**Ситуаційна задача з аграрного маркетингу**

Провести маркетингове дослідження аграрного (або продовольчого) ринку та визначити перспективи його розвитку.

Об’єкт дослідження - регіональний ринок зернових (технічних) культур або продуктів їх переробки. Результати дослідження представити у вигляді наукової роботи (обсяг 25-30 сторінок) та презентації (до 5 хвилин).

Рекомендовані складові дослідження:

1. Визначити об’єкт та суб’єкт дослідження (наприклад: хліб та хлібобулочні вироби, пшениця, соняшник, соняшникова олія, солодка кукурудза тощо).
2. Розкрити актуальність дослідження.
3. Виявити проблему (проблеми) розвитку регіонального ринку.
4. Визначити мету та завдання дослідження.
5. Дослідити сучасний стан та основні тенденції розвитку регіонального ринку (наприклад: динаміка виробництва та реалізації продукції, моніторинг цін, канали збуту продукції, оцінка ефективності, частка ринку основних товаровиробників досліджуваної продукції та їх географічна локалізація тощо).
6. Оцінити рівень та інтенсивність конкуренції в галузі (наприклад: конкурентна активність, конкурентний потенціал або аналіз основних конкурентів, сильні та слабкі сторони основних товаровиробників тощо).
7. Проаналізувати споживачів продукції (наприклад: сегментування споживачів за ознаками: чутливість до ціни, інтенсивність споживання, ступінь прихильності до продукції або іншими ознаками; аналітична характеристика основних споживчих сегментів; модель поведінки споживачів тощо).
8. Надати рекомендації рішення проблеми та визначити маркетингові напрями розвитку регіонального ринку продукції (наприклад: створення нового бренду, позиціонування його на ринку, удосконалення системи збуту, розробка заходів просування продукції, налагодження комунікаційної та цінової політики, розвиток інфраструктури аграрного ринку, удосконалення логістичних зв’язків тощо).