

факторам следует отнести структуру организации, персонал, цели, задачи и технологию. Внешними факторами являются поставщики, конкуренты, потребители.

Основу поведенческого маркетинга составляет клиентно-ориентированная идеология, ориентированная на поведение персонала в организации. К признакам поведенческого маркетинга относят её рыночную ориентацию, имидж, поведение организации по отношению к потребителю, поведенческую среду в маркетинге.

Рыночная ориентация представляет направление деятельности направленную на удовлетворение потребностей рынка.

Имидж рассматривает управление поведением персонала в организации. Он является очень важной частью организации, который отражает её деятельность. Под имиджем понимается: репутация организации, её «имя», вызывающей ассоциацией у клиентов (партнёров) и поведение работников в организации.

В основу имиджа включают: существующий стиль внешних и внутренних деловых коммуникаций, а так же официальную атрибутику.

Маркетинг среды организации состоит из: производственной, конъюнктурной, сбытовой ориентаций.

Производственная маркетинговая ориентация – это недоразвитая поведенческая культура организации, низкий имидж. Для производственной ориентации свойственно следующее: ослабление поведенческой культуры в организации, подавление имиджевых регуляторов, собственные интересы выступают на первый план в организации. Сбытовая ориентация – это недоразвитая поведенческая культура организации, низкий имидж, доминирование собственных интересов. Конъюнктурная ориентация характеризуется значительным ростом поведенческой культуры. Имиджевые регуляторы формируют социально-ориентированные нормы поведения людей в организации. При конъюнктурной ориентации предпочтение отдаётся среднесрочным целям и формированию позитивного имиджа организации, позволяющих привлечь новых клиентов.

#### Список литературы

1. Гавриленко Н.И. Маркетинг: Учебник для вузов / Н.И. Гавриленко. – М.: Академия, 2013. – 189 с.
2. Меликян О.М. Поведение потребителей: Учебное пособие для вузов / О.М. Меликян. – М.: Дашков и К, 2006. – 260 с.
3. Симонян Т.В. Маркетинг и маркетинговые коммуникации: Учебное пособие для вузов / Т.В. Симонян, Т.Г. Кизилова. – Ростов н/Д: Феникс, 2011. – 213 с.

#### ОПЫТ ВЕНЧУРНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ В РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОМ КОМПЛЕКСЕ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

<sup>1</sup>Даньилив М.М., <sup>3</sup>Астанина М.В., <sup>2</sup>Василенко О.А.,  
<sup>1</sup>Шишова В.С.

<sup>1</sup>ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет инженерных технологий», Воронеж;

<sup>2</sup>ФГБОУ ВО «Воронежский государственный аграрный университет им. императора Петра I», Воронеж;

<sup>3</sup>ООО «Системы качества жизни», Воронеж,  
e-mail: max-dan@yandex.ru

Венчурное инвестирование – один из наиболее популярных и эффективных способов финансирования молодого инновационного бизнеса. На сегодняшний день такой способ инвестирования заключается во внебюджетном финансировании различных инновационных идей. Одним из первых предприятий Воронежской области реализовавшим инновационный проект в сотрудничестве с венчурным фондом является ООО «Системы качества жизни».

В 2009 году команда исполнителей объединила в себе ученых Воронежского государственного уни-

верситета инженерных технологий и сотрудников Комбината мясного «Калачеевского». Проект был профинансирован в 2010 году УК «Сберинвест», основным видом деятельности, которой является управление активами закрытых паевых инвестиционных фондов венчурных инвестиций и недвижимости, финансирование инвестиционных проектов и управление ими. Одним из основных направлений развития предприятия является реализация технологий инновационных видов косметических, пищевых, медицинских продуктов на основе рациональной разделки рыбы в Воронежской области и других субъектах РФ, способствующих расширению ассортимента рыбопродуктов, решению экологической безопасности. Основным продуктом проекта – пресервы и полуфабрикаты из пресноводной, морской и океанической рыбы, рыбный коллаген из шкуры и чешуи рыб для применения в косметологии, производстве БАДов, а также товаров медицинского назначения (ранозаживляющие биорезорбируемые материалы). Сопутствующее направление – производство традиционных рыбных продуктов и сухой основы для рыбного бульона, супов, соусов. ООО «Системы качества жизни» осуществляет НИ-ОКР по разработке и внедрению технологии производства сухих основ для бульонов, супов, соусов (в завершающей стадии) и технологии производства коллагена (проект в начальной стадии). Однако в ходе реализации проекта существовали различные риски, из которых, можно выделить следующие группы: увеличение затрат на капитальное строительство, что увеличивало начальный бюджет проекта, низкая производительность труда, не возможность сохранения ритмичности производства, сезонность производства, коммунальные платежи. Для успешной реализации проекта и преодоления возникающих барьеров были предприняты варианты промышленной кооперации: компенсационные соглашения, совместные проекты по типу подрядчик-субподрядчик, толлинг, промышленные кластеры и индустриальные парки. В 2016 году планируется запуск производства инновационной продукции на основе разрабатываемых технологий, через создание цехов по переработке шкуры рыб в коллаген со свойствами, заданными потребителями сектора B2B – косметическими компаниями, производителями товаров медицинского назначения, БАДов и функциональных продуктов питания. Такие цеха будут создаваться в партнерстве с крупными рыбопереработчиками на их производственных базах, в том числе на территориях индустриальных парков. На сегодняшний день ООО «Системы качества жизни» находится в следующих стадиях развития: Expansionstage – пресервы из морской рыбы, салаты из морской капусты в активной стадии продаж, через предприятие-партнера; Start-upstage – коллагеновые продукты на основе продуктов разделки морской рыбы в сотрудничестве с предприятием-партнером и индустриальным парком.

#### Список литературы

1. Павлова Н.Е., Даньилив М.М. и др. Разработка технологии пищевых и кормовых продуктов с использованием конвективной сушки // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 8–2. – С. 214.
2. Даньилив М.М. и др. Малоотходная технология пищевых продуктов // Международная научно-техническая конференция «Инновационные технологии в пищевой промышленности: наука, образование и производство», 2013. – С. 563.
3. Трегубова Е.Д., Антипова Л.В., Хаустова Г.А., Даньилив М.М. Применение коллагена рыб в современной косметологии // Успехи современного естествознания. – 2011. – № 7. – С. 220.
4. Даньилив М.М. и др. Инновационная технология сушки пищевых продуктов из вторичных продуктов разделки рыб // Экономика. Инновации. Управление качеством. – 2013. – № 4 (5). – С. 67.
5. Дворянинова О.П., Василенко О.А., Даньилив М.М. Конкурентоспособность аквакультуры воронежского региона на отечественном рынке рыбопродуктов с учетом использования природно-ресурсного потенциала // Экономинфо. – 2011. – № 16. – С. 38–40.