

*Малова О.А. Экономическая эффективность маркетинговых мероприятий при производстве и реализации молочной продукции // Академия педагогических идей «Новация». – 2019. – №6 (июнь). – АРТ 209-эл. – 0,2 п. л. – URL: <http://akademnova.ru/page/875548>*

**РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

**УДК 338.45:57**

**Малова Оксана Алексеевна**

студентка 2 курса

*Научный руководитель:* Насиров Ю.З., К.Э.Н., доцент

ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»

п. Персиановский, Российская Федерация

e-mail: [yura-nasirov@rambler.ru](mailto:yura-nasirov@rambler.ru)

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ  
МЕРОПРИЯТИЙ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ И РЕАЛИЗАЦИИ  
МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ**

*Анотация:* В данной статье рассмотрены основные проблемы и задачи с которыми сталкиваются производители молочной продукции на сегодняшний день, проблемы ее реализации, а также приводятся рекомендации по их урегулированию.

*Ключевые слова:* маркетинг, молочная промышленность, молоко, влияние маркетинга, продвижение товара, потребители молочной продукции.

**Malova Oxana Alexeeevna**

Student 2 course

*Scientific leader:* Nasirov, Yu.Z., k.e.n., docent

FSBEI of HE "Don State Agrarian University"

Persianovsky village, Russian Federation

## **ECONOMIC EFFICIENCY OF MARKETING EVENTS IN THE PRODUCTION AND IMPLEMENTATION OF DAIRY PRODUCTS**

*Annotation:* This article discusses the main problems and challenges facing dairy producers today, the problems of its implementation, as well as recommendations for resolving them.

*Keywords:* marketing, dairy industry, milk, the impact of marketing, product promotion, consumers of dairy products.

В настоящее время молочное производство находится в таком состоянии, что даже при падающем объеме производства, столкнулось с проблемой реализации своей продукции. Причиной такого положения является достаточно низкая платежеспособность населения, низкое качество изготавливаемой продукции, высокая конкуренция между предприятиями, слабая развитость инфраструктуры.

Под влиянием этих факторов производителям приходится реализовывать свою продукцию по более низким ценам, что влечет за собой неспособность обеспечить воспроизводство.

Предприятия осуществляет свою деятельность в условиях внешней среды. Маркетинг является тем инструментом, с помощью которого возможно успешное осуществление рыночной деятельности. Однако в реальной действительности часто оказывается, что предприятие не использует все возможности, предоставляемые маркетингом, мотивируя это нехваткой времени и средств, ненужностью или просто невозможностью в силу складывающихся объективных обстоятельств,[1, с. 65].

Цель данной работы – продвижение молочных продуктов на рынке, трудности возникающие на пути к реализации, высокая конкуренция, второстепенные сопутствующие трудности.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: раскрыть значение факторов влияющих на продвижение молочных продуктов на рынке и инструменты воздействия.

Маркетинговая программа - это разработанный на основе комплексных маркетинговых исследований стратегический план-рекомендация производственно-сбытовой и научно-технической деятельности предприятия на определенный период времени, призванный обеспечить оптимальный вариант ее будущего развития с учетом запросов потребителей и согласно выдвинутым целям и стратегии, [2, с. 35].

При разработке маркетинговых программ следует учитывать многие условия, ограничение и перспективы в развитие рынка, его запросы, действие прямых и обратных связей с рынком.

Существует четыре составляющие комплекса маркетинга:

- Товар
- Цена
- Место продажи
- Продвижение товара

Маркетинговая политика товара должна учитывать район распространения молочной продукции, вкусовые предпочтения, платежеспособность населения и потребление продукции в данном районе. На начальных этапах к работе привлекаются дилеры и дистрибьюторы. Для них действует специальная программа скидок и информационная поддержка. Для стимулирования сбыта также применяют обратную связь с клиентами для сбора предложений и пожеланий, относительно качества продукции и её цены.

Обеспечение информационной поддержки партнеров и покупателей также является важным моментом маркетинговой политики. Необходимо обеспечить детализированный перевод сопутствующей молочной продукции документации, интернет-медиа контента и рекламной атрибутики с учетом национальных особенностей России, [3, с. 85].

Для этого бренд, слоганы и цвета компании зачастую изменяют как частично так и полностью. Иногда один и тот же товар могут продвигать по-разному для разных социальных слоев, учитывая финансовые возможности населения.

Для решения проблемы сбыта продукции следует применять следующие инструменты продвижения:

1. Дегустации. Дегустацию молочных продуктов можно проводить как в торговых центрах, супермаркетах, так и на уличных мероприятиях. Следует отметить, что дегустация молока и кефира не эффективна, так как от наличия витаминов или других добавок вкус не измениться.

2. Мерчендайзинг грамотная выкладка товаров. Благодаря которой потенциальные покупатели, наиболее чаще обращают внимание на продукцию.

3. Интернет, социальные сети. Удачно выбрав целевую аудиторию в Сети, можно добиться поставленных целей.

4. Привлечение знаменитостей может поднять продукцию на новый уровень.

По проделанной работе можно определить, что покупатели часто обращают внимание на цену продукции, но не менее важным является маркетинговая программа товара, такие качества как привлекательность упаковки, яркий баннер, звучный слоган, мерчандайзинг, реклама в сети, выбор знаменитостей, зачастую является решающим фактором.

Для новинок молочной продукции, производителю следует сделать акцент на натуральность продукта, привлекательна будет также новизна и цена продукта.

#### **Список использованной литературы:**

1. Айдинова А.Т., Эрдниева Э.В., Намысов С.В. и др. Точки роста региональной экономики: инструменты и методы: коллективная монография / Айдинова А.Т., Эрдниева Э.В., Намысов С.В. и др. – Ставрополь.: Издательство Калмыцкого государственного университета им. Б.Б. Городовикова, 2017. – 162 с.
2. Сайт. URL <https://samvoar.livejournal.com/9155.html> (дата обращения 04.11.18)
3. Сайт. URL <https://pixelsutra.com/dairy-industry-market-analysis-and-marketing-strategies/> (дата обращения 04.11.18)

*Дата поступления в редакцию: 25.06.2019 г.*

*Опубликовано: 30.06.2019 г.*

*© Академия педагогических идей «Новация», электронный журнал, 2019*

*© Малова О.А., 2019*