

продукции; Украинской государственной инновационной компании финансировать только отобранные на конкурсной основе инновационные проекты по целевому назначению; обеспечить функционирование разветвленной инновационной инфраструктуры и механизм ее государственной финансовой поддержки на стартовых периодах образования; создать сеть венчурных фондов для поддержки малого инновационного бизнеса.

А.В. Гринчак, канд. техн. наук, Е.Х. Давлетханова
Уманская государственная аграрная академия
(Украина)

ИНФОРМАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ МАРКЕТИНГА

Разработка проекта исследования показывает, есть ли возможность реализовать исследование в выбранной постановке. Если это возможно, то исследование проводится, если нет, то могут изменяться отдельные элементы постановки задачи или пересматриваться рабочая гипотеза маркетинговых исследований. Разработав проект исследования, необходимо собрать информацию и извлечь из совокупности полученных данных наиболее важные сведения и результаты. Здесь данные сводятся в таблицы и обрабатываются с помощью современных статистических методик, многомерных (факторный, кластерный анализ), эконометрических, имитационных методов, а также методов математического программирования и теорий принятия решений. Основные результаты представляются в наиболее простом для понимания виде, что позволит принять более взвешенные маркетинговые решения.

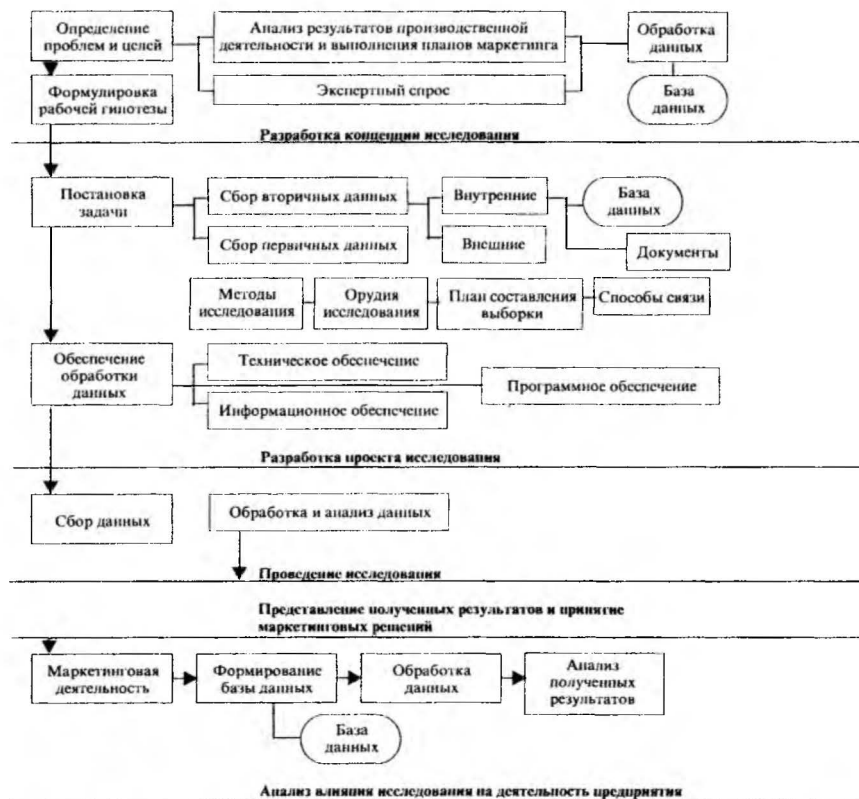


Схема информационной модели маркетинга с использованием информационных технологий

*Е.А. Гришнова, д-р экон. наук
Киевский национальный университет им. Т. Шевченко*

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ — ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

В современных условиях, которые характеризуются высокой интенсивностью перемен во всех направлениях и сфе-