

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

методичні рекомендації для проведення практичних занять здобувачам вищої освіти ступеня «Бакалавр» спеціальності 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» денної форми навчання

**МИКОЛАЇВ
2018**

УДК 330.341.1:658.11
I-66

Рекомендовано до друку рішенням науково-методичної комісії обліково-фінансового факультету Миколаївського національного аграрного університету від _____.2018 р., протокол № ____

Укладачі: Н. М. Сіренко, І. В. Барішевська

Рецензенти:

- Сластіон Т. Ю. - зам. головного бухгалтера ТОВ «Золотий Колос» Вітовського району;
- Сирцева С. В. - канд. екон. наук, доцент кафедри обліку і оподаткування, Миколаївський національний аграрний університет

ЗМІСТ

Вступ	
Тема 1 Інновації і циклічність економічного розвитку	
Тема 2 Ключові поняття інноваційного розвитку	
Тема 3 Вимірювання рівня інноваційного розвитку та чинники його формування	
Тема 4 Сучасні організаційні форми інноваційного розвитку	
Тема 5 Глобальні науково-технічні та інформаційні комунікації в інноваційній сфері	
Тема 6 Інфраструктура ринку інновацій	
Тема 7 Державна підтримка інноваційного підприємництва	
Тема 8 Національні інноваційні системи	
Тема 9 Маркетинг інновацій	
Тема 10 Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства	0
Тема 11 Інноваційний потенціал підприємства	0
Тема 12 Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства	1
Тема 13 Ризики в інноваційній діяльності та управління ними	1
Тема 14 Охорона прав та економіка інтелектуальної власності як складова економічної безпеки інноваційної діяльності	1
Практичні завдання	2
Індивідуальна робота	8
Тестові завдання	9
Список літературних джерел	6

ВСТУП

Метою вивчення дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства» є:

- оволодіння здобувачами вищої освіти сучасними теоретичними основами та практичними навичками організації управління процесом інноваційного розвитку;
- формування у здобувачів вищої освіти ринково орієнтованих пріоритетів соціально-економічного розвитку суспільства на основі використання внутрішніх і зовнішніх можливостей розвитку.

Основними завданнями дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства» є:

- вивчення теоретичних основ управління інноваційним розвитком та понятійного апарата дисципліни;
- освоєння методологічних основ формування організаційно-економічного механізму управління процесами інноваційного розвитку;
- оволодіння методичними підходами щодо розробки інноваційних проектів;
- вивчення теоретичних основ і оволодіння методичними підходами щодо управління вибором напрямків інноваційного розвитку та розробленням інновацій, ресурсним та інформаційним забезпеченням, формуванням стратегії еколого-збалансованого інноваційного розвитку суб'єктів господарювання, в тому числі й аграрного сектора.

Об'єктом вивчення дисципліни є процес інноваційного розвитку соціально-економічних систем.

Предметом вивчення дисципліни є теоретичні, методичні та практичні засади інноваційного розвитку суб'єктів господарювання, окремих галузей та держави в цілому.

У результаті вивчення дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

ЗНАТИ:

- теоретико-методичні основи управління розвитком на основі інновацій різних сфер діяльності суб'єктів господарювання, галузей, економіки;
- основні проблеми, пов'язані з інноваційним розвитком підприємств, галузей, економіки.

УМІТИ:

- враховуючи стан економічного розвитку і специфіку діяльності суб'єкта господарювання, обґрунтовано оцінювати і вибирати найефективніші напрямки інноваційного розвитку, прийнятні з погляду зовнішніх і внутрішніх умов;
- розробляти інноваційні заходи і управляти інноваційним розвитком підприємств, галузей, економіки;
- застосовувати маркетингові інструменти на етапах інноваційного процесу, оцінювати і відбирати інноваційні ідеї;
- визначати оптимальний рівень витрат на просування інновацій на ринку;
- формувати інформаційну базу для управління напрямками інноваційного розвитку;
- виконувати аналіз і оцінку структури інвестицій при інвестуванні проектів інноваційного розвитку суб'єктів господарювання;
- визначати стратегії інноваційного розвитку підприємства, галузі,

держави.

ТЕМА 1 ІННОВАЦІЇ І ЦИКЛІЧНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Мета: Характеристика інновацій та інноваційної діяльності. Класифікації інновацій та їх особливості. Циклічність економічного розвитку з позицій теорії інновацій.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. У чому полягає відмінність термінів «іновація» і «інновація»?
2. Зміст поняття «інновація» за Й. Шумпетером.
3. Що відноситься до об'єктів інноваційної діяльності?
4. У чому полягає позитивний суспільний ефект інновацій?
5. Головні цілі науково-технічного та інноваційного розвитку.
6. У чому сутність інноваційного типу економічного розвитку?
7. Яка роль інновацій у циклічності економічного розвитку у контексті «довгих хвиль» М. Кондратьєва?
8. Види економічної рівноваги в рамках теорії довгих хвиль М. Кондратьєва
9. Сутність і фази економічного циклу. Охарактеризуйте фазу економічного циклу - «криза».

ТЕМА 2 КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Мета: Сутність інноваційного розвитку підприємства. Чинники, які визначають рівень інноваційного розвитку підприємства. Концептуальні основи управління інноваційним розвитком.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Наведіть класифікацію інновацій за Й. Шумпетером.
2. Наведіть класифікацію інновацій за змістом діяльності.
3. Наведіть класифікацію інновацій за сферою внесення змін, які вони викликають.
4. Наведіть класифікацію інновацій за ступенем матеріальної відчутності.
5. Поняття життєвого циклу інновації. Етапи життєвого циклу (перерахувати).
6. Поняття інноваційного процесу та його етапи (перерахувати).
7. Поняття інноваційного підприємництва.
8. Поняття інноваційної інфраструктури.
9. Поняття та зміст інноваційної діяльності.

ТЕМА 3 ВИМІРЮВАННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ЧИННИКИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

Мета: Методи вимірювання рівня інноваційного розвитку: розрахунок зростання обсягів доходу у порівнянні з аналогом; оцінювання ефективності інновацій за показниками терміну корисного використання; застосування системи

оціночних показників, які враховують інтереси різних учасників інноваційного проекту; розрахунок інтегрального (загального) ефекту від створення, виробництва та експлуатації нововведень; застосування методів компаундінгу та ануїтету у поєднанні з МЕТОДОМ ДИСКОНТУВАННЯ; використання двох норм доходу на капітал.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Економічні та законодавчі чинники інноваційного розвитку підприємства.
2. Технологічні та організаційно–управлінські чинники інноваційного розвитку підприємства.
3. Зовнішні і внутрішні фактори впливу на інновативність підприємства.
4. Ефективність інновацій та її прояв на мікроекономічному та макроекономічному рівні.
5. Критерії оцінки ефективності інновацій.
6. Економічний ефект від інноваційної діяльності.
7. Різновиди економічного ефекту для різних суб'єктів інноваційного процесу.
8. Науково-технічний ефект від інноваційної діяльності.
9. Науковий (пізнавальний) ефект від інноваційної діяльності.
10. Соціальний ефект від інноваційної діяльності.
11. Макроекономічний підхід оцінювання рівня інноваційного розвитку.

Темі доповідей:

ТЕМА 4 СУЧАСНІ ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Мета: Ринкові суб'єкти інноваційної діяльності. Організаційні структури підтримки інноваційного підприємництва. Організаційні форми інтеграції науки і виробництва. Науково-технічна кооперація в інноваційних процесах.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Охарактеризуйте основні складові сфери інноваційної діяльності.
2. У чому сутність інноваційної інфраструктури?
3. Які підприємства відносять до інноваційних в Україні?
4. Охарактеризуйте поведінку щодо інновацій фірм-експлерентів, патентів, комутантів і віолентів. Які з них є найпоширенішими в Україні?
5. У чому особливість заснування та діяльності венчурних фірм?
6. Охарактеризуйте типи венчурних фірм.
7. Вкажіть чинники, несприятливі для розвитку венчурного підприємництва в Україні.
8. У чому сутність бізнес-інкубатора і які послуги він може надавати?
9. Хто може бути партнерами бізнес-інкубаторів?
10. За якими критеріями добирають учасників бізнес-інкубаторів?
11. Чи перспективними є бізнес-інкубатори в Україні? Що дає підстави для

такого висновку?

12. Опишіть види регіональних науково-технічних центрів та їх функції.

13. У чому сутність технопарків і якими є шляхи їх виникнення?

14. Які основні завдання технопарку?

15. У чому полягає ефективність функціонування РНТЦ та науково-технологічних парків?

16. За яких умов можливе виникнення технополісів?

17. Охарактеризуйте завдання різних форм міжфірмової науково-технічної кооперації в інноваційних процесах.

Наведіть порівняльну характеристику різних типів технологічно орієнтованих спільних підприємств.

ТЕМА 5 ГЛОБАЛЬНІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ

Мета: Інформаційно-комунікаційні технології як ключовий фактор інноваційного розвитку підприємств. Показники розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Інноваційні тенденції світового ринку інформаційних технологій. Напрямки підвищення ефективності підприємств в умовах розвитку інформаційного середовища.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Викладіть етимологію терміну «інформаційно-комунікаційні технології».
2. Охарактеризуйте особливості інноваційного розвитку в умовах глобалізації.
3. Окресліть особливості сфери діяльності інформаційних технологій.
4. Аргументуйте індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.
5. Охарактеризуйте моделі інформаційно-комунікаційних систем. Відповідь обґрунтуйте.
6. Обґрунтуйте інформаційне забезпечення нововведень як сучасний напрям інформаційної діяльності соціально-комунікаційних структур.
7. Аргументуйте недоліки розвитку національної інноваційної системи України.

ТЕМА 6 ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ ІННОВАЦІЙ

Мета: Інфраструктура ринку інновацій як складна економічна категорія. Методичні підходи до характеристики інфраструктури ринку інновацій.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Які заходи державного стимулювання і регулювання інноваційної діяльності застосовуються у провідних країнах світу?
2. Охарактеризувати систему методів державного регулювання інноваційної діяльності в Україні.
3. Дати визначення базовому і програмно-цільовому фінансуванню інноваційної діяльності в Україні.
4. Як відбувається правове регулювання інноваційної діяльності в

Україні?

5. Що таке інноваційна інфраструктура, які її елементи і функції?
6. Якими є елементи фінансово-економічного супроводу інноваційної діяльності?
7. Які є органи сертифікації інноваційної продукції та органи захисту прав інтелектуальної власності?
8. Як відбувається інформаційне та консалтингове забезпечення інноваційної діяльності?
9. Як відбувається експертиза та сприяння просуванню на ринок інноваційних проектів?
10. Що таке технопарки та бізнес-інкубатори? Яка їх роль у забезпеченні сприятливого інноваційного клімату?
11. Що таке технополіси, науково-виробничі агломерації і інфопорти? Яка їх роль у забезпеченні сприятливого інноваційного клімату?

ТЕМА 7 ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Мета: Сучасні форми державної підтримки підприємництва згідно з міжнародними підходами. Сучасні форми державної підтримки підприємництва в Україні.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Охарактеризуйте основні принципи державного регулювання інноваційної діяльності за критеріями їх реального виконання.
2. Що є джерелами фінансування інноваційної діяльності та які з них є пріоритетними?
3. Що є основними факторами необхідності активізації державного регулювання інноваційної діяльності?
4. Які є методи стимулювання інноваційної діяльності?
5. Що є пріоритетними завданнями державного регулювання інноваційної діяльності?
6. У чому полягає індикативний характер державного регулювання інноваційної діяльності?
7. Охарактеризуйте систему методів державного регулювання інноваційної діяльності в Україні?
8. Перерахуйте основні заходи державного регулювання інноваційної діяльності.
9. Охарактеризуйте основні складові інституційного забезпечення підтримки інноваційної діяльності в Україні.

ТЕМА 8 НАЦІОНАЛЬНІ ІННОВАЦІЙНІ СИСТЕМИ

Мета: Еволюція розвитку національної інноваційної системи. Роль національної інноваційної системи. Оцінка стану національної інноваційної системи.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

- 1 Як формувалася дефініція терміну «національна інноваційна система»? Чим це було зумовлено?
2. Назвіть основні нормативно-правові документи, які забезпечують формування і розвиток національної інноваційної системи в Україні.
3. Виокреміть основні елементи національної інноваційної системи в Україні.
4. Аргументуйте ключові умови формування і розвитку НІС в Україні.
5. Охарактеризуйте систему керування регіональним інноваційним розвитком.
6. Викладіть першочергові завдання створення ефективної національної інноваційної системи в Україні.
7. Охарактеризуйте зарубіжний досвід формування національних інноваційних систем.

ТЕМА 9 МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ

Мета: Організаційно-економічні засади впровадження концепції інноваційного маркетингу в діяльність підприємства. Принципи управління підприємством на засадах інноваційного маркетингу. Склад і структура механізму управління підприємством у руслі концепції інноваційного маркетингу, рівні його реалізації.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Що являє собою класифікація незадоволених потреб споживачів? У чому полягають особливості аналізу реально існуючих потреб, прихованих розпізнаних, прихованих нерозпізнаних?
2. У чому полягає сутність методу виявлення прихованих, але неідентифікованих (нерозпізнаних) потреб?
3. Охарактеризуйте основні фактори, що враховуються при аналізі попиту на нові товари.
4. Які існують бар'єри, що перешкоджають сприйняттю інновацій ринком? У чому полягають підходи до їх подолання?
5. Розкрийте сутність дифузії інновацій. Які її етапи?
6. Охарактеризуйте основні групи споживачів, виділені за їх ставленням до інновацій.
7. Якою є послідовність етапів сприйняття і схвалення інновацій споживачами? Що становить їх Інформаційну основу?
8. Які існують методи створення первинного попиту на товарні інновації? У чому полягають особливості формування й стимулювання попиту на товари широкого вжитку і товари промислового використання?
9. Охарактеризуйте засоби просування різних видів товарних інновацій.
10. Яку роль відіграє позиціонування при створенні попиту на нові товари?

ТЕМА 10 СТРАТЕГІЇ ТА БІЗНЕС-МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Мета: Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства. Етапи розроблення й реалізації інноваційного проекту: розробка концепції проекту, власне проектування, виготовлення і просування на ринок інноваційної продукції. Групи бізнес-процесів управління інноваційними проектами.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Які основні етапи розроблення та реалізації інноваційного проекту?
2. Як розробляється концепція інноваційного проекту та її етапи.
3. Послідовність етапів розробки технічної документації інноваційного проекту та які його етапи?
4. Охарактеризувати етапи виготовлення і просування на ринок інноваційної продукції.
5. Що таке бізнес-процеси та які їх різновиди? Як відбувається управління бізнес-процесами?
6. Які існують підходи до визначення рівнів забезпечення якості інноваційного процесу?

ТЕМА 11 ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Мета: Аналіз інноваційного потенціалу підприємства. Пошук та розширення нових можливостей підприємства. Аналіз зовнішньої та внутрішньої позиції підприємства. Методи пошуку та аналізу інноваційних можливостей. Основні показники інноваційного потенціалу підприємства.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Поясніть зміст поняття "потенціал інноваційного розвитку". Охарактеризуйте структуру потенціалу інноваційного розвитку.
2. Які основні складові потенціалу інноваційного розвитку та відповідальних за їх стан?
3. У чому сутність категорії "ринковий потенціал"? Охарактеризуйте його складові.
4. Охарактеризуйте основні положення методичного підходу до оцінювання достатності ринкового потенціалу.
5. У чому полягає сутність категорії "виробничо-збутовий потенціал"? Охарактеризуйте його складові.
6. Охарактеризуйте основні положення методичного підходу до оцінки достатності виробничо-збутового потенціалу.
7. У чому полягає сутність категорії "інноваційний потенціал"? Охарактеризуйте його складові.
8. Охарактеризуйте основні положення методичного підходу до оцінювання інноваційного потенціалу.
9. Поясніть схему узгодження складових (потенціалів-підсистем) потенціалу

інноваційного розвитку.

ТЕМА 12 ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Мета: Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства як економічна категорія. Основні способи забезпечення інноваційного розвитку підприємства за кордоном та в Україні.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Які основні механізми мобілізації власних коштів.
2. Які основні механізми мобілізації позикових коштів.
3. Які основні механізми мобілізації залучених коштів.
4. Хто може бути суб'єктом фінансування інноваційних процесів?
5. У чому полягають завдання системи фінансування інноваційної діяльності на рівні держави?

ТЕМА 13 РИЗИКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ

Мета: Основні ризики інноваційних проектів. Класифікація інноваційних ризиків. Урахування ризику при оцінюванні ефективності. Методи аналізу та зниження ризику інноваційного розвитку підприємства. Комплексне оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Які існують ризики інноваційних проектів, їх причини, види прояву?
2. Охарактеризувати інноваційні ризики, спричинені дією факторів макросередовища, методи їх аналізу та зниження.
3. Охарактеризувати інноваційні ризики, спричинені дією факторів мікросередовища, методи їх аналізу та зниження.
4. Які існують суб'єктивні ризики інноваційного процесу, методи їх аналізу та зниження?
5. Які існують внутрішні ризики підприємства-інноватора, методи їх аналізу та зниження?

ТЕМА 14 ОХОРОНА ПРАВ ТА ЕКОНОМІКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Мета: Роль і види інтелектуальної власності. Забезпечення правової охорони об'єктів промислової власності. Франчайзинг.

Питання для перевірки знань здобувачів вищої освіти:

1. Дайте визначення нематеріальних ресурсів та нематеріальних активів. В чому полягає їх відмінність?
2. Назвіть складові нематеріальних ресурсів.
3. Охарактеризуйте об'єкти інтелектуальної власності.

4. Дайте характеристику об'єктам, які охороняються авторськими й суміжними правами, та іншим нематеріальним ресурсам.

5. Які юридичні документи захищають право власності на нематеріальні активи?

6. Дайте характеристику ліцензії та ліцензійній угоді.

7. Дайте характеристику ліцензії за різними класифікаційними ознаками.

8. Назвіть основні види оцінки нематеріальних активів.

9. Сформуйте основні підходи до оцінки нематеріальних активів підприємства. В чому полягають їх переваги та недоліки?

10. Яким чином здійснюється амортизація нематеріальних активів?

11. Сформуйте основні етапи оцінки нематеріальних активів витратним методом.

12. Сформуйте основні етапи оцінки нематеріальних активів ринковим методом.

13. Сформуйте основні етапи оцінки нематеріальних активів прибутковим методом.

14. Які методи оцінки нематеріальних активів передбачає прибутковий підхід?

15. В чому полягає сутність оцінки нематеріальних активів за методом дисконтування грошових потоків?

16. В чому полягає сутність оцінки нематеріальних активів за методом за методом капіталізації прибутків?

17. В чому полягає сутність оцінки нематеріальних активів за методом звільнення від роялті?

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Задача 1

Проаналізувати ступінь оновлення випуску продукції внаслідок впровадження інновацій у виробництво у звітному періоді за даними таблиці.

Таблиця 1

Показники	План	Факт
Кількість видів продукції	86	94
В т. ч. інноваційних	22	18
Обсяг виробництва продукції у гуртових цінах підприємства, тис. грн	4900	5000
В т. ч. інноваційних видів	1620	1280

Задача 2

Консервним заводом заплановано виготовити у плановому році 110 тис. банок консервів, у тому числі за допомогою використання інноваційної технології консервування – 65% від загальної кількості. Ціна звичайної одиниці продукції 15 грн., а до ціни продукції інноваційної технології консервування встановлена надбавка 20% ціни звичайної одиниці продукції.

Визначити коефіцієнт сортності по заводу у плановому році та його зміну у порівнянні зі звітним, при умові, якщо у звітному році коефіцієнт сортності становить 0,96.

Задача 3

Оберіть один із трьох доцільних варіантів реалізації інноваційних проектів

за десятибальною методикою оцінки:

Найменування критерію	V _j
Орієнтовна ціна інновації	40
Можливість забезпечення існуючими технічними умовами	30
Потреба ринку	30
Всього	

Таблиця 2

Критерії	Варіант 1	Варіант2	Варіант3	V _j
Орієнтовна ціна інновації, тис. грн	630	600	650	
Встановлена оцінка				
Розрахунок балів				
Можливість забезпечення наявними технічними умовами (експертна оцінка)	5	2	7	
Розрахунок балів				
Потреба ринку (експертна оцінка)	6	8	4	
Встановлена оцінка				
Розрахунок балів				
Сумарна бальна оцінка				

Задача 4

Для виконання виробничої програми з виготовлення однотипних виробів для бригади за нормативом були встановлені витрати металу 43,2 т за рік. Гуртова ціна запланованих за рік виробів становить 148 тис. од. продукції. Пряма відрядна заробітна плата заробітної плати в структурі гуртової ціни на 1 виріб становить 35%. Витрати металу на один виріб становлять 216 кг. Менеджерами та технологами були впроваджені інноваційні заходи, які дають можливість добитися економії металу на 1%.

Визначити на яку суму має збільшитися відрядна заробітна плата бригади при виготовленні понадпланових виробів, які можуть бути виготовлені із зекономленого металу.

Задача 5

Оберіть один із трьох доцільних варіантів реалізації інноваційних проектів за 1000-бальною методикою оцінки

Найменування критерію	V _j
Фінансова вартість	450
Термін окупності	250
Проектні ризики	300
Всього	

Таблиця 3

Критерії	Варіант 1	Варіант2	Варіант3	V _j
Фінансова вартість, млн. грн	2	4	5	
Встановлена оцінка				
Розрахунок балів				
Термін окупності, років	2	3	5	
Розрахунок балів				

Проектні ризики (експертна оцінка)	8	7	5	
Встановлена оцінка				
Розрахунок балів				
Сумарна бальна оцінка				

Задача 6

У базовому періоді підприємство виготовило 120 тис. од. продукції, собівартість одиниці якої становила 4,5 грн. Щорічні інвестиції у виробництво продукції становлять 25 тис. грн. У звітному періоді була запущена нова технологічна лінія, вартість якої становить 100 тис. грн., що дала змогу знизити собівартість одиниці продукції на 15 коп. При цьому передбачається збільшення кількості виготовленої продукції на 15 %. Розрахуйте річний економічний ефект від впровадження інновацій та порівняйте його з показником нормативної економічної ефективності.

Задача 7

Європейське підприємство виявило намір придбати ліцензію на виготовлення інноваційної продукції у вітчизняного товаровиробника строком дії 10 років. За умови виготовлення інноваційної продукції виробничими потужностями європейське підприємство може виготовити до 25 000 одиниць на рік, при цьому необхідний обсяг інвестицій для освоєння нового способу виготовлення продукції становить 500 тис. дол., а економія поточних витрат у розрахунку на одиницю продукції становить 55 дол. Нова технологія виготовлення інноваційної продукції може бути освоєна європейським підприємством впродовж одного року. Пропонована винагорода для вітчизняного підприємства внаслідок продажу ліцензії становить 30% від загальної суми прибутку ліцензіата. При цьому сукупні витрати щодо підготовки та продажу ліцензії становитимуть близько 600 тис. грн.

Обґрунтуйте доцільність продажу та дайте оцінку ефективності продажу ліцензії вітчизняним підприємством.

Задача 8

Підприємство «Авто» планує придбати автоматичну мийку для машин. При цьому витрати на придбання, встановлення та пусконаладжувальні роботи становлять 322 тис. грн. Очікувана тривалість експлуатації автомийки становить 7 років. Очікуваний річний прибуток наведено в табл. 1.

Таблиця 4

Рік	1	2	3	4	5	6	7
Грошовий потік	69000	115000	138000	138000	69000	46000	46000
Амортизація	46000	46000	46000	46000	46000	46000	46000
Прибуток	23000	69000	92000	92000	23000	--	--

На кінець сьомого року експлуатації залишкова вартість мийки становитиме декілька гривень. Підприємство «Авто» класифікує свої проекти так:

Таблиця 5

Норма дохідності, що вимагається	
Низький ризик	20 %
Середній ризик	30 %

Високий ризик	40 %
---------------	------

Проект встановлення автоматичної автомийки вважається таким, що має середній рівень ризику. Необхідно прийняти рішення щодо доцільності реалізації даного проекту.

Задача 9

Підприємство «АВС» планує придбати технологічну лінію по виробництву валів. Вартість одного валу 276 гривень. При цьому змінні витрати у перерахунку на один вал становлять 184 гривень, постійні витрати (оренда, комунальні платежі, заробітна плата та ін.) – 11500000 гривень на місяць. Необхідно визначити при якому мінімальному обороті це придбання окупиться.

Задача 10

Підприємство «Старт» розглядає доцільність придбання нової технологічної лінії. На ринку є дві моделі з такими параметрами:

Таблиця 6

	Технологічна лінія 1	Технологічна лінія 2
Ціна	21850	29900
Генерований річний дохід	4830	5175
Строк експлуатації, років	8	12
Ліквідаційна вартість	1150	1840
Очікувана норма прибутку, %	11	11

Необхідно прийняти рішення щодо доцільності придбання технологічної лінії.

Задача 11

Підприємство розглядає інвестиційну пропозицію вартістю 1840 тис. грн. Необхідно розрахувати очікуване значення NPV, стандартне відхилення та коефіцієнт варіації за умови 10 відсоткового значення вартості капіталу за припущення, що грошові потоки є незалежними у періодах.

Таблиця 7

Ймовірність	Рік 1	Рік 2
	Чистий грошовий потік (тис. грн)	Чистий грошовий потік (тис. грн)
0,2	920	690
0,3	1150	920
0,3	1380	1150
0,2	1610	1380

Задача 12

Підприємство «Дарт» має намір вийти на ринок з новим продуктом. Реалізація цього проекту коштуватиме 414 тис. грн. Обладнання буде використовуватися впродовж 4 років і не матиме залишкової вартості. Щорічний обсяг продажу упродовж цих років планується на рівні 13800 одиниць. Ціна продажу продукту становить 138 грн, а змінні витрати – 83 грн на одиницю продукту. Додаткові фіксовані витрати становитимуть 115 тис. грн.

Необхідно розрахувати чисту теперішню вартість; процентне значення погіршення кожного з показників до тієї межі, за якою проект стає неприйнятним.

Задача 13

Величина початкових інвестицій по проекту становить 41,4 тис. грн; очікувані доходи: у перший рік – 3450 грн, у наступні роки – 8280 грн щорічно.

Необхідно прийняти рішення щодо доцільності реалізації даного проекту за умови, що вартість капіталу 10 %.

Задача 14

Підприємство планує придбати обладнання вартістю 46000 гривень. При цьому річна економія від встановлення цього обладнання становитиме 11500 гривень, тривалість експлуатації становитиме 5 років, залишкова вартість становитиме 2300 гривень. Показник норми дохідності становить 10 %.

Необхідно розрахувати показник NPV для даного проекту.

Задача 15

Проаналізувати ефективність проекту, визначити період окупності в основі котрого покладено визначення середньої величини приведеної вартості грошового потоку, початкові інвестиції якого складають 80 тис. грн., дисконтна ставка 25 %, а очікувані чисті грошові потоки за роками такі:

Таблиця 8 Грошові потоки інноваційного проекту

t, роки	тис. грн
1	10
2	20
3	30
4	40
5	50
6	60

Задача 16

Проаналізувати ефективність проекту, визначити період окупності проекту кумулятивним способом, початкові інвестиції якого складають 80 тис. грн., дисконтна ставка 30 %, а очікувані чисті грошові потоки за роками такі:

Таблиця 9 Грошові потоки інноваційного проекту

t, роки	тис. грн
1	10
2	20
3	30
4	40
5	50
6	60

Задача 17

Проектний інститут розробляє технологічний процес (потоківу лінію) виробництва споживчих товарів. Вартість проектних робіт – 15 % сукупної вартості технологічного устаткування (520 тис. грн) та монтажу виробничого обладнання (80 тис. грн) Термін експлуатації поточної лінії - 5 років. Передбачається застосування лінійної амортизації основних засобів та

нематеріальних активів до нульової залишкової вартості. Ліквідаційна вартість обладнання відсутня.

Передбачається виготовлення проектної документації, технічних засобів та монтажу обладнання протягом одного року.

Освоєння проектного технологічного процесу дасть змогу виробляти щорічно 450 одиниць продукції за ціною 4 тис. грн. Змінні витрати на одиницю продукції прогноуються в сумі 2,1 тис. грн, постійні – 27 тис. грн на рік.

Розрахуйте майбутній грошовий потік. Ставка оподаткування прибутку підприємства – 18 %.

Задача 18

Розрахуйте економічний ефект від використання нової технології потокової лінії виробництва шкарпеток. Термін експлуатації проекту – 5 років. Сума проектних витрат 570 тис. грн. Щорічний грошовий потік 368,55 тис. грн. Необхідна ставка прибутковості підприємства на вкладений капітал – 25 %.

Задача 19

Розроблено два варіанти проекту розширення виробництва на заводі за рахунок впровадження нової технологічної лінії виробництва згущеного молока. Перший передбачає з більш раннім випуском продукції, але більшою кошторисною вартістю. Строк впровадження однаковий в обох варіантах – 3 роки.

Перший варіант: вартість становить – 80 тис. грн.; плановий розподіл за роками такий: 1-й рік – 25 тис. грн.; 2-й – 20; 3-й – 35 тис. грн.

Другий варіант: вартість за договірними цінами становить – 95 тис. грн., у тому числі за роками: 1-й – 35 тис. грн.; 2-й – 25; 3-й – 35 тис. грн.

Визначити, який варіант проекту більш економічний і яка величина економічного ефекту може бути одержана в результаті переміщення інвестицій на більш пізніші строки. Дисконтна ставка 25 %.

Задача 20

Потужність діючого заводу 80 тис. м³ збірного залізобетону в рік. Потреба в цих виробках зросла до 150 тис. м³ в рік. Забезпеченість залізобетонними виробами може бути вирішена тільки шляхом нового виробництва або реконструкції і розширення діючого заводу.

Вартість нового заводу 10,5 млн. грн., реконструкції і розширення діючого підприємства – 6,9 млн. грн. При новому виробництві собівартість одиниці продукції складає 95 грн., при реконструкції – 126 грн., замість 142 грн. на діючому заводі до його реконструкції. Галузевий нормативний коефіцієнт ефективності 0,19. Знайти найбільш ефективний варіант проектного рішення.

Задача 21

Згідно даних таблиці проведіть розрахунок зваженої оцінки критеріїв за методом SPACE, з використанням довірчих інтервалів, для компанії «Магнат». Побудуйте трикутник рекомендованої стратегії за методом SPACE. Зробіть відповідні висновки.

Таблиця 10

Критерії	Оцінка балів	Вага	Зважена оцінка, балів
----------	--------------	------	-----------------------

Рентабельність вкладеного капіталу	2-7	0.4	?
Стабільність отримання прибутку	3-9	0.4	?
ліквідність	2-6	0.2	?
Фінансова сила підприємства - ФС			?
Частка підприємства на ринку	1-5	0.5	?
Можливості активного впливу на рівень цін і витрат	2-5	0.2	?
Рентабельність продажу	3-6	0.3	?
Конкурентоздатність підприємства – КП			?
Характеристика конкурентної ситуації	7-5	0.6	?
Стадія життєвого циклу галузі	6-6	0.3	?
Залежність розвитку галузі від кон'юнктури	6-3	0.1	?
Привабливість галузі – ПС			?
Тривалість життєвого циклу галузі	5-9	0.2	?
Ступінь інновативності галузі	1-5	0.6	?
Маркетингові та рекламні можливості	2-6	0.2	?
Стабільність галузі - СГ			?

Індивідуальна робота студентів

Індивідуальне навчально-дослідне завдання "Аналіз інноваційної діяльності підприємства". На основі звітності про інноваційну діяльність, провести аналіз інноваційної діяльності підприємства за звітний період.

Методичні рекомендації

1. Проаналізувати інноваційну діяльність підприємства на основі його звітності (ф.1-інновація «Обстеження технологічних інновацій підприємства») і визначити його інноваційний потенціал та вплив факторів внутрішнього та зовнішнього характеру.

2. Напрацювати обґрунтований комплекс заходів щодо поліпшення інноваційної діяльності підприємства та її звітності, ефективність використання інвестиційних ресурсів і т. п.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. Економічне забезпечення управління інноваційним розвитком маркетингової діяльності підприємства має відповідати таким принципам:

1. Принцип пріоритету споживача над виробником.
2. Принцип субсидіарності.
3. Принцип новизни.
4. Принцип соціальної спрямованості інновацій.

2. Ідея інновацій – це:

1. Певний варіант ринкової поведінки організації.
2. Найбільш загальне уявлення про товар, який підприємство могло б запропонувати ринку.
3. Варіант щодо отримання максимального прибутку підприємством.
4. Певний варіант узгодження інноваційного потенціалу підприємства із новими викликами ринку.

3. Джерела ідей інновацій – це:

1. Результати ситуативного й імітаційного моделювання поведінки споживачів.
2. Результати маркетингових ринкових досліджень.
3. Результати аналізу діяльності конкурентів.
4. Усі відповіді вірні.

4. Критеріями оцінки інновацій не можуть бути:

1. Місткість ринку.
2. Потенційна тривалість життєвого циклу нової продукції.
3. Ступінь ризику і можливість запобігання йому.
4. Вимоги нормативних актів щодо впровадження інновацій.

5. Розроблення задуму інновації – це:

1. Вивчення місткості ринку.
2. Аналіз розробок у галузі науки і техніки.
3. Виражена в зрозумілій для споживачів формі ідея інновації і його перевірка.
4. Ситуативне та імітаційне моделювання поведінки споживачів.

6. Формування критеріальної бази для оцінки альтернатив маркетингових інноваційних рішень необхідно здійснювати через:

1. Критерії оцінювання рівня ризику та якості маркетингового інноваційного рішення.
2. Критерії оцінювання рівня прибутковості та якості маркетингового інноваційного рішення.
3. Критерії оцінювання рівня рентабельності та ризику маркетингового інноваційного рішення.
4. Критерії оцінювання рівня споживчої прихильності та ризику маркетингового інноваційного рішення.

7. Які існують напрямки інноваційного розвитку відповідно до стратегічної спрямованості?

1. Збалансованого, наступального, захищаючого, абсорбуючого інноваційного розвитку.
2. Локального, глобального інноваційного розвитку.
3. Стратегічного, оперативного, тактичного інноваційного розвитку.
4. Довгострокового, середньострокового, короткострокового інноваційного розвитку.

8. Який напрямок інноваційного розвитку характеризує збитковість для підприємства-інноватора та прибутковість для споживача?

1. Ефект чорного кола.
2. Ефект іміджу.
3. Ефект симпатій споживача.
4. Всебічні переваги.

9. Який напрямок інноваційного розвитку характеризує прибутковість для підприємства-інноватора та збитковість для споживача?

1. Ефект чорного кола.
2. Ефект іміджу.
3. Завоювання симпатій споживача.
4. Всебічні переваги.

10. Зіставлення ринкових можливостей і загроз із сильними і слабкими сторонами діяльності підприємства використовується у:

1. GAP – аналізі.
2. STP – аналізі.
3. SWOT – аналізі.
4. Матриці БКГ.

11. Варіант глибокого впровадження на ринок передбачає:

1. Розширення ринку через охоплення нових сегментів у тих же регіонах.
2. Пропонування на нових ринках нових товарів, які розвивають традиційні напрямки діяльності підприємства.
3. Використання цінових стратегій.
4. Поповнення своєї номенклатури виробами, які з техніко-технологічного та маркетингового погляду схожі на наявні товари.

12. Варіант розширення меж ринку передбачає:

1. Розширення ринку через охоплення нових сегментів збуту тих же регіонах.
2. Пропонування на нових ринках нових товарів, які розвивають традиційні напрямки діяльності підприємства.
3. Використання цінових стратегій.
4. Поповнення своєї номенклатури виробами, які з техніко-технологічного та маркетингового погляду схожі на наявні товари.

13. Диверсифікація виробництва і збуту передбачає:

1. Розширення ринку через охоплення нових сегментів збуту тих же регіонах.
2. Пропонування на нових ринках нових товарів, які розвивають традиційні напрямки діяльності підприємства.
3. Використання цінових стратегій.
4. Поповнення своєї номенклатури виробами, які з техніко-технологічного та маркетингового погляду схожі на наявні товари.

14. Оцінку і попередній вибір найбільш перспективних напрямків інноваційного розвитку здійснюють з позицій:

1. Вимог ринку та вимог споживачів.
2. Прибутковості та витрат.
3. Підприємства-інноватора та споживача інновацій.
4. Ресурсозабезпеченості, ресурснезалежності та зменшення ресурсоємності.

15. Ціна споживання інноваційної продукції містить:

1. Величину вільного часу, отриманого в результаті використання інноваційної продукції.
2. Ціну товару та витрати, пов'язані з його експлуатацією.
3. Мінімальну серед цін на інноваційну або існуючу на ринку продукцію.
4. Показник споживацької привабливості продуктового напрямку інноваційного розвитку.

16. Абсорбуючий інноваційний розвиток підприємства передбачає:

1. Імітацію інноваційних перетворень.
2. Використання результатів успішних дій підприємств-лідерів ринку.
3. Стрімке подолання технологічних розривів з метою збереження лідерства на ринку.
4. Безперервне впровадження інновацій у виробничий та управлінський процес.

17. Захищаючий інноваційний розвиток підприємства передбачає:

1. Імітацію інноваційних перетворень.
2. Використання результатів успішних дій підприємств-лідерів ринку.
3. Стрімке подолання технологічних розривів з метою збереження лідерства на ринку.
4. Безперервне впровадження інновацій у виробничий та управлінський процес.

18. Наступальний інноваційний розвиток підприємства передбачає:

1. Імітацію інноваційних перетворень.
2. Використання результатів успішних дій підприємств-лідерів ринку.
3. Стрімке подолання технологічних розривів з метою збереження лідерства на ринку.
4. Безперервне впровадження інновацій у виробничий та управлінський процес.

19. Інноваційна інфраструктура – це:

1. Увесь спектр структур як державної, так і приватної форм власності, що необхідні для забезпечення розвитку і підтримки всіх стадій інноваційного процесу.
2. Об'єкти виробничо-технологічної структури.
3. Об'єкти інформаційної системи.
4. Фінансові структури та організації з підготовки та перепідготовки кадрів для підтримки всіх стадій інноваційного процесу.

20. Результатами науково-технічного прогресу є:

1. Визначення пріоритетних напрямків розвитку та планування інноваційної діяльності.
2. Виробничо-технологічні досягнення.
3. Проведення НДДКР.
4. Здійснення виробничого процесу, надання матеріальної форми результатам науково-технологічної діяльності.

21. Ринок інновацій - це:

1. Середовище, що задовольняє потреби споживачів у реалізації чи придбанні інноваційної продукції.
2. Середовище, що оптимально формує попит і пропозицію на науково-технічну продукцію й інноваційні послуги.
3. Система економічних відносин між споживачами інноваційної продукції і суб'єктами пропозицій з приводу їх виробництва, придбання та їх

використання.

4. Середовище, що звільняє ринок від неконкурентоспроможних учасників.

22. Ринок науково-технічної інформації – це:

1. Телекомунікації пошта, телефонний або факсимільний зв'язок, консультаційна, бібліотечна, освітня, видавнича, рекламна діяльність.

2. Інформаційні центри, дилерські фірми, різноманітні спеціалізовані консалтингові та інформаційні організації, видання, організатори виставок, семінарів, науково-практичних конференцій.

3. Тип економічних взаємозв'язків і відносин, де формується попит і пропозиція на науково-технічну продукцію й інноваційні послуги.

4. Тип економічних взаємозв'язків і відносин між виробниками та споживачами з приводу виробництва, придбання і використання інформації.

23. До підсистем інноваційної інфраструктури не належить:

1. Інформаційно-консультаційне забезпечення.

2. Патентування та захист інтелектуальної власності.

3. Страхування фінансових ризиків інноваційних проектів.

4. Державні органи та органи місцевого самоврядування.

24. Система заходів державної інноваційної політики охоплює:

1. Конкурсне фінансування розробок.

2. Організаційно-економічні методи.

3. Програмно-цільове фінансування.

4. Контроль за дотриманням вимог законодавства щодо інноваційної діяльності.

25. Фінансово-економічний супровід інноваційної діяльності забезпечують:

1. Державні фонди підтримки інноваційного бізнесу.

2. Окремі юридичні особи.

3. Місцеві органи влади.

4. Державні органи влади.

26. Державні фонди підтримки інноваційного бізнесу характеризуються тим, що:

1. Створюються великими фінансово-промисловими групами.

2. Створюються пенсійними та пайовими інвестиційними фондами.

3. Фінансові резерви обмежуються підтримкою провідних вітчизняних наукових шкіл.

4. Виконують функцію страхування інноваційних ризиків.

27. Венчурні фонди характеризуються тим, що:

1. Створюються великими фінансово-промисловими групами.

2. Створюються пенсійними та пайовими інвестиційними фондами.

3. Фінансові резерви обмежуються підтримкою провідних вітчизняних наукових шкіл.

4. Виконують функцію страхування інноваційних ризиків.

28. Напрямами діяльності структур з підтримки інноваційної діяльності є:

1. Виробничо-технологічна підтримка створення високих технологій.

2. Інвестування інноваційних проектів.

3. Юридична підтримка інноваційних проектів.

4. Страхування інноваційних ризиків.

29. Українське агентство з авторських і суміжних прав:

1. Приймає заявки на видачу охоронних документів на об'єкти промислової власності.
2. Надає можливість розмістити інформацію підприємців про їх потреби в певних технологіях.
3. Забезпечує колективне управління майновими правами переданих йому суб'єктів авторського права.
4. Здійснює експертизу інноваційних проектів.

30. Український інститут промислової власності:

1. Приймає заявки на видачу охоронних документів на об'єкти промислової власності.
2. Надає можливість розмістити інформацію підприємців про їх потреби в певних технологіях.
3. Забезпечує колективне управління майновими правами переданих йому суб'єктів авторського права.
4. Здійснює експертизу інноваційних проектів.

31. Інтернет-біржа промислової власності:

1. Приймає заявки на видачу охоронних документів на об'єкти промислової власності.
2. Надає можливість розмістити інформацію підприємців про їх потреби в певних технологіях.
3. Забезпечує колективне управління майновими правами переданих йому суб'єктів авторського права.
4. Здійснює експертизу інноваційних проектів.

32. Технопарк - це:

1. Локальний науково-технічний комплекс, що включає наукові установи, підприємства, інформаційно-виставочні комплекси, служби сервісу.
2. Структура з підтримки малого інноваційного бізнесу для прискореної реалізації ними інноваційних проектів.
3. Конгломерат розміщених на одній території дослідницьких установ та фірм, зацікавлених у швидкій комерціалізації нових ідей.
4. Локальний науково-технічний комплекс, який орієнтований на розвиток інформаційних технологій та формування відповідного кадрового забезпечення.

33. Інфопорт – це:

1. Локальний науково-технічний комплекс, що включає наукові установи, підприємства, інформаційно-виставочні комплекси, служби сервісу.
2. Структура з підтримки малого інноваційного бізнесу для прискореної реалізації ними інноваційних проектів.
3. Конгломерат розміщених на одній території дослідницьких установ та фірм, зацікавлених у швидкій комерціалізації нових ідей.
4. Локальний науково-технічний комплекс, який орієнтований на розвиток інформаційних технологій та формування відповідного кадрового забезпечення.

34. Технополіс – це:

1. Локальний науково-технічний комплекс, що включає наукові установи, підприємства, інформаційно-виставочні комплекси, служби сервісу.
2. Структура з підтримки малого інноваційного бізнесу для прискореної реалізації ними інноваційних проектів.
3. Конгломерат розміщених на одній території дослідницьких установ та фірм,

зацікавлених у швидкій комерціалізації нових ідей.

4. Локальний науково-технічний комплекс, який орієнтований на розвиток інформаційних технологій та формування відповідного кадрового забезпечення.

35. Бізнес-інкубатор – це:

1. Локальний науково-технічний комплекс, що включає наукові установи, підприємства, інформаційно-виставочні комплекси, служби сервісу.
2. Структура з підтримки малого інноваційного бізнесу для прискореної реалізації ними інноваційних проектів.
3. Конгломерат розміщених на одній території дослідницьких установ та фірм, зацікавлених у швидкій комерціалізації нових ідей.
4. Локальний науково-технічний комплекс, який орієнтований на розвиток інформаційних технологій та формування відповідного кадрового забезпечення.

36. У чому полягає сутність «інкубаторних» програм:

1. Підтримка будь-яких підприємств.
2. Підтримка підприємств-посередників.
3. Першочергова підтримка малого інноваційного підприємництва.
4. Підтримка виробників.

37. К. Маркс є автором:

1. Теорії циклічних криз.
2. Теорії довгих хвиль.
3. Теорії інноваційної економіки.
4. Теорії циклічності припливів та відпливів у промисловості.

38. М. Туган-Барановський є автором:

1. Теорії циклічних криз.
2. Теорії довгих хвиль.
3. Теорії інноваційної економіки.
4. Теорії циклічності припливів та відпливів у промисловості.

39. Автором «інноваційної економіки» є:

1. Й. Шумпетер.
2. П. Друкер.
3. Х. Кларк.
4. М. Туган-Барановський.

40. Поняття «технологічний розрив» у економічну термінологію впровадив:

1. П. Друкер.
2. Г. Менш.
3. Й. Шумпетер.
4. Р. Фостер.

41. Теорію циклічних криз, які ґрунтувалися на середньому терміні –життєосновного капіталу, вкладеного у засоби виробництва, сформулював:

1. Й. Шумпетер.
2. Ф. Хайек.
3. К. Маркс.
4. Х. Кларк.

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

1. Великобританії, Японії, США.
2. Великобританії, Франції, США, Німеччини.
3. Японії, США, Канади.
4. Великобританії, Японії, США, Канади.

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

1. Підвищення попиту на продукцію виробництва.
2. Підвищення обсягу створення інновацій.
3. Значна кількість зареєстрованих патентів.
4. Зростання кількості наукових установ.

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

1. На початку хвилі, що підвищується.
2. Наприкінці хвилі, що підвищується.
3. На початку хвилі, що знижується.
4. Наприкінці хвилі, що знижується.

45. Хто перший обґрунтував термін «інноваційна новаторська діяльність»:

1. Й. Шумпетер.
2. Ф. Кене.
3. Р. Кантільон.
4. А. Файоль.

46. Результатом інноваційної діяльності є:

1. Інтелектуальний продукт.
2. Інновації.
3. Інвенція.
4. Технології.

47. До стимулюючих чинників інноваційної діяльності відносять:

1. Розвиток товарно-грошових відносин.
2. Конкуренція на ринку.
3. Безробіття.
4. Пошук проблем.

48. Розроблення задуму інновації – це:

1. Вивчення місткості ринку.
2. Аналіз розробок у галузі науки і техніки.
3. Виражена в зрозумілій для споживачів формі ідея інновації і його перевірка.
4. Ситуаційне та імітаційне моделювання поведінки споживачів.

49. Об'єктивною основою розвитку інноваційної новаторської діяльності є:

1. Відповідна психологія людей і творчий тип мислення.
2. Наявність відповідних факторів виробництва.
3. Наявність відповідних законодавчих актів.
4. Психологія людей.

50. Яким чином визначається термін «інноваційна діяльність» у Законі України «Про інноваційну діяльність»:

1. Діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг.

2. Нововведення.
3. Інвестиції, новації.
4. Ресурсний потенціал.

51. Інноваційна продукція згідно Закону України «Про інноваційну діяльність» – це:

1. Сукупність прогресивних знань і навичок, втілення у техніку, технологію, організацію виробництва, застосування яких на інших об'єктах має ефект.

2. Ідея, яка доведена до практичного застосовування у ринкових умовах.

3. Нові конкурентоздатні товари чи послуги, що відповідають вимогам, встановленим цим законом.

4. Створення нової якості продукту (або послуги).

52. Яким чином визначається термін «інноваційний продукт» у законі України «Про інноваційну діяльність»:

1. Створення нової якості продукту або послуги.

2. Ідея, яка доведена до практичного застосовування у ринкових умовах.

3. Сукупність прогресивних знань і навичок, втілення у техніку, технологію, організацію виробництва, застосування яких на інших об'єктах має ефект.

4. Результат науково-дослідної або дослідно-конструкторської розробки, що відповідає вимогам, встановленим цим законом.

53. Що відносять до етапу здійснення інноваційного процесу:

1. Економіко-математичні дослідження.

2. Фінансові розробки.

3. Проведення фундаментальних досліджень.

4. Економічні розрахунки.

54. Назвіть основні джерела інноваційних можливостей розвитку підприємства:

1. Використання традиційних стратегій, старих методів управління.

2. Нові знання, зміни сприйняття, творче мислення, потреби розвитку ринку.

3. Виконання планових вказівок.

4. Потреби розвитку ринку.

55. Основними складовими інноваційної діяльності є

1. Інвестиції, новації.

2. Інвестиції, новації, інновації.

3. Інвестиції, інвенції, новації.

4. Інвенції, інновації, новації.

56. Які складові інноваційної діяльності використовуються на практиці:

1. Інвестиції, новації..

2. Нововведення.

3. Інновації, інвестиції, нововведення.

4. Ресурсний потенціал.

57. Що відносять до об'єктів інноваційної діяльності:

1. Тимчасові науково-виробничі колективи.

2. Традиційні функціональні науково-технічні відділи.

3. Інфраструктура виробництва і підприємництва.

4. Проектні групи.

58. Продукт інтелектуальної діяльності людей, оформлений результатом фундаментальних, прикладних чи експериментальних досліджень у будь-якій сфері людської діяльності, спрямований на підвищення ефективності виконання робіт – це:

1. Інтелектуальний продукт.
2. Інновації.
3. Інвенція.
4. Новація.

59. Поняття «нововведення» включає:

1. Прибуткове використання інновацій у вигляді нових технологій, нових типів продукції чи послуг.
2. Освоєння нового ринку збуту.
3. Впровадження практично невідомого методу організації виробництва.
4. Створення нової техніки, технологій, продуктів.

60. Інноваційні процеси, результатом яких є нові методи і форми організації виробництва, називаються:

1. Економічними нововведеннями.
2. Соціальними нововведеннями.
3. Організаційними нововведеннями.
4. Технічними нововведеннями.

61. Інновації, зорієнтовані на виробництво і використання нових (поліпшених) продуктів у сфері виробництва або у сфері споживання – це:

1. Ринкові інновації.
2. Продуктові інновації.
3. Інновації процесу.
4. Технологічні інновації.

62. Джерела ідей інновацій – це:

1. Результати ситуаційного й імітаційного моделювання поведінки споживачів.
2. Результати маркетингових ринкових досліджень.
3. Результати аналізу діяльності конкурентів.
4. Усі відповіді правильні.

63. Дайте визначення поняття «новація» шляхом позначення тих аспектів, які воно включає:

1. Ідея, яка доведена до практичного застосування у ринкових умовах.
2. Сукупність прогресивних знань і навичок, втілення у техніку, технологію, організацію виробництва, застосування яких на інших об'єктах має ефект.
3. Незахищені документами та неопубліковані знання, досвід наукового, технічного, управлінського та іншого характеру.
4. Створення нової якості продукту або послуги.

64. Дайте визначення поняття «ноу-хау» шляхом визначення тих аспектів, які воно включає:

1. Сукупність прогресивних знань і навичок, що впровадженні, втілених у техніку, технологію, організацію виробництва, застосування яких на інших об'єктах дає ефект.
2. Незахищені документами та неопубліковані знання, досвід наукового, технічного, управлінського та іншого характеру.

3. Ідея, яка доведена до практичного застосування у ринкових умовах.
4. Створення нової техніки, технологій.

65. Інноваційна діяльність передбачає проведення комплексу робіт, який складається з:

1. Наукових і маркетингових досліджень.
2. Просування інновацій на ринок.
3. Розроблення і виготовлення інновацій.
4. Усі відповіді правильні.

66. Критеріями оцінки інновацій не можуть бути:

1. Місткість ринку.
2. Потенційна тривалість життєвого циклу нової продукції.
3. Ступінь ризику і можливість запобігання йому.
4. Вимоги нормативних актів щодо впровадження інновацій.

67. Яку господарську діяльність називають інноваційною:

1. З метою одержання прибутку.
2. Самостійну.
3. Ризикову, ініціативну, цілеспрямовану
4. Ризикову.

68. Принцип комплексності і спадкоємності планування інноваційної діяльності:

1. Здійснювати виробництво і збут нововведень доцільно тільки після аналізу кон'юнктури ринку, рівня конкурентоспроможності продукції, попиту і місткості ринку.
2. Ґрунтується на виборі пріоритетів в інновації, яким варто віддати першорядну перевагу у зв'язку з їхньою новизною, доцільністю прискореного впровадження.
3. Обов'язковою і неодмінною умовою активізації інноваційної діяльності щодо впровадження у виробництво новітніх досягнень науки і техніки є стимулювання праці робітників, службовців, науковців.
4. Взаємозв'язок, комплексність і спадкоємність поточного і стратегічного планування інноваційної і виробничої діяльності відповідно до програми інноваційного розвитку.

69. Розроблення задуму інновації – це:

1. Вивчення місткості ринку.
2. Аналіз розробок у галузі науки і техніки.
3. Виражена в зрозумілій для споживачів формі ідея інновації і його перевірка.
4. Ситуаційне та імітаційне моделювання поведінки споживачів.

70. Кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав утілення у вигляді введеного на ринок нового чи вдосконаленого продукту, нового чи вдосконаленого технологічного процесу, що використовується у практичній діяльності, або нового підходу до соціальних – це:

1. Інтелектуальний продукт.
2. Інновації.
3. Інвенція.
4. Новація.

71. Інноваційну діяльність можна визначити як:

1. Діяльність, спрямована на реалізацію яких-небудь проектів.
2. Діяльність, пов'язана з науково-технічними розробками.
3. Діяльність, спрямована на управління науково-технічним потенціалом підприємства.
4. Процес впровадження у виробництво нового продукту (послуги).

72. Яка основна умова розвитку інноваційної новаторської діяльності:

1. Свобода господарської діяльності.
2. Необхідність товарообміну.
3. Наявність економічної конкуренції.
4. Можливості виробника.

73. Який вплив здійснює науково-технічний прогрес на оточення організації?

1. Відносний.
2. Стимулюючий.
3. Прямий.
4. Непрямий.

74. Нововведення – це процес:

1. Надання фірмою нових послуг.
2. Поширення нової продукції фірми на ринку.
3. Втілення та поширення нових видів товарів, послуг, технологій.
4. Втілення у виробництво нових технологій.

75. Ідея інновацій – це:

1. Певний варіант ринкової поведінки організації.
2. Найбільш загальне уявлення про товар, який підприємство могло б запропонувати ринку.
3. Варіант щодо отримання максимального прибутку підприємством.
4. Певний варіант узгодження інноваційного потенціалу підприємства із новими викликами ринку.

76. Нововведення можуть бути оформленні у вигляді:

1. Відкриттів, винаходів.
2. Патентів, товарних знаків.
3. Організації виробництва або іншої структури.
4. Усі відповіді вірні.

77. Які інновації орієнтовані на побудову і функціонування нових структур:

1. Соціальні.
2. Комплексні.
3. Базисні.
4. Ринкові.

78. Ціна споживання інноваційної продукції містить:

1. Величину вільного часу, отриманого в результаті використання інноваційної продукції.
2. Ціну товару та витрати, пов'язані з його експлуатацією.
3. Мінімальну серед цін на інноваційну або існуючу на ринку продукцію.
4. Показник споживацької привабливості продуктового напрямку інноваційного

розвитку.

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

1. Дослідження.
2. Інновація.
3. Комерційний продукт.
4. Винаходи.

80. Принцип економічної ефективності нововведень.

1. Здійснювати виробництво і збут нововведень доцільно тільки після аналізу кон'юнктури ринку, рівня конкурентоспроможності продукції, попиту і місткості ринку.
2. Ґрунтується на виборі пріоритетів в інновації, яким варто віддати першорядну перевагу у зв'язку з їхньою новизною, доцільністю прискореного впровадження.
3. Механізм дії принципу заснований на зіставленні витрат на інновацію і результатів, отриманих від її здійснення.
4. Обов'язковою і неодмінною умовою активізації інноваційної діяльності щодо впровадження у виробництво новітніх досягнень науки і техніки є стимулювання праці робітників, службовців, науковців.

81. Скільки існує класифікацій інновацій?

1. 4.
2. 5.
3. 6.
4. 7.

82. Які інновації бувають за сферами діяльності?

1. Комплексні, що представляють єдність кількох видів змін.
2. Поліпшуючі інновації.
3. Викликані потребами ринку.
4. Споживацькі.

83. До якої класифікаційної ознаки відносять інновації, викликані потребами ринку?

1. За рівнем новизни для ринку.
2. За масштабами.
3. За роллю у відтворювальному процесі.
4. За джерелами появи.

84. Згідно класифікаційної ознаки «джерела появи» інновації поділяються на:

1. Нові для галузі в країні.
2. Інновації, викликані потребами виробництва.
3. Прості.
4. Ринкові.

85. Згідно класифікаційної ознаки «масштаб» інновації поділяються на:

1. Складні.
2. Інвестиційні.
3. Базисні інновації.
4. Продуктові.

86. Технологічні інновації:

1. Дозволяють реалізувати потреби в продуктах, послугах на нових ринках.

2. Орієнтовані на виробництво і використання нових продуктів.
3. Націлені на створення і застосування нової технології.
4. Усі відповіді правильні.

87. Модифікаційні інновації:

1. Орієнтовані на зміни в організації і управлінні виробництвом.
2. Націлені на створення і застосування нової технології.
3. Спрямовані на часткове поліпшення застарілих поколінь техніки і технологій.
4. Реалізують крупні винаходи і стають основою формування нових поколінь і напрямів розвитку техніки.

88. Скільки існує стадій інноваційного процесу?

1. 7.
2. 8.
3. 9.
4. 10.

89. До стадій інноваційного процесу відносять:

1. Проектування.
2. Впровадження.
3. Аналіз.
4. Поширення.

90. Чи тотожні поняття «іновація», «інновація», «нововведення»?

1. Відображають одне й те ж явище.
2. Мало відмінні між собою.
3. Тотожні.
4. Не тотожні.

91. У чому полягає сутність організації інноваційної діяльності?

1. Діяльність, яка спрямована на впровадження новацій у виробництво задля задоволення потреб споживачів.
2. Здійснення інноваційних капіталовкладень, їх відшкодування і отримання прибутку;
3. Усі відповіді правильні.
4. Вірної відповіді немає.

92. Законодавче визначення поняття «інновація» міститься у:

1. Господарському Кодексі України.
2. Законі «Про інноваційну діяльність».
3. Законі «Про інвестиційну діяльність».
4. Вірної відповіді немає.

93. Що не належить до інновації?

1. Впровадження нового продукту.
2. Створення нового ринку товарів.
3. Реорганізація структури управління організації.
4. Винахід.

94. Засобами захисту винаходів і нових продуктів є:

1. Авторське право.
2. Авторське свідоцтво.

3. Патент.
4. Спеціальне рішення спеціалістів.

95. Інвестиційний проект – це:

1. Сукупність різних видів діяльності спрямованих на реалізацію інвестиційної стратегії.
2. Сукупність заходів, що передбачають певні вкладання капіталу з метою отримання прибутку або соціального ефекту у майбутньому.
3. Визначений перелік документів та рекомендацій необхідних для реалізації інвестиційної пропозиції.
4. Вірної відповіді немає.

96 Життєвий цикл проекту окреслюється як:

1. Період між вкладанням коштів у виробництво та реалізацією товару.
2. Період від моменту отримання позики до моменту її погашення.
3. Плановий показник, який встановлюють на початку реалізації інвестиційного проекту.
4. Проміжок часу від моменту народження ідеї до закінчення її експлуатації.

97. Інноваційна функція підприємницького ризику полягає у:

1. Недетермінованості господарських процесів.
2. Суб'єктивізації чинників господарської діяльності.
3. Постійному плануванню поведінки суб'єкта ринкової діяльності.
4. Пошуку нетрадиційних шляхів вирішення господарських проблем.

98. Управління ризикозахищеністю інноваційної діяльності підприємства передбачає:

1. Використання засобів уникнення чи зниження ступеня ризику.
2. Створення організаційного забезпечення управління.
3. Моніторинг ризиків підприємницької діяльності.
4. Проектування раціональних організаційних структур управління.

99. Ризик в економіці – це:

1. Це можливість з невизначеним результатом випадкових подій в економічних відносинах.
2. Можливість з визначеним результатом випадкових подій в економічних відносинах.
3. Можливість з визначеним результатом не випадкових подій в економічних відносинах.
4. Можливість з невизначеним результатом не випадкових подій в економічних відносинах.

100. Можливість об'єктивно-суб'єктивного характеру з невизначеним результатом подій - це:

1. Економічний ризик.
2. Соціальний ризик.
3. Господарський ризик.
4. Політичний ризик.

101. Ризики поділяються на:

1. Позитивні і негативні.
2. Прості і складні.
3. Об'єктивні і суб'єктивні.

4. Виправдані і не виправдані.

102. При кількісному аналізі ризику використовуються такі методи:

1. Метод доцільності затрат.
2. Метод затрат прибутку.
3. Метод зон ризику.
4. Метод розподілу ймовірностей.

103. При кількісному аналізі ризику використовуються такі методи:

1. Метод зон ризику.
2. Аналітичний.
3. Метод експертних оцінок.
4. Всі відповіді вірні.

104. Який метод застосовується в тих випадках коли підприємство має звичайний об'єм аналітично-статистичної інформації:

1. Ймовірно-статистичний метод.
2. Метод зон ризику.
3. Метод експертних оцінок.
4. Аналітичний метод.

105. Фінансуються заходи з управління ризиком інноваційної діяльності з таких джерел:

1. Власні кошти підприємств.
2. Зовнішні джерела.
3. Страхові фонди.
4. Все вище перелічене.

106. Суб'єктивні ризики інноваційного процесу виникають:

1. Спричиняються можливими змінами у взаєминах зі стейкхолдерами підприємства.
2. Виникають через можливість зміни в запитах споживачів.
3. Виникають як наслідки прийняття управлінських рішень на різних етапах інноваційного процесу.
4. Спричиняються через вплив факторів макросередовища.

107. Ризики, спричинені впливом факторів макросередовища включають:

1. Конкурентні Постачальницькі. Торговельно-збутові ризики.
2. Економічні, політико-правові, соціально-демографічні, екологічні, технологічні ризики.
3. Споживчі, контактні ризики.
4. Інфляційні, структурні, інвестиційні.

108. Суб'єктивні ризики інноваційного процесу не включають:

1. Ризик на етапі вибору прийнятних ідей щодо інновацій.
2. Ризик на етапі розробки нового товару.
3. Ризик можливих макроекономічних зрушень.
4. Ризик на етапі аналізу відповідності внутрішніх можливостей зовнішнім умовам діяльності підприємства.

109. Ризик на етапі розробки задуму нового товару і його перевірки:

1. Проявляється як загроза ігнорування гарних ідей.

2. Проявляється як загроза вибору ідей, неприйнятних для реалізації на конкретному підприємстві.

3. Спричиняється помилками при виборі часу, місця й методики випробувань інновацій.

4. Проявляється як неоднозначне формулювання інноваційної ідеї, що може бути помилково тлумачене споживачами.

110. Ризик на етапі вибору прийнятних ідей:

1. Проявляється як загроза ігнорування гарних ідей.

2. Проявляється як загроза вибору ідей, неприйнятних для реалізації на конкретному підприємстві, або ж ігнорування гарних ідей.

3. Спричиняється помилками при виборі часу, місця й методики випробувань інновацій.

4. Проявляється як неоднозначне формулювання інноваційної ідеї, що може бути помилково тлумачене споживачами.

111. Основними факторами ризику для всіх етапів інноваційного процесу є:

1. Досвід і кваліфікація осіб, що приймають рішення щодо інноваційного процесу.

2. Макроекономічні зрушення в економіці.

3. Інфляційні процеси в економіці.

4. Стан соціально-психологічного клімату в трудовому колективі.

112. Внутрішній ризик підприємства-інноватора:

1. Визначається особливостями організації управління і функціонування підприємства.

2. Визначається через ступінь поінформованості щодо характеристик зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємства.

3. Визначається мотивацією працівників, що приймають рішення щодо інновацій, узгодженістю їх дій і інтересів.

4. Обумовлений помилками при виборі часу, місця й методики випробувань інновацій.

113. Основними факторами внутрішнього інноваційного ризику є:

1. Ступінь резервування виробничих площ, виробничі потужності і їх гнучкість.

2. Зміна рівня прихильності споживачів.

3. Зміна організаційно-правової форми підприємства.

4. Організація менеджменту на підприємстві, кадровий потенціал.

114. Метод урахування ризику при визначенні норми дисконту передбачає:

1. Розрахунок можливості настання певних варіантів розвитку подій і наслідки залежно від різних комбінацій факторів впливу.

2. Переоцінку прибутковості з урахуванням підвищення відсоткової ставки на величину премії за ризик.

3. Зіставлення очікуваних результатів інноваційного проекту та потенційні втрати в наслідок дії факторів ризику.

4. Передбачає розрахунок показників чистого приведенного доходу, періоду окупності, індексу доходності та внутрішньої норми доходності.

115. Аналітичний метод урахування ризику передбачає:

1. Розрахунок можливості настання певних варіантів розвитку подій і наслідки залежно від різних комбінацій факторів впливу.

2. Переоцінку прибутковості з урахуванням підвищення відсоткової ставки на

величину премії за ризик.

3. Зіставлення очікуваних результатів інноваційного проекту та потенційні втрати в наслідок дії факторів ризику.
4. Передбачає розрахунок показників чистого приведеного доходу, періоду окупності, індексу доходності та внутрішньої норми доходності.

116. Метод врахування ризику через зіставлення витрат і результатів передбачає:

1. Розрахунок можливості настання певних варіантів розвитку подій і наслідки залежно від різних комбінацій факторів впливу.
2. Переоцінку прибутковості з урахуванням підвищення відсоткової ставки на величину премії за ризик.
3. Порівняння очікуваних результатів інноваційного проекту та потенційні втрати в наслідок дії факторів ризику.
4. Передбачає розрахунок показників чистого приведеного доходу, періоду окупності, індексу доходності та внутрішньої норми доходності.

117. Сценарний метод врахування ризику передбачає:

1. Розрахунок можливості настання певних варіантів розвитку подій і наслідки залежно від різних комбінацій факторів впливу.
2. Переоцінку прибутковості з урахуванням підвищення відсоткової ставки на величину премії за ризик.
3. Порівняння очікуваних результатів інноваційного проекту та потенційні втрати в наслідок дії факторів ризику.
4. Передбачає розрахунок показників чистого приведеного доходу, періоду окупності, індексу доходності та внутрішньої норми доходності.

118. Диверсифікація є методом зниження ризику шляхом:

1. Розподілу коштів між кількома ризиковими активами.
2. Об'єднання незалежних ризиків кількох суб'єктів господарювання.
3. Поділу ризику між кількома суб'єктами господарювання.
4. Підвищення поінформованість менеджерів підприємства щодо предмету інноваційного рішення.

119. Страхування як метод зниження ризику передбачає:

1. Перетворення випадкових збитків у невеликі постійні витрати.
2. Розподілу коштів між кількома ризиковими активами.
3. Об'єднання незалежних ризиків кількох суб'єктів господарювання.
4. Поділу ризику між кількома суб'єктами господарювання.

120. Метод резервування коштів на покриття непередбачених витрат передбачає:

1. Перетворення випадкових збитків у невеликі постійні витрати.
2. Акумуляування коштів через зіставлення очікуваного значення можливих втрат і витрат на їх компенсацію.
3. Об'єднання незалежних ризиків кількох суб'єктів господарювання.
4. Поділу ризику між кількома суб'єктами господарювання.

121. Показник економічної ефективності інноваційних проектів –:

1. Собівартість.
2. Планові розрахунки.
3. Термін окупності.
4. Фінансові показники.

122. Показник економічної ефективності інноваційних проектів —:

1. Внутрішня норма рентабельності.
2. Собівартість.
3. Планові розрахунки.
4. Фінансові показники.

123. Показник економічної ефективності інноваційних проектів —:

1. Чиста теперішня вартість.
2. Собівартість.
3. Планові розрахунки.
4. Фінансові показники.

124. Показник економічної ефективності інноваційних проектів —:

1. Собівартість.
2. Планові розрахунки.
3. Індекс рентабельності.
4. Фінансові показники.

125. Показник економічної ефективності інноваційних проектів —:

1. Собівартість.
3. Планові розрахунки.
3. Інтегральний ефект.
4. Фінансові показники.

126. Дайте правильне визначення показника «термін окупності» для оцінки інноваційних проектів:

1. Визначає період, впродовж якого додатковий прибуток, отриманий внаслідок реалізації інноваційного проекту, забезпечить повернення вкладених інвестицій.
2. Коефіцієнт порівняння середнього річного прибутку, отриманого внаслідок впровадження інновації, до одноразового первісного капіталу, витраченого для здійснення цієї інновації.
3. Теперішня вартість усіх грошових надходжень за період впровадження інновації, яка зменшена на теперішню вартість усіх грошових відтоків за цей період.
4. Гранична ефективність капіталу.

127. Дайте правильне визначення показника «чиста теперішня вартість» для оцінки інноваційних проектів:

1. Коефіцієнт порівняння середнього річного прибутку, отриманого внаслідок впровадження інновації, до одноразового первісного капіталу, витраченого на здійснення цієї інновації.
2. Розраховується як різниця між результатами та інноваційними витратами за розрахунковий період, приведеними до одного року (як правило до початкового), тобто з врахуванням дисконтування результатів витрат.
3. Кількість років, потрібних для зрівняння суми приросту прибутку з витраченим інвестиційним капіталом.

4. Гранична ефективність капіталу.

128. Дайте правильне визначення показника «інтегральний ефект» для оцінки інноваційних проектів:

1. Теперішня вартість усіх грошових надходжень за період впровадження інновації, яка зменшена на теперішню вартість усіх грошових відтоків за цей період.
2. Сума різниці доходу, витрат і інвестиційних вкладень за розрахунковий період, приведених до поточного моменту .
3. Кількість років, потрібних для зрівняння суми приросту прибутку з витраченим інвестиційним капіталом.
4. Гранична ефективність капіталу.

129. Дайте правильне визначення показника «внутрішня норма прибутковості» для оцінки інноваційних проектів:

1. Процентна ставка (норма дисконтування), за якої чиста теперішня вартість обраного варіанта інноваційного проекту дорівнює нулю.
2. Теперішня вартість усіх грошових надходжень за період впровадження інновації, яка зменшена на теперішню вартість усіх грошових відтоків за цей період.
3. Коефіцієнт порівняння середнього річного прибутку, отриманого внаслідок впровадження інновації, до одноразового первісного капіталу, витраченого для здійснення цієї інновації.
4. Кількість років, потрібних для зрівняння суми приросту прибутку витраченим інвестиційним капіталом.

130. Дайте правильне визначення процесу дисконтування для оцінювання інноваційних проектів:

1. Теперішня вартість усіх грошових припливів за період впровадження інновації, яка зменшена на теперішню вартість усіх грошових відтоків за цей період.
2. Процес проведення в часі грошових потоків майбутніх витрат та прибутків, які виникають у зв'язку з впровадженням інновації.
3. Кількість років, потрібних для зрівняння суми приросту прибутку з витраченим інвестиційним капіталом.
4. Гранична ефективність капіталу.

131. Інноваційний тип розвитку –

1. Спосіб економічного зростання, оснований на постійних і систематичних нововведеннях.
2. Середовище, що оптимально формує попит і пропозицію на науково-технічну продукцію й інноваційні послуги.
3. Система економічних відносин між споживачами інноваційної продукції і суб'єктами пропозицій.
4. Середовище, що звільняє ринок від неконкурентоспроможних учасників.

132. До критеріїв вибору інноваційних проектів відносять:

1. Планові розрахунки.
2. Фінансові розрахунки.
3. Відповідність стратегічним цілям організації, її науково-технологічній політиці.
4. Адміністративні розпорядження.

133. До критеріїв вибору інноваційних проектів відносять:

1. Ринкові критерії.
2. Планові розрахунки.
3. Фінансові розрахунки.
4. Адміністративні розпорядження.

134. До критеріїв вибору інноваційних проектів відносять:

1. Планові розрахунки.
2. Фінансові розрахунки.
3. Науково-технічні критерії.
4. Адміністративні розпорядження.

135. До критеріїв вибору інноваційних проектів відносять:

1. Планові розрахунки.
2. Фінансові розрахунки.
3. Адміністративні розпорядження.
4. Фінансові критерії.

136. До критеріїв вибору інноваційних проектів відносять:

1. Планові розрахунки.
2. Фінансові розрахунки.
3. Виробничі критерії.
4. Адміністративні розпорядження.

137. До критеріїв вибору інноваційних проектів відносять:

1. Планові розрахунки.
2. Фінансові розрахунки.
3. Адміністративні розпорядження.
4. Зовнішні та екологічні критерії.

138. Основою вироблення і практичної реалізації інноваційної стратегії є:

1. Інноваційна стратегія.
2. Стратегічні управлінські рішення.
3. Динаміка зовнішнього і внутрішнього середовища.
4. Гнучкість та адаптація до динаміки ринкових умов.

139. Реальність реалізації інноваційної стратегії будь-якого підприємства визначається:

- 1.Обсягом і характером його ресурсного потенціалу.
2. Коливанням ринкової кон'юнктури, цін, валютних курсів.
3. Імовірність комерційного успіху.
4. Маркетингові дослідження.

140. Особливості формування інноваційної стратегії розвитку доцільно розглядати на:

1. Чотирьох рівнях узагальнення.
2. Трьох рівнях узагальнення.
3. Двох рівнях узагальнення.
4. П'ятьох рівнях узагальнення.

141. На корпоративному рівні стратегічного управління інноваційним процесом:

1. Розробляються загальні засади інноваційної стратегії як складової

загальноекономічної стратегії розвитку.

2. Приймають стратегічні рішення щодо модифікації існуючої товарної номенклатури й товарного асортименту.
3. Розробляють товарну інноваційну стратегію і маркетингові програми з просування кожної з товарних інновацій.
4. Застосовують систему виокремлення центрів фінансової відповідальності.

142. На бізнес-рівні рівні стратегічного управління інноваційним процесом:

1. Розробляються загальні засади інноваційної стратегії як складової загальноекономічної стратегії розвитку.
2. Приймають стратегічні рішення щодо модифікації існуючої товарної номенклатури й товарного асортименту.
3. Розробляють товарну інноваційну стратегію і маркетингові програми з просування кожної з товарних інновацій.
4. Застосовують систему виокремлення центрів фінансової відповідальності.

143. На товарному рівні стратегічного управління інноваційним процесом:

1. Розробляються загальні засади інноваційної стратегії як складової загальноекономічної стратегії розвитку.
2. Приймають стратегічні рішення щодо модифікації існуючої товарної номенклатури й товарного асортименту.
3. Розробляють товарну інноваційну стратегію і маркетингові програми з просування кожної з товарних інновацій.
4. Застосовують систему виокремлення центрів фінансової відповідальності.

144. Наступальна інноваційна стратегія:

1. Передбачає проведення НДДКР, розроблення й упровадження нових продуктів і технологій.
2. Передбачає поліпшення продуктів і технологій.
3. Притаманна підприємствам зі значною диверсифікацією продукції і ринків збуту;
4. Рекомендують для невеликих підприємств, які не спроможні самостійно організувати масштабне впровадження своїх розробок.

145. Захисна інноваційна стратегія:

1. Передбачає проведення НДДКР, розроблення й упровадження нових продуктів і технологій.
2. Характеризуються концентрацією на певному ринку чи його сегменті, вузькою ринковою орієнтацією чи захистом своєї частки ринку.
3. Притаманна підприємствам зі значною диверсифікацією продукції і ринків збуту;
4. Рекомендують для невеликих підприємств, які не спроможні самостійно організувати масштабне впровадження своїх розробок.

146. Блок «Зміст цінності», який об'єднує основні елементи бізнес-моделі підприємства:

1. Визначає ключові напрямки бізнесу (бізнес-портфель).
2. Акумулює в собі опис матеріальних і нематеріальних активів, що беруть участь у створенні споживчої цінності, визначення партнерів, постачальників і моделі взаємовідносин з ними.
3. Характеризує цільові сегменти ринку, конкурентів, способи та канали збуту.
4. Описує управлінські відносини, що забезпечують взаємодію всіх елементів

керованої системи бізнесу).

147. Блок «Створення цінності», який об'єднує основні елементи бізнес-моделі підприємства:

1. Визначає ключові напрямки бізнесу (бізнес-портфель).
2. Акумулює в собі опис матеріальних і нематеріальних активів, що беруть участь у створенні споживчої цінності, визначення партнерів, постачальників і моделі взаємовідносин з ними.
3. Характеризує цільові сегменти ринку, конкурентів, способи та канали збуту.
4. Описує управлінські відносини, що забезпечують взаємодію всіх елементів керованої системи бізнесу).

148. Блок «Реалізація цінності», який об'єднує основні елементи бізнес-моделі підприємства:

1. Визначає ключові напрямки бізнесу (бізнес-портфель).
2. Акумулює в собі опис матеріальних і нематеріальних активів, що беруть участь у створенні споживчої цінності, визначення партнерів, постачальників і моделі взаємовідносин з ними.
3. Характеризує цільові сегменти ринку, конкурентів, способи та канали збуту.
4. Описує управлінські відносини, що забезпечують взаємодію всіх елементів керованої системи бізнесу).

150. Блок «Управління», який об'єднує основні елементи бізнес-моделі підприємства:

1. Визначає ключові напрямки бізнесу (бізнес-портфель).
2. Акумулює в собі опис матеріальних і нематеріальних активів, що беруть участь у створенні споживчої цінності, визначення партнерів, постачальників і моделі взаємовідносин з ними.
3. Характеризує цільові сегменти ринку, конкурентів, способи та канали збуту.
4. Описує управлінські відносини, що забезпечують взаємодію всіх елементів керованої системи бізнесу).

151. Блок «Генерування грошових потоків» який об'єднує основні елементи бізнес-моделі підприємства:

1. Відображає способи і методи формування кінцевого результату господарської діяльності в перетвореній (фінансовій) формі.
2. Акумулює в собі опис матеріальних і нематеріальних активів, що беруть участь у створенні споживчої цінності, визначення партнерів, постачальників і моделі взаємовідносин з ними.
3. Характеризує цільові сегменти ринку, конкурентів, способи та канали збуту.
4. Описує управлінські відносини, що забезпечують взаємодію всіх елементів керованої системи бізнесу).

152. Просування в соціальних мережах як основний інструмент Інтернет-маркетингу – це:

1. Комплекс заходів, направлених на залучення на сайт відвідувачів з соціальних медіа;
2. Комплекс заходів, що направлені на збільшення відвідуваності сайту його цільової аудиторією з пошукових машин.
3. Переважно e-mail розсилка та спілкування.
4. Інтеграція об'єкту, що рекламується в ігровий процес.

153. Основна мета стратегічного інноваційного маркетингу полягає в:

1. Розширенні ринку через охоплення нових сегментів збуту.

2. Пропонуванні на нових ринках нових товарів, які розвивають традиційних напрямків діяльності підприємства.

3. Розробці стратегії проникнення нововведення на ринок.

4. Розробці конкретних форм реалізації обраної інноваційної стратегії.

154. Під час реалізації стратегії втягування інновацій ринком основними завданнями маркетингу інновацій є такі:

1. Аналіз ринкових позицій і визначення можливих напрямків розвитку підприємства.

2. Оцінка ринкових перспектив нових видів продукції.

3. Планування продуктово-ринкового портфеля підприємства.

4. Формування пакета продуктово-ринкових інноваційних пропозицій.

155. Продакт-плейсмент як основний інструмент Інтернет-маркетингу – це:

1. Розміщення реклами на сайтах, що представляють собою рекламну площу (на зразок друкованих ЗМІ);

2. Комплекс заходів, що направлені на збільшення відвідуваності сайту його цільової аудиторією з пошукових машин.

3. Переважно e-mail розсилка та спілкування.

4. Інтеграція об'єкту, що рекламується в ігровий процес.

156. Під час реалізації стратегії прощтовування інновації на ринок до завдань маркетингу інновацій необхідно віднести:

1. Аналіз ринкових позицій і визначення можливих напрямків розвитку підприємства.

2. Оцінка ринкових перспектив нових видів продукції.

3. Планування продуктово-ринкового портфеля підприємства.

4. Формування пакета продуктово-ринкових інноваційних пропозицій.

157. Медійна реклама як основний інструмент Інтернет-маркетингу – це:

1. Розміщення реклами на сайтах, що представляють собою рекламну площу (на зразок друкованих ЗМІ);

2. Комплекс заходів, що направлені на збільшення відвідуваності сайту його цільової аудиторією з пошукових машин.

3. Переважно e-mail розсилка та спілкування.

4. Інтеграція об'єкту, що рекламується в ігровий процес.

158. Стратегічні завдання маркетингу інновацій орієнтовані на:

1. Формування стратегічного бачення розвитку підприємства на перспективу.

2. Формування портфеля товарних інновацій і складання графіку їх впровадження-виведення з ринку.

3. Розроблення заходів комплексу маркетингу інноваційних товарів.

4. Пошук і реалізацію ринкових можливостей інноваційного розвитку підприємства.

159. Тактичні завдання маркетингу інновацій орієнтовані на:

1. Формування стратегічного бачення розвитку підприємства на перспективу.

2. Формування портфеля товарних інновацій і складання графіку їх впровадження-виведення з ринку.

3. Розроблення заходів комплексу маркетингу інноваційних товарів.

4. Пошук і реалізацію ринкових можливостей інноваційного розвитку підприємства.

160. Прямий маркетинг як основний інструмент Інтернет-маркетингу – це:

1. Розміщення реклами на сайтах, що представляють собою рекламну площу (на зразок друкованих ЗМІ);

2. Комплекс заходів, що направлені на збільшення відвідуваності сайту його цільової аудиторією з пошукових машин.

3. Переважно e-mail розсилка та спілкування.

4. Інтеграція об'єкту, що рекламується в ігровий процес.

161. Оперативні завдання маркетингу інновацій орієнтовані на:

1. Формування стратегічного бачення розвитку підприємства на перспективу.

2. Формування портфеля товарних інновацій і складання графіку їх впровадження-виведення з ринку.

3. Розроблення заходів комплексу маркетингу інноваційних товарів.

4. Пошук і реалізацію ринкових можливостей інноваційного розвитку підприємства.

162. Використання QR-кодів інноваційних каналів збуту продукції використовується:

1. Для скачування файлів, музики, відео.

2. Для продажу товарів через торгові автомати.

3. Для збуту товару через мережу Інтернет.

4. Для стимулювання збуту та продаж товару за допомогою звернення з екранів телевізора.

163. Вендінг як інноваційний канал збуту продукції використовується:

1. Для скачування файлів, музики, відео.

2. Для продажу товарів через торгові автомати.

3. Для збуту товару через мережу Інтернет.

4. Для стимулювання збуту та продаж товару за допомогою звернення з екранів телевізора.

164. Партизанський маркетинг як основний інструмент Інтернет-маркетингу – це:

1. Розміщення реклами на сайтах, що представляють собою рекламну площу (на зразок друкованих ЗМІ);

2. Використання Інтернету в якості джерела інформації для подальшого її просування.

3. Переважно e-mail розсилка та спілкування.

4. Інтеграція об'єкту, що рекламується в ігровий процес.

165. Трендвотчінг – це:

1. Імітація інноваційних перетворень.

2. Використання результатів успішних дій підприємств-лідерів ринку.

3. Стрімке подолання технологічних розривів з метою збереження лідерства на ринку.

4. Діяльність, що спрямована на спостереження за новими тенденціями.

166. Неринкові маркетингові інновації:

1. Маркетингові рішення для власного підприємства, іншого об'єкта управління.

2. Маркетингові послуги, призначені для представлення на ринку.

3. Послуги консалтингових фірм, маркетингові контракти.

4. Консалтингові фірми та незалежні консультанти.

167. Найважливішим елементом, матеріальним змістом і продуктом системи комунікацій є:

1. Інформація.

2. Технологія.

3. Послуга.

4. Виробничий процес.

168. Під інформаційними технологіями розуміють:

1. Сукупність методів і технічних засобів збору, організації, збереження, обробки, передавання й подання інформації.
2. Інформаційні зв'язки між працівниками виробництва і керування.
3. Засіб, за допомогою якого в єдине ціле поєднується організаційна діяльність, відбуваються зміни в системі керування.
4. Сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів.

169. Засоби інформаційно-комунікаційних технологій поділяють на:

1. Апаратні, програмні.
2. Контрольні, фінансові.
3. Інтелектуальні, ринкові.
4. Новації, інтенції.

170. Інформаційна глобалізація необхідна для:

1. Формування єдиного світового ринку, який потрібно регулювати економічними, політичними й маніпулятивними методами.
2. Освоєння нового ринку збуту.
3. Впровадження практично невідомого методу організації виробництва.
4. Створення нової техніки, технологій, продуктів.

171. Індекс інформаційних і комунікаційних технологій:

1. Визначається особливостями організації управління і функціонування підприємства.
2. Визначається через ступінь поінформованості щодо характеристик зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємства.
3. Визначається мотивацією працівників, що приймають рішення щодо інновацій, узгодженістю їх дій і інтересів.
4. Визначає рівень розвитку в країні інформаційної і комунікаційної інфраструктури, яка сприяє ефективній обробці і поширенню інформації.

172. Найбільш розвинутою з точки зору економетричного опису факторів та часових процедур, які визначають поведінку інформаційних комунікаційних систем, є:

1. Модель Шенона та Вівера.
2. Модель Титова, Ліберова, Алексєєва.
3. Модель Титова, Алексєєва.
4. Модель Титова, Ліберова.

173. В основу формування національної інноваційної системи закладено:

1. Три концепції.
2. Чотири концепції.
3. Дві концепції.
4. П'ять концепцій.

174. Підсистема генерації знань як елемент національної інноваційної системи представлена:

1. Науково-технічними організаціями державного і приватного секторів.
2. Університетами, вищими навчальними закладами, підвищення кваліфікації кадрів, включаючи підготовку і перепідготовку інноваційних менеджерів для інноваційної діяльності.
3. Галузевими і регіональними інноваційно-технічними центрами, а також концернами, корпораціями, промислово-фінансовими групами, торговими (дилерські) мережами, центрами сервісу.

4. Нормативно-законодавчими актами, блоком управління, який передбачає комплекс державних, регіональних, галузевих, інтеграційних механізмів всіх підсистем і елементів НІС.

175. Підсистема освіти і професійної підготовки, перепідготовки кадрів як елемент національної інноваційної системи представлена:

1. Науково-технічними організаціями державного і приватного секторів.
2. Університетами, вищими навчальними закладами, підвищення кваліфікації кадрів, включаючи підготовку і перепідготовку інноваційних менеджерів для інноваційної діяльності.
3. Галузевими і регіональними інноваційно-технічними центрами, а також концернами, корпораціями, промислово-фінансовими групами, торговими (дилерські) мережами, центрами сервісу.

4. Нормативно-законодавчими актами, блоком управління, який передбачає комплекс державних, регіональних, галузевих, інтеграційних механізмів всіх підсистем і елементів НІС.

176. Підсистема інноваційної діяльності, виробництва і реалізації продукції (послуг) як елемент національної інноваційної системи представлена:

1. Науково-технічними організаціями державного і приватного секторів.
2. Університетами, вищими навчальними закладами, підвищення кваліфікації кадрів, включаючи підготовку і перепідготовку інноваційних менеджерів для інноваційної діяльності.
3. Галузевими і регіональними інноваційно-технічними центрами, а також концернами, корпораціями, промислово-фінансовими групами, торговими (дилерські) мережами, центрами сервісу.

4. Нормативно-законодавчими актами, блоком управління, який передбачає комплекс державних, регіональних, галузевих, інтеграційних механізмів всіх підсистем і елементів НІС.

177. Підсистема управління і регулювання як елемент національної інноваційної системи представлена:

1. Науково-технічними організаціями державного і приватного секторів.
2. Університетами, вищими навчальними закладами, підвищення кваліфікації кадрів, включаючи підготовку і перепідготовку інноваційних менеджерів для інноваційної діяльності.
3. Галузевими і регіональними інноваційно-технічними центрами, а також концернами, корпораціями, промислово-фінансовими групами, торговими (дилерські) мережами, центрами сервісу.

4. Нормативно-законодавчими актами, блоком управління, який передбачає комплекс державних, регіональних, галузевих, інтеграційних механізмів всіх підсистем і елементів НІС.

178. Основним тактичним завданням на сучасному етапі НІС в Україні є:

1. Запуск процесів масового оновлення всіх сфер господарської діяльності.
2. Впровадження механізмів стимулювання попиту та пропозиції на інноваційні продукти за одночасного розвитку інфраструктури інноваційної діяльності.
3. Розбудова інформаційно-комунікативного сектора.
4. Модель інноваційного розвитку країни.

179. Основним практичним завданням на сучасному етапі НІС в Україні є:

1. Запуск процесів масового оновлення всіх сфер господарської діяльності.
2. Впровадження механізмів стимулювання попиту та пропозиції на інноваційні продукти за одночасного розвитку інфраструктури інноваційної діяльності.
3. Розбудова інформаційно-комунікативного сектора.
4. Модель інноваційного розвитку країни.

180. Система керування регіональним інноваційним розвитком може бути представлена

1. Управліннями.

2. Відомствами.
3. Службами.
4. Комітетами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Державне регулювання інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://tc.nusta.com.ua/Kursi_2013/8_SQL/sqldk/01/temu/t_2013/114.htm.
2. Дудар Т.Г., Мельниченко В.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб.: -Тернопіль: Економічна думка, 2008. - 250с
3. Конституція України: закон від 28.06.1996р. № 254к/96-ВР.- [Електронний ресурс]/ Документ 254к/96-вр, редакція 30.09.2016р.-Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua>
4. Концепція розвитку національної інноваційної системи: схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р. №680-р.- [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/680-2009-%D1%80>
5. Микитюк П. П, Крисько Ж. Л., Овсянюк -Бердадіна О. Ф., Скочиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. –224 с.
6. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002р. №40-IV- [Електронний ресурс] /редакція 05.12.2012р.-Режим доступу:: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
7. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України від 08.09.2011 № 3715-VI.-[Електронний ресурс]/ редакція 05.12.2012р.- Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>
8. Саблук П.Т. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституціональний аспект: монографія / Саблук П. Т. [та ін.] ; ННЦ «Ін-т аграр. економіки». -К. : ННЦ ІАЕ, 2010. -704 с
9. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» : схвалена Указом Президента України № 5/2015 від 12 січня 2015 року [Електронний ресурс] / Матеріали офіційного сайту «Законодавство України». – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>
10. Харів П. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів: [монографія]/ П. Харів. – Тернопіль: Економічна думка, 2003. –410 с.

Навчальне видання

«ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА»

методичні рекомендації для проведення практичних занять здобувачам вищої освіти ступеня «Бакалавр» спеціальності 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» денної форми навчання

Укладачі: **Сіренко** Наталя Миколаївна,
Баришевська Інна Володимирівна

Відповідальний за випуск: І.В. Баришевська

Технічний редактор: І.В. Баришевська

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 16,2.

Тираж 100 прим. Зам. №_

Надруковано у видавничому відділі
Миколаївського національного аграрного університету
54020, м. Миколаїв, вул. Г.Гонгадзе, 9
Свідоцтво суб'єкт видавничої справи ДК №4490 від 20.02.2013 р.