расчет репрезентативной выборки, определяющей необходимое количество опрошенных, с целью получения наиболее достоверной информации рекомендуем проводить по формуле бесповторного отбора [53]:

$$n = \frac{t^2 pqN}{\Delta^2 N + t^2 pq}, \quad (2.3)$$

где  $t$  – коэффициент доверия;

$pq$  – альтернативная дисперсия (где  $p$  – доля единиц, обладающих признаком,  $q$  – доля единиц, не обладающих им);

$N$  – объём генеральной совокупности;

$\Delta$  - предельная ошибка выборки для ее среднего значения» [61].

«Выбор этого алгоритма связан с тем, что при формировании размера выборки основой выступили не количественные признаки, а качественные (альтернативные), дисперсия которых соотнесена произведению доли единиц, которые обладают качественными признаками, в пересчете на долю единиц, которые не обладают ими. Отметим, что при расчете спроса оптимальная дисперсия чаще приравняется к 0,25. В связи с этим объем выборки станет немного большим, чем при соотношении  $p^*q$ , что обеспечит некоторый запас выборки и снизит ее ошибку. При осуществлении расчетов уровень доверия нами был установлен 2, а предельная ошибка составила 3%» [68;69]. «Это разъясняется тем, что исследуемая нами генеральная совокупность представляет собой население Крыма [95], которое на 1.01.21 г. по данным Управления федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю [95] составило 1901578 человек:

$$n = \frac{2^2 * 0,25 * 2293673}{0,03^2 * 2293673 + 2^2 * 0,25} \approx 1110 \quad (2.4)$$

В соответствии с проведенным расчетом репрезентативная выборка составила 1110 человек» [61].

Учитывая предельную ошибку равную 3%, нами была исследована специфика потенциального спроса населения на органическую продукцию в зависимости от гендерной принадлежности (рисунок 2.11).

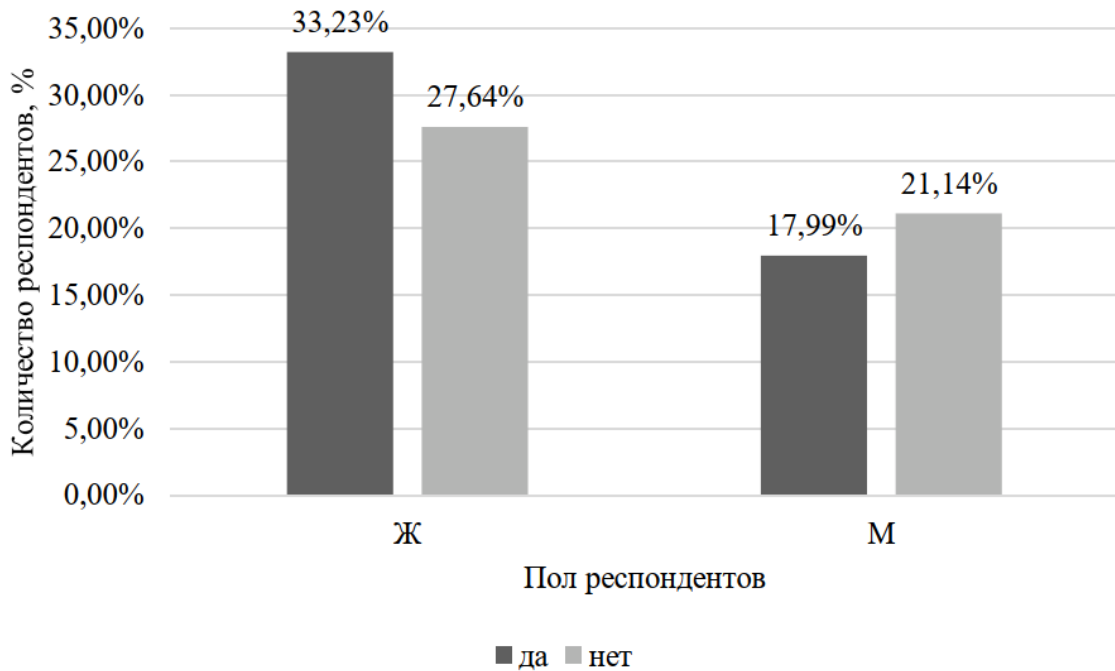


Рисунок 2.11 – Выявление специфики потенциального спроса населения Республики Крым на органическую продукцию в зависимости от гендерной принадлежности

Источник: рассчитано автором

Таким образом, 51,22% опрошенного населения являются потенциальными потребителями органики. «На долю женщин, которые готовы потреблять органическую продукцию приходится 33,23%, мужчин – 17,99%. Не желают – 27,74% женщин и 21,14% мужчин. Следовательно, женское население представляет собой потенциальный сегмент потребителей органической продукции, но, не следует пренебрегать тем фактом, что женщины более коммуникабельны, чем мужчина и лучше идут на при опросе, поэтому следует учитывать погрешность» [61].

«В процессе исследования, анкетированные были разделены на 4 возрастные группы: «до 21 года», «21-45 лет», «46-65 лет», «старше 65 лет», однако, первую категорию сформировало население старше 16 лет. Поскольку опрос проходил в каналах распределения продукции, где данная категория потребителей не осуществляет покупки самостоятельно, а, значит, их предпочтения основывались бы не на личном опыте, а на мнении



потребителей, непосредственно совершающих покупку» [61]. На рисунке 2.12 отражена специфика потенциального спроса населения на органическую продукцию в зависимости от возрастной принадлежности.

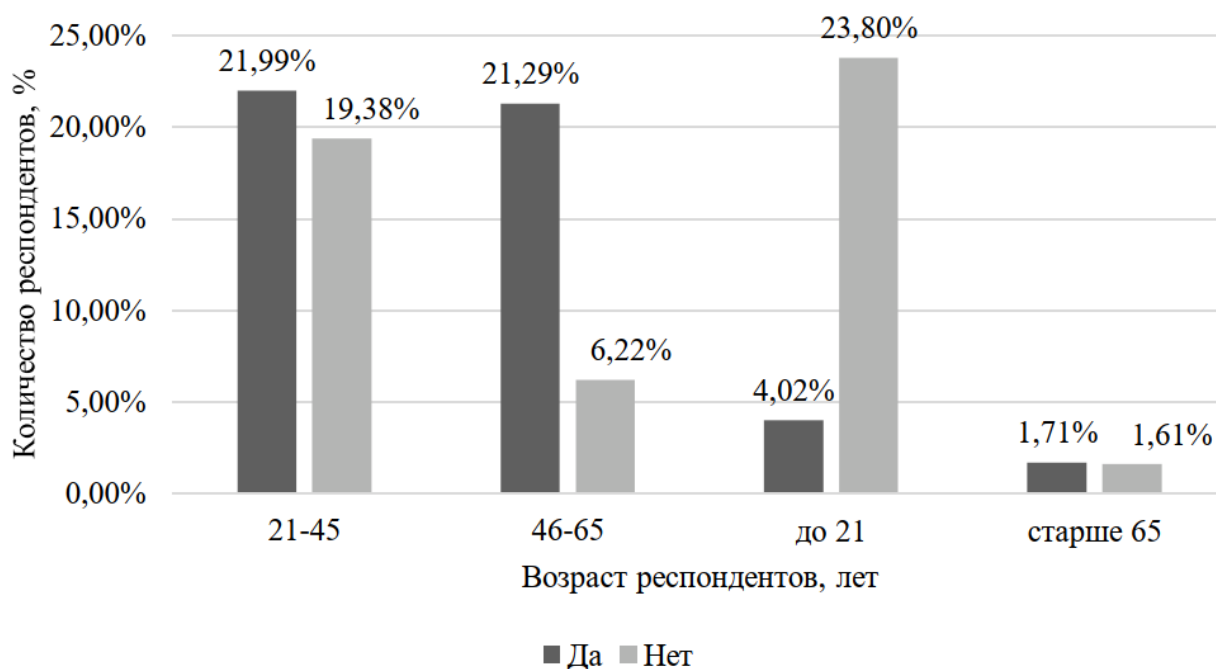


Рисунок 2.12 – Специфика потенциального спроса населения Республики Крым на органическую продукцию в зависимости от возрастной принадлежности

Источник: рассчитано автором

Из рисунка видно, что 4,02% опрошенных, желающих постоянно приобретать органическую продукцию сформировали категорию «до 21 года», в группу «21-45 лет» вошли 21,99% респондентов, категории «46-65 лет» и «старше 65 лет» составили 21,29% и 1,71% анкетированных, соответственно. Абсолютно не желают – «до 21 года» – 23,80%, «21-45 лет» – 19,38%, «46-65 лет» – 6,22%, «старше 65» – 1,61%.

«Следовательно, именно категория населения возрастных групп «21-45 лет» и «46-65 лет» являются потенциальными потребителями органической продукции. Категория «старше 65 лет» в принципе была сформирована из небольшого количества респондентов. Низкая доля населения, желающих потреблять органическую продукцию, вошедшая в группу «до 21 года»,

возможно, обусловлена низкой степенью информированности о существовании данного рода продукции» [61].

На рисунке 2.13 отражена зависимость потенциального потребления органической продукции населением от уровня их образования. «Следует отметить, что данный показатель является косвенной характеристикой, отражающей благосостояние общества в целом. В связи с этим были выделены 3 уровня образования: «среднее», «высшее», «незаконченное высшее», «специальное техническое»» [61].

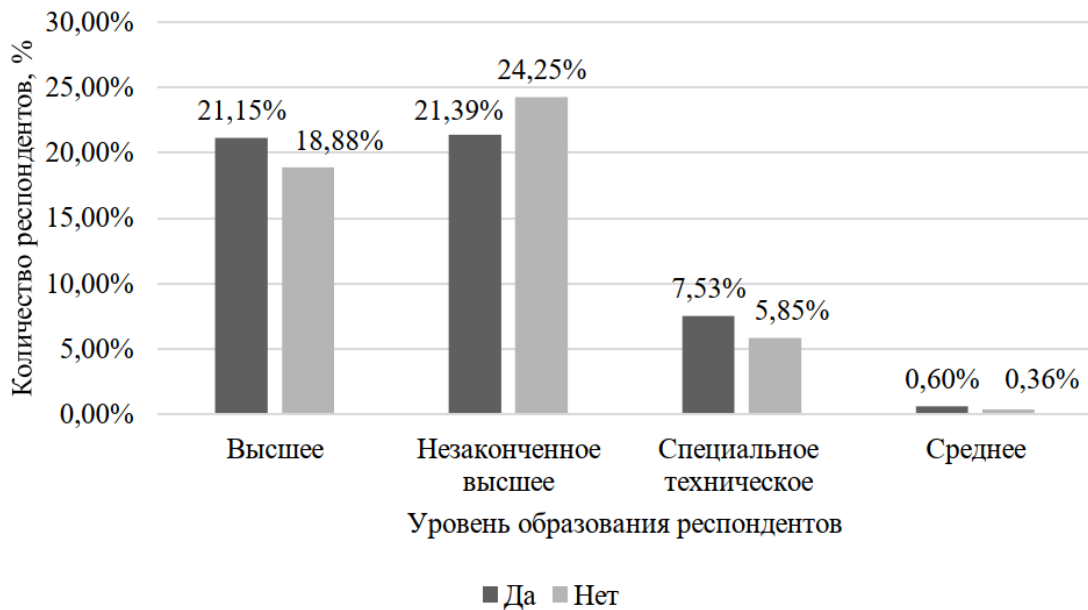


Рисунок 2.13 – Специфика потенциального спроса населения Республики Крым на органическую продукцию в зависимости от уровня образования

Источник: рассчитано автором

«Из рисунка видно, что 0,6% респондентов со средним образованием являются потенциальными потребителями органической продукции. Категорию населения с высшим и незаконченным высшим сформировали 21,15% и 21,39% опрошенных, соответственно. 7,53% анкетированных приходится на долю населения со специально-техническим уровнем образования.

Определенный интерес в нашем исследовании представляет доля населения, которая имеет высшее образование и незаконченное высшее, т.к.

именно этот фактор является основополагающим при формировании уровней доходов населения, выделяя тем самым потенциального потребителя органической продукции [74]. Следует отметить, что в Российской Федерации, как и во многих других странах основными потребителями органической продукции становится часть населения с высоким достатком, немного уступает ей доля жителей со средним уровнем доходов» [61].

На рисунке 2.14 отражено влияние уровней доходов населения на готовность тратить на органическую продукцию.

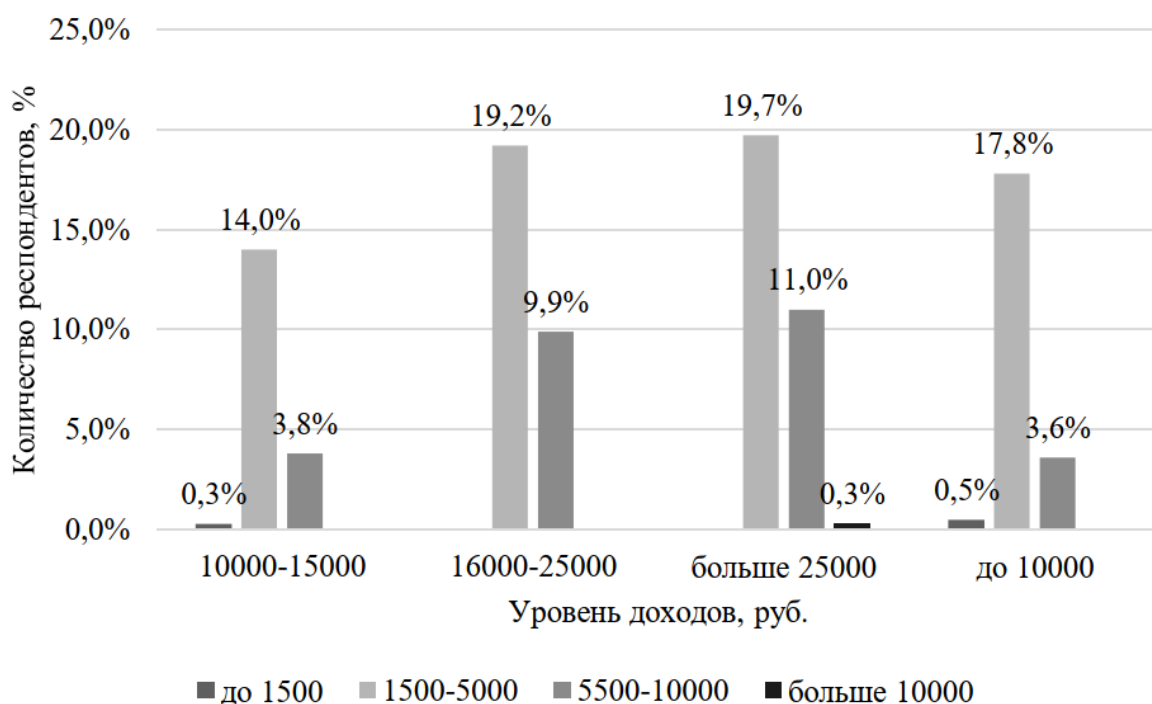


Рисунок 2.14 – Влияние уровня доходов населения Республики Крым на готовность тратить на органическую продукцию

Источник: рассчитано автором

Таким образом потенциальными «потребителями органической продукции может стать доля населения с уровнем дохода 16000-25000 руб. и выше. Так, 20,9% респондентов в этих категориях готовы приобретать» [61] органическую продукцию в разрезе 5500-10000 руб., 0,3% анкетированных готовы платить больше 10000 руб., однако, во всех группах значительную долю занимает сумма в 1500-5000 руб., что свидетельствует о готовности

населения приобретать органическую продукцию по цене, лавирующей именно в этом диапазоне.

На втором этапе необходимо выявление частотности покупок органической продукции населением. На рисунке 2.15 отражена специфика потенциального спроса населения на органическую продукцию в зависимости от частоты покупки и гендерной принадлежности.

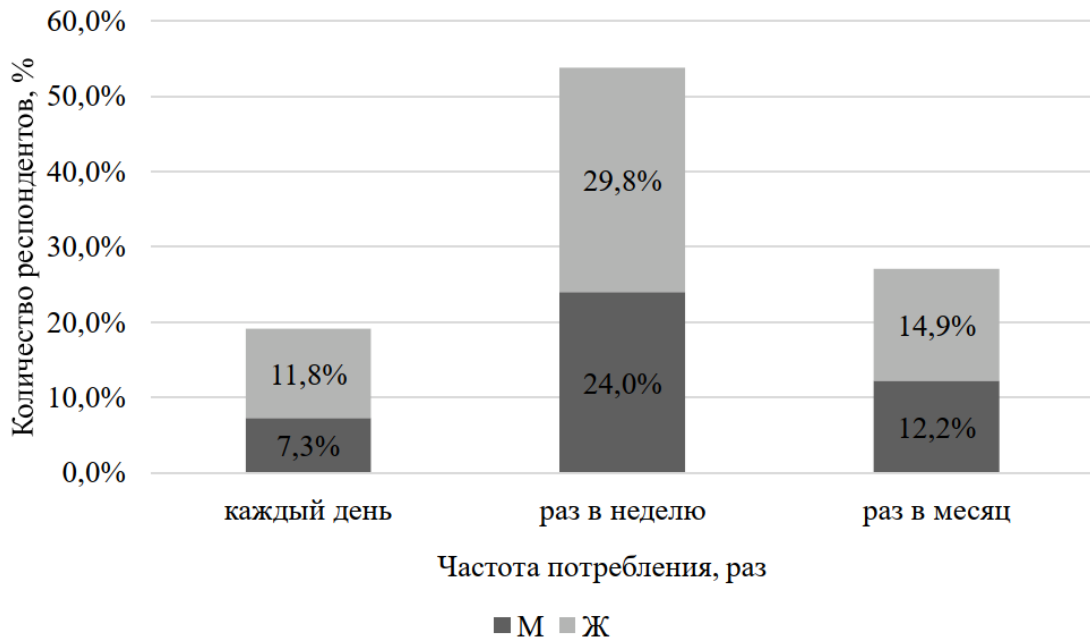


Рисунок 2.15 – Специфика потенциального спроса населения Республики Крым на органическую продукцию в зависимости от частоты покупки и гендерной принадлежности

Источник: рассчитано автором

Так, ежедневно готовы приобретать органическую продукцию 7,3% и 11,8% мужского и женского населения, соответственно. На долю респондентов, желающих покупать ее раз в неделю приходится 24,0% мужчин и 29,8% женщин и раз в месяц: мужчин – 12,2%, женщин – 14,9%. Следует отметить, что в основном органическую продукцию потребители готовы приобретать раз в неделю.

На рисунке 2.16 определена специфика потенциального спроса населения на органическую продукцию в зависимости от уровней доходов.

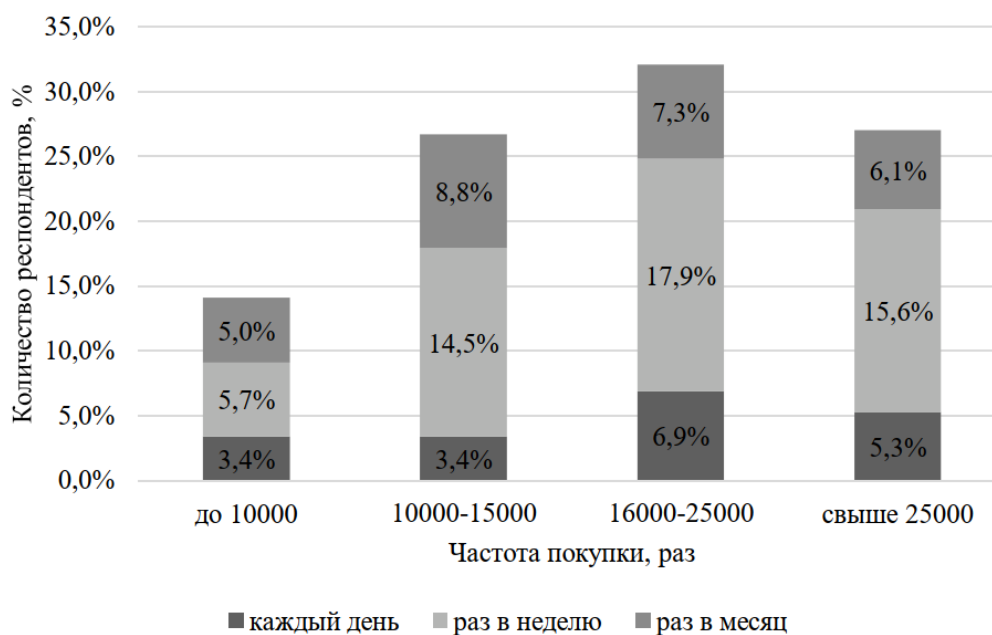


Рисунок 2.16 – Специфика потенциального спроса населения Республики Крым на органику в зависимости от уровней доходов

Источник: рассчитано автором

В ходе исследования было выявлено, что ежедневно органику готовы приобретать по 3,4% опрошенного населения с уровнями доходов до 10000 руб. 10000-15000 руб. 6,9% анкетированных с доходами в диапазоне 10000-15000 руб. Ежедневные покупки органической продукции готова совершать доля населения с уровнями доходов 16000-25000 руб. (6,9%) и свыше 25000 руб. (5,3%). Раз в неделю готовы приобретать органические товары 5,7% анкетированных с доходами до 10000 руб., 14,5% опрошенного населения готовы тратить в неделю на органику от 10000 до 15000 руб., 17,9% и 15,6% опрошенных готовы тратить на покупку денежные средства в разрезе 16000-25000 руб. и больше 25000 руб., соответственно.

Доля населения (5,0%) с доходами до 10000 руб. готовы совершать покупку органической продукции раз в месяц, 8,8% опрошенных с уровнями доходов в диапазоне 10000-15000 руб., 7,3% и 6,1% опрошенного населения региона готовы тратить на приобретение органики суммы в пределах 16000-25000 руб. и свыше, соответственно. 17,9 % опрошенных готовы приобретать

органику раз в неделю, на долю которых приходятся уровни доходов в 16000-25000 руб., также 15,6 % опрошенных с доходами больше 25000 руб. готовы приобретать органику раз в неделю. На рисунке 2.17 отражена специфика потенциального спроса населения на органическую продукцию в зависимости от частотности покупки и наличия детей в семье.

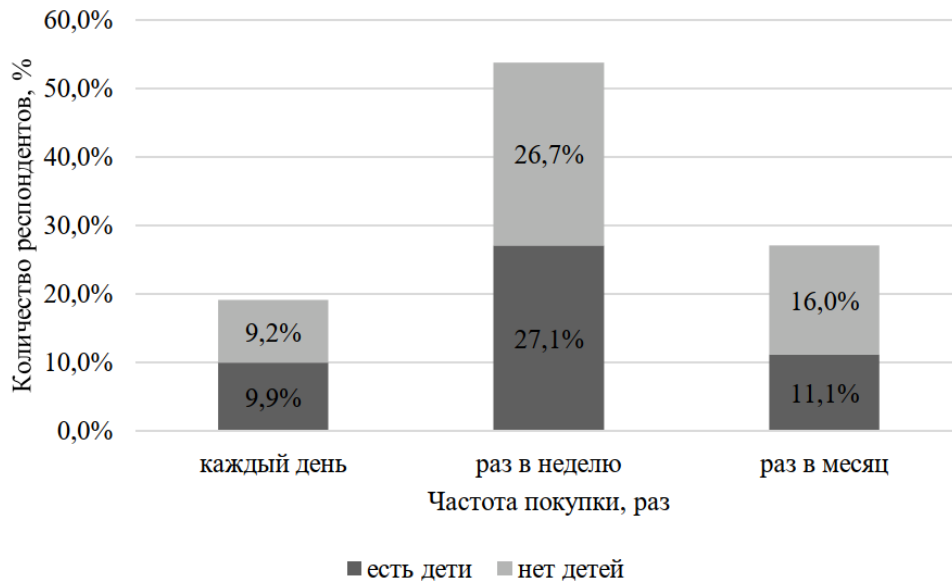


Рисунок 2.17 – Специфика потенциального спроса населения Республики Крым на органику в зависимости от частотности покупки и наличия детей

Источник: рассчитано автором

Так, ежедневно органику готовы приобретать 9,9% опрошенных, имеющих детей и 9,2% респондентов у которых их нет. Готовы осуществлять покупку органики раз в неделю 27,1% анкетированных, у которых есть дети 26,7% опрошенного населения не имеющих их. Раз в месяц готовы совершать покупку органической продукции 27,1% опрошенных, из которых: 11,1% – есть дети, 16,0% – нет детей. Так, 16,0% респондентов, которые не имеют детей готовы осуществлять покупку органики раз месяц.

На рисунке 2.18 выявлена специфика потенциального спроса населения на органическую продукцию в зависимости от частотности покупки и возрастной структуры.

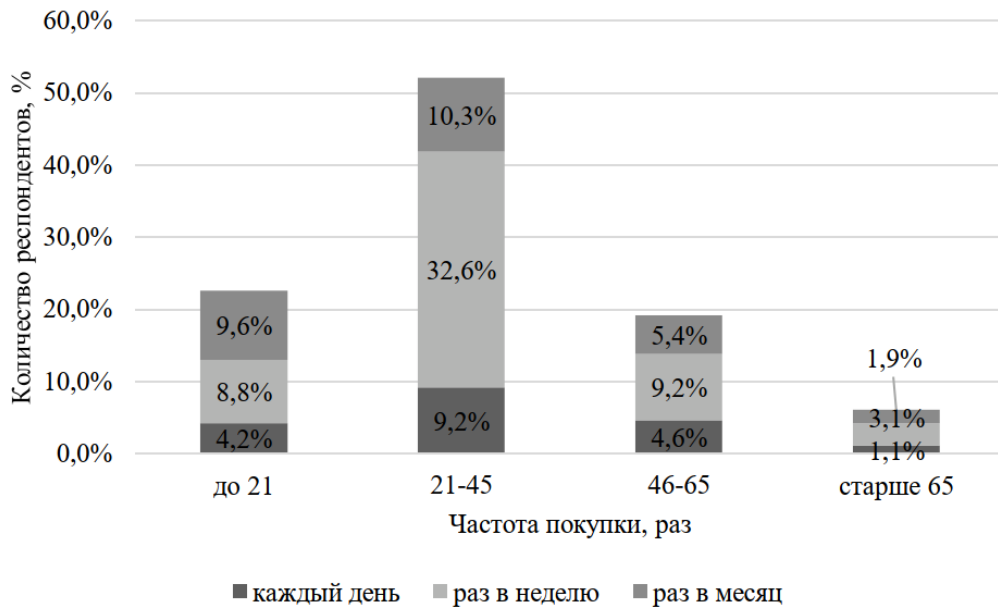


Рисунок 2.18 – Специфика потенциального спроса населения Республики Крым на органическую продукцию в зависимости от частотности покупки и возрастной структуры

Источник: рассчитано автором

В ходе проведенного исследования было выявлено, что ежедневно органическую продукцию готовы приобретать 4,2% опрошенных в возрастной категории «до 21 года», 9,2% респондентов готовы совершать покупку органики в возрасте от 21 до 45. На долю опрошенных в категориях «46-65 лет» и «старше 65» приходится 4,6% и 1,1% потребителей. Еженедельно органику готовы приобретать 8,8% опрошенного населения возрастом до 21 года, 32,6% – «21-45 лет», 9,2% – «46-65 лет», 3,1% – «старше 65».

Раз в месяц покупку органики готовы осуществлять 9,6% опрошенных возрастом до 21 года, 10,3% респондентов, сформировавших категорию «21-45 лет», группы анкетированных «46-25 лет» и «старше 65», приобретающих органическую продукцию с частотой раз в месяц вошли 5,4% и 1,9% потребителей, соответственно. Следовательно, весомую категорию потенциальных потребителей органической продукции ежедневно, с частотами приобретения раз в неделю и месяц составили следующие

респонденты, сформировавшие категорию «21-45 лет» – 48,0%, 60,7% и 38% соответственно. На рисунке 2.19 отражена специфика потенциального спроса населения на органическую продукцию в зависимости от частоты покупки и семейного положения.

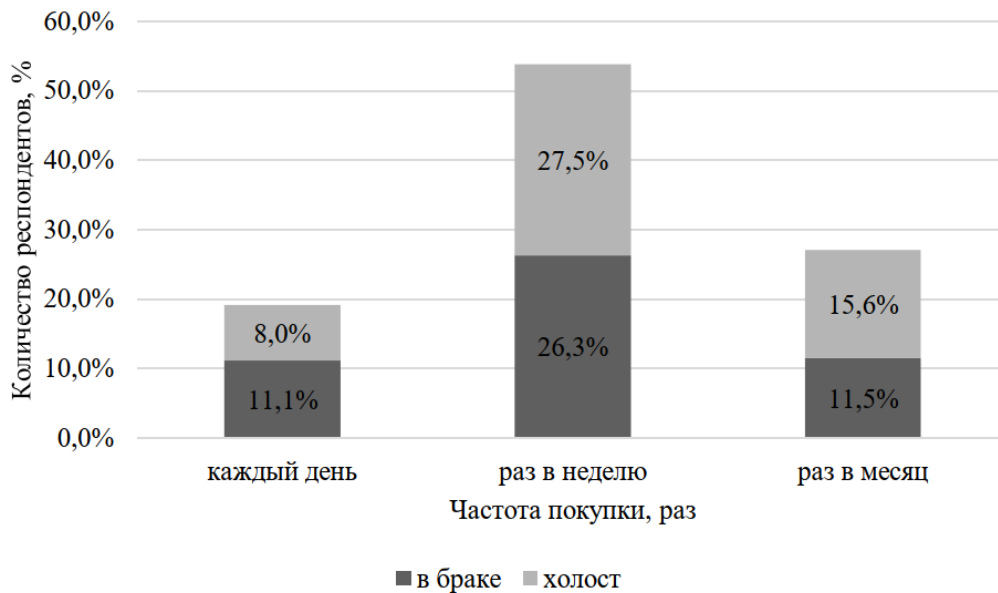


Рисунок 2.19 – Специфика потенциального спроса населения Республики Крым на органическую продукцию в зависимости от частоты покупки и семейного положения

Источник: рассчитано автором

Так, ежедневно органику готовы приобретать 11,1% опрошенного населения, которое находится в браке 8,0% респондентов, являющихся холостыми, 26,3% и 27,5%, формирующих категории «в браке» и «не в браке», соответственно, готовы приобретать органическую продукцию в неделю один раз. На долю анкетированных, которые состоят в браке и не состоят приходится 11,5%, 15,6%, соответственно, приобретают органическую продукцию в месяц один раз. Большая часть опрошенного населения, состоящая в браке (11,1%) приобретает органику ежедневно.

На третьем этапе следует определить потенциальные расходы на приобретение органической продукции, а также выявить размер среднего



чека. На рисунке 2.20 выявлена специфика потенциального спроса населения на органику в зависимости от объемов приобретения и расходов на потребление.

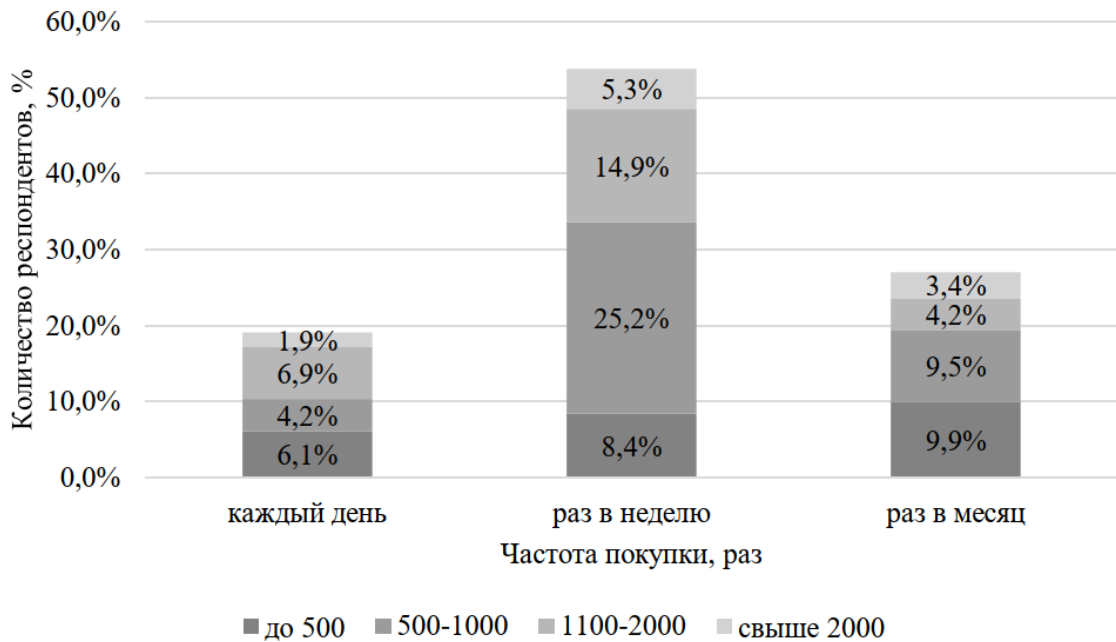


Рисунок 2.20 – Специфика потенциального спроса населения Республики Крым на органическую продукцию в зависимости от объемов приобретения и затрат на потребление

Источник: рассчитано автором

Так, величина ежедневного среднего чека у 6,1% опрошенного населения выявлена в размере до 500 руб., 4,2% респондентов готовы тратить денежные средства в диапазоне 500-1000 руб., 6,9% – 1100-2000 руб., 1,9% – свыше 2000 руб. С частотой приобретения органической продукции в неделю один раз сумма среднего чека не превышает 500 руб. составляет у 8,4% анкетированных, 25,2% населения отметили, что расходуют на покупку органики денежные средства в районе 500-1000 руб., у 14,9% респондентов эта величина колеблется в диапазоне 1100-2000 руб. и у 5,3% анкетированных сумма среднего чека выявлена в размере более 2000 руб.

Готовы приобретать органическую продукцию раз в месяц 9,9% респондентов, у которых величина среднего чека выявлена менее 500 руб.,

9,5% анкетированных расходуют на приобретение органической продукции денежные средства в пределах 500-1000 руб., 4,2% опрошенного населения эта сумма колеблется в диапазоне 1100 – 2000 руб. Большая половина опрошенного населения (53,8%) готовы приобретать органику в неделю один раз. У весомой доли анкетированных (25,2%) величина данного показателя определена в размере 500-1000 руб. На рисунке 2.21 выявлена специфика потенциального спроса населения на органическую продукцию в зависимости от расходов и гендерной принадлежности.

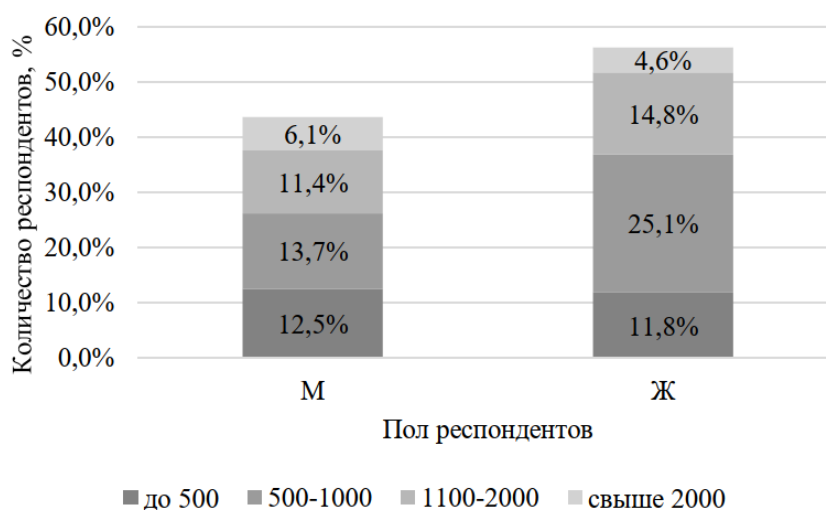


Рисунок 2.21 – Специфика потенциального спроса населения Республики Крым на органику в зависимости от расходов и гендерной принадлежности

Источник: рассчитано автором

Так, сумма среднего чека у мужчин до 500 руб. составляет 12,5%, готовы покупать органическую продукцию в диапазоне от 500 до 1000 руб. 13,7% опрошенных, на величину 1100-2000 руб. и выше приходится 11,4% и 6,1% мужчин соответственно. Величина среднего чека у женщин до 500 руб. составляет 11,8%, готовы покупать органическую продукцию в диапазоне от 500 до 1000 руб. 25,1% женщин, на величину от 1100 до 2000 руб. и выше приходится 14,8% и 4,6% опрошенных женщин соответственно. Так, у 25,1% опрошенных женщин сумма среднего чека находится в диапазоне 500-1000 руб., однако величина чека свыше 2000 руб. наблюдается у большинства

мужчин (6,1%). На рисунке 2.22 отражена специфика потенциального спроса на органическую продукцию населения в зависимости от затрат на приобретение и уровня доходов.

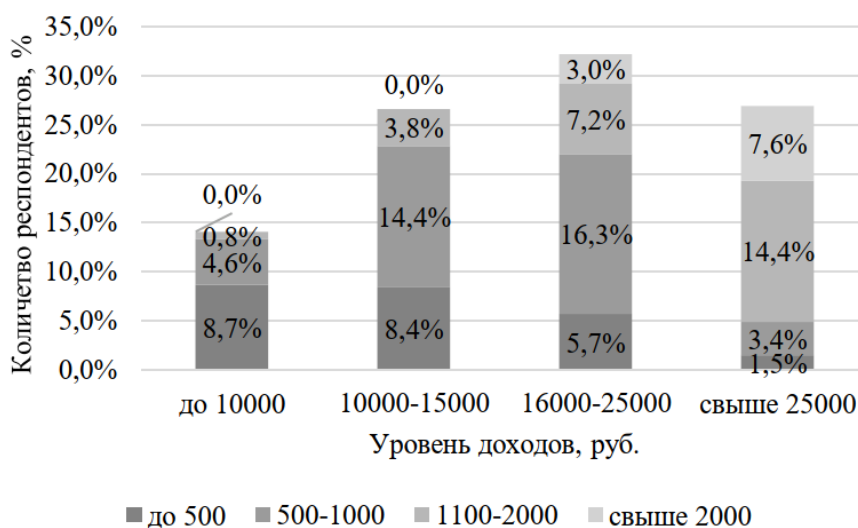


Рисунок 2.22 – Специфика потенциального спроса населения Республики Крым на органическую продукцию в зависимости от расходов на приобретение и уровней доходов

Источник: рассчитано автором

Выявлено, что у 8,7% респондентов с уровнем доходов до 10000 руб. величина среднего чека не превышает 500 руб., у 4,6% опрошенного населения, данный показатель выявлен в разрезе 500-1000 руб., лишь у 0,8% респондентов величина среднего чека составляет 1100-2000 руб., чек величиной свыше 2000 руб. не выявлен ни у одного респондента с уровнем доходов до 10000 руб. У 8,4% анкетированных с уровнем доходов от 10000 до 15000 руб. величина среднего чека не превышает 500 руб., у 14,4% опрошенного населения, данный показатель выявлен в пределе 500-1000 руб., лишь у 3,8% опрошенных величина среднего чека составляет 1100-2000 руб., чек величиной свыше 2000 руб. не фигурировал ни у одного респондента с уровнем доходов от 10000 до 15000 руб.

Кроме этого, у 5,7% респондентов с уровнем дохода от 16000 до 25000 руб. величина среднего чека не превышает 500 руб., у 16,3% опрошенных

сумма денежных средств выявлена в диапазоне 500-1000 руб., у 7,2% покупателей величина среднего чека на приобретение органической продукции составляет 1100-2000 руб., чек величиной свыше 2000 руб. прослеживается лишь у 3,0% респондентов с уровнем доходов от 16000 до 25000 руб. Всего у 1,5% респондентов с уровнем доходов свыше 25000 руб. данный показатель не превышает 500 руб., у 3,4% находится в диапазоне от 500 до 1000 руб., у 14,4% опрошенных величина среднего чека составляет 1100-2000 руб., чек величиной свыше 2000 руб. выявлен у 7,6% респондентов с уровнем доходов свыше 25000 руб. Так, у большинства респондентов (8,7%) с уровнем доходов до 10000 руб. величина среднего чека не превышает 500 руб., в остальных категориях опрошенных в основном сумма находится в пределе 500-1000 руб. и только у 7,6% респондентов с уровнем доходов свыше 25000 руб. она превышает 2000 руб.

В ходе исследования было выявлено количество средств в денежном эквиваленте, которое население готово расходовать на приобретение органической продукции в месяц с учетом суммы среднего чека, зависящего от уровней доходов опрошенного населения и частоты приобретения органической продукции. В таблице 2.1 представлена динамика изменения величины среднего чека населения региона на потенциальное приобретение органической продукции.

Таблица 2.1 – Динамика изменения величины среднего чека населения Республики Крым

Уровень доходов, руб.	Величина среднего чека, руб.		
	2018 г.	2019 г.	2020 г.
До 10000	1056	946	1000
10000-15000	3168	2838	3000
16000-25000	6336	5658	6000
Свыше 25000	10569	9400	10000

Источник: составлено автором

Наибольшее количество денежных средств было потрачено населением на приобретение органической продукции в 2018 году. Величина среднего чека потребителей с уровнем доходов до 10000 руб. составляет 1056 руб., 10000-15000 руб. — 3168 руб., 16000-25000 руб. и выше – 6336 руб. и 10569 руб., соответственно. В 2020 г. величина среднего чека потребителей с уровнем доходов до 10000 руб. составляет 1000 руб., 10000-15000 руб. — 3000 руб., у населения с доходами 16000-25000 руб. и выше данный показатель определен в размере 6000 руб. и 10000 руб., соответственно. Наименьшее количество средств, потраченное населением на приобретение органической продукции было выявлено в 2019 г.

На четвертом этапе целесообразен расчет потенциальной емкости рынка органической продукции методом экстраполяции с учетом динамики изменения численности населения полуострова. Расчет потенциальной емкости рынка органической продукции произведем по формуле:

$$V = N * Z * n, \quad (2.5)$$

где  $V$  – потенциальная емкость рынка, руб.;

$N$  – количество потенциальных потребителей,

чел.;  $Z$  – сумма, потраченная на приобретение продукции, руб.;

$n$  – период времени, 12 месяцев.

В таблице 2.2 отражена динамика численности населения в Республике Крым.

Таблица 2.2 – Динамика численности населения в регионе

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Численность населения, чел.	1958504	1895874	1901578

Источник: [95]

Из таблицы видно, что численность населения с каждым годом изменяется. Так, уменьшение в 2019 г. относительно 2018 г. произошло в среднем на 4%, что может быть связано с увеличением смертности в связи с

пандемией, а в 2020 г. относительно 2019 г. выросла на 0,3%. В результате экстраполяции полученных данных в ходе проведенного исследования численности населения Республики Крым в 2018 г., которая составляет 1958504 чел., с учетом того, что выборка в 1110 чел. является достоверной, мы можем предположить, что больше половины населения региона являются потребителями данной продукции. Из нашего расчета следует, что 51,22 % респондентов покупают органическую продукцию, то 1003145 чел. полуострова приобретают ее. Так, если покупка 24,3% опрошенных составляет 946 руб. в месяц, то 243764 чел. Расходуют на потребление органики 2767208926 руб. в год. Поскольку 38,8% респондентов приобретают данную продукцию за 2838 руб., то 389220 чел. тратят на нее около 17514,4 млн. руб. в год. Если покупка 26,2% опрошенных составляет 5658 руб. в месяц, то 262823 чел. Расходуют на потребление органики 17844,6 млн. руб. в год и, соответственно 106333 чел. (10,6%) тратят 11994,4 млн. руб. в год (9400 руб.). Исходя из полученных данных рассчитаем потенциальную емкость рынка органической продукции в 2018 г.:

$$V = 2767208926 + 17514386838 + 17844630408 + 11944362400 \\ = 50070588572 \text{ (руб.)} \quad (2.6)$$

На пятом этапе следует провести оценку потенциальной емкости рынка органической продукции на основе нормативного метода прогнозирования. Так, емкость рынка органической продукции в Республике Крым за 2018 г. равна 50070,6 млн. руб., что составляет 8,9% от общего товарооборота в регионе (561088,4 млн. руб.) [95]. Аналогичным способом рассчитаем показатели за 2019 и 2020 гг. Полученные данные представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Динамика потенциальной емкости рынка органической продукции в регионе

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Емкость рынка, млн. руб.	50070,6	44388,9	44522,5

Источник: составлено автором по результатам проведенных расчетов

Как видно из таблицы потенциальная емкость рынка органической продукции изменяется с каждым годом: в 2018 г. – 50070,6 млн. руб., в 2019 г. и в 2020 г. – 44388,9 млн. руб. и 44522,5 млн. руб., соответственно. Следует отметить, что созданный в 2014 г. в Крыму режим специальной экономической зоны раскрывает все возможности для дальнейшего формирования органического сектора. Это, в основном, зависит от политического и административного регулирования, системного подхода, государственной и региональной поддержки в сфере органического производства, организации сбыта и др. Развитие локальных рынков органической продукции будет способствовать созданию положительного имиджа региона, формированию благоприятного инвестиционного климата, расширению предложения отечественных органических продуктов на внутреннем и внешнем рынках [65, 72, 95].

На шестом этапе рекомендована визуализация потенциальной емкости рынка органической продукции путем градации пределов спроса на основе метода систематизации естественных границ (метод Джексона). Для выявления потенциальной емкости рынка на локальных рынках Республики Крым нами был рассчитан геоинформационный профиль территорий по формуле:

$$D = \frac{V_p}{V_{\text{общ}}} * 100\% \quad , \quad (2.7)$$

где  $D$  – доля потенциальной емкости рынка органической продукции в административно-территориальной единице, %;

$V_p$  – потенциальная емкость рынка органической продукции в административно-территориальной единице, руб.;

$V_{\text{общ}}$  – потенциальная емкость рынка органической продукции в регионе, руб.

На рисунке 2.23 представлена потенциальная емкость локальных рынков органической продукции.

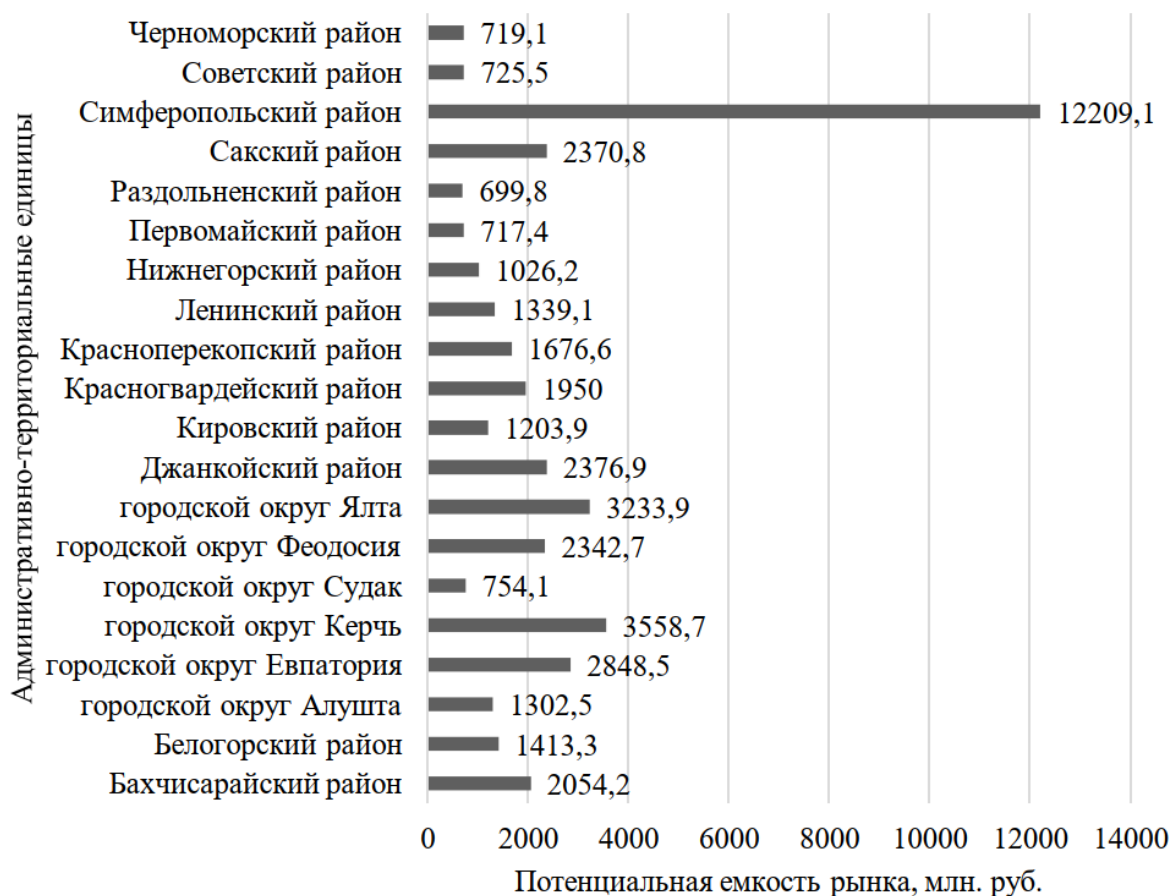


Рисунок 2.23 – Потенциальная емкость локальных рынков органической продукции

Источник: рассчитано автором

Так, наибольшая потенциальная емкость рынка органической продукции со значением 12209,1 млн. руб. выявлена в Симферопольском районе. Значительно уступают городские округа Керчь и Ялта с показателями 3558,7 млн. руб. и 3233,9 млн. руб. Самая низкая потенциальная емкость данного рынка прослеживается в Черноморском (719,1 млн. руб.), Советском (725,5 млн. руб.), Раздольненском (699,8 млн. руб.), Первомайском (717,4 млн. руб.) района и городском округе Судак (754,1 млн. руб.). В Бахчисарайском районе данный показатель составляет 2054,2 млн. руб., в Белогорском – 1413,3 млн. руб., в Джанкойском – 23,42,7 млн. руб., Кировском – 1203,9 млн. руб.,



Красногвардейском – 1950,0 млн. руб., Красноперекопском – 1676,6 млн. руб., Ленинском – 1339,1 млн. руб., Нижнегорском – 1026,2 млн. руб., Сакском – 2370,8 млн. руб. В городских округах Алушта, Евпатория, Феодосия потенциальная емкость рынка выявлена в размере 1302,5 млн. руб., 2848,5 млн. руб., 2342,7 млн. руб., соответственно.

На рисунке 2.24 отражены доли потенциальной емкости локальных рынков органической продукции.

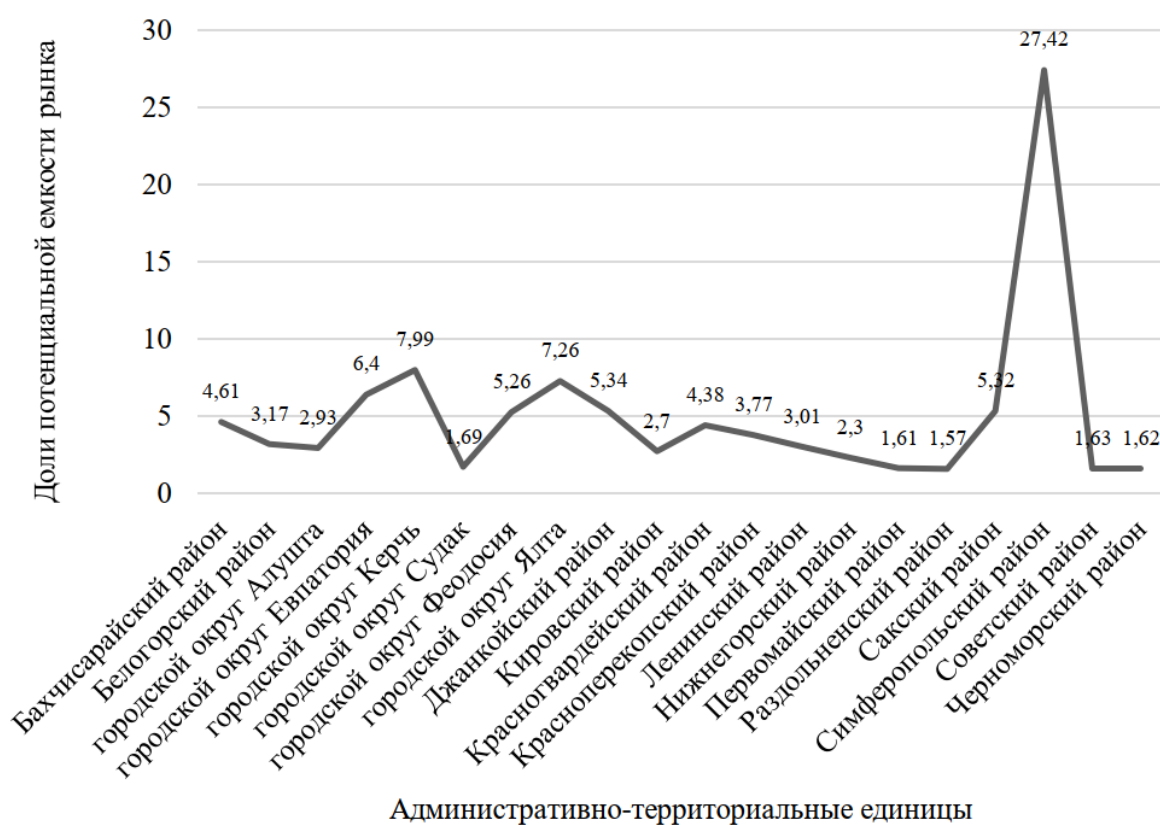


Рисунок 2.24 – Доли потенциальной емкости рынка органической продукции на локальных рынках, %

Источник: рассчитано автором

С учетом применения описательной статистики с помощью ГИС-технологий необходимо при картографировании статистических данных определить доли, позволяющие дифференцировать локальные рынки по объему спроса населения на органику. Градация пределов объемов спроса осуществлена автоматически путем классификации естественных границ по

методу Джексона, где кластеры сформированы на естественных группировках, которые соответствуют данным.

Границы пределов формируются таким образом, чтобы возможно было сгруппировать схожие показатели и максимально приумножить разницу между значениями. Таким образом, объекты делятся на группы, в которых границы вводятся там, где прослеживается относительно большая разница между значениями [168]. Группировка методом естественных границ уникальна для конкретных данных и не применима для соотнесения нескольких карт, построенных на разных источниках исходной информации (рисунок 2.25).

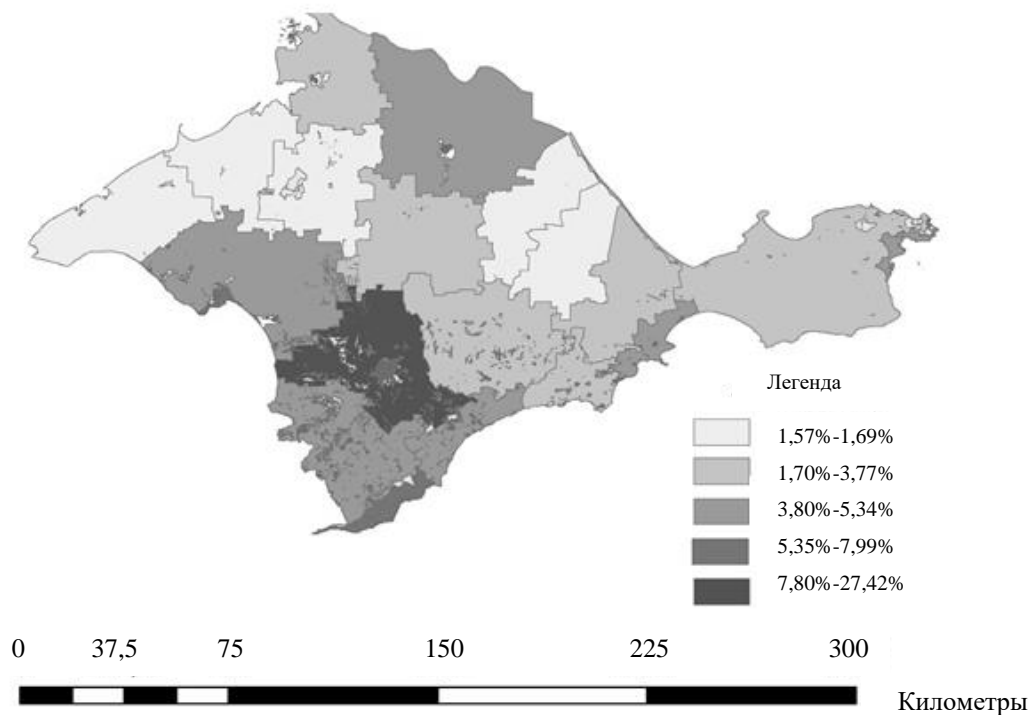


Рисунок 2.25 – Органические потребительские кластеры Республики Крым

Источник: рассчитано автором

Таким образом, картографирование методом естественных границ позволило выявить пять типов органических потребительских кластеров в зависимости от потенциальной емкости рынка органической продукции и специфики спроса населения.

В таблице 2.4 представлены результаты расчетов потенциальной емкости локальных рынков органической продукции в Республике Крым.

Таблица 2.4 – Результаты расчетов потенциальной емкости локальных рынков органической продукции в Республике Крым

Органические сбытовые кластеры	Потенциальная емкость рынка административно-территориальных единиц, млн. руб.
I	г. Симферополь и Симферопольский район (12209,1)
II	городские округа Керчь (3558,7), Ялта (3233,9), Евпатория (2848,5)
III	Джанкойский (2376,9), Сакский (2370,8), Бахчисарйский (2054,2), Красногвардейский (1950,0) районы, городской округ Феодосия (2342,7)
IV	Красноперекопский (1676,6), Белогорский (1413,3), Ленинский (1339,1), Кировский (1203,9), Нижнегорский (1026,2), городской округ Алушта (1302,5)
V	городской округ Судак (754,1), Советский (725,5), Черноморский (719,1), Первомайский (717,4), Раздольненский (699,8) районы
-	Республика Крым (44522,5)

Источник: рассчитано автором

К первому типу кластеров относится Симферополь и Симферопольский район (27,4%). Это связано с более высоким уровнем доходов населения. Ко второму – городские округа Керчь (7,99%), Ялта (7,26%), Евпатория (6,4%). Это объясняется приуроченностью территорий к курортно-рекреационной зоне. К третьему – Джанкойский (5,34%), Сакский (5,32%), Бахчисарайский (5,26%), Красногвардейский (4,61%) районы и городской округ Феодосия (4,38%), что обусловлено их сельскохозяйственной специализацией. К четвертому – Красноперекопский (3,77%), Белогорский (3,17%), Ленинский (3,01%), Кировский (2,7%), Нижнегорский (2,3%), городской округ Алушта (2,93%), их выделение определяется невысокой плотностью населения. К пятому – городской округ Судак (1,69%), Советский (1,63%), Черноморский (1,62%), Первомайский (1,61%) и Раздольненский (1,57%) районы, потому что в данных районах низкая плотность каналов распределения органической продукции.

## **2.3 Анализ конкурентоспособности локальных рынков органической продукции**

Особую актуальность в условиях рыночной экономики приобретают вопросы оценки конкурентоспособности локальных рынков органической продукции с учетом совокупности качественных и стоимостных характеристик товара. «Под конкурентоспособностью локального рынка следует понимать способность увеличивать или, по крайней мере, удерживать за собой доли местных рынков, достаточных для расширения и совершенствования производств, для роста уровня жизни, для поддержания сильного и эффективного управления» [75,91]. Оценивая уровень конкурентоспособности фермерского хозяйства, ученые значительное внимание уделяют методам многомерного анализа [177].

Однако, в нашем исследовании рекомендуется анализ социально-экономических процессов, который проводился в работах В.Е. Реутов [96], В. Збарского, С. Кальченко, Д. Еременко [49], Ю. Авраменко [4], Н. Вельгош [20], С. Змияк [50], Н.И. Корецкой, Н.И. Мартынюк [56]. Так, ученые, подчеркивают особенность ведения сельского хозяйства и предлагают рассчитывать уровень экономической и социальной конкурентоспособности как составляющих комплексного уровня конкурентоспособности локальных рынков.

Для выявления возможностей развития локальных рынков органической продукции нами была проведена модернизация алгоритма анализа конкурентоспособности на основе индексного метода, что в отличие от существующих методик позволяет учесть дополнительных факторов с продуктовой спецификой. Его реализация состоит из следующих этапов:

- 1) определение частных показателей, характеризующих уровни социальной и экономической конкурентоспособности локальных рынков

органической продукции региона (Приложение В). Они включают анализ степени использования фермерскими хозяйствами площадей сельскохозяйственных угодий; внесение в них химических удобрений; численность населения, проживающего в районе; уровень доходов населения; емкость локальных рынков и количество каналов сбыта органики в них. В качестве исходных показателей для расчета индексов используются данные Управления Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым (поскольку большинство необходимых данных не обнародуются);

- 2) определение рейтинга районов Республики Крым по каждому социально-экономическим показателям;
- 3) установление для каждого показателя в разрезе района лучшего значения (эталона);
- 4) осуществление стандартизации показателей путем деления каждого из них на наилучшее значение (эталон).

Комплексная оценка уровня конкурентоспособности локальных рынков в регионе производится по формуле:

$$I_{ki} = (I_{cki} + I_{eki})/2, \quad (2.8)$$

где  $I_k$  – индекс уровня конкурентоспособности  $i$ -го локального рынка органической продукции в регионе;

$I_{cki}$  – индекс уровня социальной конкурентоспособности  $i$ -го локального рынка органической продукции в регионе;

$I_{eki}$  – индекс уровня экономической конкурентоспособности  $i$ -го локального рынка органической продукции в регионе.

- 5) ранжирование локальных рынков органической продукции по уровню их конкурентоспособности путем определения размаха интервала и обобщение результатов оценки.

Рассмотрим более детально каждый их выше перечисленных этапов оценки уровня конкурентоспособности органической продукции:

1. Оценка уровня социальной конкурентоспособности локальных рынков органической продукции в Республике Крым.

Общее количество использования площадей сельскохозяйственных угодий фермерскими хозяйствами в регионе составляет 754,2 тыс. га. На рисунке 2.26 представлены площади сельскохозяйственных земель в административно территориальных единицах Республики Крым. Наибольшее количество площадей, отведенных для ведения сельского хозяйства выявлено в Красногвардейском районе с показателем 101,4 тыс. га. Немного уступают Джанкойский, Ленинский, Сакский, Первомайский, Нижнегорский районы с показателями 87 тыс. га, 73,3 тыс. га, 66,4 тыс. га, 60,6 тыс. га, 61,1 тыс. га, соответственно.

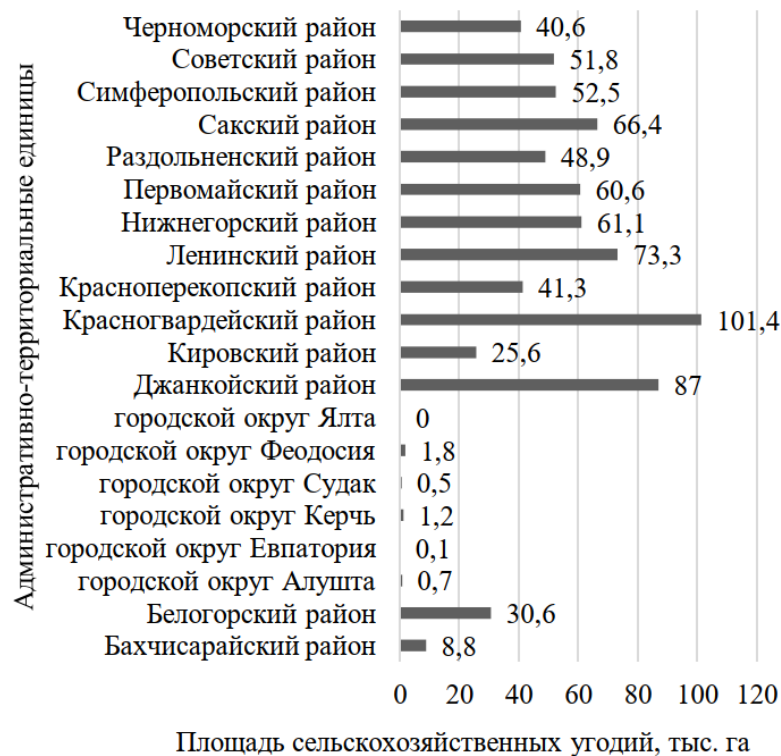


Рисунок 2.26 – Площадь сельскохозяйственных угодий в административно-территориальных единицах, тыс. га

Источник: [95]

Наименьшие площади зафиксированы в городских округах Феодосия (1,8 тыс. га), Судак (0,5 тыс. га), Керчь (1,2 тыс. га), Евпатория (0,1 тыс. га),

Алушта (0,7 тыс. га). В Бахчисарайском районе площадь сельскохозяйственных угодий составляет 8,8 тыс. га, в Белогорском – 30,6 тыс. га, в Кировском – 25,6 тыс. га, в Красноперекопском – 41,3 тыс. га, Раздольненском – 48,9 тыс. га, Симферопольском – 52,5 тыс. га, в Советском – 51,8 тыс. га, в Черноморском – 40,6 тыс. га.

На рисунке 2.27 отражена стандартизация показателя «площадь сельскохозяйственных угодий»,  $S_i$ .

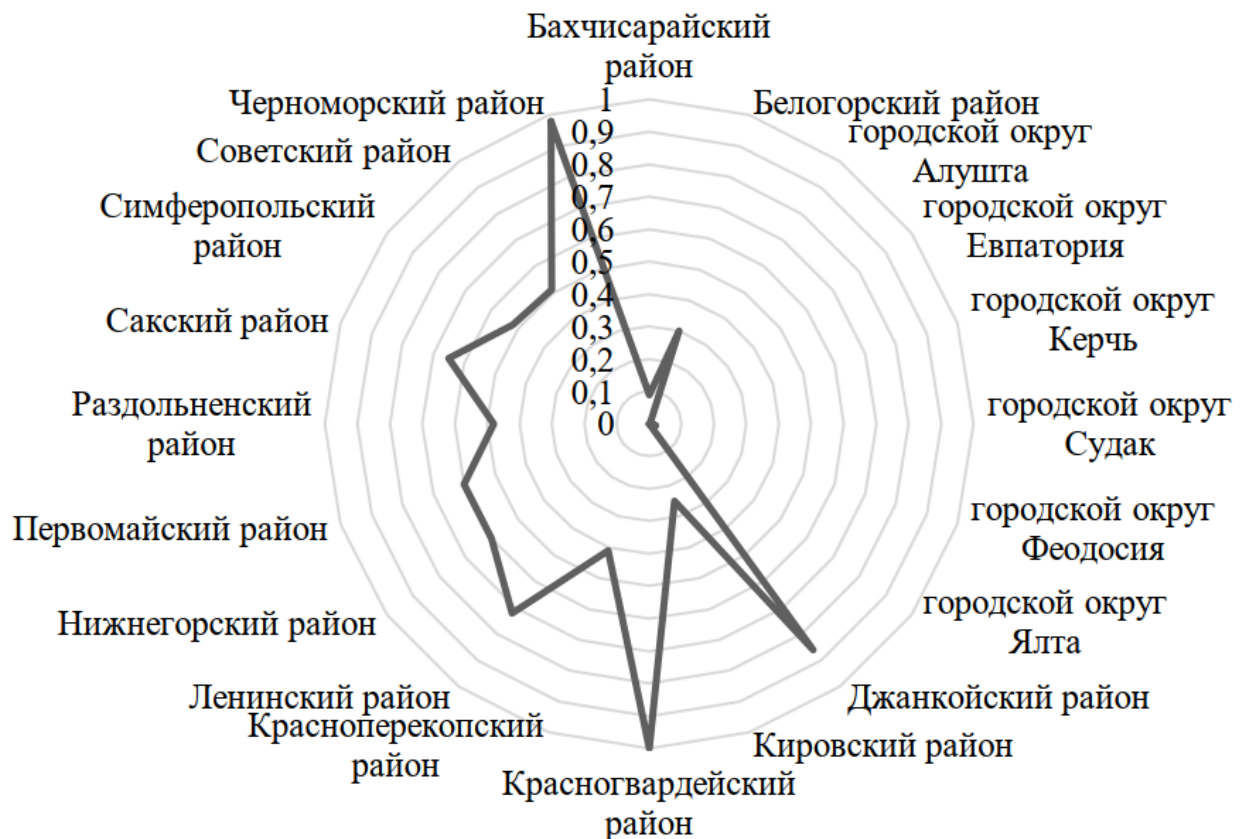


Рисунок 2.27 – Стандартизация показателя «площадь сельскохозяйственных угодий»,  $S_i$

Источник: рассчитано автором

Следует отметить, что за эталон был принят Красногвардейский район (1,0). Стандартизация данного показателя была произведена путем деления каждого показателя по площади сельскохозяйственных угодий на значение эталона. Стандартизация по другим социально-экономическим показателям осуществлялась по такому же принципу.

Так, по уровню использования площадей сельскохозяйственных угодий фермерскими хозяйствами в Республике Крым лидирующие позиции занимают Красногвардейский, Джанкойский, Ленинский, Сакский, Нижнегорский и Первомайский районы со значениями 13,4%, 11,5%, 9,7%, 8,8%, 8,1%, 8,0%, соответственно. Симферопольский, Советский, Раздольненский, Красноперекоский, Черноморский, Белогорский, Кировский, Бахчисарайский районы, на долю которых приходится 7,0%, 6,9%, 6,5%, 5,5%, 5,4%, 4,1%, 3,4%, 1,2%, соответственно, занимают 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 и 14 место, соответственно, в общей рейтинговой системе по данному показателю. Значительно уступают по уровню использования сельскохозяйственных угодий городские округа Феодосия со значением 1,8 тыс. га (0,2%).

Керчь с показателем 1,2 тыс. га (0,2%), Алушта, где зафиксирован показатель на уровне 0,7 тыс. га (0,1%), Судак – 0,5 тыс. га (0,1%), Евпатория – 0,1 тыс. га (0,0%) и Ялта (данный показатель не зафиксирован). Данные административно-территориальные единицы занимают 15, 16, 17, 18, 19 и 20 позиции, соответственно, в общей структуре рейтинговых показателей.

Общее количество внесенных минеральных удобрений в районах Крыма составляет 160465 ц. Поскольку данный показатель имеет обратный эффект для развития рынка органики, то его стандартизация была проведена по следующей формуле:

$$S_i = 1 / \left( \frac{Y_i}{E} \right), \quad (2.9),$$

где  $S_i$  – стандартизация показателя по уровню внесения химических удобрений  $i$ -го локального рынка;

$Y_i$  – уровень внесения химических удобрений на  $i$ -м локальном рынке, ц;

$E$  – «эталон» по количеству внесений химических удобрений на локальном рынке, которому соответствует наименьшее значение, ц.

На рисунке 2.28 представлено количество внесенных химических удобрений по районам полуострова. В Бахчисарайском районе уровень



химизации сельскохозяйственных площадей составляет 3620 ц, в Белогорском – 9191 ц, в Джанкойском – 16306 ц, в Кировском – 1734 ц, в Красноперекском – 17416 ц, Ленинском – 14524 ц, в Нижнегорском – 1115 ц, в Первомайском – 11368 ц, в Раздольненском – 10492 ц, в Сакском – 9525 ц, Симферопольском – 14578 ц, Советском – 13297 ц. наибольшее внесение химических удобрений выявлено в Красногвардейском районе в количестве 27299 ц, однако в этой административно-территориальной единицы прослеживается и наибольшее количество площадей сельскохозяйственных угодий. В городских округах Ялта, Феодосия, Судак, Керчь, Евпатория, Алушта, и Черноморском районе процесс химизации почвы не выявлен, что обусловлено отсутствием в данных административно-территориальных единицах площадей, отведенных под ведение сельского хозяйства.

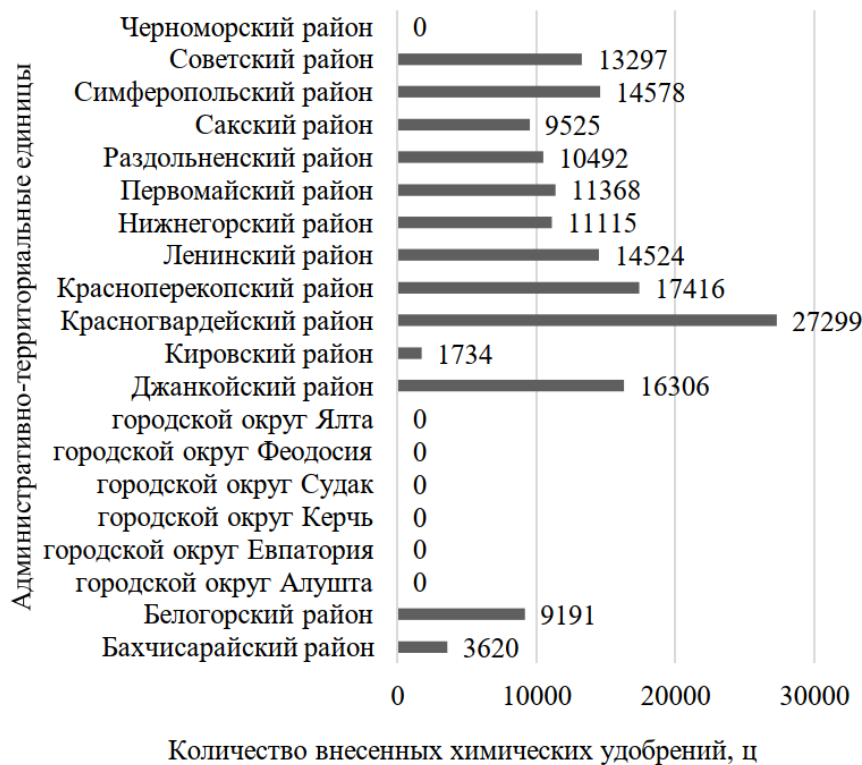


Рисунок 2.28 – Количество внесенных химических удобрений, ц

Источник: [95]

Лидирующие позиции в общей рейтинговой системе региона по данному показателю занимают городские округа Алушта, Евпатория, Керчь.

Судак, Феодосия и Ялта. Данная ситуация связана с тем, что в этих районах прослеживается наименьший уровень использования фермерскими хозяйствами площадей сельскохозяйственных угодий. На долю Кировского, Бахчисарайского, Белогорского, Сакского и Раздольненского районов приходится 1,1%, 2,3%, 5,7%, 5,9% и 6,5%, соответственно, от общей структуры. Нижнегорский, Первомайский, Советский, Ленинский, Симферопольский, Красноперекоский и Красногвардейский районы занимают 7, 8, 9, 10, 11, 12 и 13 позиции в общей рейтинговой системе по данному показателю.

На рисунке 2.29 отражена стандартизация показателя «внесение химических удобрений».

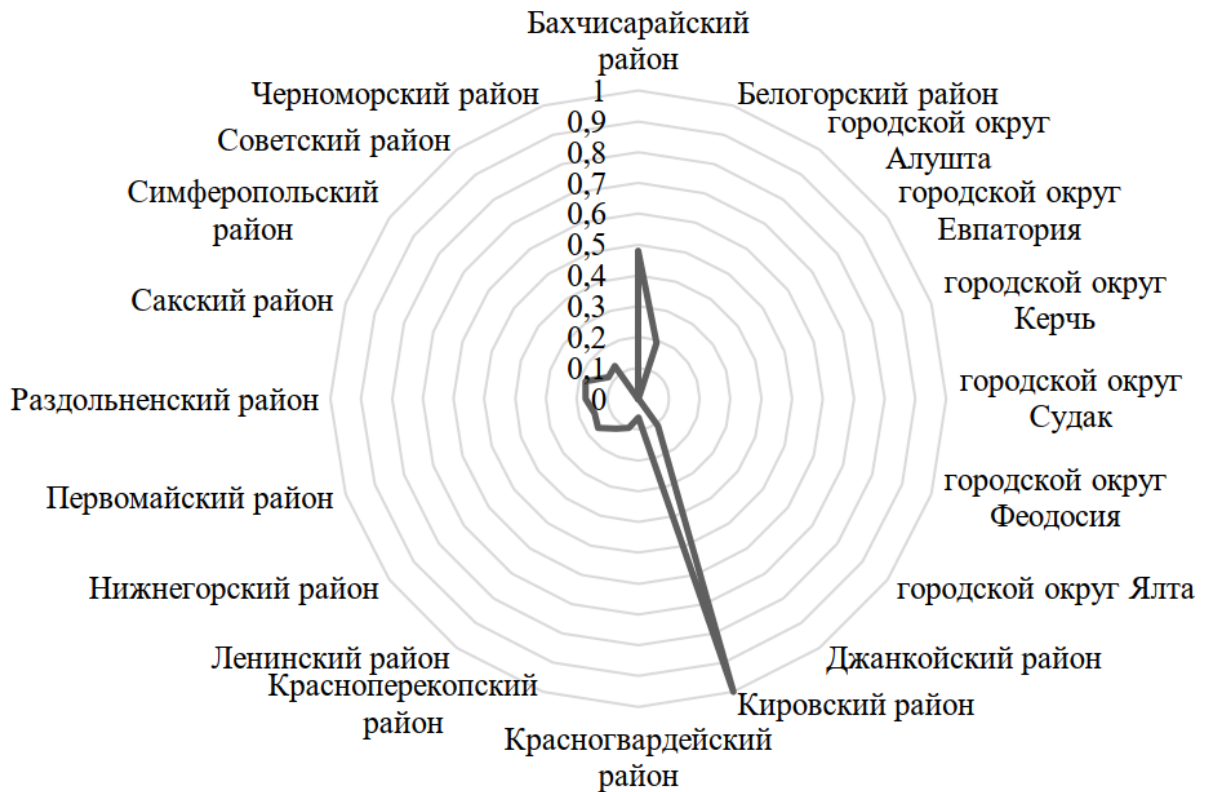


Рисунок 2.29 – Стандартизация показателя «внесение химических удобрений»,  $Y_i$

Источник: рассчитано автором

Стандартизация данного показателя производилась относительно эталонного значения, выявленного в Кировском районе (1,0). В

Бахчисарайском районе он составил – 0,48, в Белогорском – 0,19, в Джанкойском – 0,11, в Красногвардейском – 0,06, в Красноперекопском – 0,10, в Ленинском – 0,12, в Нижнегорском – 0,16, в Первомайском – 0,15, в Раздольненском – 0,17, в Сакском – 0,18, в Симферопольском – 0,12 и в Советском – 0,13.

На рисунке 2.30 представлена численность населения, проживающая в административно-территориальных единицах Республики Крым. Общая численность населения Республики Крым составляет 1901578 человек. Лидерами в регионе по численности населения являются Симферопольский район с показателем 521458 чел. (27,4%), городские округа Керчь со значением 151996 чел. (8,0%), Ялта с численностью населения 138125 чел. (7,3%), Евпатория с показателем 121660 чел. (6,4%), Джанкойский район со значением 101517 чел. (5,2%), которым соответствуют 1, 2, 3, 4, 5 позиции в общей рейтинговой системе.

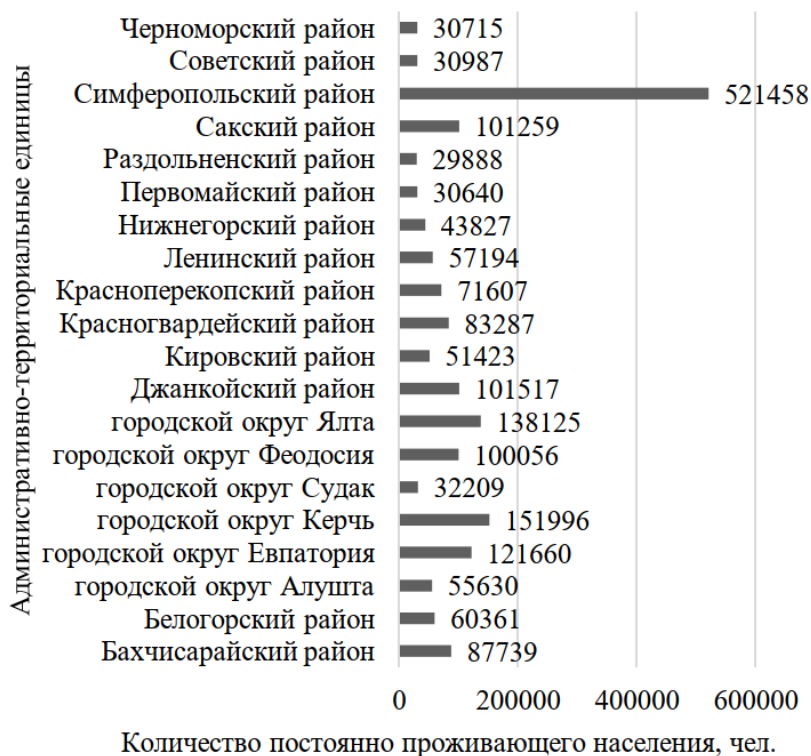


Рисунок 2.30 – Количество постоянно проживающего населения в районах Республики Крым, чел.

Источник: [95]

На долю Сакского района (101259 чел.), городского округа Феодосия (100056 чел.), Бахчисарайского (87739 чел.), Красногвардейского (83287 чел.) и Краснопереконского (71607 чел.) районов приходится 5,3%, 5,3%, 4,6%, 4,4% и 3,8%, соответственно, от общего населения Крыма, в общей рейтинговой системе они занимают 6, 7, 8, 9, 10 позиции, соответственно. Белогорский (60361 чел.), Ленинский (57194 чел.) районы, городской округ Алушта (5563 чел.), Кировский (51423 чел.), Нижнегорский (43827 чел.) районы, городской округ Судак (32209 чел.), Советский (30987 чел.), Черноморский (30715 чел.), Первомайский (30640 чел.), Раздольненский (29888 чел.) районы занимают, соответственно, 11 (3,2%), 12 (3,0%), 13 (2,9%), 14 (2,7%), 15 (2,3%), 16 (1,7%), 17 (1,6%), 18 (1,6%), 19 (1,6%) и 20 (1,6%) позиции в общей рейтинговой системе по данному показателю.

На рисунке 2.31 проведена стандартизация показателя «численность постоянно проживающего населения».

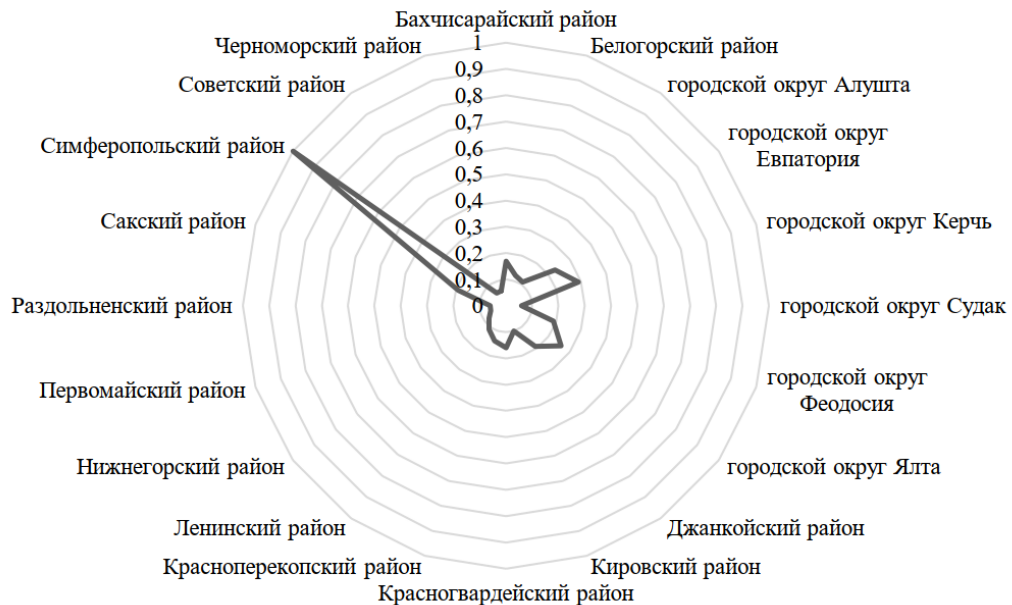


Рисунок 2.31 – Стандартизация показателя численность постоянно проживающего населения»,  $Ч_i$

Источник: рассчитано автором

Так, стандартизация показателя происходила к эталонному значению Симферопольского района (1,0). Показатели стандартизации по численности

населения составили в Бахчисарайском районе – 0,17, в Белогорском – 0,12, в Джанкойском – 0,19, в Кировском – 0,10, в Красногвардейском – 0,16, в Краснопереконском – 0,14, в Ленинском – 0,11, в Нижнегорском – 0,08, в Первомайском – 0,06, Раздольненский – 0,06, в Сакском – 0,19, в Советском – 0,06, в Черноморском – 0,06, в городских округах Алушта, Евпатория, Керчь, Судак, Феодосия, Ялта показатель стандартизации составил 0,11; 0,23; 0,29; 0,06; 0,19; 0,26, соответственно.

2. Расчет индекса уровня социальной конкурентоспособности локальных рынков органической продукции в регионе.

Оценку уровня социальной конкурентоспособности локальных рынков органической продукции в регионе были проведены по формуле:

$$I_{cki} = (S_i + Y_i + Ч_i)/3, \quad (2.10)$$

где  $I_{cki}$  – индекс уровня социальной конкурентоспособности  $i$ -го локального рынка органической продукции в регионе;

$S_i$  – уровня использования площадей сельскохозяйственных угодий  $i$ -го локального рынка органической продукции в регионе, тыс. га;

$Y_i$  – уровень внесения химических удобрений на  $i$ -м локальном рынке, ц;

$Ч_i$  – численность населения на  $i$ -м локальном рынке, чел.

Для интерпретации уровня социальной конкурентоспособности локальных рынков органической продукции воспользуемся шкалой Харингтона (таблица 2.5).

Таблица 2.5 – Интерпретация уровня конкурентоспособности локальных рынков органической продукции

Значение уровня конкурентоспособности	Характеристика уровня конкурентоспособности
0,81 – 1,00	Наивысший уровень конкурентоспособности
0,65 – 0,80	Высокий уровень конкурентоспособности
0,38 – 0,64	Средний уровень конкурентоспособности
0,21 – 0,37	Низкий уровень конкурентоспособности
0 – 0,20	Абсолютно неконкурентоспособный

Источник: [113]

На рисунке 2.32 отражены уровни социальной конкурентоспособности локальных рынков Республики Крым.

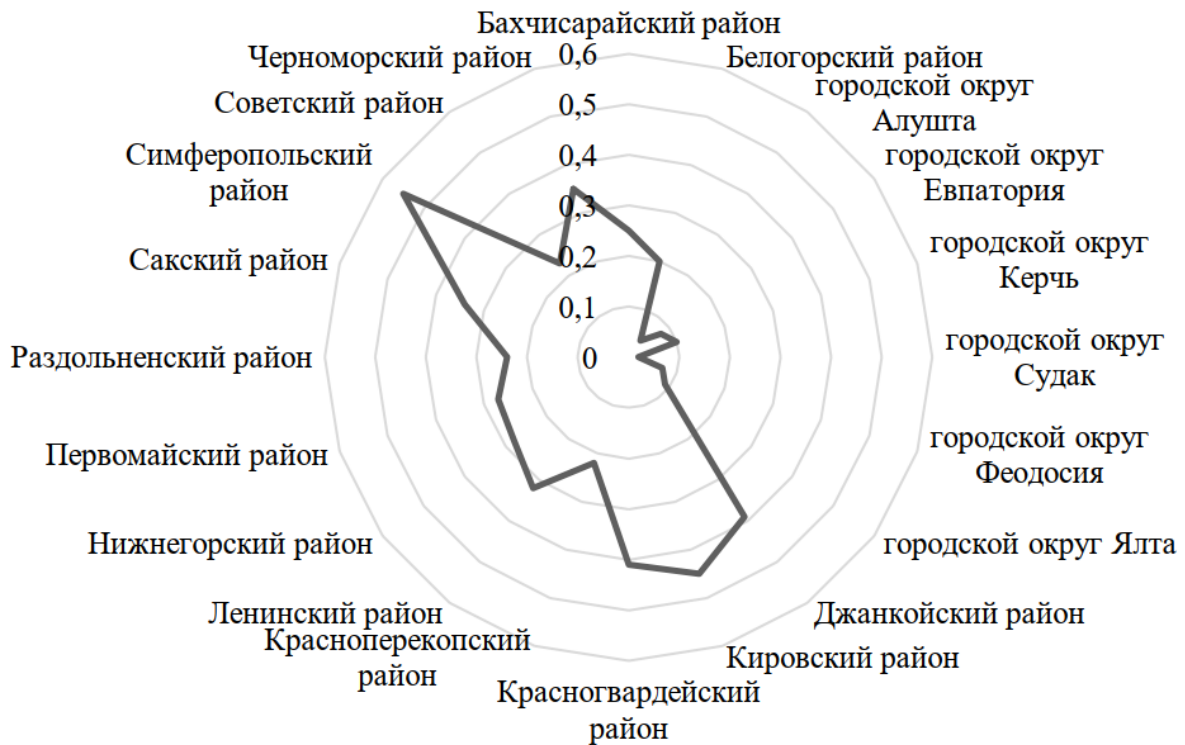


Рисунок 2.32 – Уровни социальной конкурентоспособности локальных рынков,  $I_{cki}$

Источник: рассчитано автором

Так, средний уровень социальной конкурентоспособности локальных рынков органической продукции прослеживается в Джанкойском (0,39), Кировском (0,45), Красногвардейском (0,41) и Симферопольском (0,55) районах. Низкий уровень выявлен в Бахчисарайском (0,25), Красноперекоском (0,22), Ленинском (0,32), Нижегорском (0,28), Первомайском (0,27), Раздольненском (0,24), Сакском (0,34), советском (0,23) и Черноморском (0,35) районах. Абсолютно не конкурентоспособными по данному показателю являются городские округа Алушта (0,04), Евпатория (0,08), Керчь (0,10), Судак (0,02), Феодосия (0,07), Ялта (0,09) и Белогорский район (0,20). Данную ситуацию можно объяснить тем, что в данных районах

выявлена наименьшая доля использования площадей сельскохозяйственных угодий фермерскими хозяйствами.

3. Оценка уровня экономической конкурентоспособности локальных рынков органической продукции в Республике Крым по показателям: уровень доходов населения, потенциальная емкость рынка, наличие каналов распределения органической продукции.

Средние доходы населения Республики Крым составляют 35124 рублей в месяц.

На рисунке 2.33 отражены доходы населения в административно-территориальных единицах Республики Крым.

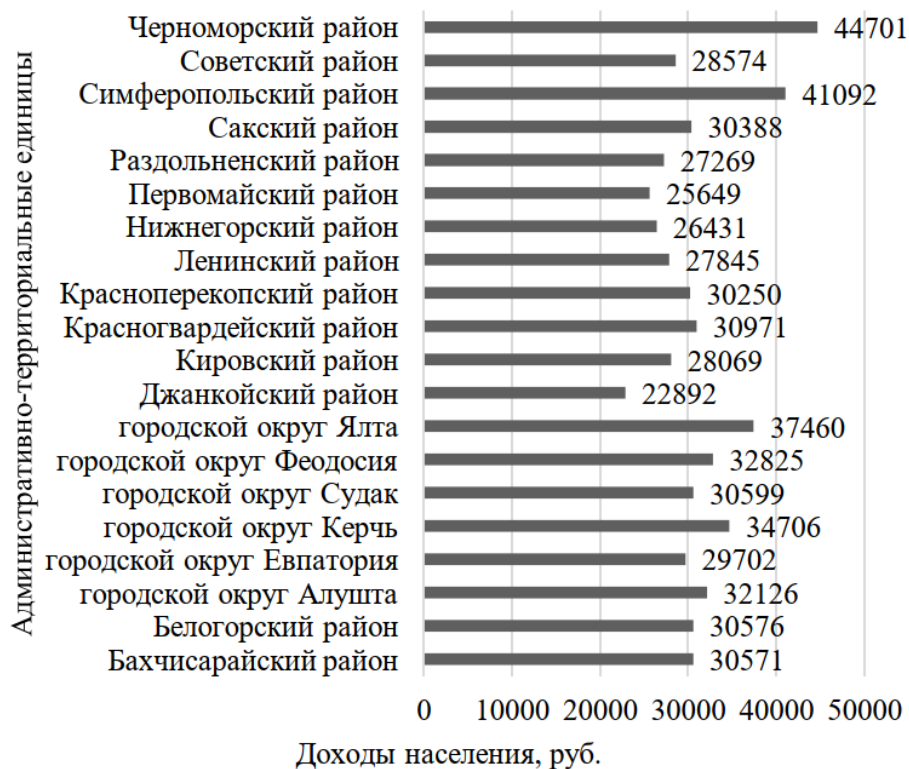


Рисунок 2.33 – Доходы населения в административно-территориальных единицах Республики Крым, руб.

Источник: рассчитано автором на основе [48]

Наибольшее количество доходов прослеживается в Черноморском (44701 руб.), Симферопольском (41092 руб.), Красногвардейском (30971 руб.) районах, городских округах Ялта (37460 руб.), Керчь (34706 руб.), Феодосия

(32825 руб.), Алушта (32126 руб.). В рейтинговой системе по данному показателю они занимают 1 (7,2%), 2 (6,6%), 6 (5,2%), 3 (6,0%), 4 (5,6%), 5 (5,3%) места. На долю городского округа Судак (30599 руб.), Белогорского (30576 руб.), Бахчисарайского (30571 руб.), Сакского (30388 руб.), Краснопереконского (30250 руб.) районов приходится по 4,9% от общего дохода населения. Это приходится на 7 (5,0%), 8 (4,9%), 9 (4,9%), 10 (4,9%), 11 (4,9%) позиции в рейтинговой системе. Городской округ Евпатория (20702 руб.), Советский (28574 руб.), Кировский (28069 руб.), Ленинский (27845 руб.), Раздольненский (27269 руб.), Нижнегорский (26431 руб.), Первомайский (25649 руб.), Джанкойский (22892 руб.) районы занимают 13 (4,8%), 14 (4,6%), 15 (4,5%), 16 (4,5%), 17 (4,4%), 18 (4,2%), 19 (4,1%) и 20 (3,7%) позиции, соответственно, в общей рейтинговой системе по данному показателю в регионе.

На рисунке 2.34 проведена стандартизация показателя «доходы населения».

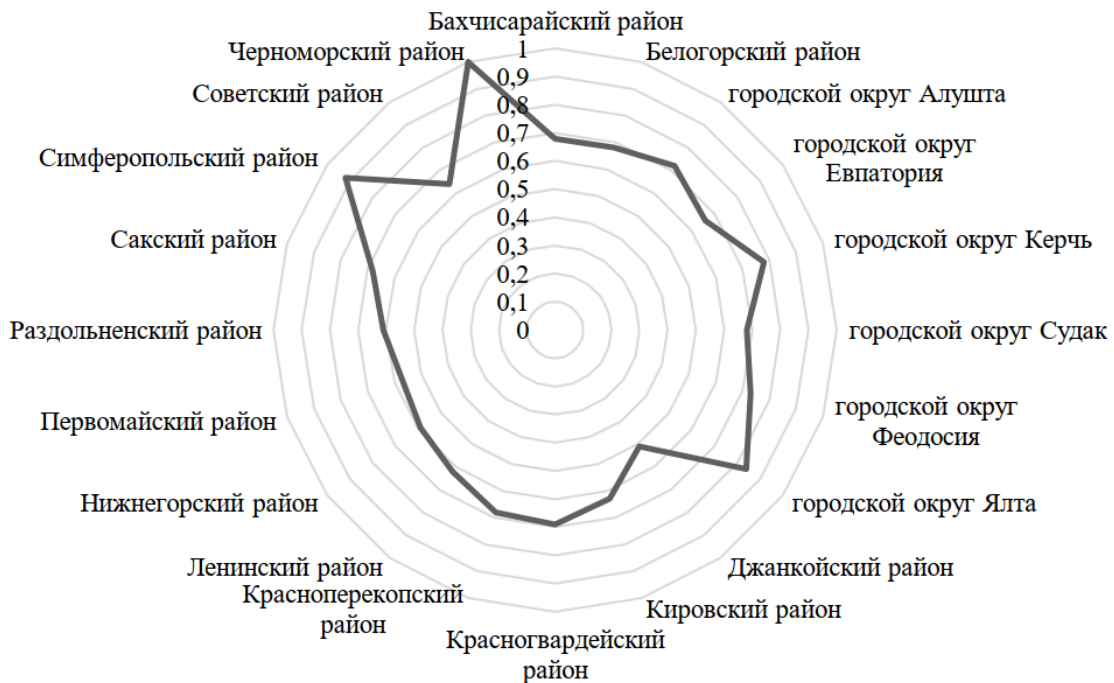


Рисунок 2.34 – Стандартизация показателя по уровню доходов населения в административно-территориальных единицах Республики Крым,  $D_i$

Источник: рассчитано автором



Так, стандартизация была проведена относительно эталонного показателя, который был выявлен в Черноморском районе (1,0) по уровню доходов населения. Наивысшие уровни стандартизации определены в Симферопольском (0,92), Красногвардейском (0,69) районах, а также городских округах Ялта (0,84), Керчь (0,79), Феодосия (0,73) и Алушта (0,72). В городских округах Евпатория и Судак показатель стандартизации равен 0,66 и 0,88, соответственно. В Бахчисарайском районе – 0,68, в Белогорском – 0,68, в Джанкойском – 0,51, в Кировском – 0,63, в Краснопереконском – 0,68, в Ленинском – 0,62, в Нижнегорском – 0,59, в Первомайском – 0,57, в Раздольненском – 0,61, Сакском – 0,68, Советском – 0,64.

На рисунке 2.35 отражена потенциальная емкость рынка органической продукции в административно-территориальных единицах Республики Крым.

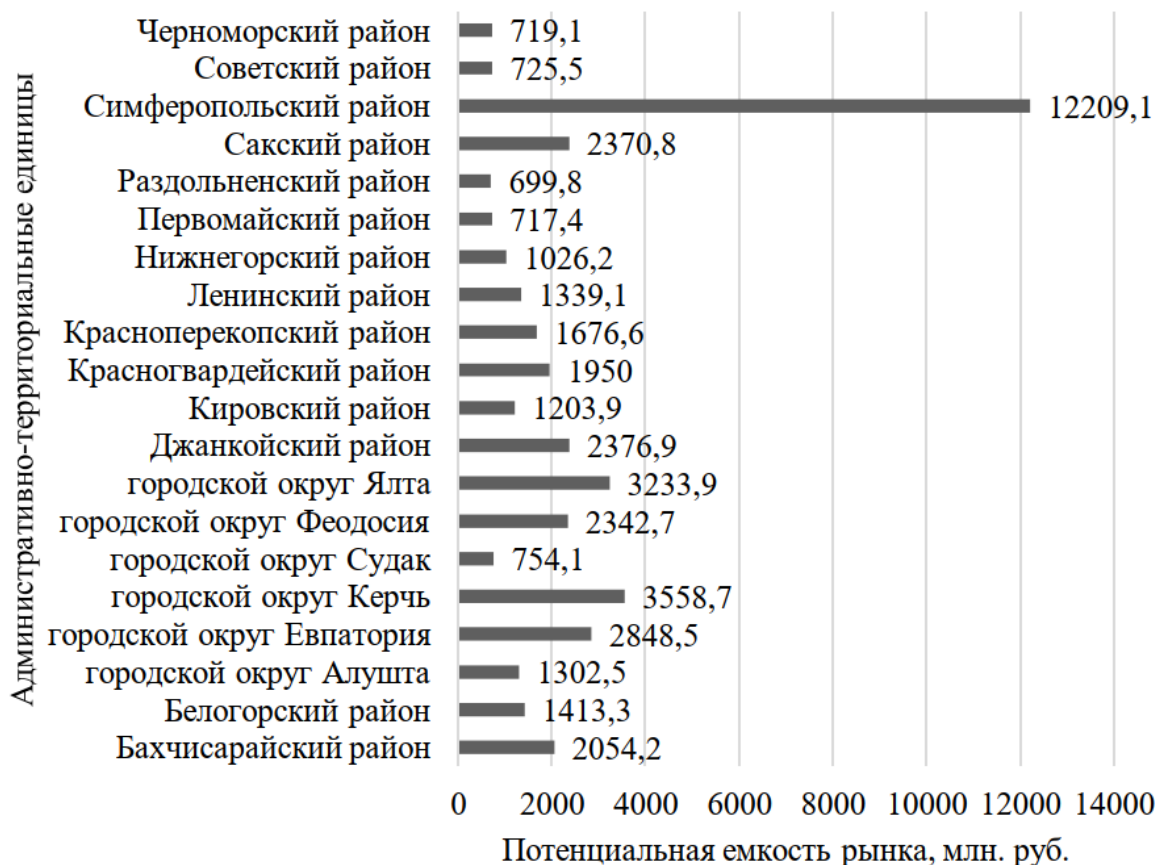


Рисунок 2.35 – Потенциальная емкость рынка органической продукции на локальных рынках, млн. руб.

Источник: рассчитано автором

Потенциальная емкость рынка органической продукции в Республике Крым составляет 44013,8 млн. руб. Наибольшая емкость рынка органической продукции прослеживается в Симферопольском районе (12209,1 млн. руб.), городских округах Керчь (3558,7 млн. руб.), Ялта (3233,9 млн. руб.), Евпатория (2848,5 млн. руб.). На долю Джанкойского и Сакского районов приходится 5,34% и 5,32%, соответственно от общей емкости рынка в регионе. В городском округе Феодосия она составляет 2342,7 млн. руб., а в Красногвардейском, Красноперекоском, Белогорском и Ленинском районах 1950,0 млн. руб., 1676,6 млн. руб., 1413,3 млн. руб. и 1339,1 млн. руб., соответственно. Городской город Алушта, Кировский, Нижнегорский районы, городской округ Судак, Советский, Черноморский, Первомайский и Раздольненский районы занимают 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 и 20 позиции, соответственно, в общей рейтинговой системе по данному показателю в регионе.

На рисунке 2.36 проведена стандартизация показателя по потенциальной емкости локальных рынков органической продукции в административно-территориальных единицах Республики Крым.

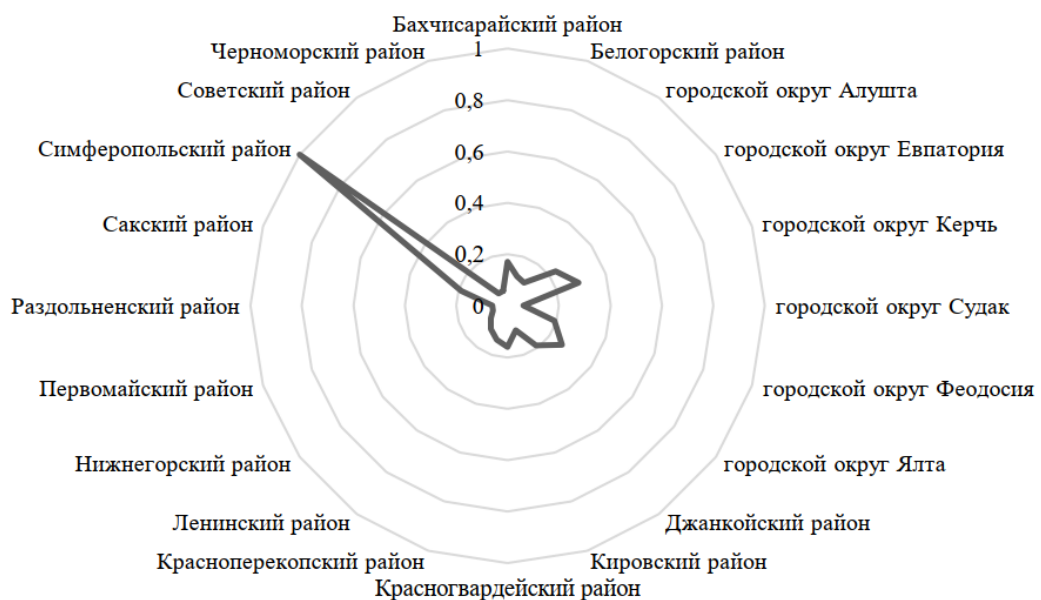


Рисунок 2.36 – Стандартизация показателя по потенциальной емкости рынка органической продукции,  $E_i$

Источник: рассчитано автором

Так, стандартизация показателя потенциальной емкости рынка производилась относительно эталонного значения, выявленного в Симферопольском районе (1,0). Показатель стандартизации в Бахчисарайском районе составил 0,17, в Белогорском – 0,12, в Джанкойском – 0,19, в Кировском – 0,10, в Красногвардейском – 0,16, в Краснопереконском – 0,14, в Ленинском – 0,11, в Нижнегорском – 0,08, в Первомайском – 0,06, в Раздольненском – 0,06, в Сакском – 0,19, в Советском и Черноморском по 0,06. В городских округах Алушта, Евпатория, Керчь, Судак, Феодосия, Ялта данный показатель рассчитан в размере 0,11; 0,23; 0,29; 0,06; 0,19; 0,26, соответственно.

Общее количество каналов распределения органической продукции в Республики Крым составляет 45714 ед. На рисунке 2.37 представлены каналы сбыта органической продукции в административно-территориальных единицах Республики Крым.

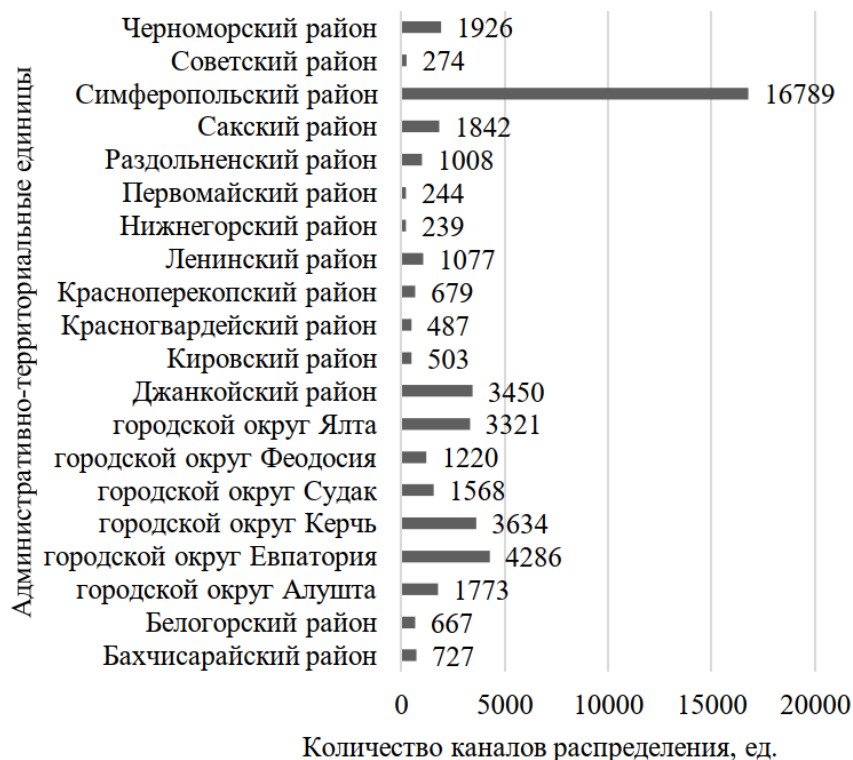


Рисунок 2.37 – Количество каналов распределения органической продукции в административно-территориальных единицах Республики Крым, ед.

Источник: составлено автором

Из таблицы видно, что наибольшее количество каналов распределения органики выявлено в Симферопольском районе (16789 ед.), городских округах Керчь (4286 ед.) и Евпатория (3634 ед.), Джанкойском районе (3450 ед.), городском округе Ялта (3321 ед.). Это составляет 1, 2, 3, 4, 5 позиции в общей рейтинговой системе по данному показателю. Значительно уступает по данному показателю Черноморский (1926 ед.) и Сакский (1842 ед.) районы, а также городские округа Алушта (1773 ед.), Судак (1568 ед.) и Феодосия (1220 ед.). На долю Ленинского (1077 ед.), Раздольненского (1008), Бахчисарайского (727), Красноперекского (679), Белогорского (667) районов приходится 2,4%, 2,2%, 1,6%, 1,5%, 1,5%, соответственно, от общего количества точек распределения органической продукции в регионе, что соответствует 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 и 15 позициям. Кировский (503), Красногвардейский (487), Советский (274), Первомайский (244) и Нижнегорский (239) районы занимают 16, 17, 18, 19 и 20 позиции, соответственно, в общей рейтинговой системе по данному показателю.

На рисунок 2.38 проведена стандартизация показателя «каналы распределения органической продукции».

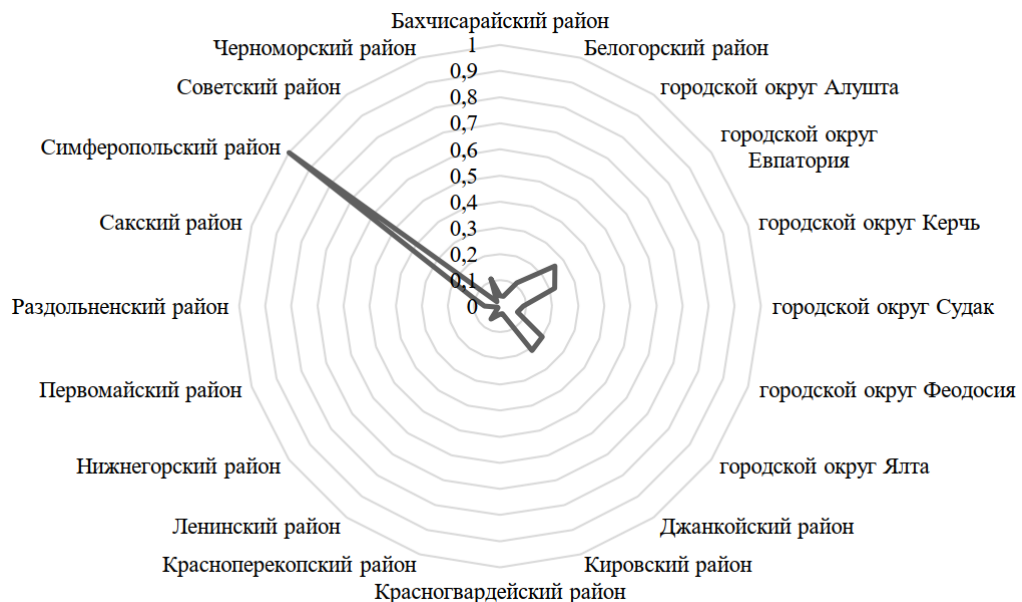


Рисунок 2.38 – Стандартизация показателя «каналы распределения органической продукции»,  $K_i$

Источник: рассчитано автором

Так, стандартизация показателя по количеству каналов сбыта органической продукции в Республике Крым произведена относительно эталонного значения, выявленного в Симферопольском районе (1,0). В результате проведенных расчетов показатель стандартизации в Бахчисарайском районе равен 0,04, в Белогорском – 0,04, в Джанкойском – 0,21, в Кировском – 0,04, в Красногвардейском – 0,03, в Красноперекопском – 0,04, в Ленинском – 0,06, в Нижнегорском – 0,01, в Первомайском – 0,01, в Раздольненском – 0,06, в Сакском – 0,11, в Советском – 0,02, в Черноморском – 0,11. В городских округах Алушта, Евпатория, Керчь, Судак, Феодосия, Ялта этот показатель рассчитан в размере 0,11; 0,26; 0,22; 0,09; 0,07; 0,20.

4. Расчет индекса уровня экономической конкурентоспособности локальных рынков органической продукции в регионе.

Оценку уровня социальной конкурентоспособности локальных рынков органической продукции в регионе рекомендуется проводить по формуле:

$$I_{eki} = (D_i + E_i + K_i)/3, \quad (2.11)$$

где  $I_{eki}$  – индекс уровня экономической конкурентоспособности  $i$ -го локального рынка органической продукции в регионе;

$D_i$  – уровня доходов населения  $i$ -го локального рынка органической продукции в регионе, руб.;

$E_i$  – емкость рынка органической продукции  $i$ -го локального рынка, руб.;

$K_i$  – количество каналов сбыта на  $i$ -м локальном рынке, ед.

На рисунке 2.39 отражены индексы экономической конкурентоспособности локальных рынков органической продукции. Так, наивысший уровень экономической конкурентоспособности локальных рынков органической продукции прослеживается в Симферопольском районе (0,97). Средний уровень выявлен в городских округах Евпатория (0,38), Керчь (0,43), Ялта (0,43) и Черноморском районе (0,39). Остальные локальные рынки региона обладают низким уровнем экономической конкурентоспособности.

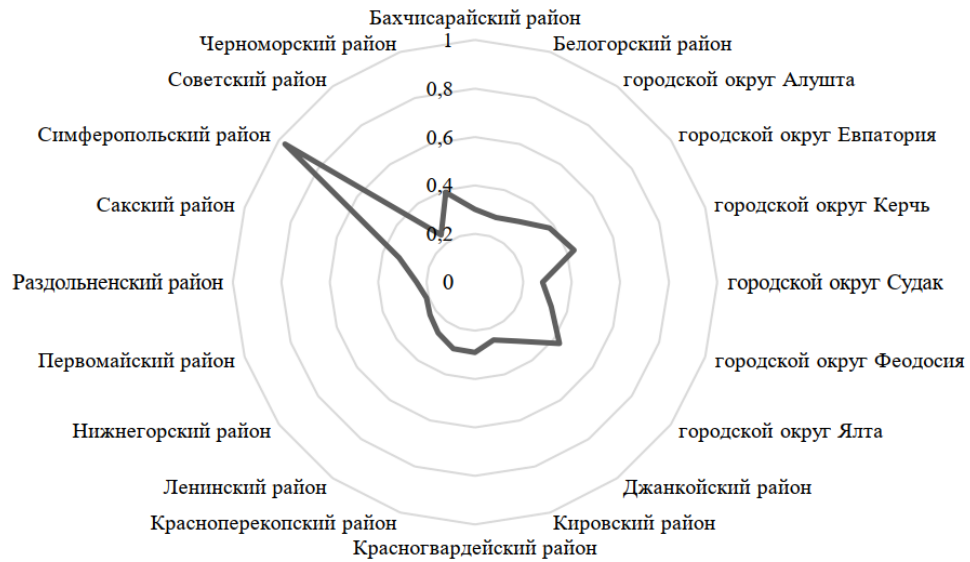


Рисунок 2.39 – Уровни экономической конкурентоспособности локальных рынков органической продукции,  $I_{eki}$

Источник: рассчитано автором

5. Расчет уровня конкурентоспособности локальных рынков органической продукции в регионе.

На рисунке 2.40 отражены уровни конкурентоспособности локальных рынков органической продукции в Республике Крым.

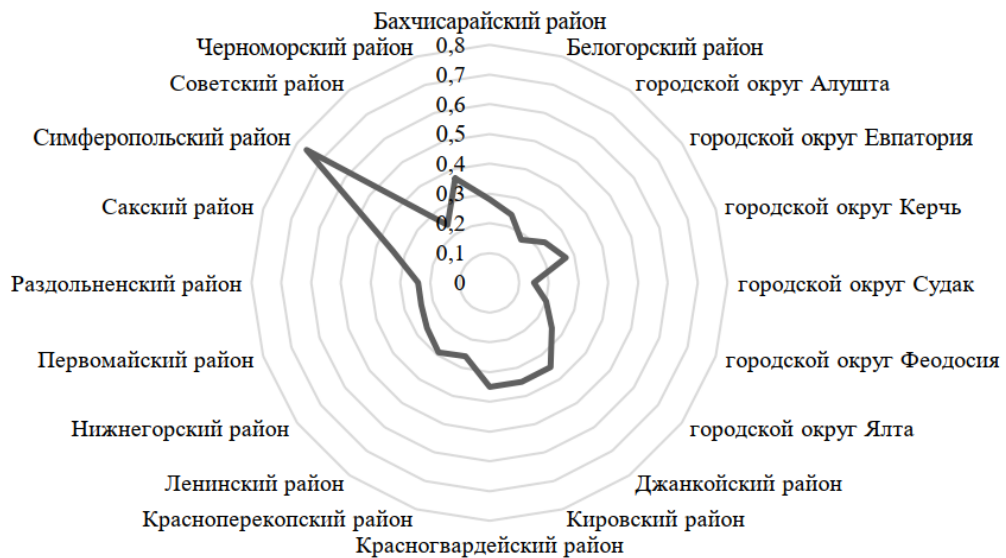


Рисунок 2.40 – Уровни конкурентоспособности локальных рынков органической продукции

Источник: рассчитано автором

Интерпретация уровней конкурентоспособности локальных рынков органической продукции отражена в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Интерпретация уровней конкурентоспособности локальных рынков органической продукции

Значение уровня конкурентоспособности	Административно-территориальные единицы	Характеристика уровня конкурентоспособности
0,81 – 1,00	не выявлены	Наивысший уровень конкурентоспособности
0,65 – 0,80	г. Симферополь и Симферопольский район (0,76)	Высокий уровень конкурентоспособности
0,38 – 0,64	не выявлены	Средний уровень конкурентоспособности
0,21 – 0,37	Бахчисарайский район (0,28), Белогорский район (0,24), Джанкойский район (0,35), Кировский район (0,35), Краногвардейский район (0,35), Краснопереконский район (0,26), Ленинский район (0,29), Нижнегорский район (0,26), Первомайский район (0,24), Раздольненский район (0,24), Сакский район (0,34), Советский район (0,24), Черноморский район (0,37), городские округа Евпатория (0,23), Керчь (0,27), Ялта (0,26)	Низкий уровень конкурентоспособности
0 – 0,20	городские округа Алушта (0,18), Судак (0,15) и Феодосия (0,20)	Абсолютно неконкурентоспособный

Источник: рассчитано автором

6. Ранжирование локальных рынков органической продукции по уровню их конкурентоспособности путем определения размаха интервала и обобщение результатов оценки.

«С помощью инструмента пространственно-временной интерпретации статистики, реализуемой в инструментальном поле ГИС-технологий в программной оболочке ArcGis 10.4 были выделены административно-территориальные единицы с высоким, низким уровнями

конкурентоспособности и абсолютно неконкурентоспособные» [120]  
(рисунок 2.41).

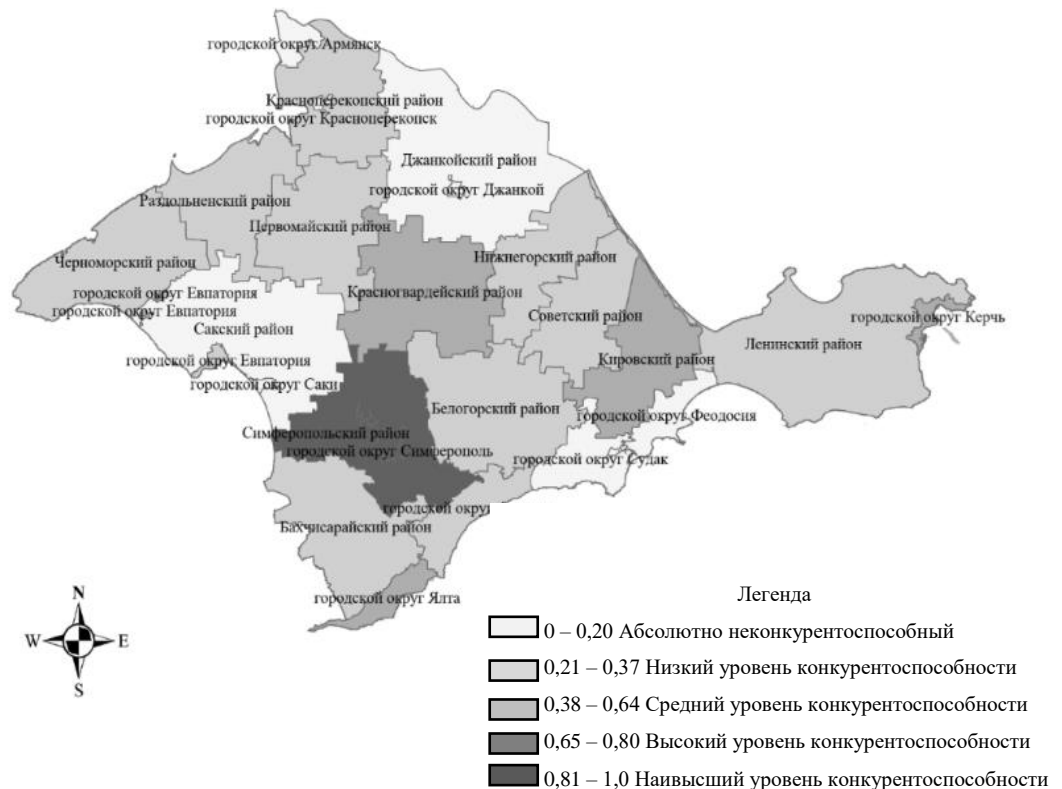


Рисунок 2.41 – Дифференциация уровней конкурентоспособности локальных рынков органической продукции в Республике Крым

Источник: рассчитано автором

Таким образом, высокий уровень конкурентоспособности прослеживается в Симферопольском районе (0,76). Низкий уровень по этому показателю определен в Бахчисарайском (0,28), Белогорском (0,24) районах, городских округах Евпатория (0,23), Керчь (0,27), Ялта (0,26), Джанкойском (0,35), Кировском (0,35), Красногвардейском (0,35), Красноперекоском (0,26), Ленинском (0,29), Нижнегорском (0,26), Первомайском (0,24), Раздольненском (0,24), Сакском (0,34), Советском (0,24) и Черноморском (0,37) районах. Абсолютно неконкурентоспособными являются городские округа Алушта (0,18), Судак (0,15) и Феодосия (0,20).



## **Глава 3 Формирование эффективных кластеров пространственного распределения органической продукции в Республике Крым**

### **3.1 Перспективы развития органического сельского хозяйства в административно-территориальных единицах**

Процесс активизации органического производства приходится на 60-70-е гг. XX в. В этот период международное сообщество начало более активно акцентировать свое внимание на вопросах сохранения окружающей среды. На сегодняшний день функционируют несколько организаций по органическому сельскому хозяйству. Образованная во Франции 1972 г. «Международная федерация органического движения (IFOAM) объединяет более 8000 организаций из 120 стран мира» [145] и ставит перед собой целью распространение информации о принципах и практике органического производства [145]. Годом позже в Швейцарии был сформирован один из ведущих мировых научно-исследовательских и информационных центров в сфере органического сельского хозяйства Исследовательский институт органического сельского хозяйства (FiBL) основной задачей которого является быстрая передача результатов научных исследований для консультативной работы и сельскохозяйственной практики органических производителей [77].

В 80-90-х гг. XX ст. популяризация экологических идей продолжает увеличиваться. Происходит стремительное формирование рынка органической продукции и разрабатываются системы его государственного регулирования, увеличивается количество экологических производителей,

появляются специализированные магазины данной продукции, создаются национальные стандарты и системы сертификации органических предприятий.

В современных реалиях изменение состояния окружающей среды, ухудшение экологической ситуации во всём мире обусловило формирование таких потребностей, как поиск и внедрение экологичных методов и технологий производства товаров, а также вызвало и усилило стремление населения приобретать экопродукцию, которая обладает оздоровительными свойствами и способствует здоровому развитию индивида. Данные обстоятельства стали исходной точкой для формирования нового рынка – рынка органической продукции.

Основываясь на анализе темпов роста количества сельских хозяйств, привлеченных под органическое производство и их соотношение к общему числу сельскохозяйственных угодий, российский ученый-экономист А. Мазурова [59] выделила четыре основных этапа становления рынка органической продукции. На первой фазе темпы привлечения земель под органическое производство и доля их в общей массе невелики и равны в среднем 1%. Вторая стадия характеризуется стремительным ростом этих показателей. На третьем и четвертом этапах доля сельскохозяйственных угодий по производству органической продукции имеет стабильно высокий уровень.

Другой российский учёный М. Казаков [52] выделяет пять этапов становления рынка органической продукции согласно жизненного цикла данной сферы: зарождение – становление – рост – зрелость – стагнация. На первом этапе происходит формирование сектора на основе нетто-импортера. Вторая стадия характеризуется общим объемом продаж, не превышающим 3%, большая часть продукции импортируется, появляются первые отечественные товаропроизводители. На стадии роста объём продаж возрастает до 10%, во многом за счет увеличения собственного производства. На этапе зрелости общий объём реализации составляет 15-18% в общей

структуре продаж продовольственных товаров. Стадия стагнации характеризуется уменьшением данного показателя до 12-15%, присущий активный поиск новых ниш.

Так, обе модели выделения основных стадий формирования и развития рынка органики, выявленных учеными-соотечественниками, не смотря на некоторые различия в подходах, во многом достаточно схожи. Исходя из определения и характеристик каждого из описанных выше этапов, можно утверждать, что российский рынок органической продукции находится на стадии становления, которой соответствуют все критерии, характерные для данного периода.

Развитие органического производства как на национальном, так и региональном уровнях способствует решению проблемы продовольственной безопасности, суть которой заключается в создании такого социально-экономического и экологического равновесия, при котором все население страны будет обеспечено безопасными и качественными продуктами питания в необходимом количестве и ассортименте. С каждым годом производством органики начинают заниматься все больше стран мира, в том числе и Российская Федерация.

Концепция производства органической продукции представляет собой компромисс между качеством товара и техногенной нагрузкой на экосистему в целом, однако, со значительным повышением цены на него. Несмотря на это, к доле населения, потребляющих органику, относятся, прежде всего, люди, не равнодушные к собственному здоровью и здоровью своей семьи, испытывающие чувство ответственности за состояние окружающей среды, с определенным уровнем дохода, позволяющем покупать товары, изготовленные в соответствии органическим принципам и требованиям. Этот сегмент потребителей постоянно растет, обуславливая, в свою очередь, повышение коммерческого интереса производителей агропродовольственной продукции в этой сфере.

Ведение хозяйственной деятельности на основе органических принципов имеет ряд положительных и отрицательных сторон. Органическое производство включает в себя строго ограниченный, узкий круг разрешенных приемов и методов для борьбы с негативными факторами, которые сопровождают его на всех этапах, повышая уровень рискованности, что является одним из предпосылок формирования более высокой цены на органику.

Продукция может считаться органической если ее выращивали без применения современных методов стимулирования продуктивности, и использовались лишь традиционные технологии и методики. Такая продукция подлежит надлежащей сертификации. Товар, реализуемый на рынке органики, имеет свои специфические характеристики. Если рыночный механизм в целом направлен на удовлетворение безграничных потребностей населения при ограниченных ресурсах, то рынок органической продукции обеспечивает не только оптимальное использование ресурсов, но и дает возможность соблюдать бережное отношение к окружающей среде.

Следует отметить, что для формирования и развития рынка органики необходимо усовершенствовать нормативные документы по стандартизации органического земледелия, рассмотреть требования о предоставлении услуг, предусмотренных ведением органического земледелия и усовершенствовать технологические процессы производства органики. Действенные нормативные рамки включают в себя совокупность средств, направленных на формирование и развитие рынка органической продукции.

Жесткое выполнение утвержденных норм на протяжении всего производственного процесса, соблюдение методов управления, контроль за нанесением маркировки на упаковке продукции, других требований, направленных на совершенствование органического сектора совершенствованию отрасли – это одни из парадигм (фундаментальных правил/принципов), необходимых для качественного и продолжительного развития, а также эффективного функционирования рынка органики.

В 1980 г. Международным органическим движением (IFOAM) был изложен «Базовый стандарт» по производству органической продукции и ее переработке, который является конвенциональным международным уставом, применяемым для определения отечественных и международных требований и других нормативных актов, формулирующих более четкие условия для органического производства. Рассмотренные в данном документе положения выдвигают четкие требования к производственному процессу органической продукции и ее переработке. Отмеченные рекомендации носят практический характер и не являются обязательными. Это структурированные основные требования для прохождения сертификации производителей, занятых в различных областях хозяйствования. Структура гибких правил сгруппирована из основных частей Базового стандарта и используется в сложившихся ситуациях.

Органическое производство является целостной системой, основанной на комплексе приемов, которые направлены на обеспечение жизнеустойчивости экосистемы, экологизацию продовольствия, поддержание здоровья животных и социальную объективность, а органическая продукция производится, перерабатывается и реализуется согласно требованиям, описанных в стандартах органического хозяйствования.

«Впервые, в 2011 г. Министерством сельского хозяйства РФ была разработана пилотная версия законопроекта об органическом сельском хозяйстве. Ее редакция была осуществлена в 2012 г., а в 2013 г. сформирована новая редакция этого нормативного документа» [109].

Поскольку предложенные меры носят больше ограничительный, чем стимулирующий характер для производителей разработанный законопроект не стал эффективным толчком для формирования и развития национального рынка органики. Позже был издан «ФЗ от 3 августа 2018 г. «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который вступил в силу только с 1 января 2020 г.»

[108], с чего и началось легализованное производство органической продукции.

В данном документе регламентировано создание единого государственного логотипа в виде белого лебедя и единого государственного реестра органических производителей. На основе этого закона на местных уровнях разрабатываются локальные нормативные акты и целевые программы по развитию органического земледелия и производства органических продуктов питания.

Следует отметить, что Республика Крым имеет значительный потенциал для производства органической сельскохозяйственной продукции, ее экспорта и потребления на внутреннем рынке благодаря благоприятным агроклиматическим условиям региона. На рисунке 3.1 представлена структура производственных мощностей продукции растениеводства в Республике Крым.

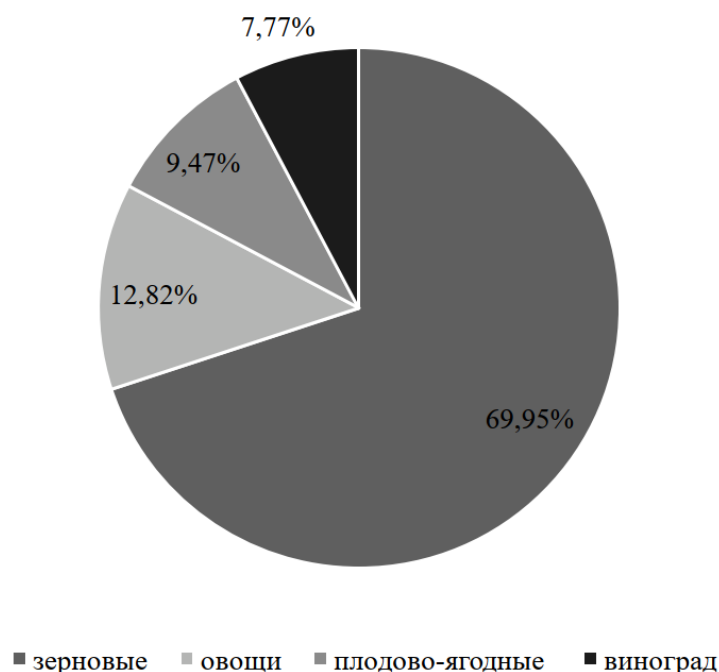


Рисунок 3.1 – Структура производственных мощностей продукции растениеводства в Республике Крым

Источник: рассчитано автором на основе [95]

Из рисунка видно, что наибольшая доля в общей структуре растениеводства региона отводится производству зерновых и зерно-бобовых культур и составляет 69,95%. На долю производства овощей, плодово-ягодной продукции и винограда приходится 12,82%, 9,47% и 7,77%, соответственно.

На рисунке 3.2 представлены производственные мощности зерновых и зернобобовых культур в административно-территориальных единицах Республики Крым.

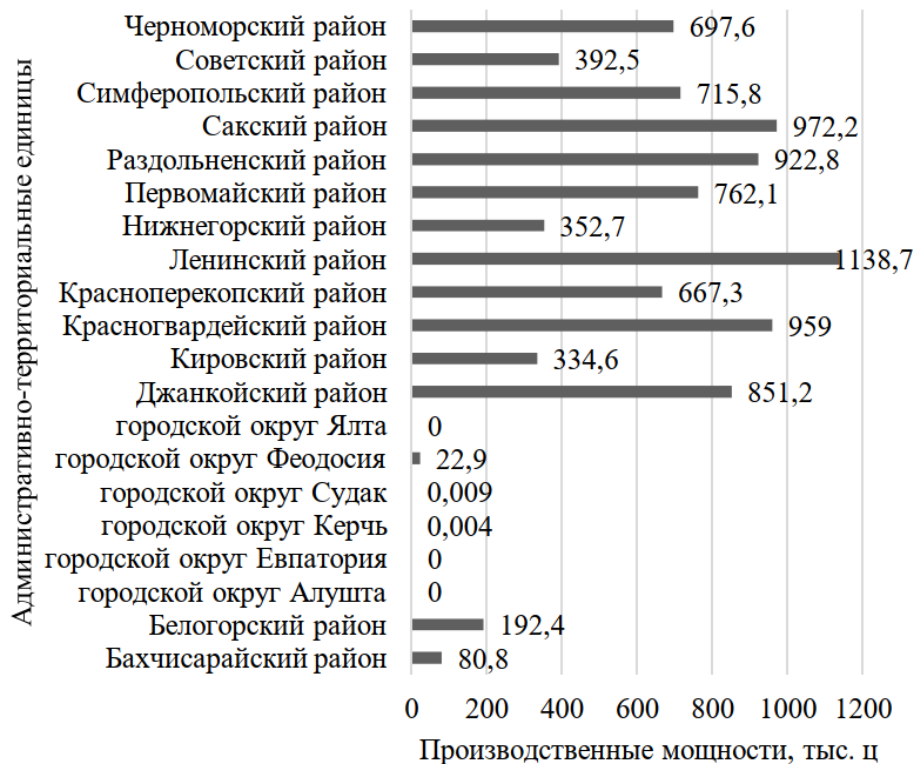


Рисунок 3.2 – Производственные мощности зерновых и зернобобовых культур в административно-территориальных единицах

Источник: рассчитано автором на основе [95]

Производственные мощности зерновых и зернобобовых культур в Республике Крым составляют 9062,8 тыс. ц. Лидерами по производству зерновых и зернобобовых культур являются Ленинский (12,6%), Сакский (10,7%), Красногвардейский (10,6%) и Раздольненский (10,2%) районы со значениями валового сбора 1138,7 тыс. ц, 972,2 тыс. ц, 959,0 тыс. ц и 922,8 тыс. ц, соответственно.

Немного уступают в данной категории Джанкойский (9,4%), Первомайский (8,4%), Симферопольский (7,9%), Черноморский (7,7%) и Красноперекоский (7,4%) районы с показателями 851,2 тыс. ц, 762,1 тыс. ц, 715,8 тыс. ц, 697,6 тыс. ц и 667,3, соответственно.

На рисунке 3.3 представлены производственные мощности овощей в административно-территориальных единицах Республики Крым.

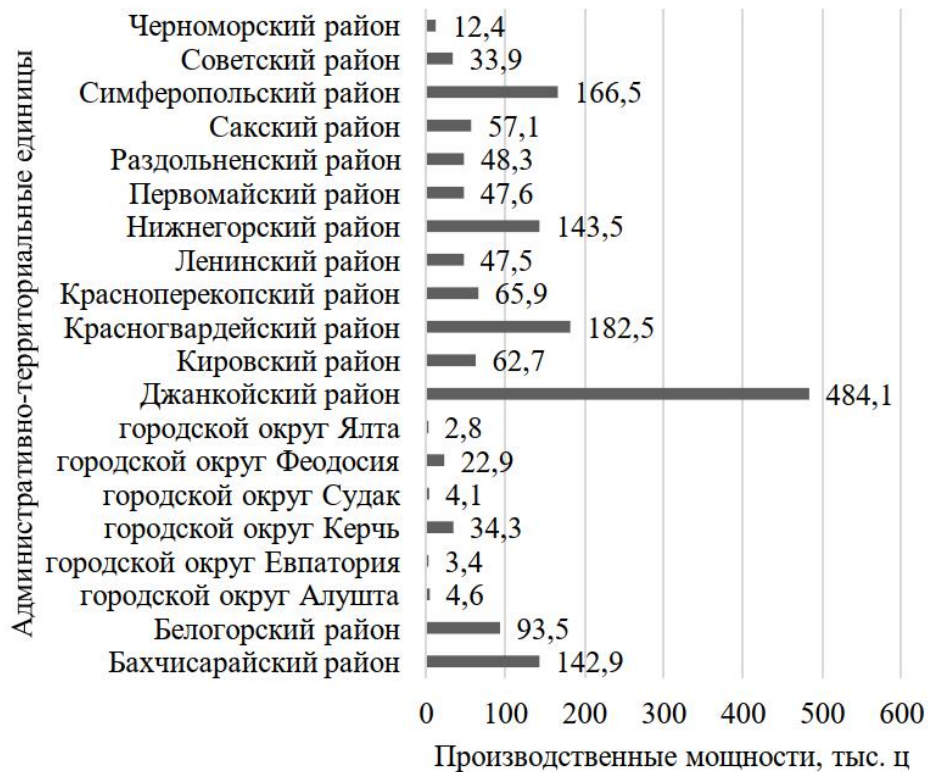


Рисунок 3.3 – Производственные мощности овощей в административно-территориальных единицах

Источник: рассчитано автором на основе [95]

Территориально-административной единицей, занимающей ведущую позицию по производству овощей, выступает Джанкойский район (29,6%) со значением 484,1 тыс. ц. На долю Красногвардейского (182,5 тыс. ц), Симферопольского (166,5 тыс. ц), Бахчисарайского (142,9 тыс. ц), Нижегородского (143,5 тыс. ц) районов приходится 11,0%, 10,0%, 8,6%, 8,6%, соответственно. Остальные районы имеют незначительные доли в общей структуре по данной группе сельскохозяйственной продукции.



На рисунке 3.4 представлены производственные мощности плодово-ягодных культур в административно-территориальных единицах Республики Крым.

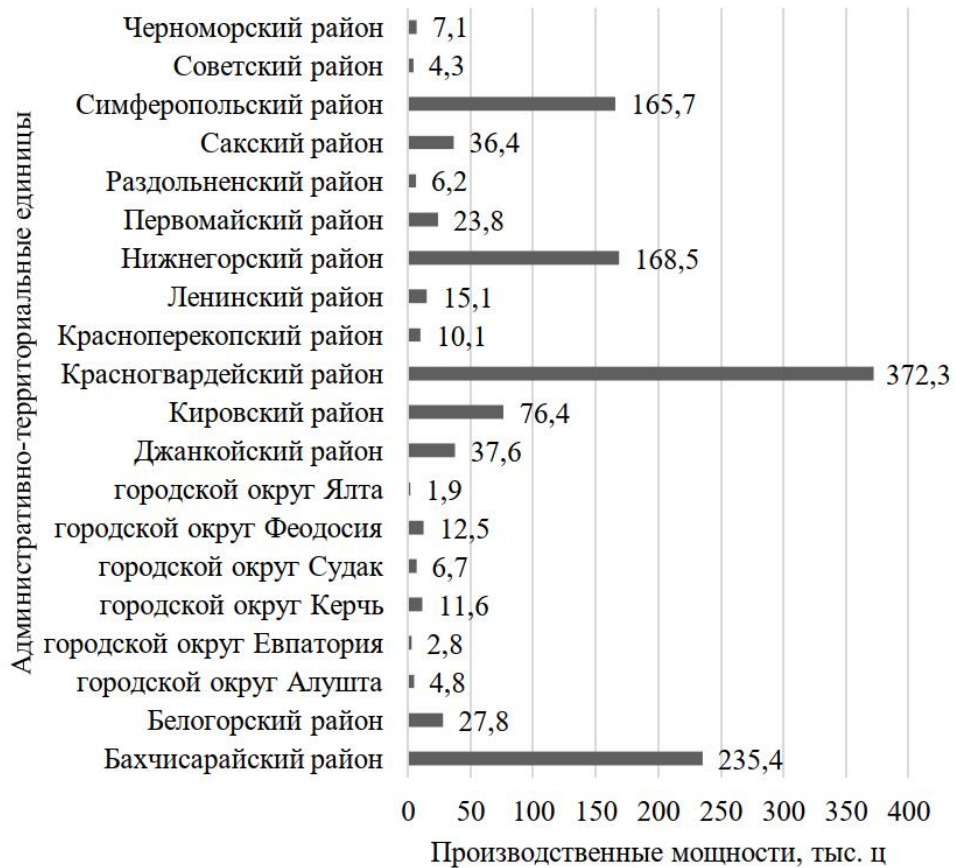


Рисунок 3.4 – Производственные мощности плодово-ягодных культур в административно-территориальных единицах

Источник: рассчитано автором на основе [95]

Наибольшее значение производственных мощностей плодово-ягодных культур выявлено в Красногвардейском районе с показателем 372,3 тыс. ц на долю которого приходится 30,3% всего валового сбора в общей структуре данной продукции. Значительно уступают по данной категории Бахчисарайский (19,2%), Нижнегорский (13,7%), Симферопольский (13,5%) районы со значениями 235,4 тыс. ц, 168,5 тыс. ц, 165,7 тыс. ц, соответственно.

На рисунке 3.5 представлены производственные мощности винограда в административно-территориальных единицах Республики Крым.

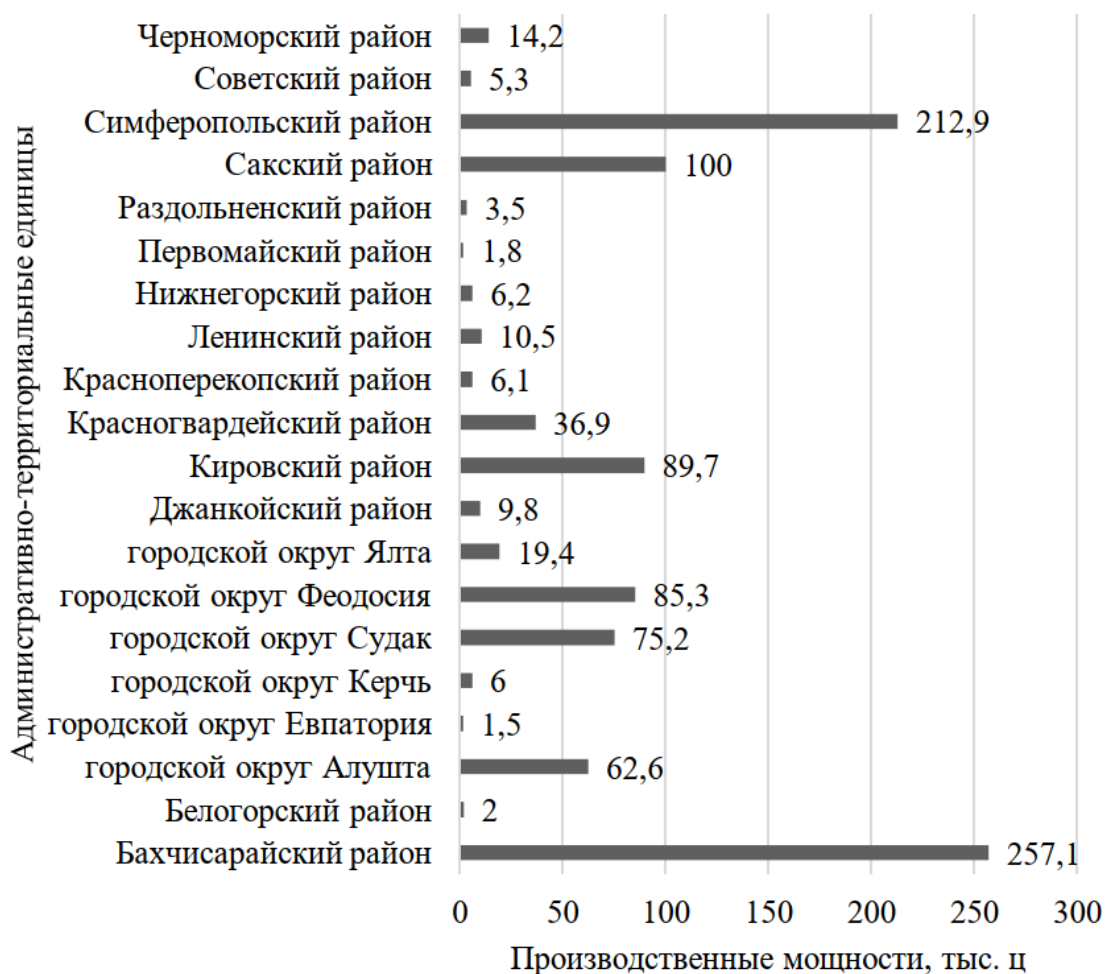


Рисунок 3.5 – Производственные мощности винограда в административно-территориальных единицах, тыс. ц

Источник: рассчитано автором на основе [95]

Несомненными лидерами по виноградарству являются Бахчисарайский и Симферопольский районы на долю которых приходится 25,6% и 21,2% с показателями 257,1 тыс. ц и 212,9 тыс. ц, соответственно. Значительно уступают по производству данной продукции Сакский, Кировский районы, городские округа Феодосия и Судак со значениями 100,0 тыс. ц, 89,7 тыс. ц, 85,3 тыс. ц, 75,2 тыс. ц на долю которых приходится 10,0%, 8,9%, 8,5%, 7,5%, соответственно.

«Следует отметить, что в органическом растениеводстве исключено применение пестицидов для защиты сельхозугодий от сорняков, вредителей, борьбы с болезнями растений» [103], запрещается применение химических

удобрений, а безопасность растений обеспечивается путем использования натуральных веществ, питание же почвы происходит за счет внесения органических удобрений.

«Раздел «Растениеводство» Базовых стандартов IFOAM отражает условия выбора сельскохозяйственных культур и видов растений, отмечены проблемы продолжительности переходного периода» [103], который зависит от выращивания сортов сельскохозяйственных культур и составляет от 12 до 36 месяцев с момента крайнего внесения ядохимикатов и применения запрещенных способов производства. Разнообразие методов растениеводства предполагает бережливое обращение с сельхозугодиями и экосистемой в целом.

С целью увеличения и консервации плодородности земли и последующей биологической ее активностью используются органические удобрения, которые оснащают почву микробиологическими, растительными и животными остатками. Экологичные методы ведения органического растениеводства применяются для борьбы с болезнями растений, вредителями и сорняками.

Так, в случае соблюдения предъявляемых требований перспективными районами для производства органической зерновой и зерно-бобовой продукции являются Ленинский, Сакский, Красногвардейский и Раздольненский районы; для производства органических овощей перспективным выступает Джанкойский район; возможное производство органической плодово-ягодной продукции прослеживается в Красногвардейском районе; Бахчисарайский и Симферопольский районы являются перспективными территориями для органического виноградарства.

Органическое животноводство в Республике Крым представлено четырьмя товарными группами, к которым относятся: мясо, молоко, яйца птицы и мед. На рисунке 3.6 представлена структура производственных мощностей продукции животноводства и пчеловодства в Республике Крым.

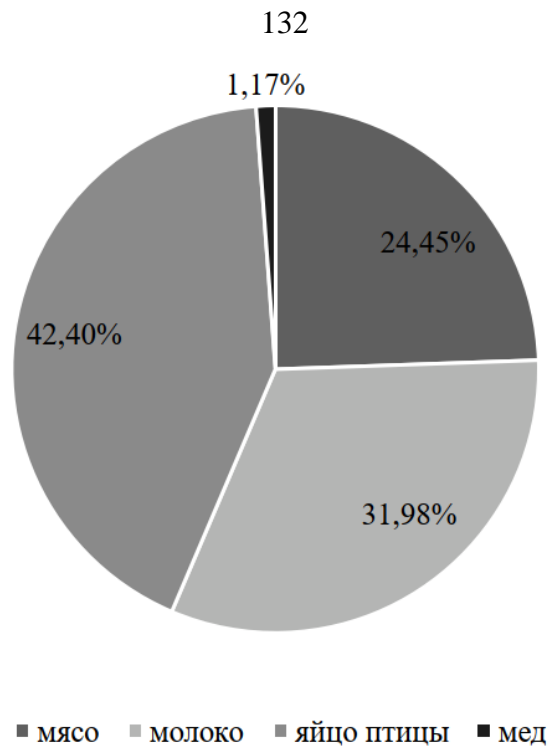


Рисунок 3.6 – Структура производственных мощностей продукции животноводства и пчеловодства в Республике Крым

Источник: рассчитано автором на основе [95]

Из рисунка видно, что наибольшая доля в общей структуре животноводства региона отводится производству яиц птицы и составляет 42,40%. На долю производства молока, мяса и меда приходится 31,98%, 24,45% и 1,17%, соответственно.

Следует отметить, что в животноводстве в животноводстве исключено использование гормонов роста, различного рода стимуляторов и антибиотиков, для лечения и поддержания здоровья животных разрешено проведение профилактических мероприятий с применением гомеопатических веществ.

«Раздел «Животноводство» Базовых стандартов IFOAM содержит требования к регулированию ведения животноводства для поддержания равновесия между почвой и живыми организмами, исходя из их физиологических нужд, с учетом применения органически выращенных кормов. При этом период конверсии обусловлен видом готовой продукции,

например, для яиц этот промежуток находится в пределах от 42 дней, а для производства мяса – до 12 месяцев.

Так же выращивание животных должно происходить исключительно в органических хозяйствах» [103]. При этом селекция животных должна учитывать специфику территориальных условий. Исключается операционное вмешательство кроме окольцовывания, кастрации, эластрации (отрезание хвостов), декорнуации (удаление рогов), обрезание шерсти в области хвоста. В процессе кормления животных запрещается применение отходов бойни и жизнедеятельности организмов, красителей, химических и азотных веществ, синтетических гормональных препаратов и стимуляторов роста и др.

Условия ветеринарного вмешательства предполагают проведение профилактических мероприятий для поддержания здоровья животных. В случае заболевания использование химических препаратов или антибиотиков допускается только по рекомендации врача и под его непосредственным наблюдением.

При возникновении эпидемических болезней или эпидемии допускается вакцинирование животных. Применяемые препараты должны соответствовать федеральному законодательству и исключать приемы генетической инженерии. В процессе перевозки и забое животных стрессовая реакция должна быть минимизирована. В целях облегчения стрессового состояния животных при погрузке, транспортировке, не превышающей 8 часов, и забое допускается использование синтетических нейролептических средств или стимуляторов.

«В Базовых стандартах также прописаны требования к ведению органического пчеловодства. Немаловажным условием данного процесса является расположение ульев, которые должны быть размещены на органических землеугодьях, что подразумевает экологические чистые или дикие угодья с минимальной вероятностью загрязнения. Подкормка насекомых должна осуществляться с применением органического меда и

сахара» [103] заболевания насекомых, а поддержание здоровья особей требует ухода за ульями и соблюдение надлежащей гигиены.

На рисунке 3.7 представлены производственные мощности мяса в административно-территориальных единицах Республики Крым.

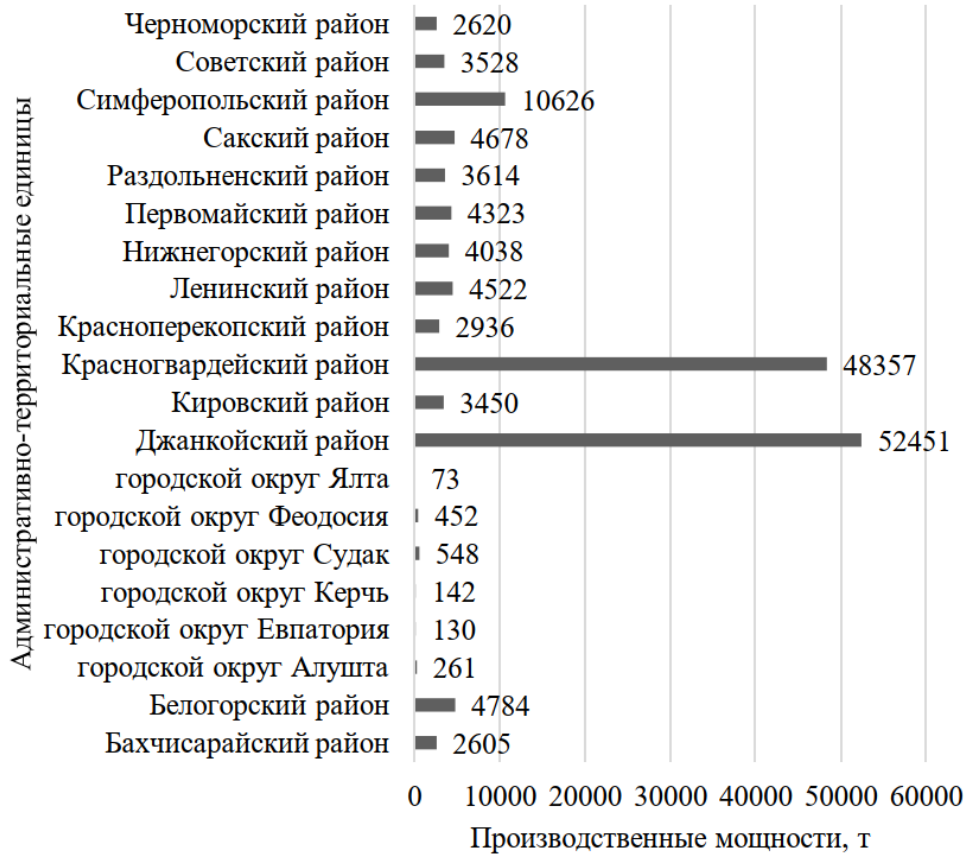


Рисунок 3.7 – Производственные мощности мяса в административно-территориальных единицах Республики Крым, т

Источник: рассчитано автором

Так, производственные мощности мяса в Республике Крым составляют 154 тыс. т. Бесспорными лидерами по производству мясной продукции являются Джанкойский (34,0%) и Красногвардейский (31,4%) районы со значениями 52451 т и 48357 т, соответственно. Значительно уступает симферопольский район с показателем 10626 т на долю которого приходится 6,9%. Остальные территориальные образования имеют незначительные доли в общей структуре по данной группе сельскохозяйственной продукции.

На рисунке 3.8 отражены производственные мощности молока в административно-территориальных единицах Республики Крым.

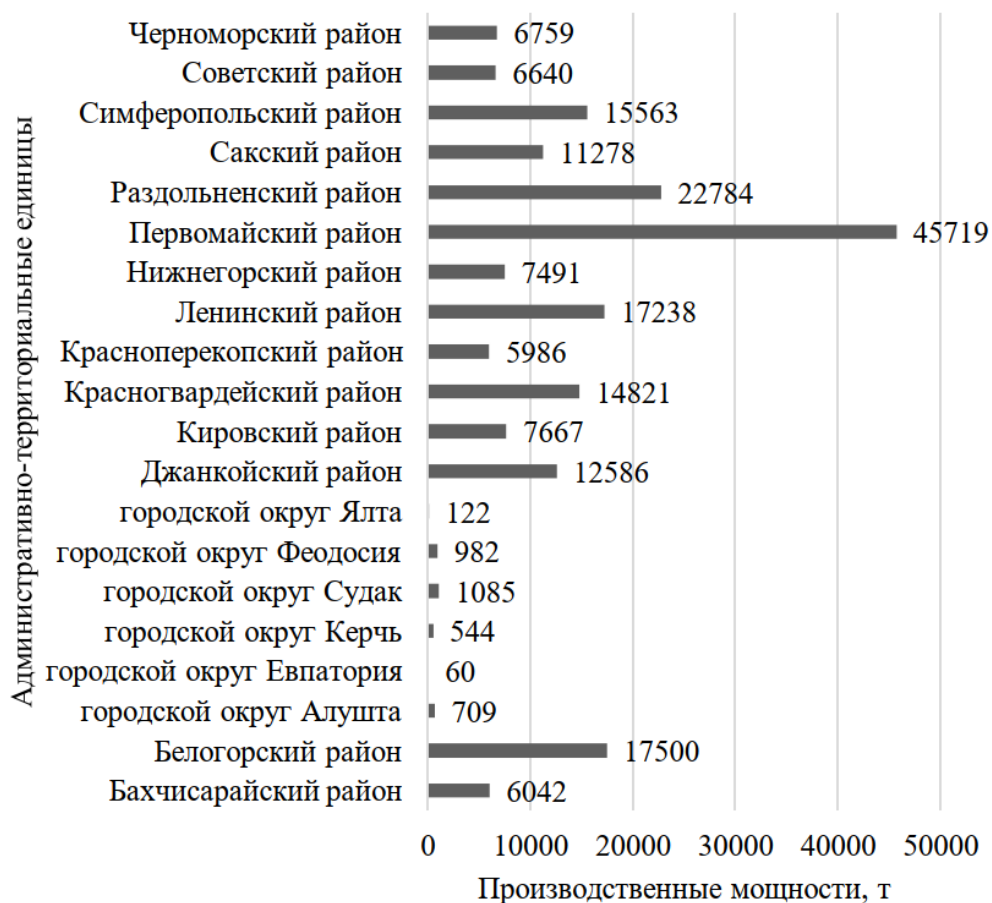


Рисунок 3.8 – Производственные мощности молока в административно-территориальных единицах Республики Крым

Источник: рассчитано автором

Так, производственные мощности молока в Республике Крым составляют 201,6 тыс. т. Административно-территориальной единицей, занимающей ведущую позицию по производству молока, выступает Первомайский район (22,7%) со значением 45719 т. На долю Раздольненского (22784 т), Белогорского (17500 т), Ленинский (17238 т) районов приходится 11,3%, 8,7%, 8,6%, соответственно. Остальные районы имеют незначительные доли в общей структуре по данной категории продукции.

На рисунке 3.9 отражены производственные мощности яйца птицы в административно-территориальных единицах Республики Крым.

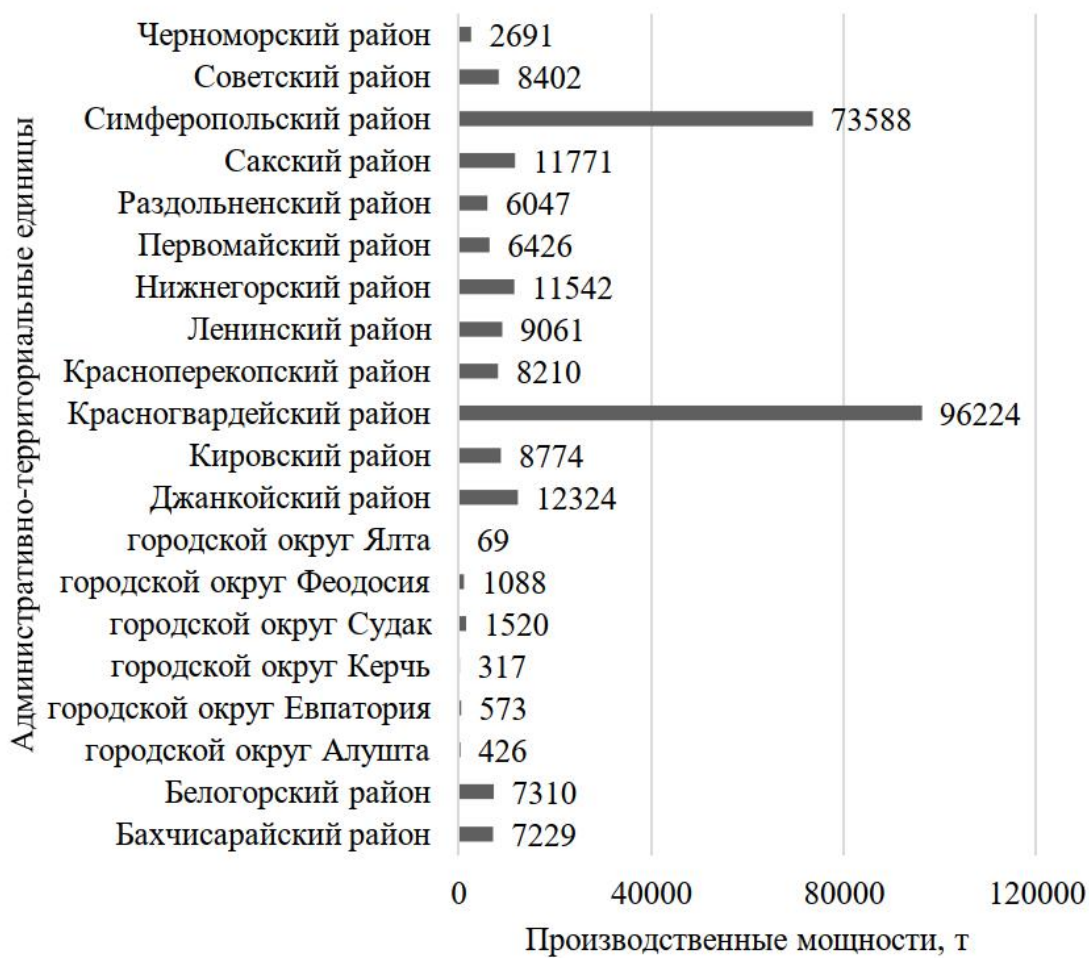


Рисунок 3.9 – Производственные мощности яйца птицы в административно-территориальных единицах Республики Крым

Источник: рассчитано автором

Так, производственные мощности яйца птицы в Республике Крым составляет 273,6 тыс. т. Наибольшие значения производственных мощностей яйца птицы выявлено в Красногвардейском районе с показателем 96224 т на долю которого приходится 35,2% и в Симферопольском со значением 73588 т – 26,9%. Наименьшие показатели выявлены в городских городах Алушта со значением 426 т на долю которой приходится 0,2%, Евпатория – 573 т (0,2%), Керчь – 317 т (0,1%), Феодосия – 1088 т (0,4%), Судак – 1520 т (0,6%), Ялта – 69 т.

На рисунке 3.10 отражены производственные мощности меда в административно-территориальных единицах Республики Крым.



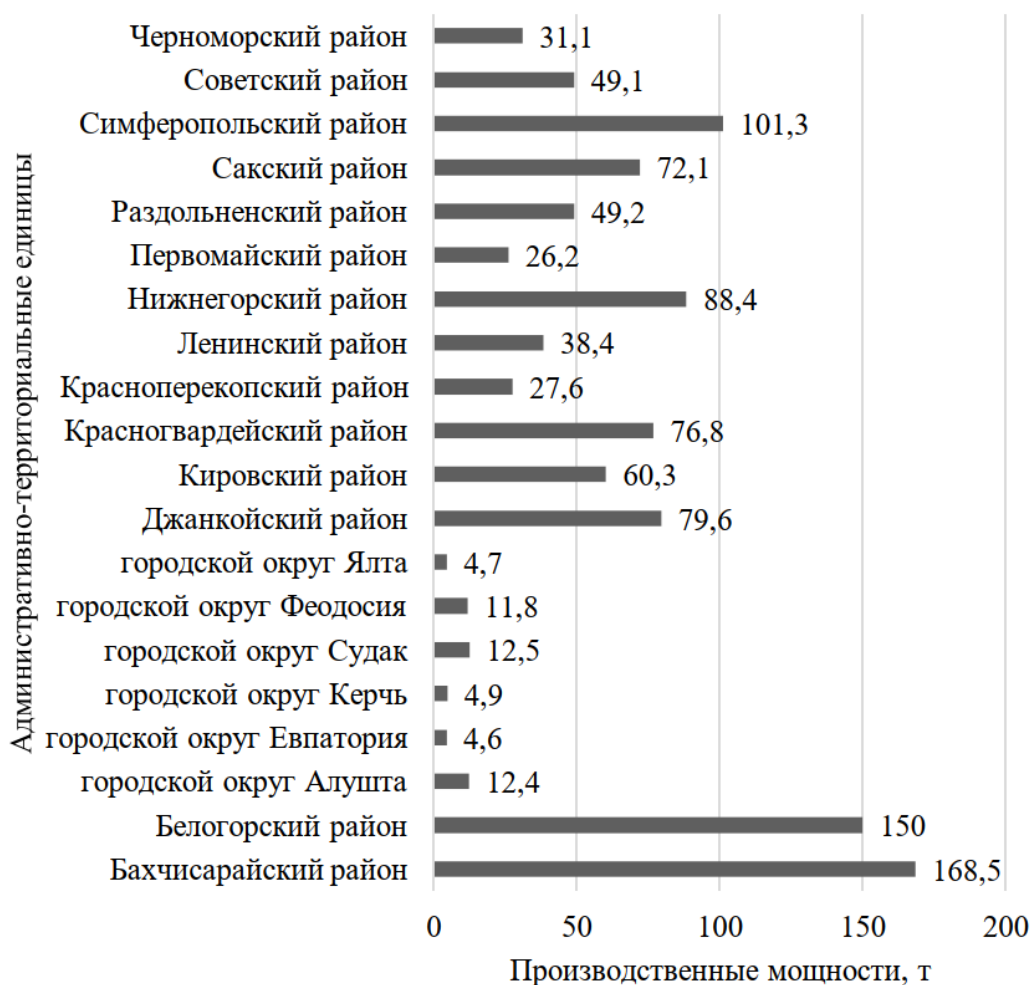


Рисунок 3.10 – Производственные мощности меда в административно-территориальных единицах Республики Крым

Источник: составлено автором

Так, производственные мощности меда в Республике Крым составляют 1069,5 т. Несомненными лидерами по производству меда являются Бахчисарайский и Белогорский районы на долю которых приходится 15,8% и 14,0% с показателями 168,5 т и 150,0 т, соответственно. Значительно уступают по производству данной продукции Симферопольский и Нижнегорский районы со значениями 101,3 т и 88,4 т на долю которых приходится 9,5% и 8,3%, соответственно.

Так, в случае соблюдения предъявляемых требований перспективными районами для производства органической мясной продукции являются Джанкойский и Красногвардейский районы; для производства органической

молочной продукции перспективным выступает Первомайский район; возможное производство органических яиц прослеживается в Красногвардейском и Симферопольском районах; Бахчисарайский и Белогорский районы являются перспективными территориями для производства органического меда.

При выращивании органической аквакультуры рекомендовано отталкиваться от ряда условия охраны среды обитания. Обязательно сохранение при производственном процессе высокого уровня состояния экосистемы и ее биологической продуктивности. Запрещено применение ядохимикатов, минеральных подкормок за исключением препаратов, прописанных в действующем законодательстве.

Немаловажным условием является сохранение экологического баланса при сборе аквакультур и акватических растений. Если акватические животные 2/3 части своей жизни провели на водных эко фермах или выращены в данных условиях с момента зарождения, то акватическое ведение хозяйства может считать органическим. Немаловажные требования предъявлены к процессу кормления данных культур. Питание живых акватических организмов должно осуществляться исключительно органическими кормами, традиционные способы питания разрешены в малых дозах и на протяжении ограниченного периода времени.

Рациональная организация кормления должна обеспечивать здоровье и благополучие живых организмов. Условия их содержания также требуют пристального внимания. Выращивание должно осуществляться в антистрессовой обстановке. Должны быть соблюдены все профилактические меры по борьбе с возбудителями болезней распространению инфекций. Запрещено применение различного рода химических препаратов, гормонов роста, антибиотиков и др.

На рисунке 3.11 представлены производственные мощности продукции рыболовства по категории «рыба морская свежая или охлажденная, не являющаяся продукцией рыбоводства».

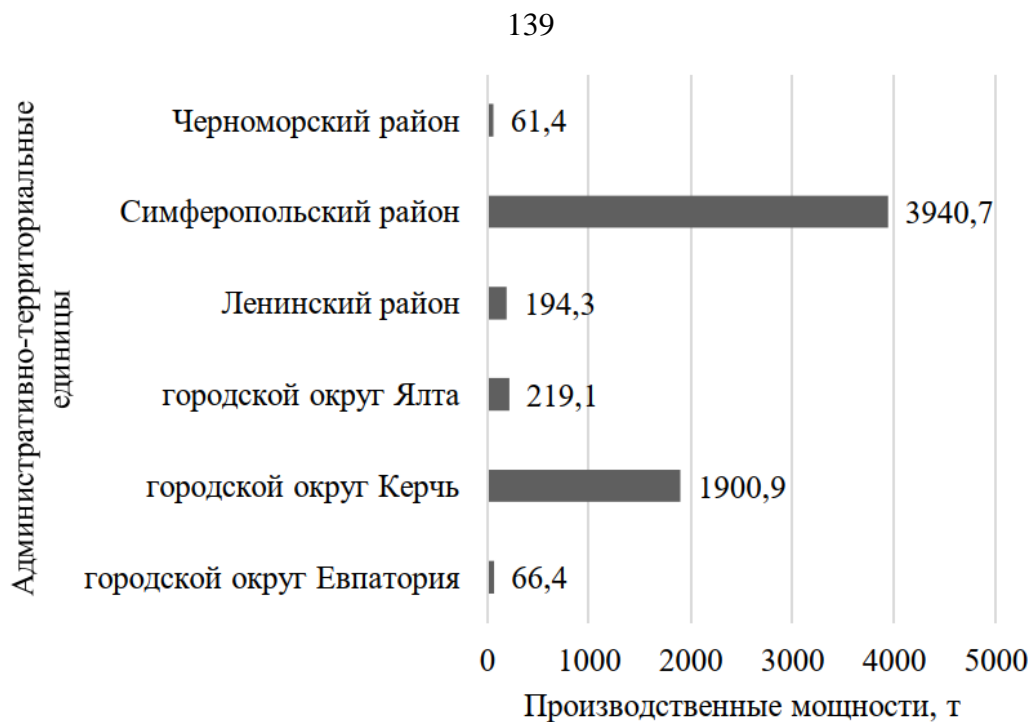


Рисунок 3.11 – Производственные мощности продукции рыболовства по категории «рыба морская свежая или охлажденная, не являющаяся продукцией рыбоводства», т

Источник: составлено автором

Так, производственные мощности по категории «рыба морская свежая или охлажденная, не являющаяся продукцией рыбоводства» составляют 6382,8 т. Несомненным лидером по данной группе является Симферопольский район с показателем 3940,7 т на долю которого приходится 61,7%. Значительно уступает по производству данного вида продукции городской округ Керчь (29,8%) со значением 1900,9 т. Наименьшие доли по этой группе приходятся на городские округа Евпатория, Ялта, Джанкойский и Черноморский районы со значениями 66,4 т, 219,1 т, 194,3 т, 61,4 т, что составляет 1,0%, 3,4%, 3,0%, 1,0, соответственно.

На рисунке 3.12 отражены производственные мощности продукции рыболовства и рыбоводства по категории «креветки». Территориальными образованиями по производству категории «креветки» выступают городские округа Евпатория (28,5%), Керчь (49,2%), Черноморский район (22,3%) с показателями 3,7 т, 6,4 т, 2,9 т, соответственно. Рыболовство по категории

«Беспозвоночные водные живые, свежие или охлажденные, не являющиеся продукцией рыбоводства, прочие, не включенные в другие группировки» осуществляется исключительно в городском округе Керчь со значением 847,2 т. Рыбоводство по категории «Рыба пресноводная живая, являющаяся продукцией рыбоводства» выявлено в Красногвардейском районе с показателем 43,1 т.

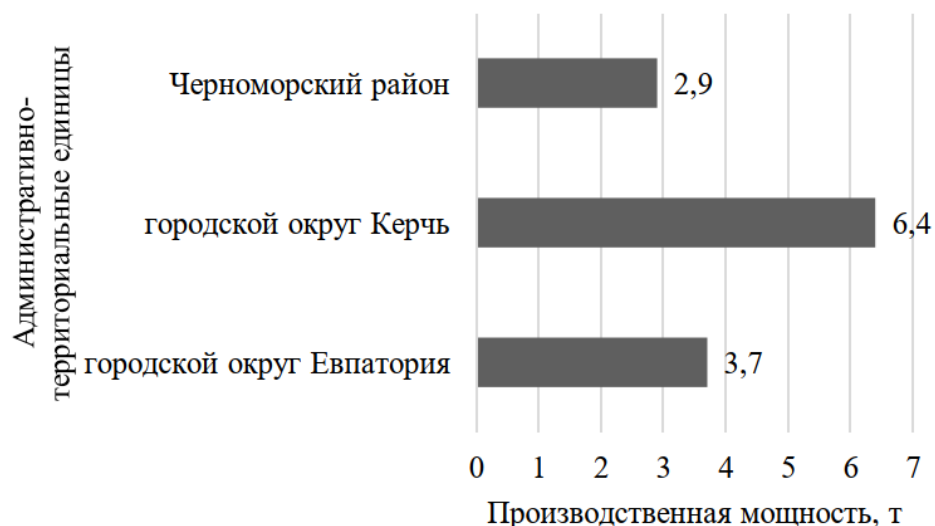


Рисунок 3.12 – Производственные мощности продукции рыболовства и рыбоводства по категории «креветка», т

Источник: рассчитано автором

Таким образом, перспективными районами для ведения органического аквакультурного животноводства являются Симферопольский, Красногвардейский районы и городской округ Керчь.

Немаловажными являются требования к аутентификации органической продукции. Следует отметить, что на всех этапах органического производства исключается взаимодействие данного вида продукции с товарами другого происхождения. В процессе переработки органики запрещено использование химических веществ, допустимо применение только органических ингредиентов. Исключение представляют только те компоненты, которые прописаны в действующем законодательстве или прослеживается дефицит пищевого ассортимента.

«Маркировочная информация должна нести в себе четкое представление о всех этапах органического производства продукции. Продукт может быть маркирован как органический при соблюдении всех условий, прописанных в Базовых стандартах или содержать более 95% веществ, не имеющих сертифицированное органическое происхождение. При условии наличия менее 95% и более 70% веществ, относящихся к экологически чистым продукция также может быть маркирована как органическая. Информация о содержании менее 70% таких ингредиентов должна быть представлена в общем списке о данной продукции и в данном случае товар не может быть маркирован как органический» [114].

Эффективному распределению органической продукции в цифровой среде будет способствовать наличие соответствующей маркировки на упаковке товара, которая увеличит доверие населения к органике (Приложение Г). Несмотря на то, что население готово переплачивать за данную продукцию, оно не получают достоверной информации о ней, поэтому необходимо применение современных технологии, доступных на рынке и находящихся в стадии внедрения, например, QR – код (тип двумерного штрих-кода, который используется для легкого доступа к информации с помощью бесплатного приложения со смартфона или QR-сканера). Информация (код аутентификации, код производителя, имя, местонахождение, контакт, номер, URL-адрес Facebook, дата производства, срок действия и URL регулирующего органа) о подлинных органических производителях могут быть встроены в QR-код, который можно без проблем отслеживать бесплатно.

Население готово заплатить более высокую цену, если товары поступают из надежных источников. И, наоборот, население, потребляющее обычную продукцию, ценят деньги и обычно покупают традиционный товары без наценки. В сфере предложения органических продуктов, есть два типа поставщиков: поддельные органические производители и подлинные. Из-за присутствия на рынке поддельных органических производителей, подлинные теряют долю рынка из-за низкой прибыльности, больших затрат и отсутствия

доверия. Они не имеют никакого инструмента, чтобы завоевать доверие населения.

Поддельные производители не теряют ничего, поскольку они делают наценку за счет снижения производственных затрат. Очень важно сохранить подлинных производителей, а также долю населения, потребляющих органическую продукцию. Для повышения доверия среди них мы предлагаем модифицированную модель механизма маркировки на основе QR-кода (рисунок 3.13).

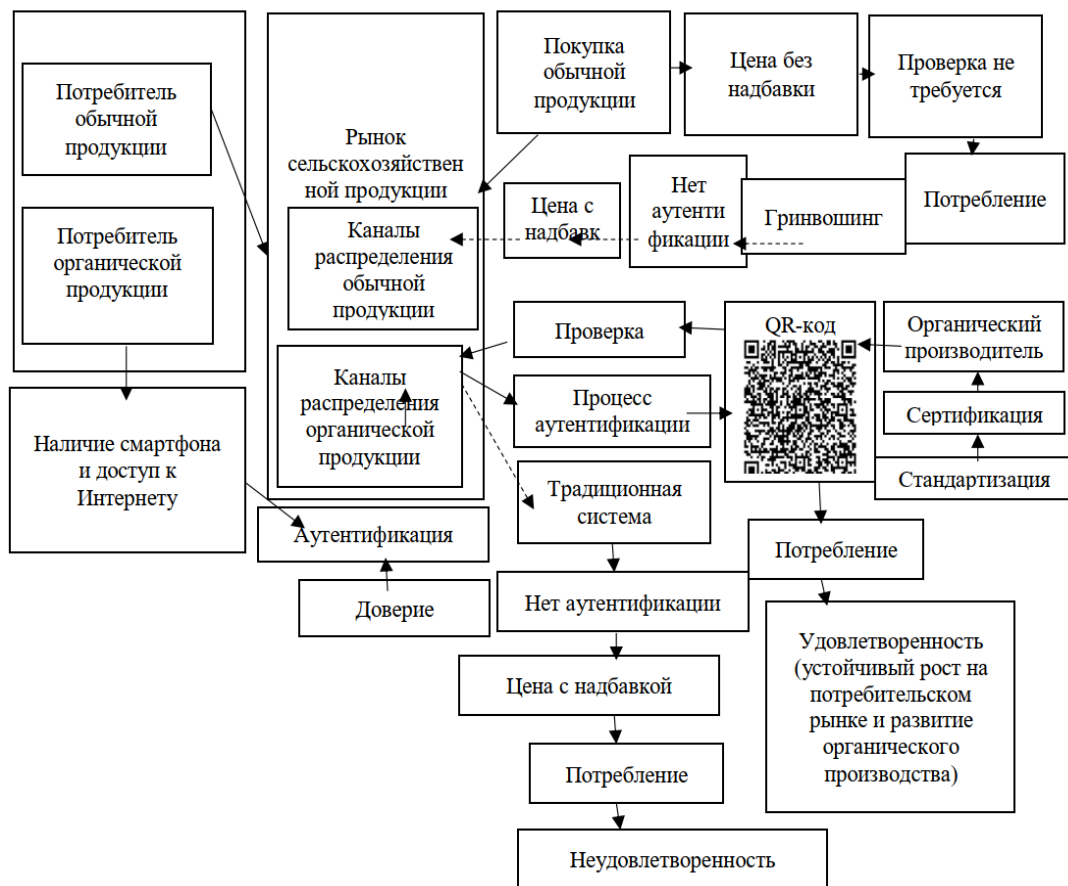


Рисунок 3.13 – Модифицированная модель механизма маркировки на основе QR-кода

Источник: предложена автором на основе [145]

Для каждой партии продукта подлинный органический производитель может генерировать шесть цифр кода аутентификации, который будет раскрыт на их страницах в социальных сетях и на сайте производителя, когда конкретная партия будет доступна для населения. С помощью QR-кода

органический потребитель сможет аутентифицировать органического производителя путем перекрестной проверки кода аутентификации. Кроме того, дистрибьюторы смогут узнать о подлинных производителях, сканируя QR-код, используя QR-сканер или смартфон. Этот механизм будет способствовать росту доверия к органическим производителям и повышению имиджа органических продуктов для населения.

В традиционном подходе к распределению органических продуктов население покупает товар с наценкой без какой-либо аутентификации, которая ставит его перед дилеммой потребления и недоверием к источнику производства. Поскольку у него нет никакой альтернативы, население должно верить маркировке, которая заявлена органическими производителями. Система на основе QR-кода обладает механизмом перекрестной проверки как со стороны предложения, так и со стороны потребления.

Кроме того, процедура генерации QR-кода не требует дополнительных затрат и очень удобна для пользователя. Поэтому любой настоящий производитель органики, у которого есть смартфон со включенным доступом в Интернет, может генерировать QR-код даже для каждой доставки, который может быть напечатан на упаковке или в виде наклейки при распределении товаров. Модель предполагает, что поскольку органические товары являются ценными, то производители должны быть достаточно образованными, чтобы иметь дело с технологическими знаниями QR-кода.

Ключевое значение в органическом производстве имеют также социальные права и социальная справедливость. Органическая продукция не может считаться таковой если в процессе ее производства выявлены признаки нарушения социальной справедливости и главные права человека. Запрещено применение эксплуатации труда, наличие дискриминации, привлечение детей допустимо только с разрешения родителей под четким их наблюдением на органических фермах, при условии, что работа не наносит вред здоровью ребенка и не мешает его обучению и развитию.

Таким образом, в случае соблюдения предъявляемых требований перспективными районами для производства органической зерновой и зерно-бобовой продукции являются Ленинский, Сакский, Красногвардейский и Раздольненский районы; для производства органических овощей перспективным выступает Джанкойский район; возможное производство органической плодово-ягодной продукции прослеживается в Красногвардейском районе; Бахчисарайский и Симферопольский районы являются перспективными территориями для органического виноградарства.

Перспективными районами для производства органической мясной продукции являются Джанкойский и Красногвардейский районы; для производства органической молочной продукции перспективным выступает Первомайский район; возможное производство органических яиц прослеживается в Красногвардейском и Симферопольском районах; Бахчисарайский и Белогорский районы являются перспективными территориями для производства органического меда. Ведение органического акватического животноводства возможно в Симферопольском, Красногвардейском районе и городском округе Керчь.

### **3.2 Концептуальная модель формирования территориальных кластеров распределения органической продукции**

Рынок органики в Российской Федерации демонстрирует стабильный рост, обусловленный повышением спроса населения на органическую продукцию. На сегодняшний день приблизительно 1% жителей нашей страны приобретают органические товары. Согласно выборочным исследованиям, предполагается, что в ближайшие годы около 10-17 % россиян проявят



большой интерес к потреблению органики. Данный процесс «связан со снижением уровня качества традиционных продуктов питания и возросшим вниманием населения к своему здоровью в условиях ухудшения состояния окружающей среды. В этом отношении Республику Крым можно рассматривать как уникальный испытательный полигон для исследований. Это связано с курортной направленностью полуострова, рассматриваемой через призму возможностей поддержания и восстановления здоровья россиян. В связи с этим актуальность исследования рынка органических продуктов неоспорима» [161].

Поиск ответа «на вопрос, по какой причине население приобретает органические продукты, ведется последние 20 лет. Одним из наиболее распространенных ответов является забота потребителей о своем здоровье» [161]. Несмотря на то, что научное обоснование данного утверждения весьма противоречиво по причине наличия разногласий между учеными о возможностях современных методов измерения такого понятия, как "здоровье"[162], однако, население мотивировано непосредственно преимуществом натуральных продуктов. В то же время атрибутами, ассоциируемыми с "натуральностью", являются прежде всего, вкус и свежесть, в особенности это касается овощей и фруктов [169]. Барьеры, существующие на рынке при пространственном распределении органических продуктов, на самом деле заключаются в их доступности для средней доли населения в таких каналах распределения как: ярмарки, супермаркеты, специализированные магазины и др. [126]. Изучение данных проблем являются основными в исследовании центральных функций розничной торговли [176]. Этот вопрос масштабно обсуждается [167] в научной литературе с различных точек зрения.

Распределение продукции – это система передачи экономических благ между производителями товаров и их потребителями. При этом предлагается несколько типологизаций таких систем. К первой относится распределение, которое предполагает сбыт продукции, ко второй – логистика, которая

предусматривает фактическое передвижение товаров. Большинство исследователей отмечают, что деление достаточно условное, из-за того, что обе системы отталкиваются от единой отправной точки. По мнению Г. Шпехта [171], управление системой пространственного распределения содержит оптимизацию каналов реализации, при этом управление логистикой сосредоточено на оптимизации систем хранения, отгрузки, транспортировки и перемещения продукции.

В современных условиях рыночных отношений в Российской Федерации распределение имеет решающее значение в формировании и развитии локальных рынков органики, а степень эффективности реализации продукции для производителя будет зависеть от верного выбора каналов распределения товаров. Классификация данных товаров была проведена нами в соответствии с логикой, предложенной Г. Атанасои в своих научных трудах [125], подразделяя их на прямые и косвенные (рисунок 3.14).



Рисунок 3.14 – Структура каналов распределения органической продукции

Источник: составлено автором [69, 121]

Для нашего исследования максимальный интерес представляют каналы распределения органики на рынке В2С, к которым относятся: отели, гостиницы, «интернет-магазины, фермы (схема посылок), специализированные места на сельскохозяйственном рынке, фермерские ярмарки, школы, специализированные магазины, санатории, кафе, рестораны, супермаркеты, больницы и детские сады» [121].

На первом этапе, для определения лояльности населения к конкретному каналу распределения на местных рынках органики, «нами было проведено маркетинговое исследование с помощью прямых опросов жителей региона, потребляющих органическую продукцию» [121] (п. 2.2). В таблице 3.2 отражены социально-демографические профили потребителей.

Таблица 3.1 – Характеристика опросной базы исследования

Социально-демографические характеристики													
Пол		Возраст				Семейное положение		Наличие детей		Доход, тыс. руб.			
м	ж	до 21	21-45	46-65	>65	з/ж	не з/не ж	есть	нет	до 10	10-15	15,1-25	>25
Количество респондентов, %													
43,7	56,3	22,9	31,9	29,1	16,1	48,7	51,3	47,9	52,1	14,1	26,6	32,3	27,0

Источник: составлено автором

Результаты, полученные в ходе исследования, были обработаны с применением методов экономико-математического и статистического анализа, реализуемых в среде SPSS 22.0. Также проведена сегментация населения, определены социально-демографические профили (таблица 3.5), вследствие чего была сгруппирована репрезентативная выборка (Приложение Д, Е).

На следующем этапе респондентам было предложено произвести оценку важности 11 факторов, которые преобладают при выборе каналов распределения органики. Оценивание проводилось от 1 до 11 баллов, где 1 балл – наименее значимый фактор для доли населения, потребляющей

органическую продукцию, а 11 баллов – фактор максимальной важности (Приложение Ж).

Аналогичным методом оценивались каналы распределения в соответствии с их значимостью для респондентов по 10-ти балльной шкале Лайкерта, «где 1 балл соответствует минимальной, 10 баллов – максимальной степени значимости для населения. На основе полученных данных все анкетированные были разделены на две категории в зависимости от количества баллов» [121], которое они присвоили каждому из каналов распределения.

Первую группу сформировали «критики» – респонденты, оценившие определенный канал в пределах 1-5 баллов. Данная доля населения, потребляющих органику, не желают приобретать данную продукцию в исследуемом канале и не стали бы его рекомендовать своим знакомым. Во вторую группу вошли «сторонники» – респонденты, оценившие определенный канал в пределах 6-10 баллов, определив, тем самым, свою лояльность к исследуемому каналу распределения органической продукции (Приложение З).

Расчет индексов лояльности населения к исследуемым каналам распределения органики рекомендуется производить по формуле:

$$\text{Ипл} = \frac{\text{Кст} - \text{Ккр}}{\text{Кп}}, \quad (3.1)$$

где Ипл – индекс лояльности населения к исследуемому каналу распределения органики, ед.;

Ккр – число респондентов, сформировавших группу «критики» исследуемого канала распределения органики, чел.;

Кст – число респондентов, сформировавших группу «сторонники» исследуемого канала распределения органики, чел.;

Кп – доля населения, которая приобретает органику, принявшая участие в анкетировании, чел.

Интерпретация полученных расчетных индексов лояльности населения к каждому каналу распределения, выявленных в диапазоне  $[-1; +1]$  представлена в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Интерпретация значений индекса лояльности населения к каналам распределения органической продукции

Значение индекса лояльности населения	Характеристика уровня лояльности населения к каналам распределения органической продукции
[0,5; 1,0]	Высокий уровень лояльности потребителей
[0,01; 0,49]	Средний уровень лояльности потребителей
[-0,49; 0]	Низкий уровень лояльности потребителей
[-1,0; -0,5]	Абсолютно нелояльное отношение потребителей

Источник: предложено автором

Данная шкала была предложена автором на основе статей зарубежных ученых [139]. Таким образом, было предложено разделить население, потребляющих органику. Первую группу сформировала доля населения, которая не приобретает органическую продукцию, не заинтересована в ней, а, следовательно, не несет никакого экономического эффекта (абсолютно нелояльное отношение людей).

Ко второй группе была отнесена доля населения, не приобретающая органическую продукцию, но проявляющая интерес к ней (низкий уровень лояльности). В третью группу вошла доля населения, склонная к приобретению органической продукции, готовая покупать ее в удобных для потребителя каналах распределения, однако, не имеющая какой-либо привязанности к бренду «органика» (средний уровень лояльности). Четвертую группу сформировала доля населения с высокой эмоциональной связью к данному виду продукции и высоким уровнем лояльности к ней (высокий уровень лояльности).

«На втором этапе были исследованы локальные рынки органики Республики Крым на предмет представленности в них определенных каналов распределения и количества населения» [121], проживающего в данных

территориально-административных единицах. На основе индекса лояльности населения к исследуемым каналам распределения органики, были выявлены перспективные районы, в также построены геоинформационные профили территориальных образований по следующей формуле:

$$U_{л} = \sum_{n=1}^n (P_{нас}/P_{кан}) \times I_{пл} \quad , \quad (3.2)$$

где  $U_{л}$  – уровень состояния локальной конъюнктуры в административно-территориальной единице;

$P_{нас}$  – кол-во населения, проживающего в административно-территориальной единице, чел.;

$P_{кан}$  – кол-во точек каналов распределения в административно-территориальной единице, ед.;

$I_{пл}$  – индекс лояльности населения, потребляющих органику к каналу распределения.

При анализе научной литературы [137] было изучено множество вопросов, связанных со специфическими характеристиками потенциальных потребителей органики. Комплексные исследования, проведенные в течении последних лет, подтверждают тот факт, что кроме демографических показателей следует учитывать поведенческие факторы населения, непосредственно влияющих на «зеленый» выбор потребителей [160]. К основным из них относятся уровни осведомленности и лояльности, а также частота совершения покупки [163].

Следует отметить, что основной методологической проблемой, которая ограничивает наше исследование, является суждение потребителей о своих намерениях в приобретении органической продукции. Данная проблема подробно описана в трудах Д. Пирсона [162], где говорится о существовании сильной разницы между лояльностью населения к каналу распределения и по сути самим фактом совершения покупки. В рамках задач, изложенных выше, мы рассматриваем только лояльность населения.

На рисунке 3.15 отражена балльная оценка значимости формирования системы эффективного пространственного распределения органической продукции.

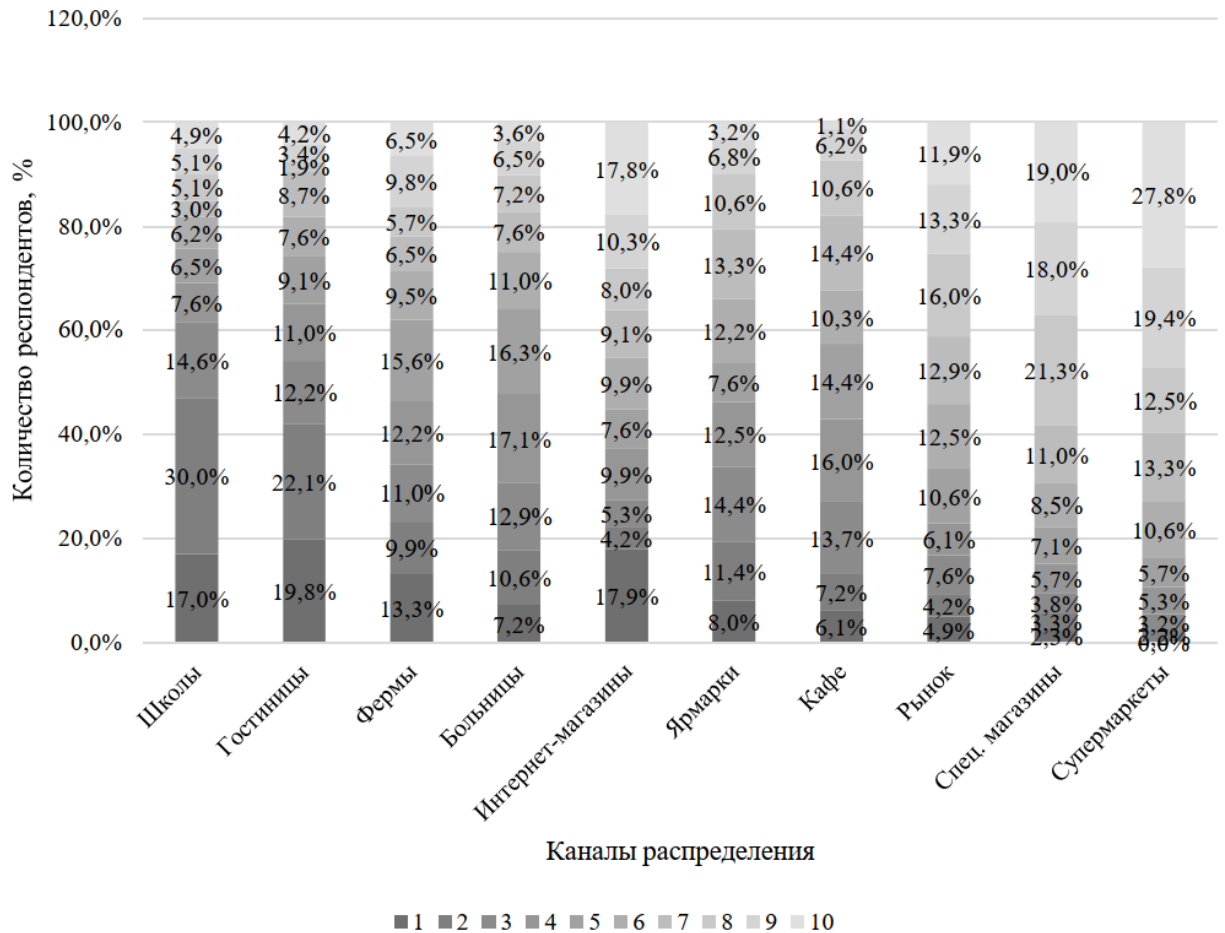


Рисунок 3.15 – Балльная оценка важности формирования системы эффективного пространственного распределения органической продукции

Источник: составлено автором

Согласно рисунку, по результатам полученных максимальных баллов, было выявлено, что население больше доверяет каналам распределения «органической продукции в виде специализированных мест на аграрном рынке, специализированных магазинов, супермаркетов и Интернет-магазинов» [121]. При этом детские сады, фермерские ярмарки, санатории, больницы, кафе, отели, фермы (схемы посылок), школы, рестораны и гостиницы получили низкую оценку, что свидетельствует о необходимости

проведения мероприятий выявления влияния мотивационных факторов на население в процессе покупки органической продукции.

Изучение явления «лояльность» населения осуществляется на протяжении многих лет [132]. Несмотря на это, ученые до сих пор не пришли к общему мнению касательно данного определения, однако, все же лояльность населения представляется «ключевой переменной, определяющей его поведение при приобретении продукции» [176]. «Некоторые исследователи определяют лояльность, как поведенческую реакцию, основанную на предубеждении в процессах принятия решений» [133]. «В научной литературе наиболее распространен поведенческий подход, определяющей ее на основе блока следующих критериев: доля и вероятность потребления, возможность повторных покупок» [146].

Критерии измерения уровня лояльности населения начали формироваться еще с 1961 г. Так, учеными Р. Каннингемом [129], позже В. Такером [174], Дж. Джоковым и Д. Кейнером [146] стали группироваться «критерии измерения уровня лояльности населения при помощи разделения его на группы, к которым относятся менее или более лояльные потребители. В дальнейшем, в условиях глобальной конкуренции» [131], направленность анализа данного показателя сместилась с методики ее измерения в сторону способности управления данным процессом [131].

На данный момент можно свидетельствовать о том, что изучение лояльности преодолело три этапа эволюции. Так, на первой фазе исследовались подходы, основанные на понимании поведения населения. На второй – «проводилось изучение лояльности населения к бренду и выявление причин, влияющих на потребительские предпочтения населения» [131].

На третьей фазе исследования отличаются своей социально-психологической направленностью и осуществляются в рамках анализа эмоционального восприятия потребителями [158]. Таким образом, на основе формулы (3.2), нами были проведены расчеты уровней лояльности населения к каналам распространения органической продукции (рисунок 3.16).



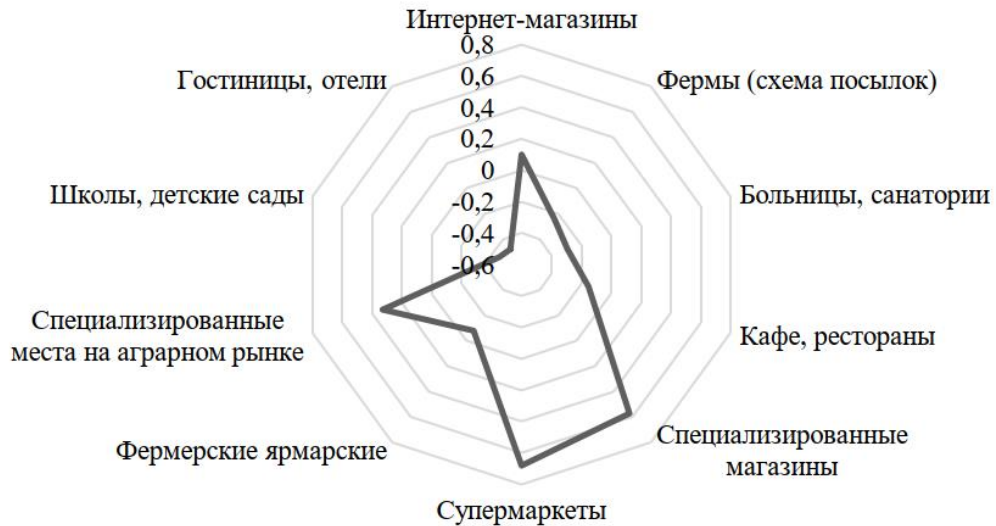


Рисунок 3.16 – Индексы лояльности населения к каналам распределения органической продукции

Источник: рассчитано автором

Так, наибольший уровень лояльности населения выявлен к каналу распределения «супермаркеты» со значением 0,68, немного уступает ему «специализированные магазины» – 0,57, «спец. места на аграрном рынке» – 0,33, «Интернет-магазин» – 0,1, остальные имеют отрицательные значения, так, в канале «фермы (схема посылок)» – (-0,24), «больницы, санатории» – (-0,29), «кафе, рестораны» – (-0,15), «фермерские ярмарки» – (-0,08), «школы, детские сады» – (-0,45), «гостиницы и отели» – (-0,48).

Интерпретация «индекса лояльности населения к каналам распределения органической продукции осуществлялась по шкале, представленной в таблице 3.6» [121]. Так, в ходе нашего исследования было установлено, что специализированные магазины и супермаркеты представляют собой каналы распределения органической продукции с высокими уровнями лояльности.

Интернет-магазины и специализированные места на аграрном рынке – отмечены средним показателем, для фермерских ярмарок; школ, детских садов; кафе, ресторанов; ферм (схема посылок); гостиниц и отелей отмечаются низкие уровни лояльности населения. Немаловажным представляется тот

факт, что абсолютно нелояльного отношения населения не выявлено ни к одному из каналов распределения органики.

Исследование точек наличия «каналов распределения органики на локальных рынках региона было проведено на основе статистических данных с учетом их соотношения к территориально-административным единицам и численности населения, проживающего в них» [121]. Уровни лояльности населения к каналам распределения органической продукции отражены на рисунке 3.16 в зависимости количества, проживающего населения в территориальных образованиях полуострова.

Необходимо подчеркнуть, что интернет-магазины и фермы (схемы посылок) на данном этапе нашего исследования не рассматриваются, поскольку данные каналы распределения не имеют территориальной привязки. На основе количества точек присутствия каналов распределения органической продукции в Республике Крым (Приложение И) и уровней лояльности населения к данным каналам на локальных рынках региона (Приложение К) «был проведен анализ пространственно-распределенных данных и выделены геоинформационные профили территорий» [121]. Следует отметить, что в основу определения уровня лояльности территориального образования вошли: количество населения, проживающего в районе, точки распределения супермаркетов и специализированных магазинов на полуострове и индекс потребительской лояльности к данным каналам распределения.

Весомое значение в развитии локальных рынков органической продукции имеет формирование органического сбытового кластера<sup>4</sup> на основе эффективной системы пространственного распределения. На рисунке 3.17 представлен органический сбытовой кластер с высоким уровнем лояльности к супермаркетам и специализированным магазинам.

---

<sup>4</sup> новая форма пространственно-распределительной организации хозяйствования, представляющая собой совокупность каналов сбыта органической продукции в рамках административно-территориальных единиц

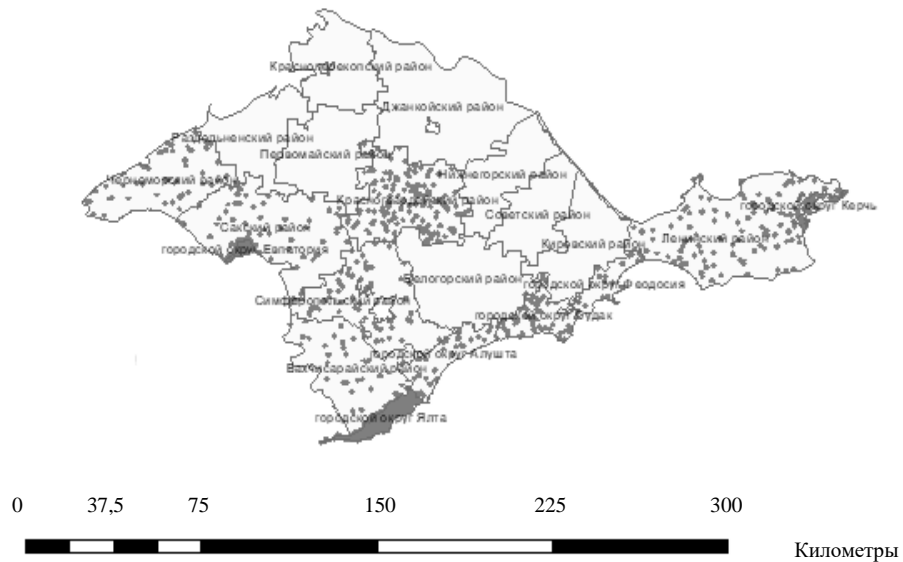


Рисунок 3.17 – Органический сбытовой кластер с высоким уровнем лояльности населения

Источник: рассчитано автором на основе проведенного исследования

Из рисунка видно, что наибольшая концентрация данных объектов розничной торговли наблюдается в городских округах Евпатория, Ялта и Керчь, немного уступают городской округ Судак и Красногвардейский район. Более низкая концентрация прослеживается в Черноморском, Сакском, Симферопольском, Бахчисарайском, Ленинском районах и городских округах Алушта и Феодосия. Следует отметить, что Красноперекопский, Джанкойский, Раздольненский, Первомайский, Нижнегорский, Белогорский, Советский и Кировский районы не вошли в данную группу административно-территориальных единиц полуострова. Следует отметить, что «к основным преимуществам каналов распределения с высоким уровнем лояльности населения относятся возможность предоставления широкого ассортимента органической продукции и большой охват потребителей органики. Однако, немаловажными проблемами являются ограниченность в получении консультации, отсутствие прямой связи между потребителем и производителем, высокая вероятность приобретения подделки, распределение

органической продукции среди обычных товаров, что затрудняет ее поиск, большая наценка на органику» [118].

На рисунке 3.18 представлены органический сбытовой кластер со средним уровнем лояльности к специализированным местам на аграрных рынках.

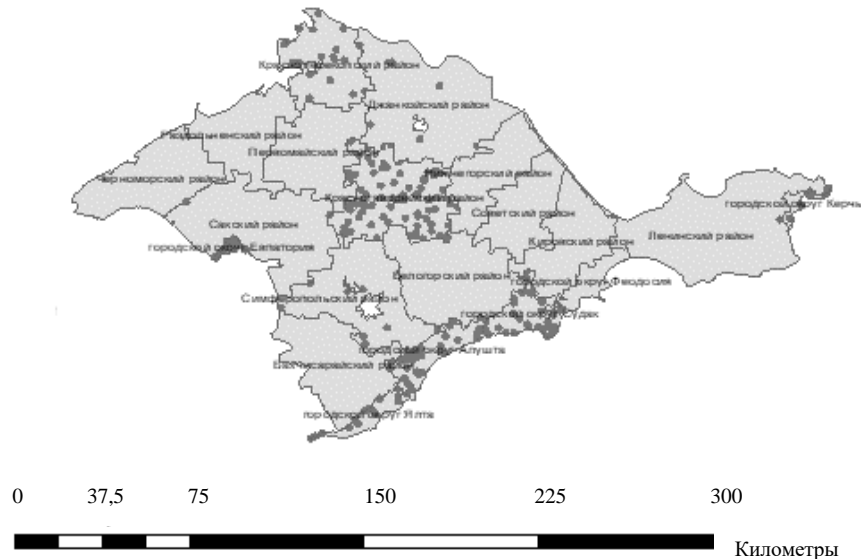


Рисунок 3.18 – Органический сбытовой кластер со средним уровнем лояльности населения

Источник: рассчитано-автором на основе проведенного исследования

Наибольшая концентрация данных объектов наблюдается в городском округе Евпатория, немного уступают городские округа Алушта, Судак и Красногвардейский район. Более низкая концентрация прослеживается в Красноперекопском, Симферопольском, Джанкойской районах и городском округе Керчь. Следует отметить, что Черноморский, Сакский, Красноперекопский, Раздольненский, Ленинский, Бахчисарайский, Первомайский, Нижнегорский, Белогорский, Советский, Кировский районы и городской округ Феодосия не вошли в данную группу административно-территориальных единиц полуострова.

Так, на рисунках 3.19 – 3.23 представлены органические сбытовые кластеры с низким уровнем лояльности населения. На рисунке 3.19 отражены кластеры системы пространственного распределения (гостиницы и отели).

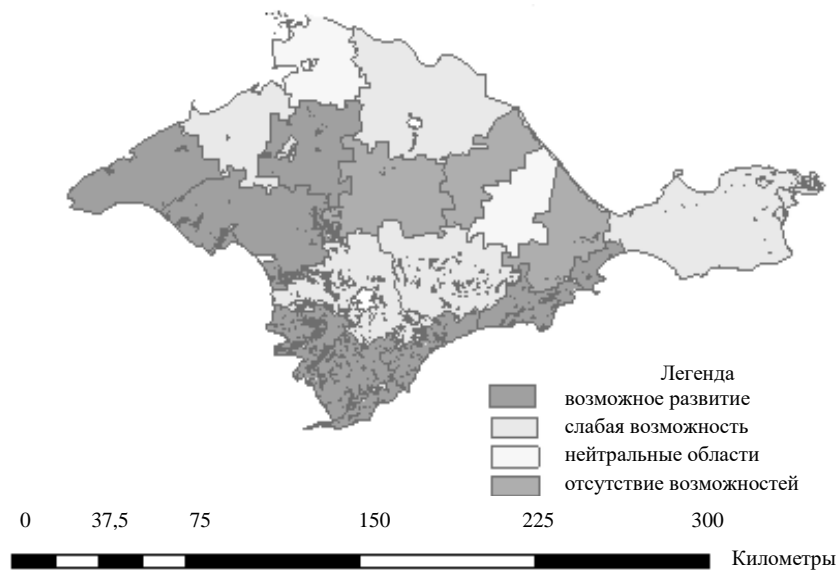


Рисунок 3.19 – Кластеры системы пространственного распределения:  
гостиницы и отели

Источник: рассчитано автором на основе проведенного исследования

Из рисунка видно, что эффективное развитие системы распределения через гостиницы и отели возможно в Черноморском, Сакском, Первомайском, Бахчисарайском районах и городских округах Ялта, Судак, Феодосия и Евпатория, что свидетельствует о высокой концентрации этих объектов в данных административно-территориальных единицах Республики Крым. В Раздольненском, Симферопольском, Джанкойском Белогорском и Ленинском районах, а также в городском округе Керчь прослеживается слабая возможность развития данного канала распределения в виду более низкой концентрации коллективных средств размещения в этих районах. В Красногвардейском и Советском районах наблюдается нейтральная возможность развития канала распределения в виде отелей и гостиниц в виду их средней концентрации в данных территориальных образованиях. Полное

отсутствие возможности развития данного канала в силу чрезмерно низкой концентрации или полного отсутствия гостиниц и отелей наблюдается в Красногвардейском, Нижнегорском и Кировском районах.

Распределение лояльности населения через школы и детские сады отражена на рисунке 3.20.

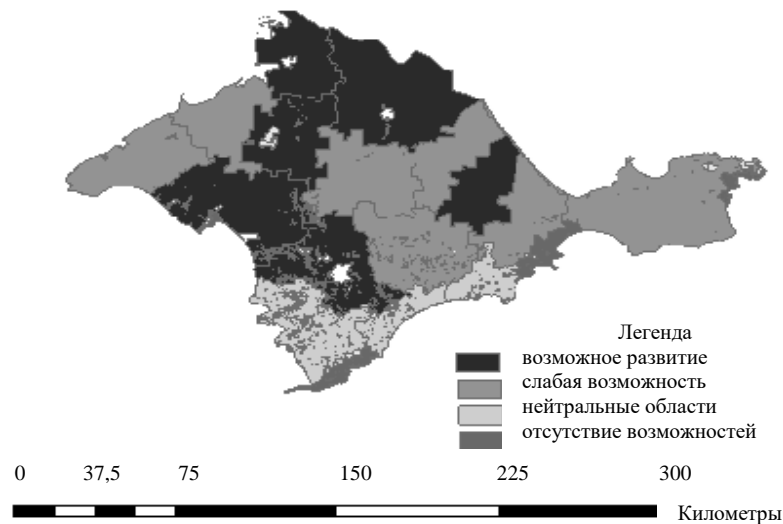


Рисунок 3.20 – Кластеры пространственного распределения:  
школы и детские сады

Источник: рассчитано автором на основе проведенного исследования

Из рисунка видно, что наиболее перспективно развитие данной системы распределения органической продукции в Сакском, Симферопольском Первомайском, Красноперекоском, Джанкойском и Советском районах, что свидетельствует о высокой концентрации школ и детских садов в данных административно-территориальных единицах полуострова. В Черноморском, Раздольненском, Нижнегорском, Красногвардейском, Белогорском, Кировском и Ленинском районах прослеживается слабая возможность развития данного канала распределения в виду более низкой концентрации средств данного канала в этих районах. В Бахчисарайском районе, а также городских округах Алушта и Судак наблюдается нейтральная возможность развития канала распределения в виде школ и детских садов в виду их средней

концентрации в данных территориальных образованиях. Полное отсутствие возможности развития данного канала в силу чрезмерно низкой концентрации или полного отсутствия средств дошкольного и школьного образования наблюдается в городских округах Евпатория, Ялта, Феодосия и Керчь. Кластеры системы пространственного распределения органической продукции через лечебно-профилактические организации отражены на рисунке 3.21.

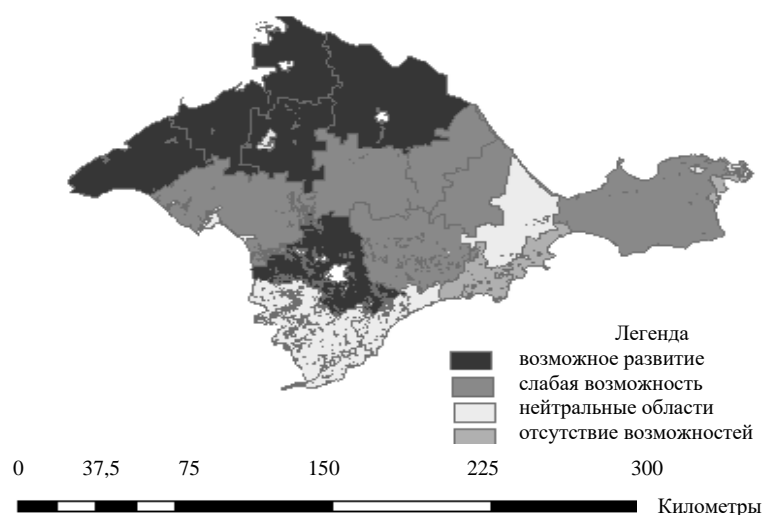


Рисунок 3.21 – Кластеры системы пространственного распределения:  
лечебно-профилактические организации

Источник: рассчитано автором на основе проведенного исследования

Из рисунка видно, что наиболее перспективное развитие системы распределения органики через лечебно-профилактические организации возможно в Черноморском, Раздольненском, Краснопереконском Джанкойском, Симферопольском и Первомайском районах, что свидетельствует о высокой концентрации этих объектов в данных административно-территориальных единицах полуострова. В Сакском, Красногвардейском, Нижнегорском, Советском, Белогорском и Ленинском районах прослеживается слабая возможность развития данного канала распределения в виду более низкой концентрации средств данного канала в этих районах. В Бахчисарайском и Кировском районах, а также городских

округах Евпатория, Ялта, Алушта наблюдается нейтральная возможность развития канала распределения в виде лечебно-профилактических организаций в виду их средней концентрации в данных территориальных образованиях. Отсутствие возможности развития данного канала в силу чрезмерно низкой концентрации лечебно-профилактических организаций наблюдается в городских округах Судак, Феодосия и Керчь, в пересчете на душу проживающего населения.

На рисунке 3.22 визуализированы кластеры системы пространственного распределения органической продукции через кафе и рестораны.

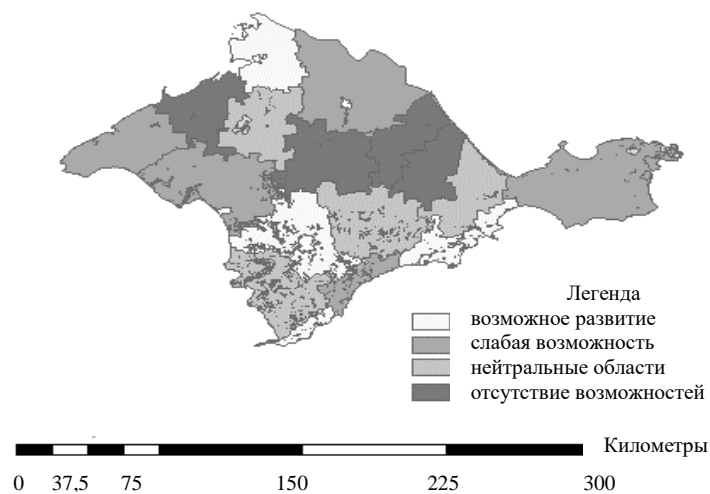


Рисунок 3.22 – Кластеры системы пространственного распределения:  
кафе и рестораны

Источник: рассчитано автором на основе проведенного исследования

Из рисунка видно, что наиболее перспективное развитие системы распределения органической продукции через кафе и рестораны возможно в Красноперекопском и Симферопольском районах, как серьезных транспортных узлах полуострова, что свидетельствует о высокой концентрации рассматриваемых объектов общественного питания в данных административно-территориальных единицах полуострова. В Сакском, Черноморском, Джанкойском и Ленинском районах, а так же городских округах Алушта, Керчь и Евпатория прослеживается слабая возможность развития данного канала распределения в виду более низкой концентрации



кафе и ресторанов в этих районах. В Первомайском, Бахчисарайском, Белогорском и Кировском районах наблюдается нейтральная возможность развития канала распределения в виде объектов общественного питания в виду их средней концентрации в данных территориальных образованиях. Отсутствие возможности развития этого канала в силу чрезмерно низкой концентрации или полного отсутствия кафе и ресторанов наблюдается в Раздольненском, Красногвардейском, Нижнегорском и Советском районах, поскольку данные административно территориальные единицы являются депрессивными из-за низких показателей социально-экономического развития.

Кластеры системы пространственного распределения органической продукции через фермерские ярмарки представлены на рисунке 3.23.

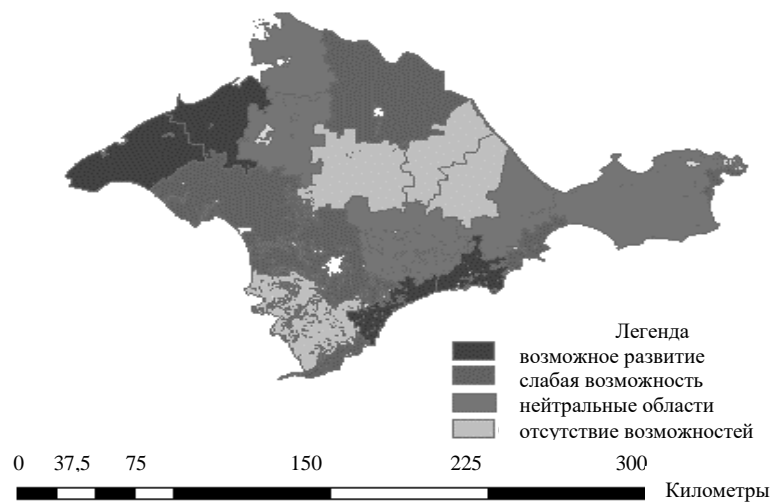


Рисунок 3.23 – Кластеры системы пространственного распределения:

фермерские ярмарки

Источник: рассчитано автором на основе проведенного исследования

Возможно развитие системы пространственного распределения через фермерские ярмарки в Черноморском и Раздольненском районах, что свидетельствует о высокой концентрации этих точек в данных административно-территориальных единицах полуострова. В Джанкойском, Сакском, Симферопольском районах, а также городских округах Ялта,

Феодосия, Корчь и Евпатория прослеживается слабая возможность развития данного канала распределения в виду более низкой концентрации объектов данного канала сбыта в этих районах.

В Краснопереконском, Первомайском, Белогорском, Кировском и Ленинском районах наблюдается нейтральная возможность развития канала распределение в виде фермерских ярмарок в виду их средней концентрации в данных территориальных образованиях. Отсутствие возможности развития данного канала в силу чрезмерно низкой концентрации или полного отсутствия данного канала распределения наблюдается в Бахчисарайском, Красногвардейском, Нижнегорском и Советском районах.

### **3.3 Стратегические направления формирования и развития локальных рынков органической продукции**

На современном этапе развития аграрного сектора прослеживается тенденция роста спроса населения на органическую продукцию, чему способствовало осознание людей в полезности ее потребления, что отражается в положительном влиянии на состояние здоровья индивидов и окружающую среду в целом [25]. В Российской Федерации активно формируется рынок органической продукции, а вопрос социальных, экологических и экономических перспектив его развития достаточно актуален во всем мире. Однако, на сегодняшний день органическое сельское хозяйство и рынок органической продукции до сих пор остаются недостаточно развитыми. Существующая система государственной поддержки требует научного обоснования механизмов развития производства органической продукции и исследования конкретных показателей, отражающих влияние различных

факторов на функционирование данного процесса [65]. Актуальным является исследование социальных, экономических и экологических аспектов органического производства для формирования эффективной стратегии его развития в регионе, направленной на производство экологически безопасной продукции и повышение конкурентоспособности сельского хозяйства на внутреннем и внешнем рынках [71, 86]. На рисунке 3.24 отражена региональная система развития рынка органической продукции.

Так, заинтересованными сторонами (стейкхолдеры) в формировании и развитии рынка органической продукции региона выступают, прежде всего, предпринимательские структуры, для которых немаловажными аспектами являются снижение монополии в сельскохозяйственном секторе, увеличение товарного ассортимента, расширение каналов пространственного распределения, экспорт продукции и др. Данный процесс будет способствовать созданию новых рабочих мест в регионе, увеличению бюджетов как на местном, так и региональном уровнях, повышению экологической и продовольственной безопасности, обеспечению населения качественными продуктами питания, балансированию ценовой политики в сельскохозяйственном секторе, расширению транспортной, логистической и складской инфраструктуры, формированию эффективной системы пространственного распределения в регионе [119].

Однако, немаловажным аспектом является достоверное информирование населения об органических товарах, направленное на повышение заинтересованности жителей региона в данном виде продукции [121]. На формирование и развитие локальных рынков органической продукции влияют ряд факторов, как внутренних, так и внешних [65]. К внутренним факторам относится формирование эффективной системы пространственного распределения органической продукции: поиск новых каналов сбыта органики, привлечение клиентов из выбранных звеньев сети, подписание дилерских соглашений, открытие филиалов на локальных рынках и др. [97].

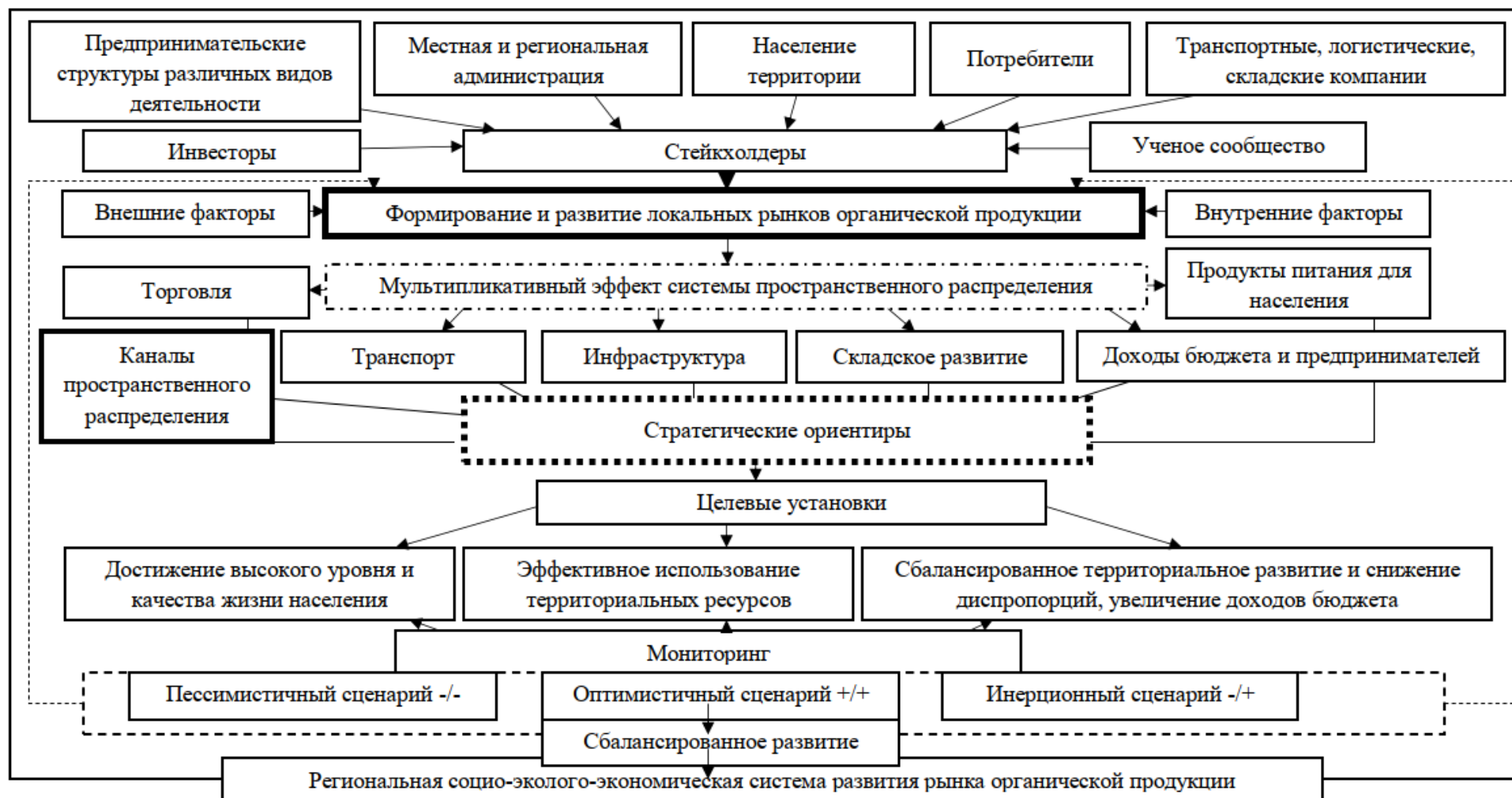


Рисунок 3.24 – Региональная система развития локальных рынков органической продукции

Источник: составлено автором

К внешним факторам относятся:

- государственное регулирование: создание контролирующих органов, выделение дотаций, государственная поддержка производителей органической продукции, создание законодательной инициативы, формирование инструментов налоговых льгот для органических производителей;

- финансовый инструментарий: обеспечение доступа к дешевым финансовым ресурсам, совершенствование кредитной политики, страхование рисков;

- субъекты инфраструктуры: создание логистических центров для хранения и переработки органической продукции, формирование инженерной инфраструктуры;

- импортеры: предложение на рынок конкурентоспособной продукции, формирование инструментов демпинга;

- производитель: использование инновационных методов производства, учет требований внутреннего рынка, прохождение сертификации.

Следует отметить, что сельскохозяйственный сектор «как отрасль народного хозяйства обладает мультипликативным эффектом, является важным моментом для активизации других сфер экономики, поскольку его импульс передается по цепочке «расходы-доходы» другим областям, создавая эффект диверсификации, вследствие чего стимулируется развитие до 53 смежных отраслей народного хозяйства» [59].

Бесспорно, рост капитальных вложений и увеличение реального объема производства, обусловленные повышением спроса населения на органические продукты, положительно влияют на показатели активизации экономической деятельности, в результате чего привлекаются инвестиции в развитие различных сфер деятельности в республику, создаются новые рабочие места, увеличивается объем реализации товаров и услуг. Значимость рынка органической продукции для социально-экономического развития страны подтверждается данными «расчета значений коэффициента полных затрат на

основе методологии межотраслевого баланса, который характеризует полные затраты продукции одной сферы хозяйствования на производство единицы продукции других отраслей. Чем выше значения данного показателя, тем больший экономический эффект для экономики имеет отрасль» [59] (рисунок 3.25). «Как свидетельствуют данные, по уровню коэффициента полных затрат на один рубль произведенной продукции сельское хозяйство уступает только промышленности, туризму и строительству» [59] и составляет 1,98.

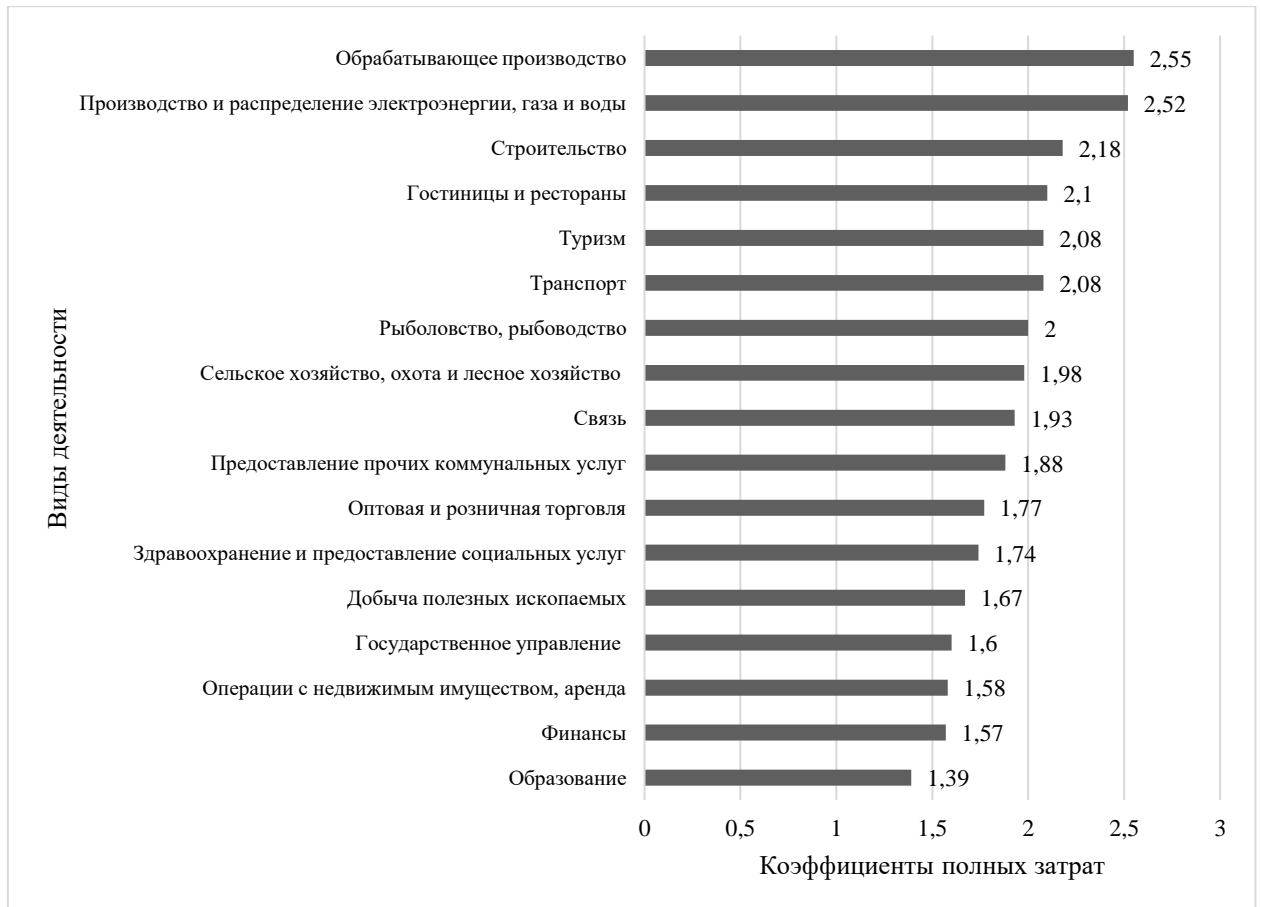


Рисунок 3.25 – Коэффициенты полных затрат в различных видах деятельности в Российской Федерации, рублей на 1 рубль продукции  
Источник: [59]

Существуют различные методики оценки мультипликативного воздействия, которые по сути схожи: сельскохозяйственный мультипликатор – это коэффициент увеличения доходов в экономике и социальной сфере в зависимости от расходов населения в регионе на приобретение данного вида продукции, т.е. это величина косвенного влияния сельскохозяйственного

сектора на смежные отрасли экономики и социальной сферы на разных уровнях. Косвенное воздействие состоит в специфике доходов и расходов населения в данной сфере хозяйствования. «Расходы населения – это доходы предприятий, транспортных, складских, логистических компаний, каналов распределения, отрасли торговли, предприятий сферы питания, досуга и развлечений и др. Для данных предприятий эти доходы – дополнительная прибыль, инвестиции, заработная плата, новые рабочие места и др. Для федерального, регионального, муниципального (местного) бюджетов – это дополнительные налоги, платежи, сборы и пошлины.

Далее на очередном цикле оборота дополнительные расходы предприятий реализуются инвестициями в развитие. В свою очередь – это дополнительный доход предприятий, поставляющих сырье, товары и услуги и участвующие в данном процессе. Дополнительные доходы население расходует на приобретение товаров и услуг, вследствие чего стимулируется производство и реализация продукции, платных услуг (торговли, транспорта, сервиса, здравоохранения, развлечения и др.)» [59] (рисунок 3.26).

Следует отметить, что «косвенное воздействие органического хозяйства на экономическое развитие территории зависит не только от расходов потребителей, но и от склонности к накоплению (сбережению) населения и предприятий, участвующих в данном цикле. Чем выше развитие уровень развития органического хозяйства в регионе, тем выше его мультипликационный эффект, что стимулирует расходы и снижает склонность населения к накоплению.

Мультипликативное влияние сельского хозяйства проявляется в том, что в результате цепной реакции «расходы – доходы» доход, получаемый от одного потребителя, превышает сумму денег, израсходованных им на покупку товаров. Значения мультипликатора различны в зависимости от характера местной экономики и меры взаимосвязанности разных ее секторов.



Рисунок 3.26 – Направления мультипликативного эффекта в процессе развития локальных рынков органической продукции

Источник: составлено автором



Необходимо учесть тот факт, что часть первоначальных поступлений перераспределяются из экономики региона, не создавая какого-либо изменения дохода у местного населения. И такое снижение доходов местных бюджетов намного выше именно в небольших регионах» [59].

Если в результате стимулирования органического производства конечный спрос населения на данную продукцию возрастет «на 10% (что может быть обусловлено повышением доходов населения, реализацией инвестиционных проектов в сельском хозяйстве, развитием инфраструктуры, проведением активной информационной кампании и т.д.), то это приведет к приросту основных экономических показателей по всем видам экономической деятельности» [59]. Следует отметить, что для появления мультипликативного эффекта в смежных отраслях необходимо достижение следующих стратегических ориентиров, сгруппированных в три блока: экономический, социальный, экологический, в которых рассмотрены цели, возможные результаты и расчетные индикаторы. На рисунке 3.27 представлены стратегические ориентиры экономического блока развития рынка органической продукции. Развитие инновационной и конкурентоспособной промышленности сельскохозяйственного сектора будет способствовать росту внутреннего регионального продукта, уровня занятости населения и др. Повышение продуктивности органической сферы обеспечит рост валового продукта сельскохозяйственного производства на 1 га сельхозугодий и на душу населения региона, увеличение количества цепей производства органики, а также расширение товарного ассортимента органической продукции. Развитие малого и среднего предпринимательства позволит увеличить количество новых предприятий, устойчивых сетей, цепочек поставок, тем самым повысить инвестиционную привлекательность полуострова. Стимулирование экономики региона, производства органической продукции и инвестиционного потенциала будет способствовать повышению уровня переработки органической продукции, благодаря разработке новых товаров, привлекательных для рынка.



Рисунок 3.27 – Стратегические ориентиры экономического блока развития локальных рынков органической продукции

Источник: составлено автором

Развитие транспортной и сопутствующей инфраструктуры обеспечит улучшение инфраструктурных условий с целью поддержки экономики региона, совершенствование транспортной и распределительной систем, увеличение уровня осведомленности, возможностей и физической инфраструктуры ради сохранения окружающей среды. На рисунке 3.28 представлены стратегические ориентиры социального блока развития рынка органической продукции.



Рисунок 3.28 – Стратегические ориентиры социального блока развития рынка органической продукции

Источник: составлено автором

Так, решение социальных стратегических задач будет способствовать уменьшению социального напряжения в сельской местности, повышению сельскохозяйственной деятельности, росту уровня занятости сельского населения, сохранению наследия и традиций региона. Развитие сельских территорий обеспечит усиление экономических и других связей между малыми городами,

сокращение миграции молодого населения из деревень и небольших городов, формирование организованных сетей между поселениями для улучшения экономических и социальных условий, улучшение организованного сотрудничества между небольшими городами на основе общих интересов. На рисунке 3.29 представлены стратегические ориентиры экологического блока развития рынка органической продукции. жизни населения, повышение экологической культуры населения в целом.



Рисунок 3.29– Стратегические ориентиры экологического блока развития рынка органической продукции

Источник: составлено автором

Так, обеспечение устойчивого экологического развития региона направлено на уменьшение общего уровня загрязнения атмосферного воздуха, увеличение доли населения, пользующегося велотранспортом, сокращение выбросов в атмосферу от предприятий перерабатывающей промышленности и

энергетического комплекса, снижение показателей загрязнения сточных вод, обеспечение реализации бассейнового принципа управления водными ресурсами, увеличение количества объектов инфраструктуры для поддержки экологической безопасности региона, формирование ответственного поведения жителей и здорового образа

Следует отметить, что для эффективного развития рынка органической продукции в регионе необходим постоянный мониторинг социальных, экологических и экономических показателей. На сегодняшний день практически отсутствует государственная статистическая информация о деятельности органических хозяйств. Имеющиеся данные относительно объема посевных площадей, задействованных в органическом производстве, количестве предприятий по производству органической продукции и объема ее экспорта содержится на сайте Союза органического земледелия Российской Федерации и сайтах частных организаций. Немаловажными препятствиями, существенно сдерживающими возможности развития регионального органического рынка, являются отсутствие надлежащего информационного обеспечения субъектов хозяйствования по осуществлению органического производства и отсутствие квалифицированных кадров в данной сфере. Одной из ключевых проблем является также слабое информирование населения о данной продукции [118].

Для того чтобы гарантировать уместность и эффективность показателей и результатов стратегических ориентиров с течением времени, оценить состояние ее выполнение и влияние и производительность инвестиций, важно фиксировать и измерять изменения и улучшения ситуации в территориальном образовании. Показатели, определенные в рамках каждого стратегического блока, будут способствовать такому измерению и формированию отчетов о состоянии выполнения, а впоследствии, и общем влиянии выбранных направлений и средств. Таким образом, реализация стратегических ориентиров и достижение целевых установок требует постоянного мониторинга показателей экономического, экологического, социального блока развития локального рынка органической продукции, при этом положительная/отрицательная динамика достигнутых

результатов требует соответствующих корректирующих мероприятий. Развитие локальных рынков органической продукции в регионе возможно по трем сценариям: оптимистический, инерционный и пессимистический. На рисунке 3.30 представлены возможные сценарии развития рынка органической продукции в Республике Крым.

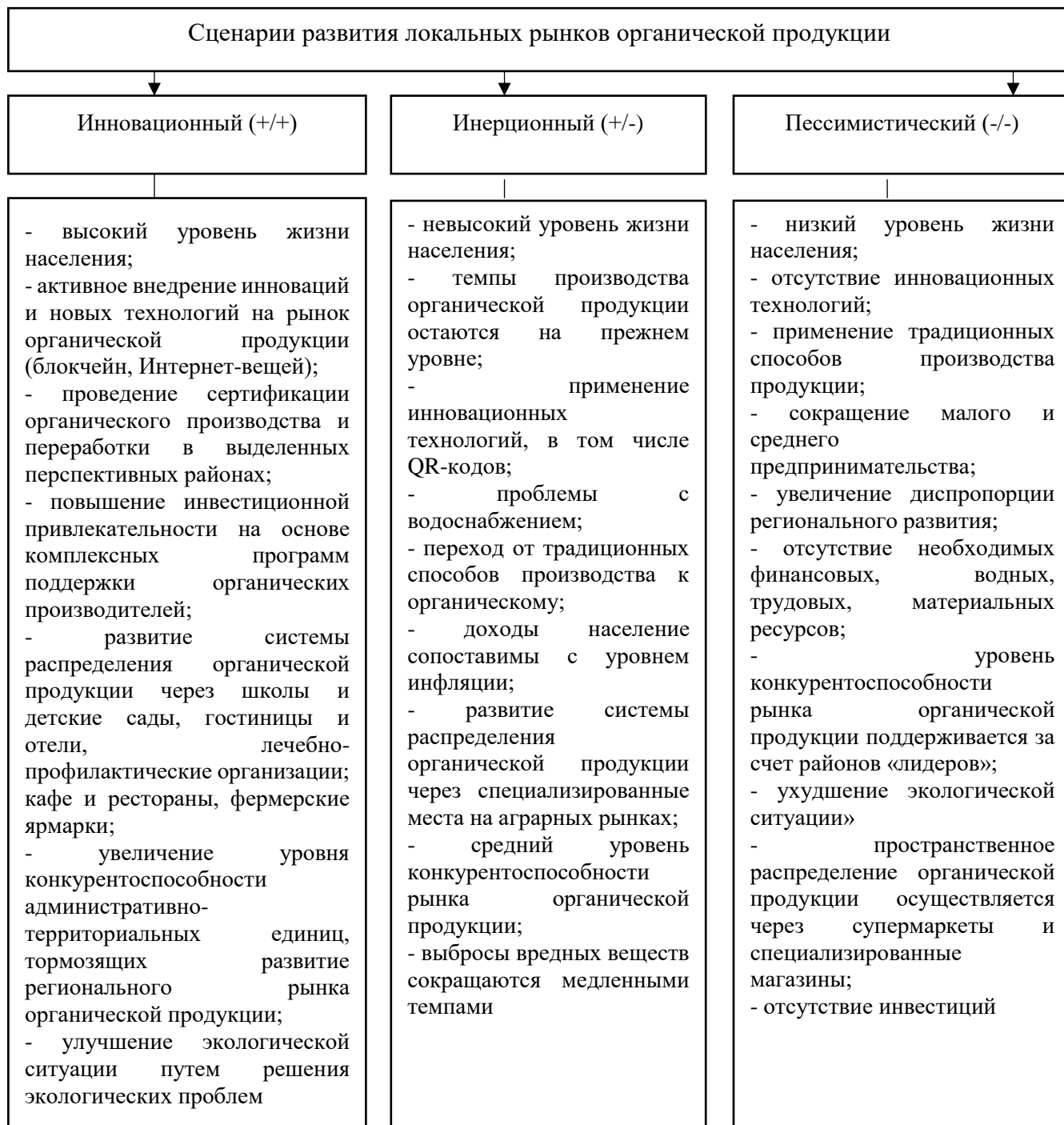


Рисунок 3.30 – Возможные сценарии развития локальных рынков органической продукции Республики Крым

Источник: составлено автором

На наш взгляд, в настоящий момент рынок органической продукции в Республики Крым развивается по инерционному сценарию, поскольку в регионе явно прослеживаются проблемы с водообеспечением, выбросы вредных веществ сокращаются медленными темпами, недостаточное количество инвестиционных вложений в разные сферы экономики из-за санкционного режима на полуострове, темпы производства органической продукции остаются на прежнем уровне, доходы населения сопоставимы с уровнем инфляции, определен средний уровень конкурентоспособности рынка органической продукции в регионе и др. Для достижения оптимистического сценария необходимо достижение высоких социальных, экологических и экономических показателей.

Развитие локальных рынков органической продукции на основе координации территориальных преимуществ и управленческих, финансовых, людских ресурсов позволит достигнуть стратегических ориентиров и целевых установок и будет являться катализатором перехода к оптимистическому сценарию, результатом реализации которого выступают повышение уровня и качества жизни населения территории, увеличение доходов местных бюджетов и снижение диспропорций территориального развития на основе сбалансированного, устойчивого и комплексного формирования локальных рынков органической продукции.

Таким образом, в рамках стратегических направлений формирования и развития локальных рынков органической продукции в регионе предложены мероприятия, «проведение которых будет способствовать повышению уровня компетенции и улучшения имиджа органического сектора Республики Крым, увеличению количества продаж и улучшению качества отечественной органической продукции на внешних и внутреннем рынках, решению экологических проблем, вопросов занятости населения и повышения его деловой активности» [121].

## Заключение

В диссертационной работе на основе систематизации теоретических основ исследования локальных рынков предложена региональная система функционирования локальных рынков органической продукции, что позволило охарактеризовать современное состояние рынка органической продукции в Республике Крым и выделить стратегические ориентиры дальнейшего развития.

1. Систематизация теоретических положений исследования процессов локализации позволила обобщить существующие подходы к понятию «локальный рынок», уточнить трактовку «локальный рынок органической продукции» с акцентом на привязку к административно-территориальным единицам и с учетом специфики продукции. Корректировка данного понятия и отдельное исследование сущности локальных рынков позволило сформулировать авторские определения понятий «система пространственного распределения», определяющая качественную характеристику хозяйственных связей в рамках локальных рынков, «органический потребительский кластер», «органический сбытовой кластер», что позволило более четко определить терминологический базис для применения системы метрик, идентифицирующих перспективы развития локальных рынков органической продукции.

2. Разработка новой экспериментальной методики оценки потенциальной емкости локальных рынков, которая применима для рынков, на которых прослеживается дефицит информации, позволила, в отличие от существующих подходов, сформировать кластеры, которые способствуют усилению процесса специализации и налаживанию тесного взаимодействия между производителями и потребителями органической продукции. Такая форма кооперации направлена на снижение стоимости органической продукции, создание новых рабочих мест, рациональное использование местных природных ресурсов, балансирование рыночной эффективности и социальной гармонии в регионе. Формирование



подобных кластеров приводит к расширению возможностей и положительному мультипликационному эффекту для экономики региона, оптимизации цепочек поставок, к приобретению новых клиентов и расширению рынков сбыта за счет предоставления населению продукции высокого качества по более низкой цене, а также расширению рынков сбыта.

3. Модернизация алгоритма оценки конкурентоспособности локальных рынков органической продукции заключается в выявлении и оценке социально-экономических факторов. В результате их оценки были выявлены три группы локальных рынков в зависимости от их уровней конкурентоспособности (высокий, низкий, неконкурентоспособный). Их выделение происходило путем ранжирования численных значений каждого из частных показателей с последующим определением занимаемого места. Это позволило определить административно-территориальные единицы, тормозящие развитие регионального рынка органической продукции, усиливая воздействие угроз региональной социально-экономической безопасности и требующие первоочередных мер поддержки, а также лидеры, которые выступают «локомотивом» роста экономики региона в целом.

4. На основе изучения и группировки критериев, влияющих на систему пространственного распределения с использованием ГИС-технологий выявлены депрессивные административно-территориальные единицы со слабо развитой сбытовой инфраструктурой и перспективные с высоким потенциалом для формирования эффективной системы пространственного распределения. Это позволило определить степень влияния ключевых факторов, а именно показать, что от эффективности построения системы пространственного распределения зависит удержание и расширение рынка органической продукции за пределами административно-территориальной единицы. В результате чего, с одной стороны, локализация точек присутствия каналов сбыта повышает конкурентоспособность административно-территориальной единицы и дает возможность сократить цепочку распределения органической продукции, что способствует снижению ее стоимости, с другой, делает распределительную систему более гибкой и расширяет

ее возможности.

5. На базе стратегических ориентиров развития региональной системы локальных рынков, а также с учетом положений «Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года», предложены сценарии (оптимистический, инерционный, пессимистический) развития локальных рынков органической продукции, зависящие от их потенциальной емкости, уровня конкурентоспособности и развитости системы пространственного распределения органической продукции. Показано, что в зависимости от организационно-экономических условий, наиболее эффективным является оптимистический сценарий, включающий модернизацию системы пространственного распределения органической продукции в административно-территориальных единицах полуострова.

Перспективы развития локальных рынков в Республике Крым напрямую связаны с формированием системы пространственного распределения органической продукции. Дальнейшие исследования в данном направлении ориентированы на оценку потенциальных рынков сбыта органической продукции и прогнозирование их дальнейшего развития в других регионах Российской Федерации, в зависимости от их территориальной специализации.

## Список литературы

1. Абрамова, Е. А. Проблема формирования и функционирования механизма саморазвития региональных социально-экономических систем / Е. А. Абрамова. – Текст : непосредственный // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2015. – № 1. – С. 16-25.
2. Авдокушин, Е. Ф. Некоторые особенности процесса глокализации мировой экономики / Е. Ф. Авдокушин. – Текст : электронный // Новая экономика. – 2017. – Режим доступа : <http://www.nitpa.org/nekotorye-osobennosti-processa-glokalizacii-mirovoj-ekonomiki-e-f-avdokushin-3/> (дата обращения : 11.12.2020).
3. Авилова, А. В. Перспективы органического земледелия в России / А. В. Авилова. – Текст : непосредственный // Вестник Российской Академии Наук. – 2016. – № 3. – Т. 86. – С. 237–243.
4. Авраменко, Ю. Оценка конкурентоспособности фермерских хозяйств / Ю. Авраменко. – Текст : непосредственный // Эффективная экономика. – 2017. – № 4. – С. 87-93.
5. Агарков, А. П. Экономика и управление на предприятии / А. П. Агарков. – М. : Дашков и К, 2013. – 400 с. – Текст : непосредственный.
6. Агирбов, Ю. И. Межхозяйственная кооперация и агропромышленная интеграция в овощеводстве, садоводстве и виноградарстве / Ю. И. Агирбов. – М. : ТСХА, 1985. – 45 с. – Текст : непосредственный.
7. Акимова, Ю. А. Органическое сельское хозяйство в ЕС для обеспечения приоритетов единой аграрной политики / Ю. А. Акимова. – Текст : непосредственный // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2 (3). – С.138.
8. Акулич, М. В. Исследование рынков в рамках международного бизнеса / М. В. Акулич. – Текст : непосредственный // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 5. – С. 29-35.

9. Алексеева, Н. В. Статистическая методика расчета емкости продовольственных рынков / Н. В. Алексеева, Е. А. Батищева. – Текст : непосредственный // Современные проблемы развития национальной экономики : сборник трудов IV международной научно-практической конференции, Ставрополь, 8 декабря 2012. – Ставрополь : СЕКВОЙЯ, 2012. – С. 54-57.
10. Анализ органического рынка России и мира. – Текст : электронный // Национальный органический союз : официальный сайт. 2021. – Режим доступа : <https://rosorganic.ru/about/press/u-file.html> (дата обращения 25.05.2021).
11. Багиев, Г. Л. Концепция маркетинга взаимодействия : измерение и оценка эффективности / Г. Л. Багиев, А. О. Шульга. – Текст : непосредственный // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 2. – С. 262–265.
12. Балашова, Н. Н. Предпосылки и ограничения развития органического сельского хозяйства России / Н. Н. Балашова, И. С. Корабельников, Н. А. Ишкина. – Текст : непосредственный // Научное обозрение: теория и практика. – 2019. – Т. 9. – № 11 (67). – С. 1618-1629.
13. Батченко, Л. В. Диалектика глокализации, или локализация как ответ на вызовы глобализации / Л. В. Батченко. – Текст : непосредственный // Прометей. – 2004. – № 1 (13). – С. 25-29.
14. Башнянин, Г. И. Политическая экономия. Общая экономическая теория. Специальная экономическая теория: учебник / Г. И. Башнянин, П. Ю. Лазур, В. С. Медведев. – К. : Ника-Центр-Эльга, 2000. – 527 с. – Текст : непосредственный.
15. Беляев, В. И. Локальные рынки в глобальной экономике : диалектика глобального и локального в региональном воспроизводстве / В. И. Беляев, В. В. Беляев, Д. В. Игнатьева. – Текст : непосредственный // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2013. – № 7 (105). – С. 128.-133.
16. Бех, К. А. Теоретические и прикладные вопросы развития глокализации и глокального маркетинга / К. А. Бех. – Текст : непосредственный // Международные отношения. – 2018. – № 12. – С. 50-61.

17. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. – 6-е изд. доп. – М. : Институт новой экономики, 2004. – 1376 с. – Текст : непосредственный.

18. Бондарев, Б. Е. Проблемы развития органического земледелия в Российской Федерации / Б. Е. Бондарев, М. В. Кочнева, И. П. Сырцева. – Текст : непосредственный // Теоретические и прикладные проблемы агропромышленного комплекса. – 2020. – №3(45). – С. 14-18.

19. Борисоглебская, Л. Н. Инновационные подходы формирования и оценки потенциала потребительского рынка региона / Л. Н. Борисоглебская, А. В. Агапов, В. Д. Кочергина. – Текст : непосредственный // Научные ведомости БелГУ. – 2008. – № 5. – Вып. 7. – С. 192-199.

20. Вельгош, Н. З. Анализ и оценка конкурентоспособности товаров предприятия на внутреннем локальном рынке обуви Республики Крым / Н. З. Вельгош, С. С. Сейтягьяев. – Текст : непосредственный // Трансформация хозяйственных связей и торговой политики региона в условиях реализации федеральных целевых программ : сборник материалов V межрегиональной научно-практической конференции, Симферополь, 4 июня 2020. – Симферополь : КФУ им. В. И. Вернадского, 2020. – С. 62-68.

21. Ветрова, Т. В. Место и роль концепции внутреннего маркетинга в системе современных маркетинговых подходов / Т. В. Ветрова, Р. А. Долженко. – Текст : непосредственный // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2016. – № 3. – С. 198-207.

22. Власов, В. В. О трактовании понятий «региональный» и «локальный» рынок / В. В. Власов. – Текст : непосредственный // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 11 (033). – С. 56-59.

23. Внесение минеральных и органических удобрений под урожай 2019 г. в сельскохозяйственных организациях // Статистический бюллетень. – Симферополь : Крымстат, 2020. – 19 с. – Текст : непосредственный.

24. Воищева, О. С. Оценка факторной обоснованности рейтинговых оценок в задачах анализа спроса на мебель / О. С. Воищева, В. И. Тенякова. – Текст : непосредственный // Экономическое прогнозирование (методы и модели) : сборник

трудов международной научно-практической конференции, Воронеж, 17-19 ноября 2016. – Воронеж : Типография Воронежского ЦНТИ, 2016. – С. 130-133.

25. Гаваза, Е. В. Стратегические направления развития рынка органической продукции в контексте евроинтеграционных процессов / Е. В. Гаваза. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 6-1 (21). – С. 85-88.

26. Гальперин, В. М. Микроэкономика / В. М. Гальперин, С. М. Игнатъев, В. И. Моргунов. – СПб. : Экономическая школа, 1998. – 503 с. – Текст : непосредственный.

27. Голубь, Н. Я. Проблемы организации производства и реализации плодов и ягод / Н. Я. Голубь. – Текст : непосредственный // Садоводство и виноградарство. – 1995. – № 4. – С. 2-3.

28. Городничая, Е. И. Зарубежный опыт государственного стимулирования формирования кластеров / Е. И. Городничая. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. – 2010. – № 1. – С. 15–26.

29. ГОСТ 33980-2016 Продукция органического производства. Правила производства, переработки, маркировки и реализации. – Текст : электронный // Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии. – Режим доступа : <https://docs.cntd.ru/document/1200141713> (дата обращения : 11.12.2020).

30. ГОСТ Р 56104-2014 Продукты пищевые органические. Термины и определения. – Текст : электронный // Национальный стандарт Российской Федерации. – Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200113488> (дата обращения : 13.12.2020).

31. ГОСТ Р 56508-2015. Продукция органического производства. Правила производства, хранения, транспортирования. – Текст : электронный // Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии. – Режим доступа : <http://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&id=200573> (дата обращения : 15.11.2020).

32. ГОСТ Р 57022-2016 Продукция органического производства. Порядок проведения добровольной сертификации органического производства. Текст :

электронный // Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии. – Режим доступа : <https://docs.cntd.ru/document/1200138287> (дата обращения : 15.12.2020).

33. Гранберг, А. Г. Воздействие мирового кризиса на стратегию пространственного социально-экономического развития Российской Федерации / А. Г. Гранберг, Н. Н. Михеева. – Текст : непосредственный // Экономические проблемы развития регионов. – 2009. – № 4. – С. 69-101.

34. Дворяшина, М. М. Методология оценки эффективности маркетинга на основе клиентских метрик / М. М. Дворяшина, А. В. Петрушенко, И. А. Рыштейн. – Текст : непосредственный // Известия Санкт-Петербургского государственного технологического института. – 2015. – № 30 (56). – С. 101-105.

35. Дитрих, И. В. Тенденции мирового рынка относительно органических продуктов питания / И. В. Дитрих, Я. С. Литвин. – Текст : непосредственный // Проблемы и перспективы экономики и управления. – 2015. – № 2 (2). – С. 70-77.

36. Достижение устойчивого прироста в сельском хозяйстве. – Текст : электронный // Департамент сельского хозяйства ФАО : официальный сайт. 2021. – Режим доступа: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/i0765r/i0765r08.pdf> (дата обращения : 15.09.2021).

37. Дубровин, И. А. Маркетинговые исследования: учебное пособие / И. А. Дубровин. – М. : Дашков и К, 2009. – 276 с. – Текст : непосредственный.

38. Дудова, Х. Х. Формирование и функционирование локального потребительского рынка : дис. ... к-та экон. наук : 08.00.05 / Х. Х. Дудова. – Кисловодск, 2003 – 146 с. – Текст : непосредственный.

39. Егоров, А. Ю. Формирование и развитие рынка органической агропродовольственной продукции (на примере ЦФО) : дис. ... к-та экон. наук : 08.00.05 / А. Ю. Егоров. – Москва, 2014. – 166 с. – Текст : непосредственный.

40. Екимова, К. В. Локальные рынки в структуре региональной экономики / К. В. Екимова, С. В. Буравова, И. П. Савельева. – Текст : непосредственный // Вестник ЮУрГУю. – 2011. – № 41. – С. 14-18.

41. Зайцев, Н. Л. Краткий словарь экономиста / Н. Л. Зайцев. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 224 с. – Текст : непосредственный.

42. Закон Воронежской области от 13 июля 2020 года № 80-ОЗ «О регулировании отдельных отношений в сфере производства органической продукции на территории Воронежской области». – Текст : электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов : официальный сайт. – Режим доступа : <https://docs.cntd.ru/document/570856930?marker> (дата обращения : 16.10.2020).

43. Закон Краснодарского края от 5 июля 2019 г. № 4077-КЗ «О производстве органической сельскохозяйственной продукции в Краснодарском крае». – Текст : электронный // Информационно-правовой портал «Гарант». – Режим доступа : <https://www.garant.ru/hotlaw/krasnodar/1282341/> (дата обращения : 16.10.2020).

44. Закон Республики Крым от 06 июля 2015 года № 134-ЗРК/2015 «О развитии сельского хозяйства в Республике Крым». – Текст : электронный // Официальный сайт Правительства Республики Крым. – Режим доступа : <https://rk.gov.ru/ru/document/show/10935> (дата обращения : 16.10.2020).

45. Закон Саратовской области от 27.04.2020 года № 37-ЗСО «О государственной поддержке производства и реализации сельскохозяйственной продукции (в том числе органической продукции) в Саратовской области». – Текст : электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа : <https://docs.cntd.ru/document/933005437> (дата обращения : 16.10.2020).

46. Закон Тюменской области (с изменениями на 29.10.2020 г.) «О государственной поддержке сельскохозяйственного производства в Тюменской области». – Текст : электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Режим доступа : <https://docs.cntd.ru/document/802047917> (дата обращения : 16.11.2020).



47. Законопроект о фермерских хозяйствах Соединенных Штатов. – Текст : электронный // Министерство сельского хозяйства США : официальный сайт. 2020. – Режим доступа : <https://www.usda.gov/farmbill> (дата обращения 21.10.2021).

48. Заработная плата и социально-экономические отношения за 2020 год : статистический доклад / Крымстат. – Симферополь, 2021. – 35 с. – Текст : непосредственный.

49. Збарский, В. К. Оптимизация методики оценки конкурентоспособности высокотоварных фермерских хозяйств семейно-трудового типа / В. К. Збарский, С. В. Кальченко, Д. В. Еременко. – Текст : непосредственный // Научный вестник Ужгородского университета. – 2016. – Вып. 1 (47). – Т. 2. – С. 272-278.

50. Змияк, С. С. Международный маркетинг региона / С. С. Змияк, Н. Н. Решетникова, Н. С. Яровая. – Текст : непосредственный // Теоретическая экономика. – 2019. – № 1 (49). – С. 59-66.

51. Исламутдинова, Д. Ф. Взаимосвязь глобализации и регионализации на примере ХМАО Югра / Д. Ф. Исламутдинова. – Текст : непосредственный // Экономические аспекты развития российской индустрии в условиях глобализации : материалы международной научно-практической конференции, Москва, 25 ноября 2014. – М : Научный консультант, 2014. – С. 212-216.

52. Казаков, М. Ю. Социологические аспекты жизнеспособности территорий в составе комплексной диагностики иммунитета периферии аграрно-индустриального региона / М. Ю. Казаков. – Текст : непосредственный // Бизнес. Образование. Право. – 2019. – № 4 (49). – С. 139-143.

53. Кибакин, М. В. Расчет и обоснование выборки социологического исследования : алгоритм и процедуры / М. В. Кибакин. – Текст : непосредственный // Социально-гуманитарные технологии. – 2017. – № 2 (4). – С. 11-16.

54. Кокорев, В. Институциональные преобразования в современной России : анализ динамики транзакционных издержек / В. Кокорев. – Текст : непосредственный // Вопросы экономики. – 1996. – № 12. – С. 15-21.

55. Колодина, Н. Ф. Методика исследования потенциала регионального рынка / Н. Ф. Колодина. – Текст : непосредственный // Известия Оренбургского государственного университета. – 2012. – Т.5. – № 37-1. – С. 197-200.

56. Корецкая, Н. И. Оценка уровня конкурентоспособности фермерского хозяйства в регионах / Н. И. Корецкая, Н. И. Мартынюк. – Текст : непосредственный // Экономический форум. – 2020. – № 1. – С. 30-41.

57. Краткий словарь современных понятий и терминов / Под общ. ред. В. А. Макаренко. – 3-е изд. доп. – М. : Республика, 2000. – 509 с. – Текст : непосредственный.

58. Кудряшова, И. А. Концептуально-теоретические основы глокализации мировой экономики / И. А. Кудряшова. – Текст : непосредственный // Вопросы новой экономики. – 2007. – № 1. – С. 11-20.

59. Мазурова, А. Ю. География мирового рынка биоорганических продуктов питания : автореф. дис. ... к. экон. наук : 25.00.24 / А. Ю. Мазурова. – Москва, 2009. – 25 с. – Текст : непосредственный.

60. Матвейчук, Л. И. Международный маркетинг : учебное пособие / Л. И. Матвейчук. – Владивосток : Издательство Дальневосточного государственного университета экономики и права, 1999. – 100 с. – Текст : непосредственный.

61. Митина, Э. А. Диагностика потребительских предпочтений при выборе органической продукции / Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2017. – № 4. – С. 78-84.

62. Митина, Э. А. Потенциал и возможности развития рынка органической продукции в Российской Федерации / Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы коммерции и предпринимательства : сборник материалов региональной научно практической конференции, Симферополь, 25 апреля 2018. – С. 19-22.

63. Митина, Э. А. Методологические основы исследования потребительского рынка органики на основе маркетинговых продуктовых метрик /

Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2018. – № 4. – С. 23-28.

64. Митина, Э. А. Применение современных информационных технологий в процессе развития органического потребления / Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Анализ современных информационных технологий в процессе развития органического потребления (АМУР-2020) : сборник научных трудов, Симферополь-Судак, 14-27 сентября 2020. – Симферополь : ИП Корниенко А.А., 2020. – С. 240-243.

65. Митина, Э. А. Стратегические направления развития рынка органической продукции в Республике Крым / Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2018. – №3. – С. 110-113.

66. Митина, Э. А. Теоретические подходы к пониманию ответственного потребления / Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Теоретическая экономика. – 2020. – № 1 (61). – С. 65-73.

67. Митина, Э. А. Формирование спроса на продукцию органического производства / Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – № 4. – С. 130-134.

68. Митина, Э. А. Экологически чистая продукция как фактор обеспечения продовольственной безопасности экономики региона / Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Развитие торговли и торговой политики в Республике Крым в условиях трансформации хозяйственных связей: монография. – Симферополь: ИП Бровко А. А., 2017. – С. 212-234.

69. Митина, Э. А. Каналы сбыта органической продукции: международный аспект и отечественная практика / Э. А. Митина, Е. А. Вакуленко. – Текст : непосредственный // Отраслевые особенности развития экономики регионов : сборник трудов всероссийской научно-практической конференции, Керчь, 7 ноября 2016. – С. 227-232.

70. Митина, Э. А. Экологически чистая продукция: вопросы стандартизации, сертификации и государственной поддержки производителей /

Э.А. Митина, Т. О. Быкова. – Текст : непосредственный // Продовольственная политика и безопасность. – 2016. – Т.3. – № 2. – С. 91-104.

71. Митина, Э. А. Совершенствование государственной поддержки развития органического сельского хозяйства в Российской Федерации / Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Теория и практика экономики и предпринимательства : сборник материалов международной научно-практической конференции, Гурзуф, 19-21 апреля 2018. – С. 134-135.

72. Митина, Э. А. Выявление специфических барьеров формирования органического потребления / Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Рынки будущего : локация Пермский край : сборник материалов Пермского экономического конгресса, Пермь, 27 февраля 2020. – С. 67-72.

73. Митина, Э. А. Мировой опыт государственного регулирования и поддержки органического производства / Э. А. Митина, О. Б. Ярош. – Текст : непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 8-4 (85). – С. 70-79.

74. Митина, Э. А. Прогнозирование органического потребления на основе кластеризации региона / Э. А. Митина, О. Б. Ярош. – Текст : непосредственный // Региональная экономика. Юг России. – 2020. – Т.8. – № 2. – С. 171-182.

75. Морозова, Г. А. Конкуренентоспособность региона / Г. А. Морозова. – Текст : непосредственный // Вестник ННГУ. – 2005. – № 1. – С. 523-528.

76. Мусатов, Б. В. Оценка эффективности маркетинга на основе показателей прибыли / Б. В. Мусатов, Ж. Б. Мусатова. – Текст : непосредственный // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2016. – Т. 7. – №2. – С. 86-93.

77. Научно-исследовательский институт органического сельского хозяйства. – Текст : электронный // Официальный сайт FiBL. 2020. – Режим доступа : <https://www.fibl.org> (дата обращения : 16.11.2021).

78. Неклесса, А. И. Глобализация и новое геоэкономическое мироустройство / А. И. Неклесса. – Текст : непосредственный // Философия хозяйства. – 2002. – № 1 (19). – С. 108-126.

79. Никитина, М. Г. Территориальная организация общества : сущность и стадийность развития в контексте системно-структурное парадигмы / М. Г. Никитина, В. В. Побирченко, Е. А. Шутаева. – Текст : непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 10-1(75). – С. 609-613.

80. Никишина, О. В. Взаимодействие процессов локализации и глобализации товарных рынков / А. В. Никишин. – Текст : непосредственный // Стратегии устойчивого развития : сборник трудов научно-практической конференции, Винница,, 08 сентября 2017. – Винница: ООО «Нилан-ЛТД», 2017. – С. 57-61.

81. Новый энциклопедический словарь. – М. : Большая Российская энциклопедия: РИПОЛ классик, 2007. – 1456 с. – Текст : непосредственный.

82. Ойнер, О. К. Маркетинговые способности фирмы : подходы к оценке, эмпирические исследования и роль в формировании результатов бизнеса компании / О. К. Ойнер. – Текст : непосредственный // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2014. – № 6. – С. 434-442.

83. Олейник, А. Модель сетевого капитализма / А. Олейник. – Текст : непосредственный // Вопросы экономики. – 2003. – № 8. – С. 132-149.

84. Органический план действий Дании до 2020 года. – Текст : электронный // Официальный сайт Министерства продовольствия, сельского хозяйства и рыболовства Дании. – Режим доступа : <https://docviewer.yandex.ru/view/431955903> (дата обращения : 16.11.2020).

85. Органический рынок России в 2020 г. – Текст : электронный // Официальный сайт Национального органического союза. – Режим доступа : <https://docviewer.yandex.ru/view/431955903> (дата обращения : 26.11.2020).

86. Пономарева, М. А. Система приоритетов социально-экономического развития регионов России : полиэлементный анализ и целевые показатели / М. А. Пономарева, Л. Р. Хайбуллин. – Текст : непосредственный // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2018. – № 3 (63). – С. 36-42.

87. Перечень производителей органической продукции. – Текст : электронный // Официальный сайт Правительства Республики Крым. – Режим доступа : <https://msh.rk.gov.ru/ru/document/show/85> (дата обращения : 25.10.2020).

88. Пилько, А. Д. Потенциал регионального рынка мяса и мясопродуктов : оценка, анализ и перспективные направления моделирования / А. Д. Пилько, Б. Б. Потятинник. – Текст : непосредственный // Бизнес Имнформ. – 2015. – № 11. – С.162-168.

89. Портер, М. Конкурентная стратегия : методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с. – Текст : непосредственный.

90. Прудников, Ю. В. Локальные рынки сельскохозяйственной продукции / Ю. В. Прудников. – Текст : непосредственный // Инновационная экономика. – 2014. – №6 (55). – С. 255-260.

91. Пьянкова, С. Г. Конкурентоспособность и потенциал России на мировом рынке делового туризма / С. Г. Пьянкова, И. В. Митрофанова, О. Т. Ергунова. – Текст : непосредственный // Экономика : вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Т. 9. – № 9-1. – С. 192-304.

92. Ребязина, В. А. Анализ использования маркетинговых метрик российскими компаниями - производителями товаров повседневного спроса / В. А. Ребязина, А. О. Давий, Я. И. Карлова. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. – 2016. – № 1. – С. 108-130.

93. Регламент совета (ЕС) № 834/2007 «Об экологическом производстве и маркировке экологической продукции и о прекращении действия Регламента ЕЭС № 2092/91». – Текст : электронный // Официальный бюллетень Европейского Союза. 2007. – Режим доступа : <http://rosorganic.ru/files/reglament-ec-889-2008.pdf> (дата обращения : 25.12.2020).

94. Репич, Т. А. Локальный продуктовый рынок и локальный рынок территории / Т. А. Репич. – Текст : непосредственный // Мясной бизнес. – 2007. – № 5. – С. 100-102.

95. Республика Крым в цифрах. – Симферополь : Крымстат-С., 2021. – 205с. – Текст : непосредственный.

96. Реутов, В. Е. Диагностика диспропорций экономического развития Республики Крым / В. Е. Реутов, Д. А. Хомицкая. – Текст : непосредственный // Самоуправленец. – 2019. – Т. 1. - № 1(114). – С. 66-73.

97. Рушицкая, О. А. Производство и рынок сельскохозяйственной продукции / О. А. Рушицкая. – Текст : непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 9 (98). – С. 567-570.

98. Саталкина, Е. В. Локальные рынки продовольственных товаров : инфраструктура и классификация / Е. В. Саталкина. – Текст : непосредственный // Налоги. Инвестиции. Капитал. – 2007. – № 5. – С. 49-63.

99. Свириденко, Е. Н. Стандартизация в системе государственного управления качеством товара / Е. Н. Свириденко, Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Инновационная наука. – 2017. – № 1-1. – С. 91-92.

100. Силаева, А. И. Применение методов регрессивного моделирования прогнозно-аналитических оценок спроса на основе маркетингового анкетирования / А. И. Силаева, В. Г. Будашевский. – Текст : непосредственный // Социально-экономические, институционально-правовые и культурно-исторические компоненты развития муниципальных образований : сборник трудов XII научно-практической конференции, Миасс, 15 ноября 2015. – Миасс : АНИГО, 2015. – С. 75-77.

101. Соколова, Е. С. Маркетинговые метрики, как метод исследования потребительского рынка / Е. С. Соколова. – Текст : непосредственный // Трансформация хозяйственных связей и торговой политики региона в условиях реализации федеральных целевых программ : материалы межрегиональной научно-практической конференции, Симферополь, 29 мая 2018 года. – Симферополь : КФУ им. В. И. Вернадского, 2018. – С. 234-236.

102. Соколова, Ж. Е. Россия на мировом рынке органической продукции : возможности и проблемы в контексте национальной и продовольственной

безопасности / Ж. Е. Соколова, В. В. Таран. – Текст : непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 8-3 (85). – С. 159-167.

103. Стандарты производства, переработки, маркировки и сбыта органической пищевой продукции, GL 32-1999, Rev.1-2001. – Текст : электронный // Официальный сайт Союза органического земледелия в России. – Режим доступа : [sozrf.ru/wp-content/uploads/2015/07/gost\\_r\\_56508organic.pdf](http://sozrf.ru/wp-content/uploads/2015/07/gost_r_56508organic.pdf). (дата обращения : 19.08.2020).

104. Стешиц, О. Государственное регулирование становления и развития органического сельского хозяйства (зарубежный опыт) / О. Стешиц. – Текст : непосредственный // Аграрная экономика. – 2017. – № 7 (266). – С. 47-57.

105. Ступникова, А. В. Теоретические аспекты формирования и функционирования локальных рынков / А. В. Ступникова. – Текст : непосредственный // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 2 (46). – С. 70-72.

106. Титова, Э. В. Агрохимические основы эффективного применения удобрений на зональных почвах Томской области : автореф. дис. ... д-ра с.-х. наук : 06.01.04 / Э. В. Титова. – Барнаул, 2000. – 35 с. – Текст : непосредственный.

107. Толеубаева, Д. С. Регулирование рынка органической продукции в России / Д. С. Толеубаева, О. Ю. Патласов. – Текст : непосредственный // Наука о человеке : гуманитарные исследования. – 2018. – № 1 (31). – С. 182-191.

108. Федеральный закон от 03.08.2018, № 280-ФЗ «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». – Текст : электронный // Российская газета. 2021. – Режим доступа : <https://rg.ru/2018/08/06/fz280-dok.html> (дата обращения : 15.11.2021).

109. Федеральный закон от 29.12.2006, № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства». – Текст : электронный // КонсультантПлюс. – Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64930/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64930/) (дата обращения : 14.10.2021).



110. Феоктистова, Н. А. Фрагментация экономического пространства и формирование локального рынка / Н. А. Феоктистова. – Текст : непосредственный // Актуальные вопросы современной науки. – 2009. – № 6-2. – С. 151-158.

111. Фомина, Н. В. Прогнозирование спроса на продукцию на основе метода анкетных оценок / Н. В. Фомина, П. В. Терелянский. – Текст непосредственный // Стратегия и тактика управления предприятием в переходной экономике : сборник материалов IX ежегодного открытого конкурса научно-исследовательских работ молодых ученых в области экономики и управления, Волгоград, 15 сентября 2009. – Волгоград : ВолГТУ, 2009. – С. 111-114.

112. Хасанова, С. А. Современные тенденции развития органического производства сельскохозяйственной продукции. Опыт Германии / С. А. Хасанова. – Текст : непосредственный // Политематический научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2015. – № 106. – С. 451-467.

113. Цветкова, И. И. Оценка имиджа торгового предприятия / И. И. Цветкова, Н. И. Клевец. – Текст : электронный // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. – №12. – Режим доступа : <http://ekononika.snauka.ru/2016/12/13564> (дата обращения : 15.11.2020).

114. Чернопятенко, Н. В. Роль маркировки в реализации органической продукции / Н. В. Чернопятенко, Э. А. Митина. – Текст : электронный // Аэкономика: экономика и сельское хозяйство. – 2016. – № 4 (12). – Режим доступа : <http://aeconomy.ru/science/economy/rol-markirovki-v-realizatsii-organi/> (дата обращения : 15.11.2021).

115. Чуб, М. П. Оптимизация систем удобрений в севообороте и изменение плодородия почв на черноземах засушливого Поволжья / М. П. Чуб, Э. С. Гюрова, Н. В. Потатурина/ – Текст : непосредственный // Проблемы и пути преодоления засухи в Поволжье : сборник научных трудов, Саратов, 20 сентября 2000. – Саратов : ГНУ НИИСХ Юго-Востока Россельхозакадемии, 2000. – С. 48-69.

116. Шведина, Е. Б. Классификация маркетинговых метрик : модели оценки маркетинговых инициатив / Е. Б. Шведина. – Текст : непосредственный // Современная экономика : проблемы и решения. – 2012. – № 3 (27). – С. 103-116.
117. Ярош, О. Б. Экономико-институциональные основы управления природопользованием Украины : монография / О. Б. Ярош. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2014. – 354 с. – Текст : непосредственный.
118. Ярош, О. Б. Исследование ассортимента и каналов товародвижения органической продукции в Республике Крым / О. Б. Ярош, Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Регионология. – 2018. – Т. 26. – № 1 (102). – С. 90-107.
119. Ярош, О. Б. Деформация структуры регионального потребления в условиях социальной напряженности, связанной с пандемией / О. Б. Ярош, Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем : сборник аннотаций докладов международной научной конференции памяти академика А.И. Татаркина, Челябинск, 25-26 ноября 2020. – С. 255-256.
120. Ярош, О. Б. Оценка перспективных площадей и ресурсов для развития органически чистого сельского хозяйства в Крыму / О. Б. Ярош, Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Экосистемы. – 2017. – № 12 (42). – С. 3-15.
121. Ярош, О. Б. Рынок органической продукции региона : каналы распределения и стратегии их развития / О. Б. Ярош, Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Экономика региона. – 2020. – Т. 16. – №1. – С. 141-156.
122. Ярош, О. Б. Теоретические основы маркетинга территорий, его роль и место в современной экономике / О. Б. Ярош, Э. А. Митина. – Текст : непосредственный // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – №2. – С. 3-11.
123. Ambler, T. Marketing and the bottom line : the marketing metrics to pump up cash flow / T. Ambler. – New Jersey : Pearson Education, 2003. – 320 p. – Текст : непосредственный.
124. Ambler, T. Marketing metrics / T. Ambler. – Текст : непосредственный // Business Strategy Review. – 2000. – Vol. 11. – No 2. – Pp. 59-66.

125. Atănăsoaie, G. Distribution channels on the organic foods market / G. Atănăsoaie. – Текст : непосредственный // Journal of Horticulture, Forestry and Biotechnology. – 2011. – Vol. 15 (3). – Pp. 19-25.

126. Bartels, J. Social identification, social representation, and consumer innovativeness in an organic food context : A cross-national comparison / J. Bartels, M. J. Reinders. – Текст : непосредственный // Food Quality and Preference. – 2010. – Vol. 21 (4). – Pp. 347-352. – DOI : 10.1016/j.foodqual.2009.08.016.

127. Chen, Bo. Essays on organic food marketing in the U.S. / Bo Chen. – Текст : электронный // Theses and Dissertations – Agricultural Economics. – 2017. – Режим доступа : [www.uknowledge.uky.edu/agecon\\_etds/51/](http://www.uknowledge.uky.edu/agecon_etds/51/) (дата обращения : 15.11.2019).

128. Cooper, R. G. Winning Businesses in Product Development : The Critical Success Factors / G. R. Cooper, J. E. Kleinschmidt. – Текст : непосредственный // Research Technology Management. – 1996. – No 39 (4). – Pp. 18-29.

129. Cunningham, R. M. Customer loyalty to store and brand / R. M. Cunningham. – Текст : непосредственный // Harvard Business Review. – 1961. – Vol. 39. – No 6. – Pp. 127-137.

130. Davis, J. Measuring Marketing : 103 Key Metrics Every Marketer Needs / J. Davis. – Singapore : John Wiley & Sons, 2007. – 123 p. – Текст : непосредственный.

131. Dean, M. Moral concerns and consumer choice of fresh and processed organic foods / M. Dean, M. Raats, R. Shepherd. – Текст : непосредственный // Journal of Applied Social Psychology. – 2008. – Vol. 38 (8). – Pp. 2088-2107.

132. Dick, A. S. Customer loyalty: toward an integrated conceptual Framework / A. S. Dick, K. Basu. – Текст : непосредственный // Journal of the Academy of Marketing Science. – 1994. – Vol. 22. – No 2. – Pp. 99-113.

133. Eyup, A. Literature Review and Discussion on Customer Loyalty and Consciousness / A. Eyup. – Текст : непосредственный // European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences. – 2012. – Vol. 51. – Pp. 158-173.

134. Farley, J. U. Marketing metrics use in a transition economy : The case of Vietnam / J. U. Farley et al. – Текст : непосредственный // Journal of Global Marketing. – 2008. – Vol. 21. – No 3. – Pp. 179-190.

135. Farris, P. W. Marketing metrics : 50+ metrics every executive should master / P. W. Farris et al. – New Jers : Wharton School, 2006. – 198 p. – Текст : непосредственный.

136. Farris, P. W. Marketing metrics : The Definitive guide to measuring marketing performance / P. W. Farris et al. – Текст : непосредственный // Pearson Education. – 2010. – Pp. 37-50.

137. Gbadamosi, A. Cognitive dissonance : The implicit explication in low-income consumers' shopping behaviour for "low-involvement" grocery products / A.Gbadamosi. – Текст : непосредственный // International Journal of Retail & Distribution Management. – 2009. – Vol. 37 (12). – Pp. 1077-1095. – DOI : 10.1108/09590550911005038.

138. Gelan, A. Trade Policy and City Primacy in Developing Countries / A. Gelan. – Текст : непосредственный // Review of Urban & Regional Development Studies. – 2008. – Vol. 20. – No 3. – Pp. 194-211.

139. Gounaris, S. Antecedents and Consequences of Brand Loyalty : An Empirical Study / S. Gounaris, V. Stathakopoulos,. – Текст : непосредственный // Journal of Brand Management. – 2004. – Vol. 11 (4). – Pp. 283-306.

140. Hacıoglu, G. Marketing performance measurement : marketing metrics in Turkish firms / G. Hacıoglu, O. Gök. – Текст – непосредственный // Journal of Business Economics and Management. – 2013. – Vol. 14. – No 1. – Pp. 413-432.

141. Hansen, N. Border Regions : a Critique of Spatial Theory and a European Case Study / N. Hansen. – Текст : непосредственный // The Annals of Regional Science. – 1977. – Vol. 11. – Pp. 10-22.

142. Hauser, J. Metrics : You Are What You Measure / J. Hauser, K. Gerald. – Текст : непосредственный // European Management Journal. – 1998. – Vol. 16. – No 5. – Pp. 517-528.

143. Hill, A. V. The Encyclopedia of Operations Management – 2010 Edition : A field manual and encyclopedic glossary of operations management terms and concepts / A. V. Hill. – Clamshell : Beach Press, 2010. – 165 p.

144. Hirschowitz, A. Closing the CRM loop : The 21-st century marketer's challenge : Transforming customer insight into customer value / A. Hirschowitz. – Текст : непосредственный // Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing. – 2001. – Vol. 10. – No 2. – Pp. 168-178.

145. Huque, Sh. M. R. Trustworthiness of Organic Produces in Urban Market : Innovation through Quick Response(QR)Code / Sh. M. R. Huque, Sh. T. Hossain. – Текст : непосредственный // Proceedings of the IFOAM (Asia-Pacific) Regional Conference on Marketing Innovation in Organic Farming, Goesan, Republic of Korea, October 15, 2015. – Goesan, Republic of Korea, 2015. – Pp. 14-20.

146. Jacoby, J. Brand loyalty vs. repeat purchasing behavior / J. Jacoby, D. B. Kyner. – Текст : непосредственный // Journal of Marketing Research. – 1973. – Vol.10. – No 1. – Pp. 1-9.

147. Kotler, Ph. Marketing, Management / Ph. Kotler, K. L. Keller. – New Jersey : Prentice-Hall, 2008. – 816 p. – Текст : непосредственный.

148. Kotler, Ph. Marketing management / Ph. Kotler, K. Keller. – New Jersey : Pearson Education LTD, 2006. – 812 p. – Текст : непосредственный.

149. Kotler, Ph. Principles of Marketing / Ph. Kotler, V. Wong, J. Saunders, G. Armstrong. – New Jersey Prentice-Hall, 2010. – 211 p. – Текст : непосредственный.

150. Krugman, P. Increasing Returns and Economic Geography / P. Krugman. – Текст : непосредственный // Journal of Political Economy. – 1991. – No 99. – Pp. 483-99.

151. Lehmann, D. R. Metrics for making marketing matte / D. R. Lehmann. – Текст : непосредственный // Journal of Marketing. – 2004. – Vol. 68. – No 4. – Pp. 73-75.

152. Lehmann, D. R. Metrics for Making Marketing Matter // D. R. Lehmann. – Текст : непосредственный // Journal of Marketing. – 2004. – Vol. 68. – No 4. – Pp. 73-75.

153. Melitz, M. J. Market Size, Trade, and Productivity / M. J. Melitz, G. I. P. Ottaviano. – Текст : непосредственный // Review of Economic Studies. – 2008. – Vol.75. – No 1. – Pp. 295-316.

154. Milichovský, F. Usage of non-financial metrics for measuring marketing effectiveness / F. Milichovský, P. Koudelková. – Текст : непосредственный // *Scientia & Societas*. – 2016. – Vol. 12. – No 2. – Pp. 143-151.

155. Milichovský, F. Marketing Effectiveness : metrics for Effective Strategic Marketing / F. Milichovský, I. Šimberová. – Текст : непосредственный // *Engineering Economics*. – 2015. – Vol. 26. – No 2. – Pp. 211-219.

156. Mintz, O. What drives managerial use of marketing and financial metrics and does metric use affect performance of marketing-mix activities / O. Mintz, I. S. Currim. – Текст : непосредственный // *Journal of Marketing*. – 2013. – Vol. 77. – No 2. – Pp. 17-40.

157. Naudé, W. The Location of Manufacturing Exporters in Africa : Empirical Evidence / W. Naudé, M. Mathee. – Текст : непосредственный // *African Development Review*. – 2010. – Vol. 22. – No 2. – Pp. 276-291.

158. Ogenyi O. Customer Satisfaction and Loyalty to British Supermarkets / O. Ogenyi. – Текст : непосредственный // *Journal of Food Products Marketing*. – 2007. – Vol 13 (2). – Pp. 19-32. – DOI: 10.1300/J038v13n02\_02.

159. Ostrow, R. The Fairchild Dictionary of Retailing / R. Ostrow. – New York : Fairchild Books, 2008. – 432 p. – Текст : непосредственный.

160. Pearson, D. How to increase organic food sales : Results from research based on market segmentation and product attributes / D. Pearson. – Текст : непосредственный // *Australasian Agribusiness Review*. – 2001. – Vol. 9. – No 8. – Pp. 10-18.

161. Pearson, D. Marketing organic food : Who buys it and what do they purchase? / D. Pearson. – Текст : непосредственный // *Food Australia*. – 2002. – Vol. 4. – No 1. – Pp. 31-34.

162. Pearson, D. What do buyers really want when they purchase organic foods? An investigation using product attributes / D. Pearson, J. Henryks, E. Moffitt. – Текст : непосредственный // *Journal of Organic Systems*. – 2007. – Vol. 2. – No 1. – Pp. 11-19.

163. Pearson, D. Organic food consumers : Exploring purchase frequency to explain consumer behavior / D. Pearson, J. Henryks, P. Sultan, T. Anisimova. – Текст : непосредственный // Journal of Organic Systems. – 2013. – Vol. 8. – No 2. – Pp. 50-63.
164. Resmini, L. Economic Integration, Industry Location and Frontier Economies in Transition Countries / L. Resmini. – Текст : непосредственный // Economic Systems. – 2003. – No 27. – Pp. 205-221.
165. Robertson, R. Globalization or glocalization?// R. Robertson, K. E. White. – Текст : непосредственный // Globalisation. Critical concept in sociology. – 2003. – Vol.3. – Pp. 31-51.
166. Sampaio, C. H. Marketing metrics : Insights from Brazilian managers / C. H. Sampaio. – Текст : непосредственный // Industrial Marketing Management. – 2011. – Vol. 40. – Vol. 1. – Pp. 8-16.
167. Smith, M. J. Geospatial Analysis : A Comprehensive Guide Hardcover / M. J. Smith, M. F. Goodchild, P. Longley. – Winchelsea : The Winchelsea Press, 2018. – 618 p. – Текст : непосредственный.
168. Smith-Spangler, C. Are organic foods safer or healthier than conventional alternatives? / C. Smith-Spangler, M. Brandeau, L. Brandeau. – Текст : непосредственный // Annals of Internal Medicine. – 2012. – Vol. 157. – No 5. – Pp.348-366.
169. Solcansky, M. Measurement of marketing effectiveness / M. Solcsnsky, I. Simberova. – Текст : непосредственный // Economics and management. – 2010. – No 15. – Pp. 755-759.
170. Solčanský, M. Marketing Effectiveness by Way of Metrics / M. Solčanský, L. Sychrová, F. Milichovský. – Текст : непосредственный // Economics and management. – 2011. – Vol. 2011. – No 16. – Pp. 1323-1328.
171. Specht, G. Distributions-Management / G. Specht. – Stuttgart : Verlag W. Kohlhammer GmbH, 1988. – 129 p. – Текст : непосредственный.
172. Stigler, G. The Economics of Information / G. Stigler. – Текст : непосредственный // Journal of Political Economy. – 1961. – Vol. 69 (3). – Pp. 213-225.

173. Swyngedouw, E. A. The Mammon Quest. Glocalisation, Interspatial Competition and Monetary Order : the Construction of New Spatial Scales / E. A. Swyngedouw. – Текст : непосредственный // Cities and Regions in the New Europe : the Global-Local Interplay and Spatial Development Strategies. – London : Belhalen, 1992. – Pp. 38-51.

174. Tucker, W. T. The development of brand loyalty / W. T. Tucker. – Текст : непосредственный // Journal of Marketing Research. – 1964. – Vol. 1. – No 3. – Pp. 32-35.

175. Uncles, M. Marketing metrics : A can of worms or the path to enlightenment / M. Uncles. – Текст : непосредственный // Journal of Brand Management. – 2005. – Vol. 12. – No 6. – Pp. 412-418.

176. Wong, A. Determinants and outcomes of relationship quality / A. Wong, L. Zhou. – Текст : непосредственный // Journal of International Consumer Marketing. – 2006. – Vol. 18. – No 3. – Pp. 81-105.

177. Yarosh, O. Research and assessment of competitive capability of ecologically safe products in the conditions of digital economy / O. Yahjsh, E. Mitina, N. Kalkova, N. Klevez. – Текст : непосредственный // 2nd International scientific conference on digital transformation on manufacturing, infrastructure and service, Saint-Petersburg, November 21–22, 2018. – Saint-Petersburg : Proceedings, 2018. – Vol. 497. – Pp. 682-690.

178. Zhahov, N. Ways of modern agriculture in : specifics and state support / N. Zhahov, V. Krivoshlykov, M. Shatokhin. – Текст : непосредственный // 30th International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2017 - Vision 2020: Sustainable Economic development, Innovation Management, and Global Growth, Madrid, November 08-09, 2017. – Madrid : Proceedings, 2017. – Vol. 3646-3652.



## Приложения

### Приложение А

#### Сравнительные анализ отечественной и мировой стандартизации рынка органической продукции

Таблица А. 1 – Сравнительные анализ мировой и отечественной стандартизации рынка органической продукции

Европейская	Международная	Российская
<p>Создана Комиссия «Codex Alimentarius» на основе постановления, принятого руководящими органами Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций (ФАО) в 1961 г. и Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) в 1963 г.</p>	<p>В 1946 г. создана Международная организация по стандартизации (ISO).</p>	<p>В России на сегодняшний день, действуют следующие документы и нормативно-правовые акты в области производства и оборота органической продукции:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ГОСТ Р 56104-2014 Продукты пищевые органические. Термины и определения;</li> <li>2) ГОСТ Р 56508-2015 Продукция органического производства. Правила производства, хранения, транспортирования;</li> <li>3) ГОСТ Р 57022-2016 Продукция органического производства. Порядок проведения добровольной сертификации органического производства;</li> <li>4) ГОСТ 33980-2016 Продукция органического производства. Правила производства, переработки, маркировки и реализации (CAC/GL 32-1999, NEQ).</li> <li>5) Федеральный закон «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 03.08.2018 № 280-ФЗ;</li> <li>6) Закон об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации. Принят Государственной Думой 25 июля 2018 года;</li> </ol>
<p>В 1999 г. были приняты «Методические указания по производству, переработке, маркировке и сбыту органических продуктов питания» и положения, касающиеся животноводства и его продукции, были введены в 2001 г.</p>		

Продолжение таблицы А. 1

Европейская	Международная	Российская
		<p>7) План-график подготовки проектов актов Правительства и федеральных органов исполнительной власти, необходимых для реализации норм 280-го Федерального закона «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ»;</p> <p>8) Комплекс мероприятий по созданию условий для устойчивого развития органического с/х, утвержденный Правительством РФ 19 января 2017 года;</p> <p>9) Приказ Министерства сельского хозяйства Российской Федерации от 19.11.2019 № 634 «Об утверждении формы и порядка использования графического изображения (знака) органической продукции единого образца» (Зарегистрирован 19.12.2019 № 56876, вступил в силу с 01.01.2020 г.);</p> <p>10) Постановление Правительства РФ от 25 декабря 2019 г. № 1816 «О государственной поддержке организаций в целях компенсации части затрат, связанных с сертификацией продукции агропромышленного комплекса на внешних рынках» (Вступил в силу с 01.01.2020 г.)</p>

## Продолжение таблицы А. 1

Европейская	Международная	Российская
<p>Стандарты на продукцию и другие методические указания «Codex Alimentarius»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• «Общий стандарт кодекса на маркировку расфасованных пищевых продуктов» (CODEX STAN 1-1985);</li> <li>• «Принципы контроля и сертификации импорта и экспорта пищевых продуктов» (CAC/GL 20-1995);</li> <li>• «Методические указания по обмену информацией между странами о браковке импортированных пищевых продуктов» (CAC/GL 25-1997);</li> <li>• «Методические указания по формированию, деятельности, оценке и аккредитации систем контроля и сертификации импорта и экспорта пищевых продуктов» (CAC/GL 26-1997)</li> <li>• «Методические указания по разработке соглашений о признании эквивалентности систем контроля и сертификации импорта и экспорта пищевых продуктов» (CAC/GL 34-1999)</li> </ul>	<p>Принятые стандарты на продукцию ISO серии 14000:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) ISO 14020:2000 Экологическая маркировка. Основные принципы</li> <li>2) ISO 14021:1999 Экологическая маркировка. Самодекларация. Экологическая маркировка по типу 2</li> <li>3) ISO 14024:1999 Экологическая маркировка по типу 1. Основные принципы и процедуры</li> <li>4) ISO/TR 14025:2000 Экологическая маркировка по типу 3. Основные принципы и процедуры</li> <li>5) ISO 14031:1999 Экологическое управление. Руководство по оценке характеристик экологичности.</li> <li>6) ISO 14040: 1997 Оценка жизненного цикла. Принципы и структура</li> <li>7) ISO 14041:1998 Оценка жизненного цикла. Параметрический анализ жизненного цикла</li> <li>8) ISO 14042:2000 Оценка жизненного цикла. Оценка воздействия на окружающую среду</li> <li>9) ISO 14043:2000 Оценка жизненного цикла. Интерпретация результатов</li> <li>10) ISO 14050:2002 Экологическое управление. Термины и определения</li> </ol> <p>Создана Международная федерация движений за органическое сельское хозяйство (IFOAM) в 1972 г. Система гарантий органического производства IFOAM.</p>	

Источник: составлено автором [73]

## Структура анкеты полевого исследования

1. Область Вашего проживания и тип населенного пункта (укажите название)
  - Область \_\_\_\_\_
  - ПГТ \_\_\_\_\_
  - Город \_\_\_\_\_
  - Село \_\_\_\_\_
2. Ваш возраст
  - До 21
  - 21-45
  - 46-65
  - Старше 65
3. Ваш пол
  - М
  - Ж
4. Образование
  - Среднее
  - Незаконченное высшее
  - Высшее
  - Специальное техническое
5. Семейное положение
  - Замужем/женат
  - Не замужем/не женат
6. Род деятельности
  - Учусь
  - Работаю
  - Безработный
  - Учусь и работаю
7. Примерный общий доход в месяц
  - До 10000
  - 10000-15000
  - 16000-25000
  - Больше 25000
8. Какую долю (в %), от общего бюджета, Вы тратите на покупку продуктов питания?  
.....%
9. Какую долю (в %) продуктов питания Вы покупаете:
  - ...% на рынке
  - ...% в местном магазине
  - ...% в большом супермаркете
10. Какие 3 самых важных фактора имеют для Вас значение при выборе продуктов питания:
  - Цена
  - Внешний вид
  - Производитель
  - Отсутствие химических добавок
  - Информация о пользе продукта
  - Рекомендации знакомых
  - Бренд
  - Другое, укажите ...
11. Каким производителям продуктов питания Вы отдаете предпочтение?
  - Национальным
  - Иностранным
  - Не имеет значение
12. Имеет ли для Вас значение использование в процессе производства продуктов питания химикатов, пестицидов?
  - Волнует
  - Не волнует
  - Не уделяю этому особого внимания
 Почему?
13. Имеет ли для Вас значение использование в процессе производства продуктов генно-модифицированных организмов (ГМО)?
  - Волнует
  - Не волнует
  - Не уделяю этому особого значения
 Почему?
14. Вы бы стали покупать продукты питания, имеющие сертификат, удостоверяющий, что продукты являются экологически чистыми (то есть произведены без использования химикатов, пестицидов, ГМО), но при этом стоящие несколько дороже, чем обычные продукты?

## Продолжение приложения Б

- Да Почему?  
○ Нет
15. Во сколько раз Вы готовы переплачивать за сертифицированные экологически чистые продукты питания по сравнению с обычными продуктами?  
○ До 1,5 раз ○ Больше чем в 4 раза  
○ В 1,5 - 2 раза ○ Не готов переплачивать  
○ В 2,5 – 4 раза
16. Знаете ли Вы, что продукты питания, которые маркируются, как «экологически чистые», должны обязательно иметь соответствующий сертификат качества?  
○ Да ○ Нет
17. Знаете ли Вы о каких-нибудь рекламных акциях (проектах, ярмарках), пропагандирующих экологически чистые продукты питания?  
○ Да Если да, то приведите, пожалуйста, пример:  
○ Нет
18. Что по Вашему характеризует продукт как «экологически чистый»? (возможно несколько вариантов ответа)  
○ Имеет соответствующий сертификат качества ○ Имеет в свое названии приставку био-, эко- (например: биойогурт, биокефир, экомолоко)  
○ Не содержит химических добавок, усилителей вкуса, консервантов, красителей ○ Реализуется в специализированных магазинах  
○ Произведена в экологически чистом регионе ○ Реализуется на рынках  
○ Имеет соответствующий зарегистрированный «экологически чистый» маркировочный знак (логотип), который свидетельствует о том, что этот продукт произведен по правилам экологически чистого производства ○ Выращен без применения химических средств защиты растений (пестициды, гербициды)  
○ Не содержит ГМО ○ Имеет в своем названии слова «натуральный», «живой» (например: натуральное молоко, живой хлеб, живой квас)  
○ Произведен сертифицированным «экологически чистым» предприятием ○ Другое, укажите: ...
19. Покупаете ли Вы сертифицированные экологически чистые продукты питания? (в случае положительного ответа переходите к 14 вопросу)  
○ Да ○ Нет
20. Если Вы не покупаете сертифицированные экологически чистые продукты питания, то по какой причине? (возможны несколько вариантов ответа)  
○ Высокая цена ○ Не нравится вкус  
○ Недостаточный ассортимент ○ Удовлетворяет качество обычных продуктов питания  
○ Недоступность (отсутствие в торговых сетях) ○ Другое, укажите: ...  
○ Не доверяю логотипам  
○ Не понимаю, в чем заключается разница между экологически чистым и обычным продуктом питания
21. Как часто Вы покупаете сертифицированные экологически чистые продукты питания?  
○ Очень редко ○ Часто  
○ Иногда ○ Постоянно

## Продолжение приложения Б

22. Что мотивирует Вас покупать сертифицированные экологически чистые продукты питания? (возможно несколько вариантов ответа)
- Высокое качество
  - Польза для здоровья (не содержат остатков пестицидов, химических добавок, ГМО)
  - Не доверяю промышленным методам производства продуктов питания
  - Нравится вкус
  - Технологии производства экологически чистых продуктов позволяют беречь природные ресурсы
  - Поддерживаю местного сертифицированного производителя
  - Необходимость, обусловленная состоянием здоровья
  - Другое, укажите: ...
23. Сколько Вы приблизительно тратите на покупку сертифицированных экологически чистых продуктов питания в месяц?
- До 1500
  - 1500 - 5000
  - 5500 – 10000
  - Более 10000
24. Какие именно группы сертифицированных экологически чистых продуктов питания Вы покупаете? (возможны несколько вариантов ответа)
- Мясо и рыба
  - Яйца и молочные продукты
  - Птица
  - Кондитерские изделия
  - Напитки
  - Хлебобулочные изделия
  - Другое, укажите: ...
25. Интересуетесь ли Вы новинками и тенденциями на рынке сертифицированных экологически чистых продуктов питания?
- Да
  - Нет
26. Считаете ли Вы, что наличие официального утвержденного логотипа «экологически чистый» (экопродукт), гарантирует качество данного продукта питания?
- Да
  - Нет
27. Где Вы обычно приобретаете сертифицированный экологически чистый продукт питания?
- На рынке
  - В специализированном магазине
  - В супермаркетах
  - На ярмарках / продуктовых выставках
  - Другое, кажите: ...
28. Насколько хорошо, по Вашему мнению, представлены сертифицированные экологически чистые продукты питания в торговых сетях?
- Очень хорошо (представлен широкий ассортимент продуктов питания, как отечественного, так и импортного производства)
  - Хорошо (представлены основные продукты питания, входящие в потребительскую корзину)
  - Плохо (представлены 2 – 3 группы продуктов питания)
  - Очень плохо (представлена 1 группа продуктов питания)
  - Продукция полностью отсутствует
29. Какие марки экологически чистых продуктов питания Вам известны?
30. Считаете ли Вы развитие производства сертифицированного экологически чистого продукта питания в России перспективным?
- Да
  - Нет
  - Не придаю этому значение
- Почему?

Источник: составлено автором

## Приложение В

Частные показатели, характеризующие уровни конкурентоспособности локальных рынков органики

Таблица В. 2 — Частные показатели, характеризующие уровни конкурентоспособности локальных рынков органики

Административно-территориальные единицы	Площадь сельскохозяйственных земель, тыс. га	Внесение химических удобрений, ц	Численность населения, чел.	Доходы, руб.	Емкость рынка, руб.	Каналы распределения, ед.
Бахчисарайский район	8,8	3620	87739	30571	2054272219	727
Белогорский район	30,6	9191	60361	30576	1413258932	667
городской округ Алушта	0,7	0	55630	32126	1302489925	1773
городской округ Евпатория	0,1	0	121660	29702	2848479675	4286
городской округ Керчь	1,2	0	151996	34706	3558749932	3634
городской округ Судак	0,5	0	32209	30599	754123638	1568
городской округ Феодосия	1,8	0	100056	32825	2342655617	1220
городской округ Ялта	0	0	138125	37460	3233982041	3321
Джанкойский район	87	16306	101517	22892	2376862660	3450
Кировский район	25,6	1734	51423	28069	1203989564	503
Красногвардейский район	101,4	27299	83287	30971	1950035564	487
Красноперекопский район	41,3	17416	71607	30250	1676566530	679
Ленинский район	73,3	14524	57194	27845	1339108553	1077
Нижегорский район	61,1	11115	43827	26431	1026141038	239
Первомайский район	60,6	11368	30640	25649	717387944	244
Раздольненский район	48,9	10492	29888	27269	699781033	1008
Сакский район	66,4	9525	101259	30388	2370821991	1842
Симферопольский район	52,5	14578	521458	41092	12209128016	16789
Советский район	51,8	13297	30987	28574	725512409	274
Черноморский район	40,6	0	30715	44701	719143952	1926
ИТОГО	754,2	160465	1901578	622696	44013810826	45714

Источник: рассчитано автором на основе [95]

Таблица Г. 3 – Некоторые виды маркировки органической продукции

Логотип	Сертифицирующий орган
	«Евролист» - новый знак Европейской системы сертификации органической продукции.
	Экологический знак «Эко – Тест – Плюс». Продукты, прошедшие сертификацию в «Центре испытаний и сертификации – Санкт-Петербург».
	Национальный знак Германии «Печать БИО» (Bio-Siegel).
	Органік стандарт - украинский сертификационный орган, осуществляющий инспекцию и сертификацию органического производства.
	ICEA - ведущий сертифицирующий орган Италии для определения качества натуральной косметики.
	COSMOS-STANDARD AISBL – международная ассоциация, разработавшая единые общеевропейские стандарты сертификации натуральной и органической косметики.
	Американский USDA organic - это Национальный Органический Стандарт, разработанный Министерством сельского хозяйства США.
	Специализированные аккредитованные компании РФ.

Источник: составлено автором на основе [114; 119]



Анкета для проведения полевого исследования с целью выявления приоритетных каналов распределения органической продукции для населения

Рекомендуется оценить важность каждого критерия оценки канала сбыта органической продукции от 1 до 10 баллов, присвоив, тем самым, 1 балл наименее значимому критерию и 10 баллов наиболее значимому критерию в определенном канале сбыта (баллы могут повторяться, белая часть анкеты).

По тому же принципу оцениваются вес критерия (по вертикали) и важность канала сбыта (по горизонтали), однако, при данной оценке баллы не повторяются, а распределяется четко от 1 до 10. (серая часть анкеты).

по горизонтали от 1-10, по вертикали от 1-11

Нужное подчеркнуть:

1. Ваш пол: М / Ж
2. Семейное положение: замужем(женат) / не замужем (не женат)
3. Наличие детей: есть дети / нет детей
4. Ваш возраст: до 21 / 21 – 45 / 46 – 65 / старше 65 лет
5. Ваш доход: до 10000 / 10000 – 15000 / 16000 – 25000 / свыше 25000
6. Величина покупки (единоразовой): до 500 / 500 – 1000 / 1100 – 2000 / свыше 2000
7. Как часто хотел(а) покупать: каждый день / неск. раз в неделю / неск. раз в месяц / никогда

## Балльная оценка каналов распределения органической продукции

Таблица Е. 4 — Балльная оценка каналов сбыта органической продукции

№ п/п	Критерий оценки	Вес критерия (баллы не повторяются)	Интернет-магазины	Фермы, схема посылок	Больницы, санатории	Кафе, рестораны	Специализированные супермаркеты	Ярмарки	Спец. места на аграрном	Школы, детские сады	Гостиницы, отели
	Важность канала сбыта	---									
1	Цена										
2	Качество										
3	Срок реализации										
4	Частота потребления										
5	Широта ассортимента										
6	Уровень обслуживания										
7	Система скидок										
8	Доступность канала										
9	Комфортность канала										
10	Конкуренция в канале										
11	Перспективность развития канала										

Источник: составлено автором

Балльная оценка факторов, которые преобладают при выборе населением каналов  
распределения органической продукции

Таблица Е. 5 – Балльная оценка факторов, которые преобладают при выборе населением каналов распределения органической продукции

Факторы	Балльная оценка факторов										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Количество респондентов, чел./%										
Конкуренция в канале	35,4	27,4	13,7	6,8	3,4	2,3	2,3	1,1	1,5	2,7	3,4
Перспективность развития канала	36,9	21,7	6,5	7,2	6,5	3,4	1,5	1,1	3,0	4,2	8,0
Комфортность канала	1,9	11,0	21,3	17,1	11,0	10,6	8,4	8,0	5,7	3,0	1,9
Система скидок	4,6	13,4	11,5	13,4	14,9	14,1	11,1	5,7	4,6	3,1	3,8
Уровень обслуживания	5,3	7,3	12,2	13,0	17,6	17,9	10,3	9,5	2,7	1,9	2,3
Доступность канала	2,3	4,9	11,8	16,7	15,2	13,3	16,0	8,0	3,0	3,4	5,3
Частота потребления	6,1	5,3	9,9	12,9	11,8	9,5	14,1	18,6	9,5	1,1	1,1
Широта ассортимента	1,5	2,3	4,6	5,7	10,3	15,6	21,8	20,6	8,4	3,8	5,3
Срок реализации	2,7	1,9	3,4	4,2	4,9	7,2	7,2	14,8	27,4	18,6	7,6
Качество	1,5	1,5	3,8	1,5	2,7	4,6	4,6	5,7	14,8	28,1	31,2
Цена	1,9	3,4	1,1	1,5	1,9	1,5	3,0	6,8	19,0	29,7	30,0

Источник: составлено автором

## Степень важности каналов распределения органической продукции

Таблица 3. 6 – Степень важности каналов распределения органической продукции

Каналы распределения	Баллы респондентов									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Количество респондентов, чел./%									
Школы, дет. сады	19,0	23,2	15,6	7,6	7,2	7,2	3,0	6,1	6,1	4,9
Гостиницы, отели	19,8	22,1	12,2	11,0	9,1	7,6	8,7	1,9	3,4	4,2
Фермы (схема посылок)	13,3	9,9	11,0	12,2	15,6	9,5	6,5	5,7	9,9	6,5
Больницы, санатории	7,2	10,6	12,9	17,1	16,3	11,0	7,6	7,2	6,5	3,4
Кафе, рестораны	17,9	4,2	5,3	9,9	7,6	9,9	9,1	8,0	10,3	17,9
Ярмарки	8,0	11,4	14,4	12,5	7,6	12,2	13,3	10,6	6,8	3,0
Интернет-магазины	6,1	7,2	13,7	16,0	14,4	10,3	14,4	10,6	6,1	1,1
Спец. места на аграрном рынке	4,9	4,2	7,6	6,1	10,6	12,5	12,9	16,0	13,3	11,8
Специализированные магазины	2,3	5,3	3,8	4,2	5,7	8,7	11,0	21,3	18,3	19,4
Супермаркеты	1,5	1,9	3,4	3,4	5,7	10,7	13,4	12,6	19,5	27,9

Источник: составлено автором

## Наличие точек присутствия каналов распределения органической продукции

Таблица И. 7 – Наличие точек присутствия каналов распределения органической продукции на локальных рынках в Республике Крым

Название	Кол-во населения ( $P_{нас}$ ), чел.	Количество точек присутствия канала ( $P_{кан}$ ), ед.								
		Отели	Супермаркеты	Специализированные	Детсады, школы	Места на рынке	Ярмарки	Места на ярмарках	Кафе, рестораны	Больницы, санатории
Бахчисарайский район	90911	89	10	0	51	0	15	452	65	45
Белогорский район	60445	10	0	0	49	0	15	504	43	46
городской округ Алушта	52318	109	5	0	23	239	71	1225	70	31
городской округ Евпатория	119258	137	11	2	39	882	81	2928	137	69
городской округ Керчь	147033	47	13	0	42	2325	83	955	131	38
городской округ Судак	32278	170	2	0	16	154	25	1069	123	9
городской округ Феодосия	100962	77	16	0	39	0	44	766	246	32
городской округ Ялта	133675	156	12	1	49	1536	62	988	438	79
Джанкойский район	68429	12	0	0	88	1657	29	1520	62	82
Кировский район	50834	2	0	0	31	0	10	396	36	28
Красногвардейский район	83135	4	2	0	54	161	13	158	29	66
Краснопереконский район	26268	2	0	0	27	243	8	319	46	34
Ленинский район	61143	28	2	0	53	0	14	876	58	46
Нижнегорский район	45092	2	0	0	37	0	6	133	20	41
Первомайский район	32789	0	0	0	36	0	9	141	21	37
Раздольненский район	30663	14	0	0	24	0	48	875	14	33
Сакский район	76489	224	5	0	78	0	52	1324	87	72
Симферопольский район	152091	64	22	7	193	3730	92	11936	460	285
Советский район	31898	2	0	0	30	0	4	196	11	31
Черноморский район	30500	48	0	1	23	0	44	1741	37	32

Источник: рассчитано автором

## Приложение К

Степень лояльности населения к каналам распределения органической продукции  
на локальных рынках в Республике Крым

Таблица К. 8 – Степень лояльности населения к каналам распределения органической продукции на локальных рынках в Республике Крым

Название	Уровень лояльности к каналам распределения *							
	Супермаркеты	Специализированные магазины	Специализированные места на аграрном рынке	Гостиницы и отели	Школы и детские сады	Лечебно-профилактические организации	Кафе и рестораны	Фермерские ярмарки
Бахчисарайский район	н	н	о	в	н	н	н	о
Белогорский район	о	о	о	сл	сл	сл	н	н
городской округ Алушта	н	н	сл	в	н	н	сл	в
городской округ Евпатория	в	в	в	в	о	н	сл	сл
городской округ Керчь	в	в	н	сл	о	о	сл	сл
городской округ Судак	сл	сл	сл	в	н	о	в	в
городской округ Феодосия	н	н	о	в	о	о	в	сл
городской округ Ялта	в	в	о	в	о	н	в	сл
Джанкойский район	о	о	н	сл	в	в	сл	сл
Кировский район	о	о	о	о	сл	н	н	н
Красногвардейский район	сл	сл	о	н	сл	сл	о	о
Красноперекопский район	о	о	сл	о	в	в	в	н
Ленинский район	н	н	о	сл	сл	сл	сл	н
Нижнегорский район	о	о	о	о	сл	сл	о	о
Первомайский район	о	о	о	в	в	в	н	н
Раздольненский район	о	о	о	сл	сл	в	о	в
Сакский район	н	н	о	в	в	сл	сл	сл
Симферопольский район	н	н	н	сл	в	в	в	сл
Советский район	о	о	о	н	в	сл	о	о
Черноморский район	н	н	о	в	сл	в	сл	в

\*Примечание: в – высокая возможность развития канала распределения, сл – слабая возможность развития канала распределения, н – нейтральная возможность развития канала распределения, о – отсутствие возможности развития канала распределения

Источник: рассчитано автором на основе проведенных исследований

**Акты о внедрении результатов исследования  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»**



**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
имени В.И.Вернадского»  
(ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И.Вернадского»)  
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**  
ул. Севастопольская, 21/4,  
г. Симферополь, Республика Крым, Россия, 295015  
Тел./факс: +7 (3652) 27-05-65  
e-mail: main@ieu.cfuv.ru

*21.01.2022 № 12/12-12/38*

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

В объединенный совет по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук Д 999.240.03, созданного на базе ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»

**Справка**

о внедрении результатов диссертационного исследования  
Митиной Эллы Александровны  
на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(региональная экономика)  
в учебный процесс

Результаты диссертационной работы старшего преподавателя кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела Института экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского» Митиной Эллы Александровны на тему: «Формирование и развитие локальных рынков органической продукции на основе эффективной системы пространственного распределения», выполняемой в рамках реализации гранта РФФИ по проекту «Рынок органической сельскохозяйственной продукции: формирование товародвижения и прогнозирования конъюнктуры в регионе», №17-32-00009-ОГН (срок реализации: 2017 г.– 2019 г.) и инициативных НИР: «Региональный маркетинг и нейрокогнитивные технологии в системе социально-экономического развития: стратегия и тактика продвижения», № АААА-А21-121011390029-9 (срок реализации: 2021 г. – 2025 г.), «Исследование трансформаций хозяйственных связей и торговой политики Республики Крым в условиях реализации федеральных целевых программ» № АААА-А16-116051910077-2 (срок реализации: 2016 г. – 2021 г.), внедрены в учебный процесс при преподавании дисциплин «Инфраструктура товарного рынка», «Маркетинг территорий» у обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

В соответствующих разделах рабочих программ вышеуказанных дисциплин используются следующие научно-методические разработки диссертационного исследования Митиной Э.А.:

1. Методика оценки потенциала развития рынка.
2. Методика оценки емкости рынка.
3. Методика оценки конкурентоспособности рынка.

Первый заместитель директора  
по учебно-методической работе

М. Г. Никитина

## Продолжение приложения Л

## Министерство экономического развития Республики Крым



МІНІСТЕРСТВО  
ЭКОНОМІЧНОГО  
РОЗВИТКУ  
РЕСПУБЛІКИ КРИМ

МИНИСТЕРСТВО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО  
РАЗВИТИЯ  
РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

КЪЫРЫМ  
ДЖУМХУРИЕТИНИНЬ  
ИКЪТИСАДИЙ  
ИНКИШАФЫ ВЕЗИРЛИГИ

проспект Кирова, 13, г. Симферополь, Республика Крым, 295005,  
тел. приемной: 500-857, 544-361, тел. канцелярии 500-867, факс: 544-328,  
e-mail: main@minek.rk.gov.ru https://minek.rk.gov.ru

от 21.01.22 № 12/247 **Справка**

о внедрении результатов исследования по диссертации  
на № \_\_\_\_\_ от Митиной Эллы Александровны  
на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным  
хозяйством (региональная экономика)

Результаты исследования, полученные Э.А. Митиной, в диссертации на тему «Формирование и развитие локальных рынков органической продукции на основе эффективной системы пространственного распределения», имеют практической значение для Министерства экономического развития Республики Крым.

Локальные рынки органической продукции играют важную роль в рыночной экономике, выступают катализатором решения проблем национальной продовольственной безопасности, повышения качества и уровня жизни населения региона, обеспечивают удовлетворение первоочередных процессов жизнедеятельности населения в части получения услуг жилищно-коммунального хозяйства, транспорта, медицины и др.

В работе проведена оценка потенциала развития локальных рынков органической продукции в регионе путем применения геоинформационных методов на основе ГИС-технологий, регрессионного, корреляционного, факторного анализом, методов прогнозирования, моделирования и экстраполяции, что позволило определить стратегические направления развития и формирования локальных рынков органической продукции в Республике Крым.

Представленные в работе Э.А. Митиной перспективные направления функционирования локальных рынков органической продукции на основе реализации возможных сценариев приняты к рассмотрению и последующему внедрению в программных документах развития экономики региона, носящих стратегический характер.

Министр экономического  
развития Республики Крым



Д. Шеряко



## Продолжение приложения Л

## Министерство сельского хозяйства Республики Крым



РАДА МІНІСТРІВ  
РЕСПУБЛІКИ КРИМ

СОВЕТ МИНИСТРОВ  
РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

НАЗИРЛЕР ШУРАСЫ  
КЪЫРЫМ ДЖУМХУРИЕТИ

МІНІСТЕРСТВО  
СІЛЬСЬКОГО  
ГОСПОДАРСТВА  
РЕСПУБЛІКИ КРИМ

МИНИСТЕРСТВО  
СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА  
РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

КЪЫРЫМ  
ДЖУМХУРИЕТИНИНЪ  
КОЙ ХОДЖАЛЫГЪЫ  
НАЗИРЛИГИ

ул. Киевская, 81, г. Симферополь,  
Республика Крым, 295034

тел.: (3652) 25-01-36  
e-mail: minagro@msh.rk.gov.ru

от 13.12.2021 № 14/2840  
на № \_\_\_\_\_

## Справка

о внедрении результатов диссертационного исследования  
Митиной Эллы Александровны  
на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(региональная экономика)

Министерство сельского хозяйства Республики Крым сообщает, что основные выводы и результаты диссертационного исследования Митиной Эллы Александровны на тему: «Формирование и развитие локальных рынков органической продукции на основе эффективной системы пространственного распределения», а также отдельные положения предложенной стратегии развития локальных рынков органической продукции, ориентированной на долгосрочную стабилизирующую трансформацию экономики имеют определенный интерес для разработки стратегических документов в области развития сельского хозяйства в регионе.

Значимым потенциалом в деятельности Министерства обладают авторские предложения по формированию и развитию локальных рынков органической продукции в Республике Крым.

Первый заместитель министра



А. Зарединова

## Продолжение приложения Л

Союз «Торгово-промышленная палата Республики Крым»



СОЮЗ «ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ»  
UNION «CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY REPUBLIC OF CRIMEA»



Исх. № 722 от 14.12.2021 г.

### Справка

о внедрении результатов диссертационного исследования  
Митиной Эллы Александровны  
на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(региональная экономика)

Диссертационное исследование Митиной Эллы Александровны на тему: «Формирование и развитие локальных рынков органической продукции на основе эффективной системы пространственного распределения» является следствием комплексного изучения проблем, связанных с развитием рынка органической продукции в регионе. В результате исследования была предложена и апробирована концептуальная модель формирования территориальных кластеров пространственного распределения органической продукции в Республике Крым.

Работа содержит конкретные предложения по формированию эффективной системы пространственного распределения органической продукции в регионе. Основные предложения и выводы данного исследования были использованы в работе Союз «Торгово-промышленная палата Республики Крым» для организации и проведения ярмарок органических сельхозпроизводителей.

Вице-президент



А.Л. Костецкий

Адрес: 295000, Российская Федерация,  
Республика Крым, г. Симферополь,  
ул. Генерала Васильева, 43,

Тел.(Ph.) +7 978 974 44 11, +7 978 744 414  
E-mail: crimea@tpprf.ru  
Website: crimea.tpprf.ru