

# **АГРАРНИЙ МАРКЕТИНГ**

**Навчальний посібник**

**За редакцією М.І. Лобанова,  
Т.А. Маркіної,  
Т.В. Арестенко**



# Аграрний маркетинг

Навчальний посібник

За редакцією М.І. Лобанова,  
Т.А. Маркіної,  
Т.В. Арестенко

*Допущено*

*Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України,  
Міністерством аграрної політики та продовольства України  
як навчальний посібник для студентів  
вищих аграрних закладів освіти  
II-IV рівнів акредитації*

Мелітополь

ТОВ «Видавничий будинок ММД»

2012

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	4
<b>Розділ 1. ОСНОВНІ АСПЕКТИ АГРОМАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ</b> .....	5
1.1. Поняття аграрного маркетингу та його роль в економіці .....	5
1.2. Особливості маркетингу при його становленні в аграрному секторі .....	11
1.3. Фактори ефективності агромаркетингу та його конкретизовані функції .....	14
Контрольні питання .....	21
<b>Розділ 2. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ТА ЙОГО ОРГАНІЗАЦІЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ</b> .....	22
2.1. Сутність та структура управління агромаркетингом .....	22
2.2. Концепції маркетингової діяльності та об'єктивна необхідність переходу аграрних підприємств України до маркетингової концепції .....	27
2.3. Складові процесу управління маркетингом у сільському господарстві .....	32
2.4. Основні напрями ефективного управління агромаркетингом .....	36
Контрольні питання .....	38
<b>Розділ 3. АГРАРНИЙ РИНОК ТА МЕХАНІЗМ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ</b> .....	40
3.1. Сутність та структура ринку .....	40
3.2. Маркетингова інфраструктура аграрного ринку .....	47
3.3. Механізм функціонування та регулювання аграрного ринку .....	50
3.4. Міжнародна інтеграція вітчизняного аграрного ринку в СОТ .....	58
Контрольні питання .....	63
<b>Розділ 4. КОМПЛЕКСНЕ ВИВЧЕННЯ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ</b> .....	65
4.1. Поняття комплексного дослідження та його основні напрями .....	65
4.2. Вивчення товару .....	67
4.3. Попит і пропозиція: їх сутність та функції .....	71
4.4. Ринкове сегментування: поняття, умови та критерії .....	75
4.5. Аналіз ринкової конкуренції та каналів збуту .....	78
Контрольні питання .....	81

<b>Розділ 5. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНОГО МАРКЕТИНГУ</b> .....	83
5.1. Маркетингова інформація та її різновиди .....	83
5.2. Сутність та основні складові маркетингової інформаційної системи .....	90
5.3. Технологія та основні етапи проведення маркетингового дослідження .....	99
Контрольні питання .....	106
<b>Розділ 6. СТРАТЕГІЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГУ</b> .....	107
6.1. Ціна та економічні пріоритети сільськогосподарських підприємств при її обґрунтуванні .....	107
6.2. Цінова політика та фактори, що впливають на рівень цін у сільському господарстві .....	111
6.3. Етапи встановлення ціни на сільськогосподарську продукцію .....	117
6.4. Специфіка і форми державного регулювання цін на сільськогосподарську продукцію .....	121
6.5. Ціновий моніторинг в АПК України .....	126
Контрольні питання .....	131
<b>Розділ 7. МЕТОДИ ПОШИРЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ</b> .....	133
7.1. Політика розподілу, її основна мета та сфера розподілу агропродукції .....	133
7.2. Типи каналів розподілу та їх характеристика .....	135
7.3. Оптова та роздрібна торгівля .....	140
7.4. Економічна доцільність використання спеціалізованих розподільчих структур .....	148
7.5. Реклама та стимулювання збуту .....	150
Контрольні питання .....	162
<b>Розділ 8. КООПЕРАЦІЯ В АГРАРНОМУ МАРКЕТИНГУ</b> .....	164
8.1. Організаційно-економічні основи сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів .....	164
8.2. Моделі обслуговуючих кооперативів та їх об'єднань .....	169
8.3. Специфіка створення та функціонування сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів .....	175
8.4. Зарубіжний досвід участі аграрних товаровиробників у кооперативному маркетингу .....	181
Контрольні питання .....	192

<b>Розділ 9. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ЯКІСТЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ</b> .....	194
9.1. Сутність та види конкурентоспроможності .....	194
9.2. Якість сільськогосподарської продукції .....	196
9.3. Системи управління якістю продукції .....	200
9.4. Стандартизація і стандарти на сільськогосподарську продукцію .....	206
Контрольні питання .....	212
<b>Розділ 10. МАРКЕТИНГ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ</b> .....	214
10.1. Становлення та розвиток зовнішньоекономічної діяльності аграрних товаровиробників .....	214
10.2. Організація маркетингової діяльності на зовнішньому ринку сільськогосподарської продукції .....	220
10.3. Підвищення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку та економічна ефективність зовнішньої торгівлі .....	227
Контрольні питання .....	231
<b>Розділ 11. ПРЯМИЙ МАРКЕТИНГ У ФЕРМЕРСЬКИХ ТА ОСОБИСТИХ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ</b> .....	233
11.1. Види прямого маркетингу .....	233
11.2. Розташування ринку прямого маркетингу .....	238
11.3. Облаштування ринку .....	240
11.4. Мерчандайзинг .....	245
11.5. Рекламування та просування продукції в прямому маркетингу .....	248
Контрольні питання .....	252
<b>СЛОВНИК ОСНОВНИХ ПОНЯТЬ</b> .....	254
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	265

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

## Аграрний маркетинг

Навчальний посібник

За редакцією – к.е.н М.І. Лобанова  
 к.е.н. Т.А. Маркіної  
 к.е.н. Т.В. Арестенко  
 Науковий редактор – Н.П. Мініна  
 Комп'ютерний  
 дизайн і верстання – Н.О. Фесенко

Підписано до друку 27.02.2012 р. Формат 60x84/16.  
 Папір офсетний. Наклад 1000 прим. Зам. № 2082.

ТОВ “Видавничий будинок ММД”  
 Св. ДК №1509 від 26.09.03 р.  
 м. Мелітополь, вул. К. Маркса, 21.  
 Тел.: 8 (06192) 6-81-46, 6-74-43.

Надруковано ПП Гапшенко В.О.