

дозволяє відстежувати рух очей і при цьому дає можливість визначити рівень уваги, зацікавленості та емоційну реакцію респондента на відповідну зону екрану; People Stream [4] – метод дослідження пасажиропотоків, спрямований на збір і аналіз інформації, необхідної для визначення ефективності зовнішньої реклами, планування рекламних кампаній, розміщення торгівельних точок і проведення промо-акцій.

Підводячи підсумок, слід зазначити, що інформація віддзеркалює ринковий розвиток, а також сигналізує керуючим органам підприємства про негаразди або переваги в окремих частинах ринкового механізму, є фундаментом прийняття управлінських рішень і джерелом ідей для подальшої діяльності.

**Список літератури:** 1. *Дубинський І.* Розвиток Інтернету в Україні відкриває нові можливості для маркетингових досліджень / *І.Дубинський* //Маркетинг в Україні.-2009.-№3.-с.11-13. 2. *Ковальчук С.* Кулхантинг: маркетингові дослідження нових трендів / *С.Ковальчук, І.Слободян* // Маркетинг в Україні.-2010.-№1.-с.57-59. 3. Eye tracking research [Електронний ресурс].-<http://www.rb.com.ua/rus/.../group-1790/html/>. 4. Stream: Дослідження пасажиропотоків [Електронний ресурс]. [http://www.kiis.com.ua/txt/people\\_stream.html/](http://www.kiis.com.ua/txt/people_stream.html/).

**А.А. Мальцева**, канд.економ.наук, Тверской Інноцентр

**О.И. Савченко**, канд.економ.наук, проф. НТУ «ХПИ»

## **МЕХАНИЗМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

Современное состояние научно-технической и инновационной сферы в России свидетельствует о том, что уровень инновационной активности и инновационной инфраструктуры требуют усиления внимания со стороны государства для более активного функционирования бизнес-среды.

Инновационные предприятия не только реализуют задачу максимизации прибыли за счет использования современных технологий, но и способствуют уменьшению социальной напряженности в обществе. Федеральные программы развития нацелены на повышение инновационного потенциала российской

экономики. В тоже время достаточно часто инновационная политика проводится в рамках определенных стереотипов и становится инерционной. Реальную государственную поддержку получает незначительное количество предприятий и, в большинстве случаев, она сводится к предоставлению некоторых налоговых льгот и упрощению условий кредитования.

При переходе к инновационному развитию российской экономики одной из задач инновационной политики становится формирование инновационного типа мышления. И прежде всего, это относится к молодому поколению, а значит, качество российского профессионального образования должно развиваться в этом направлении. В ряде университетов страны реализуются программы в области предпринимательства и бизнеса как на уровне бакалавриата, так и на уровне магистратуры. Направление «Менеджмент» предполагает изучение следующих курсов в данной области: экономика и управление малым бизнесом, маркетинговое обеспечение бизнеса, организация предпринимательства, инвестиционное проектирование на государственных и частных предприятиях, инновационное предпринимательство, экономика и организация малых предприятий инновационной сферы. На направлении «Экономика» предлагаются курсы: бизнес-планирование, оценка стоимости бизнеса, программное обеспечение оценки бизнеса, экономика и организация предпринимательского труда, международный бизнес. На уровне магистратуры предлагают магистерскую программу «Международный бизнес» со следующим циклом дисциплин: история предпринимательства, национальные бизнес-системы в процессе глобализации, инновационные предпринимательские структуры в условиях глобализации. Обучение инновационному предпринимательству также осуществляется на магистерских программах «Общий и стратегический менеджмент»: история предпринимательства, управление стоимостью компании, информационная бизнес-аналитика и «Корпоративное управление»: моделирование бизнес-процессов корпорации, проектный менеджмент в корпоративном бизнесе, информационная бизнес-аналитика.

Ярким примером заинтересованности вузов в таком развитии является создание инновационной системы взаимодействия «университет-студент-работодатель». Инновационность этой системы обусловлена внедрением современных методов работы со студентами и выпускниками (включение работодателей в учебный процесс, организация мероприятий повышающих мобильность и активность выпускников и студентов). Результатом становится выпуск «инновационного продукта» - выпускника, обладающего помимо знаний предусмотренных образовательным стандартом, навыком адаптивности к окружающей среде, к рынку труда. При таком подходе меняются функции, к поиску возможных мест трудоустройства и практики добавляется профессионально-психологическое сопровождение обучения. Мониторинг рынка труда специалистов и удовлетворенности работодателей качеством подготовки проводится с помощью анкетирования работодателей - постоянных партнеров в сфере практики и трудоустройства университетов. Для усиления взаимодействия организуются специализированные мероприятия: презентации, мастер-классы, ярмарки вакансий, экскурсии в компании.

**Верес Шамоши Марианн**, доктор экон. наук, Мишкольцский ун-т, Венгрия, директор института инноваций

**М.М. Ткачев**, преподаватель НТУ «ХПИ»

## **ЦЕНА И КОММЕРЧЕСКАЯ СТОИМОСТЬ ПИРАТСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

Исследование существующих определений пиратской (контрафактной) продукции позволяет определять эту категорию как такую, которая используется в хозяйственном обороте с нарушением прав на любой содержащийся в ней объект права интеллектуальной собственности.

В украинском законодательстве существует более общее понятие «фальсифицированная продукция». Согласно украинскому законодательству о