

УКРАЇНА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Економічний факультет

Кафедра організації підприємництва
та біржової діяльності

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

**методичні вказівки для проведення практичних занять та
самостійної роботи студентів**

повного терміну денної форми навчання
освітнього ступеня «Бакалавр»
зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Київ – 2021

УДК 330.3

Методичні вказівки для практичних занять та самостійної роботи студентів повного терміну денної форми навчання освітнього ступеня «Бакалавр» зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність з дисципліни «Інноваційне підприємництво».

Рекомендовано до видання вченою радою економічного факультету НУБіП України (протокол №1 від 31 серпня 2021 р.).

Укладач: канд. екон. наук, доцент Л.О.Березовська

Рецензенти: канд. екон. наук, доцент кафедри організації підприємництва та біржової діяльності О.А.Томашевська

канд. екон. наук, доц. кафедри фінансів Л.А.Олійник

Навчальне видання

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

методичні вказівки для практичних занять та самостійної роботи студентів

повного терміну денної форми навчання освітнього ступеня «Бакалавр»

зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Укладач: Березовська Людмила Олексіївна

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	5
ЗМІСТ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»	7
ТЕМА 1. Сутність інновацій та інноваційного підприємництва	7
ТЕМА 2. Сутнісна характеристика інноваційної діяльності та інноваційних процесів.	8
ТЕМА 3. Креативність у інноваційному підприємстві	9
ТЕМА 4. Інноваційна політика підприємства: реінжиніринг бізнес-процесів	10
ТЕМА 5. Інноваційний маркетинг	12
ТЕМА 6. Сучасні організаційні форми реалізації інновацій	13
ТЕМА 7. Фінансування інноваційних процесів. Інвестиції в інноваційному підприємстві	13
ТЕМА 8. Система управління інноваційними процесами.	14
ТЕМА 9. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємства	15
ТЕМА 10. Державне регулювання інноваційної діяльності	16
ТЕМА 11. Ризики в інноваційному підприємстві	17
ТЕМА 12. Економіка інтелектуальної власності	17
ТЕМА 13. Управління інтелектуальною власністю на етапі розробки інноваційної продукції	18
ТЕМА 14. Оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності	19
ТЕМА 15. Управління інтелектуальною власністю при комерціалізації інновацій	20
КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ	21
ТЕСТИ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ	23
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	34
ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ	34

ПЕРЕДМОВА

Метою вивчення дисципліни «Інноваційне підприємництво» є формування у студентів системи спеціальних знань з економіки і організації інноваційного підприємництва та його управління, формування практичних навичок раціональної організації та економічного обґрунтування напрямків інноваційної діяльності підприємства з урахуванням сучасних тенденцій інноваційного розвитку економіки.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни є:

- здобуття здобувачами вищої освіти глибоких теоретичних знань з питань організації й розвитку інноваційного підприємництва;
- вивчення сутності інновацій та інноваційної діяльності, сучасних концепцій і тенденцій інноваційного розвитку;
- визначення методичних підходів щодо формування інноваційної політики підприємства та управління інноваційною діяльністю задля забезпечення ефективності функціонування суб'єктів підприємництва в умовах конкуренції;
- вироблення і закріплення навичок інноваційної діяльності та оцінювання ефективності інноваційних процесів; опанування методичним інструментарієм управління інноваційними процесами на підприємствах

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- умови і фактори розвитку інноваційного підприємництва;
- сучасні тенденції розвитку інновацій в Україні та у світі;
- принципи державного регулювання і основи державної інноваційної політики;
- сутність і зміст інноваційної політики підприємства, її типи;
- форми інновацій, методи та інструментарій їх створення;
- сутність інфраструктури інноваційного підприємництва: її основні компоненти, організаційні форми, види, напрямки спеціалізації;
- методичний інструментарій управління інноваційними процесами на підприємствах;
- методи маркетингу, фінансування, організації і планування інноваційної діяльності;
- методичні підходи щодо забезпечення ефективності функціонування суб'єктів інноваційної діяльності за умов конкуренції;
- методи оцінки ефективності інноваційного підприємництва в умовах ризиків і невизначеності.

вміти:

- використовувати методичний інструментарій проведення аналізу з питань організації і розвитку інноваційного підприємства, розробки рекомендацій щодо активізації і підвищення ефективності інноваційних процесів;
- професійно користуватись законодавчою базою України щодо норм державного регулювання інноваційної діяльності;
- застосовувати на практиці набуті знання щодо управління інноваційними процесами на підприємствах;
- володіти методами стратегічного управління інноваціями, обґрунтовувати інноваційну стратегію підприємства;
- здійснювати аналіз економічного, інформаційного і правового забезпечення інноваційних проектів;
- здійснювати комплексну оцінку ефективності інноваційної діяльності підприємства;
- вміти приймати науково обґрунтовані управлінські рішення щодо реалізації інноваційних проектів в умовах ризику і невизначеності;
- застосовувати сучасний інструментарій для вирішення завдань в галузі управління ризиками, використовувати в практичній діяльності методики оцінки ризиків;
- робити обґрунтовані висновки щодо ефективності діяльності суб'єктів інноваційного підприємництва та її удосконалення.

ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	Денна форма							Заочна форма						
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	ін д	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Змістовий модуль 1. Інноваційне підприємництво та управління інноваційним процесом														
Тема 1. Сутність інновацій та інноваційного підприємництва	1	9	2	2			5							
Тема 2. Сутнісна характеристика інноваційної діяльності та інноваційних процесів.	1	9	2	2			5							
Тема 3. Креативність у інноваційному підприємстві	1	9	2	2			5							
Тема 4. Інноваційна політика підприємства: реінжиніринг бізнес-процесів	1	9	2	2			5							
Тема 5. Інноваційний маркетинг	1	9	2	2			5							
Тема 6. Сучасні організаційні форми реалізації інновацій.	1	9	2	2			5							
Разом за змістовим модулем 1	6	54	12	12			30							
Змістовий модуль 2. Керування інтелектуальною власністю в інноваційному підприємстві														
Тема 7. Фінансування інноваційних процесів. Інвестиції в інноваційному підприємстві.	1	8	1	2			5							
Тема 8. Система управління інноваційними процесами.	1	8	1	2			5							
Тема 9. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємства.	1	8	1	2			5							
Тема 10. Державне регулювання інноваційної діяльності.	1	7		2			5							
Тема 11. Ризики в інноваційному підприємстві.	1	7		2			5							

Тема 12. Економіка інтелектуальної власності	1	7		2			5						
Тема 13. Управління інтелектуальною власністю на етапі розробки інноваційної продукції	1	7		2			5						
Тема 14. Оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності	1	7		2			5						
Тема 15. Управління інтелектуальною власністю при комерціалізації інновацій	1	7		2			5						
Разом за змістовим модулем 2	9	66	3	18			45						
Усього годин													
Курсовий проект (робота) з (якщо є в навчальному плані)													
Усього годин		120	15	30			75						

ЗМІСТ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ «ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙ ТА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ПЛАН

1. Сутність та класифікація інновацій.
2. Теорії становлення інновацій.
3. Сутність і завдання інноваційної політики підприємства.
4. Принципи формування і складові інноваційної політики підприємства.

Запитання до обговорення

1. Охарактеризуйте становлення первісних теорій інноваційного розвитку (середина XVIII - кінець XX ст.), спираючись на праці Адама Сміта, Жана Кондорсе, Давида Рікардо, Карла Маркса.
2. В чому полягають новації теорії циклів Михайла Туган-Барановського, Микола Кондратьєва, Крістофера Фрімена (кінець XIX- третя чверть XX століття)?
3. Опишіть сутність класичної теорії інновацій Й. Шумпетера та неокласичної теорії Саймона (Семена) Кузнеця. Що у них принципово нове і чим вони відрізняються?
4. Охарактеризуйте зміну парадигми інноваційного розвитку за Майклом Портером. В чому ви вбачаєте якісно нову рису сучасного етапу соціально-економічного і технічного прогресу?
5. Охарактеризуйте технологічні уклади, притаманні економіці України та обґрунтуйте доцільність орієнтації розвитку економіки України на інноваційний тип.
6. Яка роль належить державі у впровадженні інноваційного типу розвитку країни? В чому полягає державне регулювання інноваційного розвитку?
7. Окресліть основну нормативно-правову базу (закони, укази Президента, підзаконні акти у формі постанов Уряду, наказів центральних органів виконавчої влади тощо) стосовно науково-технічної та інноваційної діяльності.
8. В чому полягає інноваційна політика розвитку та інноваційна модель розвитку? Охарактеризуйте призначення та підсистеми.
9. Дайте визначення понять «політика» та «інноваційна політика». Що об'єднує ці поняття? У чому їх відмінності?
10. У чому полягає сутність інноваційної політики підприємства? Чим обумовлена необхідність її розроблення?
11. Що передбачає інноваційна політика підприємства та за якими напрямками здійснюється?
12. Охарактеризуйте складові підсистеми, що відображають порядок формування інноваційної політики підприємства та обґрунтуйте їх взаємозв'язок.
13. Перелічіть типи інноваційної політики підприємства і покажіть їх зв'язок із стратегією.
14. Вкажіть головні завдання інноваційної політики підприємства незалежно від типу обраної стратегії.
15. Охарактеризуйте види інноваційних стратегій підприємства, їх призначення та відмінності.
16. На основі яких принципів здійснюється формування інноваційної політики? Назвіть основні з них та дайте характеристику. Які принципи можна віднести до основних, а які до другорядних?
17. Охарактеризуйте функціональні складові інноваційної політики підприємства.
18. Окресліть структурні складові інноваційної політики та їх елементи.
19. Наведіть механізм формування та реалізації інноваційної політики підприємства.
20. За допомогою яких програм і планів втілюється інноваційна політика на підприємстві?

Практичні завдання

Завдання 1. Здійсніть горизонтальний та вертикальний аналіз статистичних даних із використанням отриманих результатів та інформації з відкритих джерел. Складіть «Аналітичну записку про стан виконання наукових та науково-технічних робіт в Україні за 2015-2020 рр» та «Аналітичну записку про динаміку кількості промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію та стан впровадження інноваційних видів продукції на промислових підприємствах України 2015-2020 рр. ». Джерело: Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

ТЕМА 2. СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.

ПЛАН

1. Сутність та зміст інноваційної діяльності.
2. Етапи, стадії і форми інноваційного процесу.
3. Життєвий цикл інновацій.

Запитання до обговорення

1. Охарактеризуйте сутність інноваційної діяльності. Назвіть основні нормативно-законодавчі акти в сфері інноваційної діяльності. Які питання кожен з них регламентує?
2. Прокоментуйте напрями інноваційної діяльності, регламентовані Господарським кодексом України, законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності», іншими документами. За якими з означених напрямів де-юре і де-факто не збігаються?
3. Поясніть чому для інтенсивного науково-технічного розвитку темпи зростання інвестицій у високотехнологічний сектор повинні перевищувати темпи зростання ВВП.
4. Охарактеризуйте сутність інновацій. Обґрунтуйте тотожність або відмінність інновацій від новачків та нововведень.
5. Окресліть типи та групи інновацій. Які типи інновацій виокремив Й.Шумпетер? В чому полягає особливість продуктових, процесних, організаційних та маркетингових інновацій?
6. Чим принципово інноваційний процес відрізняється від інноваційної діяльності? Опишіть функціональну модель інноваційного процесу, охарактеризуйте його етапи та фази.
7. В чому полягає концепція життєвого циклу інновацій (товару)? Охарактеризуйте взаємозв'язок збуту інноваційної продукції та прибутків протягом життєвого циклу товару.
8. Поясніть чому життєвий цикл технології змінюється в часі частіше, ніж попит на інноваційну продукцію. Чому інноваційні цикли мають ланцюговий характер?

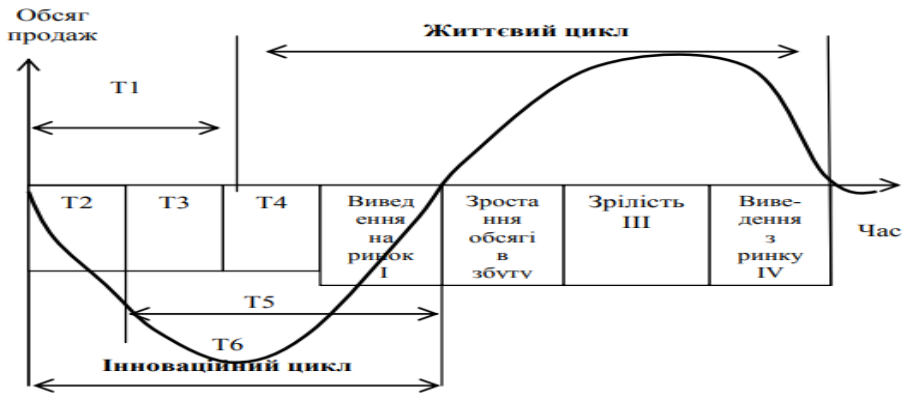
Практичні завдання

Завдання 1. Здійсніть горизонтальний та вертикальний аналіз статистичних даних із використанням отриманих результатів та інформації з відкритих джерел. Складіть «Аналітичну записку стану інноваційного розвитку промислових підприємств України за 2015-2020 рр». Джерело: Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Завдання 2. Зобразити загальну схему інноваційного і життєвого циклу товару (за вибором студента, бажано інноваційного продукту або послуги на підприємстві, якому планується працевлаштування або проходження практики), виділити на ній етапи конкретної інновації. Охарактеризувати роботи, що виконуються на цих етапах, та спрогнозувати їх тривалість.

1.Зобразити загальну схему інноваційного і життєвого циклу товару. 2. Виділити етапи конкретної інновації. 3. Охарактеризувати роботи, що виконуються на цих етапах, та спрогнозувати їх тривалість.

Приклад: Загальна схема інноваційного циклу інновацій та життєвого циклу товару подана на рис. Інноваційний товар проходить повний інноваційний цикл.



На рис. прийняті такі позначення: T1 – інноваційний цикл, який закінчується продажем ліцензії на право виробництва нового товару; T2 – інноваційний цикл, який складається з аналізу відповідності та генерації ідеї товару і закінчується продажем патенту на технічні і (або) технологічні рішення; T3 – інноваційний цикл складається з бізнес-аналізу новацій, розроблення товару та його ринковими випробуваннями. Цикл що починається придбанням патенту на нове технологічне чи технічне рішення і закінчується продажем ліцензії на право виготовлення нового товару; T4 – інноваційний цикл, що починається придбанням ліцензії і закінчується комерційним виробництвом нового товару; T5 – інноваційний цикл, що починається придбанням патенту і закінчується комерційним виробництвом; T6 – повний інноваційний цикл від генерації ідей до розгортання комерційного виробництва нового товару.

ТЕМА 3. КРЕАТИВНІСТЬ У ІННОВАЦІЙНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

ПЛАН

1. Стратегія креативності: підприємницький аспект.
2. Сутність креативного менеджменту.
3. Інноваційні аспекти креативного менеджменту.
4. Управління креативністю на підприємстві.

Запитання до обговорення

1. У чому суть креативного менеджменту та які основні складові креативності?
2. Дайте основні визначення поняття креативності.
3. Поясніть можливості підвищення ефективності підприємницької діяльності на основі управління інтелектуальною активністю співробітників.
4. Виділіть основні причини впливу інноваційної активності співробітників на рівень конкурентоспроможності організації.
5. Назвіть основні принципи діяльності інтелектуальної організації.

Практичні завдання

Завдання 1. Напишіть три економічні й три соціальні ефекти від існування підприємницької діяльності та обґрунтуйте їх.

Завдання 2. Одна взуттєва фірма відправила свого агента до Центральної Африки, щоб він з'ясував можливості освоєння нових ринків. Тривалий час від того не було звісток і фірма відправила іншого агента. Незабаром прийшли дві телеграми. Перший агент писав: «Повертаюся. Взуття тут не потрібне, оскільки всі ходять босоніж». Другий прислав таку телеграму: «Можливості фантастичні, всі ходять босоніж». Що порадите фірмі?

Завдання 3. Уявіть ідеї для відкриття бізнесу на основі використання логотипу вашого навчального закладу.

Вам необхідно:

- запропонувати товар, що знаходить попит і має високий рівень конкурентоспроможності.

ТЕМА 4. ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

ПЛАН

1. Інноваційна політика підприємства: процесний підхід.
2. Моделювання бізнес-процесів в організації.
3. Аналіз та оптимізація бізнес-процесів.

Запитання для обговорення

1. Особливості розроблення та впровадження систем стратегічного й процесного управління.
2. Пригадайте процес вступу до університету. Складіть блок-схему цього процесу. В який спосіб його можна поліпшити?
3. Роль реінжинірингу для впровадження інновацій на підприємстві.
4. Оберіть продукт і складіть перелік запитань, на які треба відповісти під час проектування його та виробничих процесів. Треба розглянути функціональний і естетичний аспекти проектування. Повторіть це саме на прикладі послуги.
5. Які відділи магазину не варто розміщувати поряд? Які відділи і як саме виграють, якщо їх розмістити поряд?
6. Чому керівник головного офісу банку має оцінюватися за критеріями, які відрізняються від тих, що використовуються для оцінювання керівника банківської філії?
7. Назвіть типові бізнес-процеси виробничої та сервісної організації. Чи є принципові відмінності бізнес-процесів означених організації?
8. Як процес розроблення інноваційної продукції може вплинути на традиційні бізнес-процеси в організації?

Практичні завдання

Завдання 1. Реінжиніринг бізнес-процесів на підприємстві.

Один із менеджерів підприємства охарактеризував процеси на прикладі опису типового робочого дня.

«Робітники мають приходити на роботу о восьмій годині ранку. Але оскільки охоронці часто разом з ними грають у волейбол, невеличкі спізнення на прохідній заводу не фіксуються. Як правило, робочий день розпочинається о 8.30. Начальник цеху № 1 з'являється на робочому місці близько 9.00 через наради у керівництва.

Начальник цеху отримує замовлення на поточний день. Оскільки організація клієнтоорієнтована, замовлення на випуск виробів коригуються щодня. Він звіряє подані заявки з журналом, у якому фіксується обсяг виробництва виробів, та місячним виробничим планом, розраховує обсяг виробництва на цей день, а також планує обсяги випуску виробів на кілька днів наперед. Після цього проводить коротку нараду з робітниками, на якій озвучує завдання на день. О 10.30 ті починають працювати.

Робітники 1–3 отримують напівфабрикати на складі. Пропускна спроможність складу обмежена, тому вони вимушені отримувати їх по черзі. Час від часу трапляються ситуації, коли на складі немає потрібних напівфабрикатів у потрібній кількості. Тоді робітники ставлять до відома начальника цеху, який вирішує проблеми з начальником відділу забезпечення.

Робітник 1 виготовляє частини 1 і передає їх робітнику 4. Робітник 2 виготовляє з'єднувальні частини 2 і передає їх робітнику 4. Робітник 3 виготовляє частини 3 і передає їх робітнику 4. Робітник 4 збирає готові вироби, укладає їх у коробку та передає пакувальнику.

У процесі роботи час від часу виходить з ладу інструмент. Робітники повідомляють про це керівнику цеху, який перевіряє стан інструменту, передає до допоміжного підрозділу заявку на його заточку.

Відділ контролю перевіряє вибірку виробів на відповідність технічним вимогам і готує сертифікат на продукцію. Після цього готові вироби передають на склад готової продукції. Наприкінці робочого дня пакувальник відмічає у журналі обсяг вироблених і зданих на склад

виробів. У процесі роботи начальник періодично перевіряє витрати олії, мила, які використовують працівники.

У разі перевитрати олії начальник бере пояснювальну записку в робітника, оформлює додаткову заявку у відділ забезпечення, отримує візу директора з виробництва, візу начальника відділу забезпечення і передає заявку на склад матеріалів. Робітники отримують додатково олію на складі. У випадку перевитрат мила додаткової заявки не треба. Робітники отримують його на складі.

Якщо відділ контролю виявляє у вибірці відхилення та брак, партія готових виробів визнається невідповідною та після спеціального маркування передається на склад. Після цього відділ збуту намагається реалізувати таку продукцію за зниженими цінами.

Раз на тиждень начальник цеху № 1 звітує у встановленій формі на нараді перед директором з виробництва. Раз на місяць він звітує перед директором з виробництва у письмовій формі за такими показниками:

- обсяг виробництва виробів за місяць;
- загальний обсяг та відсоток невідповідних виробів;
- кількість прогулів.

За підсумками звіту начальника цеху директор з виробництва ухвалює рішення щодо преміювання, зняття премії з робітників цеху й дає вказівки економісту виробництва оформити відомість на нарахування заробітної плати цеху».

Конструкція виробу:

- 1) частина 1 - напівфабрикат;
- 2) частина 2 - напівфабрикат;
- 3) частина 3 - напівфабрикат.

Частина 1 кріпиться до частини 3 за допомогою частини 2 і чотирьох болтів М2.

Працівники цеху № 1:

- начальник цеху;
- 4 робітники;
- пакувальник.

Технологічний процес:

- 1) отримання на складі напівфабрикатів (робітники 1–3);
- 2) виготовлення частини 1 (робітник 1);
- 3) виготовлення частини 2 (робітник 2);
- 4) виготовлення частини 3 (робітник 3);
- 5) збирання готового виробу (робітник 4);
- 6) контроль продукції (бере участь пакувальник);
- 7) передача готових виробів на склад готової продукції (пакувальник).

Завдання:

1. Проаналізуйте процес. Сформуйте його укрупнену схему. Складіть перелік можливих проблем, пов'язаних з наявною організацією процесу.
2. Запропонуйте заходи щодо реорганізації бізнес-процесу.

Завдання 2. Опис бізнес-процесів

1. Створити бізнес-процес «перший контакт з клієнтом». Обов'язково зробити 3–5 елементів процесу.
2. Створити бізнес-процес «оформлення кредиту».
3. В бізнес-процесі «перший контакт з клієнтом» зробити перехід на підпроцес «оформлення кредиту».
4. Створити блок-схему процесу «постачання».
5. Створити блок-схему процесу «проведення інтерв'ю під час прийому на роботу».
6. Створити блок-схему процесу «підготовка фінансової звітності».

ТЕМА 5. ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ

ПЛАН

1. Значення інноваційного маркетингу для підприємства.
2. Різновиди інноваційного маркетингу.
3. Інноваційні технології маркетингу.
4. Інноваційні підходи в маркетинговому менеджменті.

Запитання до обговорення

1. Визначіть основні категорії та характеристики, на яких базуються інноваційні різновиди маркетингу.
2. На яку стадію життєвого циклу підприємства (організації) зазвичай припадає генерування інновацій в маркетингу?
3. Проаналізуйте сутність поняття «маркетингове інноваційне середовище» підприємства (організації) та визначіть його складові.
4. Назвіть інноваційні маркетингові технології, з якими ви безпосередньо стикались у своїй повсякденній або робочій діяльності.
5. Охарактеризуйте наведені інноваційні підходи до маркетингового менеджменту та визначіть їхні переваги і можливі недоліки.
6. Чи доцільно використовувати комбінацію наведених підходів на одному підприємстві? Відповідь обґрунтуйте.

Практичні завдання

Завдання 1. Аналіз практичної проблеми обраного підприємства у контексті запровадження інструментів інноваційного маркетингу.

1. Теоретична частина:

- аналіз маркетингового середовища підприємства;
- аналіз інноваційної діяльності підприємства і його системи маркетингу;
- обґрунтування вибору практичної проблеми та її аналіз.

2. Практична частина: розроблення інноваційної пропозиції щодо методів маркетингу за матеріалами діяльності обраного підприємства.

Завдання 2. Проаналізуйте наведені концепції у сфері управління (див. табл 1. Які з них використовуються в Україні (прикладі)? Що заважає запровадженню певних концепцій?

Таблиця 1

Назва концепції	Застосування в умовах України
1. Концепція «оциданого управління» <i>Lean Management (LM)</i> – інтегрована, цілісна орієнтація, розтягнута на цілий ланцюжок створення вартості, включно із зовнішніми зв'язками з постачальниками і клієнтами	
2. Концепція комплексного управління якістю <i>Total Quality Management (TQM)</i> – підхід до управління організацією, що поєднує основні наявні методи управління й технічні засоби у науково обґрунтовану систему, метою якої є постійне поліпшення виробничої діяльності та її результатів	
3. Концепція <i>реінжинірингу Business Process Reengineering (BPR)</i> – фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів для досягнення істотних зрушень у критично важливих показниках результативності, таких як витрати, якість, рівень обслуговування й оперативність	
4. <i>Change Management – менеджмент змін</i> – теорія, що передбачає ефективне подолання змін, зокрема організаційних, з мінімальними можливими зусиллями	
5. Концепція <i>бенчмаркінгу Benchmarking</i> – безупинний, систематичний пошук, вивчення кращої практики конкурентів і підприємств із суміжних галузей, а також постійне порівняння бажаних змін і результатів бізнесу зі створеною еталонною моделлю власної організації бізнесу	
6. Концепція управління <i>бізнес-часом Time Business Management (TBM)</i> – інформаційна система, що забезпечує оперативне регулювання кількості виробленої продукції на кожній стадії виробництва	
7. Концепція <i>ефективного обслуговування клієнта Efficient Customer Response (ECR)</i> – ефективне реагування на попит клієнтів усіма учасниками системи – від постачальників сировини й упаковок, через виробників, підприємства, які надають логістичні послуги, до торговельних підприємств зокрема	
8. <i>Комп'ютерно інтегроване виробництво Computer-Integrated Manufacturing (CIM)</i> – підтримка функцій розвитку продукту, формування виробництва, планування й управління процесом виробництва, а також процесу гарантування якості в усіх співпрацюючих відділах і сферах на підприємстві	

ТЕМА 6. СУЧАСНІ ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

ПЛАН

1. Інфраструктура ринку інновацій та інноваційної діяльності.
2. Організаційні структури підтримання інноваційного підприємництва (бізнес-інкубатор).
3. Організаційні форми інтеграції науки і виробництва (РНТЦ, технопарк, технополіс).

Запитання до обговорення

1. Охарактеризуйте структуру ринку інновацій та його суб'єктів. Чим принципово відрізняються експерти, віоленти, комутанти та пацієнти?
2. Окресліть основні елементи інноваційної інфраструктури.
3. Охарактеризуйте світові об'єкти інноваційної інфраструктури. Про які з них йдеться у вітчизняному законодавстві?
4. Назвіть елементи механізму управління інноваціями підприємства та розкрийте його структуру.
5. Наведіть основні завдання та функції об'єктів інноваційної інфраструктури.
6. В чому полягає сутність та призначення бізнес-інкубатора? Наведіть мету його створення. На представників якого бізнесу вони розраховані?
7. Охарактеризуйте види, типи та форми бізнес-інкубаторів. В чому полягає їх відмінність?
8. Прокоментуйте процес проектування та модель бізнес-інкубатора.
9. Розкрийте суть та призначення регіональних науково-технологічних центрів. Які їх види виробила практика в розвинених країнах та Україні?
10. Що являє собою технологічний парк? Якими правовими документами регламентується їх діяльність в Україні? З якою метою вони створюються?
11. Охарактеризуйте діючі в Україні технопарки і наведіть причини низького ступеня їх розвитку.
12. Дайте визначення технополісу. Чим він принципово відрізняється від технопарку? Для чого призначений?
13. Окресліть основну мету та функціональні елементи технополісу. Окресліть часовий горизонт створення технополісу. Чим він обумовлений?

Практичні завдання

Завдання 1. Здійсніть аналіз статистичних даних, використовуючи інформацію Державної служби статистики України. Із використанням отриманих результатів та інформації з відкритих джерел складіть «Аналітичну записку про динаміку зареєстрованих територіальних інноваційних систем та проблеми їх діяльності».

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. КЕРУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ В ІННОВАЦІЙНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

ТЕМА 7. ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ. ІНВЕСТИЦІЇ В ІННОВАЦІЙНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

ПЛАН

1. Сутність, завдання, принципи фінансування інноваційної діяльності.
2. Види фінансування інноваційної діяльності та їх джерела.
3. Фінансування інноваційної діяльності венчурним капіталом.

Запитання до обговорення

1. Охарактеризуйте поняття «фінансування» та «інвестування». Чим принципово мета інвестування інноваційної діяльності відрізняється від її фінансування?
2. Охарактеризуйте основні функції, принципи побудови та структуру ефективної системи фінансування інноваційної діяльності підприємства.

3. Дайте характеристику основним видам фінансування інноваційної діяльності підприємств. Що відноситься до джерел фінансової підтримки інноваційної діяльності?
4. Назвіть основні джерела фінансування інноваційної діяльності на підприємстві.
5. Обґрунтуйте або спростуйте твердження, що використання великими компаніями переважно внутрішніх джерел для фінансування інвестицій, які майже не використовують зовнішні джерела (кредити банків та небанківських установ, бюджетні кошти, іноземні інвестиції тощо).
6. Поясніть призначення Державного фонду фундаментальних досліджень, Державної інноваційної фінансово-кредитної установи, Фонду сприяння розвитку малих форм підприємництва у науково-технічній сфері, позабюджетних фондів.
7. Здійсніть порівняння традиційних та нетрадиційних джерел фінансування інновацій. Охарактеризуйте їх недоліки та переваги.
8. Розкрийте суть та призначення венчурного капіталу.
9. Дайте визначення поняття «венчурне фінансування». В чому полягає принципова відмінність венчурного фінансування від інвестиційного фінансування та банківського кредитування?
10. Охарактеризуйте стадії життєвого циклу венчурних інвестицій.

Практичні завдання

Завдання 1. Здійсніть горизонтальний та вертикальний аналіз статистичних даних. Із використанням отриманих результатів та інформації з відкритих джерел складіть «Аналітичну записку про стан та проблеми фінансування інноваційної діяльності в Україні».

ТЕМА 8. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

ПЛАН

1. Поняття, завдання, суб'єкти та об'єкти управління інноваціями.
2. Механізм управління інноваціями.
3. Розроблення концепції інноваційної стратегії.
4. Інноваційний потенціал підприємства.

Запитання до обговорення

1. Дайте визначення поняття «управління інноваціями». У чому полягає сутність управління інноваціями? Охарактеризуйте основні підходи до управління інноваціями.
2. Окресліть основні функції управління інноваціями та завдання, що вирішуються у межах управління інноваціями. Розкрийте зміст та мету управління.
3. Охарактеризуйте складові управління інноваціями та підсистеми управління.
4. Назвіть елементи механізму управління інноваціями підприємства та розкрийте його структуру.
5. Спростуйте або обґрунтуйте правильність твердження «Система управління інноваціями повинна забезпечувати відповідність організаційного, технічного, технологічного, економічного, трудового потенціалів підприємства потенціалу, яким необхідно володіти при впровадженні інновацій».
6. Якими чинниками обумовлена необхідність оперативного та стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємства? Чим принципово відрізняються ці види управління, які завдання покликані виконувати?
7. Що розуміють під терміном «інноваційна стратегія»? Які особливості необхідно враховувати при її розробленні?
8. Охарактеризуйте основні види інноваційних стратегій, наведіть їх основні відмінності. Які комплекси заходів вони охоплюють? Для чого призначені і в яких випадках застосовуються?
9. Розкрийте процес формування інноваційної стратегії підприємства. З яких етапів він складається?
10. Що являє собою інноваційний потенціал підприємства? Охарактеризуйте розуміння даної дефініції за ресурсним, структурним, результативним та потенційним підходами.

11. Охарактеризуйте види інноваційного потенціалу.
12. Який показник в глобальній економіці дає уявлення про рейтинг глобальної конкурентоспроможності? Які позиції в даному рейтингу посідає Україна?

Практичні завдання

Завдання 1. Здійсніть горизонтальний та вертикальний аналіз статистичних даних (Джерело: Державна служба статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>). Із використанням отриманих результатів та статистичної інформації з відкритих джерел складіть «Аналітичну записку про динаміку інноваційної активності підприємств за 2015-2020 рр.».

ТЕМА 9. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ПЛАН

1. Види ефектів інноваційної діяльності, принципи та критерії оцінювання ефективності.
2. Показники ефективності інноваційної діяльності.
3. Основні показники економічної ефективності інноваційних проектів.
4. Оцінювання економічної ефективності інновацій, спрямованих на зниження рівня виробничих витрат.

Запитання до обговорення

1. Дайте визначення поняттям «ефект» та «ефективність». В чому полягає різниця між ними?
2. Обґрунтуйте або спростуйте справедливість твердження П.Друкера: «Результативність – це результат того, чи робляться потрібні, правильні речі: ефективність – це результат того, чи правильно створюються ті самі речі».
3. Охарактеризуйте види ефектів від інноваційної діяльності. Чим визначається ефективність інновацій?
4. Розкрийте методику процесу оцінки інноваційної діяльності підприємства.
5. Які принципи та критерії покладено в основу оцінки результатів інноваційної діяльності? Яким є загальний принцип оцінювання економічної ефективності інноваційної діяльності?
6. Охарактеризуйте показники ефективності інноваційної діяльності підприємства.
7. Назвіть групи показників, за якими здійснюється економічна оцінка інноваційної діяльності підприємства. Наведіть методику розрахунку основних показників економічної ефективності, науково-технічної ефективності, соціальної ефективності.
8. Дайте характеристику групам показників оцінки ефективності інноваційних проектів. Чим вони принципово відрізняються від груп показників, за якими здійснюється економічна оцінка інноваційної діяльності підприємства? На чому ґрунтується розрахунок економічної ефективності інноваційного проекту?
9. Наведіть методику розрахунку основних статистичних та динамічних показників оцінки інноваційних проектів, а також показників ефективності поточної діяльності.
10. Опишіть методику оцінювання економічної ефективності інновацій, спрямованих на зниження рівня виробничих витрат.
11. Спростуйте або обґрунтуйте справедливість твердження В.Паретто: «Ефективність досягається тоді, коли всі вигоди від обміну вичерпані».

Практичні завдання

Завдання 1. На підставі показників табл. здійсніть аналіз ефективності діяльності підприємства, складіть «Аналітичну записку про стан та проблеми інноваційної діяльності підприємства».

Показник	од.виміру	Значення показника		
Виручка від реалізації всієї продукції підприємства	тис.грн.	14448,9	серед цін на різні варіанти інноваційної продукції)	
Виручка від реалізації нової або удосконаленої продукції та продукції, виготовленої за допомогою нових або удосконалених технологій	тис.грн.	3256,8	Вартість основних засобів підприємства	тис.грн. 68804285,1
Вартість випуску всієї продукції на підприємстві	тис.грн.	15021,6	Середньорічна вартість виробничих засобів підприємства	тис.грн.
Вартість конкурентноспроможної продукції	тис.грн.	10221,5	Вартість нововведених новітніх основних засобів	тис.грн. 22705414
Чистий прибуток підприємства	тис.грн.	6913,5	Вартість дослідно-конструкторського, експериментального та лабораторного обладнання	тис.грн. 13623248
Прибуток від інноваційної діяльності	тис.грн.	2071,2	Сумарна кількість технологічних процесів	од. 10258
Прибуток від реалізації інноваційної продукції, процесів, послуг	тис.грн.	1987,3	Кількість впроваджених нових технологічних процесів	од. 792
Очікуваний ефект від впровадження і реалізації напрямку	тис.грн.	809,7	Загальна чисельність працівників підприємства	осіб 876
Витрати на інноваційну діяльність	тис.грн.	5254,3	Кількість зайнятих у сфері НДР і ДКР	осіб 121
Очікуваний інноваційний капітал для впровадження і реалізації напрямку	тис.грн.	4984,5	Кількість фактично розроблених і впроваджених інновацій	од. 124
Розмір фонду заробітної плати	тис.грн.	48163,3	Кількість розроблених і впроваджених інновацій, передбачених планом розвитку підприємства	од. 132
Розмір фонду заробітної плати працівників, що займаються інноваційною діяльністю	тис.грн.	23081,6	Період часу від початку інноваційного циклу до кінця життєвого циклу інноваційної продукції	роки 3,5
Ціна інноваційної продукції	тис.грн.	26,3	Загальна кількість товарної продукції	од. 1027
Мінімальна серед цін на інноваційну або існуючу на ринку продукцію (мінімальна	тис.грн.	27,8	Кількість видів нової продукції	од. 4
			Ставка дисконтування	%

ТЕМА 10. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ПЛАН

1. Сутність і завдання державної інноваційної політики.
2. Методи й інструменти державного регулювання інноваційної діяльності.

Запитання до обговорення

1. Окресліть призначення державного регулювання інноваційної діяльності. Розкрийте суть державної інноваційної політики.
2. Охарактеризуйте законодавчо-нормативні документи, що регламентують державну інноваційну політику.
3. Назвіть види державної інноваційної політики. Що покладено в основу кожного з них?
4. Окресліть основні моделі та типи державної інноваційної політики. Від чого залежить їх вибір? Розкрийте призначення кожної моделі та типу. Поміркуйте: яку модель державної політики покладено в основу інноваційного розвитку України; який тип інноваційної політики є характерним?
5. Які засоби регулювання інноваційної діяльності використовуються державними структурами різних рівнів управління відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність»?
6. Розкрийте мету, цілі та завдання державної інноваційної політики.
7. Назвіть основні методи державного регулювання інноваційної діяльності. Розкрийте суть прямих та опосередкованих методів.
8. Що являють собою інструменти інноваційної політики? Охарактеризуйте їх. Які інструменти є найбільш ефективними за сучасних умов господарювання?
9. Обґрунтуйте або спростуйте твердження: «...традиційна дилема суспільного вибору «гармати чи масло» (тобто, встановлення співвідношення між виробництвом продукції споживчого і виробничого призначення) перетворюється сьогодні на тріаду «гармати, масло чи наука».

Практичні завдання

Завдання 1. Здійснити аналіз законодавчої бази України щодо інноваційної діяльності. Результати записати у формі таблиці.

№ з/п	Назва закону чи нормативного акту	Дата та номер	Основне призначення
-------	-----------------------------------	---------------	---------------------

Завдання 2. Чи вважається економіка інноваційною, якщо у структурі інновацій інновації, які мають значення прориву або належать до великих технологічних досягнень, складають 25%, а частка інновацій, пов'язаних тільки з удосконаленням традиційних технологічних процесів відповідно 40%. Відповідь обґрунтуйте.

Завдання 3. Технологічний парк започатковує розроблення інноваційної технології екологічного виробництва. До якого пріоритетного напрямку розвитку науки і техніки належить даний інноваційний проект. Чи буде надано технопарку спеціальний режим оподаткування.

ТЕМА 11. РИЗИКИ В ІННОВАЦІЙНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

ПЛАН

1. Основи теорії управління ризиками. Класифікація ризиків.
2. Принципи та методи управління інноваційними ризиками.
3. Механізми оцінювання ризиків реалізації інноваційних проектів.

Запитання до обговорення

1. Дайте класифікацію ризиків.
2. Визначте методи управління ризиками.
3. Наведіть принципи та методи управління інноваційним ризиком.
4. Які існують методи зниження ступеня ризику?
5. Розкрийте механізми оцінювання ризиків реалізації інноваційних проектів.
6. Які причини призводять до появи виробничих ризиків?
7. Наведіть приклади ризикових ситуацій на рівні міста, регіону, держави.
8. Яке значення та умови виникнення інноваційного ризику в сучасних умовах господарювання?
9. Як пов'язані ризик і ризикова ситуація?

Практичні завдання

Завдання 1. Визначте рівень чутливості менш ризикового за показником «ціна за одиницю продукції» проекту за таких умов:

1 проект:

ціна за одиницю продукції - 2600 грн;

гранична ціна за одиницю продукції – 2200 грн.

2 проект:

ціна за одиницю продукції - 3400 грн;

гранична ціна за одиницю продукції – 3000 грн.

ТЕМА 12. ЕКОНОМІКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

ПЛАН

1. Креативна та економічна природа інтелектуальної власності.
2. Об'єкти та суб'єкти права інтелектуальної власності.

Запитання до обговорення

1. Що є змістом інтелектуальної власності?
2. Соціально-економічні передумови виникнення правового інституту інтелектуальної власності.
3. Правова характеристика права промислової власності.
4. Подайте характеристику авторських і суміжних прав.
5. Вкажіть співвідношення між оцінкою вартості бізнесу, нематеріальних активів та інтелектуальної власності.

Практичні завдання

Завдання 1. Туристичне агентство «Фірма 'САМ'» зареєструвало знак для товарів і послуг у вигляді зображення яблука і підпису великими буквами «САМ», а також назву агентства - «САМ». Через деякий час працівники фірми випадково виявили, що схожий знак для товарів і послуг використовується СП «Взуттєва фабрика 'САМ'». Вважаючи, що наявність двох юридичних осіб зі схожими назвами та знаками для товарів та послуг може призвести до плутанини і введення споживачів в оману, туристичне агентство звернулося до Господарського суду з вимогою про заборону використання взуттєвою фабрикою знака для товарів і послуг і про примусове перейменування фабрики.

Дайте відповідь на запитанн:

1. Як здійснюється реєстрація знаків для товарів і послуг?
2. Чи є використання відповідачем товарного знака, схожого на товарний знак позивача, неправомірним?
3. Чи є підстави для задоволення вимог позивача?

Завдання 2. Богдан написав художній твір під назвою «Мої ідеї». Він уклав договір із видавництвом «Прогрес» про видання цього твору, але йому стало відомо про те, що його твір друкується одночасно й у видавництві «ІнноЦентр». Коли він звернувся до директора видавництва «ІнноЦентр» із вимогою про припинення друкування книги, той заявив, що у нього укладений відповідний договір із видавництвом «Прогрес». У цьому видавництві автору пояснили, що в них відсутня технічна можливість щодо видання книги в тій кількості примірників, яка передбачена договором, і тому вони звернулися до іншого видавництва.

Чи порушені права автора в цій ситуації? Обґрунтуйте свою відповідь.

Завдання 3. У кафе «Едельвейс» постійно використовуються записи популярних пісень відомих поетів, композиторів і співаків. Зазначені твори використовуються без дозволу їхніх авторів і без виплати авторської винагороди. Чи правомірне таке використання? Чи повинні користувачі платити авторам і виконавцям винагороду? Хто є користувачем зазначених творів?

Завдання 4. Визначте, з чого складається процес дослідження та розробки нового продукту (R&D)? Опишіть стисло зміст етапів НДР і ДКР на конкретному прикладі

ТЕМА 13. УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ НА ЕТАПІ РОЗРОБКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

ПЛАН

1. Основні поняття і принципи управління інтелектуальною власністю.
2. Життєвий цикл об'єкта права інтелектуальної власності і етапи розробки інноваційної продукції.
3. Кількісна оцінка факторів відстеження ризиків.
4. Порівняльна оцінка ефективності інвестиційних проектів.

Запитання до обговорення

1. Яку продукцію можна віднести до наукомісткої? Дайте визначення «наукомістка продукція»?
2. Коли ідея, винахід, розробка, пропозиція стають інновацією?
3. Яка роль інтелектуальної власності в діяльності інноваційного підприємства?

4. Назвіть переваги, які забезпечують винахіднику і патентовласникові отримані патенти на винахід?

Практичні завдання

Завдання 1. Визначте характерні ознаки відомих вам технологічних укладів. Поясніть, як здійснюється перехід від одного технологічного укладу до іншого. Заповніть таблицю.

Технологічний уклад	Період домінування	Країни-лідери	Технології, що переважають	Провідні галузі
Перший				
Другий				
Третій				
Четвертий				
П'ятий				
Шостий				

Завдання 2. Трансформація відносин власності в постіндустріальному суспільстві відбувається в напрямку соціалізації власності – значна частка кваліфікованих робітників стає співвласниками інформації і створеного інтелектуального продукту. Подумайте, наскільки можливим щодо цього є розгляд працівників як різновиду категорії капіталу, на який вони отримують право власності.

Визначте переваги та недоліки системи ESOP (Employee Stock Ownership Plan - план участі працівників у акціонуванні власності), яка передбачає розширення кількості акціонерів за рахунок власних співробітників. Заповніть таблицю.

	для власників	для найманих працівників	для держави
Переваги			
Недоліки			

Завдання 3. Три працівники внесли послідовно раціоналізаторські пропозиції щодо економії ресурсів: перша пропозиція економить 35 % ресурсів, друга - 50 %, третя - 15 %. Якою є економія від всіх трьох раціоналізаторських пропозицій?

ТЕМА 14. ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ПРАВ НА ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

ПЛАН

1. Основні підходи та методи оцінки прав на об'єкти інтелектуальної власності.
2. Послідовність оцінки прав на об'єкти інтелектуальної власності.
3. Особливості оцінки прав на окремі об'єкти інтелектуальної власності.

Запитання до обговорення

1. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності: цілі та основні способи. Інтелектуальна власність як товар.
2. Ринкова вартість інтелектуальної власності. Специфіка вартісного оцінювання об'єктів інтелектуальної власності.
3. Провідна роль ліцензійних угод у комерціалізації інтелектуальної власності. Економічна ефективність ліцензування.

Практичні завдання

Завдання 1. Якою є вартість прав на ОІВ, що набуваються (визначте на основі методу прямої капіталізації), якщо відомо, що середній дохід від експлуатації ОІВ у поточних цінах становить 750 000 грн. Дослідження ринку показали, що протягом найближчого часу частка підприємства на ринку цих товарів не зміниться. Юридичний термін служби ОІВ - 20 років. Коефіцієнт капіталізації - 34 %.

Завдання 2. Необхідно зробити оцінку вартості ліцензії (методом дисконтування грошового потоку) на виробництво продукції. Дослідження ринку показали, що частка

підприємства на ринку справжньої продукції суттєво не зміниться протягом найближчих 3 років. Щорічний обсяг продажів у поточних цінах становить 1 200 000 грн. Ставка дисконтування - 12 %.

Завдання 3. Оцініть ефективність інвестицій у розробку ОІВ (метод експрес-оцінки), якщо відомо:

Найменування проекту	1	2	3
Час реалізації проекту – T , міс.	36	40	45
Початкові інвестиції – PC , млн у. о.	56	60	49
Період інвестування – t , міс.	16	16	16
Термін окупності проекту – PB , міс.	100	106	104
Чистий дисконтований дохід – NPV , млн у. о.			
Середній дисконтований дохід $ENPV$, млн у. о.			

ТЕМА 15. УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ ПРИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

ПЛАН

1. Інноваційні стратегії підприємства при комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.
2. Формування на підприємстві портфеля об'єктів права інтелектуальної власності на інновацію.
3. Введення в господарський обіг об'єктів права інтелектуальної власності на інновацію.
4. Обґрунтування доцільності та способу правової охорони інтелектуальної власності.

Запитання до обговорення

1. Інфраструктура і посередники процесу комерціалізації інноваційних об'єктів інтелектуальної власності.
2. Управлінські завдання оцінки нематеріальних активів та інтелектуальної власності в інноваційному процесі.
3. Структура нематеріальних активів та інтелектуальної власності.
4. Визначення терміну економічного життя об'єктів інтелектуальної власності.
5. Наведіть змістовну характеристику ліцензійних операцій: визначення поняття, учасники та їх взаємодія.
6. Особливості прогнозування потоку доходів під час порівняльної оцінки різних об'єктів інтелектуальної власності.

Практичні завдання

Завдання 1. Визначити приріст річного доходу від застосування нової технології, яка містить запатентовані винаходи, за вихідними даними, наведеними в таблиці.

Вихідні дані	Базовий період	Розрахунковий період
Собівартість, млн грн/рік	122	143
Капітальні витрати, млн грн/рік	190	260
Річна продуктивність, тис. т	14	25
Нормативний коефіцієнт	0,12	0,15

Завдання 2. Кондитерська фабрика «Зоря» підписала договір про надання їй невиключного права на використання ноу-хау в галузі виробництва і реалізації кондитерських виробів, що належить ТОВ «Сластьона». Визначити величину роялті, яке фабрика виплачуватиме за умови, що норма рентабельності кондитерських виробництв у Харкові складає 20 %, а частка власника ноу-хау (ліцензіара) в прибутку користувача (ліцензіата), з огляду на відсутність охоронних документів і ризику розробки та використання конкурентами аналогічного ноу-хау, становить 10 %.

Завдання 3. Розрахувати значення величини роялті, які виплачуються за ліцензійною угодою про надання невиключного права на використання запатентованої технології в галузі виробництва автомобілів, якщо відомо, що середньогалузева норма виробництва в автомобілебудуванні в Запоріжжі складає 24 %, а величина частки патентовласника в прибутку ліцензіата (враховуючи можливість отримання реальних переваг перед конкурентами за рахунок патентної монополії) дорівнює 23 %.

Завдання 4. Інноваційне підприємство приступає до освоєння нового промислового продукту в такій ситуації:

- ринкова реальна безризикова ставка відсотка становить 0,5 % на місяць;
- очікуваний річний темп інфляції оцінюється як 10 %;
- ринкова премія за ризик - 12 % річних;
- рентабельність продукту-замінника відхиляється за рік від свого середнього значення в 1,2 рази більше, ніж рентабельність продукції в промисловості загалом;
- стартові інвестиції становлять 400 тис. грн;
- очікувані на кінець наступних років грошові потоки, відповідно 60 тис. грн, 150 тис. грн, 300 тис. грн, 400 тис. грн, 350 тис. грн.

Запитання:

а) Яким є чистий дисконтований дохід проекту освоєння нового промислового продукту? Чи варто освоювати нововведення?

б) Яким є чистий дисконтований дохід проекту освоєння нового промислового продукту, якщо 40 % початкового капіталу взято в кредит (з умовою погашення на п'ятий рік) під 18 % річних, ставка податку із прибутку 24 %? Чи варто освоювати нововведення?

с) Якою буде прогнозована на момент після закінчення другого (з початку освоєння продукту) року інвестиційна вартість інноваційного підприємства?

д) Венчурний інвестор аналізує перспективи перепродати свою частку (50 %) в проекті. Стартові інвестиції на 60 % забезпечуються за рахунок власного капіталу підприємства і на 40 % - за рахунок довгострокового кредиту (з погашенням на четвертий рік після надання), виданого з розрахунку річної ставки позичкового відсотка у 18 %. Якою буде максимальна ціна, яку венчурний інвестор може зараз сподіватися виручити за свою частку в цьому підприємстві, пропонуючи її до продажу через 3 роки після придбання її за відповідний засновницький внесок?

е) Яку ціну за свою половинну частку в описаному інноваційному підприємстві буде готовий запропонувати венчурний інвестор, який не використовує позикових коштів, якщо він має можливість за максимально обґрунтованою ціною перепродати придбану частку через 4 роки після участі в заснуванні цього підприємства?

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. У чому суть креативного менеджменту та які основні складові креативності?
2. Дайте основні визначення поняття креативності.
3. Поясніть можливості підвищення ефективності підприємницької діяльності на основі управління інтелектуальною активністю співробітників.
4. Виділіть основні причини впливу інноваційної активності співробітників на рівень конкурентоспроможності організації.
5. Назвіть основні принципи діяльності інтелектуальної організації.
6. Назвіть основні ознаки креативності.
7. Охарактеризуйте особливості особи креативної людини.
8. Дайте порівняльну характеристику різних визначень поняття «креативність».
9. Назвіть особистісні підходи до розвитку креативності.
10. Охарактеризуйте найпоширеніші техніки креативного мислення та генерування інновацій.
11. Наведіть сучасні приклади креативних проектів.
12. Назвіть основні ознаки інновації.
13. Охарактеризуйте типи товарних нововведень.
14. Дайте визначення концепції інноваційного процесу.

15. Визначте етапи розроблення нового товару.
16. Назвіть товарні характеристики, що впливають на споживчу реакцію.
17. Охарактеризуйте відмінності між новаторами та консерваторами.
18. Опишіть процес сприйняття інновації споживачем.
19. Дайте визначення поняття «інноваційний проект».
20. Охарактеризуйте основні етапи інноваційного проекту.
21. Назвіть основних учасників інноваційного проекту
22. Особливості розроблення та впровадження систем стратегічного й процесного управління.
23. Роль реінжинірингу для впровадження інновацій на підприємстві.
24. Які відділи магазину не варто розміщувати поряд? Які відділи і як саме виграють, якщо їх розмістити поряд?
25. Чому керівник головного офісу банку має оцінюватися за критеріями, які відрізняються від тих, що використовуються для оцінювання керівника банківської філії?
26. Назвіть типові бізнес-процеси виробничої та сервісної організації.
27. Чи є принципові відмінності бізнес-процесів означених організації?
28. Як процес розроблення інноваційної продукції може вплинути на традиційні бізнес-процеси в організації?
29. Визначіть основні категорії та характеристики, на яких базуються інноваційні різновиди маркетингу.
30. На яку стадію життєвого циклу підприємства (організації) зазвичай припадає генерування інновацій в маркетингу?
31. Проаналізуйте сутність поняття «маркетингове інноваційне середовище» підприємства (організації) та визначіть його складові.
32. Що є змістом інтелектуальної власності?
33. Соціально-економічні передумови виникнення правового інституту інтелектуальної власності.
34. Правова характеристика права промислової власності.
35. Подайте характеристику авторських і суміжних прав.
36. Вкажіть співвідношення між оцінкою вартості бізнесу, нематеріальних активів та інтелектуальної власності.
37. Визначальні особливості ринку інтелектуальної власності.
38. Яку продукцію можна віднести до наукомісткої? Дайте визначення «наукомістка продукція»?
39. Коли ідея, винахід, розробка, пропозиція стають інновацією?
40. Яка роль інтелектуальної власності в діяльності інноваційного підприємства?
41. Назвіть переваги, які забезпечують винахіднику і патентовласникові отримані патенти на винахід?
42. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності: цілі та основні способи.
43. Інтелектуальна власність як товар.
44. Ринкова вартість інтелектуальної власності.
45. Специфіка вартісного оцінювання об'єктів інтелектуальної власності.
46. Провідна роль ліцензійних угод у комерціалізації інтелектуальної власності. Економічна ефективність ліцензування.
47. Поняття та завдання управління інноваційними процесами.
48. Механізм управління інноваціями.
49. Розроблення концепції інноваційної стратегії.
50. Інноваційний потенціал підприємства.
51. Принципи оцінювання і показники ефективності інноваційної діяльності.
52. Види ефекту від реалізації інновацій.
53. Основні показники економічної ефективності інноваційних проектів.
54. Показники ефективності використання інновацій.
55. Сутність і завдання державної інноваційної політики.
56. Методи й інструменти державного регулювання інноваційної діяльності.

57. Правові аспекти охорони інтелектуальної власності.
58. Механізм передавання права на об'єкти промислової власності.
59. Характеристика ризиків в інноваційному підприємстві і причини їх виникнення.
60. Класифікація ризиків в інноваційній діяльності.
61. Ризик-менеджмент в інноваційному підприємстві.

ТЕСТИ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Новація - це:

- 1) продукт інтелектуальної діяльності людей, оформлений результатом фундаментальних, прикладних чи експериментальних досліджень у будь-якій сфері людської діяльності, спрямований на підвищення її ефективності.
- 2) встановлення невідомих раніше об'єктивних закономірностей, властивостей та явищ матеріального світу;
- 3) кінцевий результат інноваційної діяльності, що знайшов втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг;
- 4) сукупність авторських та інших прав на результат інтелектуальної діяльності.

2. Інновація - це:

- 1) продукт інтелектуальної діяльності людей, оформлений результатом фундаментальних, прикладних чи експериментальних досліджень у будь-якій сфері людської діяльності, спрямований на підвищення її ефективності.
- 2) встановлення невідомих раніше об'єктивних закономірностей, властивостей та явищ матеріального світу;
- 3) кінцевий результат інноваційної діяльності, що знайшов втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг;
- 4) сукупність авторських та інших прав на результат інтелектуальної діяльності.

3. Процес уведення новацій на ринок називають:

- 1) інноваційним лагом;
- 2) дифузією;
- 3) науково-технічним прогресом;
- 4) комерціалізацією.

4. Життєвий цикл інновацій — це:

- 1) проміжок часу від створення до поширення новації;
- 2) проміжок часу від зародження ідеї, створення новинки та її практичного використання до моменту зняття з виробництва;
- 3) проміжок часу від зародження ідеї до створення нововведення;
- 4) проміжок часу, на протязі якого існує попит на продукт, в якому втілена дана інновація.

5. Поняття «інновація» було вперше запроваджене:

- 1) Миколою Кондратьєвим;
- 2) Йозефом Шумпетером;
- 3) Пітеором Друкером;
- 4) Карлом Марксом.

6. Державної підтримки потребують:

- 1) продуктові інновації;
- 2) поліпшуючі інновації;
- 3) базові інновації;
- 4) псевдоінновації.

7. Яке з наведених визначень відповідає функціональному підходу до інноваційного менеджменту:

- 1) інноваційний менеджмент - це самостійна галузь економічної науки і професійної діяльності, спрямована на формування та забезпечення досягнення будь-якою організацією інноваційних цілей шляхом раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів;
- 2) інноваційний менеджмент — це один із напрямків стратегічного управління;
- 3) інноваційний менеджмент — система управління економічним розвитком суспільства;
- 4) інноваційний менеджмент — це соціально-економічний інститут, що впливає на підприємницьку діяльність, на розвиток інвестиційної, соціально-економічної та політичної сфер суспільства.

8. Вкажіть на взаємозв'язок між поняттями «нововведення» та «новація»:

- 1) це тотожні, рівнозначні поняття;
- 2) «нововведення» є ширшим поняттям, ніж «новація»;
- 3) новація стає нововведенням після її впровадження у практичну діяльність у вигляді нового продукту, процесу тощо;
- 4) нововведення стає новацією після його впровадження у практичну діяльність у вигляді нового продукту, процесу тощо.

9. Об'єктами інноваційного менеджменту виступають:

- 1) керівники інноваційних фірм;
- 2) інновації у різних сферах діяльності;
- 3) вироби на початковій стадії життєвого циклу;
- 4) соціальна, економічна, технологічна та комерційна діяльність суб'єктів господарювання.

10. Процес комерціалізації нововведень – це:

- 1) процес уведення новацій на ринок, що перетворює їх на джерело доходу;
- 2) період між появою новації і її впровадженням;
- 3) функція корисності інновації;
- 4) поширення інновації за межі підприємства.

11. Вкажіть, які групи інновацій за ступенем новизни виділяють в інноваційному менеджменті:

- 1) базові, поліпшувальні, псевдоінновації;
- 2) абсолютні, відносні, часткові;
- 3) продуктові, процесні, ринкові;
- 4) реактивні, стратегічні.

12. Базові інновації – це:

- 1) новий спосіб виробництва або раніше невідомий продукт, які започатковують чи дають імпульс розвитку нової галузі;
- 2) упровадження нових видів виробництв, що реалізують інноваційний потенціал базової інновації; вони дають змогу поширювати і вдосконалювати базові покоління техніки, створювати нові моделі машин і матеріалів, поліпшувати параметри продукції, що випускається;
- 3) інновації, які залучаються фірмами у технологічний процес чи продукт з метою затримання зниження норми прибутку і продовження життєвого циклу товару;
- 4) цільові, якісні чи кількісні зміни у виборі чи використанні матеріалів, сировини, обладнання, інформації, працівників чи інших видів ресурсів

13. Псевдоінновації – це:

- 1) новий спосіб виробництва або раніше невідомий продукт, які започатковують чи дають імпульс розвитку нової галузі;
- 2) упровадження нових видів виробництв, що реалізують інноваційний потенціал базової інновації; вони дають змогу поширювати і вдосконалювати базові покоління техніки, створювати нові моделі машин і матеріалів, поліпшувати параметри продукції, що випускається;
- 3) інновації, які залучаються фірмами у технологічний процес чи продукт з метою затримання зниження норми прибутку і продовження життєвого циклу товару;
- 4) цільові, якісні чи кількісні зміни у виборі чи використанні матеріалів, сировини, обладнання, інформації, працівників чи інших видів ресурсів.

14. Фізичні чи юридичні особи, які провадять інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію інноваційних проектів, - це:

- 1) суб'єкти інноваційної діяльності;
- 2) об'єкти інноваційної діяльності;
- 3) інвестори;
- 4) ініціатори нововведень.

15. Процес комерціалізації нововведень не включає:

- 1) дослідження ринку;
- 2) ринкове планування;
- 3) дослідно-конструкторські роботи;
- 4) ринкове випробування.

16. Класична крива поширення інновації у галузі має вигляд:

- 1) L - подібної кривої;
- 2) S - подібної кривої;
- 3) S - подібної кривої;
- 4) V - подібної кривої.

17. Виберіть правильний послідовний перелік стадій інноваційного процесу:

- 1) виникнення ідеї, фундаментальні дослідження, прикладні дослідження, технічні розробки, масове виробництво, споживання;
- 2) прикладні дослідження, дослідне виробництво, масове виробництво, дослідно-конструкторські розробки, техніко-економічний аналіз споживання;
- 3) дослідне виробництво, дослідно-конструкторські розробки, техніко-економічний аналіз, планування, масове виробництво, споживання;
- 4) планування, масове виробництво, дослідне виробництво, фундаментальні дослідження.

18. Під час інноваційного процесу фундаментальні дослідження проводяться:

- 1) на фазі «наука»;
- 2) на фазі «техніка»;
- 3) на фазі «розробка»;
- 4) на фазі «виробництво».

19. Метою прикладних досліджень є:

- 1) вивчення теоретичних засад процесів та явищ;
- 2) вирішення технічних проблем та використання їх в конструкторських розробках;
- 3) створення документації для реалізації новації;
- 4) пошук сфери практичного застосування теоретичних знань та їх втілення у вигляді нового продукту, технологій, матеріалів, систем.

20. Інноваційний процес – це:

- 1) діяльність, спрямована на комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, випуск на ринок конкурентоспроможних товарів і послуг;
- 2) процес передавання (трансферту) технологій фірмами з урахуванням часу, внаслідок чого нововведення проникають в різні галузі виробництва та знаходять усе більше споживачів;
- 3) процес перетворення наукового знання на інновацію, яка задовольняє нові суспільні потреби; послідовний ланцюг дій, що охоплює всі стадії створення новинки і впровадження у практику;
- 4) процес впровадження у виробництво нового продукту, розроблення програми маркетингу та просування новинки на ринок.

21. Відкриття – це:

- 1) це нове і корисне для даного підприємства технологічне рішення, впровадження якого дає економічний ефект;
- 2) науковий результат, що вносить радикальні зміни в існуючі знання, розкриває невідомі досі закономірності, властивості та явища матеріального світу, істотно впливає на перебіг науково-технічного прогресу і розвиток цивілізації, є джерелом винаходів;
- 3) це нове технічне вирішення конкретної задачі, яке дає позитивний ефект, покращує якість продукції чи змінює умови праці;

4) матеріалізований результат від вкладення капіталу, який приймає вигляд нового товару, технології, системи тощо.

22. Раціональна пропозиція – це:

- 1) це нове і корисне для даного підприємства технологічне рішення, впровадження якого дає економічний ефект;
- 2) науковий результат, що вносить радикальні зміни в існуючі знання, розкриває невідомі досі закономірності, властивості та явища матеріального світу, істотно впливає на перебіг науково-технічного прогресу і розвиток цивілізації, є джерелом винаходів;
- 3) це нове технічне вирішення конкретної задачі, яке дає позитивний ефект, покращує якість продукції чи змінює умови праці;
- 4) матеріалізований результат від вкладення капіталу, який приймає вигляд нового товару, технології, системи тощо.

23. Сфери інноваційної діяльності формують:

- 1) ринок новацій, ринок капіталу, ринок чистої конкуренції нововведень та інноваційна інфраструктура;
- 2) сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності;
- 3) науково-дослідні інститути; фінансово-кредитні установи, зони інтенсивного науково-технічного розвитку;
- 4) науково-дослідницькі, проектні, науково-технічні колективи, підрозділи, лабораторії, окремі новатори, учені.

24. Метою державної інноваційної політики є:

- 1) формування сприятливого соціально-економічного середовища для створення та запровадження інновацій, ініціювання та регулювання інноваційних процесів в державі;
- 2) стимулювання інновацій шляхом стримування конкуренції, застосування фінансових санкцій;
- 3) ініціювання та вплив на відбір і реалізацію продуктових і процесних інновацій;
- 4) сприяння технічному переоснащенню традиційних галузей, згортання нерентабельних виробництв.

25. Стратегія, що пов'язана з прагненням фірми досягти лідерства на ринку шляхом створення та впровадження нових продуктів, - це стратегія:

- 1) помірна наступальна;
- 2) активна наступальна;
- 3) захисна;
- 4) стратегія оперативного реагування.

26. Стратегія, заснована на придбанні ліцензій чи інших об'єктів інтелектуальної власності у фірм, що їх створили, — це стратегія:

- 1) наступальна;
- 2) захисна;
- 3) імігаційна;
- 4) стратегія «ринкової ніші»;

27. Стратегія, спрямована на те, щоб утримати конкурентні позиції фірми на вже існуючих ринках, - це стратегія:

- 1) наступальна;
- 2) оборонна (захисна);
- 3) імігаційна;
- 4) стратегія «ринкової ніші».

28. Споживачі належать до:

- 1) елементів внутрішнього середовища господарювання організації;
- 2) факторів прямої дії зовнішнього середовища (мікросередовища);
- 3) факторів опосередкованої дії зовнішнього середовища (макросередовища);
- 4) соціально-культурних факторів впливу на інноваційну діяльність організації.

29. Для аналізу середовища господарювання при виборі та обґрунтуванні інноваційної стратегії найчастіше застосовують:

- 1) метод SWOT - аналізу;
- 2) метод екстраполяції;
- 3) метод управління за цілями;
- 4) CRM – метод критичного шляху.

30. Розрізняють наступні методи мотивації інноваційної діяльності:

- 1) методи організаційного та адміністративного впливу;
- 2) методи прямої дії та непрямой дії;
- 3) методи стимулювання та дестимулювання;
- 4) активні та пасивні методи мотивації.

31. До організаційних структур підтримки інноваційного підприємництва належать:

- 1) бізнес-інкубатори та центри трансферу технологій;
- 2) регіональні науково-технологічні центри;
- 3) галузеві між фірмові дослідні інститути, концерни та консорціуми;
- 4) технопарки та технополіси.

32. Центр трансферу технологій (інноваційний центр) – це:

- 1) компактно розташований науково-технічний комплекс, який охоплює наукові установи, вищі навчальні заклади, комерційні фірми, консалтингові, інформаційні та інші сервісні служби і функціонує на засадах комерціалізації науково-технічної діяльності;
- 2) організація, що надає інформаційні та консультативні послуги з вибору технології для підприємницької діяльності, розробляє стратегію її трансферу і здійснює юридичну підтримку процесу її передавання від розробника до користувача;
- 3) організації, що створюються місцевими органами влади або великими компаніями з метою «вирощування» нових видів бізнесу;
- 4) створюються для генерації ідей та їх розробки і впровадження у виробництво. Характеризуються надзвичайною інноваційною активністю і значним ризиком.

33. Бізнес-інкубатор – це:

- 1) компактно розташований науково-технічний комплекс, який охоплює наукові установи, вищі навчальні заклади, комерційні фірми, консалтингові, інформаційні та інші сервісні служби і функціонує на засадах комерціалізації науково-технічної діяльності;
- 2) організація, що надає інформаційні та консультативні послуги з вибору технології для підприємницької діяльності, розробляє стратегію її трансферу і здійснює юридичну підтримку процесу її передавання від розробника до користувача;
- 3) організації, що створюються місцевими органами влади або великими компаніями з метою «вирощування» нових видів бізнесу;
- 4) організації, які створюються для генерації ідей та їх розробки і впровадження у виробництво. Характеризуються надзвичайною інноваційною активністю і значним ризиком.

34. Технопарк представляє собою:

- 1) компактно розташований науково-технічний комплекс, який охоплює наукові установи, вищі навчальні заклади, комерційні фірми, консалтингові, інформаційні та інші сервісні служби і функціонує на засадах комерціалізації науково-технічної діяльності;
- 2) організацію, що надає інформаційні та консультативні послуги з вибору технології для підприємницької діяльності, розробляє стратегію її трансферу і здійснює юридичну підтримку процесу її передавання від розробника до користувача;
- 3) форми міжнародної науково-технічної кооперації фірм, які створюються з метою спільного проведення НДДКР, взаємного обміну виробничим досвідом, розподілу ризику під час проведення НДДКР;
- 4) організації, які створюються для генерації ідей та їх розробки і впровадження у виробництво. Характеризуються надзвичайною інноваційною активністю і значним ризиком.

35. Внутрішні венчури:

- 1) створюються на великих підприємствах, фірмах, що випускають наукоємну продукцію і визначають їхню інноваційну стратегію;
- 2) створюються місцевими органами влади або великими компаніями з метою «вирощування» нових видів бізнесу;

- 3) проводять фундаментальні і прикладні дослідження в різних сферах з експериментальною перевіркою й оформленням патентів, винаходів, методів і ноу-хау та діють в межах визначених регіонів;
- 4) представляють собою об'єднання наукових, інноваційних, науковотехнологічних парків і бізнес-інкубаторів на певній території з метою надання потужного імпульсу економічному розвитку регіону.

36. Вкажіть, результати досліджень яких вчених створили підґрунтя сучасної теорії інноваційного менеджменту:

- 1) Д. Рікардо; А. Сміт, І. Ансофф;
- 2) Н. Кондратьєв, Й. Шумпетер, С.С. Кузнець ;
- 3) Д. Форестер, Г.Форд, Д. Мак-Грегор;
- 4) А. Файоль, Ф Тейлор, Ф Герцберг.

37. За якими критеріями інновації поділяються на продуктові, процесні та ринкові:

- 1) за роллю у процесі виготовлення;
- 2) за характером задоволення попиту;
- 3) за причиною виникнення;
- 4) за змістом.

38. До форм інноваційного процесу не належить:

- 1) простий внутрішньоорганізаційний інноваційний процес;
- 2) простий міжорганізаційний інноваційний процес;
- 3) простий міжгалузевий інноваційний процес;
- 4) розширений інноваційний процес.

39. Вкажіть, яка форма інноваційного процесу передбачає порушення монополії виробника-піонера:

- 1) простий внутрішньоорганізаційний інноваційний процес;
- 2) простий міжорганізаційний інноваційний процес;
- 3) простий міжгалузевий інноваційний процес;
- 4) розширений інноваційний процес.

40. Завершальним у інноваційному процесі є етап:

- 1) комерціалізації нововведення;
- 2) науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт;
- 3) конструкторської, технологічної та організаційної підготовки виробництва до випуску нової продукції;
- 4) фінансування випуску нового виду продукції.

41. Основним товаром на ринку новацій виступає:

- 1) інтелектуальний продукт;
- 2) інтелектуальна власність;
- 3) патент на новий вид продукту;
- 4) комерційна таємниця.

42. Інноваційний лаг – це:

- 1) процес уведення новацій на ринок;
- 2) період між появою новації і її впровадженням;
- 3) функція корисності інновації;
- 4) поширення інновації за межі підприємства.

43. Основна різниця між інновацією та винаходом полягає у тому, що:

- 1) інновація характеризується соціальною та економічною цінністю або корисністю;
- 2) винаходи містять нове вирішення певної виробничої проблеми;
- 3) інновація є ширшим поняттям, ніж винахід;
- 4) винахід є основою новації.

44. Процес поширення нововведення для використання у нових місцях, сферах чи умовах - це:

- 1) інваріантність нововведення;
- 2) дифузія нововведення;
- 3) система франчайзингу;

4) трансфер інновацій.

45. До типів захисту інтелектуальної власності не належать:

- 1) патенти;
- 2) авторське право;
- 3) ноу-хау;
- 4) товарний знак.

46. Патент - це:

- 1) це сукупність норм права, які регулюють правовідносини, пов'язані зі створенням і використанням певного інтелектуального продукту;
- 2) документ, що засвідчує авторське право на винахід, пріоритет винаходу і виключне право на його використання;
- 3) це право автора на винахід, наукову ідею, розробку, новий виріб чи нову технологію;
- 4) це позначка (оригінальне , графічне зображення, набір цифр та букв), яка дозволяє відрізнити товари та послуги одних юридичних і фізичних осіб від однорідних продуктів інших осіб.

47. Товарний знак - це:

- 1) це сукупність норм права, які регулюють правовідносини, пов'язані зі створенням і використанням певного інтелектуального продукту;
- 2) документ, що засвідчує авторське право на винахід, пріоритет винаходу і виключне право на його використання;
- 3) це право автора на винахід, наукову ідею, розробку, новий виріб чи нову технологію;
- 4) це позначка (оригінальне , графічне зображення, набір цифр та букв), яка дозволяє відрізнити товари та послуги одних юридичних і фізичних осіб від однорідних продуктів інших осіб.

48.Фірми-комутанти – це:

- 1) фірми з «силовою стратегією», які володіють високим рівнем освоєння технології, займаються масовим випуском продукції для широкого кола споживачів, які пред'являють «середні вимоги» до якості і задовольняються середнім рівнем цін;
- 2) фірми, які створюють інновації для потреб вузького сегмента ринку. Задовольняють потреби, сформовані під дією моди, реклами та інших засобів, діють на етапах росту обсягів випуску продукції і водночас на стадії падіння винахідницької активності;
- 3) фірми, які використовують інновації, створені іншими, надаючи їм індивідуальних особливостей, пристосовуючись до невеличких за обсягами потреб конкретного клієнта. Зазвичай це дрібні фірми, які використовують інновації на стадії їх старіння;
- 4) фірми, які спеціалізуються на створенні нових або радикальній зміні старих сегментів ринку. Їх називають «піонерськими організаціями», тому що вони діють в межах етапу максимальної винахідницької активності.

49.Фірми-експлеренти – це:

- 1) фірми з «силовою стратегією», які володіють високим рівнем освоєння технології, займаються масовим випуском продукції для широкого кола споживачів, які пред'являють «середні вимоги» до якості і задовольняються середнім рівнем цін;
- 2) фірми, які створюють інновації для потреб вузького сегмента ринку. Задовольняють потреби, сформовані під дією моди, реклами та інших засобів, діють на етапах росту обсягів випуску продукції і водночас на стадії падіння винахідницької активності;
- 3) фірми, які використовують інновації, створені іншими, надаючи їм індивідуальних особливостей, пристосовуючись до невеличких за обсягами потреб конкретного клієнта. Зазвичай це дрібні фірми, які використовують інновації на стадії їх старіння;
- 4) фірми, які спеціалізуються на створенні нових або радикальній зміні старих сегментів ринку. Їх називають «піонерськими організаціями», тому що вони діють в межах етапу максимальної винахідницької активності.

50. Фірми-віоленти – це:

- 1) фірми з «силовою стратегією», які володіють високим рівнем освоєння технології, займаються масовим випуском продукції для широкого кола споживачів, які пред'являють «середні вимоги» до якості і задовольняються середнім рівнем цін;

- 2) фірми, які створюють інновації для потреб вузького сегмента ринку. Задовольняють потреби, сформовані під дією моди, реклами та інших засобів, діють на етапах росту обсягів випуску продукції і водночас на стадії падіння винахідницької активності;
- 3) фірми, які використовують інновації, створені іншими, надаючи їм індивідуальних особливостей, пристосовуючись до невеличких за обсягами потреб конкретного клієнта. Зазвичай це дрібні фірми, які використовують інновації на стадії їх старіння;
- 4) фірми, які спеціалізуються на створенні нових або радикальній зміні старих сегментів ринку. Їх називають «піонерськими організаціями», тому що вони діють в межах етапу максимальної винахідницької активності.

51.Фірми-патієнти – це:

- 1) фірми з «силовою стратегією», які володіють високим рівнем освоєння технології, займаються масовим випуском продукції для широкого кола споживачів, які пред'являють «середні вимоги» до якості і задовольняються середнім рівнем цін;
- 2) фірми, які створюють інновації для потреб вузького сегмента ринку. Задовольняють потреби, сформовані під дією моди, реклами та інших засобів, діють на етапах росту обсягів випуску продукції і водночас на стадії падіння винахідницької активності;
- 3) фірми, які використовують інновації, створені іншими, надаючи їм індивідуальних особливостей, пристосовуючись до невеличких за обсягами потреб конкретного клієнта. Зазвичай це дрібні фірми, які використовують інновації на стадії їх старіння;
- 4) фірми, які спеціалізуються на створенні нових або радикальній зміні старих сегментів ринку. Їх називають «піонерськими організаціями», тому що вони діють в межах етапу максимальної винахідницької активності.

52.Пільгове оподаткування інноваційної діяльності відноситься до елементів впливу:

- 1) прямого;
- 2) комбінованого;
- 3) непрямого;
- 4) прямого та непрямого.

53.Розрізняють наступні організаційні форми прямих методів державного управління інноваціями:

- 1) патентно-ліцензійна та антигестівська;
- 2) науково-технічна та інноваційно-венчурна;
- 3) адміністративно-відомча та програмно-цільова;
- 4) податково-пільгова та контрактна.

54.До непрямих методів підтримки інноваційного підприємництва відносять:

- 1) моральна підтримка через вручення новаторам державних нагород;
- 2) організація мережі консалтингових центрів;
- 3) бюджетне фінансування інноваційних проєктів;
- 4) пільгове оподаткування прибутку.

55.Укладення центральними чи регіональними органами державного управління договорів із суб'єктами інноваційної діяльності щодо розроблення й виробництва інноваційних продуктів, технології та послуг - це:

- 1) програмно-цільова форма державного управління інноваціями;
- 2) метод непрямого регулювання інноваційного розвитку економіки;
- 3) захід, що сприяє розвитку інфраструктури досліджень і розробок;
- 4) елемент зовнішньоекономічної державної інноваційної політики.

56.Адміністративно-відомча форма підтримки нововведень знаходить відображення в таких заходах:

- 1) сприяння реалізації нововведень через застосування системи прискореної амортизації основного капіталу;
- 2) підтримка міжорганізаційної кооперації та дрібного інноваційного бізнесу;
- 3) фінансування через державні цільові програми підтримки нововведень;
- 4) фінансування через недержавні фонди підтримки нововведень.

57.Сутність методів прямого регулювання інноваційної діяльності полягає в тому, що:

- 1) держава бере на себе ініціативу у виборі пріоритетів науково-технічного розвитку, фінансування та стимулювання розроблення важливих національних інноваційних програм;
- 2) створюються економічні та правові умови для прискорення інноваційного розвитку для окремих регіонів та галузей розвитку науки і техніки;
- 3) стимулюється діяльність спеціалізованих науково-дослідних організацій, які займаються впровадженням інновацій;
- 4) встановлюється пріоритет інновацій над традиційним виробництвом, який передбачає визнання за наукою провідної ролі в системі продуктивних сил.

58.Оперативне управління інноваційною діяльністю не включає:

- 1) складання календарних планів-графіків виконання робіт;
- 2) контролювання реалізації завдань інноваційної діяльності;
- 3) розроблення коригуючих заходів у процесі реалізації інноваційних завдань;
- 4) оцінювання альтернативних інноваційних проектів та прийняття рішення щодо вибору кращого із них для реалізації цілей і завдань фірми.

59.Перевагою застосування графіків Ганта для управління реалізацією інноваційних проектів є те, що вони дають можливість:

- 1) використовувати три часові оцінки для кожної роботи (max, min, середню), передбачаючи різні чинники впливу;
- 2) визначати максимальну тривалість процесу реалізації інноваційного проекту – критичний шлях та по можливості його оптимізувати;
- 3) відслідковувати рівень досягнення планових показників на кожній стадії реалізації проекту і оперативно вносити зміни при потребі;
- 4) визначати обсяги витрат ресурсів на різні види робіт в рамках реалізації інноваційного проекту і порядок їх надходження на робочі місяці.

60.Графіки Ганта як метод планування найчастіше застосовують при:

- 1) стратегічному плануванні інноваційної діяльності;
- 2) тактичному плануванні інноваційної діяльності;
- 3) оперативному плануванні інноваційної діяльності;
- 4) усі відповіді вірні.

61.Інтелектуальний потенціал організації – це:

- 1) система, яка охоплює сукупність стимулів, що формують у менеджерів організації мотиваційні переваги щодо використання інновацій як основного засобу здобуття організацією конкурентних переваг;
- 2) сукупність професійно підготовлених спеціалістів організації, які безпосередньо беруть участь у створенні наукових знань і підготовці наукових результатів до практичного використання;
- 3) сукупність знань, здібностей, навичок особистої майстерності, системного мислення спеціалістів, які провадять інноваційну діяльність, їх творчі новаторські здібності;
- 4) комплекс структур і механізмів, які забезпечують одержання, накопичення науково-технічних знань й умови їх використання в організації.

62.Опціони на акції – це:

- 1) право на придбання акцій за певною ціною (ціна придбання) у певний період часу з чітко визначеними умовами;
- 2) знижки, які надаються працівникам, які досягли певних успіхів у інноваційній діяльності, при придбанні акцій підприємства;
- 3) право на час укладання угоди з підприємством купити за заниженою ціною або отримати у формі премії акції підприємства з метою одержання доходу за рахунок збільшення виплат дивідендів і підвищення вартості компанії (у разі продажу акцій);
- 4) винагорода, яка виплачується інноваційному менеджеру, виходячи з різниці між курсами продажу і придбання акцій за звітний період.

63.Системи стимулювання, побудовані на віртуальній участі акцій (фантом-акцій) передбачають:

- 1) отримання права на придбання акцій за певною ціною (ціна придбання) у певний період часу з чітко визначеними умовами;

- 2) знижки, які надаються працівникам, які досягли певних успіхів у інноваційній діяльності, при придбанні акцій підприємства;
- 3) отримання права на час укладання угоди з підприємством купити за заниженою ціною або отримати у формі премії акції підприємства з метою одержання доходу за рахунок збільшення виплат дивідендів і підвищення вартості компанії (у разі продажу акцій);
- 4) отримання винагороди, яка виплачується інноваційному менеджеру, виходячи з різниці між курсами продажу і придбання акцій за звітний період.

64. До матеріальних методів стимулювання інноваційної діяльності прямої дії належать:

- 1) зміна статусу підрозділу і керівництва залежно від успіху інновації; розвиток кар'єри;
- 2) політика стабільності персоналу і розвитку професіоналізму усіх працівників підприємства, залучення до участі в нарадах вищого рівня управління, доступ до конфіденційної інформації, право самостійності у виборі наукової тематики досліджень, заохочення групової роботи, вільного обміну думками між керівником і підлеглими, культивування організаційних цінностей, що заохочують інноваційно-активну поведінку персоналу;
- 3) придбання акцій підприємства, оплата членства в наукових товариствах, оплата участі в наукових конференціях, оплата участі у програмах професійного розвитку в суміжних галузях, право на інтрапренерство;
- 4) заробітна плата, надбавки, премії, разові винагороди, пільги, страхування.

65. При традиційній послідовній організації інноваційного процесу:

- 1) початок виконання певного етапу інноваційного процесу не потребує завершення попереднього етапу роботи, здійснюваного в іншому підрозділі, а допускає одночасне їх проведення. При цьому передбачається оцінка кожного етапу роботи після його закінчення і прийняття відповідно до цієї оцінки рішення про продовження робіт;
- 2) є можливість поєднувати в часі виконання усіх видів і фаз інноваційного процесу, пов'язаного зі створенням інновації;
- 3) інноваційний процес здійснюється по черзі в різних функціональних підрозділах фірми. За умови такої організації початок роботи в наступному підрозділі безпосередньо залежить, з одного боку, від завершення роботи в попередньому підрозділі, а з іншого - від прийняття керівником фірми позитивного рішення про доцільність його продовження;
- 4) наступний етап інноваційного процесу підлягає виконанню лише після виділення коштів на підставі рішення керівництва.

66. Основою ціллю мотивації купівлі інновації є:

- 1) одержання господарюючим суб'єктом грошових засобів в майбутньому за рахунок реалізації ним нових продуктів або технологій, куплених сьогодні;
- 2) забезпечення позитивних змін у регулятивному господарському виробничоторговельному процесі, який здійснюється в організації;
- 3) одержання господарюючим суб'єктом грошей від продажу нових продуктів (операцій) негайно для підвищення власної конкурентоспроможності;
- 4) вкладання вільних власних коштів у нові види діяльності для зміцнення власних позицій на ринку та фінансового стану організації.

67. Стратегія оперативного реагування належить до:

- 1) активних наступальних інноваційних стратегій;
- 2) помірних наступальних інноваційних стратегій;
- 3) оборонних стратегій;
- 4) функціональних стратегій організації.

68. Державний дослідницький контракт – це:

- 1) документ, який забезпечує економічно вигідні умови для участі наукової, дослідної чи проектної організації у розвитку фундаментальних досліджень, розробленні та освоєнні принципово нових технологій і видів продукції;
- 2) цивільно-правовий документ, що визначає економічні та правові взаємовідносини замовника-уряду і виконавця-колективу (фірми, наукового центру, університету і т. д.);
- 3) це документ, у якому визначено ресурси, виконавців та строки здійснення комплексу заходів, спрямованих на вирішення науково-технічних проблем;

4) документ, який засвідчує право суб'єкту господарювання на здійснення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт у визначеній сфері.

69. Стратегія оперативного реагування характеризується:

- 1) гнучкістю і швидкістю реагування на потреби ринку;
- 2) проведенням фундаментальних наукових і технічних досліджень;
- 3) орієнтацією на зниження витрат на виробництво за рахунок збільшення обсягів виробництва та раціоналізації виробничих процесів;
- 4) створенням внутрішніх венчурних підрозділів.

70. Стратегія цінового лідерства характеризується:

- 1) гнучкістю і швидкістю реагування на потреби ринку;
- 2) проведенням фундаментальних наукових і технічних досліджень;
- 3) орієнтацією на зниження витрат на виробництво за рахунок збільшення обсягів виробництва та раціоналізації виробничих процесів;
- 4) створенням внутрішніх венчурних підрозділів.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Левченко Ю. Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : навч. посіб. Київ: Кондор, 2015. 448 с.
2. Єлецьких С.Я., Свинаренко Т.І. Інноваційне підприємництво. Тестові завдання з курсу. ДДМА, 2019. 34 с.
3. Заблоцький Б. Ф. Економіка і організація іноваційної діяльності: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2015. 428 с.
- 4 Шкарлет С.М., Ільчук В. П. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. Чернігів : Черніг. нац. технол.ун-т, 2015. 307 с.

Допоміжна

1. Мікульонок І. О. Інтелектуальна власність: навч. посіб. К.: Кондор, 2015. 242 с.
2. Ходаківський Є. І. Інтелектуальна власність: економіко-правові аспекти : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2014. 274 с.
3. Череп А. В. Пуліна Т. В., Череп О. Г. Інноваційний менеджмент: підручник. Київ: Кондор, 2015. 442 с.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Закон України «Про інноваційну діяльність». URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: www.nbuv.gov.ua
4. Офіційний сайт Верховної ради України. URL: <http://rada.gov.ua>
5. Офіційний сайт Міністерства фінансів. URL: <http://www.minfin.gov.ua/>
6. Офіційний сайт Асоціації українських банків. URL: <http://www.aub.com.ua>
7. Офіційний портал органів виконавчої влади України. URL: <http://www.kmu.gov.ua>
8. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua>
9. Світова організація торгівлі. URL: <http://www.wto.org>
10. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
11. Офіційний сайт Світового банку. URL: <http://www.worldbank.org/>
12. Офіційний сайт Державної податкової служби України. URL: <http://sfs.gov.ua/>
13. Офіційний сайт Українського об'єднання лізингодавців. URL: <http://www.leasing.org.ua>
14. Офіційний сайт Української асоціації інвестиційного бізнесу. URL: <http://www.uaib.com.ua>
15. Офіційні Веб-сайти компаній з управління активами та інвестиційних компаній. URL: <http://www.prostobank.ua/spravochniki/ku>
16. Офіційні Веб-сайти лізингових компаній. URL: <http://investing.org.ua/ru/default/261>
17. Інформаційний сайт з менеджменту. URL: www.management.com.ua.
18. Інформаційний бізнес-портал. URL: http://www.bnet.com/2405-13055_23-41874.html
19. MS VISIO - Програмний продукт для моделювання бізнес-процесів. URL: <http://office.microsoft.com/en-us/visio/HA101656401033.aspx>
20. Практичний приклад використання бізнес-моделювання. URL: <http://www.terrasoft.ru/>
21. Busines process modeling. URL: <http://www.tibco.com/assets/bltb338d9d356cedca2/business-process-modelling.pdf>