

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН,
УПРАВЛІННЯ І БІЗНЕСУ
КАФЕДРА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кваліфікаційна робота

Бакалавр

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: «**МАРКЕТИНГ НОВИХ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ ДЛЯ
РОЗВИТКУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ
(на прикладі Фермерського господарства «Даяна»)**»

Виконав: здобувач освіти 4 курсу, групи 4МЕВ
спеціальності 292 «Міжнародні економічні
відносини»
освітньо-професійної програми «Міжнародний
бізнес»

Богомолів-Василевський І.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник **к.е.н., доц. Чайка-Петигирич Л.Б.**

(прізвище та ініціали)

Рецензент **Ніколенко С.М.**

(прізвище та ініціали)

Херсон 2021 року

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра зовнішньоекономічної діяльності

Освітній рівень перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Галуз знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

Освітньо-професійна програма «Міжнародний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ д.е.н., професор Фомішина В.М.

«__» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ОСВІТИ

Богомолу-Василевському Іллі Вікторовичу

(прізвище, ім'я та по-батькові)

1. Тема роботи: «Маркетинг нових міжнародних ринків для розвитку аграрного бізнесу (на прикладі Фермерського господарства «Даяна»)»

керівник роботи _____ к.е.н., доц. Чайка-Петигирич Л.Б.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджена наказом вищого навчального закладу від «29» 01 2021 р. № 101-
с

2. Строк подання студентом роботи «10» 06 2021 р.

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти України, дані Держкомстату України, монографії, наукові статті, періодичні видання, електронні джерела, документи, звіти та статистичні данні Фермерського господарства «Даяна» за 2018-2020 рр.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: вступ, розділ 1. Теоретичні засади маркетингу зовнішніх ринків аграрного бізнесу, розділ 2. Аналіз маркетингового забезпечення діяльності аграрного підприємства, розділ 3. напрями розвитку аграрного бізнесу на основі маркетингу зовнішніх аграрних ринків, висновки, список використаних джерел

5. Перелік графічного матеріалу: робота складається з 16 таблиць, 11 рисунків, наочних матеріалів на 8 сторінках

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота «бакалавра» на тему «Маркетинг нових міжнародних ринків для розвитку аграрного бізнесу (на прикладі Фермерського господарства «Даяна»)» містить 85 сторінок, 16 таблиць, 11 рисунків, Перелік посилань нараховує 76 найменувань.

Метою дослідження є: дослідження теоретичних основ та формування практичних рекомендацій щодо маркетингу міжнародних ринків для аграрного бізнесу.

Об'єктом дослідження є: процес маркетингу зовнішніх ринків.

Предметом дослідження є: теоретико-методичні засади та практичний інструментарій організації маркетингу міжнародного аграрного ринку.

У роботі для досягнення поставленої мети було використано такі **методи дослідження**: прогнозування обсягів реалізації продукції при аналізі господарської (у тому числі і міжнародної діяльності), теоретичні (аналіз, систематизація, узагальнення), табличний, графічний. Було застосовано статистичні методи дослідження числових даних: вертикальний (структура показників) та горизонтальний (динаміка показників) аналіз.

Висновки та рекомендації роботи можуть знайти конкретну реалізацію в діяльності, в пропозиціях щодо маркетингового відбору зовнішніх ринків аграрного підприємства у контексті розвитку його міжнародного бізнесу.

Розроблені в кваліфікаційній роботі рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності за рахунок організації відбору кращих країн-імпортерів для підприємства були представлені на розгляд керівнику підприємства, де було визнано можливість практичного застосування в майбутньому окремих заходів та пропозицій щодо організації міжнародних операцій на визначених ринках.

Можливими напрямками продовження досліджень може бути маркетингова стратегія розширення міжнародного бізнесу підприємства на основі диверсифікації.

Ключові слова: маркетинг, міжнародний бізнес, експорт, аграрний ринок, продовольство, маркетинг зовнішніх ринків, комплекс маркетингу.

ABSTRACT

The bachelor project on the topic «Marketing of new international markets for the development of agricultural business (on the example of the farm «Daiana»)» contains 85 pages, 16 tables, 11 figures also 76 items of used literature.

The aim of the project is to study the theoretical foundations and the formation of practical recommendations for marketing international markets for agricultural business.

The research object: is the process of foreign markets marketing.

The research subject is: theoretical and methodological principles and practical tools for marketing the international agricultural market.

The project used the following **methods:** forecasting sales volume in the analysis of economic (including international activity), theoretical (analysis, classification, generalization), tabular, graphical. It was applied statistical methods of numerical data: vertical (structure parameters) and horizontal (dynamics of) analysis.

Conclusions and recommendations of work can find a specific implementation in activities in the proposals concerning marketing selection of the foreign markets of the agrarian enterprise in the context of development of its international business.

Developed in the thesis work recommendations for improving the efficiency of activities by selecting the best importing countries for the company were submitted to the head of the company for consideration, which recognized the possibility of practical application in the future of certain measures and proposals for for international operations in certain markets.

The possible areas of further research may be a marketing strategy to expand the international business of the enterprise on the basis of diversification.

Keywords: *marketing, international business, export, agricultural market, food, marketing of foreign markets, marketing complex.*

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГУ ЗОВНІШНІХ РИНКІВ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ	10
1.1. Теоретичні основи та форми прояву аграрного бізнесу	10
1.2. Особливості функціонування міжнародних ринків аграрної продукції	21
1.3. Визначення маркетингової привабливості нових міжнародних ринків для розвитку бізнесу підприємств	27
Висновки до розділу 1	37
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	37
2.1. Стисла економічна характеристика підприємства	37
2.2. Аналіз маркетингових аспектів діяльності підприємства	48
Висновки до розділу 2	56
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГУ ЗОВНІШНІХ АГРАРНИХ РИНКІВ	58
3.1. Маркетинговий аналіз торговельних зв'язків у діяльності аграрних підприємств	58
3.2. Обґрунтування маркетингових заходів на зовнішньому аграрному ринку	65
Висновки до розділу 3	74
ВИСНОВКИ	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79