



Universitatea Tehnică a Moldovei

**IMPLIMENTAREA ECO-MARKETINGULUI
ÎN AFACERILE AGRICOLE**

Masterand:

Berco Ala

Conducător:

**Țurcanu Nicolae
Dr., conf.univ.**

Chișinău, 2020

MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA

Universitatea Tehnică a Moldovei

Facultatea Inginerie Economică și Business

Departamentul Economie și Management

**Admis la susținere
Șef departament:
Țurcan Rina, Dr., conf.univ.**

„_____” _____ 2020

IMPLIMENTAREA ECO-MARKETINGULUI ÎN AFACERILE AGRICOLE

Teză de master

Masterand:

**Berco Ala,
Grupa AA-191-M**

Conducător:

**Țurcanu Nicolae,
Dr., conf.univ.**

Chișinău, 2020

REZUMAT

Privită ca activitate umană, agricultura este strâns legată de natură. Ca urmare a cerințelor tot mai mari de alimente și a goanei după profit, agricultura s-a îndepărtat tot mai mult de natură, concomitent cu dezvoltarea creațiilor umane – mecanizarea, chimizarea, irigarea și mai nou ingineria genetică.

În acest context, suferințele naturii sunt tot mai multe și mai accentuate și se vor răsfrânge mai repede sau mai târziu asupra omului prin intensificarea fenomenelor distructive - inundații, alunecări de teren, avalanșe, scăderea fertilității naturale a solurilor, deșertificare, poluare etc, precum și prin explozia bolilor ce afectează sistemul imunitar vegetal (tăciune, bacterii, viruși, infestare), animal (gripa aviară, pesta porcina etc.) și uman (COVID19, cancer etc.) în toate componentele sale.

Creșterea productivității în agricultură a făcut posibilă reducerea numărului de lucrători numai că au crescut semnificativ intrările de energie (combustibili pentru mașini agricole, asigurarea funcționării sistemelor de irigații, producerea industrială a pesticidelor și îngrășămintelor artificiale, energie electrică pentru sistemele automate de hrănire și creștere a animalelor).

Efectele cele mai nedorite au apărut însă din utilizarea tratamentelor chimice care se aplică pe scară largă culturilor de diferite tipuri.

Lucrarea are scopul de a demonstra necesitatea unui sistem de management sănătos în cadrul gospodăriilor agricole, promovarea politicii pentru agricultură ecologică și protecția mediului înconjurător, acesta fiind un pilon important pentru viitorul omenirii și a întregii lumi.

Capitolul 1 abordează cadrul conceptual și teoretic al implementării eco-marketingului în afacerile agricole. S-a atras atenție la: Marketingul produsului ecologic; Agricultura ecologică. Obiectivele agriculturii ecologice; Aspecte legislative privind dezvoltarea marketingului și agriculturii ecologice în UE și RM

Capitolul 2 prezintă analiza economică a gospodăriilor agricole din R. Moldova, dezvoltarea agriculturii ecologice și implementarea eco-marketingului.

Capitolul 3 include componenta practică a tezei de master având în vedere studiul de caz privind implementarea eco-marketingului în agricultura ecologică în baza GT "Berco Viorel", unde se reflectă analiza SWOT; Competențele manageriale în gospodăria ecologică; Planul de afaceri ca instrument de management organizațional în gospodăria agricolă, implementând mai multe idei de afaceri.

Sușinerea antreprenoriatului în domeniul agriculturii ecologice poate fi o soluție pentru relansarea agriculturii naționale și atenuarea riscului de a sta în sărăcie.

În contextul în care Republica Moldova este o țară agrară, încurajarea formării sau dezvoltării unei afaceri în acest domeniu trebuie să devină o prioritate.

SUMMARY

Viewed as a human activity, agriculture is closely linked to nature. As a result of growing food requirements and the pursuit of profit, agriculture has moved further and further away from nature, along with the development of human creations - mechanization, chemicalization, irrigation and more recently genetic engineering.

In this context, the sufferings of nature are more and more accentuated and will sooner or later affect humans by intensifying destructive phenomena - floods, landslides, avalanches, decreased natural soil fertility, desertification, pollution, etc., and by the explosion of diseases that affect the plant (weeds, bacteria, viruses, infestation), animal (bird flu, swine flu, etc.) and human (COVID19, cancer, etc.) immune systems in all its components.

Increasing productivity in agriculture has made it possible to reduce the number of workers only by significantly increasing energy inputs (fuels for agricultural machinery, ensuring the operation of irrigation systems, industrial production of pesticides and artificial fertilizers, electricity for automatic feeding and animal husbandry systems).

However, the most undesirable effects arose from the use of chemical treatments that are widely applied to different types of crops.

The paper aims to demonstrate the need for a healthy management system in farms, promoting the policy of organic farming and environmental protection, which is an important pillar for the future of mankind and the world.

Chapter 1 addresses the conceptual and theoretical framework of implementing eco-marketing in agricultural business. Attention was drawn to: Marketing of the organic product; Organic farming. The objectives of organic agriculture; Legislative aspects regarding the development of organic marketing and agriculture in the EU and the Republic of Moldova

Chapter 2 presents the economic analysis of agricultural households in the Republic of Moldova, the development of organic agriculture and the implementation of eco-marketing.

Chapter 3 includes the practical component of the master's thesis considering the case study on the implementation of eco-marketing in organic agriculture based on the GC "Berco Viorel", which reflects the SWOT analysis; Managerial skills in the ecological household; Business plan as a tool for organizational management in the farm, implementing several business ideas.

Supporting entrepreneurship in organic farming can be a solution to relaunch national agriculture and alleviate the risk of poverty.

In the context in which the Republic of Moldova is an agrarian country, encouraging the formation or development of a business in this field must become a priority.

CUPRINS

INTRODUCERE	7
1. BAZELE TEORETICE ALE IMPLIMENTĂRII ECOMARKETINGULUI ÎN AFACERILE AGRICOLE.	
1.1. Marketingul produsului ecologic.....	9
1.2. Agricultură ecologică.Obiectivele agriculturii ecologice.....	13
1.3. Aspecte legislative privind dezvoltarea marketingului și agriculturii ecologice în UE și RM.....	20
2. ANALIZA ECONOMICĂ A GOSPODĂRIILOR AGRICOLE DIN REPUBLICA MOLDOVA	
2.1. Analiza economică a activității gospodăriilor țărănești	25
2.2. Analiza agriculturii ecologice	29
2.3. Analiza ecomarketingului și a producției agricole la nivel de gospodărie țărănească	32
3. STUDIU DE CAZ PRIVIND IMPLIMENTAREA ECOMARKETINGULUI ÎN AGRICULTURA ECOLOGICĂ ÎN BAZA GT „BERCO VIOREL”	
3.1. Analiza SWOT	37
3.2. Competențe manageriale în gospodăria ecologică.....	39
3.3. Planul de afaceri ca instrument de management organizațional în gospodăriile agricole.....	44
CONCLUZII	66
BIBLIOGRAFIE	68
ANEXE	
ANEXA 1 Terenurile agricole după categoriile deținătorilor de teren;.....	70
ANEXA 2 Structura și ponderea terenurilor agricole după categoriile deținătorilor de teren;.....	71
ANEXA 3 Numărul Gospodăriilor Țărănești care au primit teren agricol în contul cotelor;.....	72
ANEXA 4 Suprafața plantațiilor multianuale și ponderea lor în gospodăriile țărănești;.....	73
ANEXA 5 Recolta globală a culturilor agricole;.....	74
ANEXA 6 Suprafața totală în agricultura ecologică;.....	75
ANEXA 7 Numărul agenților economici înregistrați în agricultura ecologică;.....	76
ANEXA 8 Suprafața înregistrată în agricultura ecologică.....	77
ANEXA 9 UNIF GT ”BercoViorel”.....	78

INTRODUCERE

Data fiind evoluția societății umane, opinia publică a sesizat degradarea și regresul componentelor mediului, dându-le importanța cuvenită, obligând astfel actorii politici și pe cei socio-economici la participarea efectivă în vederea conservării și dezvoltării de o manieră durabilă a tot ceea ce ne înconjoară. De altfel, sondajele de opinie la nivel european demonstrează acest lucru, în ultimii ani problematica protecției mediului fiind clasată în poziția a doua din punct de vedere al importanței, după problemele sociale-șomaj, stabilitate economică, posesia unei locuințe, securitate personală etc.

Conștientizarea faptului că intensitatea activității umane sporește asupra mediului, fie prin consumul necontrolat de resurse și spațiu, fie prin producerea unor deșeuri pe care natura nu le poate absorbi fără suferințe a determinat comunitatea internațională să treacă la inițierea și susținerea unor acțiuni concrete pentru preîntâmpinarea, contracararea și eliminarea repercursiunilor factorilor perturbatori ai echilibrului ecologic.

Apariția unor riscuri ecologice majore care amenință ansamblul planetei , despădurire masivă “efectul de seră “, alterarea stratului de ozon, pericolul accidentelor nucleare etc. ne obligă să ne gândim că modelul nostru de creștere nu ar fi prea “ durabil “ și s-ar impune urgent un altul pentru toată lumea.

„Economie-ecologie” – așezați împreună, acești termeni par să sugereze o anumită apropiere, evidențiată mai ales la începutul acestui mileniu al alarmelor globale.

Economia, în sensul său original, înseamnă luarea în stăpânire a lucrurilor utile lumii prin conducere gospodărească și conlucrare cetățenească, în vechiul “ polis” care își caută cu tenacitate prosperitatea, plăcerea de a trăi , cum o numea Georgescu-Roegen (1994).

Ecologia înseamnă locuire înțeleaptă, convețuire armonioasă cu natura, parteneriat între societatea umană și mediul natural, creștere economică în condiții de corectă gestionare ecologică, gestionare care trebuie să devină prioritate și responsabilitate.

În trecut consumatorii erau informați numai la modul general despre problemele ecologice, însă în viitor informațiile ecologice vor fi specializate și specifice. Omisiunea unor informații ecologice nu prezenta prea mare importanță în trecut. Sensibilitatea consumatorilor față de asemenea omisiuni se va dezvolta însă foarte mult în viitor.

În cadrul acestor schimbări, firmele au fost și sunt obligate să-și modifice strategiile anterioare. Dacă înainte acestea aveau o mare autonomie, acum activitățile economice sunt determinate tot mai mult din exterior, prin legi sau dorințe ale consumatorilor.

Cercetările de marketing orientate până acum doar spre vânzare vor trebui să preia noi sarcini legate de evoluția problemelor mediului și de strategiile rezultate din această evoluție. Cercetările de marketing vor putea oferi o bază de informații pentru un management corespunzător, și anume:

- metode noi de instruire a personalului;
- determinarea unor modificări în comportamentul consumatorului;
- determinarea unor schimbări în politica ecologică a concurenței.

Marketingul ecologic va trebui să țină seama de cerințele consumatorilor, în special prin politica produsului, prin modificări în procesul de producție și prin ciclul de viață al produsului. O lărgire a procedeele obișnuite de testare a produselor noi trebuie să țină seama de fazele de producție, utilizare și înlocuire a produsului, de problematica intensității resurselor, de caracteristicile de siguranță, gradul de întreținere, de informație, cât și de reutilizare. Inscricționarea produselor conform standardelor recunoscute completează aceste posibilități. Acest lucru este valabil și pentru industria ambalajelor, unde se pune problema utilizării, pe scară din ce în ce mai extinsă, a ambalajelor de folosință unică și multiplă.

Motivația de la care am pornit în abordarea cercetării managementului proceselor de producție a produselor alimentare ecologice este orientată cel puțin în următoarele direcții: interesul de care se bucură tema de cercetare la nivel internațional și național, dinamica și complexitatea fondului științific tratat, direcțiile de cercetare care au generat multiple dezbateri și încă nu au condus la un consens unanim acceptat pe toate planurile, precum și, în egală măsură, implicațiile economice atașate, adică importanța acordată din ce în ce mai mult de către managerii unităților ce operează în agricultura ecologică.

Rolul sistemului de agricultură ecologică este de a produce hrană mult mai curată, mai potrivită metabolismului organismului uman, dar în deplină corelație cu conservarea și dezvoltarea mediului în respect față de natură și legile ei. Unul dintre principalele scopuri ale agriculturii ecologice este producerea de alimente cu gust, textură și calități autentice și atractive. Aceste alimente se obțin în etapa producției la fermă prin interzicerea strictă a utilizării organismelor modificate genetic (OMG-uri și derivatele acestora) și prin restricții drastice privind folosirea fertilizanților și pesticidelor de sinteză, a stimulatorilor și regulatorilor de creștere, hormonilor, antibioticilor și sistemelor intensive de creștere a animalelor.

Relația AGRICULTURĂ - ALIMENTAȚIE - SĂNĂTATE este din ce în ce mai evidentă, deoarece în mare parte „bolile civilizației” sunt puse pe seama unei alimentații necorespunzătoare calitativ, urmare a exceselor de utilizare a chimizării în cadrul tehnologiilor intensive și ca atare piața produselor „bio” este din ce mai căutată și mai apreciată.

BIBLIOGRAFIE

1. Raport anual privind implimentarea proiectului din cadrul Programului de Stat (2020-2023) ”Elaborarea instrumentelor economice noi de evaluare și stimulare a competitivității agriculturii Republicii Moldova pentru anii 2020-2023 (cifrul 20.80009.0807.16)disponibil: https://ince.md/uploads/files/1606742442_seadr.pdf
2. Activitatea agricolă a micilor producători agricoli în republica moldova în 2015; disponibil: https://statistica.gov.md/public/files/publicatii_electronice/Activitatea_agricola/Activitatea_agricola_2016.pdf
3. Raport anual privind implimentarea proiectului din cadrul Programului de Stat (2020-2023) ”Evaluarea multidimensională și dezvoltarea ecosistemului antreprenorial la nivel național și regional în vederea impulsioniării sectorului IMM în Republica Moldova (cifrul 20.80009.0807.38)disponibil: https://ince.md/uploads/files/1606742483_ca.pdf
4. Raport anual privind implimentarea proiectului din cadrul Programului de Stat (2020-2023) ” Perfecționarea mecanismelor de aplicare a instrumentelor inovaționale orientate spre creșterea durabilă a bunăstării populației Republica Moldova (cifrul 20.80009.0807.29)disponibil: https://ince.md/uploads/files/1606742454_scsnt.pdf
5. **Indicatori economico pentru IMM și gospodăriile agricole MS Excel; disponibil:** <https://statistica.gov.md/pageview.php?l=ro&idc=263&id=2196>
https://statistica.gov.md/public/files/Metadata/Mici_Producatori_Agricoli.pdf
<https://statistica.gov.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=6796>
https://statistica.gov.md/public/files/Metadata/alte/Metodologie_PAG.pdf
6. Masa rotundă „**Problemele dezvoltării infrastructurii de suport – parte importantă a ecosistemului antreprenorial**”, organizată în cadrul secției „Cercetări în antreprenariat” a INCE, 15 octombrie 2020 (<https://ince.md/ro/noutci-i-evenimente/mese-rotunde/1305-a-n-u-n-.html>).
7. http://www.green-economies-eap.org/resources/Raport_RO.pdf
8. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/> , accesat la 2/5/2012;
9. <http://www.fibl.org/en/themes/organic-farming-statistics.html>, (accesat în februarie 2015)
10. <http://www.madr.ro/agricultura-ecologica/dinamica-operatorilor-si-a-suprafetelor-in-agricultura-ecologica.html> - accesat în 20/02/2015;
11. <https://statistici.insse.ro/shop/index.jsp?page=tempo3&lang=ro&ind=AGR101A>, accesat la 10/8/2013;
12. http://www.madr.ro/pages/dezvoltare_rurala/pndr_versiune_decembrie_2012.pdf, accesat la 8/3/2013;
13. <http://ec.europa.eu/agriculture/analysis/external/employment/women-young->

[people_en.pdf](#), accesat la 4/6/2011;

14. http://europa.eu.int/comm/agriculture/rica/detailt_en.efm, accesat la 8/8/2012;

15. [http://www.presidency.ro/static/Cadrul National Strategic Rural](http://www.presidency.ro/static/Cadrul_National_Strategic_Rural);

16. www.agribussines.ro

17. www.agricultura-ecologica.ro

18. www.bioagro.ro

www.ecogenetica.ecosv.ro

www.mapam.ro

www.organicinputs.org

www.organic-nature-news.com

www.sciencedirect.com

Publicații oficiale

1. Codul cu privire la știință și inovare al Republicii Moldova: nr. 259-XV din 15 iulie 2004.
In: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*, 2004, nr. 125-129, pp. 12-70.

Cărți electronice și publicații monografice online

1. POPA, Ana, PROHNIȚCHI, Valeriu. *Sectorul de cercetare, dezvoltare și inovare din Moldova: este oare necesară o reformă? Versiune preliminară* [online]. Chișinău: Expert-Grup, 2011 [citat 02.09.2016]. Disponibil: http://www.expert-grup.org/library_upld/d360.pdf.