

ОРГАНИЗАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ АГРАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Гонова О.В.

Гонова Ольга Владимировна (ORCIDiD0000-0003-2357-6996)
Верхневолжский государственный агробиотехнологический университет,
г. Иваново, Россия. 153012, Ивановская область, г. Иваново, ул. Советская, д. 45.
E-mail: gonovaov@mail.ru

В данной статье рассматриваются вопросы организации практического применения инструментов маркетингового анализа в сфере аграрного производства. Прикладной характер исследования позволил на примере типичного сельскохозяйственного предприятия Ивановского региона, специализирующегося на зернопроизводстве, осуществить анализа внешней и внутренней среды; аналитические расчёты по проекту, связанные с совершенствованием технологии производства за счет введения в севооборот тритикале и осуществлением частичной переработки зерна с использованием собственного мукомольного производства. Реализация намеченных предложений позволит повысить эффективность управления производством и внедрить маркетинговую деятельность в работу предприятия.

Ключевые слова: маркетинговый анализ, аграрное производство, внутренняя среда, внешняя среда, растениеводческая продукция, эффективность

ORGANIZATION OF MARKETING INSTRUMENTS IN THE AGRICULTURAL SECTOR

Gonova O.V.

Gonova Olga Vladimirovna (ORCIDiD0000-0003-2357-6996)
Verkhnevolzhsk State University of Agronomy and Biothechnology,
Ivanovo, Sovetskaya str., 45, 153012, Russia
E-mail: gonovaov@mail.ru

This article discusses the organization of practical application of marketing analysis tools in the field of agricultural production. The applied nature of the research made it possible, using the example of a typical agricultural enterprise in the Ivanovo region specializing in grain production, to analyze the external and internal environment; analytical calculations for the project related to the improvement of production technology through the introduction of triticale into crop rotation and the implementation of partial grain processing using its own flour milling. The implementation of the planned proposals will improve the efficiency of production management and introduce marketing activities into the work of the enterprise.

Keywords: marketing analysis, agricultural production, internal environment, external environment, crop production, and efficiency

Для цитирования:

Гонова О.В. Организация использования инструментов маркетинговой деятельности в сфере аграрного производства. *Современные наукоёмкие технологии. Региональное приложение*. 2026. № 1. С. 17-25. DOI: 10.6060/snt.20268501.0002

For citation:

Gonova O.V. Organization of marketing instruments in the agricultural sector. *Modern high technology. Regional application*. 2026. N 1. P. 17-25. DOI: 10.6060/snt.20268501.0002

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ

Проблема низкой заинтересованности сельскохозяйственных организаций в использовании инструментов маркетинговой деятельности является многоаспектной, так как её решение зависит от целого ряда составляющих: степени развитости аграрной отрасли в целом и эффективности его функционирования, степени подготовки кадров, уровня маркетинговой грамотности и многого другого [1-3]. Трудности решения данной проблемы обусловлены тем, что далеко не весь перечень разнообразных маркетинговых инструментов вообще может быть применен в рамках сельскохозяйственного предприятия с учетом всех его особенностей. В современных условиях одним из важнейших направлений деятельности предприятий, в том числе и сельскохозяйственных, должен быть маркетинг, поскольку без его внедрения в деятельность предприятия в сложившихся реалиях практически невозможно вести эффективную политику по производству и сбыту продукции. С учетом особенностей производства и реализации продукции сельского хозяйства, маркетинговая стратегия должна разрабатываться и применяться особенно тщательно. Это обуславливает актуальность изучения данной проблемы.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

В данной статье рассматриваются практические аспекты использования инструментов маркетингового анализа на примере сельскохозяйственного предприятия Ивановского региона, специализирующегося на производстве продукции растениеводства. Основными аналитическими элементами выступают: абстрактно-логический, расчетно-конструктивный, SWOT- анализ и PEST-анализ [4, 5].

Любая компания существует в тесном единстве с внешним окружением, которое играет большую роль в ее жизни, так как служит источником ресурсов, необходимых для поддержания деятельности [6-8]. Компания получает энергию информацию, человеческие ресурсы из внешней среды, преобразует их в услуги и передает во внешнюю среду [9-11]. Она находится в процессе постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым возможность существования и развития. Внешняя среда оказывает разнообразное влияние на компанию, которое может проявляться в различных формах, предоставляя благоприятные условия и возможности для эффективного функционирования либо создания угрозы для ее существования [12-14]. Внешняя среда многочисленна и неоднородна по своему составу. Она включает большое количество компонентов, которые оказывают различное по степени, характеру и периодичности влияние на компанию [15, 16]. Сюда входит экономическая, политическая, правовая, социальная, технологическая и другие составляющие, со стороны которых компания испытывает воздействие [17-19].

Происходящие во внешней среде изменения, возрастание ее сложности и неопределенности усиливают это воздействие. Можно выделить две составляющие внешней среды, по-разному влияющие на компанию: макроокружение и непосредственное окружение. Макроокружение является частью внешней среды, общей для всех компаний. Наиболее известным методом анализа макросреды является PEST-анализ. Результаты его проведения экспертным путем представлены в табл. 1. В качестве экспертов были привлечены практикующие специалисты аграрной отрасли. Оценка степени вероятности и значимости внешних факторов отражена в таблице 2.

Таблица 1

Оценка степени влияния внешних факторов
Table 1. Assessment of the degree of influence of external factors

Факторы	Экспертные оценки степени влияния				Средняя оценка	Коэффициент веса
	1	2	3	4		
Политические						
Изменение законодательства	4	3	2	5	3,5	0,08
Смена политической власти	2	2	3	4	2,75	0,08
Правовая безграмотность	1	3	2	4	2,5	0,04
Экономические						
Экономическая нестабильность	4	4	4	5	4,25	0,08
Инфляция	3	2	3	2	2,5	0,06
Налоговая политика	5	5	5	4	4,75	0,09
Кризис	4	4	3	4	3,75	0,08

Природно-географические						
Условия климата	4	5	4	3	4	0,08
Ухудшение экологии	2	4	3	4	3,25	0,06
Ограниченность земельных ресурсов	1	2	4	1	2	0,08
Почвенные характеристики	5	5	5	5	5	0,1
Социальные						
Слабая инфраструктура области	4	2	1	5	3	0,06
Образование	2	2	3	4	2,75	0,04
Уровень урбанизации	2	4	2	3	2,75	0,07
Итого	x	x	x	x	x	1

Таблица 2

Степень вероятности и значимости влияния внешних факторов
Table 2. The degree of probability and significance of the influence of external factors

Факторы	Направленность влияния	Коэффициент веса	Средняя оценка	Средне-взвешенная оценка
Политические				
Изменение законодательства	+	0,08	3,5	0,28
Смена политической власти	+	0,08	2,75	0,22
Правовая безграмотность	-	0,04	2,5	0,1
Экономические				
Экономическая нестабильность	-	0,08	4,25	0,34
Инфляция	-	0,06	2,5	0,15
Налоговая политика	+	0,09	4,75	0,43
Кризис	-	0,08	3,75	0,3
Природно-географические				
Условия климата	+	0,08	4	0,32
Ухудшение экологии	-	0,06	3,25	0,19
Ограниченность земельных ресурсов	-	0,08	2	0,16
Почвенные характеристики	+	0,1	5	0,5
Социальные				
Слабая инфраструктура области	-	0,06	3	0,18
Образование	+	0,04	2,75	0,11
Уровень урбанизации	-	0,07	2,75	0,19

Анализируя полученные результаты, можно прийти к следующим выводам:

Среди политических факторов наибольшее положительное влияние окажет изменение законодательства для протекции аграрного сектора, рост правовой неграмотности носит негативный характер, но меньше прочих факторов повлияет на состояние предприятия.

В экономических факторах положительным моментом может являться облегчение налогового бремени аграрной сферы, что значительно скажется на положении фирмы, но также не стоит забывать о ряде остальных негативных факторов, которые так же имеют сильное влияние на этом полигоне. Природно-географические факторы хоть и носят в большинстве статичный характер, но тоже играют немаловажную роль, в большей

степени – почвенные характеристики. Социальные факторы имеют наименьшую степень влияния из всех других, это связано больше с устоями, издавна сложившимися после создания рыночных отношений и урбанизации. На следующем этапе исследований проведена оценка маркетинговых возможностей, которая предусматривает анализ возможностей и угроз, а также анализ слабых и сильных сторон.

С этой целью проведён SWOT - анализ, который позволяет выявить круг проблем, стоящих перед предприятием, а также набор различных способов их решения. Обозначена степень влияния факторов внешней и внутренней среды на деятельность изучаемого предприятия. Она была определена экспертным путем по пятибалльной шкале оценки в (табл. 3.).

Карта SWOT - анализа
Table 3. SWOT analysis map

Возможности	Баллы	Угрозы	Баллы
Стабильный спрос на продукцию	5	Нестабильная экономическая ситуация	2
Отсутствие конкурентов	4	Процесс усугубления урбанизации	3
Реализация в регионе программы поддержки личных подсобных и крестьянских (фермерских) хозяйств животноводческого направления	2	Низкие доходы населения	4
Итого	11	Итого	9
Сильные стороны	Баллы	Слабые стороны	Баллы
Обеспеченность техникой для производства зерна	5	Отсутствие внимания к маркетингу	4
Наличие специалистов в сфере агроинженерии	4	Низкое качество зерна	3
Выгодное местоположение	3	Низкая урожайность зерна	4
Итого	12	Итого	11

Из данных таблицы 3 видно, что экспертами высоко оценены возможности, связанные со стабильным высоким спросом на продукцию предприятия. Большие опасения экспертов связаны прежде всего с низкими доходами населения и мелких хозяйствующих субъектов области, что ведет к неплатежеспособности. В перечне сильных сторон особо отмечается наличие техники для производства зерна и наличия обслуживающего персонала. Среди слабых сторон – низкий уровень маркетинга и невысокая урожайность зерновых культур. Исходя из проведенного анализа внутренней среды предприятия можно сделать вывод о том, что даже при наличии негативных моментов внутреннего состояния хозяйствующего субъекта, балльная оценка возможностей в совокупности с сильными сторонами выше, чем у перечня слабых

сторон и угроз предприятия, то есть присутствуют резервы для улучшения положения организации, повышения качества ее функционирования.

С этой целью автором разработан проект совершенствования маркетинговой деятельности растениеводческой отрасли аграрного предприятия. В первоочередном порядке на предприятии необходимо осуществить планирование объемов производства продукции растениеводства [20, 21], исходя из посевных площадей и плановой урожайности (табл. 4.).

В табл. 5 представлено планирование урожайности зерновых культур, с использованием метода планирования от достигнутого уровня с учетом совершенствования технологии в соответствии с современными достижениями науки [22-24].

Таблица 4

Посевные площади по проекту
Table 4. Acreage under the project

Культуры	Площадь, га	Структура посевов зерновых культур, %
Озимая пшеница	100	20
Яровая пшеница	200	40
Тритикале	150	30
Овес	50	10
Всего:	500	100

Таблица 5

Планирование урожайности зерновых культур
Table 5. Grain yield planning

Культура	Достигнутый уровень, ц/га	Прибавка урожайности, ц/га	Планируемая урожайность, ц/га
Озимая пшеница	-	-	22
Яровая пшеница	12,7	5,3	18
Тритикале	-	-	20
Овес	7	13	20

Следовательно, за счет рационализации севооборота, внесения минеральных и органических удобрений предполагается выйти на среднеобластные показатели урожайности зерновых культур.

В табл. 6 рассчитан валовой сбор зерновых культур по проекту, составивший 9800 ц. Далее рассчитано распределение произведенного зерна на семена и реализацию по проекту (табл. 7.).

Таблица 6

Валовой производство зерна по проекту
Table 6. Gross grain production according to the project

Показатели	Проектный год
Площадь посева, га	500
Озимая пшеница	100
Яровая пшеница	200
Тритикале	150
Овес	50
Урожайность, ц/га	х
Озимая пшеница	22
Яровая пшеница	18
Тритикале	20
Овес	20
Валовой сбор, ц	9800
Озимая пшеница	2200
Яровая пшеница	3600
Тритикале	3000
Овес	1000

Таблица 7

Распределение произведённого зерна по проекту
Table 7. Grain distribution by project

Показатели	Количество, ц	Структура, %
Валовой сбор зерна, ц	9800	100
На семена:	1400	14,3
- озимая пшеница	280	2,9
- яровая пшеница	560	5,7
- тритикале	420	4,3
- овес	140	1,4
На реализацию:	8248,8	84,2
- озимая пшеница	1889,8	19,3
- яровая пшеница	2979,5	30,4
- тритикале	2534,6	25,9
- овес	844,9	8,6
На фураж:	151,2	1,5
- озимая пшеница	30,2	0,3
- яровая пшеница	60,5	0,6
- тритикале	45,4	0,5
- овес	15,1	0,2

Из табл. 7 можно сделать вывод, что в проектном году на семена планируется направить 14,3% валового сбора зерна, на фураж – 1,5%, а оставшиеся 84,2% планируется реализовать.

Представленные промежуточные расчеты позволяют осуществить формирование целей, задач и тактики маркетинговой деятельности.

Анализ существующей маркетинговой деятельности представлен в табл. 8. Таким образом, при наличии объективно положительных возможностей для предприятия, руководство не применяет маркетинговых инструментов, которые могут способствовать расширению клиентской базы и улучшению финансового состояния бизнеса.

Таблица 8

Оценка существующей маркетинговой деятельности предприятия
Table 8. Evaluation of the company's existing marketing activities

Элементы маркетинговой деятельности	Оценка состояния
1. Потребители и их мотивы	Личные подсобные и крестьянские (фермерские) хозяйства; мотив – обеспечение дешевыми кормами свои хозяйства
2. Конкуренты	Конкуренция низкая по причине отсутствия других крупных хозяйств
3. Каналы сбыта	Продукция реализуется через точку продажи, до которой покупатели добираются самостоятельно
4. Реклама	Реклама отсутствует, о продукции люди узнают от других покупателей
5. Объемы продаж	Мелкие партии по 200-300 кг
6. Рынок предприятия	Наличие на рынке неудовлетворенной потребности в фуражном зерне
7. Сервис	При совершении продаж сервис на очень низком уровне

Таблица 9

Выбор стратегии предприятия
Table 9. Choosing an enterprise strategy

Стратегия	Маркетинговый подход предприятия
Мотивация наращивания объемов реализации	Формирование системы скидок на покупку больших партий товара
Удержание и привлечение клиентов	Покупка и ввод в эксплуатацию мини-мельницы для размола зерна
Продвижение товара	Размещение рекламы
Развитие системы сбыта продукции	Совершенствование сервиса
Развитие ценового маркетинга в условиях низкой конкуренции	Использование метода сохранения цены, во избежание оттока потребителей
Увеличение деловой активности	Введение нового вида зерна, обладающего большими питательными и полезными свойствами (тритикале), технологическое совершенствование [25-27]

Цель маркетинговой деятельности в аргументированных позициях заключается преимущественно в позиционировании, рекламе, продвижении товара и совершенствовании сервиса. В табл. 9 представлены возможные маркетинговые подходы в рамках различных элементов маркетинговой стратегии предприятия.

Как видно из табл. 9, после анализа сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз, предложен перечень маркетинговых подхо-

дов, которые могут быть успешно интегрированы в деятельность сельскохозяйственного предприятия даже с учетом всех его особенностей, что, в свою очередь, позволит качественно повлиять на текущее положение фирмы и создать задел для развития в будущем.

Заключительным этапом исследования выступает расчёт совокупного экономического эффекта от реализации проекта (табл. 10.) [28-30].

Таблица 10

Экономическая эффективность реализации фуражного зерна по проекту
Table 10. Economic efficiency of fodder grain sales under the project

Показатель	2025 год	Проект	Отклонение проектного года от 2025 года (+, -)
Количество реализованного зерна, ц	3067	8248,8	5181,8
Выручка от реализации зерна, тыс. руб.	3688	5418,84	1730,84
Полная себестоимость зерна, тыс. руб.	3877	3456	-421
Прибыль от реализации зерна, тыс. руб.	-189	1962,8	-
Рентабельность, %	-4,87	56,8	-

Представленные расчеты показывают, что показатель рентабельности положителен и составляет 56,8%. Размол зерна позволит предприятию дополнительно получить в планируемом периоде прибыль и осуществить оздоровление экономического состояния. Срок окупаемости затрат составит около 4 месяцев. С учетом специфики сезонного производства продукции растениеводства, фирма, уже в первый год реализации проекта, сможет окупить единовременные инвестиционные затраты на внедрение и реализацию маркетинговых инструментов в работе предприятия.

Подводя итог выполненным исследованиям, следует отметить, что в настоящее время стратегической целью развития рынка зерна Иванов-

ской области является максимально эффективное использование природного потенциала, устойчивое обеспечение внутренних потребностей в продовольственном и фуражном зерне, укрепление позиций зернопроизводства на Российском и зарубежном агропродовольственном рынке на основе формирования эффективного маркетингового подхода к изучению данной проблемы как на макро-, так и на мезо- и микроуровнях национальной экономики.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов, требующего раскрытия в данной статье.

The authors declare the absence a conflict of interest warranting disclosure in this article

ЛИТЕРАТУРА

1. **Гонова О.В., Мalyгин А.А., Воробьева О.К.** Информационный процесс параметрического мониторинга оценки устойчивости производства продукции сельского хозяйства. Статистика в цифровой экономике: обучение и использование. Материалы международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 01–02 февраля 2018 года. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет. 2018. С. 183–185.
2. **Гонова О.В., Мalyгин А.А.** Системный подход и его применение к минимизации рисков в сельскохозяйственном производстве (на материалах Ивановской области). *Вестник АПК Верхневолжья*. 2013. № 3(23). С. 11–15.
3. **Гонова О.В., Мalyгин А.А., Лукина В.А.** Оценка экономических факторов устойчивого развития аграрного сектора региона. *Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством» [Ивэкофин]*. 2025. № 1(63). С. 40–49. DOI 10.6060/ivecofin.2025631.711.
4. **Каменева Н.Г., Поляков В.А.** Маркетинговые исследования: Уч. пос. 2-е изд., доп. М: Вузовский учебник, 2024. 368 с.
5. **Комарницкая Е.В.** Современные тренды маркетинга в розничной торговле: маркетинг категорий. *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2025. № 1(110). С. 205–212. DOI 10.21295/2223-5639-2025-1-205-212.
6. **Скляр Е.Н., Авдеенко Г.И., Алексунин В.А.** Маркетинговые исследования: практикум. 3-е изд., стер. Москва: ИТК «Дашков и К», 2021. 215 с. ISBN 978-5-394-04349-9. <https://rucont.ru/efd/689039>
7. **Комарницкая Е.В.** Потребительская ценность в маркетинге как основа разработки бизнес-модели. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2024. № 3. С. 3–7.
8. **Гонова О.В.** Аналитическая практика использования комплексной оценки экономической эффективности деятельности малых предприятий сферы агробизнеса. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2018. № 2(54). С. 25–30.
9. **Шабунова А.А., Рычихина Н.С.** Реструктуризация производственно-хозяйственной деятельности малых городов. *Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством» [Ивэкофин]*. 2023. № 3 (57). С. 70–77.

REFERENCES

1. **Gonova O.V., Malygin A.A., Vorobyeva O.K.** Information Process of Parametric Monitoring of Sustainability Assessment of Agricultural Production. Statistics in the Digital Economy: Training and Use. Materials of the International Scientific and Practical Conference, St. Petersburg, February 01–02, 2018. St. Petersburg: St. Petersburg State University of Economics. 2018. P. 183–185.
2. **Gonova O.V., Malygin A.A.** A systematic approach and its application to minimize risks in agricultural production (based on the materials of the Ivanovo region). *Vestnik APK Verkhnevolzhya*. 2013. N 3(23). P. 11–15.
3. **Gonova O.V., Malygin A.A., Lukina V.A.** Assessment of Economic Factors of Sustainable Development of the Region's Agrarian Sector. *Ivecofin*. 2025. N 1(63). P. 40–49. DOI 10.6060/ivecofin.2025631.711.
4. **Kameneva N.G., Polyakov V.A.** Marketing Research: Textbook. 2nd ed., Moscow: Vuzovskiy Uchebnik, 2024. 368 p.
5. **Komarnitskaya E. V.** Modern Marketing Trends in Retail: Category Marketing. *Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics, and Law*. 2025. N 1(110). P. 205–212. DOI 10.21295/2223-5639-2025-1-205-212.
6. **Sklyar E.N., Avdeenko G.I., Aleksunin V.A.** Marketing Research: A Practical Guide. 3rd ed., ster. Moscow: ITK Dashkov and K, 2021. 215 p. ISBN 978-5-394-04349-9. <https://rucont.ru/efd/689039> (accessed on 26.01.2026)
7. **Komarnitskaya E.V.** Consumer Value in Marketing as a Basis for Developing a Business Model. *Marketing in Russia and Abroad*. 2024. N 3. P. 3–7.
8. **Gonova O.V.** Analytical practice of using a comprehensive assessment of the economic efficiency of small agribusiness enterprises. *Modern high technology. Regional application*. 2018. N 2(54). P. 25–30.
9. **Shabunova A.A., Rychikhina N.S.** Restructuring of the Production and Economic Activities of Small Cities. *Ivecofin*. 2023. N 3 (57). P. 70–77.
10. **Ilchenko A.N., Rychikhina N.S.** Indicative method of determining the enterprise's need for restructuring. *Economic Analysis: Theory and Practice*. 2006. N 20 (77). P. 5–10.
11. **Rychikhina N.S.** Restructuring Strategies of Russian Enterprises: A Regional Aspect. *Regional Economics: Theory and Practice*. 2005. N 10. P. 21–29.
12. **Ilchenko A.N., Rychikhina N.S.** Management of Industry Restructuring Based on System Analysis of the "Life Cycle". *Economics and Entrepreneurship*. 2013. N 10 (39). P. 167–171.

10. Ильченко А.Н., Рычихина Н.С. Индикативный метод определения потребности предприятия в реструктуризации. *Экономический анализ: теория и практика*. 2006. № 20 (77). С. 5-10.
11. Рычихина Н.С. Стратегии реструктуризации российских предприятий: региональный аспект. *Региональная экономика: теория и практика*. 2005. № 10. С. 21-29.
12. Ильченко А.Н., Рычихина Н.С. Управление реструктуризацией отраслей на основе системного анализа "жизненного цикла". *Экономика и предпринимательство*. 2013. № 10 (39). С. 167-171.
13. Струнникова С.Е., Новиков В.А. Управление финансовыми рисками в инвестиционно-инновационных проектах. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2023. № 2(74). С. 40-48. DOI:10.6060/snt.20237402.0004.
14. Сергеев С.М. Социализация экономики: основные показатели и критерии в рамках программно-целевого подхода. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2022. № 72(4). С. 6-13.
15. Кочеткова Т.С. Эволюция процессного подхода и развитие его методологии на уровне управления региональной экономической системой. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2022. № 2 (70). С. 29-38. DOI: 10.6060/snt.20227002.0004
16. Ермолаев М.Б., Белокопская Е.Г., Борецкий Д.А., Смирнова О.П. Технологии машинного обучения в исследовании лояльности клиентов. *Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством» [Ивэкофин]*. 2024. №04(62). С.73-81.
17. Малёнкина Т. М., Посажеников, А. А. Оценка инновационного потенциала предприятий региона. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2023. № 4(76). С. 36-39.
18. Степанова С.М., Горинова С.В., Кокушкина А.А. Анализ эффективности логистической деятельности как подсистемы экономической безопасности организации. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2025. № 4(84). С.64-70. DOI 10.6060/snt.20258404.00009.
19. Юрк Н.А., Динер Ю.А. Особенности построение «дома качества» при проектировании новых видов продукции. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2025. № 4(84). С. 79-87. DOI 10.6060/snt.20258404.00011.
20. Малёнкина Т.М., Рыбина К.М., Посажеников А.А. Совершенствование системы финансового планирования на предприятии. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2025. № 4(84). С. 35-40. DOI 10.6060/snt.20258404.00005.
21. Воробьева О.К., Лукина В.А. Применение метода прогнозирования в цифровой трансформации предприятий АПК. *Аграрная наука в условиях модернизации и инновационного развития АПК России: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, Иваново, 29-30 ноября 2021 года. Том 2. Иваново: Ивановская государственная сельскохозяйственная академия им. акад. Д.К. Беляева, 2021. С. 121-124.*
22. Гонова О.В., Малигин А.А., Лукина В.А. Перспективы устойчивого развития зернового производства Ивановского региона. *Аграрный вестник Верхневолжья*. 2018. № 2(23). С. 132-135.
23. Балыков Д.В., Линник А.И., Пазин М.А. Применение хлористого калия совместно с органическими и минеральными удобрениями при возделывании яровой пшеницы. *Аграрный вестник Верхневолжья*. 2025. № 3(53). С. 7-14.
13. Strunnikova S.E., Novikov V.A. Financial Risk Management in Investment and Innovation Projects. *Modern high technology. Regional application*. 2023. N 2(74). P. 40-48. DOI:10.6060/ /snt. 20237402.0004.
14. Sergeev S.M. Socialization of the Economy: Main Indicators and Criteria within the Framework of a Program-Targeted Approach. *Modern high technology. Regional application*. 2022. N 72(4). P. 6-13.
15. Kochetkova T.S. Evolution of the Process Approach and Development of Its Methodology at the Level of Management of the Regional Economic System. *Modern high technology. Regional application*. 2022. N 2 (70). P. 29-38. DOI: 10.6060/snt.20227002.0004.
16. Ermolaev M.B., Belokonskaya E.G., Boretsky D.A., Smirnova O.P. Machine Learning Technologies in the Study of Customer Loyalty. *Ivecofin*. 2024. N 04(62). P. 73-81.
17. Malenkina T. M., Posazhennikov, A.A. Assessment of the Innovative Potential of Regional Enterprises. *Modern high technology. Regional application*. 2023. N 4(76). P. 36-39.
18. Stepanova S.M., Gorinova S.V., Kokushkina A.A. Analysis of the Efficiency of Logistic Activities as a Subsystem of an Organization's Economic Security. *Modern high technology. Regional application*. 2025. N 4(84). P. 64-70. DOI 10.6060/snt. 20258404.00009.
19. Yurk N.A., Diner Yu.A. Features of building a "quality house" when designing new types of products. *Modern high technology. Regional application*. 2025. N 4(84). P. 79-87. DOI 10.6060/snt.20258404.00011.
20. Malenkina T.M., Rybina K.M., Posazhennikov A.A. Improving the Financial Planning System at an Enterprise. *Modern high technology. Regional application*. 2025. N 4(84). P. 35-40. DOI 10.6060/snt.20258404.00005.
21. Vorobyeva O.K., Lukina V.A. Application of the forecasting method in the digital transformation of agricultural enterprises. *Agricultural science in the context of modernization and innovative development of the Russian agro-industrial complex: Collection of materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Ivanovo, November 29-30, 2021. Volume 2. Ivanovo State Agricultural Academy named after Academician D.K. Belyaeva, 2021. P. 121-124.*
22. Gonova O.V., Malygin A.A., Lukina V.A. Prospects for Sustainable Development of Grain Production in the Ivanovo Region. *Agrarian Bulletin of the Upper Volga Region*. 2018. N 2(23). P. 132-135.
23. Balykov D.V., Linnik A.I., Pazin M.A. Application of Potassium Chloride in Combination with Organic and Mineral Fertilizers in the Cultivation of Spring Wheat. *Agrarian Bulletin of the Upper Volga Region*. 2025. N 3(53). P. 7-14.
24. Borin A.A., Loshchinina A.E. Comparative Evaluation of Fallow Lands in the Cultivation of Winter Crops. *Agrarian Bulletin of the Upper Volga Region*. 2024. N 2(47). P. 10-17. DOI 10.35523/2307-5872-2024-47-2-10-17.
25. Gonova O.V., A.A. Malygin Economic and mathematical methods and their practical application in agrochemical experiment. *Journal of Agriculture and Environment*. 2021. N 1(17). DOI 10.23649/jae.2021.1.17.6.
26. Torikov V.E., Ivanyuga T.V., Dornikh G.E. On the State and Prospects of Increasing Grain Production in the Bryansk Region and the Russian Federation. *Agrarian Bulletin of the Upper Volga Region*. 2023. N 1(42). P. 18-25. DOI 10.35523/2307-5872-2023-42-1-18-25.
27. Aldoshin N.V., Vasilyev A.S., Solovyova L.M. Agroecological Efficiency of Soil Tillage Methods and Protective-Stimulating Preparations in the Cultivation of Winter Triticale. *Agrarian Bulletin of the Upper Volga Region*. 2023. N 2(43). P. 5-11. DOI 10.35523/2307-5872-2023-43-2-5-11.

24. **Борин А.А., Лощинина А.Э.** Сравнительная оценка паров в агротехнике возделывания озимых культур. *Аграрный вестник Верхневолжья*. 2024. № 2(47). С. 10-17. DOI 10.35523/2307-5872-2024-47-2-10-17.
25. **Gonova O.V., Malygin A.A.** Economic and mathematical methods and their practical application in agrochemical experiment. *Journal of Agriculture and Environment*. 2021. N 1(17). DOI 10.23649/jae.2021.1.17.6.
26. **Ториков В.Е., Иванюга Т.В., Дорных Г.Е.** О состоянии и перспективах увеличения производства зерна в Брянской области и Российской Федерации. *Аграрный вестник Верхневолжья*. 2023. № 1(42). С. 18-25. DOI 10.35523/2307-5872-2023-42-1-18-25.
27. **Алдошин Н.В., Васильев А.С., Соловьева Л.М.** Агро-экономическая эффективность приёмов обработки почвы и защитно-стимулирующих препаратов при возделывании озимой тритикале. *Аграрный вестник Верхневолжья*. 2023. № 2(43). С. 5-11. DOI 10.35523/2307-5872-2023-43-2-5-11.
28. **Борин А.А., Лощинина А.Э., Андреев И.А.** Многолетний опыт: обработка почвы с разной интенсивностью и урожайность культур севооборота. *Аграрный вестник Верхневолжья*. 2024. № 4(49). С. 5-13.
29. **Гонова О.В.** Практическая реализация математической модели параметрической диагностики состояния сельского хозяйства Ивановской области. *Международный сельскохозяйственный журнал*. 2009. № 6. С. 30-31.
30. **Малыгин А.А.** Определение параметров устойчивого функционирования аграрного предприятия. Социально-экономические аспекты развития сельских территорий: Материалы Всероссийской (национальной) научно-практической интернет-конференции, посвященной 60-летию экономического факультета, Нижний Новгород, 03 декабря 2020 года. Нижний Новгород: ФГБОУ ВО Нижегородская ГСХА, 2021. С. 201-203.
28. **Borin A.A., Loshchinina A.E., Andreev I.A.** Long-term experience: soil cultivation with different intensities and crop yields in crop rotation. *Agrarian Bulletin of the Upper Volga Region*. 2024. N 4(49). P. 5-13.
29. **Gonova O.V.** Practical implementation of a mathematical model for parametric diagnostics of the state of agriculture in the Ivanovo region. *International Agricultural Journal*. 2009. N 6. P. 30-31.
30. **Malygin A.A.** Determining the Parameters of Sustainable Functioning of an Agricultural Enterprise. Social and Economic Aspects of Rural Territory Development: Proceedings of the All-Russian (National) Scientific and Practical Internet Conference Dedicated to the 60th Anniversary of the Faculty of Economics, Nizhny Novgorod, December 3, 2020. Nizhny Novgorod: Nizhny Novgorod State Agricultural Academy, 2021. P. 201-203.

Поступила в редакцию (Received): 25.12.2025
Принята к опубликованию (Accepted): 03.02.2026