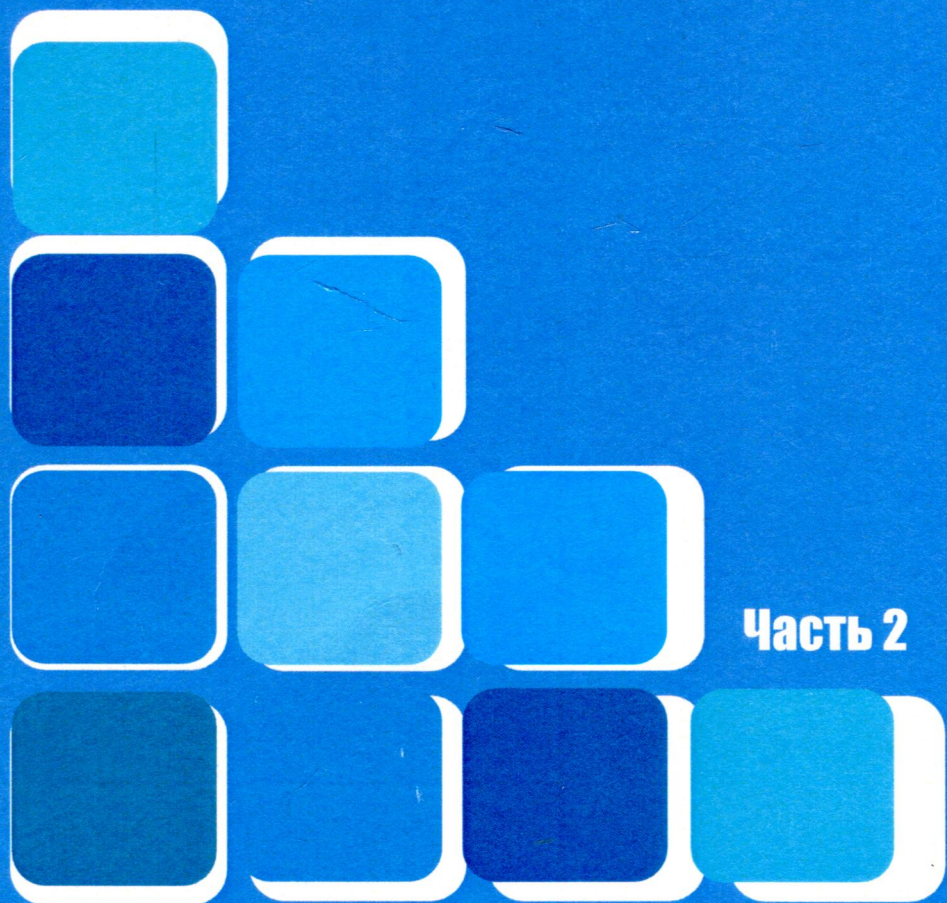


Н.В. Киреенко

**Система сбыта продукции АПК
на основе маркетингового подхода:
теория, методология, практика**



РЕСПУБЛИКАНСКОЕ НАУЧНОЕ УНИТАРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ
«ИНСТИТУТ СИСТЕМНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В АПК
НАЦИОНАЛЬНОЙ АКАДЕМИИ НАУК БЕЛАРУСИ»

Н.В. КИРЕЕНКО

СИСТЕМА СБЫТА ПРОДУКЦИИ АПК
НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА:
ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, ПРАКТИКА

В двух частях

Часть 2

*Под редакцией академика
В.Г. Гусакова*

Минск
Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси
2015

Киреенко, Н.В.

Система сбыта продукции АПК на основе маркетингового подхода: теория, методология, практика: в 2-х ч. Ч. 2. / Н.В. Киреенко; под ред. В.Г. Гусакова. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2015. – 173 с. – ISBN 978-985-6972-67-9.

Во второй части монографии обоснованы направления повышения эффективности сбытовой деятельности в АПК, включая совершенствование экономического регулирования развития, расширение рыночной инфраструктуры, развитие международного маркетинга. Предложены рекомендации по организации и функционированию системы сбыта и продвижения продукции АПК на внутреннем и внешнем рынке. На основе авторской методики, включающей критерии, показатели и алгоритм, определены особенности реализации маркетинговой деятельности и направления ее развития на примере конкретной отрасли.

Материал рассмотрен и одобрен на заседании ученого совета
Республиканского научного унитарного предприятия «Институт системных
исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси» и рекомендован
к опубликованию (протокол № 8 от 25 июня 2015 г.)

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент
Национальной академии наук Беларуси Г.И. Гануш,
доктор экономических наук, профессор Белорусского государственного
экономического университета М.И. Ноздрин-Плотницкий

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 6. Основные направления повышения эффективности сбытовой деятельности в АПК	3
6.1. Научные подходы экономического регулирования развития сбытовой системы АПК	3
6.2. Перспективные модели формирования и функционирования рыночных сбытовых структур	11
6.3. Методические подходы к использованию принципов международного агромаркетинга	23
6.4. Рекомендации по повышению эффективности функционирования аграрной товаропроводящие сети на внешних рынках	35
Глава 7. Организация и функционирование системы сбыта продукции АПК в новых условиях хозяйствования	44
7.1. Рыночный регулятивный механизм создания эффективной системы сбыта на основе маркетинга	44
7.2. Системная модель создания и функционирования сбытовых интеграционных объединений	63
7.3. Методика определения эффективности маркетинговой и сбытовой деятельности	71
Заключение	94
Список использованных источников	99
Приложения	118