

"MARKETING, PROMOCJA ORAZ ANALIZA RYNKU: ANALIZA WARTOŚCI I STRUKTURY RYNKU PRODUKCJI EKOLOGICZNEJ W POLSCE, ZE SZCZEGÓLNYM OKREŚLENIEM WARTOŚCI JEGO POSZCZEGÓLNYCH BRANŻ"

Projekt finansowany ze środków Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi na podstawie § 8 ust. 1 pkt 2 i ust. 8 oraz lp. 7 załącznika nr 7 do rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 29 lipca 2015 r. w sprawie stawek dotacji przedmiotowych dla różnych podmiotów wykonujących zadania na rzecz rolnictwa (Dz. U. z 2015 r. poz. 1170, Dz.U. z 2016 r. poz. 1614 oraz z 2017 r. poz. 1470) na podstawie decyzji z dnia 26.04.2019 r

Podstawowym celem projektu jest analiza wybranych aspektów funkcjonowania rynku żywności ekologicznej w Polsce, w tym:

- określenie źródeł danych rynkowych, ich jakości i spójności oraz możliwości wykorzystania na potrzeby wyceny krajowego rynku żywności ekologicznej;
- stworzenie rekomendacji dotyczących systemu informacji na potrzeby rynku żywności ekologicznej w Polsce;
- określenie czynników wpływających na strukturę i wartość rynku;
- określenie wartości wybranych branż produkcji ekologicznej (np. mleko, mięso, owoce i warzywa);
- określenie udziału konsumentów deklarujących dokonywanie zakupów żywności ekologicznej oraz częstotliwości zakupu wybranych kategorii produktowych;
- określenie poziomu wiedzy na temat żywności ekologicznej i sposobu jej znakowania oraz deklarowanych wydatków na żywność ekologiczną i miejsc jej zakupu;
- identyfikację postrzeganych przez konsumentów barier zakupu żywności ekologicznej;
- wycenę ekspercką wartości rynku żywności ekologicznej.

Czas trwania: 1.06.2019 r – 15. 11.2019 r

Wyniki realizowanych w ramach projektu badań projektu będą dostępne nieodpłatnie dla wszystkich przedsiębiorstw działających w danym sektorze pod adresem:

<http://wnzck.sggw.pl/wydzial/jednostki/katedra-organizacji-i-ekonomiki-konsumpcji/zaklad-badan-konsumpcji/materialy-publicacje/>.

Przewidywany termin opublikowania wyników – 15.11.2019 r.

Kierownik projektu: **dr hab. Sylwia Żakowska-Biemans, Zakład Badań Konsumpcji**