

НОВІ ТРЕНДИ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Мігяєва М.С., гр. МЕ-28

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. Л.О. Попова
Харківський державний університет харчування та торгівлі.

В період розгортання ринкових відносин старі механізми впровадження нових продуктів і технологій вже не спрацьовують. Процеси приватизації, корпоратизації, поява нових, інноваційно орієнтованих структур змушують займатися інноваційною діяльністю всіх суб'єктів господарювання. Адже саме ця діяльність забезпечує конкурентні переваги, дозволяє підприємствам виживати за умов кризових явищ. Виникає гостра потреба у діяльності інноваційних посередників, яка охоплюватиме майже всі види діяльності, які супроводжують проходження ідеї від своєї розробки до практичного використання інтелектуального продукту.

Комплексний характер державного регулювання інноваційного підприємництва має включати концептуально-законодавчий, інституціонально-організаційний та фінансово-кредитний напрямки. Розроблення цілісної повномасштабної концепції державної політики розвитку інноваційного підприємництва повинно спиратися на створення принципово нової законодавчої бази. Її спрямуванням у майбутньому буде зняття перепон для розвитку інноваційної діяльності, стимулювання попиту на фундаментальні та прикладні науково-технічні розробки з боку промислових підприємств.

Інституціонально-організаційні заходи повинні бути спрямовані на сприяння організації інвестиційного процесу, появи численних інноваційних фондів, інших посередницьких структур, які спрямовуватимуть свої зусилля на координації окремих ланок інноваційного процесу, прискоренні просування наукових ідей та новітніх технологій. Провідне місце у комплексі заходів мають зайняти спеціальні програми підтримки нововведень через розвиток малих венчурних підприємств.

Одночасно слід враховувати, що реалізація інтелектуальної власності в Україні має свою специфіку, що відображає загальний стан економіки. Тому запобігання руйнуванню національного інтелектуального потенціалу вимагає значного збільшення витрат на науку й освіту у ВВП, посилення економічної мотивації суб'єктів інноваційного підприємництва.

СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ ВЕРМІШЕЛІ ТА ЛОКШИНИ ШВИДКОГО ПРИГОТУВАННЯ.

Морозов О.О., гр. МР-67м

Науковий керівник – канд. екон. наук, проф. Л.О. Попова
Харківський державний університет харчування та торгівлі.

Підприємства, що діють на ринку, усвідомлюють, що їхні товари не можуть повністю задовольнити сподівання та надії всіх споживачів. Сучасне підприємство буде намагатись зайняти всі ринкові ніші (сегменти) для максимізації прибутків. Для успішної діяльності підприємства необхідно проводити маркетингові дослідження, в результаті яких акцентується увага на особливостях попиту та споживання за окремими сегментами ринку. На окремих сегментах продукт принесе підприємству максимальний прибуток – адже достатньо, що різні споживачі бажають купувати різні товари.

Проведені маркетингові дослідження показали, що український ринок вермішелі та локшини швидкого приготування характеризується монополістичним типом конкуренції. На ринку, що вивчається, переважає продукція вітчизняного виробництва (99,93%). Це пояснюється як наявністю достатніх потужностей у вітчизняних підприємств, так і тим, що в Україні виробляється і добувається вся необхідна для виробництва сировина: борошно, цукор, сіль, овочі, фрукти, молокопродукти, яєчний порошок, м'ясо та багато ін. Приправи, за можливістю, українські виробники готують самостійно, а функціональні домішки часто закуповуються всередині країни у дилерів іноземних компаній, рідше – за кордоном.

У зв'язку з цим, при виведенні на ринок нової продукції, особливу увагу необхідно звернути на таке:

- дизайн упаковки (дослідження показали, що перш за все споживач звертає увагу на упаковку, а потім вже на ціну і смак домішки);
- рекламну підтримку (це дозволить привернути увагу споживача до новинки).

Дане маркетингове дослідження дозволить у майбутньому розробити методологічні основи сегментації ринку з урахуванням споживчих уподобань.