

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
Кафедра менеджмента и бизнеса

И.о. заведующего кафедрой
канд. экон. наук, доцент
Ю.А. Шумилова

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
магистра

**ВЛИЯНИЕ КОНЦЕПЦИИ «ЗЕЛеноЙ ЭКОНОМИКИ» НА РАЗВИТИЕ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ**

38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа «Маркетинг»

Выполнила работу
студентка 2 курса
очной формы обучения



Дегоян Тагуи Межаковна

Научный руководитель
канд. экон. наук, доцент



Руденко Дмитрий Юрьевич

Рецензент
канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры экономики
и финансов ТюмГУ

Драгунова Лариса Васильевна

Тюмень
2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ «ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ» И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ.....	8
1.1. "ЗЕЛЕНАЯ" ЭКОНОМИКА: ПОНЯТИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА.....	8
1.2. «ЗЕЛЕННЫЕ» ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ РЫНКИ.....	16
1.3. ПОРТРЕТ «ЗЕЛЕНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ» И МОДЕЛЬ «ЗЕЛЕННЫХ» ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЗАКУПОК.....	21
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ МИРОВОГО РЫНКА ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ.....	27
2.1. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ.....	27
2.2. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ РОССИИ.....	33
ГЛАВА 3. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В УРАЛЬСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ.....	38
3.1. ОЦЕНКА ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКИХ	38
3.2. ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА.....	41
3.3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ.....	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	53
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	57
ПРИЛОЖЕНИЯ 1-5.....	62

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследуемой темы. В современной научной сфере проблема концепции «зеленой экономики» является достаточно неизученной и одной из самых актуальных проблем в связи с формированием и развитием потребительских рынков в зеленом экономическом пространстве.

«Зеленая экономика» - это концепция, которая еще не получила широкой огласки среди экономистов и экологов. Это чрезвычайно сложная концепция, и вряд ли в краткосрочной перспективе может быть достигнуто соглашение по ее значению, использованию, полезности и последствиям для политики. Концепция зеленой экономики представляет собой модель развития, которая ведет к улучшению качества жизни населения. Однако на сегодняшний день в научной литературе не сложилось единого определения «зеленой экономики».

Экологические проблемы ведут к изменениям качества благосостояния нынешнего и будущего поколений. Во многих странах растет беспокойство по поводу глобальной экономики, развития окружающей среды и социальной справедливости. Следовательно, чтобы преодолеть эти проблемы, «зеленая экономика» была предложена в докладах Конференции ООН по устойчивому развитию («Рио+20») в качестве важного инструмента для достижения устойчивого развития. Многие страны продвигают зеленую экономику, которая является чистой и энергоэффективной экономикой.

Влияния концепции «зеленой экономики» на перестройку эколого-экономических систем не только на отдельно взятые страны, но и на весь мир, в целом, вызывает повышенный интерес среди исследователей, стремящихся найти ту грань, когда страна в силу своей развитости переходит на потребительские рынки «зеленой экономики».

Таким образом, актуальность выпускной квалификационной работы обусловлена следующими факторами:

Во-первых, отсутствием единого и полноценного определения концепции зеленой экономики, которая позволила бы исследователям вывести параметры перехода стран к данной экономической системе.

Во-вторых, отсутствием типов и моделей потребительских рынков, которые являются важным элементом перехода к зеленой экономике.

В-третьих, малоизученностью данной проблемы в России.

Теоритической основой выпускной квалификационной работы послужили труды таких ученых, как Pearce, AtKisson, Routledge, Barbier, Ploeg и Withagen, Georgeson, M. Maslin, Waage, Yap, Mundaca, Kennis, Christensen, Ottoman, McGregor, Sitarz, Griskevicius, Carrington, Young, Sharma, Deloitte, Brinkerhoff, Kasser и многие другие.

Среди отечественных исследователей изучением концепции «зеленой экономики» занимаются Я.В. Горчаков, Д.Н. Дурманов, В.И. Кордович. Однако недостаточно широкое освещение данной проблематики проводится российскими исследователями, что дает основание для дальнейших исследований в этой области.

Объект исследования являются потребительские рынки органических продуктов.

Предмет исследования является взаимосвязь концепции «зеленой экономики» и развития потребительских органических рынков.

Цель исследования - разработать рекомендации по развитию потребительского рынка органических продуктов Уральского федерального округа.

Достижение указанной цели предопределило решение следующих задач:

- 1) рассмотреть концепцию «зеленой экономики»;
- 2) изучить «зеленые» потребительские рынки;
- 3) описать портрет «зеленого потребителя»;
- 4) проанализировать развитие мирового рынка органических продуктов;
- 5) проанализировать развитие рынка органических продуктов в России;
- 6) оценить факторы формирования и развития рынка органических продуктов Уральского федерального округа;
- 7) выявить потенциал развития рынка органических продуктов

Уральского федерального округа;

8) разработать рекомендации для развития рынка органических продуктов России и уральского федерального округа.

Научная новизна магистерского исследования состоит в следующем:

- уточнена трактовка понятия концепции «зеленой» экономики, аккумулирующая разрозненные взгляды, представленные в научной литературе;
- предложена собственная классификация «зеленых» потребительских рынков;
- посредством проведения сравнительного анализа потребительских рынков была разработана модель зеленых потребительских закупок;
- были определены основные каналы сбыта органических продуктов в России;
- были рассчитаны индексы агропромышленного потенциала, экологической чистоты и уровня жизни регионов Уральского федерального округа;
- посредством расчета индексов регионы Уральского федерального округа были разделены на группы потребителей, производителей и условных производителей;
- предложены рекомендации по реализации рынка органических продуктов в России.

Методологической основой исследования стали системный подход, функциональный анализ и сравнительный анализ. Системный подход позволил выделить общие свойства и характеристики отдельных элементов «зеленых» потребительских рынков, в частности рынка органических продуктов. Функциональный анализ помог в построении модели «зеленых» потребительских закупок. Обращение к сравнительному анализу позволило сравнить и выявить потенциал развития регион Уральского федерального округа.

Теоритическая значимость – было сформулировано новое определение «зеленой экономики», которое адаптировано под потребительские рынки. Также

были определены и выделены потребительские рынки «зеленой экономики».

Практическая значимость- данное исследование может использоваться производителями органической продукции для развития своей фирмы. Предложенные рекомендации может использоваться органами государственной власти при развитии рынка органических продуктов.

Структура работы состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы. В первой и третьей главах выделены по три параграфа, а во второй два параграфа. Работа содержит 12 таблиц и 23 рисунка.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Alan AtKisson, Routledge The Sustainability Transformation: How to Accelerate Positive Change in Challenging Times, 2012. 344 p.
2. Andrew Abela. Marketing and consumerism: A response to O'Shaughnessy and O'Shaughnessy, 2006. 9 p.
3. Auger and Devinney. Do What Consumers Say Matter? The Misalignment of Preferences with Unconstrained Ethical Intentions, 2007, 15 p.
4. Barr and Gilg. Sustainable Lifestyles: Framing Environmental Action in and Around the Home, 2006. 5 p.
5. Better Policies for Development Policy Coherence and Green Growth.OECD, 2015
6. Brown and Kasser. Are psychological and ecological well-being compatible? The role of values, mindfulness, and lifestyle, 2005. 7 p.
7. Carrington. Why Ethical Consumers Don't Walk Their Talk: Towards a Framework for Understanding the Gap Between the Ethical Purchase Intentions and Actual Buying Behaviour of Ethically Minded Consumers, 2010. 3 p.
8. Christensen, Godskesen, Gram-Hassen, Quitzau & Ropke. Greening the Danes. Experience with consumption and environment, 2007. 39 p.
9. Cole M., Elliott R.J.R., Azhar A.K. The determinants of trade in pollution intensive industries: North – South evidence. University of Birmingham, UK. Mimeo, 2000. 13 p.
10. _David Pearce, Anil Markandya and Edward B. Barbier. Blueprint for a green economy.London, Great Britain, 1989. 192 p.
11. Diamantopoulos, Schlegelmilch, Sinkovics and Bohlen. Can Socio-Demographics Still Play a Role in Profiling Green Consumers? A Review of the Evidence and Empirical Investigation, 2003. 6 p.
12. Diamantopoulos. Can Socio-Demographics Still Play a Role in Profiling Green Consumers? A Review of the Evidence and Empirical Investigation, 2003, 13 p.
13. Edward B. Barbier. A global green new deal, 2012. 31 p.

14. Edward B. Barbier. Journal article. Building the green economy. Big ideas for sustainable prosperity: policy innovation for greening growth, 2016. 9 p.
15. Emerald Group Publishing Limited. New Perspectives in Luxury Branding, 2005. 21 p.
16. Green economy coalition [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.greeneconomycoalition.org/> (дата обращения 27.03.2020)
17. Green Growth and Developing Countries A Summary for Policy Makers June 2012 OECD [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.oecd.org/dac/50526354.pdf> (дата обращения 27.10.2019)
18. Grossman G., Krueger A. Economic growth and the environment // The Quarterly Journal of Economics. 1995. 231 p.
19. Gumeni, Shalari, Mulla. Towards sustainable consumption in Albania, 2015. 3 p.
20. Helping to simplify Economics [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.economicshelp.org/css/css%20pre-pwdesign/index-orpwd.html> (дата обращения 15.03.2020)
21. Hettige H., Dasgupta S., Wheeler D. What improves environmental compliance? Journal of Environmental Economics and Management 39 (1), 2000. P. 39 – 66.
22. Huang and Rust. Sustainability and consumption, 2011. 5 p.
23. IFOAM Organic international. Global policy toolkit on public support to organic agriculture [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.ifoam.bio/our-work/how/regulation-policy/global-policy-toolkit> (дата обращения 15.05.2020)
24. Jay Trivedi. Effectiveness of Mobile Advertising on Gen Y's Attitude and Purchase Intentions, 2015. 3 p.
25. Jayson L. Lusk, Jutta Roosen, Jason Shogren. The Oxford Handbook of the Economics of Food Consumption and Policy, 2005. 31 p.
26. John Thøgersen. Promoting "Green" consumer behavior with eco- labels, 1994. 132 p.

27. Jones L.E., Rodolfo E.M. A positive model of growth and pollution controls. NBER working paper 5205, 1995. P. 369-405.
28. Karnika Gupta, Narendra Singh. Consumption Behaviour and Social Responsibility: A Consumer Research Approach, 2009. 201 p.
29. Leblang D. A. Property rights, democracy, and economic growth. Political Research Quarterly, 49(1), 1996. P. 5–27.
30. Lucien Georgeson, Mark Maslin and Martin Poessinouw. The global green economy: a review of concepts, definitions, measurement methodologies and their interactions, 2015. 32 p.
31. McConnell K.E. Income and the demand for environmental quality. Environment and Development Economics 2, 1997. P. 383 – 399.
32. Michael P. Todaro, Smith S. Economic Development: eleventh edition, 2011. 321p.
33. Module 3: Organic market and trade [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://www.un-page.org/files/public/module_3_organic_market_and_trade.pdf (дата обращения 27.05.2020)
34. Nusa Dua Declaration [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.iri.edu.ar/publicaciones_iri/anuario/cd%20Anuario%202010/Mayd/ONU%20-%20Programa%20de%20las%20Naciones%20Unidas%20para%20el%20Medio%20Ambiente%20-%20Declaraci%F3n%20de%20Nusa%20Dua%20-%20Bali.pdf (дата обращения 25.03.2020)
35. O. Milovanov. Marketing and Sustainability: Identifying the Profile of Green Consumers, 2015. 5 p.
36. OECD Better policies for better lives [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.oecd.org/about/secretary-general/betterpoliciesforbetterlives.htm> (дата обращения 15.05.2020)
37. Ottoman. Conceptualisation, development and validation of green marketing orientation (GMO) of SMEs in India: A case of electric sector, 2006. 6 p.

38. Paul Stern. Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior, 2000. 9 p

39. Payments for environmental services within the context of the green economy. Natural Resources Management and Environment Department Food and Agriculture Organization of the United Nations September [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.fao.org/3/a-al922e.pdf> (дата обращения 11.03.2020)

40. Pezzey J.C.V. Economic analysis of sustainable growth and sustainable development. Environment Department working paper 15. World Bank, 1989. 73 p.

41. Saint-Paul G., ch. 2 . In: Goldin I., Winter A.L. (Eds.), The Economics of Sustainable Development. Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK, 1994. P. 47 – 50

42. Spaargaren and Oosterveer. Citizen-Consumers as Agents of Change in Globalizing Modernity: The Case of Sustainable Consumption, 2010. 23 p.

43. Statista [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/682204/global-smart-home-market-size/> (дата обращения 11.05.2020)

44. Swanson T.M. The International Regulation of Extinction. Macmillan, London, 1994. 2 p

45. UNDESA. A guidebook to the Green Economy [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/GE%20Guidebook.pdf> (дата обращения 17.05.2020)

46. United nations (goals to transform the world for persons with disabilities) [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/envision2030.html> (дата обращения 27.04.2020)

47. Van der Ploeg and Withagen. Green Growth, Green Paradox and the global economic crisis, 2013. 88 p.

48. Waage J., Yap C., Bell S. Governing Sustainable Development Goals: Interactions, infrastructures and institutions, 2015. 13 p.

49. Willer, Helga and Julia Lernoud. The world of organic agriculture. Statistics

and Emerging Trends, 2018. 7 p.

50. World Bank Group – International Development. [Электронный ресурс]: official site – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/>. (дата обращения: 15.05.2020 г.)

51. Концепция устойчивого развития как идеологический и политический фундамент глобализации: теория и практика внедрения. [Электронный ресурс]: Информационное агентство «ИА REX» - Режим доступа: <http://www.iarex.ru/articles/51140.html>. (дата обращения: 18.03.2020 г.)

52. Мировое органическое земледелие XXI века / Я.В. Горчаков, Д.Н. Дурманов. - М.: Издательство «ПАИМС», 2002. - 402 с.

53. Санпин 2.3.2.1078-01 Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901806306> (дата обращения 21.11.2019)

54. Техника построения сценариев для описания и анализа рисков в сельском хозяйстве: монография / В.И. Кордович. - Санкт-Петербург: спбгау, 2011. - 77 с

55. Экономическая библиотека: Концепция устойчивого развития. [Электронный ресурс]: информационно-образовательный ресурс «Economylit.online» - Режим доступа: http://economylit.online/ekonomika-stran_725/kontseptsiya-ustoychivogo-razvitiya.html. (дата обращения: 21.03.2020 г.)