Міністерство освіти і науки України

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Факультет управління та бізнесу

Кафедра економіки і підприємництва

**ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ**

**з дисципліни «Інноваційне підприємництво»**

для студентів спеціальності

076 – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

денної та заочної форм навчання

Укладач: к.е.н. Приходько Д.О.

Харків - 2017

1.Інновація - це:

а) одна з форм інвестування;

б) кінцевий результат інноваційної діяльності, втілений у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку;

в) діяльність по доведенню науково-технічних ідей, винаходів, розробок до результату, придатного в практичному використанні.

2. Інновація - це:

а) науково-технічний процес, в результаті якого з'являється нововведення;

б) реалізована використана зміна;

в) науково-технічна новизна.

3. До об'єктів інновацій можна віднести:

а) продукцію;

б) технології;

в) організаційні умови;

г) кадрові ресурси;

д) ринок.

4. Кінцевий результат інноваційної діяльності, який отримав втілення у формі виведеного на ринок нового або вдосконаленого продукту, нового або вдосконаленого технологічного процесу, який використовується в практичній діяльності або нового підходу до соціальних послуг - це:

а) новація;

б) нововведення;

в) інновація;

г) правильні відповіді б) і в);

д) всі відповіді правильні.

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

а) суб'єкти інноваційної діяльності;

б) об'єкти інноваційної діяльності;

в) інвестори;

г) ініціатори нововведень.

6. Процес переводу новації в інновацію вимагає витрат, основними з яких є:

а) фінанси і інформація;

б) праця і капітал;

в) інвестиції і час.

7. Основними компонентами маркетингу інновацій є:

а) інвестиції, нововведення, час;

б) нововведення, інвестиції, інформація;

в) нововведення, інвестиції, нововведення.

8. До сфери маркетингу інновацій відносять:

а) ринок чистої конкуренції, ринок капіталу, ринок новацій;

б) ринок чистої конкуренції, ринок технологій;

в) ринок послуг, ринок технологій.

9. В умовах ринкової економіки переважним суб'єктом маркетингу інновацій, стає:

а) менеджер;

б) підприємець;

в) науковий співробітник.

10. За типом інновацій виділяють:

а) радикальні і поліпшуючі;

б) матеріально-технічні та соціальні;

а) радикальні, соціальні та комбінаторні.

11. За інноваційним потенціалом виділяють інновації:

а) радикальні, що поліпшують, комбінаторні.

б) радикальні, комбінаторні.

в) радикальні і поліпшують.

12. Інноваційне підприємництво – це:

а) проект або бізнес-ідея, яку необхідно профінансувати для проведення додаткових досліджень або створення пілотних зразків продукції перед виходом на ринок;

б) пайове фінансування малих інноваційних підприємств, які зацікавлені в запровадженні продуктових або інших інновацій, які одержують у процесі реалізації інноваційно-інвестиційних проектів підприємств;

в) особливий новаторський процес створення чогось нового, процес господарювання, в основі якого лежить постійний пошук нових можливостей, орієнтація на інновації.

13. Венчурний капітал створюється з коштів:

а) великих компаній;

б) банків;

в) страхових фондів;

г) пенсійних фондів;

д) всіх названих організацій.

14. Венчурні фонди та венчурне підприємництво формуються:

а) рішеннями центральних органів влади і ресурсами бюджету;

б) з ініціативи органів місцевого самоврядування та ресурсами місцевого бюджету;

в) з ініціативи підприємливих фахівців і з використанням ресурсів зацікавлених фізичних та юридичних осіб;

г) свій варіант відповіді.

15. До об'єктів авторського права можна віднести:

а) художні твори;

б) товарний знак;

в) етикетку;

г) фірмове найменування.

16. Дозвіл використовувати технічне досягнення або інший нематеріальний ресурс протягом певного терміну за певну винагороду - це:

а) патент;

б) ліцензія;

в) авторське право.

17. Венчурне підприємство (венчур) – це

а) мале підприємство, яке спеціалізується на наукових дослідженнях, інженерних розробках, створенні та впровадженні нововведень і пов'язане з високим ступенем ризику;

б) статутний суб'єкт, що має право юридичної особи і що здійснює виробництво та реалізацію продукції певних видів з метою одержання прибутку;

в) це вкладення капіталу в різні сфери і галузі економіки з метою оновлення існуючих і створення нових благ.

18. Документ, що підтверджує авторство і виключне право на використання винаходу, - це:

а) товарний знак;

б) ліцензія;

в) патент;

г) сертифікат.

19. Сукупність технічних, технологічних, комерційних, організаційних знань, необхідних для організації виробництва, - це:

а) «ноу-хау»;

б) ліцензія;

в) патент;

г) сертифікат.

20. Реалізація інноваційного проекту може бути пов'язана з інфляційними і дефляційними процесами, коливаннями валютних курсів. Це називають:

а) транспортним ризиком;

б) виробничим ризиком;

в) комерційним ризиком;

г) політичним ризиком;

д) фінансовим ризиком.

21. Start up – це:

а) компанії, що мають готову продукцію і знаходяться на самій початковій стадії її комерційної реалізації;

б) нещодавно утворена компанія, яка не має тривалої ринкової історії; фінансування для таких компаній необхідно для проведення науково-дослідних робіт і початку продажів;

в) компанії, яким потрібні додаткові вкладення для фінансування своєї діяльності.

22. Ступінь ризику - це:

а) ймовірність результату інноваційної діяльності, тобто економічний результат, заради якого інвестор пішов на ризик;

б) ймовірність несприятливої динаміки інноваційного процесу та негативних результатів інноваційної діяльності;

в) ймовірність результату інноваційної діяльності, тобто економічний результат, заради якого інвестор пішов на ризик;

г) якісна характеристика ступеня ризику в залежності від ймовірності його виникнення.

23. Ціна ризику - це:

а) можливі втрати, найбільш негативний очікуваний результат або песимістична оцінка можливого ризику;

б) якісна характеристика ступеня ризику в залежності від ймовірності його виникнення.

в) ймовірність результату інноваційної діяльності, тобто економічний результат, заради якого інвестор пішов на ризик;

г) ймовірність несприятливої динаміки інноваційного процесу та негативних результатів інноваційної діяльності.

24. Венчурні фонди характеризуються тим, що:

а) створюються великими фінансово-промисловими групами;

б) створюються пенсійними та пайовими інвестиційними фондами;

в) фінансові резерви обмежуються підтримкою провідних вітчизняних наукових шкіл;

г) виконують функцію страхування інноваційних ризиків.

25. Напрямками діяльності структур з підтримки інноваційної діяльності є:

а) виробничо-технологічна підтримка створення високих технологій;

б) інвестування інноваційних проектів;

в) юридична підтримка інноваційних проектів;

г) страхування інноваційних ризиків.

26. Що відносять до об’єктів інноваційної діяльності:

а) тимчасові науково-виробничі колективи;

б) традиційні функціональні науково-технічні відділи;

в) інфраструктура виробництва і підприємництва;

г) проектні групи.

27. Поняття «нововведення» включає:

а) прибуткове використання інновацій у вигляді нових технологій, нових типів продукції чи послуг;

б) освоєння нового ринку збуту;

в) впровадження практично невідомого методу організації виробництва;

г) створення нової техніки, технологій, продуктів.

28. Інвестиційний проект – це:

а) сукупність різних видів діяльності спрямованих на реалізацію інвестиційної стратегії;

б) сукупність заходів, що передбачають певні вкладання капіталу з метою отримання прибутку або соціального ефекту у майбутньому;

в) визначений перелік документів та рекомендацій необхідних для реалізації інвестиційної пропозиції;

г) вірної відповіді немає.

29. Ризики поділяються на:

а) позитивні і негативні;

б) прості і складні;

в) об’єктивні і суб’єктивні;

г) виправдані і невиправдані.

30. Яке з визначень характеризує термін «інновація» найбільш повно:

a) новий метод;

б) введення нового;

в) впровадження нововведення в виробничий процес.

31. Що не відноситься до фінансових критеріїв оцінки інвестиційних проектів:

a) розмір інвестицій;

б) очікувана норма чистого прибутку;

в) стійкість положення організації.

32. Період часу між появою нововведення і втіленням його в нововведення називається:

a) інноваційний процес;

б) інноваційний лаг;

в) процес комерціалізації.

33. Основними компонентами інноваційної діяльності виступають:

а) інвестиції, нововведення, час;

б) нововведення, інвестиції, інформація;

в) нововведення, інвестиції, нововведення.

34. Інжиніринг – це:

а) форма організації бізнесу, що об'єднує більш ніж одного власника, але не є акціонерним;

б) сфера діяльності з опрацювання питань створення об'єктів промисловості, інфраструктури та ін., насамперед у формі надання на комерційній основі різних інженерно-консультаційних послуг;

в) зростання ефективності діяльності в результаті з'єднання, інтеграції, злиття окремих частин в єдину систему за рахунок так званого системного ефекту (емерджентності).

35. Розвиток духу підприємництва і його здійснення всередині існуючого підприємства, це:

а) партреноство;

б) інтрапренерство;

в) менеджмент підтримки.

36. Норма дисконту, при якій величина приведених ефектів дорівнює величині наведених капіталовкладень, - це:

a) індекс прибутковості;

б) термін окупності;

в) внутрішня норма прибутковості.

37. Комплекс заходів, спрямованих на реалізацію інновацій, - це:

a) інвестиційний проект;

б) інноваційний проект;

в) стратегічне планування.

38. Інноваційний процес:

а) відображає життєвий цикл новації;

б) формує життєвий цикл новації;

в) реалізує процес комерціалізації інновації.

39. У відповідності з міжнародним досвідом відомі чотири варіанти кластерної політики в залежності від ролі держави:

а) управлінська, директивна, інтервенціоністська, технологічна;

б) каталітична, підтримуюча, директивна, інтервенціоністська;

в) стимулююча, підтримуюча; директивна, інтервенціоністська.

40. Бізнес-янголи – це

а) приватний венчурний інвестор, що забезпечує фінансову та експертну підтримку компаній на ранніх етапах розвитку;

б) співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші чи інші ресурси разом, як правило через Інтернет, аби підтримати зусилля інших людей або організацій;

в) благодійні внески людей в підприємницьку діяльність.

**ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

**І. Основна література:**

1. Горфинкель В.Я. Инновационное предпринимательство: учебник и практикум для бакалаврата и магистратуры / В.Я. Горфинкель, Т.Г. Попадюк; под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. ‒ М.: Издательство Юрайт, 2016. ‒ 523 с. ‒ (Бакалавр и магистр. Академический курс).
2. Горфинкель В. Я. Инновационное предпринимательство: учебник для вузов / под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. – М: Издательство Юрайт, 2013. – 523 с. – Серия: Бакалавр. Углубленный курс.
3. Пєтухова О.М. Інвестування [текст] навч. посіб. / О.М. Пєтухова. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 336 с.
4. Левченко Ю.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності: навч. посіб. / Ю.Г. Левченко. – К. : Кондор, 2015. – 448 с.
5. Экономика и организация инновационной деятельности: учебное пособие / М.Н. Яковенко, Е.О. Коваленко, В.В. Ровенская. –Краматорск: ДГМА, 2011. – 308 с.
6. 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.

**ІІ. Додаткова література:**

1. Шкарлет С.М. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. / С.М. Шкарлет, В.П. Ільчук ; Черніг. нац. технол. ун-т. ‒ Чернігів: Черніг. нац. технол. ун-т, 2015. ‒ 307 с.
2. Баранчеев В.П. Маркетинг инноваций (радикальные и «подрывные» инновации - хайтек-маркетинг): Учебник / В.П. Баранчеев. ‒ М.: ООО фирма «Благовест-В», 2007 г. ‒ 232 с.
3. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія / В.В. Зянько. – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2008. – 397 с.
4. Стельмащук А.М. Державне регулювання економіки: Навчальний посібник. / А.М. Стельмащук. – Тернопіль: ТАНГ, 2000. – 315 с.
5. Методичні вказівки до виконання практичних занять з дисципліни «Інноваційний менеджмент». Уклад.: Бояринова К.О., Гук О.В., Жигалкевич Ж.М. – К.: НТУУ „КПІ”, 2015. — 84 с.

**ІІІ. Інформаційні ресурси:**

1. Електронний підручник з дисципліни «Інноваційне підприємництво» [Електронний ресурс]. ‒ Режим доступу: http://bit.ly/2kGREwJ
2. Электронный учебник по дисциплине «Маркетинг инноваций» [Электронный ресурс]. ‒ Режим доступа: <http://bit.ly/2jn79gl>