

08.00.05

УДК 338.984

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

© 2017

Кузнецов Виктор Павлович, доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика предприятия»
Романовская Елена Вадимовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика предприятия»
*Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина,
Нижний Новгород (Россия)*

Храбан Галина Семеновна, кандидат технических наук, доцент кафедры «Маркетинг»
*Государственный институт управления и социальных технологий
Белорусского государственного университета, Минск (Беларусь)*

Аннотация

Введение. Статья посвящена рассмотрению роли инноваций в экономике отдельного предприятия, региона, страны, их влиянию на конкурентоспособность рыночных продуктов и хозяйствующих субъектов.

Материалы и методы. Авторами определена роль инноваций и инновационной деятельности, как на уровне предприятия, так и в масштабах страны. Выделены основные области, в которых инновации могут реализовываться. Внимание уделено инновационному развитию Республики Беларусь, обозначены приоритетные направления инновационного развития страны. Сделан вывод, что особо значимыми для инновационного развития являются наукоемкие технологии и производства.

Результаты. В статье проанализированы показатели инновационной деятельности промышленных предприятий Республики Беларусь. Авторами приведена динамика важнейших показателей, обеспечивающих развитие инновационного потенциала государства, дано сравнение стран на основе такого показателя, как глобальный индекс инноваций. Проанализирован рейтинг самых инновационных стран мира.

Обсуждение. Авторами высказывается мнение, что инновационный потенциал Республики Беларусь является недостаточным, сокращается доля инновационных предприятий в сфере малого и среднего бизнеса. Выделена проблема недостаточного финансирования маркетинговых исследований в области технологических инноваций. Обосновывается, что инновации ведут к повышению производительности и являются основным источником увеличения прибыльности в экономике государства. В статье предстален и проанализирован инновационный рейтинг регионов Российской Федерации и Беларуси. Дискуссионным вопросом является вопрос нереализованных возможностей инновационного развития отдельных территорий стран.

Заключение. В статье предлагается перечень действий, реализация которых позволит повысить инновационный уровень страны, а также уровень инновационности отдельных регионов и предприятий. Также определяются факторы, способствующие развитию инновационного маркетинга. Сформированы направления исследования на перспективу.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, инновационный потенциал, инновационный рейтинг, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, маркетинг, маркетинговые инновации, нововведения, показатели инновационной деятельности, предприятие, промышленное предприятие, регион.

Для цитирования: Кузнецов В. П., Романовская Е. В., Храбан Г. С. Инновационный маркетинг как способ повышения конкурентоспособности // Вестник НГИЭИ. 2017. № 6 (73). С. 94–101.

INNOVATIVE MARKETING AS A COMPETITIVENESS IMPROVEMENT TOOL

© 2017

Kuznecov Viktor Pavlovich, doctor of economical science, professor of the chair «Economics of enterprise»
Romanovskaya Elena Vadimovna, candidate of economical science,
associate professor of the chair «Economics of enterprise»

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, Nizhny Novgorod (Russia)

Hcraban Galina Semenovna, candidate of technical sciences, associate professor of the chair «Marketing»
State Institute of Management and Social Technologies of the Belarusian State University, Minsk (Belarus)

Annotation

Introduction. The article is devoted on the review of the role of innovation in the economy of the individual company, region, country, and their influence on the competitiveness market products and economic subjects.

Materials and methods. The authors define the role of innovation and innovation activities, at both the federal and business levels. Emphasis supplied main areas where innovation can be implemented. Attention is paid to innovative development of the Republic of Belarus, priority guidelines of innovative development of the country. It is concluded that the most important for innovation are knowledge-intensive technologies and production.

Results. The article analyzes the indicators of innovative activity of industrial enterprises of the Republic of Belarus. The authors describe the dynamics of the main indicators for the development of innovative potential of the state, this comparison of countries based on indicators such as global innovation index. Analyzed the ranking of the most innovative countries in the world.

Discussion. The authors suggested that in the Republic of Belarus the innovative potential is insufficient, reduce the share of innovative enterprises in the field of small and medium-sized businesses. Highlighted the problem of insufficient funding of marketing research in the field of technological innovation. It is proved that innovation keep to increased productivity and are a major source of increased profitability in the economy of the state. At the article analyzes the innovation rating of regions of the Russian Federation and the Republic of Belarus. Debating point is the question of unrealized possibilities of innovative development of territories of separate countries.

Conclusion. The article proposes a list of actions whose implementation will allow to increase the innovative level of the country and the level of innovation of individual regions and businesses. Also the factors contributing to the development of innovative marketing. Formed avenues of research for the long term.

Keywords: innovations, innovative activity, innovative potential, innovation rating, competitiveness, competitive advantages, marketing, marketing innovations, innovations, indicators of innovation activity, enterprise, industrial enterprise, region.

Введение

Целью настоящего исследования является популяризация инновационного маркетинга как средства повышения конкурентоспособности и обобщение современных подходов к изучению и повышению инновационной активности России и Республики Беларусь.

Актуальность работы обусловлена необходимостью быстрого реагирования каждого хозяйствующего субъекта в ответ на изменения при условии влияния факторов глобализации и интеграции. Процесс развития любой экономики сопровождается, как правило, увеличением объема и улучшением показателей эффективности производства, производительности труда, качественных и других критериев. К таким новшествам может быть отнесено использование новой техники, технологий, внедрение новых инструментов для управления производством и рабочей силой, использование современных подходов для подготовки специалистов и вооружение их актуальными знаниями и практическими умениями [1, с. 550]. Процесс практической реализации новшеств включает в себя инновационную стратегию предприятия, под которой понимается система мероприятий по использованию научно-технического и интеллектуального потенциала с целью получения современного или усовершенствованного продукта, услуги, а также способа их производства для удовлетворения как индивидуального спроса, так и потребностей общества [2, с. 445].

Материалы и методы

В настоящее время особое внимание следует уделять инновациям и инновационной деятельности для обеспечения конкурентоспособности производимой предприятием продукции и самой организации. Активное использование инноваций на предприятии и рост инновационной деятельности обеспечивает создание соответствующих времени и потребностям общества товаров и услуг, освоение и изучение большого количества рынков, при-

ток инвестиций, снижение затрат. В масштабах страны внедрение инноваций обеспечивает создание рабочих мест, способствует научно-техническому развитию, повышает привлекательность страны на мировом уровне [3, с. 5].

Инновации используются в самых разнообразных сферах:

- научно-технические, организационно-экономические и социально-культурные инновации;
- инновации могут создавать новые потребности или способствовать развитию уже существующих;
- с учетом предмета рассмотрения различают инновации – продукт, инновации – процесс, инновации – рынки;
- выделяют базисные (колесо, электричество, механический двигатель), улучшающие, псевдоинновации (способствуют лишь внешнему изменению и не влияют на их содержание).

Во всех случаях, когда руководитель стремится к применению в производстве инноваций, он преследует цель получения конкурентного преимущества, что особенно характеризует условия рыночной среды [4, с. 82].

Инновационное развитие – аспект, которому в Беларуси уделяется большое внимание, как на уровне отдельных предприятий, так и на уровне государства. В 2012 году был принят закон «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь» [5]. Целью введения данного закона является четкое определение правовых и организационных сторон инновационной политики Республики Беларусь, а также конкретизация ее главной цели и задач.

Исходя из определенных в Законе задач, была принята Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы [6], в которой были выделены приоритетные направления для развития на данный период.

Основной акцент сделан на наукоемкие технологии и производства, что требует больших ин-

вестиций и привлечения высокоинтеллектуальных человеческих ресурсов. Относясь к странам с ограниченными сырьевыми ресурсами, Беларусь всегда занималась развитием сельскохозяйственного и промышленного производства.

За определенный в Программе пятилетний период предусмотрена разработка и реализация ряда инновационных проектов, которые должны привести к еще большему экономическому росту и повышению конкурентоспособности Беларуси на международном рынке.

Результаты

Анализируя ключевые элементы инновационной деятельности промышленных предприятий Беларуси, следует отметить уменьшение количества предприятий, которые осуществляют инновации именно в области технологий: с 443 в 2011 году до 342 в 2015 году. Уменьшение их удельного веса в общем числе предприятий составило за этот период 3,11 % [7].

Однако, несмотря на уменьшение количества внедряющих технологические инновации предприятий, издержки на их осуществление из года в год увеличиваются: их сумма в 2011 году составляла 8763,7 млрд руб., а в 2015 году – 10616,7 млрд руб. Рост инвестиций наблюдается в приобретении новых технологий. Этот показатель составил 11,7 и 17,3 млрд руб. соответственно в 2011 и 2015 г. На приобретение программного обеспечения, связанного с технологическими инновациями, в частности на приобретение различных баз данных, увеличение издержек произошло с 13,3 до 15,8 млрд руб. Как на проектирование производства современных продуктов и услуг, методов их создания, так и на другие способы подготовки производственного процесса, затраты увеличились с 576,8 до 4012,7 млрд руб.

Все это послужило увеличению количества отгруженной продукции собственного производства в фактических отпускных ценах с 128232,0 до 577971,7 млрд руб., и, в частности, инновационной продукции – с 36723,4 до 75645,3 млрд руб. [7].

Следует отметить, что издержки на изобретение и внедрение новых продуктов, услуг, методов производства, соответствующих времени производственных процессов уменьшились за этот же период с 2226,8 до 706,1 млрд руб.; издержки на маркетинговые исследования, направленные на технологические инновации, – с 23,8 до 14,1 млрд руб.

Если сравнить динамику важнейших обеспечивающих показателей развития инновационного потенциала Республики Беларусь, то можно заметить [8]:

1) уровень государственных расходов на НИОКР в ВВП страны остается крайне незначительной – 0,18 % в 2015 году (- 0,2 % к уровню 2014 года);

2) уровень коммерческих расходов на эти же цели составила в 2015 году 0,34 % (+ 0,2 % к уровню 2014 года);

3) доля предприятий малого и среднего бизнеса, которые используют внутренние инновации, в общем числе этих предприятий составляет лишь 4,41 % (против 3,77 % в 2014 году);

4) увеличилась с 0,41 % до 0,48 % доля предприятий малого и среднего бизнеса, являющихся участниками совместных инновационных проектов;

5) удельный вес инновационно-активных малых и средних предприятий, осуществляющих продуктовые или процессные инновации, увеличился с 3,07 % до 3,49 %;

6) произошло повышение доли белорусского экспорта наукоемких услуг в совокупном объеме экспорта услуг с 29,6 до 33,4 %;

7) доля занятых в наукоемких видах производства в общей занятости населения остается неизменной и составляет 28,49 %;

8) на фоне отмеченных показателей остается стабильной подготовка научных кадров высшей квалификации в эти же годы. Так, доля населения в возрасте 30–34 лет, обладающего высшим образованием составляет 28,4 %. Количество закончивших подготовку аспирантов и докторантов на 1 000 человек населения в возрасте 25–34 лет составляет 0,7. Доля обучающихся в докторантуре среди всех иностранных студентов, получающих послевузовское образование, увеличилась с 4,98 % до 5,39 %, что говорит о привлекательности страны для иностранных граждан, повышающих свою научную квалификацию.

Согласно итогам исследований, совместно проведенных Международной бизнес-школой (INSEAD), Корнельским университетом и Всемирной организацией интеллектуальной собственности в 2015 году при участии 143 стран, которые производят 99,5 % ВВП и на территории которых проживает 95 % всего населения, Беларусь заняла 58 позицию. В 2014 году она находилась на 77 месте [9].

По показателю глобального индекса инноваций [10, с. 5122], представляющего собой взвешенную сумму оценок двух групп показателей (имеющиеся в наличии ресурсы и условия для внедрения инноваций, полученные практические результаты осуществления инноваций), Беларусь обогнала ряд постсоветских республик. Украина и Армения, соответственно, заняли 63 и 65 строки рейтинга; Грузия и Казахстан – 74 и 79 строки. Россия поднялась в данном рейтинге на 13 строк и в настоящее время занимает 49 место. В первую десятку вошли страны с развитыми экономиками: Швейцария, Великобритания, Швеция, Финляндия, Нидерланды, Соединённые Штаты Америки, Сингапур, Дания, Люксембург и Гонконг.

Глобальный индекс инноваций, определяемый через соотношение затрат и полученного эффекта, позволяет объективно оценивать степень эффективности деятельности, направленной на широкое внедрение инноваций в стране.

По оценке международного консалтингового агентства Bloomberg, в 2013 году Республика Беларусь находилась в числе в 50 самых продвинутых в области инноваций стран мира, однако в 2014 году эта позиция была утрачена. В 2016 году Республика Беларусь занимала уже 60-е место.

Россия по итогам 2015 года в данном рейтинге находилась на 14 месте, улучшив свое положение на 4 позиции по сравнению с 2014 годом и обогнав по инновационности Норвегию, Швейцарию, Италию, Китай, Малайзию, Гонконг, Испанию, Нидерланды и другие развитые страны [11].

Согласно исследованиям Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), в которых приняли участие 141 государств мира, Российская Федерация заняла в рейтинге 48-ю, а Беларусь – 53-ю строчку.

Обсуждение

Из представленной информации видно, что Республика Беларусь выглядит весьма достойно на мировом рынке инноваций, однако имеющийся потенциал используется все же недостаточно эффективно:

- уменьшается доля инновационных организаций в сфере малого и среднего бизнеса;

- крайне низкая доля выделяемых бюджетных средств на исследования в области инноваций и уменьшение доли коммерческих расходов на эти же цели;

- серьезной проблемой является недостаточное финансирование маркетинговых исследований в области технологических инноваций, объемы которого в 2015 году сократились больше, чем в 2 раза, по сравнению с 2012 годом.

Исходя из содержания термина «инновация», под которым понимаем изменения или новшества в мыслительном процессе либо в какой-то деятельности, и извлечение пользы, экономической и потребительской выгоды от практического внедрения новых открытий и изобретений, целью нововведения являются положительные изменения [12, с. 163]. Инновации, способствующие увеличению производительности, – основной источник увеличения прибыльности в экономике страны.

Крайне важно, чтобы эти нововведения внедрялись во всех сферах жизни: научной, образовательной, производственной, социальной, сфере услуг и других, при этом немаловажное значение имеет география их применения. В связи с этим очень наглядным является рисунок 1 [13], на котором отчетливо представлены все регионы Российской Федерации с обозначением уровня их инновационного развития.

На огромной территории России к высоко-развитым в инновационном отношении регионам (с инновационным рейтингом свыше 0,5) относятся Московская, Ярославская, Нижегородская, Самарская и Томская области и Республика Татарстан. Хорошим инновационным уровнем обладают Красноярский край, Иркутская, Омская, Новосибирская, Свердловская, Пермская, Саратовская, Пензенская, Ульяновская, Рязанская, Владимирская, Воронежская, Тульская, Калужская, Орловская, Архангельская, Челябинская области, Республики Карелия, Мордовия, Башкортостан и Чувашия. Инновационный рейтинг этих субъектов Российской Федерации (от 0,4 до 0,5). Республика Саха (Якутия), Карелия, Магаданская, Кемеровская, Курганская, Тюменская, Оренбургская, Псковская, Тверская, Вологодская, Костромская, Ростовская, Тамбовская, Белгородская, Курская, Смоленская, Ивановская, Ленинградская, Астраханская области, Республики Коми, Адыгея, Бурятия, Хабаровский, Камчатский, Краснодарский и Алтайский край обладают средним инновационным рейтингом (от 0,3 до 0,4). Инновационный рейтинг ниже среднего (от 0,2 до 0,3) имеют Чукотский автономный округ, Амурская и Кемеровская области, Забайкальский край, республики Алтай и Хакасия, Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский автономные округа, Республика Дагестан, Карачаево-Черкессия и Кабардино-Балкария, Северная Осетия. Чеченская Республика и Ингушетия, Республика Калмыкия, Ненецкий автономный округ и Еврейская автономная область обладают низким уровнем инновационного развития.

Такая картина объясняется плотностью размещения производства на территории России, и одновременно вскрывает резервы и нереализованные возможности инновационного развития, зависящие и от степени освоения отдельных территорий.

В отношении Республики Беларусь такую градацию провести проще, поскольку территория представлена всего 6 областями, причем в каждой из них сосредоточены предприятия, обладающие инновационностью в своей отрасли.

Плотность населения и размещения промышленного производства в них примерно одинаковы. И все же Минскую область можно отнести к региону с высоким уровнем инновационного развития, где расположены предприятия мирового уровня по добыче калийных удобрений, тракторный и автомобильный заводы, много пищевых и других производств с высоким уровнем культуры производства и инновационными подходами.

Гомельская область может претендовать на второе место по уровню промышленного развития, и такие предприятия, как «Гомельстекло» и «Гомсельмаш», «Гомельдрев», «Коминтерн» и «8-е Марта», «Спартак» и некоторые другие позволяют

определить уровень ее инновационности выше среднего. Для остальных областей инновационный

рейтинг может быть оценен на уровне среднего (рисунок 2) [14, с. 35].

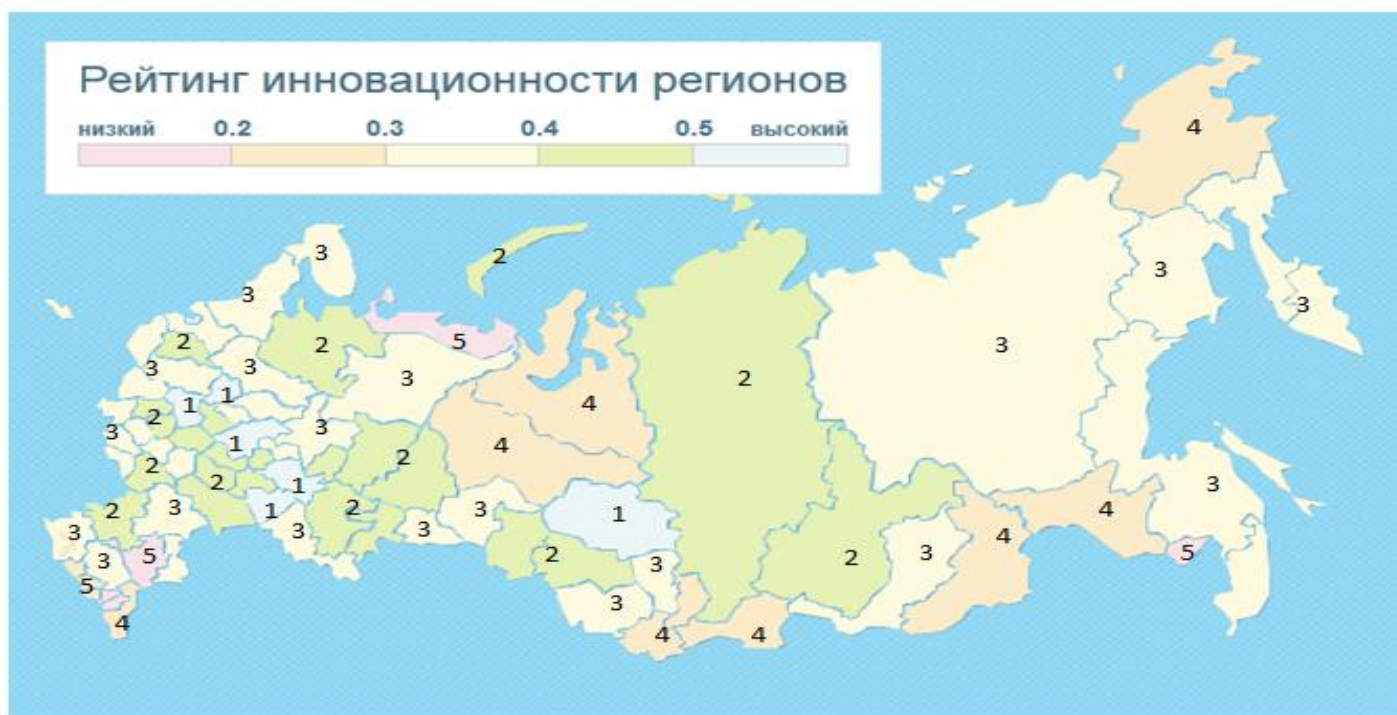


Рисунок 1 – Инновационный рейтинг регионов Российской Федерации

- 1 – регионы с высоким инновационным рейтингом (свыше 0,5)
- 2 – регионы с инновационным рейтингом выше среднего (от 0,4 до 0,5)
- 3 – регионы со средним инновационным рейтингом (от 0,3 до 0,4)
- 4 – регионы с инновационным рейтингом ниже среднего (от 0,2 до 0,3)
- 5 – регионы с низким инновационным рейтингом (ниже 0,2)

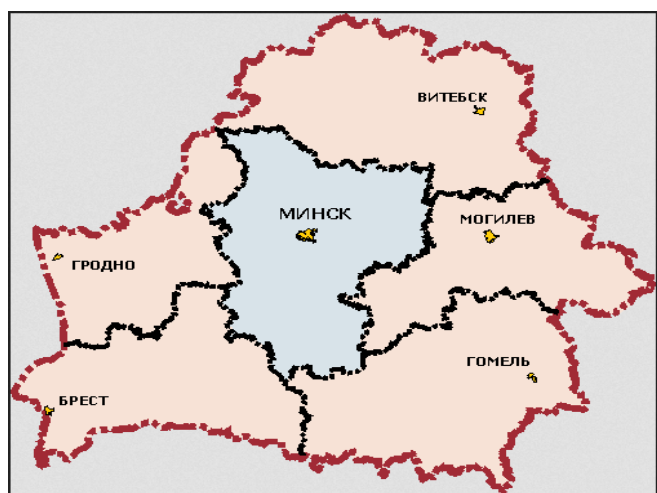


Рисунок 2 – Инновационный рейтинг областей Беларуси

- 1 – высокий инновационный рейтинг (свыше 0,5)
- 2 – инновационный рейтинг выше среднего (от 0,4 до 0,5)
- 3 – средний инновационный рейтинг (от 0,3 до 0,4)

Заключение

На наш взгляд, повышению инновационного уровня страны может способствовать более актив-

ное применение маркетинговых инноваций во всех сферах деятельности, будь то научно-исследовательские и конструкторские разработки, сфера производства, торговли, оказания медицинских, туристических или иных услуг. Представляется, что именно благодаря инновационному маркетингу возможно повысить уровень инновационности предприятий и регионов, поскольку любое новшество нуждается в продвижении и коммерческом успехе [15, с. 5133].

Инновации в маркетинге – успешное внедрение новых, соответствующих времени и требованиям современного общества способов и методов, направленных на получение наилучшего результата и максимальной эффективности [16, с. 127].

Инновации в маркетинге – воплощение, синтез знаний в определенной сфере деятельности. Применение инноваций – это многоступенчатый процесс трансформации идеи в новые или улучшенные рыночные продукты и услуги с целью продвижения дела, повышения конкурентоспособности, успешного позиционирования фирмы на рынке.

Инновационный маркетинг невозможен без достаточного профессионализма и творческого

подхода. Инновации в маркетинге, как и в других сферах, – управляемый процесс, требующий применения специальных инструментов, а также соблюдения ряда законов и норм.

Инновационный маркетинг предусматривает:

- 1) внедрение в производство или выведение на рынок нового продукта или совершенствование параметров уже имеющегося продукта;
- 2) внедрение нового метода производства или нового способа обработки товара;
- 3) освоение нового источника поставки сырья, материалов [17, с. 13];
- 4) освоение нового рынка при реализации инновационной продукции;

5) удержание конкурентоспособных позиций, освоенных предприятием новых или усовершенствованных продуктов [18, с. 5127];

6) сокращение материало- и ресурсоемкости производимой продукции;

7) создание конкурентных преимуществ для инновационных продуктов;

8) применение маркетинговых инструментов;

9) постоянное совершенствование управления с учетом корректировки маркетинговой стратегии предприятия и инновационного видения;

10) систематический мониторинг рынка инновационных разработок, их отбор и адаптация к реальным возможностям организации.

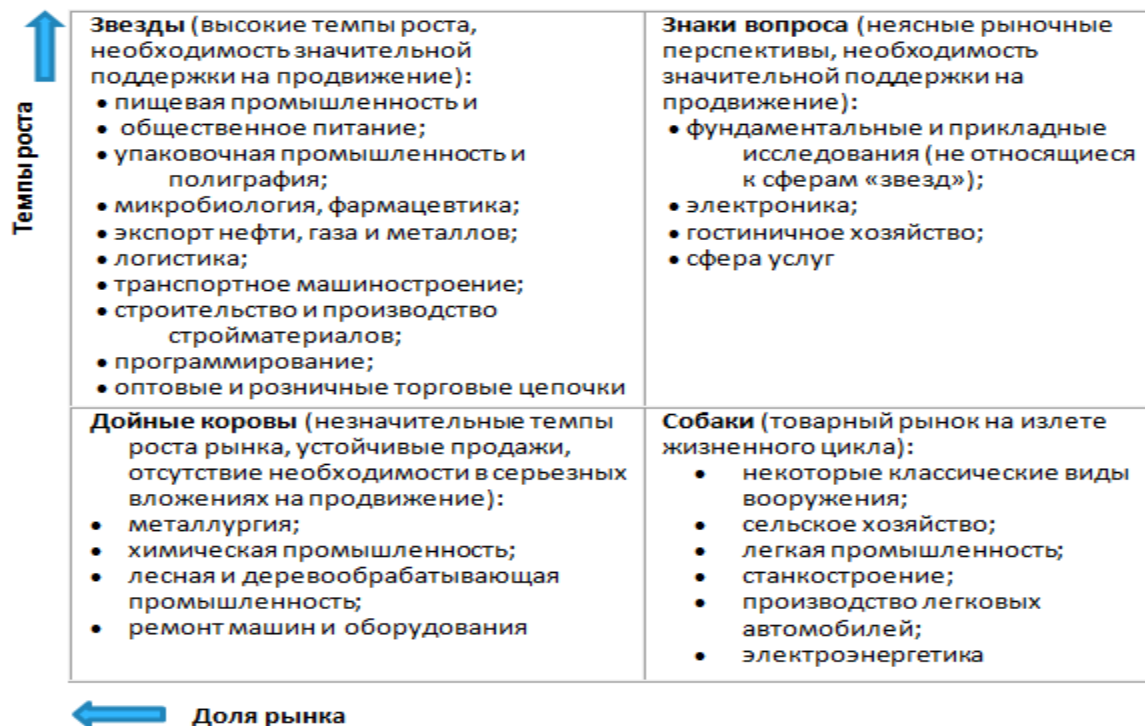


Рисунок 3 – Портфолио-анализ привлекательности рынков Российской Федерации

Особое место в инновационном маркетинге отводится вопросу исследований инноваций. Эту работу можно построить применительно к экономике страны, отдельным отраслям, к деятельности предприятий внутри отрасли, продукции предприятия и его конкурентов. Матричный подход [19, с. 56] в этом случае позволяет наглядно представить привлекательность анализируемых субъектов на соответствующих рынках. Примером может служить матрица привлекательности рынков Российской Федерации (рисунок 3) [20].

Беларусь и Россия тесно связаны исторически и духовно и продолжают экономическую интеграцию, чему, безусловно, должна способствовать координация и активизация инновационных потенциалов в различных сферах, включая проведение научно-исследовательских работ, внедрение и коммерциализацию разработок в производство на основе инновационного маркетинга. Объединение

усилий в указанных направлениях будет способствовать как росту конкурентоспособности экономики каждой страны, так и усилению влияния единого экономического пространства стран содружества на мировой арене.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Егорова А. О., Поляков М. А. Импортзамещение в России: сущность, программа развития // Экономика и социум. 2015. № 3-1 (16). С. 550–552.

2. Kuznetsov V. P., Romanovskaya E. V., Vazyansky A. M., Klychova G. S. Internal enterprise development strategy // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Vol. 6. № 1 S3. pp. 444–447.

3. Поташник Я. С., Храбан Г. С. Определение требований к доходности капитала инновационно-

инвестиционного проекта // Вестник Мининского университета. 2015. № 1 (9). С. 5.

4. Кузнецов В. П., Андрияшина Н. С. Тенденции инновационного развития организаций / Стратегические аспекты управления экономикой региона. Материалы международной научно-практической конференции. 2011. С. 80–84.

5. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь. Закон Республики Беларусь от 10.07.2012 №425-3.

6. О Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2011-2015 годы. Постановление Совета министров Республики Беларусь 26 мая 2011 г. № 669.

7. Чернопятенко Н. В., Митина Э. А. Роль маркировки в реализации органической продукции // Экономика: экономика и сельское хозяйство. 2016. № 4 (12). С. 14.

8. Отдельные показатели Табло Инновационного Союза (IUS–2014) по Республике Беларусь. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika>.

9. Безпалова А. Г. Информационное обеспечение маркетинговых решений в сфере консалтинга // ИТпортал. 2016. № 3 (11). С. 5.

10. Klychova G. S., Kuznetsov V. P., Lapayev D. N., Lapayeva O. N., Avchadiev F. N. Multicriteria decision making in economy and preferred alternatives selection // International Business Management. 2016. Vol. 10. № 21. pp. 5121–5124.

11. Науменко Т. В., Вишневская Е. Л. Информационное влияние на потребительский выбор в условиях современного общества // Проблемы современной экономики. 2015. № 2 (54). С. 87–90.

12. Kuznetsov V. P., Romanovskaya E. V. Restructuring as a factor of an industrial enterprise innovation development // Innovation management and corporate sustainability: proceedings of the 3rd International conference. Prague. 2015. pp. 163–176.

13. Стаханов Д. В., Новиков Н. А. Теоретические и прикладные аспекты маркетинга в сфере услуг. Таганрог. 2012. 221 с.

14. Богдан Н. И. Международные индикаторы инноваций: оценка сильных и слабых сторон национальной инновационной системы Беларуси // Белорусский экономический журнал. 2013. № 4. С. 31–48.

15. Klychova G. S., Kuznetsov V. P., Trifonov Y. V., Yashin S. N., Koshelev E. V. Upgrading corporate equipment as an asian real option // International Business Management. 2016. Vol. 10. № 21. pp. 5130–5137.

16. Egorova A. O., Kuznetsov V. P., Andryashina N. S. Methodology of formation and realization of competitive strategy of machine building enterprises // European Research Studies Journal. 2016. Vol. 19. № 2. Special Issue. pp. 125–134.

17. Романовская Е. В., Гарин А. П., Далидович К. Н., Лапыгин Ю. Н. Оптимизация управления запасами в цепи поставок на основе процессного подхода // Вестник Мининского университета. 2016. № 1-1 (13). С. 13.

18. Kuznetsov V. P., Garina E. P., Semakhin E. A., Garin A. P., Klychova G. S. Special aspects of modern production systems organization // International Business Management. 2016. Vol. 10. № 21. pp. 5125–5129.

19. Garina E. P., Kuznetsov V. P., Egorova A. O., Garin A. P., Yashin S. N. Formation of the system of business processes at machine building enterprises // European Research Studies Journal. 2016. Vol. 19. № 2. Special Issue. pp. 55–63.

20. Маркетинг инноваций. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.rae.ru/monographs/112-3769> (дата обращения 13.02.2017).

REFERENCES

1. Egorova A. O., Polyakov M. A. Importozamещение v Rossii: sushchnost', programma razvitiya (Import substitution in Russia: the nature, development program), *Ekonomika i sotsium*, 2015, No. 3–1 (16), pp. 550–552.

2. Kuznetsov V. P., Romanovskaya E. V., Vazyansky A. M., Klychova G. S. Internal enterprise development strategy, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2015, Vol. 6, No. 1 S3, pp. 444–447.

3. Potashnik Ya. S., Khraban G. S. Opredelenie trebovaniy k dokhodnosti kapitala innovatsionno-investitsionnogo proekta (The requirements for the return on capital innovative investment project), *Vestnik Mininskogo universiteta*, 2015, No. 1 (9), pp. 5.

4. Kuznetsov V. P., Andryashina N. S. Tendentsii innovatsionnogo razvitiya organizatsii (Trends of innovative development of the organizations), *Strategicheskie aspekty upravleniya ekonomikoi regiona, Materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*, 2011, pp. 80–84.

5. О gosudarstvennoi innovatsionnoi politike i innovatsionnoi deyatelnosti v Respublike Belarus' (On state innovative policy and innovation activities in the Republic of Belarus).

6. О Gosudarstvennoi programme innovatsionnogo razvitiya Respubliki Belarus' na 2011-2015 gody (About the State program of innovative development of the Republic of Belarus for 2011–2015).

7. Chernopjatenko N. V., Mitina Je. A. Rol' markirovki v realizacii organicheskoj produkcii (Rol of marking in realization of organic production), *Ajekonomika: jekonomika i sel'skoe hozjajstvo*, 2016, No. 4 (12), pp. 14.

8. Otdel'nye pokazateli Tablo Innovatsionnogo Soyuza (IUS–2014) po Respublike Belarus' (Selected indicators of the Innovation Union Scoreboard (IUS–2014) in the Republic of Belarus), [Jelektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://www.belstat.gov.by/>.

9. Bezpalo A. G. Informacionnoe obespechenie marketingovykh reshenij v sfere konsaltinga (Information support of marketing decisions in the sphere of consulting), *ITportal*, 2016, No. 3 (11), pp. 5.

10. Klychyova G. S., Kuznetsov V. P., Lapayev D. N., Lapayeva O. N., Avchadiev F. N. Multi-criteria decision making in economy and preferred alternatives selection, *International Business Management*, 2016, Vol. 10, No. 21, pp. 5121–5124.

11. Naumenko T. V., Vishnevskaja E. L. Informacionnoe vlijanie na potrebitel'skij vybor v uslovijah sovremennoho obshhestva (Information influence on the consumer choice in the conditions of modern society), *Problemy sovremennoj jekonomiki*, 2015, No. 2 (54), pp. 87–90.

12. Kuznetsov V. P., Romanovskaya E. V. Restructuring as a factor of an industrial enterprise innovation development, *Innovation management and corporate sustainability: proceedings of the 3rd International conference*, Prague, 2015, pp. 163–176.

13. Stahanov D. V., Novikov N. A. Teoreticheskie i prikladnye aspekty marketinga v sfere uslug (Theoretical and applied aspects of marketing in service trade), *Taganrog*, 2012, 221 pp.

14. Bogdan N. I. Mezhdunarodnye indikatory innovatsii: otsenka sil'nykh i slabykh storon natsional'noi innovatsionnoi sistemy Belarusi (International

innovation indicators: assessment of strengths and weaknesses of the national innovation system of Belarus), *Belorusskii ekonomicheskii zhurnal*, 2013, No. 4, pp. 31–48.

15. Klychova G. S., Kuznetsov V. P., Trifonov Y. V., Yashin S. N., Koshelev E. V. Upgrading corporate equipment as an asian real option, *International Business Management*, 2016, Vol. 10, No. 21, pp. 5130–5137.

16. Egorova A. O., Kuznetsov V. P., Andryashina N. S. Methodology of formation and realization of competitive strategy of machine building enterprises, *European Research Studies Journal*, 2016, Vol. 19, No. 2, Special Issue, pp. 125–134.

17. Romanovskaya E. V., Garin A. P., Daidovich K. N., Lapygin Yu. N. Optimizatsiya upravleniya zapasami v tsepi postavok na osnove protsessnogo podkhoda (Optimization of inventory management in supply chain based on the process approach), *Vestnik Mininskogo universiteta*, 2016, No. 1-1 (13), pp. 13.

18. Kuznetsov V. P., Garina E. P., Semakhin E. A., Garin A. P., Klychova G. S. Special aspects of modern production systems organization, *International Business Management*, 2016, Vol. 10, No. 21, pp. 5125–5129.

19. Garina E. P., Kuznetsov V. P., Egorova A. O., Garin A. P., Yashin S. N. Formation of the system of business processes at machine building enterprises, *European Research Studies Journal*, 2016, Vol. 19, No. 2, Special Issue, pp. 55–63.

20. Marketing innovatsii (Marketing innovation), [Jelektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://www.rae.ru/monographs/112-3769>.

Дата поступления статьи в редакцию 11.04.2017, принята к публикации 6.05.2017.

08.00.05

УДК 632.935.41

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВОСПРОИЗВОДСТВА РЕСУРСОВ С ЦЕЛЮ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА

© 2017

Рейн Андрей Давыдович, старший преподаватель кафедры «Информационные системы и технологии»

Черемухин Артем Дмитриевич, преподаватель кафедры «Физико-математические науки»

Козлов Василий Дорофеевич, доктор экономических наук,

профессор кафедры «Экономика и автоматизация бизнес-процессов»

Нижегородский государственный инженерно-экономический университет, Княгинино (Россия)

Аннотация

Введение. В настоящее время воспроизводство ресурсов сельскохозяйственного производства и эффективности производства продукции играет немаловажную роль в экономике как отдельного региона, так и страны в целом. Эффективное производство выступает гарантом развития всех отраслей деятельности, в частности при эффективном производстве молока оказывается влияние и на перерабатывающую отрасль, и на от-