

УДК 339.138:631.1:001.8(470.343)

Е. А. Таныгина

Марийский государственный университет, г. Йошкар-Ола

**МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АГРОМАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА**

В статье рассмотрена методика формирования эффективной маркетинговой стратегии для субъектов мясо-молочного подкомплекса АПК Республики Марий Эл, направленная на создание стабильной системы функционирования, с целью оперативного обеспечения населения республики качественным молоком, мясом, мясными и молочными продуктами регионального производства.

Проведенное исследование предприятий отрасли и товарных рынков, его результаты и рекомендации представляют интерес для региональных предприятий мясо-молочной промышленности.

The article considers the methodology of an effective marketing strategy formation for the subjects of meat and dairy subcomplexes of the agrarian-industrial complex of the Republic of Mari El, aiming at the creation of a stable functioning system with the view in prompt supplying with high-quality milk, meat, meat and dairy products of regional producers.

The study of the enterprises and commodity markets, its results and recommendations are of interest for regional enterprises of meat and dairy industry.

Ключевые слова: мониторинг, региональный рынок, емкость рынка, агромаркетинговый анализ, эффективность производства, регрессионный анализ, дифференциация, факторный анализ, конкурентоспособность.