

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Навчально-методичний посібник
для самостійного вивчення дисципліни**

*Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України*

Київ 2002

Автори:

І. А. Павленко, канд. екон. наук, доц.
Н. П. Гончарова, д-р екон. наук, проф.
Г. О. Швиданенко, канд. екон. наук, проф.

Рецензенти:

О. Б. Бутнік-Сіверський, канд. екон. наук, проф.
В. Я. Кардаш, канд. екон. наук, проф.

П 12 Економіка та організація інноваційної діяльності: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / І. А. Павленко, Н. П. Гончарова, Г. О. Швиданенко. — К.: КНЕУ, 2002. — 150 с.
ISBN 000-000-000-0

Посібник містить типову навчальну програму курсу «Економіка та організація інноваційної діяльності», комплекс навчально-методичного забезпечення до кожної теми курсу (методичні поради щодо вивчення теоретичного матеріалу, план семінарського заняття, список систематизованої літератури, тести, вправи), тематику контрольних робіт, критерії оцінювання знань студентів з дисципліни, а також список навчальної літератури для поглибленого вивчення курсу.

Розрахований на студентів економічних вузів і факультетів III—IV рівнів акредитації, які навчаються за навчальними планами підготовки бакалаврів, і спеціалістів відповідних фахових спрямувань. Буде корисним слухачам магістерських програм, які не мають базової економічної освіти.

ББК 65.40

ISBN 000-000-000-0

© КНЕУ, 2002

ПЕРЕДМОВА

Ситуація, що склалась в українській економіці, дає нові можливості для розвитку насамперед сфер, що пов'язані з інноваційною діяльністю. Фірми (підприємства) проводять наукові дослідження та розробляють нову продукцію з метою диверсифікації виробництва, його модернізації, створення високих технологій і сучасного виробничого потенціалу шляхом заміни машин та устаткування. Під впливом зростаючої внутрішньої і зовнішньої конкуренції інновації стають найважливішим елементом менеджменту на фірмі (підприємстві). Нові ідеї і продукти, прогресивні технології й організаційні рішення дедалі більшою мірою визначають успіх підприємницької діяльності, забезпечують виживання і фінансову стабільність фірми (підприємства). У свою чергу, інноваційна спрямованість стратегії і тактики розвитку виробництва ставить нові вимоги до змісту, організації і методики управлінської діяльності, що зумовлює необхідність формування й удосконалення специфічних форм інноваційної діяльності.

Поняття «інноваційна діяльність» досить швидко і надійно увійшло до сучасного вітчизняного економічного лексикону. Воно означає самостійний вид діяльності підприємства, пов'язаний з управлінням процесами відновлення всіх об'єктів господарювання в ринковій економіці.

Курс «Економіка та організація інноваційної діяльності» є одним з найскладніших, тому що його положення і методи ґрунтуються на курсах «Економіка підприємства», «Економіко-математичні методи», «Економічний аналіз», «Основи технології», «Теорія організації», «Маркетинг», «Фінансовий менеджмент», «Управління персоналом» та ін. Результати застосування на практиці знань, отриманих при вивченні зазначених курсів, реалізуються в курсі «Економіка та організація інноваційної діяльності», що у свою чергу є основним інструментом економії ресурсів, поліпшення якості товарів і підвищення добробуту народу.

Відповідно до теорії М. Портера конкурентний розвиток країни відбувається на основі чинників виробництва, інвестицій та інновацій. Країни, що входять у світове технологічне ядро (США, Японія, Німеччина, Великобританія, Франція), у наш час розвиваються переважно на основі активізації інноваційної діяльності.

У даному курсі передбачається вивчення комплексної концепції інноваційної діяльності різноманітних фірм (підприємств) різних галузей промисловості, охоплюючи всі стадії інноваційного процесу, починаючи з зародження інноваційної ідеї, маркетингового дослідження інновації до її масштабного поширення в народному господарстві. Структура курсу передбачає детальне вивчення змісту інноваційних процесів, методологічних засад побудови системи менеджменту в інноваціях, принципів державного регулювання і розроблення інноваційної політики. Значне місце відведене вивченню практичних методів стратегічного управління інноваціями, маркетингу, організації, планування і фінансування інноваційної діяльності на підприємствах різних форм власності та масштабу.

Особливо докладно розглядаються в курсі питання економічного, інформаційного і правового забезпечення інноваційної діяльності й окремих інноваційних проєктів, оцінка ефективності інновацій.

РОЗДІЛ 1

ТИПОВА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА КУРСУ

Вступ

Інноваційна діяльність: сутнісна характеристика та значення на сучасному етапі економічного розвитку.

Мета і завдання курсу: засвоєння студентами — бакалаврами з економіки — інноваційної політики фірми, принципів її формування та впровадження, форм інновацій, методів основного інструментарію їх створення й шляхів реалізації, побудови системи менеджменту інноваційними процесами та державного регулювання, опанування практичних методів стратегічного управління інноваціями, маркетингу, організації, планування, фінансування та оцінювання інноваційної діяльності підприємств.

Методологія вивчення курсу: структура і предмет дисципліни, логіка її побудови. Змістовна характеристика дисципліни.

Тема 1. Інновації: становлення та сучасні тенденції розвитку

1.1. Становлення та розвиток теорії інновацій. Еволюція інноваційної теорії. Визначення інновацій за Й. Шумпетером. Інноваційні теорії економічного розвитку. Теорія «довгих хвиль» М. Кондратьєва. Роль інновацій в еволюції економічної системи.

1.2. Місце та роль інновацій у системі господарювання. Вплив інноваційних процесів на розвиток виробництва. Зарубіжний досвід упровадження інновацій. Інноваційні суспільства. Японський досвід використання технологічних змін. Науково-технічні індикатори Південної Кореї. Інноваційні процеси і командно-адміністративна система управління економікою.

1.3. Сучасні світові тенденції розвитку інновацій. Особливості інноваційних процесів в умовах ринкової економіки. Наукомісткість сучасного виробництва. Монополія чи конкуренція в інноваційному процесі? Тенденції інноваційної активності в Україні.

Тема 2. Сутнісна характеристика інноваційних процесів

2.1. Сутність сфери інноваційної діяльності. Поняття новини, нововведення, інновації, інноваційного процесу. Сфера інноваційної діяльності. Основні етапи (наука, дослідження, розроблення, виробництво, використання) та стадії (наука — техніка — виробництво) інноваційного процесу. Моделі інноваційного процесу. Взаємозв'язок окремих видів інноваційних процесів.

2.2. Система класифікації інновацій. Практичне значення класифікації інновацій. Виокремлення інновацій за такими ознаками: характер діяльності, технологічні параметри, галузево-функціональний вид діяльності, місце в системі, причини виникнення. Типи інновацій: продуктова, технологічна, сировинна, організаційна, збутова, інфраструктурна. Функції інновацій: базова, поліпшуюча, псевдоінновація.

2.3. Життєвий цикл інновацій. Циклічна концепція розвитку інновацій. Поняття інноваційного циклу. Фази життєвого циклу інновацій. Інноваційний ланцюг. Зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на життєвий цикл інновацій.

Тема 3. Особливості створення інновацій та формування попиту на них

3.1. Сутність попиту на інновації та засоби його відображення. Попит як один з чинників формування інновацій. Напрями аналізу попиту. Закон попиту. Табличне, графічне та аналітичне зображення попиту.

3.2. Умови, за яких інновація стає товаром. Формування попиту на інновації. Засоби ідентифікації продукції. Три групи нового товару. Інноваційна продукція. Система планування та організація створення нового товару (роботи, послуги). Етапи планування. Генерація ідей. Перевірка концепції. Пробний маркетинг.

3.3. Чинники попиту на інновації. Види попиту. Особливості чинників попиту на нововведення. Внутрішні чинники попиту. Зовнішні чинники попиту. Види попиту (потенційний, негативний, прихований, повноцінний, нерегулярний та ін.). Вплив чинників на зміну попиту на нову продукцію.

Тема 4. Інноваційна політика фірми

4.1. Сутність та складові елементи інноваційної політики фірми. Змістовна характеристика інноваційної політики. Місце інноваційної політики фірми в загальній стратегії розвитку. Складові елементи інноваційної політики фірми. Чинники впливу на формування інноваційної політики фірми.

4.2. Розроблення інноваційної стратегії. Зв'язок інноваційної стратегії фірми з загальною стратегією розвитку. Принципи її формування та упровадження. Стратегічний план фірми, його розділи. Елементи стратегічного вибору: генеральна мета, основні цілі, стратегії, завдання і програми.

4.3. Види інноваційних стратегій та їх співвідношення. Наступальна, захисна, імітаційна, залежна, традиційна, «за нагодою» стратегії та їх сутність. Співвідношення різних типів інноваційних стратегій. Процес упровадження інноваційних стратегій. Умови та методи реалізації стратегій.

Тема 5. Система управління інноваційними процесами

5.1. Особливості менеджменту на стадіях життєвого циклу інновацій. Об'єктивна необхідність і поняття управління суб'єктами інноваційної діяльності. Функції управління інноваційною діяльністю. Організація управління інноваційною діяльністю. Особливості організації управління дослідженнями, розробками та впровадженням інновацій.

5.2. Ключові аспекти оперативного менеджменту. Сутність оперативного менеджменту інноваційної діяльності та її контролю. Проблеми та завдання оперативного менеджменту на всіх стадіях життєвого циклу інновацій. Інформаційна база та її ефективне використання.

5.3. Основні критерії вибору організаційних структур управління інноваційною діяльністю. Роль організаційних структур в управлінні інноваційними процесами. Особливості організаційних структур управління інноваційною діяльністю (лінійно-функціональні, матричні, дивізійні, штабні). Принципи та етапи процесу побудови організаційних структур управління інноваційною діяльністю. Обґрунтування вибору організаційних структур управління інноваційною діяльністю на стадіях життєвого циклу інновацій.

Тема 6. Сучасні організаційні форми реалізації інновацій

6.1. Наукові організації як джерело формування та реалізації інновацій. Взаємодія наук (фундаментальні, прикладні) у процесі створення інновацій. Класифікаційна схема наукового забезпечення інновацій. Форми організації наукової діяльності (академічна, вузівська, галузева, заводська, комерційна наука).

6.2. Ринкові суб'єкти інноваційної діяльності. Інноваційне підприємство як суб'єкт господарювання. Інституційні форми інноваційного підприємства. Види підприємств, які беруть участь в інноваційних процесах (малі підприємства — обслуговуючі фірми, «спін-офф», проектні бригади, інжинірингові фірми). Специфіка венчурного бізнесу. Інноваційні підприємства в Україні.

6.3. Організаційні форми інтеграції науки та виробництва. Зв'язок інновацій, досліджень та виробництва. Формування та функціонування нових організаційних структур: науково-технологічні парки, науково-промислові консорціуми, технополіси, фірми-«інкубатори», стратегічні альянси. Форми технологічної кооперації.

Тема 7. Фінансування інноваційних процесів

7.1. Цілі та завдання системи фінансування інноваційної діяльності. Стратегія фінансування інноваційної діяльності. Методологічні принципи та складові елементи фінансової стратегії фірми щодо фінансування інноваційних процесів. Організаційно-економічний механізм фінансування інновацій.

7.2. Види фінансування інноваційних процесів. Характеристика різних видів фінансування інноваційних процесів. Внутрішні та зовнішні джерела фінансування. Обґрунтування конкретних джерел фінансування інноваційних процесів та врахування ризиків, які можуть виникнути під час фінансування.

7.3. Сутність ризикового фінансування інноваційної діяльності на базі венчурного капіталу. Причини виникнення та використання ризикового (венчурного) фінансування. Засоби страхування, які використовують ризикові інвестори. Переваги та недоліки венчурного фінансування.

7.4. Лізингове фінансування та його особливості. Необхідність лізингового фінансування інноваційної діяльності. Функції лізингу. Об'єкти лізингу. Види лізингу. Переваги та недоліки лізингового фінансування. Склад лізингових платежів.

7.5. Інноваційний проект як об'єкт фінансування. Критерії та умови оцінювання інноваційного проекту. Класифікація інноваційних проектів. Оцінювання інноваційного проекту. Обґрунтування бізнес-плану інноваційного проекту. Стратегія фінансування інноваційного проекту.

Тема 8. Регулювання та стимулювання інноваційної діяльності

8.1. Інновації як об'єкт державної політики. Необхідність державної підтримки. Особливості економічної політики щодо інновацій. Державна інноваційна політика України. Наукомісткість продукції як мета економічної політики держави.

8.2. Інструменти державної підтримки інноваційної діяльності. Мікроекономічні причини необхідності державної підтримки інноваторів. Класифікація інструментів державної підтримки інновацій. Політика оподаткування інноваторів. Прискорена амортизація як метод регулювання оновлення виробництва. Сфери застосування державного впливу на інноваційні процеси. Прямі та непрямі методи сприяння розвитку інноваційної діяльності з боку держави. Підтримка державою малого бізнесу як чинник інноваційної політики.

8.3. Внутрішнє регулювання та стимулювання інноваційної діяльності. Регулювання та стимулювання інноваційної діяльності на рівні фірми. Прямі та опосередковані методи стимулювання інноваційної діяльності. Система регулювання інноваційної діяльності. Форми і методи її організації.

8.4. Правові аспекти охорони інтелектуальної власності. Інтелектуальний продукт. Теоретичні передумови авторського права. Об'єкти та суб'єкти авторського права. Види і типи об'єктів інтелектуальної власності. Промислова власність. Об'єкти промислової власності. Патент як засіб охорони об'єктів промислової власності.

Тема 9. Комплексне оцінювання ефективності інноваційної діяльності фірми

9.1. Основні принципи вимірювання ефективності інноваційної діяльності. Принципи оцінювання економічної ефективності інноваційних проектів. Об'єкт вимірювання ефективності. Два види ефекту: мікроекономічний та макроекономічний підхід.

9.2. Основні показники економічної ефективності інноваційних проектів. Термін окупності. Облікова норма прибутку. Процес дисконтування. Показник чистої теперішньої вартості. Індекс прибутковості. Внутрішня норма прибутковості.

9.3. Економічне оцінювання соціальних результатів інноваційної діяльності. Соціальні результати, які оцінюються економічною мірою. Показники соціально-економічного ефекту. Правило тотожності корисного результату при соціально-економічному оцінювання. Класифікація та правила визначення суми економічних збитків.

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

годин

Теми	Лекції	Семінарські та практичні заняття	Самостійна робота	Індивідуальна робота
1. Інновації: становлення та сучасні тенденції розвитку	2	2	6	
2. Сутнісна характеристика інноваційних процесів	3	2	6	
3. Особливості створення інновацій та формування попиту на них	2	2	10	4
4. Інноваційна політика фірми	2	2	6	
5. Система управління інноваційними процесами	2	1	6	
6. Сучасні організаційні форми реалізації інновацій	2	2	6	4
7. Фінансування інноваційних процесів	2	2	6	
8. Регулювання та стимулювання інноваційної діяльності	2	1	6	
9. Комплексне оцінювання ефективності інноваційної діяльності фірми	3	2	8	4
Разом для денної форми навчання	20	16	60	12
Разом для вечірньої форми навчання	20	16	72	—
Разом для заочної форми навчання	8	4	96	—

РОЗДІЛ 2

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДО ТЕМ КУРСУ

2.1. ІННОВАЦІЇ: СТАНОВЛЕННЯ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

2.1.1. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

Вивчення теми доцільно розпочати з питань становлення та розвитку теорії інновацій.

Зародження інноваційної теорії відноситься до початку ХХ ст. і відображене в працях західноєвропейських учених. Але питання, пов'язані з науково-технічним прогресом та його впливом на розвиток (трансформацію) суспільства, вивчалися й висвітлювалися в економічних теоріях, починаючи від класиків політекономії. Яке ж місце посідав науково-технічний прогрес у цих теоріях?

1. **А. Сміт** (1723—1790) пов'язував науково-технічний прогрес з характером розвитку і потребами виробництва.

2. **К. Маркс** (1818—1883) уважав розвиток продуктивних сил базисом, а науково-технічний прогрес надбудовою, тобто наслідком, а не причиною розвитку виробництва.

3. **Неокласична школа** (1870—1930), яка представлена В. Джевонсом (1871), А. Маршаллом (1890), Л. Вальрасом (1874), розглядала науково-технічний прогрес як заданий чинник при дослідженні ринкової економічної системи.

4. **Кейнсіанська теорія**, заснована Джоном Кейнсом (1883—1945), у 30—50 роках (напередодні Другої світової війни) розглядала економічні процеси в короткостроковому періоді, тому науково-технічному прогресові не приділялося достатньої уваги, він перебував у становищі «за інших рівних умов».

5. **У другій половині 50-х років** представники неокласичного ренесансу — М. Абрамовиц, Р. Солоу, Е. Денісон та інші довели, що науково-технічний прогрес є основним чинником економічного розвитку ХХ ст. Ці вчені-економісти поклали край ігноруванню науково-технічного прогресу в економічній теорії.

6. **Період після Другої світової війни** став часом науково-технічної революції та її впливу на економічний розвиток. Саме

тоді об'єктивні передумови сприяли народженню нового напряму економічної теорії, спрямованому на вивчення закономірностей науково-технічного прогресу.

Розглянувши економічні теорії в хронологічній послідовності, ми бачимо, що лише з 50-х років науково-технічний прогрес розглядається як чинник виробництва разом з капіталом та працею.

Але головною постаттю серед фундаторів інноваційних теорій економічного розвитку, безперечно, є австрійський економіст **Йозеф Шумпетер** (1883—1950). Ще в 30-ті роки він ввів поняття інновації, трактуючи його, як зміну з метою впровадження і використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації промисловості.

Економічні категорії «інновація», «інноваційний процес» Й. Шумпетер поєднав з теорією довгострокових циклічних коливань — **теорією «довгих хвиль» М. Д. Кондратьєва** (1892—1938). Для обґрунтування своєї теорії М. Д. Кондратьєв здійснив аналіз статистичних даних 4 провідних капіталістичних країн — Англії, Франції, США, Німеччини. Вивчення цих даних дало Кондратьєву підстави для висновку, що існують цикли економічної кон'юнктури — «довгі хвилі» з середньою тривалістю 54 роки (пожвавлення виробництва, потім його бурхливий підйом, криза перевиробництва, яка переходить у стадію депресії). Відомо 5 технологічних хвиль (укладів):

I хвиля (1785—1835) — механізація праці у ткацтві;

II хвиля (1830—1890, середина XIX ст.) — вуглевидобуток та паровий двигун;

III хвиля (1880—1940, кінець XIX — початок XX ст.) — чорна металургія;

IV хвиля (1930—1990) — нафта разом з продуктами органічної хімії;

V хвиля (1985—2035) — мікроелектроніка.

Ключовим чинником є саме масовий попит на відповідні зміни.

М. Д. Кондратьєв з'ясував причини знайдених закономірностей (хвильових коливань у виробництві) та помітив, що «довгі хвилі» виникають не від дії чинників економічного розвитку, які визнавалися головними на ті часи. Кондратьєв звернув увагу, що протягом двох десятиріч, які передують підйомові хвилі довгого циклу, спостерігається пожвавлення в галузі технічних винаходів, а початок підйому збігається з широким застосуванням винаходів у промисловості. Це підтверджувало інноваційну теорію Й. Шумпетера, який побачив можливість подолання кризи та спадів у виробництві за допомогою інноваційного оновлення капіталу завдяки (через) технічним, організаційним, економічним та управлінським нововведенням.

Ми побачили, що науково-технічний прогрес є головним чинником історичної трансформації суспільства, еволюції економічної системи, але ця його вирішальна роль в економічному зростанні стала зрозумілою тільки в другій половині ХХ ст.

Узагальнення історичного досвіду різних країн доводить, що спрямованість суспільства на досягнення науково-технічного прогресу сприяє розвитку економіки країни, і навпаки, суспільства, які неспроможні забезпечити потік науково-технічних інновацій, неспроможні економічно розвиватися.

М. Портер розрізняє **4 стадії конкурентного розвитку країн**:

- стадія розвитку на основі чинників виробництва;
- стадія інвестиційного розвитку;
- стадія інноваційного розвитку;
- стадія розвитку на основі добробуту.

На підставі розглянутого розподілу можна виокремити такі **структурні джерела економічного розвитку країни**:

- 1) чинники виробництва;
- 2) інвестиції;
- 3) інноваційна діяльність.

Кожна країна одночасно використовує всі джерела розвитку. Конкурентоспроможність і ефективність економіки визначаються структурою джерел її фінансування. Якщо для функціонування і розвитку народного господарства використовується в основному валюта від експорту природних ресурсів, то рівень економічного розвитку такої країни буде низьким.

Звертаємо вашу увагу ще на кілька аспектів сучасного економічного розвитку на основі інноваційного компонента. З погляду рівня розвитку країн, міжнародної кооперації та інтеграції світове співтовариство поділяють на такі групи:

1. Технологічне ядро: США, Японія, Німеччина, Великобританія, Франція.

2. Країни першого технологічного кола: Італія, Канада, Швеція, Голландія, Австрія, Південна Корея та ін.

3. Країни другого технологічного кола: найрозвиненіші країни з точки зору інноваційної складової.

4. Постсоціалістичні країни Східної Європи.

5. Країни СНД.

6. Країни, що розвиваються.

Організація інноваційної діяльності в країнах-лідерах:

— горизонтальна інтеграція НДДКР, створення обчислювальних мереж;

- проведення спільних досліджень;
- державна підтримка нових технологій.

До специфічних характеристик сучасних технологій можна віднести:

- вузьку спеціалізацію;
- швидку застарілість;
- необхідність постійного розвитку;
- високу ризикованість фінансових ресурсів;
- швидку розповсюдженість у всьому світі;
- розроблення і впровадження ноу-хау;
- розвиток при тиражуванні;
- неможливість поширення тільки за допомогою документації та ін.

Ці властивості створюють невпевненість і нерівномірність поширення інноваційного продукту; постійно виникають «ніші», у які можуть вбудуватися аутсайтери; складно зберігати позиції лідерства і монополізму в технологічній сфері.

Використовуючи розроблені у світі передові технології, можна перейти лише на *стадію інвестиційного розвитку*. Стадія ж *інноваційного розвитку* припускає певний технологічний монополізм, одержуваний у результаті власних розробок і винаходів.

Проте вже на початку XXI ст. розвиток науки і техніки буде не метою, а засобом соціально-економічного розвитку країн. Багато дослідників схильні вважати, що майбутнє людства пов'язано не з технотронним суспільством, а з *гуманістичним суспільством*, яке ґрунтуватиметься на гідності, знаннях, свободі особи. Гуманіст — це і є гідна людина, що прагне до знань, добра і краси.

Найважливішою визначальною засадою гуманістичного суспільства буде ідеологічна структура — певна система філософських, наукових, художніх, правових, політичних, економічних, соціологічних знань і цінностей про світ, місце людини в ньому. У процесі становлення гуманістичного суспільства має здійснюватися переорієнтування суспільства з виробництва матеріальних благ на виробництво духовних цінностей. Тому одним з головних завдань суспільства гуманізму є виробництво знань. На користь цієї тези говорить той факт, що, наприклад, у промислово розвинених країнах накопичення людського капіталу до кінця XX ст. у 3—4 рази перевищило накопичення капіталу в матеріально-речовинній формі; значно зросли витрати на будівництво нових музеїв, бібліотек, театрів, спортивних споруджень.

Сучасна ринкова модель економіки базується на інноваційному типі розвитку, для якої характерні:

- інтелектуалізація виробничої діяльності;
- використання високих інформаційних технологій;
- екологічність;
- творчість кадрів;
- добробут населення.

Сьогодні світовий ринок високих технологій становить приблизно 2 трильйони доларів, з яких на США припадає 39 %, Японію — 30 %, Німеччину — 16 %. У світі на одного вченого припадає 10 менеджерів, які відбирають перспективні науково-технічні досягнення, своєчасно патентують винаходи, займаються просуванням наукомістких товарів на ринок. У нашій країні на 10 вчених припадає лише один менеджер.

Результатом інноваційної діяльності є **інтелектуальний продукт**, без якого неможливо створити конкурентоспроможне виробництво та продукцію. Тому найважливішою економічною метою передових компаній і країн є підтримання здатності національної економіки до інноваційного розвитку й ефективного використання найновіших технологій. Цей процес відображається динамікою **показника наукомісткості виробництва**.

Наукомісткість виробництва визначається як відношення витрат на дослідження і розроблення до обсягу продажу. Саме цей показник використовується для класифікації галузей і виробництв за ступенем наукомісткості та для проведення різноманітного аналізу інноваційного процесу. Для віднесення галузі промисловості до наукомісткої названий показник має перевищувати середній рівень.

Необхідність активізації інноваційної діяльності в Україні надзвичайно актуальна. Основними **причинами** цього, на думку більшості вчених, є:

— незавершеність і нелогічність проведених економічних перетворень;

— слабкість ринкових інструментів економіки;

— збереження економічних відносин із зовнішнім світом, що базуються на імпорті високотехнологічного устаткування, машин, товарів народного споживання.

Цей перелік ми можемо доповнити такими обставинами:

• відсутність на всіх рівнях управління систем менеджменту, орієнтованих на підвищення якості продукції, соціальний розвиток, конкурентоспроможність підприємств;

• орієнтація розвитку української економіки не на активізацію інноваційної діяльності, а на чинники виробництва та інвестиції.

При цьому не враховується, що чинники виробництва та інвестиції мають бути не метою функціонування соціально-економічних систем, а засобом активізації інноваційної діяльності та підвищення за рахунок цього темпів економічного зростання.

Заглиблення в проблематику курсу зумовлює необхідність хоча б стислого огляду літературних джерел, що дає можливість визначитися в понятійному апараті щодо інноваційного процесу. Це тим більше важливо, що в даний час ще чітко не сформувалась термінологія в галузі інноваційної діяльності.

Так, рекомендується під **науково-технічним прогресом** розуміти розвиток науки і техніки, що проявляється, з одного боку, у впливі науки на рівень техніки і технології, а з іншого — у застосуванні новітніх приладів у наукових дослідженнях (Л. І. Абалкін).

Початкова фаза науково-технічного прогресу відноситься до пізнього Відродження, і особливо суттєвий імпульс він одержав у XVI—XVII ст., коли потреби зростаючого мануфактурного виробництва, розширення мореплавання, торгівлі поклали початок спілці наукової, технічної, винахідницької діяльності.

2.1.2. ПЛАН СЕМІНАРСЬКОГО ЗАНЯТТЯ

1. Становлення та розвиток теорії інновацій.
2. Місце та роль інновацій у системі господарювання.
3. Сучасні світові тенденції розвитку інновацій.
4. Специфіка інноваційної діяльності в країнах-лідерах.



Питання для поглибленого вивчення теми

1. Інноваційні теорії та їх застосування в сучасній інноваційній діяльності.
2. Інновація як джерело сучасного економічного зростання.
3. Риси гуманістичного суспільства.
4. Ознаки поняття «інноваційна економіка».



Література

1. Лукашевич И. Развитие идей Н. Д. Кондратьева в теориях длинных волн нововведений // Вопросы экономики. — 1992. — № 3. — С. 81—94.

2. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного экономического развития. — М., 1993. — 318 с.
3. Инновационный процесс в странах развитого капитализма (методы, формы, механизм) / Под ред. И. Е. Рудаковой. — М.: Изд-во МГУ, 1991. — 411 с.
4. Ковалев Г. Д. Основы инновационного менеджмента: Учеб. для вузов / Под ред. проф. В. А. Швандара. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 284 с.
5. Ткачева Н. Н., Чернов С. А. Проблемы развития инновационной сферы в Украине // Менеджер. — 2000. — № 3. — С. 66—71.
6. Курнышева И. Условия инновационного развития // Экономист. — 2001. — № 7. — С. 9—19.
7. Шумпетер Й. Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982. — 453 с.
8. НТП: Словник / В. Г. Горохов. — М., 1987. — 302 с.

2.1.3. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

ТЕСТИ

1. Поняття нововведень запропоноване:

- а) Т. Кемпом;
- б) К. Джонсоном;
- в) Й. Шумпетером;
- г) А. Смітом;
- г) П. Хейне.

2. Наукомісткість виробництва визначається:

- а) відношенням витрат на дослідження до обсягу реалізації продукції;
- б) обсягом інвестицій на наукові дослідження;
- в) відношенням кількості працівників, зайнятих у дослідному виробництві, до всіх працюючих;
- г) відношенням обсягу нової продукції до всієї продукції.

3. Результатом інноваційної діяльності є:

- а) інтелектуальний продукт;
- б) новини;
- в) інновації;
- г) інвенція;
- г) технології.

4. Комерційне впровадження нової продукції чи нових засобів виробництва називається:

- а) інновація;
- б) дослідження;
- в) розробки;
- г) винаходи.

5. Конкурентоспроможність країни на світовому ринку залежить від:

- а) здатності генерувати ідеї;
- б) кількості університетів і науково-дослідних інститутів;
- в) можливості швидко опановувати новації;
- г) інвестиційних можливостей.

6. Економічною теорією, що розглядала науково-технічний прогрес як чинник виробництва, є:

- а) неокласична;
- б) кейнсіанська;
- в) неокласичний ренесанс.

7. Ідеї, що є корисними для використання в бізнесі, але не обов'язково там упроваджуються, мають назву:

- а) інновація;
- б) дослідження;
- в) розробки;
- г) винаходи.

8. Основні риси, притаманні інноваційному суспільству:

- а) незалежність;
- б) інтелектуалізація виробництва;
- в) стабільність;
- г) екологічність;
- г) добробут населення.

9. Виходячи з циклічної концепції розвитку М. Д. Кондратьєва, суттєві зміни в економічному житті суспільства відбуваються:

- а) на початку хвилі, що підвищується;
- б) наприкінці хвилі, що підвищується;
- в) на початку хвилі, що знижується;
- г) наприкінці хвилі, що знижується.

10. При розробленні теорії «довгих хвиль економічної кон'юнктури» М. Д. Кондратьєвим вивчалися такі економічні показники:

- а) динаміка цін і заробітної плати;
- б) обсяг виробництва основних видів продукції промисловості;
- в) фондоозброєність праці;
- г) обсяг зовнішньої торгівлі.

11. Для обґрунтування своєї теорії М. Д. Кондратьєв здійснив аналіз статистичних даних таких країн:

- а) Великобританії, Японії, США;
- б) Великобританії, Франції, США, Німеччини;
- в) Японії, США, Канади.

12. Виходячи з циклічної концепції розвитку М. Д. Кондратьєва, головним чинником підйому в економіці країни є:

- а) підвищення попиту на продукцію виробництва;
- б) підвищення обсягу створення інновацій;
- в) масовий попит на інноваційну продукцію.

13. Удосконалювання технічних знань:

- а) відбувається тільки в результаті одержання вищої освіти;
- б) справляє лише незначний вплив на випуск продукції;
- в) може відбуватися через навчання в процесі роботи;
- г) не впливало на економічне зростання у 60-х роках;
- г) результат політичних революцій.

14. Залежність прибутків від віку найточніше передає таке твердження:

- а) вони мають тенденцію до вирівнювання при досягненні робітником середнього віку;
- б) чим вищий рівень освіти індивідуума, тим вищі прибутки;
- в) більш освічений індивідуум має вищий втрачений прибуток унаслідок пізнішого вступу на роботу;
- г) усе перелічене вище;
- г) нічого з переліченого.

15. Усі перелічені нижче країни витрачали менше 3 % свого ВВП на наукові дослідження і розробки в 90-ті роки за винятком:

- а) Японії;
- б) США;
- в) СРСР;
- г) ФРН;
- г) Італії.

16. Відмінності в рівні заробітної плати в США можуть бути віднесені за рахунок:

- а) різноманітного рівня людського капіталу, втіленого в праці;
- б) дискримінації на ринку праці;
- в) наявності профспілок у деяких галузях;
- г) усього сказаного вище;
- д) нічого з названого.

17. Середня реальна заробітна плата в економіці визначається:

- а) основним капіталом;
- б) соціальними навичками;
- в) запасами людського капіталу;
- г) усіма переліченими чинниками;
- д) нічим з переліченого.

18. Вирівнювання відмінностей у рівнях заробітної плати відбувається через те, що:

- а) усі види зарплати потребують рівної продуктивності праці;
- б) є різниця у привабливості роботи;
- в) у різних галузях економіки — різний попит на працю;
- г) на підприємствах однієї і тієї самої галузі в країні є значні відмінності в капіталоозброєності робітників;
- д) попит на різноманітні види праці зростає.

19. Практика цінової дискримінації була відкрита:

- а) антитрестовим законом Шермана;
- б) законом Клейтона;
- в) законом Селлера—Кефаувера;
- г) законом Робінсона—Пэтмана;
- д) законом Оукена.

ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Поясніть, у чому полягає практичне значення сутності процесу перетворення науки в безпосередню продуктивну силу для проведення обґрунтувань економічної політики уряду?

Завдання 2

Яка з особливостей сучасного етапу науково-технічної революції має найважливіше значення для економіки України, з огляду на природні багатства країни? Коментар.

Завдання 3

У чому сутність нового етапу науково-технічної революції? Докладний коментар.

Завдання 4

Який вплив нового етапу науково-технічної революції на економічне зростання? Докладний коментар.

Завдання 5

Прокоментуйте: «Інтеграція науки і техніки, в остаточному підсумку, означає науково-технічний прогрес».

Завдання 6

Поясніть відмінності між індустріальним та інформаційним суспільствами.

2.2. СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

2.2.1. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

На рівні підприємства (фірми) науково-технічний прогрес реалізується у вигляді інновації.

У термін «**інновація**» вкладається найрізноманітніший зміст.

Зверніть увагу на кілька визначень:

- **інновація** — це підсумковий результат створення та освоєння принципово нового або модернізованого засобу (нововведення);

- **інновація** в широкому розумінні — прибуткове використання новацій у вигляді нових технологій, видів продуктів, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного або іншого характеру;

- **нововведення** — це розвиток технології, техніки, управління на стадіях зародження, освоєння, дифузії на інших об'єктах;

• у «Словнику польської мови» *інновація* означає впровадження чого-небудь нового, якоїсь нової речі, новинку, реформу.

Відповідно до Керівництва Фраскати (документ прийнятий ОЕСР у 1993 р. в італійському місті Фраскати) *інновація* визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, втілений у вигляді нового чи вдосконаленого продукту, упровадженого на ринку, процесу, або в новому підході до соціальних послуг.

У підручнику «Інноваційний менеджмент» (за ред. Н. П. Завліна, А. К. Казанцева й ін.) *інновація* визначена як використання в тій або іншій сфері суспільства результатів інтелектуальної (науково-технічної) діяльності, спрямованих на вдосконалення процесу діяльності або його результатів.

Установлення конкретного кола аспектів, що характеризують сутність будь-якого поняття, є вихідним моментом для формування цілей, структури й обсягу подальших досліджень. Тому ми приділяємо таку увагу розглядові сутності базового поняття «інновація», що має відповідати ряду вимог.

По-перше, вважаємо за доцільне розмежувати поняття «нововведення» і «інновація». *Нововведення* — оформлений результат фундаментальних, прикладних досліджень або експериментальних робіт у будь-якій сфері діяльності, спрямованих на підвищення її ефективності. Нововведення можуть оформлятися у вигляді:

- відкриттів, винаходів;
- патентів, товарних знаків, раціоналізаторських пропозицій;
- документації на новий або вдосконалений процес;
- організації, виробництва або іншої структури;
- «ноу-хау»;
- понять;
- наукових підходів або принципів;
- документа (стандарту, методики, інструкції тощо);
- результатів маркетингових досліджень.

Інновація — кінцевий результат упровадження нововведення з метою зміни об'єкта управління й одержання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту.

По-друге, нововведення можуть розроблятися як для власних потреб (з метою впровадження у власному виробництві або для накопичення), так і на продаж. На «вході» фірми як системи будуть нововведення, що можуть відразу впроваджуватися у форму інновацій, або просто накопичуватися, чекаючи свого часу для впровадження. На «виході» фірми будуть тільки нововведення як товари.

По-третє, неправомірно в поняття «інновації» включати розроблення інновації, її створення, упровадження і дифузію. Ці

етапи належать до інноваційної діяльності як процесу, результатом якого можуть бути нововведення або інновації.

Нововведення можуть розроблятися з будь-якої проблеми на будь-якій стадії життєвого циклу товару (стратегічний маркетинг, НДДКР і т. д.).

Отже, ми можемо ввести ще одне визначення. Процес стратегічного маркетингу, НДДКР, організаційно-технічної підготовки виробництва, виробництва й оформлення нововведень, їх впровадження (або перетворення в інновацію) і поширення в інші сфери (дифузія) називається **інноваційною діяльністю**.

В умовах ринку, на якому формуються попит, пропозиція, ціна, головними компонентами інноваційної діяльності є новини, інвестиції та нововведення.

Новини формують ринок новин (новацій), інвестиції — ринок капіталу (інвестицій), нововведення (інновації) — ринок чистої конкуренції нововведень. Ці три основні компоненти й утворюють **сферу інноваційної діяльності**.

Інноваційна сфера — система взаємодії інноваторів, інвесторів, товаровиробників конкурентоспроможної продукції та розвинутої інфраструктури.

Інноваційний процес — це процес отримання та комерціалізації винаходу, нових технологій, видів продукції чи послуг, рішень виробничого, фінансового характеру та інших результатів інтелектуальної діяльності.

Інноваційний процес можна розглядати як процес фінансування розроблення та впровадження нового продукту чи послуги; як паралельно-послідовний процес здійснення науково-дослідних, науково-технічних, виробничих, маркетингових робіт. Ми його розглянемо як тимчасові етапи життєвого циклу цієї ідеї. Ці етапи називають **фазами інноваційного процесу**.

1. Фаза «наука». На цій фазі:

- проводять фундаментальні дослідження;
- розробляють теоретичні підходи до вирішення даної проблеми. Цим займаються академічні інститути, вищі навчальні заклади, галузеві спеціалізовані інститути та лабораторії.

2. Фаза «дослідження». На цій фазі:

- проводять прикладні дослідження;
- здійснюють експериментальні дослідження;
- розробляють експериментальні моделі. Цим займаються наукові інститути та заклади, малі венчурні підприємства.

3. Фаза «розробка». На цій фазі:

- визначають технічні характеристики нової продукції, розробляють інженерно-технічну документацію та конструюють новий продукт;
- створюють дослідні зразки;
- розпочинають експериментальне виробництво нового продукту. Роботи на цьому етапі виконуються в спеціалізованих лабораторіях, дослідних виробництвах, конструкторських бюро, науково-дослідних підрозділах великих промислових підприємств.

4. Фаза «виробництво». На цій фазі провадять:

- технічне й організаційне підготування виробництва (МТЗ, створення допоміжних матеріалів, напівфабрикатів);
- масове виробництво. Цей етап здійснюється безпосередньо на підприємстві.

5. Фаза «споживання». Ця фаза охоплює:

- збут продукції;
- задоволення попиту споживача.

Для розуміння сутності курсу «Економіка та організація інноваційної діяльності» важливе значення має поняття **класифікації та кодування інновацій**.

Відомі різноманітні підходи до класифікації інновацій. Звертаємо вашу увагу на деякі типології, які найчастіше трапляються в спеціальній літературі.

І-ша типологія за 9 ознаками (А. Пригожин):

- 1) За типом нововведення:
 - матеріально-технічні (техніка, технологія, матеріали);
 - соціальні;
 - економічні;
 - організаційно-управлінські;
 - правові.
- 2) За інноваційним потенціалом:
 - радикальні (базові);
 - комбінаторні (використання різноманітних сполучень);
 - модифіковані (що покращують, доповнюють).
- 3) За становленням до свого попередника:
 - що заміщають (замість застарілого);
 - що відміняють (виключають виконання операцій);
 - поворотні (до попередника);
 - нові (аналогів немає).
- 4) За обсягом застосування:
 - крапкові;
 - системні (технологічні, організаційні і т. п.);
 - стратегічні (принципи управління, виробництва і т. п.).
- 5) За ефективністю (цілями):

- ефективність виробництва;
- ефективність управління;
- поліпшення умов праці.
- 6) За соціальними наслідками:
 - соціальні витрати, що зумовлені новими видами монотонної праці, шкідливими умовами тощо.
- 7) За особливостями механізму здійснення:
 - одиничні (на один об'єкт);
 - дифузійні (на багато об'єктів);
 - завершені і незавершені;
 - успішні і неуспішні.
- 8) За особливостями інноваційного процесу:
 - внутріорганізаційні;
 - міжорганізаційні.
- 9) За джерелом ініціативи:
 - пряме соціальне замовлення;
 - у результаті винаходу.

II-га типологія за 7 критеріями (М. Хучек):

- 1) Оригінальність характеру змін:
 - оригінальні (творчі);
 - неоригінальні (що наслідують).
- 2) Ступінь складності:
 - непов'язані (менш удосконалені);
 - пов'язані (колективний результат).
- 3) Галузь господарства:
 - матеріалізовані (тверді);
 - нематеріалізовані (м'які, управлінські).
- 4) Ступінь новизни:
 - новинки світового масштабу;
 - новинки в країні або галузі;
 - новинки на підприємстві.
- 5) Радіус дії:
 - упроваджені на підприємстві;
 - упроваджені за межами підприємства.
- 6) Соціально-психологічні умови впровадження:
 - рефлексивно, що усвідомляється;
 - упроваджені без тривалого обмірковування.
- 7) Запланована сфера застосування:
 - технічні і технологічні;
 - організаційні та економічні;
 - суспільні (позавиробничі).

III-тя типологія (С. Ільєнкова):

1) Залежно від технологічних параметрів:

- продуктові;
- процесні.

2) За новизною:

- нові для галузі у світі;
- нові для галузі в країні;
- нові для підприємства.

3) За місцем на підприємстві:

- новації на вході;
- новації на виході;
- новації системної структури.

4) Від глибини внесених змін:

- радикальні (базові);
- поліпшуючі;
- модифікаційні за сферою діяльності;
- технологічні;
- виробничі;
- економічні;
- торгові;
- соціальні;
- у галузі управління.

IV-та типологія (П. Н. Завлін):

1) За сферою застосування:

- управлінські;
- організаційні;
- соціальні;
- промислові.

2) За етапами науково-технічного прогресу:

- наукові;
- технічні;
- технологічні;
- конструкторські;
- виробничі;
- інформаційні.

3) За ступенем інтенсивності:

- «бум»;
- рівномірна;
- слабка;
- масова.

4) за темпами здійснення:

- швидкі;
- уповільнені;

- наростаючі;
 - рівномірні;
 - стрибкоподібні.
- 5) За масштабами інновацій:
- трансконтинентальні;
 - транснаціональні;
 - регіональні;
 - значні, середні, дрібні.
- 6) За результативністю:
- висока;
 - низька;
 - стабільна.
- 7) За ефективністю:
- економічна;
 - соціальна;
 - екологічна;
 - інтегральна.

Основними **критеріями класифікації** інновацій мають бути ті, що враховують:

- а) комплексність набору класифікаційних ознак для аналізу і кодування;
- б) можливість кількісного (якісного) визначення критерію;
- в) наукову новизну і практичну цінність запропонованої ознаки класифікації.

Наведена класифікація охоплює, на наш погляд, усі аспекти інноваційної діяльності. Для спрощення управління інноваційною діяльністю на основі зазначеної класифікації інновації кодують.

Кодування може бути укрупненим (з одним знаком для ознаки) і детальним (з двома і більше знаками для ознаки). Кодування інновацій можливе в рамках країни й у світовому масштабі. У цьому випадку на початку коду вказується код країни, галузі, фірми. Кодування дає змогу автоматизувати процес пошуку й переробки, добору, що дає значний ефект і активізує інноваційну діяльність.

На закінчення розгляду цієї теми звертаємо вашу увагу на ще одне визначення, яке характеризує інноваційний процес у часі. Ідеться про *життєвий цикл інновацій*.

Життєвий цикл інновацій — це період від зародження ідеї, створення і поширення нововведення до його використання. Але

ми розглядаємо життєвий цикл інновацій не враховуючи зовнішні чинники, що впливають на інноваційний процес, такі як конкуренція, інфляція, попит та ін.

2.2.2. ПЛАН СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

1. Сутність сфери інноваційної діяльності.
2. Основні етапи та стадії інноваційного процесу.
3. Система класифікації інновацій: зміст і типологія.
4. Життєвий цикл інновацій.



Питання для поглибленого вивчення теми

1. *Поняття продуктових та процесних інновацій.*
2. *Причини нерівномірності інноваційної активності в умовах ринкової економіки.*
3. *Система кодування інновацій.*
4. *Розподіл інновацій за типом новизни для ринку.*



Література

1. Гунин В. Н. и др. Управление инновациями. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 401 с.
2. Денисов Б. Ф. Инновационный процесс в условиях рыночной экономики. — СПб.: СПбУ экономики и финансов, 1993. — 340 с.
3. Инновационный менеджмент: Справ. пособие / Под ред. П. Н. Завлина и др. — М.: ЦИСИН, 1998. — 503 с.
4. Ковалев Г. Д. Основы инновационного менеджмента: Учеб. для вузов / Под ред. проф. В. А. Швандара. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 284 с.
5. Морозов Ю. П. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. — Н. Новгород: ННГУ, 1997. — 446 с.
6. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: Пер. с венг. — М.: Прогресс, 1990. — 401 с.
7. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. — М.: Экономика, 1989. — 380 с.
8. Фатхутдинов Р. Инновационный менеджмент: Учеб. для вузов. — М.: Интел-Синтез, 1998. — 560 с.

2.2.3. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

ТЕСТИ

1. Результатом інноваційних процесів є:

- а) нововведення;
- б) новинки;

- в) інвенція;
- г) інновація;
- д) винахід.

2. Під час інноваційного процесу фундаментальні дослідження проводяться:

- а) на фазі «наука»;
- б) на фазі «дослідження»;
- в) на фазі «розробка»;
- г) на фазі «виробництво»;
- г) на фазі «споживання».

3. Корисність інноваційних товарів відбиває їх:

- а) вартість;
- б) споживча вартість;
- в) якість;
- г) правильні відповіді «а» і «б»;
- г) правильні відповіді «а» і «в».

4. За змістом «технічний рівень»:

- а) є поняття якості;
- б) ширше поняття якості;
- в) непорівнянний із поняттям якості;
- г) рівнозначний поняттю якості;
- г) усі відповіді неправильні.

5. Розвиток науки визначається:

- а) потребами технічного прогресу;
- б) соціальними потребами;
- в) економічними потребами;
- г) фінансовими потребами;
- г) духовними потребами.

6. Пропозиція з використання якоїсь вже обґрунтованої та впровадженої ідеї інновації називається:

- а) ініціацією інновацій;
- б) дифузією інновацій;
- в) нововведенням;
- г) інвенцією інновацій;
- г) усі відповіді правильні.

7. Інновації, що забезпечують виживання підприємств (як реакція на нововведення, здійснюване конкурентами), називаються:

- а) стратегічними інноваціями;

- б) реактивними інноваціями;
- в) псевдоінноваціями;
- г) юридичними інноваціями;
- г) соціальними інноваціями.

8. *За характером участі в процесі виробництва інновації поділяють на:*

- а) науково-технічні і соціально-культурні;
- б) реактивні і стратегічні;
- в) ринкові і соціально-культурні;
- г) основні і додаткові;
- г) виробничі.

9. *Інновації поділяються на реактивні та стратегічні за таким критерієм:*

- а) роль у процесі виробництва;
- б) характер задоволення попиту;
- в) час виникнення;
- г) масштаб поширення;
- г) рівень корисності.

10. *До основних напрямів науково-технічного прогресу в промисловості не належать:*

- а) комплексна механізація та автоматизація промисловості;
- б) комп'ютеризація промисловості;
- в) спеціалізація промисловості;
- г) хімізація промисловості;
- г) упровадження нових технологій.

11. *Пріоритетними напрямками науково-технічного прогресу є:*

- а) створення нових технологій;
- б) удосконалення застосовуваних технологій;
- в) застосування прогресивних базових технологій;
- г) застосування інноваційних технологій;
- г) правильна відповідь відсутня.

12. *Завершальною ланкою і формою матеріалізації фундаментальних досліджень, засобом безпосереднього впливу науки на сферу виробництва є:*

- а) технологія;
- б) технологічна операція;
- в) дослідно-конструкторська розробка;
- г) нововведення;
- г) організація.

13. *Інноваційні процеси, результатом яких є нові вироби, технології їх виготовлення, засоби виробництва, називаються:*

- а) економічними;
- б) соціальними;
- в) організаційними;
- г) технічними;
- ґ) юридичними.

14. Нововведення, що ведуть переважно до еволюційних перетворень у сфері діяльності конкретних підприємств, є:

- а) локальними;
- б) соціальними;
- в) глобальними;
- г) економічними;
- ґ) технічними.

15. Технічні нововведення зумовлюють насамперед відповідні:

- а) соціальні нововведення;
- б) організаційні нововведення;
- в) економічні нововведення;
- г) локальні нововведення;
- ґ) юридичні нововведення.

ЗАВДАННЯ

Завдання 1

У чому полягає прогресивність технологічного способу виробництва?

Завдання 2

У чому полягає комплексна характеристика прогресу продуктивних сил?

Завдання 3

У чому полягає сутність закону прискореного розвитку людської цивілізації?

Завдання 4

Що є найбільш загальним критерієм економічного прогресу?

Завдання 5

Коли почався науково-технічний прогрес? Назвіть часові параметри й ознаки прогресу.

Завдання 6

Чому наука й інформація не відтискують людину на задній план у системі продуктивних сил? Коментар.

Завдання 7

Хто передбачав неминучість виникнення інформаційного суспільства?

Завдання 8

Які елементи економічної системи характеризують інформаційне суспільство?

Завдання 9

Які зміни, зумовлені розвитком інформаційного суспільства, є базисними?

2.3. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙ ТА ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ НА НИХ

2.3.1. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

Важливим проблемним питанням даної теми є формування попиту на інновації. Але для сучасної ситуації, що склалася в Україні, складно точно спрогнозувати попит на інноваційну продукцію. Розглянемо деякі напрями вивчення попиту на продукцію, що є результатом інноваційної діяльності.

Формування попиту на інноваційну продукцію провадиться за такими напрямками:

- аналіз потреби в проєктованому нововведенні або новій послугі;
- аналіз попиту на нововведення і пов'язані з ним послуги, вплив на них різноманітних чинників;
- аналіз впливу попиту на результати діяльності підприємства;
- визначення максимальної можливості збуту й обґрунтування плану збуту з урахуванням результатів вирішення перших трьох завдань, а також виробничих можливостей фірми.

Особливості розвитку нововведень і відмінності їхніх видів багато в чому визначають специфіку аналізу попиту на них у кож-

ному конкретному випадку. Насамперед необхідно уточнити, до яких нововведень — базисних чи удосконалених — належить продукція, попит на яку слід вивчити. Таку ідентифікацію можна здійснити двома методами.

По-перше, за допомогою побудови кривих життєвих циклів продукції на підставі даних про обсяги тривалості її пропозиції або збуту на ринку. Якщо циклічна хвиля є вищою і термін життя продукції незначний відносно «великої хвилі», мова йде про еволюційні або часткові нововведення.

По-друге, фірма, що виробляє інноваційну продукцію, проводить порівняльний аналіз параметрів раніше виробленої і нової продукції за визначеною схемою. При цьому виявляється:

— наявність у конструктивній розробці нового виробу в порівнянні зі старим принципово інших підходів, наприклад, невідомих законів і закономірностей;

— певна кількість нових деталей, вузлів у виробі або операцій у технології;

— додаткова сума витрат на зміну виробу і частка її у витратах на новий виріб.

У результаті порівняльного аналізу *нову продукцію* можна поділити на три групи: 1) така, що раніше не існувала (наприклад, лазерні диски); 2) така, що вироблялася раніше, але істотно змінена конструкційно (наприклад, електрочайник зі штепсельним роз'ємом, умонтованим у підставку); 3) така, що має тільки нове оформлення (наприклад, зубна паста в аерозольному виконанні).

Інноваційна продукція дуже різноманітна за формами. Вона може мати натурально-речову форму (наприклад, верстати, товари для населення) або не мати її («ноу-хау», патенти, ліцензії), рознитися за призначенням (для виробництва або кінцевого споживання), за видами продукції тощо. Унаслідок цього і попит, і створення інформаційної бази для його формування мають специфіку в кожному конкретному випадку.

Як ви вже знаєте, *попит* відбиває обсяг продукції, котрий споживач хоче та в змозі придбати за деякою з можливих цін протягом певного часу на конкретному ринку. З цього визначення випливають основні *напрямки аналізу попиту*:

- обсяг попиту;
- наявність потенційних покупців;
- потреба в товарі;
- можливість придбання товару;
- ціна запропонованої продукції;
- час реалізації (пропозиції для реалізації) продукції на ринку;

- напрямки, ринки збуту продукції.

Попит виражає кількість альтернативних можливостей придбання продукції при різних цінах і рівних інших умовах. Його можна подати в один із трьох способів: у вигляді таблиці, графічно, аналітично. **Табличний і графічний способи відображення формування попиту** є інструментами його попереднього й оперативного аналізу. У таблиці можна уявити ранжований ряд значень ціни продукції в порядку її зростання або зменшення і відповідну їй кількість одиниць товару, на який існує попит. У разі великої кількості значень ціни, частого її коливання або значного розкиду в кількості проданих одиниць продукції доцільніше детально простежувати тенденцію попиту, групувати значення ціни і подавати дані у вигляді інтервального ряду показників.

Графічне зображення попиту дає можливість побачити напрямки його зміни, що широко застосовується для прогнозування попиту, визначення типу товарів, щодо яких він вивчався, розрахунку ступеня гнучкості попиту стосовно основних, впливаючих на нього чинників. Цей метод у значній мірі є інструментом якісного аналізу, що дає змогу наочно відобразити тенденцію зміни попиту під дією різноманітних чинників.

Аналітичний метод дає можливість проаналізувати сформовану тенденцію попиту на основні товари і спрогнозувати ситуацію на перспективу. Він застосовується як інструмент попереднього і наступного аналізу.

Звертаємо вашу увагу ще на один компонент формування попиту: зворотну (негативну) залежність між ціною продукції і попитом на неї при незмінності всіх інших чинників. Ця залежність називається **законом попиту**. Детальний опис сутності закону попиту й інших властивостей цієї категорії в даному конспекті ми випускаємо, оскільки все це детально розглядається в курсі «Макроекономіка».

У даній темі вважаємо за необхідне звернути вашу увагу на **чинники і види попиту** на інноваційну продукцію.

Для формування попиту підприємству-виробнику інноваційної продукції необхідно знати, що впливає на розмір і характер попиту. Вважаємо, що зазначений вплив справляють відповідні чинники. При цьому слід мати на увазі, що чинники, які впливають на попит на нововведення, значно відрізняються від чинників попиту на традиційно запропоновану споживачам продукцію.

З огляду на це слід розглянути вплив найважливіших **внутрішніх чинників**, що в сукупності характеризують виробничо-торгову стратегію виробника.

1. Якщо підприємство виробляє нову продукцію, то для її поширення на ринку велике значення мають конструктивні особливості запропонованого зразка. Якщо він не відповідає галузевим стандартам, то ускладнюється його післяпродажне обслуговування і використання як комплектуючого. Наслідком цього буде відсутність попиту на дану продукцію або низький рівень його.

2. Аналогічно стандартам на забезпечення попиту на нову продукцію кінцевого побутового споживання (одяг, взуття, меблі тощо) впливає мода. Якщо її дія не врахована, нова продукція не матиме попиту.

3. Не менш важливим чинником попиту є якість нової продукції.

4. Чинником, що сприяє попиту, є умови продажу, зокрема, забезпечення гарантійного обслуговування і сервісу.

5. Між розміром витрат на наукові дослідження і розробки, появою нової продукції у виробництві і виникненням попиту на неї існує прямий зв'язок. Чим вищі витрати на наукові дослідження і розробки фірми-постачальника, тим у кінцевому підсумку швидше поширюється нова продукція.

6. Високий технічний рівень підприємства-виготовлювача забезпечує швидкий перехід до якісно нового шабля виробництва, що дає змогу прискорити пропозицію ринку принципово нової продукції як технічного призначення, так і особистого споживання, стимулюючи виникнення попиту на неї.

7. У свою чергу, високий технічний рівень підприємства-виготовлювача впливає на швидкість освоєння нової продукції, що в умовах інфляції, яка гальмує інноваційний процес, має величезне значення, а швидкість освоєння в умовах ринкової конкуренції стимулює виробництво і пропозицію нової продукції.

8. Стимулюючий вплив на попит справляє транснаціональний рівень галузі (фірми). Чим він вищий, тим ширша зовнішня інтеграція галузі, на велику кількість закордонних ринків виходить нова продукція, пришвидшується її поширення і збільшується попит на неї.

9. Одним з найважливіших чинників попиту є встановлена ціна на нову продукцію. Ціна може бути і стимулом для просування товару на ринок, і бар'єром для проникнення на нього нових фірм.

10. Для забезпечення попиту на новий виріб (технологію) важливо вибрати найавторитетнішого покупця, що створює «авторитетну думку» про дану продукцію. Така збутова стратегія називається «стратегією світила».

11. Величезне значення для поширення нової продукції мають комунікаційні чинники. Фірми, галузі, що виробляють нову про-

дукцію, характеризуються відкритістю або закритістю з погляду інформаційних контактів. Пропагуючи свої розробки в загально-відомих формах ще до виведення нової продукції на ринок, вони знайомлять з нею споживача, формуючи в нього попит.

12. Близько до комунікаційного стоїть чинник рекламний: високий рівень витрат на рекламу в загальних витратах на виробництво і реалізацію нової продукції сприяє формуванню та підвищенню попиту і навпаки.

13. Одним з найважливіших внутрішніх чинників попиту на інноваційну продукцію є рівень фахової підготовки персоналу підприємства-виробника. Такий зв'язок логічний і зрозумілий.

Розглянемо тепер **зовнішні чинники попиту**, значна частина яких характеризує середовище мешкання (функціонування) підприємства, що виробляє або реалізує інноваційну продукцію.

1. Загальноекономічний стан держави. Якщо він стабільний, то не порушується процес, що стимулює науково-технічний прогрес у суспільстві. Економічна дестабілізація суспільства унеможливило вкладення коштів у техніко-технологічні інновації. Наслідком є падіння попиту на інноваційну продукцію.

2. Особливості політичної обстановки. Політична нестабільність є гальмом для виготовлення нової продукції та товарів народного споживання і стимулом для збуту військово-технічної продукції в конфліктні регіони. Причому цей чинник може діяти різноспрямовано.

3. Важливе значення для стимулювання розробок, пропозиції та попиту на інноваційну продукцію має правове забезпечення всієї господарської діяльності. Цю проблему ми докладно розглянемо в окремій темі.

4. Несприятлива екологічна ситуація в регіоні і жорсткість її державного регулювання є стимулом попиту на нову продукцію. Причому урбанізація, що викликає погіршення екології, з часом буде дедалі більше стимулювати попит на засоби захисту як навколишнього середовища, так і населення від його шкідливого впливу.

5. Одним із чинників попиту на нові вироби і технології є сам технічний прогрес і у зв'язку з його прискоренням швидке моральне старіння великої кількості видів продукції.

6. Стимулює попит — підвищення ефективності роботи споживача нововведень, підвищення фондівіддачі, зниження матеріаломісткості, випередження конкурентів за якістю, часом випуску продукції й іншими показниками.

7. Прибутки споживачів — чинник, що прямо впливає на характер попиту: чим вони вищі, тим більший попит. Причому це стосується попиту і на науково-технічну продукцію.

8. Чинником, який акумулює дію багатьох попередніх чинників, є непевність самої інноваційної продукції. Цей чинник знижує попит, причому він діє постійно і породжується самою сутністю інновацій.

На закінчення цієї найважливішої для всього курсу теми наголосимо на необхідності мати ґрунтовні знання про **види попиту**. Залежно від цілей і завдань формування й аналізу попиту класифікація його видів може бути побудована на різноманітних засадах. Дуже важливою є його диференціація за формами утворення, що відбиває стадії життєвого циклу продукції. При цьому розрізняють:

1. Потенційний попит, що виникає на стадії розроблення і підготовки нової продукції до виходу на ринок.

2. Попит, що формується на етапі виходу нової продукції на ринок.

3. Попит, що розвивається на етапі утвердження нової продукції на ринку.

4. Попит, що сформувався відповідно до стадії зрілості інноваційної продукції.

Таке групування видів попиту характеризує стан ринку аналізованого продукту. У цьому випадку розрізняють:

- **негативний попит** — відбиває факт «недолюблювання» товару потенційними споживачами, що намагаються уникнути його купівлі (пригадайте і прокоментуйте ставлення вітчизняного споживача до появи на нашому ринку СВЧ- печей (мікрохвильових);

- **відсутність попиту** — спостерігається у двох випадках: коли споживачі, на яких орієнтовано виробництво даної продукції чи її реалізація, не зацікавлені в ній або не знають про неї;

- **прихований попит** — відбиває неможливість задоволення споживачів за рахунок наявних на ринку товарів і послуг. Така ситуація виникає у двох випадках: коли підприємство-виробник не має інформації про попит, що виник, або коли воно знає про цей попит, але не поспішає задовольняти його;

- **нерегулярний попит** — характеризується виникненням коливань попиту протягом тривалого часу. Це сезонні коливання, характерні для підприємств харчової промисловості тощо;

- **повноцінний попит** — означає адекватність нововведень бажанням споживачів, перехід нововведення в стадію зрілості;

- **надмірний попит** — виникає, коли розмір попиту перевищує розмір пропозиції. Це дуже сприятлива ситуація для виробників. Вона дає змогу вивести на ринок нові продукти і випередити конкурентів;

• **нераціональний попит** — до нього відносять попит на товари, шкідливі для здоров'я. Оскільки велика частина нововведень характеризується неповнотою інформації в цій сфері, необхідна значна реклама й інші засоби інформування потенційних покупців.

Варто мати на увазі, що вивчення попиту на нововведення має величезне значення, оскільки від його результатів залежить чіткість розроблення виробничої програми, стратегія й обсяги реалізації продукції, а отже, фінансові результати діяльності.

2.3.2. ПЛАН СЕМІНАРСЬКОГО ЗАНЯТТЯ

1. Сутність попиту на інновації: методи його визначення.
2. Умови, за яких інновація стає товаром. Формування попиту на інновації.
3. Чинники попиту на інновації.
4. Види попиту.



Питання для поглибленого вивчення теми

1. Специфіка вивчення попиту на інновації в Україні.
2. Сутність поняття «інноваційний потенціал».
3. Структурний аналіз попиту на інновації.



Література

1. Грачева М. В. Инновационная деятельность в промышленности: теория и практика в странах рыночной экономики.— М.: ИМЭМО РАН, 1994. — 315 с.
2. Ковалев Г. Д. Основы инновационного менеджмента: Учеб. для вузов / Под ред. проф. В. А. Швандара. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 284 с.
3. Водачек Л., Водачкова О. Стратегия управления инновациями на предприятии. — М.: Экономика. — 1989. — 401 с.
4. Морозов Ю. П. Управление технологическими нововведениями в условиях рыночных отношений. — Н. Новгород, 1995. — 446 с.
5. Поршнев А. Г. Управление инновациями в условиях перехода к рынку. — М.: Мегаполис — Контакт, 1993. — 402 с.
6. Бурнышев К. Инновации и проблемы качества // Вопр. экономики. — 2001. — № 7. — С. 33—47.

7. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1999. — 124 с.
8. Крылова Г. Д. Зарубежный опыт управления качеством. — М.: Изд-во стандартов, 1992. — 260 с.
9. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг. — К.: КНЕУ, 1998. — 261 с.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1990. — 280 с.

2.3.3. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

ТЕСТИ

1. *Сукупність підрозділів, що безпосередньо не беруть участі у створенні нової (профільної) продукції підприємства, але своєю діяльністю сприяють роботі основних цехів, називають:*

- а) виробничою інфраструктурою;
- б) інфраструктурою;
- в) соціальною інфраструктурою;
- г) капітальним будівництвом;
- ґ) виробничою структурою.

2. *Ви менеджер, працюєте на ринку нових товарів і бажаєте розширити свій ринок. При вивченні ринку нових товарів ви використовуєте таке джерело:*

- а) думку ваших клієнтів про товари на ринку;
- б) думку ваших друзів про новинки;
- в) перегляд бізнес-каталогів;
- г) власну книгу замовлень;
- ґ) думку вашого торгового представника.

3. *Коли крива попиту на інвестиції знижується, усе з переліченого залишається постійним, за винятком:*

- а) стану технології;
- б) процентної ставки;
- в) оплати праці;
- г) стану науки;
- ґ) чекань щодо майбутнього попиту на продукцію.

4. *Потенційний попит на продукцію формується:*

- а) на стадії розроблення і підготовки нової продукції до виходу на ринок;
- б) на етапі виходу нової продукції на ринок;
- в) на етапі утвердження нової продукції на ринку;
- г) на стадії зрілості інноваційної продукції.

5. До внутрішніх чинників, що впливають на розмір та характер попиту, відносять:

- а) прибутки споживачів;
- б) технічний рівень підприємства;
- в) рекламу;
- г) правове забезпечення;
- г) ціну на продукцію.

6. До зовнішніх чинників, що впливають на розмір та характер попиту, відносять:

- а) прибутки споживачів;
- б) технічний рівень підприємства;
- в) рекламу;
- г) правове забезпечення;
- г) ціну на продукцію.

7. Стимулюють попит на нову продукцію такі чинники:

- а) підвищення фондівддачі;
- б) підвищення матеріаломісткості;
- в) випередження конкурентів за часом випуску продукції;
- г) випередження конкурентами за якістю продукції.

8. Законом попиту називають:

- а) залежність між витратами та попитом на продукцію;
- б) залежність між обсягом реалізації та ціною на продукцію;
- в) залежність між ціною та попитом на продукцію.

9. Попит — це:

- а) обсяг продукції, що задовольняє потреби споживача;
- б) обсяг продукції, котрий споживач хоче й у змозі придбати;
- в) обсяг продукції, котрий підприємство в змозі виробляти.

10. Повноцінний попит характеризує:

- а) неможливість задоволення споживачів за рахунок наявних на ринку товарів і послуг;
- б) виникнення коливань попиту протягом значних проміжків часу;
- в) адекватність нововведень бажанням споживачів, перехід нововведення в стадію зрілості, надмірний попит;
- г) попит на товари, шкідливі для здоров'я.

11. Нерегулярний попит характеризує:

- а) неможливість задоволення споживачів за рахунок наявних на ринку товарів і послуг;
- б) виникнення коливань попиту протягом значних проміжків часу;
- в) адекватність нововведень бажанням споживачів, перехід нововведення в стадію зрілості, надмірний попит;
- г) попит на товари, шкідливі для здоров'я.

12. Повноцінний попит характеризує:

- а) неможливість задоволення споживачів за рахунок наявних на ринку товарів і послуг;
- б) виникнення коливань попиту протягом значних проміжків часу;
- в) адекватність нововведень бажанням споживачів, перехід нововведення в стадію зрілості, надмірний попит;
- г) попит на товари, шкідливі для здоров'я.

13. Нераціональний попит характеризує:

- а) неможливість задоволення споживачів за рахунок наявних на ринку товарів і послуг;
- б) виникнення коливань попиту протягом значних проміжків часу;
- в) адекватність нововведень бажанням споживачів, перехід нововведення в стадію зрілості, надмірний попит;
- г) попит на товари, шкідливі для здоров'я.

14. Абсолютний рівень якості продукції:

- а) це рівень якості, при якому загальний розмір суспільних витрат на виробництво і використання продукції є мінімальним;
- б) визначається шляхом обчислення обраних показників якості без порівняння їх з відповідними показниками аналогічних вітчизняних і закордонних зразків виробів;
- в) це оцінка якості, що враховує пріоритетні напрями і темпи розвитку науки і техніки;
- г) відбиває ступінь відповідності певного виробу сучасним вітчизняним і закордонним вимогам;
- г) задовольняє всі вимоги споживача.

15. Рівень якості, при якому загальний розмір суспільних витрат на виробництво і використання продукції за певних умов її споживання є мінімальним, називається:

- а) абсолютним рівнем якості;
- б) відносним рівнем якості;
- в) перспективним рівнем якості;
- г) оптимальним рівнем якості;

г) нормативним рівнем якості.

16. Показники якості виробництва продукції характеризують:

- а) рівень дефектності продукції;
- б) відповідність готового виробу вимогам нормативно-технічної документації;
- в) технічний рівень продукції;
- г) естетичні властивості виробу;
- г) експлуатаційні властивості продукту.

17. Щоб одержати від реалізації продукції запланований приріст виторгу, необхідно виконати такі вимоги:

- а) розмір попиту має значно перевищувати розмір пропозиції;
- б) розмір попиту має не перевищувати розмір пропозиції;
- в) цінова еластичність має дорівнювати одиниці;
- г) цінова еластичність має бути більше одиниці;
- г) поточні витрати на виробництво одиниці продукції мають зростати.

ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Ви працюєте у відділі головного технолога. Перебуваючи у відрядженні на родинному підприємстві, ви виявили, що ваші колеги модернізували технологічний процес (витрати на модернізацію — 650 тис. грн, модернізація виконана за 8 місяців, економічний ефект — 925 тис. грн). До кого ви звернетесь після прибуття на підприємство з ідеєю провести подібну модернізацію? Варіанти відповіді:

- а) до начальника свого відділу;
- б) до головного технолога;
- в) до головного інженера;
- г) до співробітників свого відділу.

Завдання 2

Перед вами, старшим інженером бюро нової техніки великого машинобудівного підприємства, — винахідник, що пропонує абсолютно новий кривошипно-шпіндельний верстат з дистанційним управлінням. Які ваші дії? Варіанти відповіді:

а) чітко і безапеляційно не приймете цю «дику» і зовсім нереальну пропозицію;

б) запропонуєте винахіднику розробити необхідну документацію і зробити діючий макет, бо інакше неможливо оцінити подану ідею;

в) сформулюєте питання, на які повинен буде відповісти винахідник під час наступної зустрічі.

Завдання 3

Які фірми першими беруть на себе освоєння нової техніки і технології? Назвіть ці фірми і дайте коментар.

Завдання 4

Оцініть тенденції зміни попиту за допомогою критеріїв: «пряма», «зворотна», «специфічна». Заповніть відповідні графи таблиці.

ВПЛИВ ЧИННИКІВ НА ЗМІНУ ПОПИТУ НА НОВУ ПРОДУКЦІЮ

Фактори попиту	Тенденції зміни попиту
I. Внутрішні 1. Відповідність галузевим стандартам 2. Відповідність тенденціям моди 3. Висока якість нової продукції 4. Гарантійне та сервісне обслуговування нової продукції 5. Розмір витрат на наукові дослідження 6. Швидкість упровадження 7. Транснаціональний рівень продукції 8. Ціна 9. Авторитет покупця 10. Сегмент ринку 11. Комунікація 11. Витрати на рекламу 13. Рівень підготовки кадрів	
II. Зовнішні 1. Стан економіки 2. Політичне становище 3. Правова база 4. Екологічна сфера 5. Технічний прогрес 6. Співвідношення на ринку старої та нової продукції 7. Дієвість реклами 8. Прибутки споживачів	

9. Наявність замінників	
10. Непевність	

Завдання 5

Дайте відповідь на питання про причини купівлі вами нового телевізора:

- а) Ви купуєте тому, що:
 - у вас немає телевізора;
 - ви заміняєте старий на новий;
 - вам потрібен ще один (який числом).
- б) Які параметри в обраному телевізорі вас приваблюють? Розташуйте переваги одну за одною:
 - розмір екрана;
 - система управління;
 - якість зображення;
 - дизайн;
 - можливість комплектації;
 - габарити.
- в) Чи є у вас телевізор даного виробника?
Поставте в потрібному місці знак «+».

Завдання 6

Є такі інноваційні проекти:

а) пропонується добувати прісну воду, розтоплюючи під сонячними променями айсберги, прибуксовані до берега жаркої країни з Антарктиди або Гренландії;

б) пропонується використовувати як холодильник звичайний ящик, піднятий на аеростаті на висоту, де температура навколишнього повітря нижче нуля;

в) пропонується саджати картоплю на занурену в землю металеву стрічку з отворами. При збиранні врожаю достатньо буде намотати цю стрічку на барабан: усі бульби будуть зібрані швидко і без втрат.

Чи реальні проекти? Який з них, на вашу думку, міг би бути реалізований уже в наші дні?

Завдання 7

Один досвідчений менеджер рекомендував доручати вирішення найскладнішого завдання найледачішому співробітнику. Чим ви це можете пояснити?

Завдання 8

Яка головна відмінність науки від лженауки, наприклад, астрономії від астрології?

Завдання 9

Назвіть показники технічного рівня інтелектуального продукту.

Завдання 10

У конструкторському відділі, що розробляє прилади технічного контролю, розпочато дослідницьку роботу, що має привести до створення нового сімейства приладів. Керує роботою кандидат наук — ентузіаст нового напрямку. У групі проєктантів головний конструктор і молодий інженер. Поточна тематика відділу потребує час від часу підключення кожного з трьох проєктантів, але половину робочого дня (або більше) вони можуть працювати на «свою тему».

Чим, на ваш погляд, закінчиться проєкт? Як ви організували б роботи зі створення нової розробки?

Завдання 11

Група співробітників неспеціалізованого малого підприємства «Інженерна ідея» винайшла нову коптильну установку, у якій м'ясо, птиця і риба копяться за 10 хвилин. Експериментальний зразок установки виправдав сподівання винахідників. Установка виявилася компактною, дим не виділяється, копчені продукти високої якості.

Якби ви були директором малого підприємства «Інженерна ідея», то який би варіант діяльності вибрали:

а) організація спільного розроблення і випуску коптильні з яким-небудь великим підприємством або науково-виробничим об'єднанням;

б) складання ліцензійного договору з яким-небудь підприємством або науково-виробничим об'єднанням на право розроблення і випуску копильні;

в) самостійне розроблення документації, випуск зразків копильні і подальше її серійне виробництво в кооперації;

г) патентування установки від імені малого підприємства «Інженерна ідея» і наступний продаж патенту без проведення спеціальних розробок.

Завдання 12

Існує чотири групи критеріїв оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту: ринкова, товарна, збутова, виробнича. Які чинники характеризують кожну групу?

2.4. ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ФІРМИ

2.4.1. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

Вивчення теми необхідно розпочати із з'ясування змістовної характеристики інноваційної політики та її місця в загальній стратегії розвитку фірми (підприємства).

За своєю сутністю будь-які стратегічні заходи, що починаються підприємством (фірмою), мають інноваційний характер, оскільки вони так чи інакше ґрунтуються на нововведеннях у їх економічному, виробничому або збутовому потенціалах. Наприклад, одна з характерних для ринкового господарства стратегій — **продуктова** — спрямована на розвиток нових видів продукції і технологій, сфер і методів її збуту, тобто ця стратегія націлена на створення інновацій. Або **стратегія розвитку підприємства** — базується на використанні науково-технічних досягнень у сфері організації, техніки і технології, тобто ця стратегія націлена на спроможність фірми використовувати комплексні інновації.

Цей перелік можна було б продовжити, але необхідно дати визначення інноваційної політики фірми. **Стратегія нововведень** (або **інноваційна політика**) передбачає об'єднання цілей технічної політики і політики капіталовкладень та спрямована на впровадження нових технологій і видів продукції. Інноваційна політика фірми орієнтується на досягнення майбутніх результатів через інноваційний

процес (стадія досліджень, запровадження нововведень у виробниче використання та нового продукту в ринкове середовище).

Розроблення інноваційної політики торкається як концептуально-підприємницьких, так і організаційно-процедурних аспектів стратегічного розвитку підприємства і, отже, реалізує свою функцію через загальний та функціональний менеджмент.

Загальний менеджмент визначає генеральну лінію стратегічного розвитку і містить:

— **нормативний менеджмент** — розроблення філософії, підприємницької політики, визначення позиції підприємства в конкретній ринковій ніші; формулювання загальних стратегічних намірів;

— **стратегічний менеджмент** — визначення набору стратегій, їхньої реалізації в часі, фіксування змін, переформулювання стратегій, стратегічний контроль і контролінг (віддача від введення активів за рахунок контролю), управління стратегічними рішеннями в цілому;

— **оперативний менеджмент** — розроблення і реалізація оперативних (тактичних) заходів, пов'язаних із практичним *упровадженням* стратегій у дію.

У рамках функціонального менеджменту розробляються і реалізуються окремі (функціональні) стратегічні завдання, пов'язані з інноваціями в різних сферах діяльності на підприємстві (маркетинг, збут, виробництво, кадри, фінанси, інформаційна база тощо).

Розроблення інноваційної політики підприємства (фірми) передбачає визначення цілей і стратегій його розвитку на найближчу і далеку перспективу, виходячи з оцінки потенційних можливостей підприємства і забезпеченості його ресурсами.

Розглядаючи **ціль** як передбачення результату, їх поділяють на:

- функціональні (підтримка досягнутого стану системи);
- нові (досягнення якісно нового стану системи).

В інноваційному менеджменті розрізняють:

1. **Базові стратегії** — модель поведінки підприємства в цілому й окремої стратегічної господарської одиниці (СГО) в тій або іншій конкретній ринковій ситуації. Наприклад, стратегія вибору ринків; стратегія конкуренції на обраному ринку. І далі на обраному ринку: досягнення переваги в конкуренції на основі лідерства в якості продукції; лідерство в цінах; ринкова спеціалізація; ринкова кооперація.

2. **Функціональні стратегії** — комплекси заходів і програм для окремих функціональних сфер і підрозділів підприємств. Вони мають підпорядковане значення і є по суті ресурсними програмами, що забезпечують практичну реалізацію базових стратегій.

Крім того, за класифікацією Х. Фрімана, існує *шість типів інноваційної стратегії* підприємства:

- 1) наступальна;
- 2) захисна;
- 3) імітаційна;
- 4) залежна;
- 5) традиційна;
- 6) «за нагодою».

Наступальна інноваційна стратегія охоплює: активні НДДКР, орієнтовані на маркетинг; стратегію злиття; стратегію придбання. Наступальні стратегії звичайно потребують кредитних інвестицій і, отже, більше використовуються на підприємствах, що мають достатньо високий фінансовий потенціал, кваліфікований склад менеджерів і творчого науково-технічного потенціалу.

Захисна інноваційна стратегія відбиває реакцію підприємства на дії конкурентів і побічно на потреби і поведінку споживачів.

Імітаційна інноваційна стратегія пов'язана з копіюванням технології виробництва продукції фірм-піонерів. Використання цієї стратегії, не дуже віддалене в часі від першого використання базової інновації, як правило, пов'язане з *придбанням ліцензії* на виробництво такого продукту.

Залежна інноваційна стратегія визначається тим, що характер технологічних змін на підприємстві залежить від політики інших фірм, які виступають як основні в коопераційних технологічних зв'язках. «Залежні» підприємства не роблять самостійних спроб змінити свою продукцію, оскільки вони тісно пов'язані з вимогами до неї провідного підприємства.

Традиційна інноваційна стратегія означає відсутність технологічних змін на підприємстві. На традиційних виробництвах закріплюються певні інноваційні форми на тривалий період їх «життєвого циклу». Традиційна стратегія вважається інноваційною як осмислена відмова від оновлення продукції внаслідок ретельного аналізу ринкової ситуації і стану конкурентів, але традиційна стратегія не уникає власне інноваційної поведінки, оскільки вона пов'язана з удосконаленням форми і сервісу традиційної продукції.

Інноваційна стратегія «за нагодою» пов'язана з використанням інформації і можливостей, які виникають у зовнішньому середовищі підприємства. Характерною рисою цієї стратегії є відсутність власної науково-технічної діяльності. Такий тип поведінки ще називають «стратегією ніші», оскільки перевага полягає в знаходженні особливої ніші на існуючих ринках товарів і пос-

луг, яка має споживача з нетиповими, але значно різноманітними потребами.

Загальні завдання інноваційної політики полягають у тому, щоб відповісти на питання:

1. Якими продуктами і на яких ринках повинно розвивати свою активність підприємство в перспективі? З огляду на обмеження з боку зовнішнього середовища.

2. За допомогою яких нововведень, якими методами (проекти, програми) будуть досягнуті стратегічні цілі?

3. У яких масштабах і з яких джерел відбудеться виділення ресурсів під стратегічні цілі?

4. У рамках яких організаційних форм (традиційна лінійно-штабна, матрична або проектна, СГО або центри керівництва кожної метою) здійснюється інноваційний процес на підприємстві?

5. За допомогою якого стилю управління, з яким складом співробітників і за допомогою якого інструментарію буде досягнута мета?

Розроблення інноваційних стратегій на підприємстві базується на вирішенні такого комплексу **завдань**:

- розроблення стратегічних цілей;
- оцінювання можливостей і ресурсів підприємства для їхньої реалізації;
- аналіз тенденцій у маркетинговій діяльності й у науково-технічній сфері;
- визначення інноваційних стратегій з вибором альтернатив;
- підготовка детальних оперативних планів, програм, проектів і бюджетів;
- оцінювання діяльності підприємства з урахуванням установлених цілей і планів.

Проблематика стратегічного управління інноваціями не обмежується винятково завданнями досягнення нових економічних і науково-технічних висот. Підприємство — живий організм, що постійно рухається, це первинна клітина, що зароджується, розвивається, структурується, переживає крах і зникає, проходячи свій органічно властивий йому життєвий цикл.

На стадіях життєдіяльності фірми можливі «кризові ситуації». Поняття «**криза**» тісно пов'язане з поняттям «погроза існування». Воно відбиває зміст негативних впливів внутрішнього і зовнішнього порядку, що призводять до припинення існування фірми.

Прийчини і мотиви **кризових явищ** можуть бути різноманітної природи:

— фінансування (занадто висока частка позичкового капіталу), постачання (втрата постачальників);

— виробництво (відсутність власних патентів, залежність від ліцензій);

— процес управління (негнучкий менеджмент);

— організація (застигла ієрархічна структура, бюрократія);

— персонал (висока плинність, недостатня мобільність).

Порядок розроблення інноваційної політики. Розробляючи інноваційні стратегії, необхідно врахувати такі їх особливості:

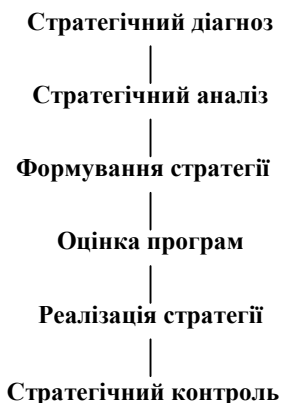
1. Стратегії підприємств перебувають під впливом змін у навколишньому середовищі. Вони можуть самі формувати ці зміни своїм активним впливом або відгукнутися у формі реакції (стратегії пристосовування). Зміни навколишнього середовища можуть бути такими, що вже наступили, або ще тільки очікуються.

2. Стратегії дають можливість встановити, яким чином можна ввести в дію наявний потенціал з урахуванням існуючих і очікуваних у майбутньому сильних і слабких сторін з тим, щоб виконати наміри підприємства.

3. Стратегії підприємства дають лише загальний напрям, за яким розвивається підприємство. Тому вони мають доповнюватися заходами тактичного порядку.

4. Мета стратегій підприємства — формування стійкого потенціалу успіху з урахуванням його переваг перед конкурентами.

Зазначені особливості відображаються в технології їхнього розроблення та оцінювання. У загальному вигляді порядок розроблення інноваційної політики підприємства, тобто її технологію можна подати таким чином:



Центральне питання технології розроблення інноваційної політики — прийняття стратегічних рішень на альтернативній основі. До об'єктивно необхідних компонентів цього підходу належать: параметри рішення, альтернативи рішення, цільова настанова. Без них утрачається зміст цієї процедури в цілому.

1. Параметри рішення — загальні характеристики стану системи, що потребують урахування при виборі рішення. Розрізняють екзогенні та ендогенні параметри рішення:

а) **екзогенні (зовнішні)** — це показники, що характеризують параметри підприємства, що змінюються під впливом чинників зовнішнього середовища (правові і соціальні норми, технічні знання, потреби населення, ціна на виробничі чинники, ціна та якість конкуруючої продукції);

б) **ендогенні (внутрішні)** — параметри, що характеризують внутрішній стан підприємства (виробнича потужність, кваліфікація робітника тощо).

Роль параметрів рішення виявляється у взаємодії з альтернативами рішення.

2. Альтернативи рішення — це можливості продовження політики підприємництва, з яких особа, що приймає рішення, може в даній ситуації зробити вибір. Наприклад, тільки поява нових конкурентів на ринку: зниження ціни, збільшення кошторису витрат на рекламу, розширення асортименту й ін. Параметри рішення обмежують зону (діапазон) альтернатив. Наприклад, узгодження ціни з новим конкурентом не є альтернативою рішення, тому що це порушення антимонопольного законодавства.

Висновок: параметри рішення скорочують суму ймовірних, у принципі можливих альтернатив рішень до суми реально здійснених.

3. Цільова настанова. Після узгодження альтернатив рішення з параметрами рішення звичайно залишається ще достатньо велика кількість реально існуючих (здійснених) альтернатив (у тому числі альтернатива нічого не робити!). Цільова настанова особи, що приймає рішення, визначає, яку альтернативу рішення з множини реально здійснених, варто вибрати і «пустити в діло». Наприклад, мета зберегти певну частку ринку при появі нових конкурентів. Тоді використовуються менш агресивні альтернативи, такі, як «збільшення кошторису витрат на рекламу», а не «боротьба цін».

Слід зазначити і найхарактерніші невдачі стратегічних процедур, до яких належать:

- нереальні планові завдання;
- неправильна оцінка ресурсів;

— відсутність зобов'язань керівного складу щодо реалізації стратегії.

Існує обов'язковий каталог питань, на які потрібно одержати відповіді при проведенні так званого «стратегічного діалогу» від трьох керівних ланок підприємства: керівництва фірмою, відповідалних за рішення оперативних завдань, штабу планування. Основні питання з такого каталогу:

1. Чи забезпечить стратегія стійкі переваги в конкуренції?
2. Наскільки реалістичні головні планові завдання?
3. Чи існують гарантії реалізації стратегії відносно необхідних ресурсів і спроможностей керівного персоналу?
4. Чи є стратегія достатньо зваженою організаційно і процесуально?
5. Наскільки невідчутна стратегія стосовно визначених змін (наприклад, чинники ризику)?
6. Наскільки гнучкою є стратегія?
7. Чи веде стратегія до підвищення економічного потенціалу підприємства або СГО?

Будь-яка стратегія буде визнана успішною тільки в тому випадку, якщо отримані в процесі її реалізації результати будуть максимально наближені до запланованої мети. Тому стратегічний план завжди містить як обов'язковий елемент сферу оперативних завдань, що забезпечують практичну цілісність і завершеність реалізації стратегічного задуму, тобто його втілення.

2.4.2. ПЛАН СЕМІНАРСЬКОГО ЗАНЯТТЯ

1. Сутність інноваційної політики підприємства.
2. Розробка інноваційної стратегії.
3. Види інноваційних стратегій підприємства та їх співвідношення.



Питання для поглибленого вивчення теми

1. Державна інноваційно-інвестиційна політика в Україні.
2. Формування науково-технічної політики на підприємстві.
3. Напрями вибору інноваційної політики підприємства.



Література

1. Бетухина Е., Пойсик М. Мировая практика формирования научно-технической политики. — Кишинев, 1990. — 211 с.
2. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: Учебник. — М.: Высш. шк., 1995. — 314 с.
3. Кирина Л. В., Кузнецова С. А. Стратегия инновационной деятельности предприятия // Формирование механизма управления предприятием в условиях рынка / Под ред. В. В. Титова. — Новосибирск, 1995. — 491 с.
4. Ковалев Г. Д. Основы инновационного менеджмента: Учеб. для вузов / Под ред. проф. В. А. Швандара. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 284 с.
5. Морозов Ю. П. Управление технологическими инновациями в условиях рыночных отношений. — Н. Новгород: ННГУ, 1995. — 446 с.
6. Мишустин Ю. В. Інноваційна політика промислового підприємства: Автореф. / Харк. держ. екон. ун-т. — Х., 2000. — 274 с.
7. Гамидов Г. С. Основы инноватики и инновационной деятельности / Г. С. Гамидов, В. Г. Колосов, Н. О. Осменов. — СПб.: Политехника, 2000. — 311 с.
8. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. — К.: Заповіт, 1996. — 289 с.

2.4.3. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

ТЕСТИ

1. *Інноваційна політика підприємства передбачає:*
 - а) створення нових робочих місць;
 - б) оновлення вироблюваної продукції;
 - в) підвищення техніко-технологічного рівня виробництва;
 - г) диверсифікацію виробництва.
2. *Стратегія інноваційної діяльності спрямована на прийняття рішень відносно:*
 - а) нових ринків збуту продукції;
 - б) оцінки рівня ризику витрат;
 - в) наукових досліджень та конструкторських розробок;
 - г) досягнення конкурентної переваги підприємства.
3. *Назвіть, яка інноваційна стратегія визначається тим, що характер технологічних змін фірми підпорядкований політиці іншої фірми, яка є головною на даному ринку продукції і виступає замовником у кооперативних зв'язках:*
 - а) наступальна;
 - б) захисна;
 - в) імітаційна;

- г) залежна;
- г) традиційна.

4. Назвіть, яка інноваційна стратегія пов'язана з використанням поліпшуючих інновацій та визначається позицією поруч і трохи позаду піонерних технологічних змін:

- а) наступальна;
- б) захисна;
- в) імітаційна;
- г) залежна;
- г) традиційна.

5. Поясніть, яка інноваційна стратегія пов'язана з копіюванням технології виробництва продукції фірм-піонерів, виходом на ринок інтелектуальної власності:

- а) наступальна;
- б) захисна;
- в) імітаційна;
- г) залежна;
- г) традиційна.

6. Назвіть, яка інноваційна стратегія пов'язана з прагненням фірми досягти технічного та ринкового лідерства шляхом створення та впровадження нових продуктів:

- а) наступальна;
- б) захисна;
- в) імітаційна;
- г) залежна;
- г) традиційна.

7. Інноваційна діяльність підприємства:

- а) не залежить від розмірів виробництва;
- б) зумовлена розмірами підприємства;
- в) залежить від ступеня ризику інноваційного рішення.

8. Інноваційна політика підприємства — це:

а) частина стратегії підприємства, що полягає у впровадженні цільових змін у виробничий процес;

б) частина стратегії, спрямована на реалізацію шляхів впровадження інновацій;

в) загальна стратегія підприємства, націлена на упровадження нових ідей та розробок у процес виробництва з метою їх комерційної реалізації.

9. При розробленні інноваційної стратегії підприємства враховуються:

- а) ринкова позиція підприємства;
- б) науково-технічна політика підприємства;
- в) життєвий цикл продукту;
- г) усі відповіді правильні.

10. Дайте відповідь, яка інноваційна стратегія пов'язана з удосконаленнями форми і сервісу продукції, закріпленням певних інноваційних форм на тривалий період їх «життєвого циклу»:

- а) наступальна;
- б) захисна;
- в) імітаційна;
- г) залежна;
- г) традиційна.

11. Розроблення інноваційної стратегії підприємства спирається на:

- а) аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища;
- б) фінансову стійкість підприємства;
- в) аналіз конкурентної позиції підприємства;
- г) аналіз фінансового стану конкурентів.

12. Назвіть, яка з інноваційних стратегій пов'язана з високим рівнем фінансових ризиків:

- а) наступальна;
- б) захисна;
- в) імітаційна;
- г) залежна;
- г) традиційна.

13. Розроблення інноваційної стратегії підприємства починається з:

- а) формулювання загальної мети підприємства;
- б) складання плану інноваційної діяльності підприємства;
- в) вибору джерел фінансування інноваційного проекту;
- г) оцінювання ринку збуту.

14. Назвіть, які з перелічених чинників не перешкоджають проведенню інноваційної діяльності у великих організаціях:

- а) узгодженість роботи всіх підрозділів;
- б) складність структури ієрархії;
- в) стимулювання інноваційних заходів;
- г) опір змінам.

ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Припустимо, ви генеральний директор НВО «Аналітикон-троль» і розглядаєте програму освоєння нового цифрового приладу. Які пропозиції ви включили б до інноваційної політики? Які аспекти інноваційної політики, на ваш погляд, є найважливішими?

Завдання 2

Постійні нововведення в різноманітних сферах управління є основою процвітання будь-якої компанії. Водночас менеджеру часто доводиться стикатися з опором перемінам.

Які, на вашу думку, дії може започаткувати менеджер, щоб перебороти таку протидію інноваціям? Яку інноваційну програму ви запропонуєте, якщо вас призначать інноваційним менеджером?

Завдання 3

Один з головних інженерів-електронщиків США у свій час організував власну фірму «Інтел». Остання одержала фінансову підтримку в розмірі кількох мільйонів доларів і на початку 70-х років на ринку з'явилася новинка.

Дайте відповідь:

1. Що це за новинка?
2. Що зумовило цю подію?

Завдання 4

Якось до Р. Нойса звернулася за порадою його дружина, що мала свій бізнес.

До неї зайшли двоє юнаків із проханням про фінансову підтримку. Вони створили малу фірму і мали намір запропонувати оригінальну новинку. Р. Нойс сказав, що новинка юнаків не буде мати попиту на ринку і тому не варто витратити свої гроші.

Проте дружина вчинила інакше — уклала кілька десятків тисяч доларів у нову фірму «Apple». Саме цій фірмі, що одержала від інвесторів декілька мільйонів доларів на реалізацію свого інновацій-

ного проекту, вдалося випустити на ринок другу (після мікропроцесора) революційну новинку в цій галузі. Що це за новинка?

2.5. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

2.5.1. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

Вивчення проблемних питань теми необхідно починати з об'єктивної необхідності і сутнісної характеристики менеджменту інноваційними процесами.

Управління інноваціями є складовою частиною інноваційної діяльності і вирішує питання планування і реалізації інноваційних проектів, розрахованих на значний якісний стрибок у виробництві, підприємництві, соціальній сфері. У широкому розумінні **стратегічне управління** пов'язано з процесом передбачення глобальних змін в економічній ситуації, пошуком і реалізацією великомасштабних рішень, що забезпечують його виживання і стійкий розвиток за рахунок виявлення майбутніх чинників успіху.

В управлінні інноваціями оперують складними цілями, що покликані вирішувати завдання:

- зіставлення існуючого стану з бажаним — функція ініціативи;
- вироблення керівних вимог до дії — інструмент управління;
- визначення критеріїв оцінки інформації і вибору альтернатив — прийняття рішень;
- забезпечення безконфліктного співіснування осіб, що приймають рішення — інструмент координування;
- створення передумов.

Розрізняють такі **види цілей**:

- за охоплюваною ціллю (загальна частина);
- за значенням (головна, другорядна);
- за грошовим виразом (грошовий, безгрошовий);
- за кількістю перемінних у цілі (одно- і багатоперемінні);
- за предметом цілі (на загальний і виробничий результат);
- за місцем в ієрархії цілей (вищі, проміжні і нижчі);
- за взаємним співвідношенням цілей (комплементарні — що доповнюють, індиферентні — байдужі і конкуруючі цілі).

Найпоширенішим прийомом визначення мети на підприємстві є побудова так званого *дерева цілей*, що являє собою процес поділу головної (глобальної) мети на її складові (часткові цілі) і розташування їх за ієрархічним принципом. У дереві цілей розрізняють кілька *рівнів* стратегічних *цілей*:

1. Цілі підприємства в цілому — очікуваний стан сукупності стратегічних господарських одиниць (продуктово-ринкових комбінацій).

2. Цілі стратегічних господарських одиниць (СГО) — цільові настанови для окремих СГО, на які поділені підприємства.

3. Цілі функціональних сфер діяльності — директивні завдання для функціональних підрозділів підприємства, що закладаються в основу стратегії, що розробляється.

Між цілями складаються множинні відносини по горизонталі і вертикалі, що мають обов'язково враховуватися в процесі цілепланування.

Далі слід коротко розглянути *форми управління інноваціями*. Процес управління, як ми вже знаємо, складається з взаємозалежних фаз (етапів): планування, реалізація, контроль. Інтеграція цих фаз утворює систему стратегічного менеджменту, зайнятого рішенням стратегічних завдань. Для того, щоб пов'язати всі ланки зазначеної системи, необхідна відповідна організаційна форма. Досвід показує, що існуючі організаційні структури зазвичай не спроможні в достатній мірі концентруватися на виконанні екстраординарних інноваційних завдань (вони були сформовані для неринкових типових схем).

Для вирішення стратегічних завдань виникає необхідність у радикальному реформуванні підходів до структур управління, підвищенні рівня їхньої варіантності. Це особливо важливо при вирішенні великомасштабних інноваційних завдань, що потребують значного якісного ривка і концентрації сил всієї системи управління.

Планування є одним з основних елементів системи внутріфірмового управління діяльністю інноваційного підприємства. Як елемент системи менеджменту планування являє собою самостійну підсистему, що містить сукупність специфічних інструментів, правил, структурних органів, інформації і процесів, націлених на підготовку і забезпечення виконання планів.

Планування інновацій — це система розрахунків, спрямована на вибір і обґрунтування цілей розвитку інноваційного підприємства і підготовку рішень, необхідних для їхнього безумовного досягнення. У рамках інтегрованої системи менеджменту підсистема планування виконує такі часткові *функції*:

1. Цільова орієнтація всіх учасників. Завдяки узгодженим планам частковій цілі окремих учасників і виконавців орієнтовані на досягнення генеральних цілей спільного інноваційного проекту або інноваційного підприємства в цілому.

2. Перспективна орієнтація і раннє розпізнавання проблем розвитку. Плани орієнтовані в майбутнє і базуються на обґрунтованих прогнозах розвитку ситуації.

3. Координація діяльності всіх учасників інновацій. Координація здійснюється як попереднє узгодження дій при підготовці планів і як узгоджена реакція на виникаючі перешкоди і проблеми при виконанні планів. У процесі планування інновацій використовуються такі основні форми координації: розпорядницька, ініціативна, програмна і бюджетна.

4. Підготовка управлінських рішень. Плани являють собою найпоширеніші в інноваційному менеджменті управлінські рішення. При їхньому підготуванні проводиться глибокий аналіз проблем, виконуються прогнози, досліджуються всі альтернативи і провадиться економічне обґрунтування найраціональнішого рішення.

5. Створення об'єктивної бази для ефективного контролю. Плани встановлюють бажаний або необхідний стан системи на визначений період часу. Плани дають змогу об'єктивно оцінювати діяльність підприємства шляхом порівняння фактичних значень параметрів із запланованими за принципом «факт — план». Тоді контроль стає предметним, спрямованим на забезпечення цільового стану системи.

6. Інформаційне забезпечення учасників інноваційного процесу. Плани містять важливу для кожного учасника інформацію про цілі, прогнози, альтернативи, терміни, ресурси й адміністративні умови проведення інновацій.

7. Мотивація учасників. Успішне виконання планових завдань, як правило, є об'єктом особливого стимулювання і підставою для взаємних розрахунків, що створює діючі мотиви для продуктивної і скоординованої діяльності всіх учасників.

Плануванню інновацій властиві **принципи**, що встановлюють загальні правила розроблення й ефективного функціонування цілої підсистеми в інноваційному менеджменті: єдність науково-технічних, соціальних і економічних завдань розвитку; наукової обґрунтованості й оптимальності рішень; домінування стратегічних аспектів; бюджетної збалансованості; комплексності, безперервності, гнучкості й еластичності.

Принцип наукової обґрунтованості планування реалізується в умовах, коли воно базується на врахуванні законів і тенденцій нау-

ково-технічного й економічного розвитку, враховує об'єктивні умови і специфічні риси конкретного інноваційного підприємства. Рівень наукової обґрунтованості планування й оптимальності прийнятих рішень підвищується в міру розвитку теорії інноваційного менеджменту й удосконалення методів планування інновацій.

Принцип домінування стратегічних об'єктів у плануванні впливає з довгострокового характеру результатів, тривалого циклу здійснення інновацій і їхньої життєвої значущості для забезпечення конкурентоспроможності інноваційного підприємства.

Комплексність планування інновацій означає системну пов'язаність усіх розроблюваних на інноваційному підприємстві планів. Система планування інновацій має складну структуру і охоплює підготовку різноманітних за цільовою спрямованістю і рівнем розроблення планів.

Принцип гнучкості й еластичності планування інновацій полягає в забезпеченні динамічної реакції планів на відхилення в процесі робіт або зміни внутрішніх і зовнішніх чинників. При цьому гнучкість планів характеризує їхню спроможність реагувати на прояв випадкових чинників в інноваційних процесах, урахувати слабкі і сильні сторони інноваційного підприємства, а також спроможність відбивати ризики і шанси, властиві умовам ринкової економіки.

Безперервність планування інновацій має два аспекти: наступність і взаємозв'язок планів різноманітної тривалості; вимоги постійного здійснення планових розрахунків відповідно до умов, що змінюються, і відхилень, що виникають. Планування інновацій обов'язково передбачає розроблення планів різноманітного прогнозування в часі: довго-, середньо- і короткострокових. Наявність планів різноманітної тривалості встановлює визначену періодичність їх формування, що перетворює планування в безупинний процес розроблення, деталізації, внесення змін і продовження планів.

Перелічені принципи складають методичну основу формування системи планування інновацій і відбиваються в складі, змісті, порядку і методах розроблення планів на інноваційному підприємстві.

Звертаємо вашу увагу на **види планів**, що різняться за цілями, предметам, рівнями, змістом і періодами планування.

За цільовою орієнтацією розрізняють стратегічне й оперативне планування інновацій. **Стратегічне планування** як елемент стратегічного управління інноваціями полягає у визначенні місії організації на кожній стадії її життєвого циклу, формуванні системи цілей діяльності і стратегії поведінки на ринках інновацій. При цьому проводяться глибокі маркетингові дослідження,

масштабні прогностні розробки, оцінювання сильних і слабких сторін організації, ризиків і чинників успіху. Стратегічне планування, як правило, орієнтоване на п'ять і більше років. Воно спрямоване на створення нового потенціалу успішної діяльності інноваційного підприємства.

Далі слід перейти до вивчення ключових аспектів оперативного менеджменту. **Оперативне планування** інновацій має своїм завданням пошук і узгодження найефективніших шляхів і засобів реалізації прийнятої стратегії розвитку інноваційного підприємства. Воно передбачає формування продуктового-тематичного портфеля інноваційного підприємства, розроблення календарних планів, упорядкування бізнес-планів окремих проєктів, виконання розрахунків потрібних ресурсів, коштів і джерела їх покриття тощо. Серед завдань оперативного планування інновацій — реалізація потенціалу організації у формі досягнутого прибутку, прибутків, обсягів реалізації й ін. Стратегічне й оперативне планування перебувають у діалектичній взаємодії і змістовно доповнюють одне одного в єдиному процесі інноваційного менеджменту.

Обсяг планової роботи на інноваційному підприємстві характеризує предметна ознака. Відповідно до поділу праці за предметною ознакою на інноваційному підприємстві в окремі види планів виокремлюють планування НДДКР, виробництва, збуту, матеріально-технічного постачання, інформаційного забезпечення, фінансів, персоналу й інших предметних сфер інноваційного підприємства. Змістовний аспект у плануванні інновацій виявляється в таких видах планових розрахунків: продуктивно-тематичному, техніко-економічному, кількісно-календарному.

Продуктивно-тематичне планування інновацій полягає у формуванні перспективних напрямів і тематики НДДКР, підготовці програм і заходів щодо відновлення продукції, удосконаленні технології й організації виробництва на інноваційному підприємстві. На виробничій стадії інноваційних процесів цей вид планування передбачає розроблення й оптимізацію виробничих програм інноваційного підприємства і цехів.

Техніко-економічне планування передбачає розрахунки матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, необхідних для виконання номенклатурно-тематичних завдань, а також оцінку економічних результатів і ефективності інноваційної діяльності інноваційного підприємства. Цей вид розрахунків охоплює фінансове планування, упорядкування бізнес-планів, бюджетне планування і т. п.

Календарне планування інновацій полягає в плануванні обсягів робіт, завантаження підрозділів і виконавців; побудові кален-

дарних графіків проведення робіт з окремих проектів, усієї сукупності планованих робіт, завантаження устаткування і виконавців; розподілі робіт з окремих календарних періодів. Залежно від періоду планування розрізняють плани довгострокові, орієнтовані на п'ять і більше років, середньострокові — до п'ятих років і короткострокові, що охоплюють період до року.

Склад і сполучення різноманітних видів планів у рамках окремої організації формуються виходячи з прийнятої в ній концепції планування інновацій. У вітчизняній і закордонній практиці набули поширення такі форми планування інновацій, як програмно-цільовий підхід, управління за цілями, системне управління, мережні методи управління та ін.

У складному блоці планування інноваційної діяльності варто особливо виділити **методи планування**, до яких можна віднести науково-технічне прогнозування, методи диверсифікації, портфельних матриць та ін. При цьому важливе значення має використання спеціальних методів і прийомів пошуку інноваційних ідей. Цей процес у сучасних умовах потребує постійної і достатньо суворої регламентації. Останнім часом у вітчизняній і закордонній практиці використовується велика кількість різноманітних методів і прийомів пошуку інноваційних ідей. Їх можна подати двома великими групами: пасивного й активного пошуку.

Методи пасивного пошуку:

- аналіз патентів;
- маркетингові дослідження;
- пропозиції по ліцензіях;
- пропозиції споживачів або замовників;
- пропозиції розроблювачів;
- пропозиції раціоналізаторів;
- пропозиції винахідників.

Методи активного пошуку:

1. Емпіричні методи:
 - опитування спеціалістів;
 - опитування споживачів;
 - матеріали виставок і ярмарків;
 - оцінювання публікацій.
2. Системно-логічні методи:
 - морфологічний аналіз;
 - функціонально-вартісний аналіз;
 - «дерево» вирішення проблем.
3. Інтуїтивні методи:
 - «мозкова атака»;

- методи синектики;
- метод Дельфі.

Використання різноманітних методів і прийомів пошуку інноваційних ідей поряд з постійним аналізом портфельних матриць стратегічного планування продуктової політики дає змогу інноваційним підприємствам формувати велику кількість альтернативних інноваційних пропозицій до тематичного плану, що конкурують між собою за наявними ресурсами інноваційного підприємства й очікуваними результатами. За даними консалтингових фірм, для одного успішного інноваційного продукту в середньому необхідно 58 різноманітних нових ідей. При цьому потрібно розглянути не менше 300 різноманітних варіантів і пропозицій. Тому дуже відповідальною стадією планування інновацій є стадія оцінювання пропозицій і добору найбільш актуальної тематики. У вітчизняній і закордонній практиці для вирішення цього завдання використовуються, як правило, різноманітні методи селекції конкуруючих пропозицій, що ґрунтуються на багатокритеріальному оцінюванні і двоступінчатому доборі перспективної тематики.

Підсумковий блок питань, що необхідно розглянути та досконало вивчити, стосується основних критеріїв вибору організаційних структур управління.

При управлінні інноваційною діяльністю на підприємстві доцільніше використовувати матричну, дивізіональну та лінійно-функціональну організаційні структури управління. Але при виборі структури управління необхідно враховувати такі **критерії**:

- розмір підприємства;
- ринкова й технологічна позиція підприємства;
- інноваційна стратегія, якої дотримується підприємство;
- резерв фінансових коштів;
- наявність науково-дослідного підрозділу.

2.5.2. ПЛАН СЕМІНАРСЬКОГО ЗАНЯТТЯ

1. Особливості менеджменту на стадіях життєвого циклу інновацій.
2. Ключові аспекти оперативного менеджменту.
3. Основні критерії вибору організаційних структур управління інноваційною діяльністю.

Питання для поглибленого вивчення теми



1. Управління персоналом у наукових організаціях.
2. Планування інноваційної діяльності.
3. Поняття «кластеру» в інноваціях.
4. Вибір оптимального режиму роботи в науковій організації.



Література

1. Водачек Л., Водачкова О. Стратегия управления инновациями на предприятии. — М.: Экономика, 1989. — 401 с.
2. Гунин В. Н. и др. Управление инновациями. Модуль 7. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 216 с.
3. Морозов Ю. П. Управление технологическими инновациями в условиях рыночных отношений. — Н. Новгород: ННГУ, 1995. — 446 с.
4. Поршнев А. Г. Управление инновациями в условиях перехода к рынку. — М.: Мегаполис-Контакт, 1993. — 402 с.
5. Твисс Б. Управление научно-техническими инновациями. — М.: Экономика, 1989. — 380 с.
6. Управление инновационным проектом «Опыт ИБМ». — М.: ИНФРА-М, 1995. — 215 с.
7. Основы инновационного менеджмента / Под ред. П. Н. Завлина и др. — М.: Экономика, 2000. — 614 с.

2.5.3. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

ТЕСТИ

1. Якщо дані свідчать на користь «гіпотези про сигналізування», то:

- а) роки, проведені вами в коледжі, збільшують вашу продуктивність;
- б) роки проведені вами в коледжі, не обов'язково збільшують вашу продуктивність;
- в) роботодавець буде готовий сплачувати вам вищу зарплату по закінченні коледжу, тому що ви зможете випускати більше продукції, ніж індивідуум, що має тільки середню освіту;
- г) залежність ваших прибутків від віку не буде значно вищою, ніж в індивідуума із середньою освітою;
- г) правильна відповідь відсутня.

Примітка! «Гіпотеза про сигналізування» означає, що освіта сама по собі не збільшує продуктивність праці робітника. Відповідно до гіпотези освіта сигналізує потенційному роботодавцю,

що претендент має корисні фахові якості. Проте існує свідчення того, що «гіпотеза про сигналізування» помилкова: освіта і справді підвищує продуктивність праці.

2. При порівнянні з фірмою — конкурентом, монополіст на ринку праці:

а) буде сплачувати вищу зарплату і наймати більше робітників, ніж конкурентна фірма;

б) буде сплачувати вищу зарплату і наймати менше робітників, ніж конкурент;

в) буде сплачувати меншу зарплату і наймати менше робітників, ніж конкурент;

г) найматиме таку саму кількість робітників, як і конкурентна фірма, але сплачуватиме їм нижче зарплату;

г) не робитиме нічого з переліченого.

3. Якщо профспілки успішно можуть зрушити криву пропозиції для конкретного типу праці вліво, то в рівновазі:

а) фірми змінять кількість праці, необхідної для виробництва;

б) кількість найманої робочої сили зменшиться;

в) виплачувана робітнику зарплата зросте;

г) безробіття не збільшиться;

г) відбудеться все зазначене вище.

4. Під «гіпотезою про сигналізування» розуміється:

а) що диплом коледжу не підвищує безпосередньо граничну продуктивність робітника;

б) що різниця в оплаті праці є результатом різної продуктивності праці;

в) що диплом коледжу інформує роботодавця про визначні якості випускника;

г) усе перелічене;

г) нічого з переліченого.

5. Навчання робітника виконанню завдань, що корисне тільки на даному робочому місці, являє приклад:

а) статистичної дискримінації;

б) специфічного людського капіталу для фірми;

в) абстрактного людського капіталу;

г) загального навчання на робочому місці;

г) прискореної підготовки робочих кадрів.

6. Програмне забезпечення — це:

- а) сукупність програм, використовуваних у роботі з комп'ютерами;
- б) сукупність програмних, організаційних і технічних засобів, призначених для централізованого накопичення інформації;
- в) іменна сукупність інформаційних одиниць у визначеній предметній сфері, що відбивають стан об'єктів і їхнього взаємозв'язку;
- г) пакети прикладних програм, що дають змогу обчислювати визначені задачі, не вдаючись до програмування;
- ґ) усі відповіді правильні.

7. Планування — це:

- а) функція управління;
- б) процес визначення цілей, що підприємство передбачає досягти за визначений період;
- в) процес визначення засобів, шляхів і умов досягнення поставлених цілей;
- г) правильні відповіді «а» і «в»;
- ґ) усі відповіді правильні.

8. Бізнес-план може розроблятися з метою:

- а) моделювання системи управління фірмою;
- б) подання до місцевих органів влади;
- в) розвитку управлінських можливостей підприємця;
- г) зацікавлення інвесторів;
- ґ) надання інформації статистичним органам.

9. Генеральна комплексна програма дій, що визначає пріоритетні для підприємства проблеми, головні цілі і розподіл ресурсів для їхнього досягнення, називається:

- а) місією підприємства;
- б) стратегією підприємства;
- в) стратегічним завданням;
- г) цільовою програмою;
- ґ) правильною відповіді немає.

10. Специфічна діяльність за формування структури визначеного суб'єкта господарювання, координації взаємовідносин внутрішніх підрозділів, розподілу повноважень і відповідальності між конкретними керівниками і виконавцями є однією з функцій менеджменту. Це:

- а) організація;
- б) мотивація;

- в) планування;
- г) регулювання;
- г) контроль.

11. Процес ефективного формального і неформального впливу на людей у зв'язку з реалізацією місії підприємства (фірми) називається:

- а) лідерство;
- б) регулювання;
- в) комунікація;
- г) мотивація;
- г) організація.

12. При розробленні інноваційної стратегії підприємства враховуються:

- а) ринкова позиція підприємства;
- б) науково-технічна політика підприємства;
- в) життєвий цикл продукту;
- г) усі відповіді правильні.

13. Розроблення інноваційної стратегії підприємства починається з:

- а) формулювання загальної мети підприємства;
- б) розроблення плану інноваційної діяльності підприємства;
- в) вибору джерел фінансування інноваційного проекту;
- г) оцінювання ринку збуту.

14. Які з перелічених чинників не перешкоджають проведенню інноваційної діяльності у великих організаціях:

- а) узгодженість роботи всіх підрозділів;
- б) складність структури ієрархії;
- в) стимулювання інноваційних заходів;
- г) опір змінам.

15. Розроблення інноваційної стратегії підприємства ґрунтується на:

- а) аналізі зовнішнього та внутрішнього середовища;
- б) фінансовій стійкості підприємства;
- в) аналізі конкурентної позиції підприємства;
- г) аналізі фінансового стану конкурентів.

16. Які чинники впливають на формування стратегічних цілей діяльності підприємства:

- а) зміни на ринку;
- б) зміни зовнішнього середовища через державне регулювання;
- в) внутрішні зміни на підприємстві;
- г) зміни економічних, політичних і соціальних умов.

17. Система стратегічних цілей розвитку підприємства визначається:

- а) кон'юнктурою ринку;
- б) місією підприємства;
- в) поведінкою підприємств-конкурентів;
- г) умовами державного регулювання.

18. Яка організаційна структура управління сприяє інноваційній діяльності на підприємстві:

- а) лінійно-функціональна;
- б) матрична;
- в) дивізійна;
- г) лінійна.

19. Постійний систематичний пошук можливостей для створення нових товарів називається:

- а) генеруванням ідей;
- б) проектуванням нового товару;
- в) економічним обґрунтуванням створення нового товару.

20. Генерування ідей при плануванні інноваційної діяльності — це:

- а) систематичний пошук можливостей для створення нової продукції;
- б) пошук можливостей удосконалення технологічного процесу для підвищення конкурентного рівня підприємства;
- в) систематичний пошук можливостей для підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів підприємства.

ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Назвіть, які чинники визначають зовнішнє (зн), а які внутрішнє (вн) середовище функціонування інноваційного підприємства:

- 1) кадри;
- 2) конкуренція;
- 3) ризик;
- 4) кон'юнктура;
- 5) можливість випуску продукції;
- 6) ступінь свободи підприємства;
- 7) ринок;
- 8) конкурентоспроможність продукції;
- 9) екологія;
- 10) науково-технічний рівень продукції;
- 11) джерела ресурсів;
- 12) внутрішня кооперація.

Завдання 2

Що таке «якість продукції» більш-менш зрозуміло. А що таке «якість управління»? Сформулюйте не менше 4-х характеристик поняття «якість управління». Чи можна вимірювати якість управління для кожного конкретного підприємства? Якщо так, то охарактеризуйте відповідні процедури.

Завдання 3

До якої школи теорії управління належать прізвища:

- Е. Майо;
- А. Файоль;
- Ф. Тейлор.

Завдання 4

Як співвідносяться поняття «управління» та «менеджмент»? Аргументуйте.

Завдання 5

У чому сутність вихідного принципу функціонування і розвитку системи управління?

Завдання 6

Що, на думку вчених, насамперед має бути об'єктом управління?

Завдання 7

Що не характеризує лінійну форму управління?

Завдання 8

У чому полягають переваги функціональної структури управління? Наведіть цю структуру (схему) і прокоментуйте.

Завдання 9

Які посади займають вищі менеджери? Наведіть конкретні структури і прокоментуйте.

Завдання 10

Сучасний менеджер, що займається інноваційною діяльністю, повинен мати раціональне мислення. Діалектику розумового процесу сучасного українського менеджера можна охарактеризувати такими рисами:

— панорамність мислення й фахової предметності (знання деталей і тонкощів управління);

— уміння розуміти, приймати і використовувати точки зору, позиції, думки, протилежні власним, і одночасно проводити свою принципову лінію;

— протидія неділовому натиску зверху, не переходячи при цьому в опозицію до керівництва;

— уміння не погоджуватися, не стаючи при цьому неприємним;

— схильність до нових ідей і досягнень, спроможність відрізнити їх від прожектерства;

— спроможність ризикувати, рідко помилятися з істотною шкодою для бізнесу;

— гранична тактовність і ввічливість у відносинах з людьми і жорсткою вимогливістю до будь-яких відхилень від правил роботи;

— демократичність.

1. Згодні ви з викладеними положеннями чи у вас є аргументовані заперечення? Підготуйте систему своїх доказів.

2. Чим відрізняється від ідеалу ваша власна організація мислення? Які риси сучасного мислення ви вважаєте за необхідне активно в собі розвивати?

Завдання 11

У рамках управління інноваціями особливе місце посідає менеджмент за допомогою поставлення цілей. Тут мова йде про процес, при якому керівник і співробітник разом:

- визначають завдання фірми;
- уточнюють відповідальність, тобто очікувані результати;
- використовують результати для управління компанією.

Спочатку керівництво фірми формулює стратегічні цілі. Далі, на кожному нижчому рівні, ці цілі наповнюються підцілями і встановленими термінами виконання. Періодично обговорюється: чи потрібно коригування курсу; чи реалістично сформульовані цілі. Найефективнішим є метод, коли співробітники:

- знають, що від них очікують;
- згодні взяти на себе зобов'язання щодо досягнення поставлених цілей.

Цілі мають бути:

- коректними;
- доступними для огляду;
- реалістичними.

1. Сформулюйте свою думку про метод менеджменту «поставлення цілей». У чому його сильні і слабкі сторони?

2. Які особливості застосування менеджменту за допомогою поставлення цілей у сучасних українських умовах ви могли б назвати?

Завдання 12

Постійні нововведення в різноманітних сферах управління є основою процвітання будь-якої компанії. Водночас менеджеру доводиться часто стикатися з опором переминам.

1. Які, на вашу думку, дії може почати менеджер, щоб перебороти таку протидію інноваціям?

2. Яку програму інновацій ви запропонуєте, якщо вас призначать менеджером фірми?

Завдання 13

Менеджмент має два головні напрями — маркетинг і інновації. Дайте відповідь на такі питання:

а) Який напрям у діяльності комерційної інноваційної фірми ви вважаєте найважливішим і чому?

б) З яких елементів стосовно до сучасних українських умов складається: система маркетингу інноваційної фірми; система її інновацій?

Завдання 14

Уявіть собі, що професор інноваційного менеджменту Джон Менеджмайстер (США) погодився проконсультувати керівницт-

во одного з універсамів у м. Києві. Універсам ледве зводить кінці з кінцями, прибуток невеликий.

Які рекомендації, на вашу думку, дав би професор Джон Менеджмайстер:

- а) перейти на відрядні відносини;
- б) стати акціонерним підприємством і розповсюдити акції серед робітників універсаму;
- в) реорганізувати структуру управління універсаму в напрямі її горизонтування;
- г) збільшити зацікавленість робітників універсаму в результатах праці, наприклад, преміями, що залежать від отриманого прибутку?

2.6. СУЧАСНІ ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

2.6.1. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

Вивчення теми «Сучасні організаційні форми реалізації інновацій» необхідно починати з тлумачення поняття організаційних структур інноваційної діяльності.

Організаційні структури інноваційної діяльності — це підприємства (організації), що займаються інноваційною діяльністю, науковими дослідженнями, розробленням та реалізацією інновацій.

Усі організаційні структури інноваційної діяльності можна поділити на 3 групи:

1 група — наукові організації, що створюють і реалізують інновації;

2 група — ринкові суб'єкти інноваційної діяльності, що доопрацьовують, виробляють та реалізують інновації;

3 група — організаційні структури інтеграції науки та виробництва, що скорочують період від виникнення ідеї до її практичного використання.

Наукова організація — організація (утворення, підприємство, фірма), для якої наукові дослідження і розробки є основним видом діяльності. Вони можуть бути основною діяльністю також для підрозділів цієї організації. Наявність таких підрозділів не

залежить від належності організації до тієї або іншої галузі економіки, від організаційно-правової форми власності. Відповідно до рекомендацій Керівництва Фраскаті діє така **класифікація наукових організацій** за секторами науки і типами організацій, об'єднаних за організаційними ознаками, характером і спеціалізацією виконуваних робіт.

Державний сектор об'єднує організації міністерств і відомств, що забезпечують управління державою і задоволення потреб суспільства в цілому; безприбуткові (некомерційні) організації, цілком або в основному, які фінансуються і контролюються урядом, за винятком організацій, що належать до вищого рівня.

Підприємницький сектор охоплює всі організації і підприємства, основна діяльність яких пов'язана з виробництвом продукції або послуг з метою продажу, у тому числі й ті, що перебувають у власності держави.

Вищі організації — це університети й інші вищі навчальні заклади, незалежно від джерел фінансування або правового статусу; науково-дослідні інститути, експериментальні станції, клініки; організації, що безпосередньо обслуговують вищі організації.

Приватний безприбутковий сектор складається з приватних організацій, що не ставлять своєю метою одержання прибутку (фахові товариства, спілки, асоціації, суспільні, добродійні організації, фонди); приватних індивідуальних організацій.

Ринкові суб'єкти інноваційної діяльності — це здебільшого малі підприємства, до яких належать: венчурні, обслуговуючі, інжинірингові фірми, проектні бригади, фірми «спін-офф». Крім того, А. Ю. Юданов пропонує чотири типи компаній, назва яких залежить від типу реалізовуваної стратегії: віоленти, комутанти, пацієнти, експлеренти.

Віолентна (силова) стратегія характерна для фірм, що діють у сфері стандартного виробництва. Фундаментальне джерело сил — масове виробництво продукції середньої якості за низькими цінами. За рахунок цього фірма забезпечує великий запас конкурентоспроможності. Приклади: автомобілі «Тойота», «Шевроле», холодильники «Сіменс», «Електролюкс», сигарети «Мальборо», «Кемел» та ін.

Пацієнтна (нішева) стратегія типова для фірм, що стали на шлях вузької спеціалізації для обмеженого кола споживачів. Свої дорогі і високоякісні товари вони адресують тим, кого не влаштовує звичайна продукція. Вони прагнуть ухилитися від прямої конкуренції з головними корпораціями. Ці фірми називають «хитримими лисами» економіки. Для вітчизняних фірм ця стратегія мо-

же бути корисною як підприємницька філософія. Вона закликає не боротися відкрито з головними корпораціями, а вишукувати недоступні для них сфери діяльності. Надалі в пацієнти могли б перетворитися багато вітчизняних великих підприємств, у тому числі колишні оборонні.

Комутантна (з'єднуюча) стратегія переважає при звичайному бізнесі в місцевих (локальних) масштабах. Сила місцевого неспеціалізованого підприємства в його кращій пристосованості до задоволення невеличких за обсягом потреб конкретного клієнта. Це шлях підвищення споживчої цінності не за рахунок надвисокої якості (як у пацієнта), а за рахунок індивідуалізації послуги. Вони одержали назву «сірих мишей». Підвищена гнучкість комутантів дає змогу їм утримувати свої позиції в конкурентній боротьбі. Комутантна стратегія характерна для багатьох приватних українських фірм.

Експлерентна (піонерська) стратегія пов'язана зі створенням нових або з радикальним перетворенням старих сегментів ринку, це першопрохідники в пошуку і реалізації революційних рішень. Серед подібних фірм першопрохідники у випуску персональних комп'ютерів (ЕППЛ), «Зеніт», «Осборн» та ін. Сила експлерентів зумовлена впровадженням принципових нововведень, вони користуються початковою присутністю на ринку. Експлеренти в 85 випадках із 100 зазнають краху, але за рахунок 15 випадків одержують величезний технічний, фінансовий і моральний успіх.

З огляду стратегій найризикованішою є стратегія експлерентів, тому що їм доводиться вирішувати подвійне завдання. Проте на частковому поліпшенні важко утриматися на ринку. Дослідження Ж. Ж. Ламбена показують, що головним чинником успіху нових товарів на ринках є підвищення їхньої якості. Наприклад, у 1993 р. 58 % прибутку американським компаніям дали нові товари. Але ще раз нагадаємо, що фірму можна визначити за типом стратегії тільки в тому випадку, коли вона спеціалізується на одному виді товару або виконуваній послугі. Якщо фірма виробляє кілька видів товару, то щодо кожного з них вона може застосовувати різноманітні стратегії. У цьому випадку нівелюється ризик у цілому по фірмі. Тут доречно нагадати російську приказку: «Не можна класти яйця в один кошик».

Крім того, у світовій практиці розглянуті інноваційні підприємства належать, як правило, до **малих фірм** (підприємств). Критерії віднесення до малих фірм у кожній країні свої. Це пояснюється особливостями розвитку економіки, її структурою, національними традиціями. Наприклад, у США до малих відносять

підприємства чисельністю до 99 чоловік; у Японії у сфері послуг — це понад 5 чоловік, в інших галузях — не більше 20. Малі організаційні форми дуже вигідні структури для інноваційного бізнесу, практично для всіх інновацій загалом, і на окремих стадіях інноваційного процесу. Специфіка малого бізнесу широко висвітлена в спеціальній і навчальній літературі.

Варто звернути увагу ще на одну організаційну форму створення та реалізації інновацій — **венчурну**.

Венчурний бізнес представлено самостійними невеличкими фірмами, що спеціалізуються на дослідженнях, розробках, виробництві нової продукції. Їх створюють учені-дослідники, інженери, новатори. Цей бізнес поширений у США, Західній Європі, Японії. Як правило, венчурні фірми не займаються організацією виробництва продукції, а передають свої розробки іншим фірмам — експлорентам, патієнтам, комутантам. Венчурні фірми можуть бути дочірніми більших фірм.

Створення венчурних фірм передбачає наявність таких компонентів:

— ідеї інновації — нового виробу, технології суспільної потреби і підприємця, готового на основі запропонованої ідеї організувати нову фірму;

— ризикового капіталу для фінансування.

Отже, на сучасному етапі розвиток малого підприємництва пояснюється такими **чинниками**:

1) упровадженням у всі сфери економіки різноманітних видів мікроелектронної техніки, що не потребує великих виробничих площ і стартових інвестицій, але дає змогу різко спростити та здешевити комунікаційні зв'язки, процес прийняття ефективного управлінського рішення (технологічний аспект);

2) прийняттям державами законодавчих актів з податкових і інших пільг малому підприємництву (правовий аспект);

3) державною і позабюджетною підтримкою фінансування ризикового венчурного бізнесу (фінансовий аспект);

4) гнучкістю й адаптивністю малих фірм до вимог ринку у зв'язку з невеличкою кількістю їхніх співробітників (чим менша система, тим простіше управління) і досягненнями науково-технічного прогресу (управлінський прогрес);

5) підвищенням інтелектуального рівня наукових співробітників і їхнього прагнення до свободи у творчій діяльності (психологічний аспект);

6) вищою (до двох разів) ефективністю кінцевих результатів інноваційної діяльності малих фірм і швидшою віддачею інвес-

тицій порівняно з великими компаніями і корпораціями (економічний аспект).

Поряд із чинниками розвитку малих фірм діють також **чинники, що стримують** зростання їхньої кількості. До них належать такі:

- великий ризик інвестування у зв'язку з малою (іноді одиначною) номенклатурою товарів, що випускаються, або виконуваних послуг. При провалі на ринку цього товару фірма збанкрутує. Немоżliво провал одного товару компенсувати успіхом іншого;
- значні труднощі в налагодженні виробництва через відсутність необхідного виробничого потенціалу, слабка інфраструктура фірми та її захищеність.

Але на сьогодні значні американські, японські, європейські компанії з метою монополізації випуску товарів за радикальними інноваціями і зниження впливу венчурного бізнесу на кінцеві результати йдуть шляхом концентрації і диверсифікації виробництва. Американські компанії (корпорації) «Дженерал моторс», «Форд мотор», «Дженерал електрик», японські «Соні», «Тойота», шведська «Електролюкс», німецька «Сіменс», південно-корейська «Самсунг» і багато інших організацій свої стратегії формують на основі таких **принципів**:

— диверсифікації — випуск товарів сполучення в портфелі товарів, що вдосконалюються внаслідок упровадження різноманітних видів інновацій;

— підвищення якості товарів і ресурсозбереження за рахунок активізації інноваційної діяльності, застосування щодо різних товарів, залежно від їхньої конкурентоспроможності, різноманітних стратегій: віолентів, патієнтів, комутантів або експлерентів, розвиток міжнародної інтеграції і кооперування;

— підвищення якості управлінського рішення та ін.

Тому в наш час продовжується процес укрупнення фірм, створення об'єднань, яким не властиві чинники, що стримують зростання малих фірм. У цьому інтеграційному процесі можна виділити **основні риси великих організацій**, в основному спеціалізованих, комплексних інноваційних організацій. Коротко перелічимо їх:

1. Маркетингові організації — займаються сегментацією ринку, розробленням нормативів конкурентоспроможності, реалізацією концепції маркетингу й ін.

2. Науково-дослідні центри — проводять наукову й експериментальну перевірку можливості матеріалізації нормативів конкурентоспроможності товарів, розробляють нововведення, здійснюють їхню апробацію і дифузю.

3. Сфера діяльності проектно-конструкторських організацій, спеціальних конструкторських бюро — конструкторські розробки, проектування ідей, експериментування і випробування нових зразків товарів.

4. Проектно-технологічні організації розробляють і виготовляють технологічні системи виробництва товарів з мінімальними витратами ресурсів і високої якості.

5. Будівельно-монтажні організації розробляють проектно-кошторисну документацію на об'єкти нового капітального будівництва, розширення, реконструкції або технічного переозброєння у зв'язку з упровадженням інновацій.

6. Організації з матеріального забезпечення виробництва — здійснюють нормування і аналіз ефективності використання ресурсів.

7. Фінансові організації — регулюють фінансово-кредитний механізм, грошові потоки, банківські взаємовідносини інноваційної організації з постачальниками, споживачами і зовнішнім середовищем.

8. Серед завдань підприємства (компанії, фірми) — освоєння виробництва нової продукції, серійне виробництво, тактичний маркетинг і збут.

9. Сервісні організації — забезпечують управління якістю сервісу продукції від виготовлювача до її споживача.

10. Ремонтні організації — займаються технічним обслуговуванням і ремонтом продукції.

11. Наукові парки — інноваційні організації, що формуються навколо великих наукових центрів (університети, інститути).

12. Корпорації — добровільні об'єднання незалежних промислових підприємств, наукових, проектних, конструкторських і інших організацій з метою підвищення ефективності на основі колективного підприємництва.

13. Фінансово-промислові групи — організаційні структури, що об'єднують промислові підприємства, банки, торгові організації, пов'язані технологічним циклом для підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг.

14. Холдинги (холдингові компанії) — форма організації ФПГ, що припускає створення материнської і дочірніх компаній, де перша володіє контрольним пакетом акцій дочірніх компаній.

15. Консорціуми — тимчасові об'єднання великих фірм у рамках міжфірмової кооперації, що передбачає спільне фінансування, проведення стратегічних НДДКР, розроблення технологій і стандартів протягом визначеного часу.

16. Транснаціональні корпорації — товариства з дочірніми фірмами і філіями в різних країнах.

17. Технопарк — компактно розташований комплекс, що функціонує на засадах комерціалізації науково-технічної діяльності.

18. Технополіс — спеціально створений комплекс в одному регіоні, поблизу центру наукових ідей, до складу якого входять фірми і організації, що охоплюють повний інноваційний цикл.

19. Стратегічний альянс — угода учасників міжфірмової кооперації на проведення комплексу складних робіт протягом усього інноваційного циклу, включаючи комерціалізацію результатів.

Вибір типу організації варто здійснювати після глибокого аналізу чинників, що впливають на цей процес (профіль організації, рівень її спеціалізації тощо).

2.6.2. ПЛАН СЕМІНАРСЬКОГО ЗАНЯТТЯ

1. Наукові організації як джерело формування та реалізації інновацій.

2. Ринкові суб'єкти інноваційної діяльності.

3. Організаційні форми інтеграції науки та виробництва.



Питання до поглибленого вивчення теми

1. Методи проектування організаційних структур інноваційних організацій.

2. Венчурні інноваційні організації.

3. Лідерство в інноваційних організаціях.

4. Функціонування технопарків у Європі.

5. Особливості інтеграції науки та виробництва в Україні.



Література

1. Мильнер Б. З. Организация программно-целевого управления. — М.: Наука, 1980. — 401 с.
2. Морозов Ю. П. Менеджмент исследовательской организации: Учеб. пособие. — Н. Новгород: Нижегородский коммерческий ин-т, 1998. — 446 с.
3. Новая технология и организационные структуры / Под ред. М. Пинтинитса, А. Бьюнтандама. — М.: Экономика, 1990. — 362 с.
4. Управление организацией: Учебник / Под ред. А. Г. Поршнева и др. — М.: ИНФРА-М, 1998. — 412 с.
5. Гунин В. Н. и др. Управление инновациями. Модуль 7. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 216 с.
6. Морозов Ю. П. Управление технологическими инновациями в условиях рыночных отношений. — Н. Новгород: ННГУ, 1995. — 446 с.
7. Поршнев А. Г. Управление инновациями в условиях перехода к рынку. — М.: Мегаполис-Контакт, 1993. — 402 с.
8. Твисс Б. Управление научно-техническими инновациями. — М.: Экономика, 1989. — 380 с.
9. Управление инновационным проектом «Опыт ИБМ». — М.: ИНФРА-М, 1995. — 215 с.
10. Основы инновационного менеджмента / Под ред. П. Н. Завлина и др. — М.: Экономика, 2000. — 614 с.

2.6.3. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

ТЕСТИ

1. *Щоб організаційна роль мала сенс (спрацювала), вона має полягати в:*

- а) розподілі ролей;
- б) чіткому визначенні основних обов'язків або сфер діяльності;
- в) заданому ритмі виконання;
- г) інноваційному процесі;
- г) високому рівні конкуренції.

2. *Структура організації є ефективною, якщо вона:*

- а) сприяє досягненню цілей підприємства з мінімальними небажаними результатами;
- б) допомагає менеджеру розвинути свої здібності;
- в) допомагає робітникам зробити свій внесок у досягнення цілей підприємства;
- г) сприяє реалізації стратегічного плану боротьби з конкурентами;
- г) відповідає світовим стандартам.

3. Учасники якого товариства не мають права від свого імені й у своїх інтересах здійснювати дії, однакові з цілями діяльності товариства, а також брати участь у товариствах (крім акціонерних) з аналогічною метою діяльності:

- а) акціонерного товариства;
- б) товариства з обмеженою відповідальністю;
- в) товариства з додатковою відповідальністю;
- г) повного товариства;
- ґ) командитного товариства.

4. Адміністративно відособлена частина підприємства, у якій виконується визначений комплекс робіт відповідно до внутрішньозаводської спеціалізації, називається:

- а) інфраструктурою підприємства;
- б) цехом;
- в) відділом;
- г) виробничою ділянкою;
- ґ) робочим місцем.

5. Найпоширенішими типами статутних інтеграційних об'єднань є:

- а) акціонерні товариства;
- б) холдинги;
- в) асоціації;
- г) корпорації;
- ґ) концерни.

6. Головним ринком, що визначає перспективи розвитку інших ринків, є:

- а) ринок засобів виробництва;
- б) ринок інвестиційних ресурсів;
- в) ринок грошово-кредитний;
- г) ринок предметів споживання;
- ґ) ринок продуктів харчування.

7. Унаслідок багаторічного господарювання в країнах з ринковою економікою склалися такі традиційні моделі підприємницької діяльності:

- а) класична й інноваційна;
- б) виробнича і посередницька;
- в) класична і неокласична;
- г) виробнича й інноваційна;
- ґ) усі відповіді правильні.

8. Основними елементами державної системи підтримки підприємницької діяльності є:

- а) вихід економіки з кризи і стабілізація економічної ситуації;
- б) створення сприятливих умов для зовнішньоекономічної діяльності;
- в) формування діючої ринкової інфраструктури;
- г) прискорення процесу розвитку малого бізнесу;
- г) забезпечення правових гарантій свободи підприємницької діяльності.

9. Класична модель підприємництва орієнтована на:

- а) активне використання нових управлінських рішень з метою підвищення економічної і соціальної ефективності підприємницької діяльності;
- б) пошук зовнішніх додаткових джерел ресурсів;
- в) відновлення економічної системи держави;
- г) максимально ефективне використання наявних ресурсів підприємства;
- г) вирішення соціальних проблем.

10. Підприємницька діяльність у сфері посередництва практично здійснюється у формі:

- а) агентування;
- б) інноваційної діяльності;
- в) торгово-комерційної діяльності;
- г) аукціонної торгівлі;
- г) біржового підприємництва.

11. Спільна підприємницька діяльність — це:

- а) підрядне виробництво;
- б) пряме інвестування;
- в) ліцензування;
- г) управління за контрактом;
- г) підприємство загального володіння.

12. Інноваційна стратегія венчурної фірми полягає в:

- а) мінімізації ризику;
- б) максимізації ризику;
- в) передаванні своїх розробок експлерентам, патієнтам, віолентам і комутантам;
- г) розвитку консалтингу;
- г) рекламі своїх розробок.

13. Інноваційна стратегія експлерента полягає в:

- а) компенсації втрат від діяльності конкурента;
- б) створенні нових сегментів ринку;
- в) поліпшенні якості продукції;
- г) стимулюванні нового напрямку моди;
- ґ) розширенні реклами.

14. Інноваційна стратегія патієнта полягає в:

- а) роботі на вузький сегмент ринку;
- б) завоюванні частки ринку інших компаній;
- в) проведенні політики поступових нововведень;
- г) проведенні політики радикальних нововведень;
- ґ) суворій регламентації інноваційної діяльності.

15. Інноваційна стратегія віолента полягає в:

- а) роботі зі скорочення нераціональних витрат;
- б) радикальній зміні структури управління;
- в) роботі на масового споживача;
- г) роботі на індивідуального споживача;
- ґ) орієнтації на прибуток.

16. Інноваційна стратегія комутанта полягає в:

- а) прогнозуванні майбутнього нововведення;
- б) роботі на етапі падіння циклу випуску продукції;
- в) створенні комфортних умов роботи для персоналу;
- г) зростанні якості продукції, що випускається;
- ґ) освоєнні нових ринків.

17. Розвиток науки визначається:

- а) потребами технічного прогресу;
- б) соціальними потребами;
- в) економічними потребами;
- г) фінансовими потребами;
- ґ) духовними потребами.

18. Структура, що спеціалізується на створенні сприятливих умов для виникнення та ефективної діяльності малих інноваційних фірм, має назву:

- а) науково-промисловий комплекс;
- б) бізнес-«інкубатор»;
- в) технопарк;
- г) технополіс.

19. Структура, що виникає на підставі угод між фірмами, які проводять наукові дослідження, та фірмами, які займаються комерціалізацією результатів, має назву:

- а) науково-промисловий комплекс;
- б) бізнес-«інкубатор»;
- в) технопарк;
- г) технополіс.

20. Модель технопарку — це:

- а) науково-промисловий комплекс;
- б) технопарк;
- в) бізнес-«інкубатор»;
- г) технополіс.

21. Які з перелічених послуг не надаються бізнес-«інкубаторами»:

- а) оренда приміщень;
- б) маркетингові послуги;
- в) інформаційні послуги;
- г) виробничі послуги.

22. Угода між корпораціями в межах стратегічного альянсу про довгостроковий та двосторонній обмін взаємодоповнюючими технологіями, інформацією і «ноу-хау» називається:

- а) спільна науково-технічна і виробнича діяльність;
- б) консорціум;
- в) спільне підприємство;
- г) асоціація.

23. Організація, для якої дослідження та розробки становлять основний вид діяльності, має назву:

- а) фінансово-промислова група;
- б) бізнес-інкубатор;
- в) технопарк;
- г) наукова організація.

24. Консорціуми як вид стратегічного альянсу:

- а) створюються для зосередження на фундаментальних пошукових дослідженнях у напрямках, що обіцяють революційні зміни в техніці й технології виробництва;
- б) створюються для розроблення технології виробництва та збуту принципово нової продукції;
- в) створюються на підставі угоди про двосторонній обмін взаємодоповнюючими технологіями та інформацією, технологічною документацією та «ноу-хау».

25. Стратегічний альянс, створений для розроблення технології виробництва і збуту принципово нової продукції, має назву:

- а) спільна науково-технічна і виробнича діяльність;
- б) асоціація;
- в) консорціум;
- г) спільне підприємство.

26. Стратегічний альянс, створений для проведення фундаментальних, пошукових досліджень у напрямках, що обіцяють революційні зміни в техніці і технології виробництва, має назву:

- а) спільна науково-технічна і виробнича діяльність;
- б) асоціація;
- в) консорціум;
- г) спільне підприємство.

ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Фірма має такі особливості: 1) контроль у фірмі належить робітникам; 2) робітники мають право на участь у прийнятті критичних рішень, призначень і відкликання керівників; 3) об'єктом присвоєння виступає не прибуток, а чиста продукція; 4) керівник фірми або обирається з робітників, або запрошується як найманий менеджер. Дайте відповідь на питання:

- а) Як називаються фірми подібного типу?
- б) Чи можна їх вважати підприємницькими фірмами?

Завдання 2

Який технологічний принцип використовується в процесі адаптації до зміни організаційно-технічних умов, пов'язаних з переходом на випуск інноваційної продукції? Чи можлива така адаптація?

Завдання 3

Назвіть методи портфельного аналізу при виборі інноваційної стратегії.

Завдання 4

Чим визначається система стратегічних цілей інноваційного підприємства? Прокоментуйте на прикладі конкретного підприємства.

Завдання 5

У порівняльній характеристиці інноваційних підприємств сказано, що підприємство «А» за своїми показниками одне з перших, а підприємство «Б» — монополіст. Яке підприємство має вищі показники?

Завдання 6

Розкрийте економічну сутність подій: німецький концерн придбав в одній з країн, що розвиваються, ділянку землі і буде там комбінат з видобутку і збагачення марганцевої руди.

Завдання 7

Конкуренція. Ні одна інша риса ринкової економіки не викликає стільки похвали. Чому? Ваш коментар.

Завдання 8

За американською статистикою, лише 5 з 10 нових компаній успішно проходять весь цикл і демонструють реальні результати. Інші 5 зазнають краху.

Що лежить в основі успішного здійснення процесу створення нового бізнесу?

2.7. ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

2.7.1. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

Вивчення проблемних питань теми необхідно починати з усвідомлення сутності та стратегії фінансування інноваційної діяльності.

Фінанси будь-якого господарюючого суб'єкта, у тому числі й інноваційного, охоплюють грошові відносини цього суб'єкта з іншими господарюючими суб'єктами і банками з оплати науково-технічної продукції, контрагентських робіт, постачань спецобладнання, матеріалів і комплектуючих виробів, розрахунків з фондами, трудовим колективом і державними органами управління.

Пригадайте, що в економіці ринкового типу система фінансування виконує дві дуже важливі **функції** — **розподільну і контрольну**. Зміст першої полягає в тому, щоб забезпечити кожного суб'єкта господарської діяльності необхідними йому фінансовими ресурсами. **Суб'єктами фінансування** виступають самостійні підприємства, інноваційні підприємства, інтегровані фінансово-промислові структури, територіальні органи управління, нарешті, приватні особи. Усі вони в тій або іншій мірі беруть участь у відтворювальному процесі і формують кінцевий суспільний продукт. **Розподільний процес**, здійснюваний за допомогою фінансів, характеризується складністю і багатогранністю. Він безпосередньо пов'язаний із чинним цивільним законодавством, податковою системою, законодавством про банки і цінні папери, з іншими нормативними документами, що затверджуються на федеральному, територіальному і місцевому рівнях управління.

Контрольна функція фінансів зводиться до того, щоб сигналізувати про пропорції, що складаються, у розподілі коштів. Важливо, наскільки ефективно вони використовуються конкретним суб'єктом, що господарює. Аналіз практики вітчизняних і закордонних інноваційних підприємств показує, що від своєчасності й адресності розподілу фінансових ресурсів багато в чому залежить кінцевий результат будь-якої господарської діяльності і насамперед в інноваційній сфері.

Вихідними **принципами**, на основі і з урахуванням яких має будуватися система фінансування інновацій, є:

- а) чітка цільова орієнтація системи — її зв'язок із завданням швидкого й ефективного впровадження інновацій;
- б) логічність, обґрунтованість і юридична захищеність використовуваних прийомів і механізмів;
- в) множинність джерел фінансування;
- г) широта і комплексність системи, тобто охоплення максимально широкого кола технічних і технологічних новинок і напрямів їхнього практичного використання;
- г) адаптивність і гнучкість, що припускають постійне настроювання як усієї системи фінансування, так і її окремих елементів на умови зовнішнього середовища, що змінюються динамічно, з метою підтримки максимальної ефективності.

Рациональна система фінансування завжди націлена на підвищення обсягу й ефективності використання фінансових ресурсів. Зростання фінансової віддачі — це той найважливіший показник, на основі якого оцінюється не тільки дієвість проведеної фінансової політики, а й кінцеві результати конкретної практичної роботи.

Фінанси інноваційних підприємств у цій системі займають вихідне, визначне положення, тому що обслуговують основну ланку суспільного виробництва, де, власне, і створюється основна маса матеріальних і нематеріальних благ (товарів виробничо-технічного призначення, предметів споживання, нової науково-технічної інформації й інших інтелектуальних продуктів). Ця система покликана забезпечити вирішення таких найважливіших **завдань**:

1. Створення необхідних передумов для швидкого й ефективного впровадження технічних новинок в усі ланки народногосподарського комплексу країни, забезпечення її структурно-технологічної перебудови.

2. Зберігання і розвиток стратегічного науково-технічного потенціалу в пріоритетних напрямках розвитку.

3. Створення необхідних матеріальних і умов для зберігання кадрового потенціалу науки і техніки, запобігання його відпливу за кордон.

Елементами цієї системи, що взаємодіють з інноваційними підприємствами й об'єднаннями, є:

- сукупність джерел надходження коштів;
- механізм акумуляції грошових надходжень і їх укладення в інвестиційні проекти та цільові програми;
- механізм контролю за інвестиціями, включаючи систему повернення й оцінювання ефективності використання власного і позичкового капіталів.

Система фінансування інноваційного розвитку являє собою дуже складний механізм, що постійно розвивається. За останні десять років він зазнав істотних змін. Природно, що всі ці зміни мали дуже важливе значення. У наш час основними **джерелами коштів**, що використовують для фінансування інноваційної діяльності, є:

- бюджетні асигнування, що виділяються на державному і регіональному рівнях;
- кошти спеціальних позабюджетних фондів фінансування НДДКР, що утворюються інноваційними підприємствами, регіональними органами управління;
- власні кошти підприємств (промислові інвестиції з прибутку й у складі витрат виробництва);
- фінансові ресурси різноманітних типів комерційних структур (інвестиційних компаній, комерційних банків, страхових товариств, ФПГ тощо);
- кредитні ресурси спеціально уповноважених урядом інвестиційних банків;

— конверсійні кредити для інноваційних підприємств оборонного комплексу;

— іноземні інвестиції промислових і комерційних фірм і компаній;

— кошти національних і закордонних фондів;

— приватні накопичення фізичних осіб.

Природно, що порядок фінансування інноваційних проектів у кожному конкретному випадку має свою специфіку і безпосередньо пов'язаний із характером упровадження інновацій.

Прокоментуємо коротко специфіку окремих джерел фінансування інноваційної діяльності.

Як ми вже визначали, найважливішим джерелом, що забезпечує вирішення великомасштабних інноваційних проблем, є **кошти державного бюджету**. За рахунок бюджетних коштів виконуються цільові комплексні програми, фінансується діяльність різноманітних фондів. Серед таких фондів особливо варто виділити Інноваційний фонд, створений з метою підтримки і захисту інноваційної діяльності. Труднощі з його наповненням і використанням зумовлені загальною економічною ситуацією в країні.

З метою забезпечення фінансування загальногалузових, міжгалузових і регіональних інноваційних проблем, а також заходів щодо освоєння нових видів промислової продукції передбачено створення позабюджетних фондів фінансування і підтримки інновацій. Такі фонди можуть створюватися в міністерствах, регіонах, а також у рамках концернів, холдингів, ФПГ.

Найважливішими **джерелами недержавної системи** фінансування інноваційних проектів у наш час є:

— власні кошти інноваційних підприємств;

— кошти, що мобілізуються шляхом емісії цінних паперів;

— кредити комерційних банків;

— спеціалізовані і добродійні фонди;

— кошти інвестиційних компаній, інших інноваційних підприємств, зацікавлених у якнайшвидшому випуску нової продукції.

Найкращий потенціал для акумуляції значних фінансових ресурсів в **акціонерних підприємствах**, оскільки вони мають можливість розміщати свої акції серед необмеженого кола інвесторів (як юридичних, так і фізичних осіб). Проведення значних емісій акцій являє собою досить складний і відповідальний комплекс робіт, що потребує фахових знань.

Можна назвати й інші вагомні докази на користь нового випуску акцій. Їх обсяг і коло потенційних покупців, а також питання, пов'язані з проблемами визначення номіналу акцій, мають бути

продумані особливо старанно. Ще однією істотною особливістю емісії акцій на інноваційних підприємствах є, як правило, наявність конкретних інноваційних проектів, для яких необхідні інвестиції. У цій ситуації доцільно заздалегідь вирішити загалом питання, пов'язані з термінами й обсягами майбутніх робіт, що досягається науково-технічним рівнем, їхньою конкурентоспроможністю, складанням бізнес-планів проектів. У будь-якому випадку варто чітко подавати суть даних проектів і вміти в разі необхідності викласти їх зміст потенційним інвесторам.

Багато уваги у фінансовому забезпеченні роботи інноваційного підприємства приділяється сьогодні і **комерційному кредиту**.

Цей вид економічних відносин постійно розвивається й дедалі ширше використовує нові, нетрадиційні форми. Мова в даному випадку йде про порядок видачі кредиту, засоби його погашення, організацію банківського контролю договірних умов.

Організація довгострокового кредитування, як правило, базується на трьох основних принципах: забезпеченості, терміновості, платності. Важливою ознакою сучасної системи кредитування діяльності інноваційних підприємств є її договірна основа. Усі питання, що виникають із приводу кредитування, вирішуються безпосередньо між банком і підприємством-позичальником (суб'єктом кредитування). При вирішенні питання про видачу довгострокового інноваційного кредиту банк аналізує перспективи економічного зростання інноваційного підприємства, що кредитується, можливості реалізації продукції й очікуване зростання доходів. Ця інформація міститься в бізнес-планах, що підготовлюються до кожного інноваційного проекту.

Практика показує, що банківський кредит на відміну від бюджетного фінансування дає змогу підвищити ефективність інвестиційних заходів і в цілому ряді випадків може виявитися більш прийнятним і зручним методом мобілізації коштів на тривалі терміни, ніж випуск корпоративних акцій або розміщення облігаційних позик. Але банки та кредитні установи зорієнтовані на мінімальний кредитний ризик, що не завжди може гарантувати інноваційна фірма, тому виникла потреба у джерелах ризикованішого фінансування.

Венчурне фінансування здійснюється у двох основних формах — шляхом придбання акцій нових фірм або наданням кредитів різноманітних видів, звичайно з правом конверсії в акції. Венчурний капітал являє собою інвестування коштів не тільки великих компаній, а й банків, держави, страхових, пенсійних та інших фондів з підвищеним ступенем ризику у новий, що розширюється або зазнає різких змін, бізнес.

Венчурна форма має ряд специфічних рис:

- пайова участь інвестора в капіталі компанії в прямій або опосередкованій формі;
- надання коштів на тривалий термін без яких-небудь гарантій або забезпечення;
- активна роль інвестора в управлінні організацією, що фінансується.

У США — країні з високим рівнем розвитку ризикового капіталу — основними сферами такого капіталу є початкові етапи розвитку бізнесу (підготовчий і стартовий періоди), на які припадає близько 39 % венчурних інвестицій.

Звертаємо вашу увагу на дуже специфічну форму фінансування інноваційного процесу — **лізинг**. Цей вид фінансових операцій застосовується насамперед тоді, коли вирішується завдання швидкого промислового освоєння великих технічних інновацій, що потребують придбання дорогих верстатів, устаткування, унікальної контрольно-вимірювальної техніки, енергетичних установок, транспортних засобів та ін. Саме тут набули розвитку принципово нові види зв'язку між виробником і споживачем складної продукції, що базуються на довгостроковій оренді або лізингу.

Сучасний ринок лізингових послуг — один з найдинамічніших і такий, що постійно розвивається. У США, наприклад, на частку лізингу припадає близько 25—30 % у загальній сумі капітальних укладень у машини й устаткування. У сучасній господарській практиці під **лізингом** розуміють вид підприємницької діяльності, спрямований на інвестування тимчасово вільних або залучених фінансових коштів, коли за договором фінансової оренди (лізингу) орендодавець (лізингодавець) зобов'язується придбати у власність обумовлене договором майно у визначеного продавця і надати це майно орендарю (лізингоотримувачу) за плату, у тимчасове користування, з підприємницькою метою. При цьому право власності на зазначені матеріальні цінності на весь термін договору зберігається за орендодавцем і враховується на його балансі.

З економічної точки зору операція лізингу багато в чому схожа з довгостроковим кредитуванням на закупівлю устаткування й інших видів основних виробничих фондів. Важливо підкреслити, що для фінансового лізингу (на відміну від інших його форм) характерно те, що термін оренди, як правило, дуже близький до терміну служби устаткування. **Головна перевага лізингу** полягає в тому, що за наявності рентабельного проекту інноваційне підприємство має можливість одержати устаткування і почати нове виробництво без значних одноразових витрат. Це особливо акту-

ально для малих і середніх підприємств. Після закінчення терміну лізингового договору і виплати орендарям повної вартості майна й обговорених відсотків це майно стає його власністю. Або, якщо обумовлено договором, повертається лізингодавцю.

Сучасні лізингові фірми надають орендарю право вибору поставачальника необхідного йому устаткування, розміщення замовлення і приймання об'єкта угоди. Технічне обслуговування і ремонт поставленого устаткування здійснює або підприємство-виготовлювач, або сам орендар. Найважливішими **чинниками**, з огляду на які встановлюються конкретні терміни лізингових договорів, найчастіше виступають:

- термін служби устаткування, обумовлений його техніко-економічними характеристиками;

- норми амортизаційних відрахувань, а також порядок їхньої індексації, установлювані на урядовому рівні;

- поява продуктивнішої техніки, кон'юнктура ринку позичкових капіталів і тенденції її розвитку.

Дуже важливим етапом фінансового процесу інноваційного підприємства є **оцінювання потреби у фінансових коштах**.

Незалежно від конкретних організаційних форм реалізації інноваційних проектів, підставою для визначення розміру фінансування є кошторис (кошторисні калькуляції), що розробляється на кожен проект окремо, у вигляді самостійних етапів з розподілом за роками. При цьому завдання фінансування має немовби дві складові — статичну і динамічну. У першому випадку вирішується питання про загальний розмір грошових ресурсів, що необхідні для здійснення проекту. У другому — у які конкретні терміни ці ресурси мають бути отримані, щоб своєчасно провести всі необхідні платежі. Дана інформація накопичується у відповідних планах фінансових надходжень. Форми фінансових планів у визначеній мірі стандартизовані і загальновідомі.

Документом фінансового планування роботи сучасного інноваційного підприємства є **фінансовий план**, що являє собою баланс його грошових прибутків і витрат.

У сучасних умовах фінансове планування має бути максимально ґрунтовним і мобільним, постійно орієнтуватися на кон'юнктуру ринку і передбачати можливі зміни моделі поведінки підприємства при зміні тих або інших чинників зовнішнього середовища.

Інноваційний процес здебільшого здійснюється через низку окремих **інноваційних проектів**. Інноваційні проекти, що складають інноваційний процес, можуть послідовно змінювати один одного в рамках технологічного ланцюжка створення і поширен-

ня нововведень, а можуть бути незалежними, паралельними і в ряді випадків дублюватися.

Для створення науково-технічного нововведення з високою мірою новизни необхідно інноваційний проект починати з етапу науково-дослідних робіт. Але інноваційний проект може бути спрямований на впровадження і незначного нововведення, знання про яке вже було отримано в процесі виробництва продукції. У цих випадках буде генеруватися абсолютно різний інвестиційний попит. Крім того, інноваційний проект може починатися з придбання прав на створену до цього моменту інтелектуальну власність, наприклад у формі ліцензії, тоді інвестиційний попит матиме інші характеристики.

Виходячи з цього, використовують таку класифікацію інноваційних проектів у міру охоплення ними етапів інноваційного процесу:

— **повний інноваційний проект**, що включає всі етапи інноваційного процесу, починаючи з проведення фундаментальних досліджень до реалізації інноваційного продукту чи послуги;

— **неповний інноваційний проект** першого типу, що охоплює перші етапи інноваційного процесу;

— **неповний інноваційний проект** другого типу, що об'єднує завершальні етапи інноваційного процесу.

Але незважаючи на те, що реальний попит на інвестиції генерується при здійсненні окремих інноваційних проектів, проект як такий не може бути об'єктом інвестицій у формальному плані, оскільки його інституційний статус не визначений. Формальним об'єктом інвестицій є **підприємства, що здійснюють інноваційний процес**, причому в цей час у їх ролі часто виступають інноваційні фірми, а інструментами здійснення інвестицій є насамперед цінні папери, що випускаються ними.

Крім того, інноваційному підприємству для залучення потенційних інвесторів необхідно оцінити інноваційний проект за такими напрямками:

- мета, стратегія, політика підприємства;
- маркетинг;
- науково-дослідна та дослідно-конструкторська робота;
- фінанси;
- виробництво.

2.7.2. ПЛАН СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

1. Цілі та завдання системи фінансування інноваційної діяльності.
2. Види фінансування інноваційних процесів.

3. Сутність ризикового фінансування інноваційної діяльності на базі венчурного капіталу.
4. Лізингове фінансування інноваційних програм.
5. Інноваційний проект як об'єкт фінансування інновацій.



Питання для поглибленого вивчення теми

1. Особливості міжнародного фінансування інновацій.
2. Специфіка систем фінансування інновацій в Україні.
3. Роль грантів у фінансуванні інноваційної діяльності.



Література

1. Инновационный менеджмент: Справ. пособие / Под ред. П. Н. Завлина и др. — М.: ЦИСИН, 1998. — 503 с.
2. Ковалев Г. Д. Основы инновационного менеджмента: Учеб. для вузов / Под ред. проф. В. А. Швандара. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 284 с.
3. Морозов Ю. П. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. — Н.Новгород: ННГУ, 1997. — 319 с.
4. Управление инвестициями: В 2 т. / В. В. Шеремет, В. Д. Павлюченко и др. — М.: Высш. шк., 1998. — Т. 1. — 402 с.; Т. 2. — 426 с.
5. Мотовилов О. В. Банковское и коммерческое кредитование и финансирование инноваций. — СПб., 1994. — 381 с.
6. Черваньов Д. М., Нейкова Л. І. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України. — К.: Знання, 1999. — 492 с.
7. Покропивний С. Ф., Новак А. П. Ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності: Збірник навчально-методичних матеріалів. — К.: КНЕУ, 1997. — 216 с.
8. Фінанси підприємств: Підручник/ Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. — 2-ге вид., перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 1999. — 400 с.

2.7.3. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

ТЕСТИ

1. Інвестиції в людський капітал:
 - а) підвищують рівень знань і навичок, втілених у свідомості й умінні населення;
 - б) підвищують якість праці;

- в) роблять фізичний капітал продуктивнішим;
- г) можуть здійснюватися в процесі праці або шляхом одержання дипломованої освіти;
- г) дозволяють виконати все перераховане.

2. Інвестиції за характером участі в інвестуванні розділяються на:

- а) прямі і непрямі;
- б) валові і чисті;
- в) реальні і виробничі;
- г) іноземні і приватні.

3. Залежно від того, хто виступає інвестором, інвестиції поділяють на:

- а) прямі і портфельні;
- б) власні і залучені;
- в) внутрішні й іноземні;
- г) державні і приватні;
- г) внутрішні і залучені.

4. Фінансовими називають інвестиції:

- а) які фінансуються за рахунок фінансових засобів підприємства;
- б) які використовуються для придбання акцій, облігацій та інших цінних паперів;
- в) спрямовані на вдосконалення активної частини основних фондів;
- г) вкладені в нематеріальні активи підприємства;
- г) використовують залучені кошти.

5. Інвестиційна діяльність підприємств може здійснюватися за рахунок:

- а) власних фінансових ресурсів;
- б) позикових фінансових засобів;
- в) залучених фінансових засобів;
- г) бюджетних інвестиційних асигнувань;
- г) безкоштовних і добродійних внесків, пожертвувань організацій, підприємств і громадян;
- д) усі відповіді правильні.

6. Позичкові джерела формування інвестиційних ресурсів — це:

- а) довгострокові кредити банку;
- б) безповоротно надані засоби на цільове інвестування;
- в) емісія акцій підприємства;
- г) страхова сума відшкодування збитків, зумовлених утратою майна;
- г) усі відповіді правильні.

7. Укладення, здійснювані іноземними громадянами, юридичними особами і державами, називають:

- а) іноземними інвестиціями;
- б) закордонними інвестиціями;
- в) приватними інвестиціями;
- г) спільними інвестиціями;
- г) добродійними інвестиціями.

8. Період окупності інвестицій характеризує:

- а) ступінь покриття поточних зобов'язань за рахунок поточних активів;
- б) рівень прибутковості інвестицій;
- в) термін, за який інвестиції цілком окупаються;
- г) правильні відповіді «а» і «в»;
- г) усі відповіді неправильні.

9. Розмір грошового потоку по реальних інвестиціях обчислюється як:

- а) сума валового прибутку й амортизаційних відрахувань від вартості матеріальних активів;
- б) різниця між теперішньою вартістю грошових потоків і розміром прибутку, що виплачується інвестору;
- в) розмір прибутку, що його планує одержати інвестор;
- г) сума чистого прибутку й амортизаційних відрахувань;
- г) правильної відповіді немає.

10. Відтворювальна структура інвестицій — це співвідношення довгострокових витрат на:

- а) форми лише простого відтворення основних фондів;
- б) форми лише розширеного відтворення основних фондів;
- в) простого і розширеного відтворення основних фондів;
- г) правильні відповіді «б» і «в»;
- г) усі відповіді правильні.

11. Фінансові інвестиції — це:

- а) укладення, що фінансуються за рахунок фінансових засобів підприємства;
- б) укладення капіталу в дохідні види фондових інструментів;
- в) укладення, спрямовані на вдосконалення активної частини основних фондів;
- г) укладення капіталу в нематеріальні активи підприємства;
- г) укладення, що фінансуються за рахунок залучених коштів.

12. Які цінні папери, що обертаються на фондовому ринку, не є фінансовими інструментами інвестування діяльності підприємства:

- а) акції;
- б) облігації;
- в) опціони;
- г) векселі;
- г) ощадні сертифікати.

13. Пайові цінні папери — це:

- а) інвестиційні сертифікати;
- б) облігації;
- в) векселі;
- г) ощадні сертифікати;
- г) казначейські зобов'язання.

14. Розмір грошового потоку по пайових цінних паперах розраховується як:

- а) сума періодично виплачуваних відсотків і вартість їхньої реалізації по закінченні терміну їх використання;
- б) сума періодично виплачуваних за ними дивідендів і вартість їхньої реалізації після закінчення терміну їх використання;
- в) сума періодично виплачуваних відсотків і їхньої фіксованої вартості;
- г) сума періодично виплачуваних дивідендів і їхньої ринкової вартості по закінченні терміну їх використання;
- г) реальна вартість цих фінансових інструментів.

15. Інноваційний проект — це:

- а) план довгострокових фінансових укладень;
- б) бізнес-план;
- в) програма дій з використання фінансових ресурсів;
- г) завдання з визначеними вихідними даними і плановими результатами (цілями), що обумовлюють засіб його вирішення;
- г) комплекс взаємопогоджених заходів, розроблених для досягнення визначених цілей протягом певного часу при встановлених ресурсних обмеженнях.

16. До головних ознак інноваційного проекту не належить:

- а) зміна стану після досягнення мети проекту;
- б) обмеженість у часі;
- в) обмеженість ресурсів;
- г) складність;
- г) неповторність.

17. Визначення мети інноваційного проекту не передбачає:

- а) визначення результатів діяльності на певний строк;
- б) обмеження ресурсів проекту;
- в) кількісну оцінку результатів проекту;
- г) доказів, що результати проекту можуть бути досягнуті;
- г) визначення умов, за яких результати проекту можуть бути досягнуті.

18. До внутрішнього середовища інноваційного проекту належать:

- а) кліматичні умови;
- б) рівень інформаційних технологій;
- в) умови і рівень життя;
- г) стиль керівництва проектом;
- г) рівень оподатковування.

19. До учасників інноваційного проекту не належить:

- а) замовник;
- б) субконтрактор;
- в) інвестор;
- г) контрактор;
- г) ділер.

20. До властивостей інноваційного проекту не відносять:

- а) масштаб;
- б) складність;
- в) якість;
- г) ризиковість;
- г) тривалість.

21. Середні інноваційні проекти — це проекти вартістю:

- а) від 1 до 5 млн доларів;
- б) від 5 до 10 млн доларів;
- в) від 10 до 50 млн доларів;
- г) від 50 до 100 млн доларів;
- г) від 100 до 500 млн доларів.

22. Короткострокові інноваційні проекти — це проекти тривалістю:

- а) до 1 року;
- б) до 2 років;
- в) до 3 років;
- г) до 4 років;
- г) до 5 років.

23. До етапів управління інноваційним проектом не відносяться:

- а) початок і побудова проекту;
- б) поточне управління й узгодження;
- в) криза проекту;
- г) оцінка проекту;
- г) завершення проекту.

24. На етапі початку і побудови інноваційного проекту здійснюється:

- а) планування і контроль;
- б) управління ризиком;
- в) управління організаційною структурою;
- г) проектний аналіз по аспектах;
- г) оцінювання стану проекту.

25. На які характеристики зовнішнього середовища в більшій мірі може вплинути інноваційний проект:

- а) природно-кліматичні;
- б) демографічні;
- в) соціально-культурні;
- г) етнічні;
- г) духовні.

26. Соціальний аналіз інноваційного проекту передбачає:

- а) визначення існуючого рівня соціального середовища;
- б) прогнозування можливого впливу проекту на соціальне середовище;
- в) оцінювання можливості змін соціального середовища проекту;
- г) усі попередні відповіді правильні;
- г) правильні лише «а» і «б».

27. Участь населення регіону в інноваційному проекті означає:

- а) надання робочої сили;
- б) моніторинг проекту;
- в) консультування щодо добору і планування проекту;
- г) усі попередні відповіді правильні;
- г) правильні лише «а» і «б».

28. При дослідженні місця реалізації інноваційного проекту можна не розглядати:

- а) розміщення ринків збуту;
- б) транспортні мережі;
- в) планування підприємства;
- г) схеми земельних ділянок;
- г) податкове законодавство.

29. Дослідження масштабу інноваційного проекту передбачає:

- а) вивчення впливу ринків збуту на масштаб виробництва;
- б) вивчення залежності капітальних і поточних витрат від масштабу виробництва;
- в) вивчення фізичних і екологічних обмежень на масштаб виробництва;
- г) вивчення споживачів продукції;
- ґ) усе перелічене.

30. При аналізі вибору технології варто перевіряти обґрунтованість вибору з погляду:

- а) використовуваної сировини;
- б) економічної ситуації в країні;
- в) політичної обстановки в країні;
- г) «б» і «а» разом;
- ґ) ніщо з переліченого.

31. Якщо присутні не всі елементи інфраструктури, необхідні для здійснення інноваційного проекту, то слід:

- а) відмовитися від проекту взагалі;
- б) проаналізувати витрати на створення цих елементів;
- в) просити уряд країни про бюджетне фінансування розвитку інфраструктури;
- г) відкласти проект, поки не буде сформована вся інфраструктура;
- ґ) розроблювачам проекту самим створити необхідні елементи інфраструктури.

32. Метою екологічного аналізу інноваційного проекту є:

- а) оцінка наслідків впливу на забруднення атмосферного повітря;
- б) з'ясування однозначності всіх передумов проектного аналізу;
- в) встановлення потенційної шкоди навколишньому середовищу під час здійснення й експлуатації проекту;
- г) визначення розміру заходів, необхідних для відвернення пом'якшення потенційної шкоди;
- ґ) розроблення плану збереження природного середовища.

33. Економічне середовище інноваційного проекту не можна характеризувати такими компонентами:

- а) бюджетний дефіцит;
- б) структура внутрішнього валового продукту;
- в) вартість кредитів;
- г) рівень безробіття;
- ґ) рівень інфляції.

ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Чому витрати на наукові дослідження та розробки рівнозначні інвестиціям в основний капітал? Як ви вважаєте, чи відіграють винаходи і нововведення в економічному зростанні сьогодні таку ж важливу роль, як раніше? Поясніть.

Завдання 2

У США залежність між витратами часу на освіту і тим прибутком, що в майбутньому одержуватиме ця людина, має таку тенденцію: дворазове збільшення часу на освіту у порівнянні із середнім прибутком може привести по закінченні навчання до збільшення прибутків у 5 разів.

Проаналізуйте цю думку і сформулюйте відповіді на такі питання:

- а) Що таке людський капітал?
- б) Що Ви розумієте під інвестиціями в людський капітал?

Завдання 3

Які розділи інвестиційного бізнес-плану необхідно вважати основними? Яка логіка побудови цих розділів?

Завдання 4

Є підсумкові показники інвестиційного проекту (тис. грн):

- а) прибуток від операцій — 21103;
- б) амортизаційні відрахування — 4647;
- в) інвестиційні витрати — 9390;
- г) податкові виплати — 8105.

Визначте чистий прибуток інвестиційного проекту та оцініть його ефективність, якщо норма рентабельності інвестиційних витрат має бути не меншою 80 %.

Завдання 5

Розкрийте сутність і специфіку лізингу в інноваційному менеджменті.

Завдання 6

Чому, знаючи, що комп'ютери та інші машини бувають ненадійні, люди продовжують ними користуватися?

Завдання 7

Назвіть джерела фінансування інноваційних проєктів і дайте їхнє обґрунтування.

Завдання 8

Як розраховується термін окупності капітальних укладень у будівництво відповідно до інноваційного проєкту?

Завдання 9

У якому сторіччі виникли перші акціонерні банки та в яких країнах?

Завдання 10

Електроніка перетворюється в одне з основних джерел економічного зростання в капіталістичних країнах. Якою була питома вага електронного устаткування у ВВП капіталістичних країн у 1970 р., у 2000 р.? Хто є найбільшим виробником електронного устаткування?

Завдання 11

У чотирьох інноваційних проєктах на титульних листах наведена така інформація:

ПРОЕКТ 1:

- а) назва та адреса підприємства;
- б) імена та адреси фундаторів;
- в) сутність проєкту;
- г) потенційні конкуренти;
- г) директор: прізвище та телефон;
- д) вартість проєкту і джерела коштів;
- е) характеристика продукту.

ПРОЕКТ 2:

- а) торговий знак;
- б) назва та адреса підприємства;
- в) суть проєкту;
- г) директор: прізвище та телефон;
- г) ризик проєкту.

ПРОЕКТ 3:

- а) назва та адреса підприємства;
- б) імена та адреси фундаторів;
- в) директор: прізвище та телефон;
- г) суть проекту;
- г) сукупна вартість проекту та джерела коштів;
- д) заява про комерційну таємницю.

ПРОЕКТ 4:

- а) товарний знак;
- б) назва та адреса підприємства;
- в) директор: прізвище та телефон;
- г) характеристика товару;
- г) суть проекту;
- д) вартість проекту та джерела коштів;
- е) ризик проекту;
- е) баланс прибутків та витрат.

Який із проектів був обраний для розроблення?

Завдання 12

Лізинговий дім здав майно вартістю 1200 тис. грн підприємству в лізинг терміном на 4 роки на умовах річної норми амортизаційних відрахувань 20 %. Ставки комісійної винагороди за лізингові послуги — 20 %. Лізинговий дім для фінансування лізингової угоди залучив банківський кредит на суму 500 тис. грн під 30 % річних. Лізингові платежі сплачуються за кожне півріччя. Розрахуйте лізингові платежі, які має сплачувати підприємство-лізингоодержувач.

2.8. РЕГУЛЮВАННЯ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.8.1. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

Розглянемо надзвичайно важливу тему курсу — правове регулювання інноваційної діяльності та стимулювання інноваційних процесів як на рівні держави, так і на рівні підприємства.

Державна інноваційна політика — це сукупність науково-технічних, виробничих, управлінських, фінансово-збутових та

інших заходів, пов'язаних з просуванням нової чи поліпшеної продукції на ринок збуту. Інноваційна політика є ширшим поняттям, ніж науково-технічна, яка традиційно пов'язана з вибором пріоритетів у науці та техніці. Інноваційна політика поєднує науку, техніку, підприємництво, економіку та управління; охоплює виробництво, банки, науково-технічні кадри.

Розрізняють 4 *типи інноваційної політики*:

1. Інноваційна політика «технологічного поштовху». Ця політика пов'язана з визначенням державою пріоритетних напрямів розвитку науки та техніки.

2. Інноваційна політика ринкової орієнтації. Пов'язана з використанням ринкового механізму розподілення ресурсів і вибору напрямів розвитку науки та техніки. При цій політиці обмежена роль держави в стимулюванні інноваційної діяльності.

3. Інноваційна політика соціальної орієнтації. Ця політика стосується соціального регулювання наслідків НТП, а процес прийняття рішень базується на соціально-політичних рішеннях. Ця політика ніколи не використовувалась самостійно, але окремі її елементи відображені в розвитку різних країн.

4. Інноваційна політика, яка націлена на зміни економічної структури господарського механізму. Ця політика пов'язана із впливом передової технології на вирішення соціально-економічних проблем, на зміни галузевої структури, на рівень життя.

Важливими засобами державного регулювання інноваційної діяльності — *інструментами державної підтримки* інноваційної діяльності мають бути:

- національні науково-технічні програми;
- державне замовлення в науково-технічній сфері;
- державна науково-технічна експертиза;
- бюджетне фінансування інноваційних процесів;
- патентно-ліцензійна діяльність;
- стандартизація та сертифікація продукції в науково-технічній сфері;
- формування науково-технічних кадрів;
- створення системи науково-технічної інформації.

Основою правового регулювання інноваційної діяльності є цивільне законодавство, що об'єднує законодавство про авторські суміжні права, патентне й інше, законодавство про інтелектуальну власність, закони про підприємництво та інноваційну діяльність. **Правове регулювання** інноваційної діяльності узгоджується з трудовим законодавством, законодавством про бюджетний процес, законодавством про постачання продукції

для найважливіших державних потреб і законодавством про державну та комерційну таємницю.

Нормативно-правова база інноваційної діяльності містить у собі нормативні акти трьох рівнів:

— законодавчі (акти вищої сили: конституційні закони, укази Президента);

— підзаконні (урядові постанови, що включають і відомчі акти);

— локальні (акти індивідуального характеру, різноманітні цивільно-правові договори та адміністративні акти учасників інноваційної діяльності).

Центральне місце в правовому регулюванні інноваційної діяльності посідають правові аспекти охорони інтелектуальної власності, під якими розуміється сукупність авторських і інших прав на результати цієї діяльності, що охороняються законодавчими актами держави. Матеріально-речовинну основу інтелектуальної власності становить **інтелектуальний продукт** як результат творчих зусиль його творців (окремої особистості або наукового колективу), що виступає в різноманітних формах:

— наукові відкриття і винаходи;

— результати НДДКР, технологічних і проектних робіт;

— зразки нової продукції, нової техніки і матеріалів, отримані в процесі НДДКР, а також оригінальні науково-виробничі послуги;

— оригінальні консалтингові послуги наукового, технічного, економічного, управлінського характеру, включаючи сферу маркетингу;

— нові технології, патенти і т. д.

Зміст і призначення правового регулювання інтелектуальної власності в широкому розумінні полягає в охороні і стимулюванні розвитку інтелектуального потенціалу країни. З огляду на різноманітність об'єктів інтелектуальної власності та вимог щодо їх охорони, правове регулювання поділяється на ряд самостійних функціональних сфер: авторське право, патентне право, комерційна таємниця.

Авторське право — це сукупність норм права, що регулюють правові відносини, пов'язані зі створенням і використанням певного інтелектуального продукту. Авторське право передбачає виключне право автора оригінальних наукових, літературних, художніх та інших творів розмножувати їх будь-якими методами і продавати.

Теоретичні передумови авторського права базуються на необхідності частки людства мати широкий доступ до всіх досягнень інтелектуальної творчої діяльності. У Загальній декларації прав людини, прийнятій Генеральною Асамблеєю ООН у 1948 р., авторські права віднесені до основних прав людини.

Термін «інтелектуальна власність» має різноманітні відтінки. Ми будемо використовувати визначення інтелектуальної власності, що містяться в Конвенції ВОІВ (Всесвітня організація інтелектуальної власності). Права на інтелектуальну власність можна визначити як:

- авторські права на наукові, художні і літературні (включаючи програми, бази даних для ЕОМ) твори;
- права артистів-виконавців, виробників фонограм і організацій ефірного або кабельного віщання;
- права на промислову власність (розглянемо пізніше);
- закриту інформацію, у тому числі секрети виробництва (ноу-хау).

Ми коротко спинимося на питаннях регулювання відносин, що називаються авторськими правами.

Авторське право об'єктивно — це сукупність норм цивільного права, що регулюють відносини, які виникають у зв'язку зі створенням і використанням творів науки, літератури і мистецтва. Воно є самостійним інститутом цивільного права.

У суб'єктивному розумінні авторське право — це сукупність особистих немайнових (моральних) і майнових прав, які належать особам, що створюють твори науки, літератури і мистецтва (авторам), відносно створених ними творів.

У юридичній літературі, у тому числі навчальній, **об'єкт авторського права** (твір) визначають як нематеріальний продукт духовної творчості людини, що має об'єктивну форму. Поняття науки, літератури і мистецтва мають різне сутнісне значення (відтінки). Важливе значення має лише творчий характер праці, у результаті якого створений твір. Якщо немає творчості, немає й об'єкта авторського права. Наприклад, не може бути об'єктом авторського права список телефонів, проста компіляція й ін. У випадку суперечки про наявність або відсутність творчості призначається експертиза, за допомогою якої суд може вирішити це питання.

Відповідно до Типового закону ВОІВ **до об'єктів авторського права** відносять:

- літературні твори (літературно-художні, наукові, навчальні, публіцистичні тощо);
- драматичні і сценарні твори;
- музичні твори з текстом і без тексту;
- хореографічні твори і пантоміми;
- аудіовізуальні твори (кіно,- теле- і відеофільми, слайдфільми, діафільми та інші кіно,- теле-, відеотвори), радіотвори;
- твори живопису, скульптури, графіки, дизайну й інші твори образотворчого мистецтва;

- твори декоративно-прикладного і сценографічного мистецтва;
- твори архітектури, містобудування і садово-паркового мистецтва;

- фотографічні твори і твори, отримані засобами, аналогічними фотографії;

- географічні, геологічні та інші карти, плани, ескізи і пластичні твори, що належать до географії, топографії й інших наук;

- програми для ЕОМ усіх видів, включаючи прикладні програми й операційні системи;

- інші твори, що задовольняють вимоги щодо надання охорони.

До *об'єктів авторського права* також належать:

- 1) похідні твори (переклади, опрацювання, анотації, реферати, резюме, огляди, інсценівки, музичні аранжування й інші обробки творів науки, літератури і мистецтва);

- 2) збірники творів, такі як енциклопедії, антології, бази даних та інші результати творчої праці.

Суб'єктом авторського права, як правило, є громадянин, творчою працею якого створений твір науки, літератури або мистецтва.

Авторські права мають знаки охорони. Наприклад, на кожному примірнику твору автор поміщає *знак охорони*, що складається з 3-х елементів:

- латинської літери «С» у колі;

- імені (найменування) власника авторського права;

- року першого опублікування твору.

Авторське право виникає з моменту створення твору і діє протягом усього життя автора і ще 50 років після його смерті (крім спеціальних випадків, обумовлених законом).

Варто звернути увагу на новий правовий інститут так названих *«суміжних прав»*, зміст якого багато в чому близький до змісту інституту авторського права. Відмінною рисою більшості суміжних прав є їхня залежність від прав авторів творів.

Особливо важливо забезпечити правову охорону секретів виробництва — *«ноу-хау»*, що містять результати творчої інтелектуальної діяльності, у тому числі комерційні, технологічні і конструкторські секрети виробництва, усілякі рекомендації до використання, специфікації, формули і рецептури, характеристики технологічного процесу, знання і досвід у сфері маркетингу, розробки планів розвитку і реорганізації виробництва. На практиці правова охорона ноу-хау здійснюється за нормами Цивільного кодексу про промислову конфіденційну інформацію.

З метою правового регулювання в законодавстві виділяються *види і типи об'єктів інтелектуальної власності*, специфіка яких

визначається сутністю створеного інтелектуального продукту і фазою інноваційного циклу, на якій цей продукт був отриманий.

Так, інтелектуальна власність на стадії фундаментальних і пошукових досліджень виступає у формі нових наукових знань, теорій, наукових відкриттів тощо, що об'єднуються поняттям результату наукової діяльності.

Звертаємо вашу увагу на ще одне дуже важливе для осмислення змісту курсу питання, пов'язане з відносинами з приводу промислової власності. Наведемо деякі поняття і визначення.

Поняття «промислова власність» часто вживається для позначення об'єктів матеріального світу, використовуваних у процесі виробничої діяльності у сфері промисловості, торгівлі чи сільськогосподарства. До **промислової власності** відносять виключні права на нематеріальні блага, які є результатом творчої діяльності. Ці блага використовуються у виробничій діяльності не тільки в галузі промисловості, а й в інших галузях економіки (будівництві, сільському господарстві, торгівлі, наданні послуг тощо). Вони втілюються в конструкціях, нових речовинах, засобах виробничої діяльності й інших об'єктах матеріального світу.

До **об'єктів промислової власності**, що охороняються, належать:

- винаходи;
- корисні моделі;
- промислові зразки;
- товарні знаки;
- знаки обслуговування;
- фірмові найменування.

Відносини, пов'язані зі створенням, використанням та охороною об'єктів промислової власності, регулюються національним законодавством і низкою міжнародних конвенцій та угод. Цими угодами до об'єктів промислової власності відносяться **винаходи**.

Відповідно до ВОІВ «винаходом є така нова ідея, що дає змогу на практиці вирішити конкретну проблему у сфері техніки». Деякі винаходи являють собою видатний внесок у розвиток техніки і є цілком новими — це піонерні винаходи. Такі винаходи досить рідкісні. Звичайно винаходи використовуються для вирішення окремих завдань і вони є новими на вузькій ділянці техніки.

Корисна модель як об'єкт промислової власності, що підлягає правовій охороні, визнається далеко не у всіх країнах; по суті, це просто назва, застосовувана до деяких винаходів у галузі механіки. Від винаходів корисні моделі відрізняються двома особливостями:

— рівень технологічного прогресу корисної моделі нижчий, ніж відповідний рівень винаходу;

— максимальний термін охорони, передбачений Законом про корисні моделі, звичайно набагато коротший, ніж максимальний термін охорони винаходів.

Промисловий зразок відноситься до дизайну. Промисловий зразок — орнаментальний аспект корисного виробу, його суть полягає у вирішенні питання естетичного або декоративного оформлення корисного виробу. Він є моделлю в промисловому або кустарному виробництві і діє на зореве сприйняття.

Товарні знаки і знаки обслуговування. На ринку продаються і купуються товари, вироблені різними суб'єктами господарської діяльності. В умовах жорсткої конкуренції кожний з продавців зацікавлений у тому, щоб покупці віддавали перевагу його товарам. Щоб споживач міг у масі однорідних товарів визначити товари даного виробника, вони мають спеціальні символи, які називаються товарними знаками.

Коли знак потрібен, щоб розрізнити надані послуги, він називається **знаком обслуговування**.

Суб'єктами, стосовно яких охороняються права на об'єкти промислової власності, є автори й особи, до яких права авторів (співавторів) на одержання патенту переходять відповідно до закону або договору. На відміну від об'єктів авторського права, що не можуть бути створені вдруге без участі самого автора, об'єкти промислової власності можуть знову і знову створюватися іншими особами. Це закономірно.

Засобами правової охорони об'єктів промислової власності є **патенти**, свідчення і відповідна державна реєстрація таких об'єктів. **Патент** — це документ, що засвідчує авторство і надає його власнику виключне право на винахід. При цьому передбачається, що ніхто не має права використовувати винахід без згоди власника патенту. По суті, патент — це титул власника на винахід, що підкріплюється промисловим зразком або реєстрацією товарного знака. Згода на використання винаходу виражається шляхом видачі (продажу) **ліцензії** на часткове використання або повну передачу патентних прав.

На закінчення даної теми необхідно розглянути питання, пов'язане з визначенням **форм і методів стимулювання інноваційної діяльності**.

Стимулювання інноваційної діяльності — це процес впливу на людей з метою досягнення загальних цілей підприємства. До загальних цілей підприємства можна віднести: конкурентне чи технологічне лідерство підприємства, утримання ринкових позицій, виробництво нової продукції і задоволення попиту спожива-

чів та ін. **Форми і методи стимулювання** інноваційної діяльності на підприємстві можна поділити на три групи:

1 група — прямі економічні стимули: оплата праці, премії за раціоналізацію, участь у прибутках, оплата за підготовку та перепідготовку кадрів;

2 група — непрямі економічні стимули: доплата за стаж, пільгові послуги;

3 група — негрошові стимули: сприяння ініціативі, творчому характерові праці.

2.8.2. ПЛАН СЕМІНАРСЬКОГО ЗАНЯТТЯ

1. Інновації як об'єкт державної політики.
2. Інструменти державної підтримки інноваційної діяльності.
3. Правові аспекти охорони інтелектуальної власності.
4. Внутрішнє регулювання та стимулювання інноваційної діяльності.



Питання для поглибленого вивчення теми

1. *Поняття про авторське право і промислову власність.*
2. *Специфіка захисту авторського права в Україні.*
3. *Поняття «власник» і «розробник» інноваційної продукції.*



Література

1. *Бетухина Е., Пойсик М.* Мировая практика формирования научно-технической политики. — Кишинев, 1990. — 211 с.
2. *Гунин В.Н. и др.* Управление инновациями. Модуль 7. — М.: ИН-ФРА-М, 1999. — 401 с.
3. *Иванченко В. В.* Структурно-технологическое и инновационное обновление производства // *Экономист*. — 1995. — № 11. — С. 79—86.
4. *Инновационный менеджмент: Справ. пособие / Под ред. П. Н. Завалина и др.* — М.: ЦИСИН, 1998. — 503 с.
5. *Мир управления проектами: Пер. с англ. / Под ред. Х. Оешке, Х. Шели.* — М.: Аланс, 1998. — 406 с.
6. *Поршнев А. Г.* Управление инновациями в условиях перехода к рынку. — М.: Мегаполис-Контакт, 1998. — 402 с.
7. *Лапко О. Н.* Інноваційна діяльність в системі державного регулювання. — К.: ІЕП НАНУ, 1999. — 386 с.
8. *Бажал Ю. М.* Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. — К.: Заповіт, 1996. — 289 с.
9. *Чигирь В. Ф.* Интеллектуальная собственность: В 2 т — Минск: Амалфея, 1997. — Т. 1. — 384 с.; Т. 2. — 402 с.

2.8.3. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

ТЕСТИ

1. *Державна інноваційна політика — це:*

- а) сукупність науково-технічних, виробничих, фінансово-збутових та інших заходів, пов'язаних з виробництвом та просуванням на ринок нової продукції;
- б) політика, яка пов'язана з вибором пріоритетів у науці та техніці;
- в) регулювання інноваційної діяльності на рівні держави.

2. *До стимулюючих чинників інноваційної діяльності відносять:*

- а) розвиток товарно-грошових відносин;
- б) конкуренцію на ринку;
- в) безробіття.

3. *Державна інноваційна політика «технологічного поштовху» пов'язана з:*

- а) використанням ринкового механізму розподілення ресурсів і вибору напрямів розвитку науки та техніки;
- б) участю держави у визначенні пріоритетних напрямів розвитку науки та техніки;
- в) соціальним регулюванням наслідків науково-технічного прогресу.

4. *До інструментів державної підтримки інноваційної діяльності не належать:*

- а) науково-технічна експертиза;
- б) державне замовлення;
- в) патентно-ліцензійна діяльність;
- г) лізинг.

5. *Державна інноваційна політика ринкової орієнтації пов'язана з:*

- а) використанням ринкового механізму розподілення ресурсів і вибору напрямів розвитку науки та техніки;
- б) участю держави у визначенні пріоритетних напрямків розвитку науки та техніки;
- в) соціальним регулюванням наслідків науково-технічного прогресу.

6. Національним органом, що здійснює і координує роботу із сертифікації продукції в Україні, є:

- а) Державний комітет України з питань стандартизації, метрології і сертифікації;
- б) Державна комісія при Уряді України з питань стандартизації, метрології і сертифікації;
- в) Державна палата з питань сертифікації і стандартизації України;
- г) Антимонопольний комітет України;
- ґ) правильні відповіді «а» і «б».

7. Сертифікат продукції — це документ, що:

- а) необхідний лише для захисту права власності на продукцію;
- б) дозволяє купувати продукцію;
- в) свідчить про рівень якості продукції;
- г) пред'являється покупцю під час продажу продукту;
- ґ) передбачає реалізацію на біржі через визначений час за визначеною ціною.

8. До загальних умов, що включаються в основну частину договору з приводу інноваційного продукту, належать такі положення:

- а) предмет договору і кількість продукту;
- б) відповідальність сторін;
- в) назва договору;
- г) форс-мажорні обставини;
- ґ) підписи сторін (партнерів).

9. Правове регулювання відносин, що виникають у процесі реалізації економічних інтересів партнерів, покладено на особливу галузь права, а саме:

- а) договірне право;
- б) цивільне право;
- в) господарське право;
- г) адміністративне право;
- ґ) міжнародне право.

10. Які з нижченаведених нематеріальних ресурсів не є об'єктами промислової власності:

- а) товарні знаки і знаки обслуговування;
- б) раціоналізаторські пропозиції;
- в) винаходи;
- г) корисні моделі;
- ґ) промислові зразки.

11. Об'єктом винаходу може бути:

- а) продукт (устрій, речовина, штам мікроорганізму, культура клітини, рослина чи тварина);
- б) конструктивне використання устрою;
- в) художнє виконання конкретної форми виробу;
- г) організаційне рішення;
- г) усі відповіді правильні.

12. Винаходом може бути технічне рішення, що має:

- а) істотну новизну і практичну корисність;
- б) істотну новизну, певну технічну ознаку і практичну корисність;
- в) винахідницький рівень і є новим;
- г) новизну, оригінальність і є промислово придатним;
- г) оригінальність, визначену технічну ознаку і дає позитивний ефект.

13. Об'єктом корисної моделі може бути:

- а) продукт (устрій, речовина, штам мікроорганізму, культура клітин, рослин і тварин);
- б) засіб і процеси;
- в) конструктивне використання устрою;
- г) винахід;
- г) промисловий зразок.

14. Художнє виконання конкретної форми виробу визнається промисловим зразком, якщо воно є:

- а) новим і придатним до промислового виготовлення;
- б) промислово придатним і таким, що має винахідницький рівень;
- в) новим, оригінальним і придатним до промислового виготовлення;
- г) істотно новим;
- г) придатним до промислового виготовлення з позитивним ефектом.

15. Товарний знак фірми має бути:

- а) оригінальним, зареєстрованим і мати зображення, загально-вживані для позначення товарів визначеного виду;
- б) оригінальним і мати правовий захист;
- в) індивідуальним, що впізнається, привабливим для споживачів і мати правовий захист;
- г) оригінальним, що впізнається, і привабливим для споживача;
- г) привабливим для споживача.

16. Раціоналізаторська пропозиція — це:

- а) технічне рішення, що є новим і корисним для підприємства або установи, яким воно надано;
- б) істотно нове технічне рішення, придатне для промислового виготовлення на підприємстві;
- в) оригінальне і придатне для промислового виготовлення технічне рішення;
- г) конкретне рішення технічного завдання, що є істотно новим і промислово придатним;
- г) розв'язання загального технічного завдання.

17. Нематеріальні активи — це:

- а) реалізація права власності на нематеріальні ресурси підприємства;
- б) виключне право використання об'єктів промислової й інтелектуальної власності, інших нематеріальних ресурсів;
- в) права на використання об'єктів промислової й інтелектуальної власності;
- г) усі майнові права;
- г) складові потенціалу підприємства, спроможні приносити економічну користь протягом тривалого часу, для яких відсутня матеріальна основа одержання прибутку.

18. Які об'єкти нематеріальних ресурсів не мають спеціального правового захисту:

- а) товарні знаки і знаки обслуговування;
- б) раціоналізаторська пропозиція;
- в) винахід;
- г) корисна модель;
- г) промисловий зразок.

19. Патент — це:

- а) документ, що дає суб'єкту підприємницької діяльності право використовувати зазначене в патенті технічне рішення;
- б) виключне право на використання зазначеного в патенті технічного рішення;
- в) документ, виданий державним органом, що дає суб'єкту підприємницької діяльності виключне право використовувати зазначене в патенті технічне рішення;
- г) документ, виданий державним органом, що дає особі або організації право використовувати зазначене в патенті технічне рішення;
- г) документ, що закріплює юридичні права на використання технічного рішення.

20. *Право власності на винахід (корисну модель) засвідчується:*

- а) патентом;
- б) ліцензією;
- в) авторським посвідченням;
- г) спеціальним рішенням спеціалістів;
- г) актом приймання винаходу до використання.

21. *Право використовувати найменування місця походження товару з рекламною метою мають:*

- а) усі суб'єкти підприємницької діяльності;
- б) усі суб'єкти підприємницької діяльності, що зареєстрували місце походження товару;
- в) лише ті суб'єкти підприємницької діяльності, що першими одержали свідоцтво про реєстрацію найменування місця походження товару з аналогічними властивостями;
- г) будь-який суб'єкт, що зареєстрував місце походження товару;
- г) правильна відповідь відсутня.

22. *Правовий захист місця походження товару виникає на підставі його реєстрації й одержання суб'єктом підприємництва:*

- а) патенту;
- б) ліцензії;
- в) свідоцтва;
- г) авторського посвідчення;
- г) акта приймання до виготовлення і користування.

23. *Передавання права на використання нематеріальних ресурсів власником цього права іншій зацікавленій особі здійснюється у формі:*

- а) патенту;
- б) ліцензії;
- в) свідоцтва;
- г) авторського посвідчення;
- г) акта приймання до виготовлення і користування.

24. *Об'єктом безпатентної ліцензії є:*

- а) промисловий зразок;
- б) винахід;
- в) виробничий досвід;
- г) ноу-хау;
- г) відкриття.

25. Нематеріальні активи підприємства оцінюються за їхньою собівартістю, якщо:

- а) нематеріальні активи створені самим підприємством і є його власністю;
- б) нематеріальні активи купуються в процесі діяльності підприємства;
- в) підприємство купує ліцензію на використання ноу-хау;
- г) керівництво підприємства вирішило продати які-небудь свої нематеріальні активи;
- г) правильної відповіді немає.

26. Мотивацією винаходів і нововведень найчастіше є:

- а) людська цікавість;
- б) бажання заробити більше грошей і просунутися в суспільстві;
- в) бажання краще й ефективніше виконати роботу;
- г) усе попереднє;
- г) нічого з попереднього.

ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Назвіть 4 варіанти державної інноваційної політики та наведіть приклади країн, що їх використовували.

Завдання 2

Ще в 1912 році російськими підприємцями (купцями) були вироблені принципи ведення справ у Росії:

- шануй владу;
- будь чесний і правдивий;
- шануй право приватної власності;
- люби і шануй людину;
- будь вірний своєму слову;
- живи відповідно до своїх достатків;
- будь цілеспрямований.

Дайте відповідь на такі питання:

1. Що з наведених вище принципів повною мірою зберегло свою актуальність і в наш час?
2. Які нові принципи бізнесу мають бути, на вашу думку, упроваджені в практику підприємницької діяльності України сьогодні?
3. Які принципи бізнесу ви вважаєте для себе пріоритетними?

Завдання 3

Виберіть з перелічених нижче положень зовнішні (*) і внутрішні (**) мотиви для інноваційних розробок:

1. Насичення ринку існуючими товарами.
2. Прискорення науково-технічного прогресу.
3. Прагнення збільшити зростання продажів.
4. Необхідність пристосувань і структурних змін у галузях промисловості.
5. Прагнення збільшити ринкову частку і кінцеву прибутковість.
6. Прагнення збільшити конкурентоспроможність на ринку.
7. Необхідність згладжування кон'юнктурних коливань.
8. Поліпшення конкурентоспроможності на ринку.
9. Зменшення ризику, пов'язаного з обмеженим товарним асортиментом.
10. Зміна переваг споживачів.
11. Вихід на нові для фірми ринки.

Завдання 4

Коротко визначіть сфери застосування державного впливу на інноваційний процес.

Завдання 5

Скільки може бути розумних пояснень наукової ідеї?

Завдання 6

У паспорті нового товару зазначено: «Гарантія на три роки». Що це означає в Японії та в Україні?

Завдання 7

Назвіть мікроекономічні причини необхідності державної підтримки інноваційної діяльності.

Завдання 8

Визначіть характерні риси сучасної податкової політики щодо інноваторів. Доповідь побудуйте так, щоб ці риси можна було поділити на ті, що сприяють інноваційній діяльності, та ті, що перешкоджають їй.

Завдання 9

Які законодавчі акти регулюють інноваційну діяльність?

2.9. КОМПЛЕКСНЕ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ

2.9.1. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ

Після того як відібрано до розроблення ряд інноваційних продуктів, необхідно визначити ефективність їх використання. Необхідність цього зростає в умовах ринкової економіки. Але не менш важлива вона і для перехідної економіки, тобто для України.

Залежно від результатів та витрат, які враховуються, на інноваційну діяльність розрізняють такі *види ефекту*:

- **економічний** — ураховує, у вартісному виразі всі види результатів і витрат, що зумовлені реалізацією інновацій;

- **науково-технічний** — характеризує новизну, простоту, корисність, естетичність, компактність;

- **фінансовий** — базується на результатах фінансових показників;

- **ресурсний** — відображає вплив інновацій на обсяг виробництва і споживання того чи іншого виду ресурсів;

- **соціальний** — ураховує соціальні результати реалізації інновацій;

- **екологічний** — ураховує вплив інновацій на оточуюче середовище (шум, електромагнітне поле, освітленість, вібрація).

Крім того, показники ефекту інноваційної діяльності можна розмежувати за такими ознаками:

- **за місцем одержання** — на локальний і загальнодержавний;
- **за метою визначення** — на абсолютний і порівняльний;
- **за ступенем збільшення** — на одноразовий і мультиплікаційний;

- **за часом урахування результатів і витрат** — за розрахунковий період та річний.

Локальний ефект характеризує результат інноваційної діяльності на рівні підприємства або іншої господарюючої структури. **Загальнодержавний ефект** характеризує спільний ефект у сферах виробництва і використання інновацій.

Абсолютний ефект характеризує загальний результат, що одержує підприємство від здійснення інноваційних заходів, за певний проміжок часу. **Порівняльний ефект** характеризує результати порівняння можливих альтернативних варіантів інноваційних заходів та вибору кращого з них.

Одноразовий ефект характеризує загальний (первісний) результат, що одержує підприємство від здійснення інноваційної діяльності. **Мультиплікаційний ефект** характеризує результат інноваційної діяльності, що поширюється не тільки на підприємство, а й на інші галузі, унаслідок чого відбувається мультиплікація ефекту, тобто процес його помноження.

Тривалість часу, що враховують при розрахунку інноваційного **ефекту на розрахунковий період чи на рік**, залежить від таких чинників:

- терміну інноваційного періоду;
- строку використання об'єкта інновацій;
- ступеня достовірності вихідної інформації;
- вимог інвесторів.

Загальним принципом оцінювання ефективності інноваційної діяльності є порівняння ефекту (**результату**) від застосування нововведень і **витрат** на їх розроблення, виробництво та споживання. Ефект від застосування нововведень може характеризувати **показник прибутку**, який, з одного боку, може складатися з економії від зниження собівартості, а з другого боку — від підвищення ціни, унаслідок нової якості інноваційної продукції.

У цілому проблема визначення ефективності і відбору найвигідніших варіантів реалізації інновацій потребує, по-перше, перевищення кінцевих результатів від їх використання над витратами на розроблення, виготовлення і реалізацію інновації, і по-друге, зіставлення отриманих при цьому результатів з результатами від застосування інших аналогічних за призначенням варіантів інновацій. Особливо гостро постає необхідність швидкого оцінювання і правильного відбору варіанта інновації на фірмах, які застосовують прискорену амортизацію, за якої строки заміни діючих машин і обладнання на нові істотно скорочуються.

Крім того, метод оцінювання ефективності інновацій залежить від об'єкта вимірювання ефективності.

Об'єктом оцінювання ефективності можуть виступати різні типи інновацій:

- засоби і знаряддя праці (нові, реконструйовані, модернізовані);
- предмети праці (сировина, паливо, матеріали, енергія);
- предмети кінцевого споживання;
- технологічні процеси;
- методи організації виробництва, праці та управління;
- інноваційний проект.

Розглянемо порядок розрахунку ефективності деяких об'єктів інновацій.

Ефективність використання *нових засобів праці* розраховується:

$$\text{Езп} = \text{Ц} + \text{Об} + \text{Пр},$$

де Ц — ціна одиниці продукції, що виробляється з використанням нових засобів праці;

Об — обсяг застосування нових засобів праці;

Пр — продуктивність нових засобів праці.

Ефективність використання *нових предметів праці* розраховується:

$$\text{Епп} = \text{Ц} + \text{Об} : \text{В},$$

де Ц — ціна одиниці продукції, що виробляється з використанням нових предметів праці;

Об — обсяг застосування нових предметів праці;

В — витрата предметів праці на одиницю продукції.

Основними показниками економічної *ефективності інноваційних проектів* найчастіше є:

— норма прибутку;

— період окупності;

— чистий приведений дохід;

— індекс рентабельності (прибутковості);

— внутрішня норма дохідності.

Норма прибутку — це коефіцієнт, який розраховується як відношення середньорічного прибутку від інновації до одноразового первісного капіталу, який витрачено для реалізації цієї інновації. Цей показник за своїм економічним змістом близький до наступного показника — періоду окупності.

Період окупності — це термін повертання коштів через отриманий від інновацій прибуток. Чим він менший, тим ефективнішим вважається проект. Крім того, показник періоду окупності може застосовуватися для порівняння його з банківським процентом як макроекономічним критерієм ефективності розміщення інвестиційних ресурсів.

Але неврахування чинника часу робить ці показники (норми прибутку та періоду окупності) не достатньо точними, а їх використання дає переважно приблизну оцінку ефективності інноваційного продукту. Приведення результатів й витрат до одного моменту часу необхідно робити тому, що вартість коштів є різною для різних років, залежно від ступеня віддаленості розрахункового року від року, ефект якого обчислюється.

Урахування чинника часу, тобто приведення різних у часі ефектів та витрат до одного моменту — розрахункового року, називається *процесом дисконтування*. Інакше кажучи, при оціню-

ванні ефективності інноваційного проекту оцінюється й ефективність використання грошей та отримання прибутку в часі — сьогодні чи в майбутньому.

Чистий приведений дохід визначається як теперішня вартість грошових потоків за весь період служби інновації, зменшена на теперішню вартість інвестиційних витрат за цей самий період. За наявності кількох варіантів здійснення інноваційного проекту вибирають варіант з максимальним показником чистого приведенного доходу.

Індекс рентабельності розраховується як відношення теперішньої вартості прибутку за період інноваційного проекту до обсягів інвестицій у даний проект. Якщо показник індексу рентабельності (прибутковості) більший одиниці, то чиста теперішня вартість інноваційного проекту позитивна. Крім того, показник індексу рентабельності буде більший, коли інвестиції будуть меншими.

Внутрішня норма дохідності — це норма дисконтування, за якої чиста теперішня вартість інновації дорівнює нулю, тобто дисконтовані грошові потоки інвестиційних витрат та прибутків стають однаковими. Модель використання цього показника при виборі варіантів інноваційних проектів така: чим він більший, тим вища ефективність проекту. Якщо внутрішня норма дохідності інноваційного проекту більша ніж прийнята норма дисконтування, то такий проект вважається економічно ефективним і забезпечує позитивну величину чистого приведенного доходу. Крім того, перевагою цього показника також вважається можливість установлення «межі безпеки» для інноваційного проекту.

Характерною рисою сучасності є оцінювання **соціальних результатів** інноваційної діяльності підприємства чи людини. Цей показник безпосередньо використовується в розрахунках економічної ефективності інноваційних проектів. Соціальний результат інноваційного продукту, оцінюваний економічною мірою, виступає одночасно і як соціальне, і як економічне явище, тому що задовольняє як економічні, так і соціальні потреби суспільства. На практиці економічна оцінка соціальних результатів пов'язана з оцінкою параметрів оточуючого людину середовища (виробничого чи природного). Розрізняють два способи оцінювання соціальних результатів:

I — визначення збитків від забруднення навколишнього середовища;

II — порівняння витрат, пов'язаних з реалізацією варіанта інноваційного проекту, що забруднює навколишнє середовище (необхідно додати витрати, пов'язані з дотриманням норм стану навколишнього середовища), і такого, що не забруднює його.

Таким чином, для розрахунку **показника соціально-економічного ефекту**, з урахуванням збитків від негативних соціальних результатів, необхідно до основних показників, що характеризують ефективність використання інноваційного продукту, додати обсяг витрат у вигляді збитків від забруднення виробничого чи природного середовища. Це можуть бути одноразові капітальні кошти, додаткові інвестиції чи витрати, що впливають на збільшення собівартості продукції, а отже, на зменшення річних приростів прибутку в разі використання інновації, що оцінюється.

2.9.2. ПЛАН СЕМІНАРСЬКОГО ЗАНЯТТЯ

1. Основні принципи вимірювання ефективності інноваційної діяльності.
2. Основні показники економічної ефективності інноваційних проєктів.
3. Економічна оцінка соціальних результатів інноваційної діяльності.



Питання для поглибленого вивчення теми

1. Специфіка ефективності інновацій у венчурних організаціях.
2. Поняття «період окупності» в інноваційній діяльності.
3. Абсолютна й порівняльна ефективність інновацій.
4. Поняття «інтегрального» ефекту.



Література

1. Крицков В. Ф., Ягудин С. Ю. Особенности оценки эффективности создания и освоения новой техники в шинной промышленности. — М., 1991. — 248 с.
2. Луговинов П. П. Управление эффективностью научно-технических нововведений. — Челябинск: ЧГТУ, 1994. — 412 с.
3. Садыков А. С. Оценка эффективности новой техники, капитальных вложений и предпринимательской деятельности: Учеб. пособие / Гос. акад. управления им. С. Орджоникидзе. — М., 1995. — 490 с.
4. Серегин А. М. Эффективность малого бизнеса. — М.: Экономика, 1990. — 216 с.
5. Статистика науки и инноваций / Под ред. Л. М. Гохберга. — М.: Центр исследований и статистики науки, 1996. — 516 с.
6. Стуков С. А. Функционально-стоимостной анализ. — Калинин, 1982. — 351 с.

7. Уотерман Р. Фактор обновления: Пер с англ. — М.: Дело ЛТД, 1995. — 452 с.
8. Экономика и статистика фирм / Под ред. С. Д. Ильенковой. — М.: Финансы и статистика, 1996. — 314 с.
9. Едронова В. Н., Мизиковская Е. А. Учет и анализ финансовых активов. — М.: Финансы и статистика, 1995. — 481 с.
10. Лялин В. А., Воробьев П. В. Финансовый менеджмент. — СПб., 1994. — 504 с.
11. Рид Э., Коттер Р., Гилл Э., Смит Р. Коммерческие банки: Пер. с англ. — М.: Космополис, 1991. — 602 с.

2.9.3. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ ЗНАНЬ

ТЕСТИ

1. Для одержання позитивних результатів під час проведення розрахунків ефективності інноваційного проекту є необхідним:

- а) узгодження в розрахунках за часом грошових потоків;
- б) урахування масштабу проекту;
- в) вибір моменту для дисконтування;
- г) установлення обсягу витрат і вигод проекту;
- г) визначення складності проекту.

2. Проекти затверджуються лише тоді, коли чиста поточна вартість:

- а) менша нуля;
- б) більша нуля;
- в) дорівнює нулю;
- г) більша одиниці.

3. За умови заданого ризику, індекс прибутковості — це:

- а) очікуваний рівень прибутковості;
- б) той граничний рівень прибутковості, нижче якого інвестори не відхиляють проект;
- в) рівень прибутковості, що дорівнює безризиковій ставці;
- г) рівень прибутковості, що дорівнює чистому приведенному доходу проекту;
- г) ніщо з переліченого.

4. Якщо індекс рентабельності інновацій дорівнює одиниці, то інтегральний ефект:

- а) менший 0;
- б) дорівнює 0;
- в) більший 0.

5. Інноваційний проект є економічно ефективним, якщо індекс рентабельності інновацій:

- а) дорівнює 0;
- б) більший 0, але менший 1;
- в) дорівнює 1;
- г) більший 1.

6. Недоотримана вигода від інноваційного проекту — це:

- а) шкода навколишньому середовищу;
- б) утрати;
- в) вигоди мінус утрати;
- г) вигода «з проектом» мінус утрати «без проекту»;
- г) ніщо з переліченого.

7. Оцінка населення, що мешкає в зоні реалізації інноваційного проекту, потребує:

- а) оцінити населення з погляду демографічних, соціальних особливостей, умов проживання;
- б) оцінити населення з погляду зайнятості, відпочинку і визначити міру впливу проекту на ці параметри;
- в) оцінити умови поліпшення рівня життя;
- г) оцінити ступінь впливу проекту на умови проживання, зайнятості і відпочинку населення;
- г) спрогнозувати зміну соціокультурних параметрів населення.

8. Соціальні наслідки інноваційних проектів оцінюються:

- а) бенефіціаторами проекту;
- б) учасниками проекту;
- в) населенням країни;
- г) аналітиками, що готують проект;
- г) усі попередні відповіді правильні.

9. Економічна придатність інноваційного проекту означає:

- а) можливість підвищення якості життя населення;
- б) розмір чистого економічного прибутку проекту;
- в) міру сприяння проекту досягненню встановлених країною цілей економічного розвитку;
- г) найпривабливіший із погляду економічних вигод проект;
- г) вирішення екологічних проблем.

10. До побічних ефектів інноваційного проекту не належать:

- а) збільшення обсягів попиту на ресурси, необхідні для реалізації проекту;
- б) розвиток соціальної інфраструктури в регіоні реалізації проекту;

- в) зміна в структурі сімей;
- г) забруднення водного і повітряного басейнів;
- г) зростання рівня зайнятості.

11. За яким критерієм показники ефекту інноваційної діяльності поділяються на локальні та загальнодержавні:

- а) за місцем одержання;
- б) за метою визначення;
- в) за ступенем збільшення;
- г) за часом урахування результатів і витрат.

12. За яким критерієм показники ефекту інноваційної діяльності поділяються на абсолютні та порівняльні:

- а) за місцем одержання;
- б) за метою визначення;
- в) за ступенем збільшення;
- г) за часом урахування результатів і витрат.

13. За яким критерієм показники ефекту інноваційної діяльності поділяються на одноразові та мультиплікаційні:

- а) за місцем одержання;
- б) за метою визначення;
- в) за ступенем збільшення;
- г) за часом урахування результатів і витрат.

14. Які показники ефективності інноваційного проекту не враховують чинник часу:

- а) норма прибутку;
- б) період окупності;
- в) індекс рентабельності;
- г) внутрішня норма дохідності.

ЗАВДАННЯ

Задача 1

Ваш конкурент рік тому заснував мале підприємство «Руслан». Незважаючи на перспективне поле діяльності (розроблення і виготовлення дельтапланів усіх видів) і допомогу з боку концерну, справи «Руслана» йдуть не кращим чином. Яке рішення, на Ваш погляд, є оптимальним:

а) замінити директора малого підприємства «Руслан», порадившись з головними спеціалістами, хто з колективу має необхідні якості;

- б) пошукати підходящого лідера «на стороні»;
- в) забезпечити перепідготовку і відповідне навчання директора «Руслана»;
- г) дати можливість ще рік «поборсатися» теперішньому директорові, а поки нічого не змінювати.

Задача 2

Запропоновані до впровадження три винаходи. Визначіть, який з них найрентабельніший, якщо відомо, що інвестиції: по першому винаходу становлять 446,5 грн, по другому — 750,6 грн, по третьому — 1250,0 грн; очікуваний прибуток: по першому винаходу становить — 640,2 грн, по другому — 977,5 грн, по третьому — 1475,5 грн.

Задача 3

У виробництво впроваджується новий агрегат для упакування тари. Визначити економічний ефект від використання нового агрегату з урахуванням чинника часу та питомих капіталовкладень.

Показники	Роки					
	1	2	3	4	5	6
Результати, грн	14 260	15 812	16 662	18 750	26 250	28 750
Витрати, грн	996	4233	10 213	18 140	18 396	20 148
Коефіцієнт дисконтування 10 %	0,9091	0,8264	0,7513	0,683	0,6209	0,5645

Задача 4

Проектний інститут розробляє технологічний процес (потокової лінії) з переробки сільськогосподарської сировини. Вартість проектних робіт становить 64 тис. грн, які мають бути освоєні протягом двох років: 44 тис. грн — першого року і 20 тис. грн — другого.

Виготовлення технічних засобів триватиме рік. Вартість обладнання 70 тис. грн, а монтажу — 24 тис. грн, який також має бути виконаний протягом року.

Освоєння проектного технологічного процесу дасть змогу переробляти щорічно 1000 т сировини і виробляти 200 тис. банок консервної продукції за ціною 2,1 грн за банку. Собівартість продукції 1,6 грн за банку.

Супутні капіталовкладення становлять 1100 грн щорічно. Термін експлуатації потокової лінії 5 років.

Обчисліть економічний ефект від використання нової технології.

Задача 5

Визначте величину комерційного ефекту у виробника і споживача нової формувальної машини, якщо витрати на її виробництво становлять 5250 грн, рентабельність виробництва 42 %, ставка податку на прибуток 30 %.

Використання машини дає можливість довести потужність цеху до 3000 шт. на рік. Ціна виробу становить 1,7 грн, а собівартість — 1,02 грн.

Супутні капіталовкладення дорівнюють 500 грн щорічно. Термін експлуатації машини згідно з технічною документацією 4 роки.

Задача 6

Поясніть, як інвестиції в людський капітал збільшують продуктивність праці, рівень заробітної плати, прибуток робітників. Поясніть, чому так або чому інакше.

Задача 7

Скільки відсотків свого товарообігу витрачає середня фірма на наукові дослідження і розробки?

Задача 8

Вам пропонується інвестувати два інноваційні проекти на вибір. При цьому варто враховувати, що:

— перша інвестиція припускає втрату 1 млн грн з імовірністю 0,5;

— друга — утрату 2 млн грн з імовірністю 0,3.

Яке рішення пов'язане з меншим ризиком?

Задача 9

Як називається ідея, пропозиція або проект, які після вивчення й опрацювання перетворюються в інновацію. Ваші обґрунтування.

Задача 10

Як правильно оцінити вартість інтелектуальної власності?

Задача 11

Припустимо, що фірма вважає свій прибуток максимальним, коли вона виробляє продукт «А» на суму 40 млн грн. Припустимо, що використовуючи кожну з наведених нижче технологій фірма випускає бажаний обсяг продукції.

Ресурси	Ціна за одиницю ресурсу, тис. грн	Технологія № 1	Технологія № 2	Технологія № 3
Праця	3	5	2	3
Земля	4	2	4	2
Підприємницькі здібності	2	2	4	5
Капітал	2	4	2	4

Яку технологію і чому вибере фірма за умови таких цін на ресурси?

Припустимо, що створена нова технологія, № 4. Вона потребує використання 2 од. праці, 2 од. землі, 6 од. капіталу і 3 од. підприємницьких здібностей. За умови наведених вище цін на ресурси чи застосує фірма технологію № 4?

Задача 12

Нижче подаються дані про структуру основних фондів галузей України, у % до результату:

Галузі	1970 р.	1980 р.	1990 р.	1999 р.
Промисловість	71,2	68,5	68,6	66,1
Сільське господарство	21,1	23,9	23,3	26,0
Будівництво	7,7	7,6	8,1	7,9

Визначте індекс інтенсивності структурних змін за період з 1970 р. до 1999 р.

Задача 13

Визначте середній вік устаткування на підприємстві, якщо відомо, що:

- а) 8 вакуум-апаратів функціонують 12 років;
- б) 4 вакуум-апарати встановлені і функціонують з початку поточного року;
- в) 20 вакуум-апаратів функціонують 10 років.

Задача 14

Мале підприємство придбало новий прилад контролю параметрів якості виробів. Ціна приладу 1000 грн, супутні одноразові витрати, пов'язані з експлуатацією приладу, в сумі 300 грн розподілені по роках експлуатації рівномірно. Використання нового приладу дало змогу збільшити продуктивність до 8000 виробів на рік. Собівартість виробу — 72 грн, а ціна — 86 грн. Нормативний строк служби приладу — 4 роки.

Обчисліть економічний ефект від придбання та експлуатації нового приладу.

Задача 15

Підприємство придбало новий напівавтомат вартістю 38 520 грн. Щорічно він випускатиме 50 000 виробів, ціна одного виробу — 2,2 грн. Поточні витрати на виробництво виробу становлять 1,9 грн щорічно. Термін служби напівавтомата 5 років.

Обчисліть економічний ефект від використання нового напівавтомата.

Задача 16

Дати вартісну оцінку основних результатів використання нових предметів праці.

Необхідні для розрахунків показники наведені в таблиці.

Показники	Одиниці	Галузь викорис-тання 1	Галузь викорис-тання 2	Галузь викорис-тання 3	Галузь викорис-тання 4
Обсяг викорис-тання нових пред-метів праці	оди-ниць	50	16	70	20
Витрати предме-тів праці на оди-ницю продукції	од./од.	2,5	3,0	2,0	1,0
Ціна одиниці продукції	грн/од.	30,0	65,0	40,0	25,0

Задача 17

Фабрика хутряних виробів придбала 5 нових швейних багато-операційних машин вартістю 7500 грн кожна. За рік на кожній з машин можна обробити 800 виробів. Ціна виробу 2600 грн, а со-

бівартість — 1580 грн. Технічною документацією передбачений строк служби машин такого класу 6 років.

Визначити економічний ефект від експлуатації нових швейних машин.

Задача 18

Обчисліть, за скільки років окупляються витрати на придбання ліцензії на виготовлення побутової кухонної машини, якщо вартість ліцензії становить 30 тис. грн, а капітальні витрати на освоєння її випуску — 250 тис. грн. Собівартість машини 98 грн, рентабельність — 16 %. Річний обсяг виробництва — 1200 шт.

Задача 19

На підприємстві застосована нова технологічна лінія. Завдяки її використанню валові витрати на виробництво одиниці продукції (собівартість) зменшились з 4680 до 4520 грн. Оптова ціна одиниці продукції становить 5100 грн. Нову автоматичну лінію розраховано на випуск 220 тис. одиниць продукції щорічно. На її придбання і введення в дію вкладено 85 280 тис. грн інвестицій.

Визначити рівень рентабельності нової технологічної лінії.

Задача 20

Підприємство придбало ліцензію на використання нової технологічної лінії. При її застосуванні прогнозна ціна одиниці виробу становитиме 1000 грн, обсяг продажу у 2002 р. дорівнюватиме 36 тис. од., в 2003 — 32 тис. од., у 2004 — 24 тис. од. Ставка роялті — 3 %. Розрахуйте ціну ліцензії при періодичних відрахуваннях (роялті).

Задача 21

Визначити індекс рентабельності інноваційного проекту та термін окупності інвестицій виходячи з таких даних: обсяг інвестицій в інноваційний проект становить 1200 тис. грн (на перший рік припадає 1000 тис. грн, на другий — 200 тис. грн). Грошові потоки, починаючи з другого року реалізації проекту, становитимуть 200 тис. грн, у наступні роки — відповідно 800, 1000, 1000, 1100 тис. грн. Дисконтна ставка — 5 %.

Задача 22

Чи доцільна реалізація інноваційного проекту за умов, що дисконтна ставка дорівнює 10 %, а податок на прибуток — 30 %?

Показники	1999 р.	2000 р.	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.
Інвестиції, тис. грн	850	800	400	—	—	—
Прибуток, тис. грн	—	—	800	1800	1900	1900
Амортизаційні відрахування, тис. грн	—	—	200	200	200	200

Використовуючи дані таблиці, розрахуйте термін окупності інвестицій.

Задача 23

Підприємство передбачає реалізувати інноваційно-інвестиційний проект вартістю 200 тис. грн, практичне здійснення якого спрямоване на виробництво нового виду продукції. Очікуються такі грошові потоки: 1 рік — 40 тис. грн, 2 рік — 40 тис. грн, 3 рік — 60 тис. грн, 4 рік — 50 тис. грн. Необхідно визначити чистий приведений дохід та термін окупності інвестицій за умови, що дисконтна ставка дорівнює 5 %.

Задача 24

Підприємство застосувало у виробництві нові предмети праці в обсязі 50 од. та 70 од. Витрати предметів праці на одиницю продукції становлять відповідно 2,5 од./од. та 2,0 од./од. При використанні нових предметів праці ціна продукції дорівнюватиме 30 грн та 45 грн. Дайте вартісну оцінку основних результатів використання нових предметів праці.

Задача 25

З метою виробництва нової продукції підприємство вирішило взяти в оренду необхідне устаткування терміном на 5 років на умовах фінансового лізингу.

Вартість обладнання 100 тис. грн Для фінансування угоди лізингодавець бере банківський кредит на 5 років у сумі 100 тис. грн під 30 % річних зі щорічним погашенням відсотків. Річна норма амортизації — 20 %, розмір щорічної маржі лізингодавця — 3 %, щорічного страхового платежу — 2 %. Періодичність виплати лізингових платежів — щорічна. Розрахувати лізингові платежі.

Які зміни відбудуться в розв'язанні задачі, якщо підприємство візьме в оренду устаткування на умовах оперативного лізингу. Розрахуйте лізингові платежі.

Задача 26

Підприємство розглядає можливість укладання коштів в інноваційний проект, який має такі показники:

Показники	1999 р.	2000 р.	2001 р	2002 р	2003 р.
Інвестиції, тис. грн	1000	200	—	—	—
Грошові потоки, тис. грн	—	200	800	1000	1000

Дисконтна ставка — 5 %. Розрахуйте індекс дохідності, чистий приведений дохід і термін окупності інвестицій та обґрунтуйте доцільність реалізації цього проекту.

РОЗДІЛ 3

ЗАВДАННЯ ДЛЯ БЛОЧНО-МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ ЗНАЇ

Поточний модульний контроль роботи студентів з курсу «Економіка та організація інноваційної діяльності» здійснюється двічі протягом вивчення курсу.

Перший раз контроль проводиться після вивчення таких тем: «Інновації: становлення та сучасні тенденції розвитку», «Сутнісна характеристика інноваційних процесів», «Особливості процесу створення та формування попиту на інновації», «Інноваційна політика фірми», «Система управління інноваційними процесами», «Сучасні організаційні форми реалізації інновацій». Робота містить три блоки завдань. У першому блоці необхідно дати визначення чотирьох основних запропонованих термінів. Максимальна сума балів за перший блок — 20. Друге завдання містить дванадцять тестових питань і оцінюється в 60 балів. Третій блок складається з двох теоретичних питань і оцінюється у 20 балів.

Другий контроль припадає на останній навчальний тиждень і охоплює такі теми: «Фінансування інноваційних процесів», «Регулювання та стимулювання інноваційної діяльності», «Комплексне оцінювання ефективності інноваційної діяльності фірми». Контрольна робота містить чотири блоки завдань. У першому завданні необхідно дати визначення двох термінів та навести дві розрахункові формули. Максимальна сума балів за перший блок — 20. Друге завдання містить шість тестових питань і оцінюється в 30 балів. Третій блок складається з двох теоретичних питань і оцінюється у 20 балів. Четвертий блок містить одну задачу й оцінюється в 30 балів.

Щоб отримати позитивний результат, необхідно набрати не менше 60 балів.

ПРИКЛАД ЗАВДАННЯ ДЛЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ

Модульний контроль 1

Блок 1. Дайте визначення запропонованим термінам:

1. Інноваційний процес — це ...
2. Життєвий цикл інновацій — це ...
3. Інноваційна політика фірми — це ...
4. Технопарк — це ...

Блок 2. Тестові завдання альтернативного вибору відповідей:

1. Завершальною ланкою і формою матеріалізації фундаментальних досліджень, засобом безпосереднього впливу науки на сферу виробництва є:

- а) технологія;
- б) технологічна операція;
- в) дослідно-конструкторська розробка;
- г) нововведення;
- г) організація.

2. Інноваційні процеси, результатом яких є нові вироби, технології їх виготовлення, засоби виробництва, називаються:

- а) економічними;
- б) соціальними;
- в) організаційними;
- г) технічними;
- г) юридичними.

3. Нововведення, що зумовлюють переважно еволюційні перетворення у сфері діяльності конкретних підприємств, є:

- а) локальними;
- б) соціальними;
- в) глобальними;
- г) економічними;
- г) технічними.

4. Технічні нововведення зумовлюють насамперед відповідні:

- а) соціальні нововведення;
- б) організаційні нововведення;
- в) економічні нововведення;
- г) локальні нововведення;
- г) юридичні нововведення.

5. Інноваційна політика підприємства передбачає:

- а) створення нових робочих місць;
- б) оновлення вироблюваної продукції;
- в) підвищення техніко-технологічного рівня виробництва;
- г) диверсифікацію виробництва.

6. Стратегія інноваційної діяльності спрямована на прийняття рішень відносно:

- а) нових ринків збуту продукції;
- б) оцінки рівня ризику витрат;
- в) наукових досліджень та конструкторських розробок;
- г) досягнення конкурентної переваги підприємства.

7. Яка інноваційна стратегія пов'язана з використанням поліпшуваних інновацій та визначається позицією «поруч — і трохи позаду» піонерних технологічних змін:

- а) наступальна;
- б) захисна;
- в) імітаційна;
- г) залежна;
- г) традиційна.

8. Яка інноваційна стратегія пов'язана з копіюванням технології виробництва продукції фірм-піонерів, виходом на ринок інтелектуальної власності:

- а) наступальна;
- б) захисна;
- в) імітаційна;
- г) залежна;
- г) традиційна.

9. Бізнес-план може розроблятися з метою:

- а) моделювання системи управління фірмою;
- б) подання до місцевих органів влади;
- в) розвитку управлінських можливостей підприємця;
- г) зацікавлення інвесторів;
- г) подання інформації статистичним органам.

10. Розробляючи інноваційну стратегію підприємства, слід урахувати:

- а) ринкову позицію підприємства;
- б) науково-технічну політику підприємства;
- в) життєвий цикл продукту;
- г) усі відповіді правильні.

11. Назвіть, які з перелічених послуг не надають «бізнес-інкубатори»:

- а) оренда приміщень;
- б) маркетингові послуги;
- в) інформаційні послуги;
- г) виробничі послуги.

12. Угода між корпораціями в межах стратегічного альянсу про довгостроковий та двосторонній обмін взаємодоповнюючими технологіями, інформацією і «ноу-хау» називається:

- а) спільна науково-технічна і виробнича діяльність;
- б) консорціум;
- в) спільне підприємство.

Блок 3. Розкрийте сутність наведених питань:

- 1. Чинники попиту на інновації. Види попиту.
- 2. Ринкові суб'єкти інноваційної діяльності.

Модульний контроль 2

Блок 1. Дайте визначення двох запропонованих термінів та наведіть дві розрахункові формули:

- 1. Інноваційний проект — це ...
- 2. Державна інноваційна політика — це ...
- 3. Термін окупності інвестицій —
- 4. Індекс прибутковості —

Блок 2. Тестові завдання альтернативного вибору відповідей:

1. Відтворювальна структура інвестицій — це співвідношення довгострокових витрат на:

- а) форми лише простого відтворення основних фондів;
- б) форми лише розширеного відтворення основних фондів;
- в) простого і розширеного відтворення основних фондів;
- г) правильні відповіді «б» і «в»;
- г) усі відповіді правильні.

2. Фінансові інвестиції — це:

- а) укладення, що фінансуються за рахунок фінансових засобів підприємства;
- б) укладення капіталу в дохідні види фондових інструментів;

- в) укладення, спрямовані на вдосконалення активної частини основних фондів;
- г) укладення капіталу в нематеріальні активи підприємства;
- г) укладення, що фінансуються за рахунок залучених коштів.

3. Інноваційний проект — це:

- а) план довгострокових фінансових укладень;
- б) бізнес-план;
- в) план використання фінансових ресурсів;
- г) завдання з визначеними вихідними даними і плановими результатами (цілями), що обумовлюють спосіб його вирішення;
- г) комплекс взаємопогоджених заходів, розроблених для досягнення визначених цілей протягом певного часу при встановлених ресурсних обмеженнях.

4. До головних ознак інноваційного проекту не належить:

- а) зміна стану після досягнення мети проекту;
- б) обмеженість у часі;
- в) обмеженість ресурсів;
- г) складність;
- г) неповторність.

5. Державна інноваційна політика — це:

- а) сукупність науково-технічних, виробничих, фінансово-збутових та інших заходів, пов'язаних з виробництвом та просуванням на ринок нової продукції;
- б) політика, що пов'язана з вибором пріоритетів у науці та техніці;
- в) регулювання інноваційної діяльності на рівні держави.

6. Назвіть, які з нижченаведених нематеріальних ресурсів не є об'єктами промислової власності:

- а) товарні знаки і знаки обслуговування;
- б) раціоналізаторські пропозиції;
- в) винаходи;
- г) корисні моделі;
- г) промислові зразки.

Блок 3. Розкрийте сутність таких питань:

1. Лізингове фінансування інноваційних процесів.
2. Внутрішнє регулювання та стимулювання інноваційної діяльності.

Блок 4. Розв'язіть задачу:

Проектний інститут працює над проектом технологічного процесу (потокової лінії) з переробки сільськогосподарської сировини. Вартість проектних робіт становить 64 тис. грн, які мають бути освоєні протягом двох років: 44 тис. грн — протягом першого року і 20 тис. грн — другого.

Виготовлення технічних засобів триватиме рік. Вартість обладнання — 70 тис. грн, а монтажу — 24 тис. грн, який також має бути виконаний протягом року.

Освоєння нового технологічного процесу дасть змогу переробляти щорічно 1000 т сировини та виробляти 200 тис. банок консервної продукції за ціною 2,1 грн за банку. Собівартість продукції — 1,6 грн за банку.

Супутні капіталовкладення становлять 1100 грн щорічно. Термін експлуатації потокової лінії 5 років.

Обчисліть економічний ефект від розроблення і використання нової технології.

РОЗДІЛ 4

ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

4.1. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Написання контрольної роботи студентами є складовою навчального процесу заочної форми навчання.

Мета написання контрольної роботи полягає в закріпленні і поглибленні теоретичних знань, здобутих у процесі вивчення курсу, набутті студентами вміння самостійно працювати з навчальною, спеціальною літературою і статистичними матеріалами.

Під час написання роботи студенти повинні вивчити законодавчі акти, літературні джерела, у яких розглядаються питання обраної теми, зробити узагальнення і висновки.

Загальні вимоги до контрольних робіт. У роботі студент зобов'язаний розкрити зміст обраної теми, показати знання літературних джерел і нормативних актів.

Зміст контрольної роботи має відповідати сучасному рівню розвитку економічної науки. У тексті висвітлюються всі питання, передбачені планом теми. Особливу увагу необхідно звернути на використання матеріалу, що характеризує роботу конкретних інноваційних структур. Необхідно показати вміння порівнювати різні підходи до вирішення тих або інших проблем, самостійно робити висновки на підставі досліджуваної літератури, зібраного, опрацьованого й узагальненого матеріалу.

Обсяг контрольних робіт — 20—25 сторінок (у тому числі схеми, діаграми, графіки).

Тему контрольної роботи студенти вибирають самостійно з урахуванням своєї практичної діяльності і можливостей використання матеріалів підприємства, галузі, сфери, у яких вони працюють, але дотримуючись рекомендованої тематики.

Для вибору теми студенти використовують запропоновану нижче таблицю.

Студенти, прізвища яких починаються з літер	А	Б	В	Г	Д	Є	Ж	З	І	Й	К	Л	М	Н
	О	П	Р	С	Т	У	Ф	Х	Ц	Ч	Ш	Щ	Ю	Я
Номер теми контрольної роботи	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42

4.2. ТЕМИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

*Тема: Інновації: становлення
та сучасні тенденції розвитку*

Контрольна робота № 1

1. Становлення та розвиток теорії інновацій.
2. Риси гуманістичного суспільства.

Контрольна робота № 2

1. Сучасні світові тенденції розвитку інновацій.
2. Й. Шумпетер — фундатор інноваційної теорії.

Контрольна робота № 3

1. Інноваційні теорії та їх застосування в сучасній інноваційній діяльності.
2. Сутність теорії «довгих хвиль» економічної кон'юнктури М. Кондратьєва.

Контрольна робота № 4

1. Місце та роль інновацій у системі господарювання.
2. Специфіка інноваційної діяльності в країнах-лідерах.

Контрольна робота № 5

1. Інновація як джерело сучасного економічного зростання.
2. Особливості державної інноваційної політики в Україні.

***Тема: Сутнісна характеристика
інноваційних процесів***

Контрольна робота № 6

1. Сутність інноваційного процесу.
2. Принципи класифікації та кодування інновацій, приклади класифікацій.

Контрольна робота № 7

1. Критерії вибору пріоритетів в інноваційній сфері.
2. Специфіка стадій життєвого циклу інноваційного продукту.

Контрольна робота № 8

1. Сутність організації інноваційної діяльності на підприємстві.
2. Основні етапи інноваційного процесу, їх характеристика.

Контрольна робота № 9

1. Сутність і зміст інноваційного підприємництва.
2. Моделі інноваційного процесу.

Контрольна робота № 10

1. Сутність та складові елементи інноваційної сфери.
2. Причини нерівномірності інноваційної активності в умовах ринкової економіки.

***Тема: Особливості створення інновацій
та формування попиту на них***

Контрольна робота № 11

1. Основні цілі стандартизації і сертифікації продукції.
2. Роль маркетингу в розробленні та реалізації інноваційного продукту.

Контрольна робота № 12

1. Сутність попиту на інновації та засоби його впровадження.
2. Формування цін на інноваційну продукцію.

Контрольна робота № 13

1. Чинники попиту на інновації. Види попиту.
2. Види цін на інноваційну продукцію й особливості їх формування.

Контрольна робота № 14

1. Значення експортної конкурентоспроможності інноваційного продукту.
2. Основні напрями і види аналізу попиту на інноваційну продукцію.

Контрольна робота № 15

1. Чинники, що визначають попит на інноваційну продукцію.
2. Види і методи формування попиту на інноваційну продукцію.

Тема: Інноваційна політика фірми

Контрольна робота № 16

1. Сутність та види інноваційної політики фірми.
2. Інноваційні стратегії: мета і завдання.

Контрольна робота № 17

1. Типи інноваційних стратегій.
2. Вплив зовнішнього і внутрішнього середовища інноваційного підприємства на стратегічне управління інноваціями.

Контрольна робота № 18

1. Значення альтернатив при виборі інноваційних стратегій.
2. Роль стилю керівництва в стратегічному управлінні інноваціями.

Контрольна робота № 19

1. Методи обґрунтування інноваційної стратегії.
2. Сутність стратегічного управління інноваціями.

Контрольна робота № 20

1. Принципи організації інноваційної стратегії творчого наукового колективу.
2. Завдання і принципи планування інновацій.

Тема: Система управління інноваційними процесами

Контрольна робота № 21

1. Специфіка функцій інноваційного менеджменту.
2. Значення прогнозування для управління інноваціями.

Контрольна робота № 22

1. Комунікації в інноваційному менеджменті.
2. Види планових розрахунків в інноваційній сфері.

Контрольна робота № 23

1. Методи, використовувані при розробленні науково-технічних прогнозів.
2. Сутність оперативного управління інноваційною діяльністю.

Контрольна робота № 24

1. Зміст продуктово-тематичного планування інновацій.
2. Організаційні структури управління інноваційною діяльністю.

Контрольна робота № 25

1. Основні поняття, використовувані в інноваційному менеджменті.
2. Особливості виробничого планування інновацій.

*Тема: Сучасні організаційні форми
реалізації інновацій*

Контрольна робота № 26

1. Сучасні форми організації впровадження інновацій.
2. Особливості функціонування малих інноваційних підприємств.

Контрольна робота № 27

1. Особливості основних і допоміжних робіт під час створення інновації.
2. Принципи і завдання організації впровадження інновацій.

Контрольна робота № 28

1. Організаційні форми інноваційного підприємництва в Україні.
2. Особливості венчурного інноваційного бізнесу.

Контрольна робота № 29

1. Сфери поширення малих інноваційних підприємств в Україні.
2. Досвід функціонування науково-технологічних парків у країнах Європи.

Контрольна робота № 30

1. Тенденції інноваційної активності в Україні.
2. Особливості технологічних парків Японії.

Тема: Фінансування інноваційних процесів

Контрольна робота № 31

1. Функції фінансування інноваційних процесів в економіці ринкового типу.
2. Специфіка позабюджетних фондів та інших джерел недержавного фінансування.

Контрольна робота № 32

1. Джерела коштів для фінансування інновацій.
2. Позабюджетні форми підтримки інноваційної діяльності в Україні.

Контрольна робота № 33

1. Сутність і призначення лізингу при фінансуванні інноваційної діяльності.
2. Мета створення і принципи діяльності Інноваційного фонду України.

Контрольна робота № 34

1. Засоби оцінювання прибутковості акцій інноваційного проекту.
2. Технологія формування портфеля інноваційних проектів.

Контрольна робота № 35

1. Сутність і зміст інноваційного проекту.
2. Методи оцінювання фінансової стабільності інноваційного підприємства.

Тема: Регулювання та стимулювання інноваційної діяльності

Контрольна робота № 36

1. Зміст державної інноваційної політики.
2. Державне регулювання міжнародного науково-технічного співробітництва.

Контрольна робота № 37

1. Сутність правового регулювання інноваційної діяльності.
2. Специфіка і взаємозв'язок понять: «інтелектуальна власність», «промислова власність», «винахід».

Контрольна робота № 38

1. Закони і нормативно-правові акти України, що регулюють інноваційну діяльність.
2. Функції патенту в правовому регулюванні інноваційної діяльності.

Контрольна робота № 39

1. Промислова власність: поняття, сфери поширення.
2. Система патентування та її особливості в різних країнах світу.

*Тема: Комплексне оцінювання ефективності
інноваційної діяльності фірми*

Контрольна робота № 40

1. Структура й особливості інноваційних витрат.
2. Принципи оцінювання інноваційного проекту.

Контрольна робота № 41

1. Показники науково-технічної і соціальної ефективності інноваційного проекту.
2. Методи врахування ризиків під час оцінювання інноваційних проектів.

Контрольна робота № 42

1. Основні матеріальні і нематеріальні результати інноваційної діяльності.
2. Прості й інтегральні показники фінансової оцінки інноваційного підприємства.

РОЗДІЛ 5

КРИТЕРІЇ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІНИ

Найважливішим методом підсумкового контролю та оцінювання знань студентів з навчального курсу «Економіка та організація інноваційної діяльності» є проведення іспиту. Результати іспитів можуть бути оцінені за стобальною системою, де за 85—100 балів студент отримує оцінку «відмінно», за 70 — 80 балів — «добре», за 50—65 балів — «задовільно», до 50 балів — «незадовільно».

Приклад екзаменаційного білета додається.

БІЛЕТ № 1

Теоретико-методичні питання:

1. Становлення та розвиток теорії інновацій.
2. Життєвий цикл інновацій.
3. Особливості функціонування фірм-«інкубаторів».
4. Сутність та ефективність використання «ноу-хау» в діяльності підприємства.

За кожну правильну відповідь ви отримуєте 10 балів.

Тестові завдання:

5.1. Які з перелічених видів відносин не використовуються в управлінні інноваційними процесами:

- 1) лінійні;
- 2) штабні;
- 3) функціональні;
- 4) методичні;
- 5) нелінійні.

5.2. Доведення рішень з вищого на нижчий рівень ієрархічної структури управління інноваційним процесом у обов'язковій формі наказу має місце при:

- 1) штабних відносинах;
- 2) функціональних відносинах;
- 3) матричних відносинах;
- 4) лінійних відносинах.

5.3. Які з перелічених чинників не перешкоджають проведенню інноваційної діяльності у великих організаціях:

- 1) узгодженість роботи всіх підрозділів;
- 2) складність структури ієрархії;
- 3) стимулювання інноваційних заходів;
- 4) опір змінам.

За правильну відповідь на три тестові завдання ви отримуєте 10 балів.

6.1. Які з перелічених джерел фінансування інноваційної діяльності підприємства не належать до внутрішніх:

- 1) нерозподілений прибуток;
- 2) амортизаційний фонд;
- 3) доходи від продажу власності;
- 4) банківський кредит.

6.2. Під оперативним лізингом розуміють:

- 1) передачу у використання майна на строк, що відповідає амортизаційному строку актива;
- 2) передачу у використання майна на строк, коротший за його економічний строк служби;
- 3) продаж промисловим підприємством частини активів лізинговій компанії з одночасним підписанням договору про його оренду.

6.3. Назвіть, які з перелічених джерел фінансування інноваційної діяльності підприємства належать до позичкових:

- 1) лізинг;
- 2) кошти, що виручаються від розміщення на фондовому ринку облігацій;
- 3) кошти, що виручаються від розміщення на фондовому ринку нових випусків акцій.

За правильну відповідь на три тестові завдання ви отримуєте 10 балів.

7.1. Завданням інноваційної політики підприємства є:

- 1) створення нових робочих місць;
- 2) оновлення вироблюваної продукції;
- 3) підвищення техніко-технологічного рівня виробництва;
- 4) диверсифікація виробництва.

7.2. Стратегія інноваційної діяльності спрямована на прийняття рішень відносно:

- 1) нових ринків збуту продукції;
- 2) оцінювання рівня ризику витрат;
- 3) наукових досліджень та конструкторських розробок;
- 4) досягнення конкурентної переваги підприємства.

7.3. Яка інноваційна стратегія визначається тим, що характер технологічних змін фірми підпорядкований політиці іншої фірми, яка є головною на даному ринку продукції і виступає за-мовником у кооперативних зв'язках:

- 1) наступальна;
- 2) захисна;
- 3) імітаційна;
- 4) залежна;
- 5) традиційна.

За правильну відповідь на три тестові завдання ви отримаєте 10 балів.

8.1. Державна інноваційна політика — це:

- 1) сукупність науково-технічних, виробничих, фінансово-збутових та інших заходів, пов'язаних із виробництвом та просуванням на ринок нової продукції;
- 2) політика, яка пов'язана з вибором пріоритетів в науці та техніці;
- 3) регулювання інноваційної діяльності на рівні держави.

8.2. Назвіть 4 варіанти державної інноваційної політики.

8.3. До стимулюючих чинників інноваційної діяльності належать:

- 1) розвиток товарно-грошових відносин;
- 2) конкуренція на ринку;
- 3) безробіття.

За правильну відповідь на три завдання ви отримаєте 10 балів.

Практичні завдання:

Задача 9

На підприємстві до впровадження запропоновано три винаходи. Визначіть, який з них найрентабельніший. Дані наведені в таблиці.

№	Інвестиції, тис. грн	Дохід, тис. грн
1	446,5	640,2
2	750,6	977,5
3	1250,0	1475,5

Задача 10

Використовуючи дані попередньої задачі, оцініть розмір прибутку на одиницю використаних коштів.

За кожен правильну відповідь ви отримаєте 10 балів.

Критерії підсумкової оцінки:

85—100 балів — «відмінно»;

70—80 балів — «добре»;

50—65 балів — «задовільно»;

до 50 балів — «незадовільно».



Література

1. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. — К.: Заповіт, 1996. — 284 с.

2. Бетухина Е., Пойсик М. Мировая практика формирования научно-технической политики. — Кишинев, 1990. — 211 с.

3. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: Учебник. — М.: Высш. шк., 1995. — 314 с.

4. Водачек Л., Водачкова О. Стратегия управления инновациями на предприятии. — М.: Экономика, 1989. — 401 с.

5. Гамидов Г. С. Основы инноватики и инновационной деятельности / Г. С. Гамидов, В. Г. Колосов, Н. О. Осменов. — СПб.: Политехника, 2000. — 311 с.

6. Гунин В. Н. и др. Управление инновациями. Модуль 7. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 216 с.

7. Грачева М. В. Инновационная деятельность в промышленности: теория и практика в странах рыночной экономики. — М.: ИМЭМО РАН, 1994. — 315 с.

8. Инновационный процесс в странах развитого капитализма (методы, формы, механизм) / Под ред. И. Е. Рудаковой. — М.: Изд-во МГУ, 1991. — 411 с.

9. Инновационный менеджмент: Справ. пособие / Под ред. П. Н. Завлина и др. — М.: ЦИСИН, 1998. — 503 с.

10. Кирина Л. В., Кузнецова С. А. Стратегия инновационной деятельности предприятия // Формирование механизма управления предприятием в условиях рынка / Под ред. В. В. Титова. — Новосибирск, 1995. — 491 с.

11. Ковалев Г. Д. Основы инновационного менеджмента: Учеб. для вузов / Под ред. проф. В. А. Швандара. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 284 с.

12. Ланко О. Н. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання. — К.: ІЕП НАНУ, 1999. — 316 с.

13. Мильнер Б. З. Организация программно-целевого управления. — М.: Наука, 1980. — 401 с.
14. Морозов Ю. П. Управление технологическими инновациями в условиях рыночных отношений. — Н. Новгород: ННГУ, 1995. — 446 с.
15. Морозов Ю. П. Менеджмент исследовательской организации: Учеб. пособие. — Н. Новгород: Нижегородский коммерческий ин-т, 1998. — 446 с.
16. Морозов Ю. П. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. — Н. Новгород: ННГУ, 1997. — 319 с.
17. Мотовилов О. В. Банковское и коммерческое кредитование и финансирование инноваций. — СПб., 1994. — 381 с.
18. Новая технология и организационные структуры / Под ред. Й. Пинтинитса, А. Бьютандама. — М.: Экономика, 1990. — 362 с.
19. НТП: Словник / В. Г. Горохов. — М., 1987. — 612 с.
20. Основы инновационного менеджмента / Под ред. П. Н. Завлина и др. — М.: Экономика, 2000. — 614 с.
21. Покропивний С. Ф., Новак А. П. Ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності: Зб. навч.-метод. матеріалів. — К.: КНЕУ, 1997. — 216 с.
22. Поршнев А. Г. Управление инновациями в условиях перехода к рынку. — М.: Мегаполис-Контакт, 1998. — 402 с.
23. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: Пер. с венг. — М.: Прогресс, 1990. — 401 с.
24. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. — М.: Экономика, 1989. — 380 с.
25. Ткачева Н. Н., Чернов С. А. Проблемы развития инновационной сферы в Украине // Менеджер. — 2000. — № 3. — С. 66—71.
26. Управление инновационным проектом «Опыт IBM». — М.: ИНФРА-М., 1995. — 215 с.
27. Управление организацией: Учебник / Под ред. А. Г. Поршнева и др. — М.: ИНФРА-М, 1998. — 412 с.
28. Управление инвестициями: В 2 т. / В. В. Шеремет, В. Д. Павлюченко и др. — М.: Высш. шк., 1998. — Т. 1. — 402 с.; Т. 2. — 426 с.
29. Фатхутдинов Р. Инновационный менеджмент: Учеб. для вузов. — М.: Интел-Синтез, 1998. — 560 с.
30. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. — 2-ге вид., перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 1999. — 400 с.
31. Черваньов Д. М., Нейкова Л. І. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України. — К.: Знання, КОО, 1999. — 492 с.
32. Чигирь В. Ф. Интеллектуальная собственность: В 2 т. — Минск: Амалфея, 1997. — Т. 1. — 384 с.; Т. 2. — 402 с.
33. Шумпетер Й. Теория экономического развития. — М.: Прогресс, 1982. — 32 с.

ЗМІСТ

Передмова	3
<i>Розділ 1. Типова навчальна програма курсу</i>	<i>5</i>
<i>Розділ 2. Навчально-методичне забезпечення до тем курсу</i>	<i>11</i>
2.1. Інновації: становлення та сучасні тенденції розвитку	11
2.2. Сутнісна характеристика інноваційних процесів	21
2.3. Особливості створення інновацій та формування попиту на них	32
2.4. Інноваційна політика фірми	46
2.5. Система управління інноваційними процесами	56
2.6. Сучасні організаційні форми реалізації інновацій	71
2.7. Фінансування інноваційних процесів	84
2.8. Регулювання та стимулювання інноваційної діяльності	101
2.9. Комплексне оцінювання ефективності інноваційної діяльності фірми	116
<i>Розділ 3. Завдання для блочно-модульного контролю знань</i>	<i>131</i>
<i>Розділ 4. Тематика контрольних робіт</i>	<i>137</i>
<i>Розділ 5. Критерії підсумкового контролю знань студентів з дисципліни.</i>	<i>145</i>

Навчальне видання

**ПАВЛЕНКО Ірина Анатоліївна
ГОНЧАРОВА Наталія Петрівна
ШВИДАНЕНКО Генефа Олександрівна**

ЕКОНОМІКА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Навчально-методичний посібник
для самостійного вивчення дисципліни**

Редактор
Художник обкладинки
Технічний редактор *Т. Піхота*
Коректор *І. Савлук*
Верстка *Т. Мальчевської*

Підписано до друку 27.05.02. Формат 60×84/16. Папір офсет. № 1.
Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний. Умов. друк. арк. 0000.
Умов. фарбовідб. 000. Обл.-вид. арк. 9,32. Наклад 000 прим. Зам. № 01-2292.

Видавництво КНЕУ
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1
Свідоцтво про реєстрацію № 235 від 07.11.2000
Тел./факс (044) 458-00-66; 446-64-58
E-mail: publish@kneu.kiev.ua