

Інноваційна пропозиція

з метою залучення інвесторів та покупців

1. Назва новації

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТА ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

2. Інтелектуальна власність

Оберіть відповідну позицію, поставив позначку «+». Допишіть відповідну інформацію.

- Новація запатентована В яких країнах: _____
- Подана заява на патент В яких країнах: _____
- Є ліцензійна угода/ексклюзивне право.
- Інше (Що саме) Інформація, отримана у результаті досліджень та розроблені стратегії

3. Вид новації

Оберіть шляхом заміни значку «-» на «+»

-	Виріб
-	Технологія

+	Результат науково-дослідних робіт
-	Інше (оговорюється окремо)

4. Сфери застосування новації

Оберіть одну або декілька сфер застосування новації шляхом зміни значку «-» на «+».

-	Автомобілі, транспорт і логістика
+	Агропромисловий комплекс та харчові технології
-	Аеро- і космічні технології
-	Біохімічні технології
-	Будівництво
-	ВПК та безпека
-	Енергетика та енергозбереження
-	ІТ-технології, ІКТ промисловості і послуг
-	Легка промисловість
-	Морська індустрія та послуги
-	Навколишнє середовище
-	Нано- та мікротехнології
-	Нові матеріали
-	Охорона здоров'я
-	Творчі індустрії
-	Туризм і культурна спадщина
-	Інше. (Нижче вкажіть сферу застосування:)

5. Новизна

Чим новація у цифрах або якісно перевершує те, що вже існує та використовується? (Відповідь повинна бути стислою та чіткою - до трьох основних аргументів на підтвердження перспективності застосування новації на внутрішньому та/або зовнішньому ринках)

Маркетингові дослідження проводяться для одержання необхідної інформації щодо ринку - споживачів, конкурентів, товарів-замінників. Маркетингові дослідження здійснюються з метою зниження ризику, оптимізації інвестиційного процесу в наступних ситуаціях: при створенні підприємства; при освоєнні і виведенні нових товарів діючими підприємствами; при погіршенні економічних і неекономічних показників діяльності підприємства.

У результаті проведених маркетингових досліджень інвестор отримує наступні показники:

- оцінку конкурентноздатності товару;
- розмір цільового ринку;
- доцільний діапазон цін на товар;
- розмір ринкового попиту на товар;
- прогнозований обсяг продажів.

Застосування сучасних ефективних методик аналізу надає підґрунтя для розробки оптимальної стратегії позиціонування та просування.

6. Стадія розвитку новації

На якій стадії розробки знаходиться новація? Оберіть шляхом заміни значку «-» на «+»

+	Концепція, її доказ
-	Прототип, який пройшов тестування та доступний для демонстрації
+	Відпрацьована технологія для дрібносерійного виробництва
+	Технологія готова до промислового впровадження
-	Комерціалізована

7. Форма представлення новації

Оберіть одну або декілька форм шляхом заміни значку «-» на «+»

-	Демонстраційна модель
+	Мультимедійна презентація
-	Доповідь

8. Інформація про відповідального, який подає новацію

Заклад	
назва	Одеська національна академія харчових технологій (ОНАХТ)
адреса	65035 Україна, м. Одеса, вул. Канатна, 112, ОНАХТ, НДІ, ВНТЗтаМ
web-сайт	www.onaft.edu.ua
Особа відповідальна за взаємодію	
посада	Начальник Відділу нормативно-технічного забезпечення та метрології
ПІБ	Данилова О.І.
тел. міськ	(048) – 712-41-30
e-mail	nauka@onaft.edu.ua
Автори	Голубьонкова О.О.