**Примерные оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

 **«Инновационный менеджмент в логистике»**

Примерные тестовые вопросы

**1. Цель инновационного процесса в логистике состоит в удовлетворении:**

1. новой общественной потребности;
2. сложившейся (существующей) общественной потребности;
3. новой личной потребности;
4. сложившейся (существующей) личной потребности.

**2. Диффузия инновации – это процесс:**

1. создания;
2. распространения;
3. старения;
4. полного использования инновации.

**3. Открытие новых законов, обоснование новых теорий – это результат:**

1. фундаментальных исследований;
2. прикладных исследований;
3. первичного освоения нововведений;
4. опытно-конструкторских разработок.

**4. Для современного этапа процесса интеграции науки с производством характерно:**

1. наука отстает от производства;
2. наука отделена от производства;
3. наука опережает производство;
4. наука развивается параллельно с производством.

**5. Будущим владельцем и пользователем результатов инновационного проекта является:**

1. руководитель проекта;
2. заказчик;
3. команда проекта;
4. инициатор проекта.

**6. Объектом инновационного менеджмента является:**

1. производственная деятельность;
2. трудовая деятельность;
3. рыночная деятельность;
4. научная и инженерная деятельность.

**7. Доминирующим фактором, обеспечивающим переход экономики к стадии инновации, является:**

1. повышение уровня благосостояния в стране;
2. научно-технический прогресс;
3. возрастание роли международного сотрудничества;
4. всеобщее среднее образование.

**8. Основным источником финансирования фундаментальных научных исследований служит:**

1. государственный бюджет;
2. средства заказчиков;
3. инновационные фонды;
4. собственные средства организаций.

**9. Степень риска при достижении целей инновационного процесса:**

1. высокая;
2. средняя;
3. низкая;
4. минимальная.

**10. Стратегия технологического лидерства в инновационной деятельности проводится при наличии:**

1. сильной технологической позиции;
2. сильной рыночной позиции;
3. сильной рыночной и сильной технологической позиции;
4. уравновешенной рыночной и технологической позиции.

**11. Й. Шумпетер понимал под нововведениями:**

1. новые комбинации факторов производства;
2. изобретения;
3. новые технологии.

**12. Инновационная инфраструктура - это:**

1. искусство руководства и координации трудовых, материальных и иных ресурсов на протяжении жизненного цикла проекта путем применения системы современных методов и техники управления для достижения определенных в проекте результатов по составу и объему работ, стоимости, времени, качеству проекта;
2. система взаимосвязанных и взаимодополняющих организаций различной направленности и различных организационно-правовых форм, а также порядок их взаимодействия, которые обеспечивают реализацию этапов инновационного процесса, начиная с технологического освоения законченной научной разработки;
3. система расчетов, направленная на выбор и обоснование целей развития ИП и подготовку решений, необходимых для их безусловного достижения.

**13. Функции государства в инновационной сфере – это:**

1. аккумулирование средств;
2. стимулирование инноваций;
3. координация инновационной деятельности;
4. правовое обеспечение;
5. кадровое обеспечение.

**14. По какому признаку дана классификация инноваций на единичные и диффузные?**

1. по распространенности;
2. по инновационному потенциалу;
3. по преемственности.

**15. Внешние (внетранспортные) эффекты и затраты, связанные с реализацией инновационного проекта, учитываются при расчетах показателей:**

1. экономической эффективности;
2. коммерческой эффективности;
3. бюджетной эффективности;
4. всех перечисленных.

**16. Математическое выражение**

****

**служит для расчета показателя:**

1. чистый дисконтированный доход;
2. индекс доходности;
3. внутренняя норма доходности;
4. срок окупаемости.

**17. С точки зрения масштабности решаемых задач инновационные проекты подразделяются на:**

1. монопроекты;
2. гиперпроекты;
3. мегапроекты;
4. сложносоставные;
5. мультипроекты.

**18. Продажа лицензии лицензиатом третьим лицам запрещается, если эта лицензия:**

1. простая;
2. исключительная;
3. полная;
4. любая.

**19. Дополните предложение: Патент – документ, удостоверяющий авторство изобретения и предоставляющего его владельцу исключительное (монопольное) право на использование изобретения в течение \_\_\_\_\_\_\_\_с даты приоритета.**

1. 1 года;
2. неограниченного времени;
3. 20 лет.

**20. Объектами инновации не могут быть:**

1. продукты;
2. технологические процессы;
3. идеи;
4. организационные изменения.

**21. Основным органом, координирующим деятельность министерств и ведомств в научно-технической и инновационной областях, является**

а) Правительственная комиссия по научно-технической политике;

б) Миннауки и высшего образования РФ;

в) Министерство экономического развития РФ;

г) Государственная Дума.

**22. Относительно внутренней среды инновационная стратегия может быть:**

а) продуктовая;

б) функциональная;

в) ресурсная;

г) организационно-управленческая;

д) ситуационная.

**23. К методам научно-технического прогнозирования относятся:**

а) экстраполяция;

б) экспертные оценки;

в) моделирование;

г) постулирование;

д) логистический анализ.

**24.** **Условия патентоспособности полезной модели:**

а) промышленная применимость;

б) новизна;

в) изобретательский уровень.

**25. К промышленной интеллектуальной собственности НЕ относятся:**

а) изобретения;

б) ноу-хау;

в) промышленные секреты;

г) промышленные образцы;

д) научные произведения.

**26. Затраты компании, связанные с осуществлением капитальных вложений в инновационный проект, - это:**

а) долгосрочные затраты;

б) текущие затраты;

в) нет правильного ответа.

**27. Чем для внешнего инвестора инновационного проекта является показатель "цена собственного капитала"?**

а) нижним пределом рентабельности;

б) гарантией возврата вложенных средств;

в) единственным критерием для принятия решения о вложении средств.

**28. Внедрение нового продукта определяется как радикальная инновация, если:**

1. охватывает технологические изменения продукта;
2. касается использования усовершенствованного технологического процесса;
3. предполагаемая область применения, функциональные характеристики, конструктивные или использованные материалы и компоненты существенно отличаются от ранее использованных продуктов;
4. охватывает технические, технологические и организационно-экономические изменения продукта.

**29. Ставка дисконтирования определяется на основе:**

1. индекса инфляции;
2. ставки рефинансирования Центрального банка;
3. ставки налога на прибыль.

**30.** **Как называются рисковые фирмы, которые обычно создаются в областях предпринимательской деятельности, связанных с повышенной опасностью потерпеть убытки?**

а) аудиторские;

б) лизинговые;

в) венчурные;

г) потребительские.

**31. Методом оценки экономической эффективности инвестиционных проектов может быть:**

а) метод чистого дисконтированного дохода;

б) метод индекса доходности и рентабельности проекта;

в) метод срока окупаемости;

г) метод внутренней нормы доходности;

д) метод расчета точки безубыточности проекта.

**32. Соотнесите понятия и определения**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Венчурная фирма | 1 | Специализируется на внедрении неиспользованных патентов владельцами технологий, продвижении на рынок лицензий, доведении изобретений до промышленной кондиции, производстве небольших партий изделий с последующей продажей лицензий |
| 2 | Инжиниринговая фирма | 2 | Представляет собой временное целевое объединение научных работников нескольких смежных отраслей науки и техники, а также менеджеров для решения конкретных научно-технических или производственных задач |
| 3 | Внедренческая фирма | 3 | Представляет собой соединительное звено между научными исследованиями и разработками и между нововведениями и производством |
| 4 | Профитцентр | 4 |  Временная организационная структура, занятая разработкой научных идей и превращением их в новые технологии и продукты и создаваемые с целью апробации, доработки и доведения до промышленной реализации «рисковых» инноваций |
| 5 | Принцип гибкости и эластичности планирования | 5 | Планирование инновационных процессовобеспечивается применением современных информационных технологий, прогрессивных процедур и методов осуществления инновационных процессов |
| 6 | Комплексность планирования инноваций | 6 | Планирование инновационных процессовтребует динамичной реакции планов на изменения внутренних и внешних факторов |
|  | Принцип научной обоснованности планирования | 7 | Планирование инновационных процессовпредполагает рассматривать планирование как последовательный процесс разработки, детализации, уточнения, внесения изменений и продления планов. |
| 8 |  Принцип непрерывности | 8 | Планирование инновационных процессовозначает увязку всех разрабатываемых на инновационном предприятии планов |

**ТЕСТ №2**

**1. Н.Д. Кондратьев разработал:**

1. классификацию инноваций по типу новизны для рынка;
2. классификацию инноваций на продуктовые и процессные;
3. теорию длинных волн, или больших циклов конъюнктуры.

**2. Выберите из списка то, что относится к субъектам инновационного рынка:**

1. предприятия;
2. патент;
3. организации;
4. научно-технический прогресс;
5. лицензия;
6. учреждения;
7. университеты;
8. фонды;
9. физические лица (ученые и специалисты).

**3. Основной целью технопарков является:**

1. создание новых или радикальных преобразований старых сегментов рынка;
2. стимулирование малого инновационного предпринимательства;
3. реализация любого прибыльного проекта.

**4. В зависимости от глубины вносимых изменений инновации подразделяются на:**

1. радикальные;
2. научные;
3. модификационные;
4. улучшающие;
5. процессные;
6. предметные.

**5. Какие инновации учитывают инновационный потенциал и степень новизны:**

1. стратегические;
2. замещающие;
3. радикальные.

**6. С точки зрения масштабности решаемых задач инновационные проекты подразделяются на:**

1. монопроекты;
2. гиперпроекты;
3. мегапроекты;
4. сложносоставные;
5. мультипроекты.

**7. Приведение разновременных затрат и результатов к расчетному году называется:**

1. амортизацией;
2. инвестированием;
3. дисконтированием;
4. изоморфизмом.

**8. Коренная ломка и перестройка ранее установившихся воззрений в конкретной области науки – это:**

1. эволюция;
2. революция;
3. модернизация;
4. адаптация.

**9. Конечным результатом инновационной деятельности, внедренным на рынке, служит:**

1. изобретение;
2. инновация;
3. проект;
4. новация.

**10. Ко второму этапу жизненного цикла инноваций относится:**

1. ОКР;
2. фундаментальные НИР;
3. коммерциализация;
4. прикладные НИР.

**11. Ко второму этапу жизненного цикла инноваций относится:**

а) ОКР;

б) фундаментальные НИР;

в) коммерциализация;

г) прикладные НИР.

**12. Для стадии проведения поисковых исследований характерен риск:**

а) отказ в сертификации результата;

б) отсутствие результата в установленные сроки;

в) отторжение рынком;

г) более низкие объёмы сбыта по сравнению с запланированными.

**13. Какие из этапов жизненного цикла продукции связаны со значительными рискоинвестициями?**

а) снижение объемов производства и продаж;

б) технологическое освоение выпуска новой продукции;

в) стабилизация объемов производства промышленной продукции;

г) исследования и разработки по созданию новой продукции.

**14. К объектам инфраструктуры науки и инноваций относятся:**

концерны и ассоциации;

общественные академии;

технопарки.

**15. Как называются рисковые фирмы, которые обычно создаются в областях предпринимательской деятельности, связанных с повышенной опасностью получения убытков?**

1. аудиторские;
2. лизинговые;
3. венчурные;
4. потребительские.

**16. Что предусматривается инновационным проектом?**

а) сбыт, реклама инновационного продукта;

б) продвижение инновационного продукта на рынке;

в) разработка, производство и реализация инновационного продукта;

г) разработка стратегии.

**17. Какой проект следует поддержать?**

а) приведенные затраты 1.8 д.е.

б) приведенные затраты 2.0 д.е.

в) приведенные затраты 2.5 д.е.

**18. Какой эффективности инноваций уделяется наибольшее внимание на микроуровне?**

1. народнохозяйственной;
2. бюджетной;
3. коммерческой.

**19. К источникам финансирования инновационного проекта не относятся:**

1. собственные средства;
2. оборотные средства;
3. заемные средства;
4. спонсорские средства.

**20. Относительно внешней среды инновационная стратегия может быть:**

1. наступательная;
2. оборонительная;
3. адаптационная;
4. ситуационная.

**21. В зависимости от учитываемых результатов и затрат различают следующие виды эффекта (Экологический, Экономический, Ресурсный, Научно-технический, Социальный, Финансовый):**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид эффекта** | **Факторы, показатели** |
| 1. Экономический | а) Показатели отражают влияние инновации на объем производства и потребления того или иного вида ресурса |
| 2. Научно-технический | б) Шум, электромагнитное поле, освещенность (зрительный комфорт), вибрация. Показатели учитывают влияние инноваций на окружающую среду |
| 3. Финансовый | в) Расчет показателей базируется на финансовых показателях |
| 4. Ресурсный | г) Показатели учитывают в стоимостном выражении все виды результатов и затрат, обусловленных реализацией инноваций |
| 5. Социальный | д) Новизна, простота, полезность, эстетичность, компактность |
| 6. Экологический | е) Показатели учитывают результаты влияния инноваций на человеческий потенциал |

**22. Риск в инновационной деятельности может быть:**

1. чистый;
2. спекулятивный;
3. скрытый;
4. финансовый.

**23. Для стадии проведения поисковых исследований характерен риск:**

а) отказ в сертификации результата;

б) отсутствие результата в установленные сроки;

в) отторжение рынком;

г) более низкие объёмы сбыта по сравнению с запланированными.

**24. Чем отличается договор на выполнение научно-исследовательских и опытно- конструкторских работ (НИР и ОКР) от договора подряда:**

а) по предмету и специфике;

б) различные существенные условия;

в) по ответственности за неисполнение обязательств;

г) нет отличий в документации.

**25. Предметом лицензионного договора является:**

а) право собственности на результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации;

 б) право бессрочного пользования результатом интеллектуальной деятельности или средством индивидуализации;

в) исключительное право на результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации;

г) все вышеперечисленное.

**26. В каких случаях лицензионный договор подлежит государственной регистрации:**

а) во всех случаях;

б) в случаях, если сам объект интеллектуальной собственности подлежит регистрации;

в) не подлежит государственной регистрации вообще.

**27. Комплекс мероприятий по согласованию и утверждению всех вопросов деятельности (подготовка нормативных документов; форма взаимодействия, воздействия; поиск инвесторов; подписание договоров; дата начала функционирования технологической “цепочки”, назначение управляющего) – это:**

1. управления организацией;
2. управление производственными технологиями;
3. управление производственными ресурсами;
4. управление инновациями.

**28. На позитивность документального оформления управленческих решений по внедрению инноваций в организации не влияет:**

1. наличие специальных подразделений для создания и апробации нововведений;
2. организационная культура;
3. уровень технического развития родственной отрасли;
4. наличие предполагаемых для этой цели средств.

**Примерные практические задания
Практическое задание № 1**

**Формирование ценностного предложения под девизом: «Конкурентоспособность и качество» при оказании логистических услуг в международной цепи поставок**

Ценностное предложение – это обещание принести ценность потребителю; основная причина купить именно у вас, а не у ваших конкурентов. Ценностное предложение объясняет, как ваш продукт решает проблему потребителя, какую выгоду получит покупатель, почему покупатели должны покупать у вас, а не у ваших конкурентов. Не стоит путать ценностное предложение со слоганом или позиционированием компании.

Сильное ценностное предложение помогает повысить конверсию и продажи.

Формула ценностного предложения:

• Заголовок. Описывает выгоду, которую вы предлагаете покупателю в одном коротком предложении.

• Подзаголовок. Подробное объяснение того, что вы предлагаете, кому и почему.

• 3 пункта в форме буллетов (по желанию). Перечислите все выгоды и/или характеристики.

• Элемент визуализации. Покажите видео или картинку для укрепления вашего сообщения.

Процесс создания ценностного предложения:

1. Определить выгоды потребителя. Сделайте список всех выгод, которые может предоставить ваш продукт потребителю.

2. Соединить выгоды и ценность вашего продукта. Определите, какую ценность ваш продукт приносит потребителю.

3. Дифференцировать и позиционировать себя. Обозначьте, кто ваша целевая аудитория, что вы ей предлагаете и чем отличаетесь от конкурентов.

Как выглядит хорошее ценностное предложение?

 • Просто и ясно — его легко воспринимать

• Сообщает, что в итоге получит потребитель

• Объясняет, чем отличается компания и чем она лучше

• Можно прочитать и воспринять информацию за 5 секунд

• Написано на языке потребителя

• Не содержит навязчивой рекламы, преувеличения и специфической бизнес-лексики.

Если ваше предложение не особо отличается от конкурентов, то вы можете добавить небольшие усилители (бустеры) вашего ценностного предложения. Например, бесплатная доставка, быстрая доставка, доставка на следующий день, бесплатный бонус при покупке, бесплатная установка/настройка, гарантия, цена со скидкой, персонализация (адаптация под покупателя) и т.д.

Задание.

1. Детально продумайте и подготовьте ценностное предложение в форме презентации, которое содержит инновационные разработки в логистике Вашей компании и подчеркивает высокое качество оказания логистических услуг в компании.

2. Подумайте, какие небольшие характеристики к вашему ценностному предложению вы можете добавить, которые не стоили бы много, но были бы привлекательны для некоторых потребителей

**Практическое задание № 2**

**Выбор инновационной стратегии**

У компаний, входящих в международную цепь поставок оборудования, есть три альтернативные инновационные стратегии: активная, пассивная, компромиссная. В перспективе возможны следующие сценарии развития внешней среды:

* рост покупательской способности населения (С1), вероятность наступления 0,5;
* неизменная покупательская способность (С2), вероятность наступления 0,3;
* снижение покупательской способности вследствие роста инфляции и ухудшения экономической обстановки (С3), вероятность наступления 0,2.

Экспертным путем получен прогноз возможной прибыли от реализации каждого типа инновационной стратегии (табл.).

Таблица. – Исходные данные для расчета

|  |  |
| --- | --- |
| Инновационная стратегия | Варианты развития ситуации и вероятностьнаступления события, млн. руб. |
| С1 (0,5) | С2 (0,3) | С3 (0,2) |
| Активная | 100 | 87 | 65 |
| Пассивная | 85 | 80 | 75 |
| Компромиссная | 74 | 69 | 65 |

Задание.

Выберите оптимальную инновационную стратегию предприятия по совокупности критериев.

**Практическое задание № 3**

**Построение дерева целей для реализации инновационной стратегии с акцентом на качество логистических услуг**

Фокусная компания – организатор цепи поставок, разрабатывая инновационную стратегию развития, в качестве стратегических целей определила:

1) создать новую производственную систему для наращивания инновационного потенциала;

2) упрочить позиции предприятия на действующем рынке на основе конкурентных преимуществ, полученных при разработке новой технологии;

3) создать предпосылки для выхода на новые рынки сбыта и создать новые цепи поставок.

Необходимо для реализации этих стратегических целей сформировать «дерево целей» по трем направлениям: изменить производственную систему, изменить систему маркетинга, реализовать конкурентные преимущества предприятия (рис. 1).



Рис. 1. Форма построения «дерева целей»

Перечень работ по реализации стратегии:

* внедрить инновационные безотходные замкнутые технологические процессы;
* выйти на один из экспортных рынков;
* автоматизировать главные стадии производственной системы;
* изменить систему продаж;
* изменить систему контроля в производстве инновационного продукта;
* применить подробный анализ рыночной конъюнктуры;
* организовать прямую продажу на территории фирмы;
* внедрить пробные продажи;
* увеличить объем финансирования маркетинга на 12 %;
* увеличить объем финансирования НИОКР на 10 %;
* расширить рыночный сегмент инновации на внутриотраслевом рынке;
* изменить систему оплаты труда на производстве;
* позиционировать новую модификацию товара;
* повысить уровень квалификации ответственных работников за реализацию проекта;
* повысить уровень качества исходного сырья и материала;
* организовать позиционирование инновационной продукции на межотраслевом рынке;
* изменить систему маркетинга;
* изменить систему оплаты труда логистов для стимулирования внедрения инноваций;
* позиционировать качественные отличия, дизайн товара, дополнительный сервис;
* устранить выброс вредных веществ в атмосферу;
* подробнее рассмотреть действующие тарифы;
* организовать замкнутый оборот воды в системе;
* внедрить элементы «льготы и скидки» в систему продаж;
* изменить производственную систему;
* модернизировать систему взаимоотношений с поставщиками;
* исследовать сезонные колебания спроса;
* продвинуть товар на рынок соседнего региона;
* изучить влияние изменения цен на мировом рынке;
* развить рынки продаж в Дальневосточном округе;
* попытаться позиционировать товар на рынках стран СНГ;
* организовать пробные продажи товара в европейских странах.

Задание.

1. Постройте дерево целей для реализации инновационной стратегии, используя обозначенные стратегические цели и представленный перечень работ по ее реализации.

2. Дополните дерево целей сформулированными Вами работами по реализации инновационной стратегии.

**Практическое задание № 4**

**Расчет риска инновационного проекта**

Инновационная деятельность является одной из главных движущих сил качественного развития экономики. Именно инновации способствуют укреплению позиций организации на рынке, предоставляя возможности, присущие естественной монополии.

Инновационная деятельность должна входить в стратегические цели как организации, так и государства. Для реализации инновационной деятельности необходим капитал в различной форме, прежде всего, в денежной. В качестве инструмента финансирования инновационной деятельности может рассматриваться выпуск ценных бумаг – акций, инвестиционных паев, ипотечных сертификатов участия, облигаций, векселей.

Для организации финансирования крупного инновационного проекта в логистике необходимо привлечь дополнительно 8 млрд руб. В условиях нехватки собственных финансовых средств фирма, реализующая инновационный проект, принимает решение выпустить ценные бумаги.

Рассматриваются три варианта выпуска ценных бумаг:

1) 10 000 000 привилегированных акций номиналом 1000 руб.;

2) 10 000 конвертируемых облигаций номиналом 1 000 000 руб.;

3) 1000 дисконтных векселей номиналом 10 000 000 руб.

Задание.

1. Сравните возможности использования ценных бумаг разного вида в качестве инструмента финансирования инновационной деятельности.

2. Определите наименее рискованный вариант привлечения финансовых средств через выпуск ценных бумаг, если известно, что реализация акций составляет в среднем 95 %, облигаций – 80 %, векселей – 90 %.

**Практическое задание № 5**

**Критерии отбора инновационных проектов в международных цепях поставок**

Основное правило оценки инновационных проектов заключается в том, что потребитель не выбирает продукт, руководствуясь его новизной, а исходит из его способности удовлетворить потребности лучше, чем другие виды товаров и технологии.

Совокупность критериев и конкретных показателей для оценки инновационного проекта позволяет учесть это правило. При этом не обязательно использовать все показатели, хотя каждый из них дает дополнительную информацию о проекте. В зависимости от избранной стратегии, формируются критерии отбора инновационных проектов.

Таблица 1. – Классификация критериев отбора инновационных проектов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Цели организации,стратегия,политика | Научно-техническиекритерии | Финансовыекритерии | Производственныекритерии | Рыночныекритерии | Внешниекритерии |
|  |  |  |  |  |  |

Перечень критериев:

1) потенциальный годовой размер прибыли;

2) устойчивость положения организации;

3) стартовые затраты на осуществление проекта;

4) возможности использования налоговых льгот;

5) вероятность технического успеха;

6) стоимость и время разработки;

7) воздействие на другие проекты;

8) уникальность продукции (отсутствие аналогов);

9) количество вредных выбросов в атмосферу;

10) ожидаемый объем продаж;

11) вероятность коммерческого успеха;

12) уровень необходимой специализации и кооперации с зарубежными партнерами;

13) ожидаемая норма чистой прибыли;

14) соответствие проекта отношению партнеров по цепи поставок к риску;

15) предполагаемая потребность в продукте;

16) воздействие на существующие продукты;

17) предполагаемые затраты и цена продукта;

18) наличие конкурентов;

19) наличие каналов сбыта продукции;

20) наличие научно-технических ресурсов;

21) перспектива научно-технического развития;

22) соответствие имиджу организации;

23) безопасность производства;

24) наличие необходимых научно-технических ресурсов;

25) движение затрат и доходов во времени;

26) оправданность изменений в стратегии организации;

27) соответствие проекта стратегии НИОКР в организации;

28) совместимость проекта с миссией и стратегией организации;

29) соответствие проекта отношению организации к нововведениям;

30) оптимальность структуры затрат на продукт, заложенная в проекте;

31) патентная чистота;

32) патентоспособность (возможна ли защита проекта патентом), в том числе зарубежным;

33) возможные будущие применения новой генерируемой технологии;

34) потребности в услугах консультативных фирм;

35) наличие технологических нововведений;

36) соответствие проекта имеющимся производственным мощностям;

37) наличие персонала в необходимой численности и квалификации;

38) величина издержек производства;

39) потребность в дополнительных производственных мощностях;

40) вредное воздействие продуктов и производственных процессов;

41) правовое обеспечение проекта, соответствие законодательству РФ и стран партнеров по цепи поставки;

42) возможное влияние перспективного законодательства на проект;

43) реакция общественного (мирового) мнения на осуществление проекта;

44) структура и количество используемых энергоресурсов;

45) условия утилизации продукта;

46) размер инвестиций в проект;

47) соответствие проекта потенциалу организации;

48) степень диверсификации организации;

49) время отсрочки получения прибыли по проекту;

50) соответствие проекта критериям экономической эффективности;

51) наличие финансовых ресурсов у организации;

52) необходимость привлечения заемного капитала (кредитов) для финансирования проекта;

53) финансовый риск проекта;

54) стабильность поступления доходов от проекта;

55) период времени реализации проекта.

Задание.

1. Распределите нижеперечисленные критерии отбора инновационных проектов по классификационным группам, представленным в табл.

2. Отметьте наиболее значимые, на Ваш взгляд, с точки зрения улучшения качества оказания логистических услуг в международной цепи поставок.

**Практическое задание № 6**

**Определение экономической эффективности инноваций, связанных со снижением шума от силовой установки морского судна**

Характеристика инновации

Работа силовой установки сопряжена со значительным шумовым воздействием на команду судна и пассажиров. Специфика работы морского судна, особенно при международных перевозках на большие расстояния, характеризуется длительным пребыванием людей в рейсе, а следовательно и длительным шумовым воздействием на них. Особенно сильное шумовое и вибрационное воздействие оказывается на работников машинного отделения, а также других членов судовой команды, каюты которых расположены вблизи машинного отделения. В таких условиях актуальным является поиск и внедрение инноваций, способствующих снижению уровня шумового воздействия. С этой целью проводятся поисковые и конструкторские разработки.

Примером такого рода разработок является применение инновационных вибро-шумоизолирующих средств в элементах крепления силовой установки.

Для обоснования внедрения инновационных средств необходим расчет показателей экономической эффективности. Исходные данные для расчета приведены в табл. 1.

Таблица 1. – Исходные данные

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Единица измерения | Условное обозначение | Значение показателя  |
| до внедрения инновации (1) | после внедрения инновации (2) |
| 1. Уровень шума в машинном отделении | дБА | L | 88 | 76 |
| 2. Среднегодовая заработная плата членов судовой команды, подвергающихся воздействию шума, с начислениями | руб. | Из.п. | 240 000 | 240 000 |
| 3. Среднегодовая стоимость нормативно-чистой продукции, создаваемой членами команды судна (1,5 И зп)\*) | руб. | Снчп | 360 000 | 360 000 |
| 4. Дополнительные годовые эксплуатационные расходы на содержание шумозащитной конструкции | руб. | Иш | – | 270 |
| 5. Цена резинометаллического амортизатора и эластичной проставки | руб. | Цам | – | 20 300 |
| 6. Дополнительные капиталовложения, связанные с выполнением НИОКР | руб | Книокр | – | 150 000 |
| 7. Норма дисконта | – | Е | 0,1 | 0,1 |
| 8. Количество судов, подлежащих оборудованию шумозащитой в 2022 г. в 2023 г. | шт. | В | –– | 2030 |
| 9. Остаточный срок службы судна | лет | Тсл | 15 | 15 |

Задание.

1. Рассчитайте показатели экономической эффективности инноваций с учетом дисконтирования.

 *Примерный Перечень вопросов для устного опроса на практических занятиях*

1. Какова роль и сущность нововведений в логистических процессах?
2. По каким признакам классифицируют инновации?
3. Охарактеризуйте тенденции развития транспортной техники и технологий.
4. Каковы инновации в складской, транспортной логистике в условиях цифровизации экономики?
5. Как проявляется системный подход к технико-технологическому и организационно-экономическому обновлению производства?
6. В чем заключаются особенности управления инновационными процессами при международных перевозках?
7. В чем отличия базисных инноваций от модифицирующих?
8. Каковы принципы государственной инновационной политики?
9. Охарактеризуйте меры государственной инновационной политики.
10. Как инновационная деятельность влияет на экономическое развитие страны и отдельной фирмы?
11. Льготы по каким налогам предусмотрены для предприятий, осуществляющих НИОКР?
12. Каким образом осуществляется экспертиза проектов Российским фондом фундаментальных исследований?
13. Как оформляется техническое задание на проект?
14. Каковы управленческие технологии документального оформления разработки и внедрения нововведений?
15. Каким образом оформляются результаты организационных решений по изменению системы управления, процедуры, методов управления или управленческих подходов?
16. Какой термин используется в документах для обозначения инноваций, характеризующих применение новых методов организации производства – продуктовые или процессные?
17. Правомерно ли использовать в управленческих документах термины «инновация» и «новшество» как синонимы?
18. Можно ли указывать в качестве субъекта инновационного бизнеса государственный сектор?

*Примерные Кейсы*

**Кейс № 1**

**Amazon – Экспансия на международные рынки через инновации**

Компания Amazon – ведущий мировой гигант в сфере интернет-ретейла. Компания была основана в 1995 г. Джефом Безосом в одном из гаражей города Сиэттл США. Первоначально на Amazon можно было купить только книги, на веб-сайте с первого дня было представлено более 1 млн книг. Уже в первые месяцы работы Amazon стал невероятно популярной компанией не только в США, но и за рубежом: география продаж охватывала все штаты США, а также 45 других стран. С первого дня существования компании в основу ее бизнес-модели были заложены традиционные принципы ретейла: низкая цена, широкий выбор, удовлетворенность клиента.

В 1997 г. компания стала публичной, а годом позже руководством было принято решение выйти на рынок онлайн-видео, таким образом была приобретена компания IMD. В последующие годы Amazon продолжила осваивать другие ниши, значительно расширив ассортимент продукции, предлагаемой на веб-сайте (обувь, электроника, одежда и т.д.).

В настоящее время на сайтах компании представлено более 30 продуктовых категорий, разработаны веб сайты для 14 стран (Австралия, Бразилия, Канада, Китай, Франция, Германия, Индия, Япония, Мексика, Нидерланды, Испания, Великобритания, США, Италия) на 7 языках. Каждый веб-сайт предлагает огромный выбор товаров, простой и удобный интерфейс, конкурентоспособные цены. Компания также учитывает специфику местных потребительских предпочтений в товарах и услугах при наполнении каждого сайта. Дочерние компании Amazon работают в 11 странах (рис. 1), на трех континентах.



Рис. 1. География распространения Amazon

На сайте Amazon представлены товары как самой компании, так и множества сторонних поставщиков, которых она активно привлекает для продаж через свою онлайн-платформу. В настоящее время около половины всех товаров на Amazon продается сторонними поставщиками.

Marketplace – страна, где Amazon открыла дочернюю компанию, склады для хранения товаров (fulfilment centres); где сторонние поставщики имеют возможность реализовывать свои товары через онлайн-платформу Amazon как на уровне страны, так и на мировом.

Система складирования в marketplace может быть устроена двумя способами: Fulfilled By Merchant (FBM) или Fulfilled By Amazon (FBA). Первый способ предполагает, что сторонние поставщики хранят свои товары на своем складе, а также ответственны за процесс доставки товара до покупателя. Второй способ позволяет сторонним поставщикам хранить товары на складах Amazon, дистрибуция также осуществляется Amazon. Например, европейская система складирования функционирует по схеме FBA и устроена следующим образом: основной склад располагается в Великобритании, где аккумулируются товары как самой компании, так и сторонних поставщиков со всех европейских стран, где представлена Amazon. С основного склада товары доставляются непосредственно клиенту.

Помимо этого, в европейских странах, где Amazon имеет дочерние предприятия, функционируют локальные склады: они применяют схему как FBM, так и FBА, только во втором случае на складе аккумулируются товары сторонних поставщиков конкретной страны, и, конечно, товары Amazon. Таким образом, сторонние поставщики, реализующие продукцию через платформу Amazon, вправе выбрать, где осуществлять хранение.

В настоящее время Amazon представляет собой огромную корпорацию, объединяющую множество брендов, которыми представлены различные продукты, услуги и отдельные бизнес-единицы.

Для компании крайне важно максимизировать удовлетворенность клиента от приобретенного товара на сайте Amazon. Для этого был разработан удобный интерфейс сайта, который буквально «располагает к покупке», возможность «покупки в один клик» по низкой цене и доставка в максимально короткие сроки.

Отдельно была создана компания Amazon Web Services, изначально предназначенная только для поддержки высокоскоростной работы системы по всему миру, поскольку Amazon подсчитала, что задержка в работе сайта на 1 секунду стоит компании миллионов долларов недополученной прибыли. Помимо этого, для компании крайне важно предложить клиенту широкий выбор товаров на сайте, а также учесть специфику предпочтений клиента, в зависимости от региона.

Наконец, компания позиционирует себя как лоукостер, что предъявляет серьезные требования к постоянной оптимизации издержек не в ущерб качеству предоставляемых товаров и услуг.

Задание.

* 1. Определите ведущие инновации, которые позволили Amazon стать лидером в сфере интернет-ретейла. Каковы были основные мотивы экспансии на международные рынки для интернет-ретейлера Amazon?
	2. Какие логистические решения, на Ваш взгляд, использовала Amazon для прорыва на мировом рынке?
	3. Как в Amazon организован процесс улучшения качества оказания логистических услуг в международной цепи поставок?
	4. Какие инновационные решения Вы могли бы использовать на российском рынке интернет-торговли?

(по материалам: Основы предпринимательства. сборник кейсов: учебно-методическое пособие для отделения «Менеджмент» / под ред. д.э.н., проф. Н.П. Иващенко – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2018. – 144 с.)

**Кейс № 2**

**Заставь инвестора поверить в себя**

Целый год успешный молодой программист по фамилии Робертс трудился над разработкой программного обеспечения для госпиталя, в котором он работал. По окончании работ руководство госпиталя быстренько продало этот софт одному из своих вендоров примерно за 200 тыс. долл. Конечно, с юридической точки зрения продукт принадлежал госпиталю. Но сам факт, что его разработал именно он, заставил Робертса задуматься.

Из данного факта он сделал два вывода, которые, как оказалось впоследствии, развернули его судьбу на 180 градусов. Вывод первый – цена продажи «его продукта» была значительно больше годовой зарплаты непосредственно разработчика Робертса. В то время он зарабатывал чуть больше 60 тыс. долл. в год. Вывод второй – времени на написание этой системы ему потребовалось меньше года.

Решение пришло быстро. В 1995 году Робертс поступил на программу MBA школы менеджмента MIT Sloan. Свое имя Павел Робертс обрел в тот период, когда изучал русский язык. В практиковавшихся на занятиях ролевых играх он выбрал себе псевдоним Павел, это имя ему так понравилось, что впоследствии он узаконил его. Конечной целью обучения Паши на программе MBA было создание собственного дела. Павел с самого начала, еще до поступления, знал, в каком направлении будет работать – цифровая телефония.

«Заставь инвестора поверить в себя», — именно таким принципом руководствовался американец Павел Робертс, на первом году обучения принимая решение об участии в предпринимательском конкурсе MIT $50K, ежегодно проводимом Массачусетским технологическим институтом (MIT). «Идти на конкурс – это намного интереснее, чем сидеть дома и размышлять над своей идеей», – считал Павел.

С успехом пройдя первый этап конкурса $1K, Павел принял участие в финальной части $50K, где уже потребовался полный бизнес-план. Павел создал команду для работы над бизнес-планом, и прохождение этапов конкурса помогало и ему и команде в целом расширять свое видение проблемы и вместе с тем, конкретизировать детали проекта, что позволяло начать разговоры с потенциальными потребителями.

За победу в конкурсе Павел с командой получили призовые деньги, но не сразу все полагавшиеся 30 тыс. долл. 15 тыс. долл. поступили к ним на счет в течение 6 месяцев и еще 15 тыс. долл. они получили в виде различных услуг, включая консультации финансистов, юристов и венчурных капиталистов по стратегическому планированию. Впрочем, полезными, на взгляд Паши, были только услуги юриста. По его мнению, на самом деле гораздо больше работы он уже с командой проделал после финала конкурса $50K, нежели в течение соревнования.

Эта победа имела два следствия: Павел ушел из MBA с середины программы и основал технологическую компанию WebLine Communications. Сразу после победы в конкурсе в первые же недели Павел зарегистрировал компанию, потом в течение шести месяцев нашел «ангельские» инвестиции – около 600 тыс. долл. Сразу после этого в компанию начали набирать людей. Зарплаты были порядка 30 тыс. долл. в год (около половины того, что он зарабатывал до поступления на MBA). Через 9 месяцев нашли для компании CEO.

Своего первого венчурного инвестора компания нашла через год довольно нестандартным способом. Основатель компании со своей командой был тогда в Калифорнии, «засеивая» своими предложениями разные венчурные фонды. Однажды в конце рабочего дня, когда уже кончились все копии бизнес-плана, было принято решение заглянуть еще в одну компанию. У команды Робертса была презентация в PowerPoint, и они хотели запустить ее, но управляющие из венчурного фонда остановили их: «Давайте просто побеседуем, поскольку все уже устали». Они проговорили два часа. А на следующий день, в семь утра, Робертса разбудили в гостинице и прислали по факсу инвестиционное предложение. Так компания прошла первый раунд венчурного инвестирования – 8 млн долл. При этом компания уже имела готовый продукт и несколько первых клиентов, хотя продукт был сыроват. Позже продукт значительно усовершенствовали.

Примерно за год после победы в конкурсе компания наняла первых 25 человек, затем еще сотню в течение нескольких лет. Когда для компании был найден CEO, Павел оставил за собой пост вице-президента по маркетингу, а потом — главного архитектора ПО. Ему это нравилось гораздо больше, чем маркетинг. В какой-то момент основатель бизнеса начал подсчитывать свои рабочие часы – получалось более 100 часов в неделю. Несколько сотрудников из старой команды, работавших в аналогичном ритме, даже ушли из-за этого. Так продолжалось около девяти месяцев, пока не нашли сотрудника на должность CEO. Затем рабочее время Робертса сократилось до 60–80 часов в неделю, пока не был осуществлен выход – продажа компании. В 1999 году ее купила Cisco Systems за 325 млн долл. После продажи Робертс по-прежнему занимался доводкой продуктов, но это занимало у него уже около 50 часов в неделю.

Спустя несколько лет 40-летний миллионер вернулся в MBA в бизнес-школу MIT Sloan и сейчас задумывается о создании нового высокотехнологичного бизнеса. Основное, что вынес Робертс из своего опыта создания и развития компании, состоит в следующем.

• Область знаний сегодня для наиболее перспективных технологических компаний может быть любой, главное, чтобы ваши продукты были востребованы рынком, а ваша рыночная позиция – устойчивой. Что еще важно? Четкая экономическая целесообразность ваших предложений: разных интересных штучек можно придумать и сделать много, но попробуй их продать. Конкурентное преимущество дает также техническая защищенность авторских идей.

• Как убедить инвестора дать деньги на бизнес? Нужно заставить его поверить в тебя. Нужна хорошая команда. Желание сделать дело. Знание технологий и рынка. Наши технологии было легко демонстрировать – их польза была весьма наглядной и интуитивно понятной.

• Тем, кто хочет запустить свой высокотехнологичный бизнес, выходить нужно с планом, хорошо продумать, что будете делать, действовать быстро. Ввязаться в это дело и просто действовать или идти на конкурс – это намного интереснее, чем сидеть дома и размышлять над своей идеей. Ну и подумать о других вариантах финансирования: делать ли все, что называется, на коленке или искать партнерства с крупными компаниями.

Задание.

1. Что побудило Робертса заняться предпринимательством?

2. Что дали предпринимателю программа MBA в MIT и участие в конкурсе MIT $50K?

3. На ваш взгляд, Робертс занялся бизнесом, потому что выиграл конкурс MIT $50K, или все-таки бизнес для него был первичен?

4. Что делал Робертс сразу после победы в конкурсе? На ваш взгляд, это были правильные шаги?

5. Как изменилась жизнь предпринимателя после продажи компании?

6. Есть ли у российских предпринимателей, которые имеют идеи, подходящие для организации инновационного бизнеса, такая возможность, как у Робертса?

7. Был ли типичным для данного бизнеса выход инвестора из инвестиционной сделки?

8. Как, по Вашему мнению, можно ли сделать подобный рывок на международном логистическом рынке?

(по материалам: Основы предпринимательства. сборник кейсов: учебно-методическое пособие для отделения «Менеджмент» / под ред. д.э.н., проф. Н.П. Иващенко – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2018. – 144 с.)

**Кейс № 3**

**Ситуация с пандемией COVID-19 и инновации в процессе оказания логистических услуг**

2020 год оказался очень сложным, но интересным для игроков логистического рынка. Топ-менеджеры крупных российских логистических и курьерских компаний рассказали о самых интересных кейсах и проблемах, с которыми пришлось столкнуться.

Директор по развитию логистического оператора Logsis Алексей Вайсберг особо выделил следующие новинки:

«Если ограничиться оценкой изменений, которые произошли на территории России, то одним из самых ярких событий стало разрешение на дистанционную продажу лекарственных препаратов. Это огромный рынок, который всех нас еще удивит в будущем. Рынок предъявляет свои специфические требования к скорости доставки (крайне востребованы экспресс-сервисы), а также к условиям транспортировки и хранения.

Еще одним важным событием в сегменте логистики для e-commerce можно назвать появление на рынке доминирующего игрока. В стране действует торговая площадка, которая в объеме продаж занимает более 50 %. Получается, есть "формально назначенный" лидер, законодатель мод и нововведений. Это значит, что больше половины интернет-покупателей готовы работать с предоплаченными заказами и забирать заказы из пунктов выдачи заказов (ПВЗ).

Ещё одной особенностью стал огромный спрос на доставку готовой еды. Благодаря пандемии, весь мир обратил внимание на работу курьера. Трудно определить, хорошо это или плохо, что в целом отрасль теперь меряют по качеству работы людей в "зеленой" и "желтой" спецодежде. В целом, сервис доставки из ресторанов ведет к появлению новых вызовов – в части скорости доставки, удобства и эргономики сервиса, вовлечения в интернет-покупки новой аудитории».

Исполнительный директор фулфилмент-оператора Reworker Алексей Жуков добавляет:

Модернизация фулфилмент-центров, внедрение современных интралогистических решений перестали быть чем-то новаторским – сообщения о внедрении роботизированных складских систем практически из любых уголков мира стали обыденными.

Отмена 85 % авиарейсов привела к тому, что бóльшая часть доставки стала наземной, и пришлось в кратчайшие сроки пересматривать маршруты, менять цепи поставок.

Специалист компании CEO PickPoint Надежда Романова отмечает:

На волне пандемии поведение покупателей изменилось и максимум заказов приходилось на ночное время с утренней доставкой на следующий день. В результате складские и логистические компании стали обрабатывать в 4,5 раза больше заказов в период с 03:00 до 05:00, а для этого оперативно перестраивались внутренние регламенты и процессы. Во время самоизоляции отмечен рост популярности опции возвратов не подошедших заказов через постаматы. Этот тренд зафиксирован не только в России, но и в мире, и произошло это на фоне закрытых торговых оффлайн магазинов. После отмены локдауна объем возвратов через постаматы сохранился.

Задание.

1. Как изменила логистику ситуация с COVID-19? Приведите еще примеры произошедших изменений в сфере логистики.

2. На Ваш взгляд, привела ли сложившаяся ситуация к кризису в отрасли или, наоборот, стала стимулом к развитию и внедрению инноваций?

3. Какие трансформации происходили в мировом масштабе, которые привели к инновационным изменениям в глобальных цепях поставок?

(по материалам: 2020 год на рынке логистики: самые интересные кейсы российских игроков.

<https://e-pepper.ru/news/2020-god-na-rynke-logistiki-samye-interesnye-keysy-rossiyskikh-igrokov.html>)

**Кейс № 4**

**Цифровизация – ведущее направление улучшения качества оказания логистических услуг в международной цепи поставок**

Компании в России все чаще инвестируют в цифровые логистические платформы. Это позволяет оптимизировать бизнес-процессы, что зачастую становится рецептом выживания.

Пандемия нанесла по логистической отрасли в России ощутимый, но не смертельный удар. В «РБК Исследования рынков» до вспышки коронавируса прогнозировали возможный рост рынка коммерческих грузоперевозок до 4,4 трлн руб. в 2020 году, то есть примерно на 10 % за год. Однако из-за коронавирусных ограничений обороты в отрасли сократились. По данным Росстата, всего в 2020 году было перевезено 7,8 млрд т грузов (на 6 % меньше показателей 2019 года), половина из них – коммерческие.

В основном перевозки, как и год назад, осуществлялись автомобильным транспортом (почти 5,4 млрд т) и по железной дороге (1,24 млрд т). Итоговые данные Росстата говорят о том, что в 2020 году объем грузоперевозок автотранспортом упал в сравнении с уровнем 2019 года на 6,2 %.

Аналитики Института проблем естественных монополий ожидали, что в 2021 году объем грузоперевозок вырастет на 1,5–2,5 % (в сравнении с прошлогодним уровнем), но все равно не догонит показатели 2019 года. По словам экспертов в сфере грузоперевозок, участники рынка «проявили гибкость» в условиях пандемии и «способность быстро подстраиваться к условиям и по-другому выстраивать бизнес-процессы». Итогом 2020 года можно назвать то, что рынок встал на путь трансформации: автоматизация и сокращение ручного труда перестали быть просто словами на конференциях, а стали реальной практикой.

В ситуации падения рынка или как минимум его стагнации все больше компаний стали вкладываться в развитие логистики. Так, VEB Ventures, дочерняя компания банка ВЭБ.РФ, инвестировала 0,5 млрд руб. в стартап по цифровизации грузоперевозок Deliver. Менеджеры новой структуры заявляли о ставке на искусственный интеллект, который будет использоваться для прогнозирования задержек, увеличения числа доступного транспорта и скоринга водителей. Крупные игроки рынка транспортно-логистических услуг уже не первый год «инвестируют в ИТ-решения». Аналитики говорят, что отрасль переходит в онлайн-сегмент, так как клиенты хотят иметь возможность «удобно, быстро и просто оформлять заказы онлайн и с мобильных устройств, а также отслеживать грузы».

Изменения, вызванные новыми технологиями, … в скором времени произойдут за счет развития базовых технологий: Искусственного Интеллекта (AI); Интернета Вещей (IoT); Больших данных (BDA); Блокчейна (DLT); Повышение эффективности бизнеса.

Задание.

1. На Ваш взгляд, может ли быть «спасение в цифре» всеохватывающим и решающим все проблемы?

2. Какие инновации влияют на выбор перевозчика и формирование цепей поставок?

(по материалам [Логистические кейсы https://plus.rbc.ru/news/60740e0e7a8aa90f59023b3b](file:///E%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D0%A0%D0%9F%D0%94%5C%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5%20%D0%BA%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%8B%20https%3A%5Cplus.rbc.ru%5Cnews%5C60740e0e7a8aa90f59023b3b))

**Примерные вопросы к зачету**

1. Понятие и сущность инноваций, инновационных процессов.
2. Факторы, влияющие на развитие инновационного процесса.
3. Длинные волны в экономике.
4. Технологии 6-го технологического уклада.
5. Цели и основные направления инновационного менеджмента.
6. Стратегия и тактика в инновационном менеджменте.
7. Сущность и характерные черты нововведения.
8. Новация, инновация и диффузия инноваций как основные составляющие инновационного процесса.
9. Инновация как интеллектуальный товар.
10. Конкурентоспособность инновации.
11. Понятия «ноу-хау», промышленных и коммерческих секретов.
12. Инжениринг.
13. Анализ внешней и внутренней среды при осуществлении нововведений.
14. Цели инновационной деятельности.
15. Факторы, влияющие на выбор инновационной стратегии.
16. Воздействие инновационных стратегий на управление организацией.
17. Источники и признаки возникновения рисковой ситуации в инновационной деятельности.
18. Этапы цикла управления рисками.
19. Классификация рисков инновационной деятельности.
20. Нововведения-продукты и нововведения-процессы на транспорте.
21. Стадии и этапы жизненного цикла.
22. Фундаментальное исследование, его назначение и результаты.
23. Прикладные исследования.
24. Виды опытно-конструкторских разработок.
25. Первичное (пионерное) освоение нововведений.
26. Распространение нововведения.
27. Эффективное использование нововведения.
28. Экономическое, экологическое и социальное устаревание нововведения.
29. Основные принципы оценки эффективности инноваций.
30. Экономическая, коммерческая, бюджетная эффективность инноваций.
31. Виды эффекта от реализации инноваций.
32. Показатели общей и сравнительной эффективности инновации.
33. Дисконтирование в расчетах экономической эффективности инноваций.
34. Чистый дисконтированный доход.
35. Срок окупаемости затрат.
36. Понятие и типы инновационных стратегий.
37. Документационная защита интеллектуальной собственности как задача управления инновационными процессами.
38. Основные типы лицензионных соглашений: простая, исключительная, полная лицензии, франчайзинг.
39. Источники финансирования и исполнители работ на различных этапах инновационного процесса.
40. Порядок принятия решения и разработки инновационной стратегии.
41. Сравнительная оценка преимуществ и недостатков инновационной стратегии организаций-конкурентов.
42. Аналитическое сопоставление перспектив развития инновационной деятельности.
43. Документальное оформление решений при выборе перспектив инновационной деятельности.
44. Обоснование модели инновационного бизнеса.
45. Последовательность разработки и оформления инновационных проектов.
46. Формирование портфеля инноваций.
47. Оформление товарных знаков.
48. Оформление изобретений.
49. Оценка инновационного потенциала предприятия.
50. Характеристика инновационной инфраструктуры в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.
51. Результаты инновационного проекта.
52. Идентификация рисков инновационной деятельности.

Задача 1.

Предложены к внедрению два изобретения. Выберите наиболее рентабельное, если:

1) инвестиции – 450 д.е., годовые текущие затраты – 40 д.е., предполагаемый доход – 650 д.е.;

2) инвестиции –1200 д.е., годовые текущие затраты – 70 д.е., предполагаемый доход –1500 д.е.

Задача 2.

Определите затраты на реализацию стратегии инновационного развития, если известно, что расходы, связанные с разработкой новой технологии в логистике, составили 630 тыс. руб., затраты на оплату труда научных сотрудников – 210 тыс. руб., отчисления на социальное страхование от фонда заработной платы – 30 %, затраты на эксплуатацию оборудования – 198 тыс. руб., затраты на материалы и комплектующие составили 250 тыс. руб., накладные расходы – 150 %, налоговые отчисления – 75 тыс. руб.

Определите необходимый объем финансирования данного инновационного

проекта при планируемом уровне рентабельности 18 %.

Задача 3.

Постоянные издержки на выпуск новой продукции, изготовленной с использованием новой технологии, составили 11 088,48 тыс. руб., переменные – 5463,4 тыс. руб. Планируемая норма прибыли – 20 %, объем производства – 15 тыс. шт.

Проанализируйте способность предприятия к внедрению новой продукции.

Задача 4.

Инновационное предприятие приобретает по лизингу новые автомобили в количестве 8 шт., стоимость каждого – 850 тыс. руб., договор заключен на 5 лет под 10 % годовых с платежами в конце периодов.

Предусмотрено погашение остаточной стоимости в размере 20 тыс. руб. по окончании срока действия лизингового соглашения.

Составьте график погашения задолженности.