

УДК 338.439

DOI: 10.34670/AR.2023.70.69.043

## Повышение производства и потребления молочных продуктов в России и продовольственная безопасность

**Строев Владимир Витальевич**

Доктор экономических наук, профессор,  
Государственный университет управления,  
109542, Российская Федерация, Москва, Рязанский пр., 99;  
e-mail: vstroeв@yandex.ru

**Магомедов Магомед Даниялович**

Доктор экономических наук, профессор,  
Государственный университет управления,  
109542, Российская Федерация, Москва, Рязанский пр., 99;  
e-mail: profmagomedov@mail.ru

**Алексейчева Елена Юрьевна**

Доктор экономических наук, профессор,  
Московский городской педагогический университет,  
129226, Российская Федерация, Москва,  
2-й Сельскохозяйственный проезд, 4,  
e-mail: AlekseichevaEU@mgpu.ru

### Аннотация

В статье показана большая значимость увеличения объемов производства молока и молочных продуктов в стране для обеспечения продовольственной безопасности и выполнения норм физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для населения Российской Федерации. Представлен анализ динамики потребления молока и молочной продукции, раскрыты резервы роста производства молока и молочной продукции, описана текущая ситуация на рынке, предложены направления совершенствования ценовой и ассортиментной политики предприятий молочной отрасли с учетом новых трендов поведения потребителей. Для стимулирования потребительского спроса производителям молока и молочной продукции необходимо постоянно проводить маркетинговые исследования, анализируя уровень материального благополучия домохозяйств в регионах, вкусовые предпочтения покупателей и стратегии потребительского поведения, чтобы разрабатывать уникальные ассортиментные и ценовые политики, а также стратегии продвижения продукции для каждого сегмента рынка.

### Для цитирования в научных исследованиях

Строев В.В., Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. Повышение производства и потребления молочных продуктов в России и продовольственная безопасность // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 6А. С. 368-380. DOI: 10.34670/AR.2023.70.69.043

**Ключевые слова**

Молоко, молочные продукты, продовольственная безопасность, потребление молока, модели поведения потребителей, потребительский спрос, упаковка молочной продукции, онлайн-продажи.

**Введение**

Значимость повышения объемов производства молока и молочных продуктов в РФ определяется тем, что они являются источником полноценного и высокоусваиваемого (93-96%) белка, содержащего полный набор незаменимых аминокислот в количестве [Магомедов, Заздравных, 2007], достаточном для биосинтеза белка в организме человека, наряду с яйцами, мясом и рыбой [Магомедов, Куломзина, Чайкина, 2008].

Молочные жиры легко усваиваются организмом человека. Молочный сахар, лактоза, меньше сбраживается в пищеварительной системе, что повышает пищевую ценность этого дисахарида [Алексейчева, Магомедов, Костин, 2014], который к тому же участвует в формировании ферментов, необходимых для функционирования нервной системы. Молоко также является источником витамина Д, что особенно важно в питании детей, поскольку этот витамин способствует повышению иммунной защиты организма, укреплению костей, спокойному сну.

«Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации», утвержденная в 2020 г., предусматривает уровень самообеспечения страны молоком и молокопродуктами (в пересчете на молоко) — не менее 90%, а нормативы, определенные Федеральным центром гигиены и эпидемиологии Роспотребнадзора (ФБУЗ ФЦГиЭ Роспотребнадзора) в методических рекомендациях «Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации» устанавливают, что в среднем взрослому человеку для восполнения биологических потребностей в сутки необходим 1 грамм животного белка на каждый килограмм массы тела. У детей потребность в животном белке в несколько раз выше и в зависимости от возраста составляет от 4 до 1,5 граммов на килограмм массы тела. Так как коровье молоко содержит чуть больше 3 % животного белка в своем составе, а также учитывая половозрастной состав нашего населения и рекомендуемые ФБУЗ ФЦГиЭ Роспотребнадзора нормативы, среднестатистическому россиянину ежегодно требуются, наряду с 265 куриными яйцами, 24 кг рыбы и 73 кг мяса, 110 литров молока.

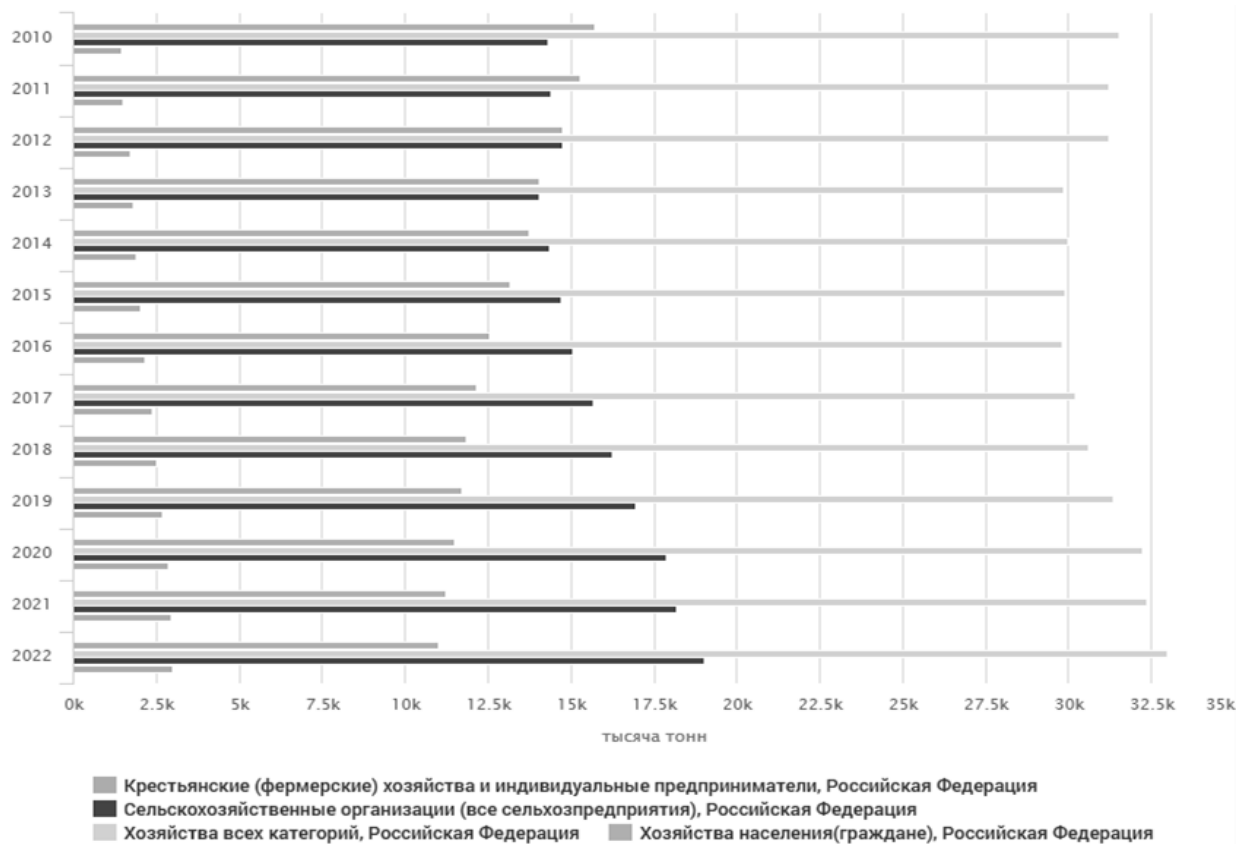
Получают ли россияне рекомендуемые объемы молока? Проанализируем производство различных видов молока и молочных продуктов и их потребление на душу населения.

**Актуальные проблемы развития рынка молока и молочной продукции**

Как видно на рис. 1, начиная с 2020 г. в Российской Федерации удалось восстановить и даже превзойти показатели 2010 г., до этого постоянно снижавшиеся.

Однако в 2020 г. предприятия по производству молока и молочной продукции, как и в других отраслях народного хозяйства России, столкнулись с целым рядом негативных факторов внешней среды [Алексейчева, Магомедов, 2022]. Однако большинство из них было преодолено или частично компенсировано. Так, снижение поголовья коров, нарушение логистических

цепочек, дефицит заквасок, поставляемых ранее из стран, оказывающих сейчас санкционное давление на РФ, компенсировалось государственной поддержкой отрасли, введением повышающих коэффициентов для эффективных производителей молока, выплатами стимулирующих и компенсирующих субсидий, появлением более 200 новых молочных ферм.



По данным Росстата. Производство молока в хозяйствах всех категорий URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/40694>

**Рисунок 1 - Производство молока в хозяйствах всех категорий в 2010-2022 гг., тыс. т., значение показателя за год**

Положительная динамика развития молочной отрасли отразилась и на росте потребления молока и молочной продукции (рис. 2), хотя темпы прироста могли быть и выше, так как в большой степени ограничивалась факторами потребления молочной продукции. Тем не менее, как мы видим, рекомендуемые объемы молока по потреблению на душу населения перекрываются более чем в 2 раза.

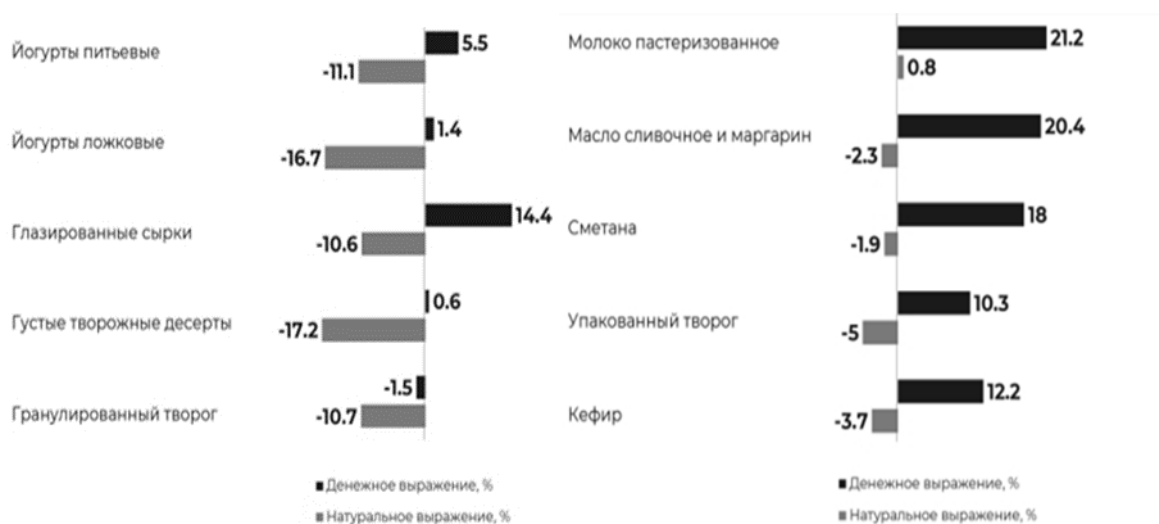
Крайне важно сохранить этот тренд, так как сейчас покупатели молочной продукции находятся в сложной экономической ситуации [Алексейчева, Магомедов, 2022], вызванной снижением реальных зарплат, сокращением рабочих мест в ряде отраслей [Алексейчева, Кириллов, Малышева, Токарева, 2019]. Они прибегают к потребительским моделям поведения, направленным на экономию [Алексейчева, 2016]. В большей степени эти стратегии потребителей затрагивают высокоценовые сегменты рынка молока и молочной продукции. Так, по данным исследовательской компании NielsenIQ в первом полугодии 2022 гг. происходило снижение потребления современных и дорогих продуктов (йогурты, творожные десерты,

гранулированный творог) и замещение их в рационе питания населения РФ базовыми молочными категориями, более дешевыми и традиционными, такими, как молоко и кефир (рис. 3).



По данным Росстата. Потребление основных продуктов питания населением Российской Федерации. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13278>

**Рисунок 2 - Потребление молока на душу населения в 2017-2022 гг., л, значение показателя за год**



По данным исследовательской компании NielsenIQ «Тренды индустрии: молочная продукция». URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/trendy-industrii-molochnaya-produkciya/>

**Рисунок 3 - Динамика продаж молочной продукции в первом полугодии 2022 г. по сравнению с 2021 г.**

Помимо стратегий экономии потребителей, обусловленных снижением реальных доходов населения, негативное влияние на рынок молока и молочной продукции оказывали такие факторы, как сокращение числа покупателей, вызванное миграционными процессами на фоне объявления частичной мобилизации и продолжающимся снижением численности населения РФ; а также значительный рост цен на молочную продукцию, определяемый в наибольшей степени дефицитом сырьевых компонентов и стремительным ростом затрат производителей молочной продукции на приобретение упаковки.

В 2022 г западные страны ограничили поставки в Россию красок, растворителей и иной полиграфической продукции. Это создало значительные проблемы для выпуска основных типов упаковки. С отечественного рынка ушли крупные производители тары и упаковки, такие как норвежская компания Elopak, специализирующаяся на производстве упаковки для скоропортящейся продукции, и транснациональный производитель упаковки Tetra Pak. Ситуацию несколько сгладило решение обеих упомянутых компаний о передаче своих российских подразделений местному менеджменту и начавшееся производство локальных марок тары и упаковки.

Актуальной проблемой роста потребления молока и молочной продукции остается непереносимость лактозы рядом потребителей наряду со сложностями, которые вызывает молоко за счет повышения кислотности и раздражения слизистой оболочки ЖКТ [Алексеичева, Магомедов, Куломзина, 2015]. Индивидуальная непереносимость лактозы, врожденная или приобретенная, довольно часто встречается у людей, представляя собой нарушение выработки организмом лактазы, фермента, отвечающего за переработку молочного сахара.

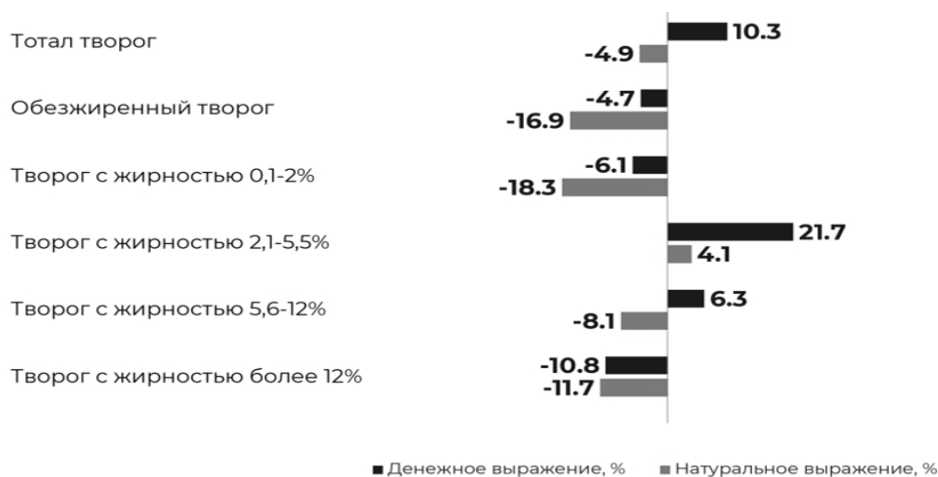
Это может быть проблемой для производителей молочной продукции, а может — возможностью для увеличения доли рынка [Магомедов, Миносянц, 2002], если производители налаживают выпуск безлактозных напитков — натурального молока, в которое добавлена лактаза, под действием которой лактоза уже в процессе производства распадается на глюкозу и галактозу, при этом напиток становится слаще. Молоко также часто вызывает различные формы аллергии, так как может содержать гормоны, антибиотики и другие вредные вещества как результат контаминации в процессе производства и розлива. Если производители молока и молочной продукции не экономят на контроле качества производства продукции, то они могут избежать отказа потребителей от приобретения продукции их торговых марок.

### **Возможности производства альтернативных продуктов**

Также значимым трендом для развития производства предприятий молочной отрасли является ... производство немолочных альтернативных продуктов. Эти товары могут помочь завоевать потребителей, имеющих различные формы аллергии на молочную продукцию, а также тех, кто интересуется такими продуктами из стремления к здоровому образу жизни.

Следует при этом отметить, что молочная продукция с пониженным содержанием жиров, ранее являвшаяся растущим сегментом, причем с высокими темпами роста, в основном как раз на фоне моды на ЗОЖ, существенно замедлилась (а по некоторым позициям — снизилась) в настоящей ситуации, когда потребители больше ценят питательную ценность приобретаемых продуктов. Сейчас активно растут сегменты рынка молочной продукции с более высокой степенью жирности, и наиболее явно эта тенденция проявляется в сегменте упакованного творога, где доли продукции с показателем жирности менее 2 % и обезжиренного творога серьезно сокращаются, а творог с жирностью 2,1-5,5 %% занимает лидирующее положение

почти во всех регионах РФ, — его доля стремится к 50 % рынка в стоимостном выражении (рис. 4).



По данным исследовательской компании NielsenIQ «Тренды индустрии: молочная продукция». URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/trendy-industrii-molochnaya-produkciya/>

**Рисунок 4 - Динамика продаж творога в первом полугодии 2022 г. по сравнению с 2021г.**

Что касается динамики продаж молока, то здесь, в отличие от рынка творога, наибольшей популярностью пользуется молоко с массовой долей жира 2,5-3,5 %%, на долю которого приходится более 50 % рынка (рис. 5).



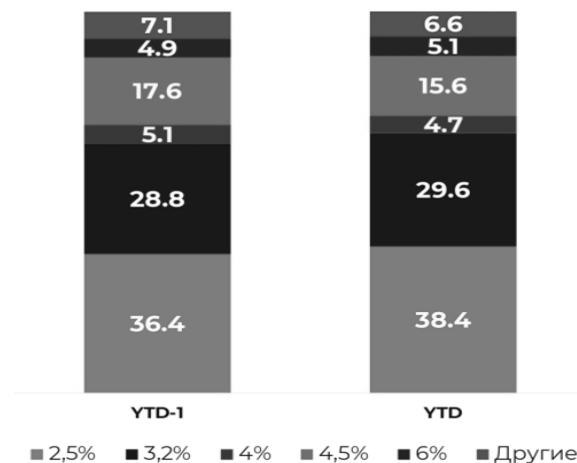
По данным исследовательской компании NielsenIQ «Тренды индустрии: молочная продукция». URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/trendy-industrii-molochnaya-produkciya/>

**Рисунок 5 - Динамика рынка молока в первом полугодии 2022 г. по сравнению с 2021г.**

Тем не менее, молоко с жирностью 6 % является вторым сегментом по темпу прироста, подтверждая тезис о новых стратегиях потребления, которые демонстрируют покупатели молочной продукции на фоне экономического кризиса (рис. 6).

Потребление молока равномерно в течение года, выраженная сезонность не наблюдается. Выделяют следующие типы молока: пастеризованное, ультрапастеризованное, стерилизованное, топленое, концентрированное (жирность больше 6,5%), безлактозное, о

значимости которого в ассортиментном портфеле производителей молочной отрасли мы писали ранее, и молочные коктейли. Основную долю на рынке занимает пастеризованное молоко — 74%, на втором месте — ультрапастеризованное (около 21%). Эти виды считаются более полезными, так как подвергаются менее длительной и агрессивной тепловой обработке, в них сохраняется больше витаминов и полезных веществ. Потребители меньше доверяют молоку с длительным сроком хранения. Концентрированное молоко не снискало любовь покупателей, частично из-за своей высокой стоимости, частично из-за того, что традиционным товаром на российском рынке является сгущенное молоко с сахаром, которое служит также самостоятельным десертом и ингредиентом для выпечных изделий.



По данным исследовательской компании NielsenIQ «Тренды индустрии: молочная продукция». URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/trendy-industrii-molochnaya-produkciya/>

### Рисунок 6 - Доля продаж молока в денежном выражении в первом полугодии 2021 г. и в первом полугодии 2022 г., %

Важным трендом в поведении потребителей молочной продукции, который обязательно нужно учитывать производителям в своей ассортиментной политике при определении объемов упаковки, является выраженный интерес покупателей к крупным форматам. Самый динамичный рост продаж демонстрируют пластиковые бутылки объемом от 1,1 до 1,4 л, на второй позиции по росту — упаковки еще крупнее, объемом более 1,4 л (рис. 7).

Что касается материала упаковки, то 40 % молока поставляется в пластиковой бутылке, 23 % – в пакете финнпак, и картонной упаковке тетрапак – 14 %. Последние два вида несколько сократились по сравнению с предыдущими периодами на фоне санкционных мер и проблем, о которых мы упоминали ранее.

Еще одним значимым трендом рынка молочной продукции, который необходимо принимать во внимание молокозаводам, это рост популярности СТМ – собственных торговых марок сетевой розницы среди потребителей, видящих в них хороший вариант для реализации стратегии экономии. Сегмент молочной продукции является крупнейшим среди СТМ сегментом, к тому же одним из самых быстрорастущих, отставая по темпам только от консервированных овощей (рис. 8).

Темпы роста были обусловлены, в большей степени, уходом западных компаний. Продажи молока Danone снизились на 25,2 %, в то время как СТМ выросли на 21,5 %. Но эта динамика может стать серьезной угрозой для производителей в регионах, которые не имеют контрактов

на производство продукции для сетевой розницы, а развивают собственные бренды.



По данным исследовательской компании NielsenIQ «Тренды индустрии: молочная продукция». URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/trendy-industrii-molochnaya-produkciya/>

**Рисунок 7 - Динамика продаж пастеризованного молока по объему упаковок в первом полугодии 2022 г. по сравнению с 2021г.**

Предприятия молочной отрасли, производящие СТМ, также могут оказаться в сложной ситуации, если преимущества от загрузки мощностей, которые обеспечиваются сотрудничеством с предприятиями сетевой розничной торговли, будут полностью нивелироваться падением спроса на собственную продукцию молокозаводов, что негативно скажется на конкурентоспособности компаний и эффективности производства.

**Структура денежных продаж СТМ, %**



**Динамика денежных продаж СТМ в топ-10 продовольственных категорий, вносящих положительный вклад в рост частных марок, %**



По данным исследовательской компании NielsenIQ «Тренды индустрии: молочная продукция». URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/trendy-industrii-molochnaya-produkciya/>

**Рисунок 8 - Структура и динамика продаж СТМ в денежном выражении за двенадцать месяцев с июня 2021 г. по июнь 2022 г. по сравнению с аналогичным предшествующим периодом, %**



Потребители, согласно исследованиям, выбирают СТМ не только из-за цены, которая ниже средней по товарной группе, что важно в при реализации стратегии экономии для покупателей, но и по тому, что собственные торговые марки сетей в последнее время существенно расширили ассортимент, обеспечивают лучшее соотношение «цена–качество», что обеспечивает рост лояльности покупателей.

СТМ-продукция входит в тройку лидеров во всех округах РФ. Особенно нужно быть внимательными региональным производителям Северо-Кавказского федерального округа, где на долю собственных торговых марок сетей приходится 36 % рынка, несмотря на большое количество крупнейших местных производителей (Ставропольский, Пятигорский, Нальчикский, Казьминский молочные комбинаты и др.). В Уральском федеральном округе потребление продукции СТМ растет ускоренными темпами, продемонстрировав в 2022 г. прирост более чем в 50 %.

Еще одной чертой потребительского поведения, несколько противоречащей общей нацеленности покупателей на экономию (онлайн-покупки молочной продукции имеют более высокий ценовой индекс), является рост продаж молочной продукции через Интернет. Тренд, получивший свое развитие в период пандемии COVID-19, продолжает быть актуальным по причине удобства онлайн-покупок.

Пока продажи молочной продукции отстают от товаров повседневного спроса в целом — доля онлайн-продаж FMCG в 2022 г. составила 6,2 %, а на рынке молочной продукции 3,7 %, но темпы роста весьма высоки, в первом полугодии 2022 года доля онлайн-продаж в молочной индустрии практически удвоилась по сравнению с годом ранее.

И если говорить об экономии, то частично более высокие цены в онлайн-торговле компенсируются возможностью приобретать в большом количестве товары большого объема упаковки, делая запас при наличии промоакций и специальных предложений, то есть реализовывать сразу две стратегии экономии. Потребители могут быть и «запасливыми», контролируя семейный бюджет за счет более крупных закупки продуктов впрок, и «оптимизаторами», приобретающими недорогие марки и выискивающими выгодные предложения.

## Заключение

Значение молока и молочных продуктов для человека сложно переоценить. В этом напитке, привычном всем с ранних лет, содержатся многие вещества и микроэлементы, необходимые для здоровья взрослых и полноценного развития детей. Не случайно молоко относится к продуктам первой необходимости. Поэтому крайне важно в целях обеспечения продовольственной безопасности страны увеличивать производство различных видов молока и молочных продуктов и их потребление на душу населения.

Для стимулирования потребительского спроса производителям молока и молочной продукции необходимо постоянно проводить маркетинговые исследования, анализируя уровень материального благополучия домохозяйств в регионах, вкусовые предпочтения покупателей и стратегии потребительского поведения, чтобы разрабатывать уникальные ассортиментные и ценовые политики, а также стратегии продвижения продукции для каждого сегмента рынка.

---

**Библиография**

1. Алексейчева Е.Ю. Инновации как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Пиво и напитки. 2005. № 5. С. 12-14.
2. Алексейчева Е.Ю. Новые тренды в управлении образовательными системами. В книге: Цифровая гуманитаристика: человек в «прозрачном» обществе. Алексейчева Е.Ю., Ананишнев В.М., Ермоленко Г.А., Жукоцкая А.В., Казенина А.А., Кожевников С.Б., Нехорошева Е.В., Осмоловская С.М., Сахарова М.В., Скородумова О.Б., Хасянов А.Ж., Хилханов Д.Л., Хилханова Э.В., Черненькая С.В. Коллективная монография. ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет». Москва, 2021. С. 68-97.
3. Алексейчева Е.Ю. Основные тренды потребительского поведения в условиях кризиса // Экономика и предпринимательство. 2016. № 8. С. 453-456.
4. Алексейчева Е.Ю. Повышение эффективности развития пивоваренной промышленности РФ. (теория, методология, практика): монография / Москва, 2006.
5. Алексейчева Е.Ю. Экосистемный подход к формированию финансовой грамотности: практика взаимодействия. В сборнике: Непрерывное образование в контексте Будущего. Сборник научных статей по материалам IV Международной научно-практической конференции. Москва, 2021. С. 69-76.
6. Алексейчева Е.Ю., Бороздина А.В. Проблемы подготовки нефинансовой отчетности российскими компаниями // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2014. № 2. С. 56-67.
7. Алексейчева Е.Ю., Еделев Д.А., Магомедов М.Д. Экономическая география и регионалистика. Учебник / Москва, 2012.
8. Алексейчева Е.Ю., Кириллов В.В., Малышева О.Г., Токарева Е.А. Проблемы развития государственно-общественного управления // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия «Экономика». 2019. № 4 (22). С. 32-43. DOI: 10.25688/2312-6647.2019.22.4.3
9. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д. Бизнес-стратегии предприятий мясной индустрии в условиях экономической нестабильности // Мясная индустрия. — 2022. — № 8. — С. 7-12.
10. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д. Основные факторы риска снижения производства мясной промышленности // Мясная индустрия. — 2022. — № 3. — С. 8-12.
11. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д. Процессы импортозамещения и продовольственная безопасность в Российской Федерации // Мясная индустрия. — 2022. — № 9. — С. 36-41.
12. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д. Технический уровень производства мясоперерабатывающих предприятий и продовольственная безопасность страны // Мясная индустрия. — 2022. — № 11. — С. 20-24.
13. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д. Фактор роста конкурентоспособности мясоперерабатывающих предприятий: повышение качества маркетинговых исследований // Мясная индустрия. — 2022. — № 7. — С. 24-28.
14. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д. Цена на мясопродукты как фактор повышения продовольственной безопасности // Мясная индустрия. — 2022. — № 10. — С. 21-27.
15. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д., Костин И.Б. Экономика организации (предприятия). Учебник для бакалавров / (2-е издание, переработанное и дополненное) Москва, 2014.
16. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю. Проблемы развития франчайзинга в ресторанном бизнесе РФ. Экономика и предпринимательство. 2015. № 12-2 (65). С. 1139-1142.
17. Алексейчева Е.Ю., Магомедов М.Д., Оганесянц А.Л., Саркисов Г.И. Современные тенденции развития рынка пива в Российской Федерации. Пиво и напитки. 2012. № 3. С.10-12.
18. Дунченко Н.И., Магомедов М.Д., Рыбин А.В. Управление качеством в отраслях пищевой промышленности Учебное пособие / (4-е издание) Москва, 2014. 212 с.
19. Жебелев И.А., Магомедов М.Д. Повышение конкурентоспособности предприятий сетевой розничной торговли. Монография / Москва, 2008.
20. Казенина А.А. Алексейчева Е.Ю. Проблема гуманитаризации образования в условиях цифровой образовательной среды // Актуальные вопросы гуманитарных наук: теория, методика, практика. Сборник научных статей VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. К 25-летию Московского городского педагогического университета. Москва, 2020. С. 118-124.
21. Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. Импортозамещение: преимущества и недостатки реализации программы для отраслей АПК Вестник МГПУ. Серия: Экономика. 2017. № 1 (11). С. 8-25.
22. Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю., Карабанова О.В. Обеспечение продовольственной безопасности на рынке мяса птицы и мясных продуктов // Мясная индустрия. — 2022. — № 5. — С. 7-13.
23. Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю. Повышение экономической эффективности использования зерна на мукомольных предприятиях Российской Федерации. Экономика и предпринимательство. 2015. № 10-2 (63). С. 865-868.
24. Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю. Повышение экономической эффективности использования фуражного зерна в Российской Федерации // Экономика и предпринимательство». 2015. №10-

- 1(63).С. 580-582.
25. Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю., Шинкарева О.В. Факторы увеличения объемов производства мяса и мясопродуктов в Российской Федерации // Мясная индустрия. — 2022. — № 6. — С. 7-12.
  26. Магомедов М.Д., Заздравных А.В. Экономика отраслей пищевых производств. Учебное пособие: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Экономика и управление на предприятиях пищевой промышленности" / (2-е изд.) Москва, 2007.
  27. Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И. Ценообразование. Учебник для студентов экономических вузов, обучающихся по направлениям подготовки "Экономика" и "Менеджмент" и специальностям "Маркетинг", "Экономика и управление на предприятии" / Москва, 2009.
  28. Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И. Экономика и организация производства. Пищевая промышленность. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки дипломированного специалиста 260200 (655600) "Производство продуктов питания из растительного сырья", 260500 (655500) "Технология продовольственных продуктов специального назначения и общественного питания", 260600 (655800) "Пищевая инженерия" / Санкт-Петербург, 2008.
  29. Магомедов М.Д., Миносянц А.М. Основные направления повышения конкурентоспособности мясоперерабатывающих предприятий. Хранение и переработка сельхозсырья. 2002. № 3. С. 14-15.
  30. Магомедов М.Д., Миносянц П.И. Способы повышения конкурентоспособности мясоперерабатывающего предприятия. Пищевая промышленность. 2002. № 4. С. 22-23.
  31. Нехорошева Е.В., Алексейчева Е.Ю. Имидж как управленческий ресурс общеобразовательной организации // Вестник МГПУ. Серия «Экономика». 2018. № 4 (18). С. 78-88. DOI: 10.25688/2312-6647.2018.18.4.9.
  32. Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации. Методические рекомендации. — М.: Федеральный центр гигиены и эпидемиологии Роспотребнадзора. 2009. — 38 с.

## **Increasing the production and consumption of dairy products in Russia and food security**

**Vladimir V. StroeV**

Doctor of Economics, Professor,  
State University of Management,  
109542, 99, Ryazanskii ave., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: vstroeV@yandex.ru

**Magomed D. Magomedov**

Doctor of Economics, Professor,  
State University of Management,  
109542, 99, Ryazanskii ave., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: profmagomedov@mail.ru

**Elena Yu. Alekseicheva**

Doctor of Economics, Professor,  
Moscow City Pedagogical University,  
129226, 4, 2nd Selskokhozyaystvennyi driveway,  
Moscow, Russian Federation;  
e-mail: AlekseichevaEU@mgpu.ru

---

**Abstract**

The article shows the great importance of increasing the production of milk and dairy products in the country to ensure food security and meet the standards of physiological needs for energy and nutrients for the population of the Russian Federation. The analysis of the dynamics of milk and dairy products consumption is presented, the reserves of milk and dairy products production growth are disclosed, the current market situation is described, directions for improving the pricing and assortment policy of dairy industry enterprises are proposed, taking into account new trends in consumer behavior. To stimulate consumer demand, producers of milk and dairy products need to constantly conduct marketing research, analyzing the level of material well-being of households in the regions, the taste preferences of buyers and consumer behavior strategies in order to develop unique assortment and pricing policies, as well as product promotion strategies for each market segment.

**For citation**

Stroev V.V., Magomedov M.D., Alekseicheva E.Yu. (2023) Povyshenie proizvodstva i potrebleniya molochnykh produktov v Rossii i prodovol'stvennaya bezopasnost'[Increasing the production and consumption of dairy products in Russia and food security]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (6A), pp. 368-380. DOI: 10.34670/AR.2023.70.69.043

**Keywords**

Milk, dairy products, food safety, milk consumption, consumer behavior patterns, consumer demand, packaging of dairy products, online sales.

**References**

1. Alekseycheva E.Yu. Ecosystem approach to the formation of financial literacy: the practice of interaction. In the collection: Lifelong Education in the Context of the Future. Collection of scientific articles based on materials of the IV International Scientific and Practical Conference. Moscow, 2021, pp. 69-76.
2. Alekseycheva E.Yu. Increasing the efficiency of the development of the brewing industry in the Russian Federation. (theory, methodology, practice): monograph / Moscow, 2006.
3. Alekseycheva E.Yu. Innovations as a factor in increasing the competitiveness of an enterprise // Beer and drinks. 2005. No. 5. S. 12-14.
4. Alekseycheva E.Yu. New trends in the management of educational systems. In the book: Digital Humanities: a person in a "transparent" society. Alekseycheva E.Yu., Ananishnev V.M., Ermolenko G.A., Zhukotskaya A.V., Kazenina A.A., Kozhevnikov S.B., Nehorosheva E.V., Osmolovskaya S.M., Sakharova M .V., Skorodumova O.B., Khasyanov A.Zh., Khilkhanov D.L., Khilkhanova E.V., Chernenkaya S.V. Collective monograph. State Autonomous Educational Institution of Higher Education "Moscow City Pedagogical University". Moscow, 2021, pp. 68-97.
5. Alekseycheva E.Yu. The main trends of consumer behavior in a crisis // Economics and Entrepreneurship. 2016. No. 8. S. 453-456.
6. Alekseycheva E.Yu., Borozdina A.V. Problems of preparation of non-financial reporting by Russian companies // Bulletin of the Moscow City Pedagogical University. Series "Economics". 2014. No. 2. S. 56-67.
7. Alekseycheva E.Yu., Edelev D.A., Magomedov M.D. Economic geography and regional studies. Textbook / Moscow, 2012.
8. Alekseycheva E.Yu., Kirillov V.V., Malysheva O.G., Tokareva E.A. Problems of development of public administration // Bulletin of the Moscow City Pedagogical University. Series "Economics". 2019. No. 4 (22). pp. 32-43. DOI: 10.25688/2312-6647.2019.22.4.3
9. Alekseycheva E.Yu., Magomedov M.D. Business strategies of meat industry enterprises in conditions of economic instability // Meat industry. - 2022. - No. 8. - S. 7-12.
10. Alekseycheva E.Yu., Magomedov M.D. Factor of growth of competitiveness of meat processing enterprises: improving the quality of marketing research // Meat industry. - 2022. - No. 7. - S. 24-28.
11. Alekseycheva E.Yu., Magomedov M.D. Import substitution processes and food security in the Russian Federation //

- Meat industry. - 2022. - No. 9. - S. 36-41.
12. Alekseycheva E.Yu., Magomedov M.D. Technical level of production of meat processing enterprises and food security of the country // Meat industry. - 2022. - No. 11. - S. 20-24.
  13. Alekseycheva E.Yu., Magomedov M.D. The main risk factors for reducing the production of the meat industry // Meat industry. - 2022. - No. 3. - S. 8-12.
  14. Alekseycheva E.Yu., Magomedov M.D. The price of meat products as a factor in improving food security // Meat industry. - 2022. - No. 10. - S. 21-27.
  15. Alekseycheva E.Yu., Magomedov M.D., Kostin I.B. Economics of the organization (enterprise). Textbook for bachelors / (2nd edition, revised and expanded) Moscow, 2014.
  16. Alekseycheva E.Yu., Magomedov M.D., Kulomzina E.Yu. Problems of development of franchising in the restaurant business of the Russian Federation. Economy and entrepreneurship. 2015. No. 12-2 (65). pp. 1139-1142.
  17. Alekseycheva E.Yu., Magomedov M.D., Oganesyants A.L., Sarkisov G.I. Modern trends in the development of the beer market in the Russian Federation. Beer and drinks. 2012. No. 3. P.10-12.
  18. Dunchenko N.I., Magomedov M.D., Rybin A.V. Quality management in the food industry Textbook / (4th edition) Moscow, 2014. 212 p.
  19. Kazenina A.A. Alekseycheva E.Yu. The problem of humanitarization of education in a digital educational environment // Topical issues of the humanities: theory, methodology, practice. Collection of scientific articles of the VII All-Russian scientific-practical conference with international participation. To the 25th anniversary of the Moscow City Pedagogical University. Moscow, 2020, pp. 118-124.
  20. Magomedov M.D., Alekseycheva E.Yu. Import substitution: advantages and disadvantages of the implementation of the program for the branches of the agro-industrial complex Vestnik MGPU. Series: Economy. 2017. No. 1 (11). pp. 8-25.
  21. Magomedov M.D., Alekseycheva E.Yu., Karabanova O.V. Ensuring food security in the market of poultry meat and meat products // Meat industry. - 2022. - No. 5. - S. 7-13.
  22. Magomedov M.D., Alekseycheva E.Yu., Kulomzina E.Yu. Improving the economic efficiency of grain use at flour mills in the Russian Federation. Economy and entrepreneurship. 2015. No. 10-2 (63). pp. 865-868.
  23. Magomedov M.D., Alekseycheva E.Yu., Kulomzina E.Yu. Improving the economic efficiency of using feed grain in the Russian Federation // Economics and Entrepreneurship. 2015. No. 10-1(63).S. 580-582.
  24. Magomedov M.D., Alekseycheva E.Yu., Shinkareva O.V. Factors of increasing the production of meat and meat products in the Russian Federation // Meat industry. - 2022. - No. 6. - S. 7-12.
  25. Magomedov M.D., Kulomzina E.Yu., Chaikina I.I. Economics and organization of production. Food industry. Textbook for students of higher educational institutions studying in the areas of training a graduate 260200 (655600) "Production of food products from vegetable raw materials", 260500 (655500) "Technology of food products for special purposes and public catering", 260600 (655800) "Food engineering" / St. Petersburg, 2008.
  26. Magomedov M.D., Kulomzina E.Yu., Chaikina I.I. Pricing. A textbook for students of economic universities studying in the areas of training "Economics" and "Management" and the specialties "Marketing", "Economics and Management at the Enterprise" / Moscow, 2009.
  27. Magomedov M.D., Minosyants A.M. The main directions of increasing the competitiveness of meat processing enterprises. Storage and processing of agricultural raw materials. 2002. No. 3. S. 14-15.
  28. Magomedov M.D., Minosyants P.I. Ways to increase the competitiveness of a meat processing enterprise. Food industry. 2002. No. 4. S. 22-23.
  29. Magomedov M.D., Zazdravnykh A.V. Economics of food industries. Textbook: textbook for students studying in the specialty "Economics and Management at Food Industry Enterprises" / (2nd ed.) Moscow, 2007.
  30. Nehorosheva E.V., Alekseycheva E.Yu. Image as a managerial resource of a general education organization // Bulletin of the Moscow State Pedagogical University. Series "Economics". 2018. No. 4 (18). pp. 78-88. DOI: 10.25688/2312-6647.2018.18.4.9.
  31. Norms of physiological needs for energy and nutrients for various groups of the population of the Russian Federation. Guidelines. Moscow: Federal Center for Hygiene and Epidemiology of Rospotrebnadzor. 2009. - 38 p.
  32. Zhebelev I.A., Magomedov M.D. Increasing the competitiveness of network retailers. Monograph / Moscow, 2008.