

О.Є. ГУДЗЬ

ІННОВАТИКА

Понятійно-термінологічний словник

Київ – 2017

УДК 334.722.8

Рекомендовано до друку Вченою радою ННІ Менеджменту та підприємництва Державного університету телекомунікацій (протокол № 11 від 6 листопада 2017 р.)

Рецензенти:

Малік М.Й. доктор економічних наук, професор;

Стецюк П.А. доктор економічних наук, професор.

Гудзь О.Є.

Інноватика: понятійно-термінологічний словник. – , 2017. – 70 с.

В понятійно-термінологічному словнику з інноватики розкрито основні поняття та терміни, що сприятиме формуванню системи знань у царині інноватики, механізмів та інструментарію прийняття рішень у інноваційних сферах на мікро – та макроекономічному рівнях, формуванню навичок роботи із впровадження та освоєння інновацій, процедурою захисту авторських прав, інтелектуальної власності, розумінню особливостей управління та аналізу інноваційних процесів, пошуку ефективних управлінських та інвестиційних рішень щодо венчурного бізнесу, оволодінню базовими знаннями з стратегії і тактики щодо розрахунків ринкової вартості нововведень тощо.

Видання пропонується для викладачів, аспірантів, магістрів і студентів економічних спеціальностей, керівників та працівників підприємств та буде корисним усім хто цікавиться питаннями інноватики.

УДК 334.722.8

Гудзь О.Є., 2017

ЗМІСТ

Передмова	3
Понятійно-термінологічний словник	4
Список рекомендованих джерел	67

ПЕРЕДМОВА

Нині, розглядаючи роль інновацій у підвищенні ефективності діяльності підприємств, слід відмітити, що нововведення для підприємства виступають основою творчого процесу, який зумовлює зростання продуктивності праці та примноження кількості робочих місць. Водночас, щоб втримати конкурентоспроможну позицію, все більше підприємств розробляють нові бізнес-моделі, підкріплюючи свої нововведення стратегічним інструментарієм. Тобто для більш ефективної реалізації своїх можливостей підприємства переходять від поодинокого освоєння впроваджень нововведень до масштабного комплексного процесу щодо генерування та впровадження інновацій, а саме, стають на шлях інноваційного розвитку.

Технічний прогрес не зупинити. Одна яскрава ідея неминуче тягне за собою іншу. За інформаційними технологіями наступають біо- і нанотехнології. Водночас, інноваційність стосується будь-якого аспекту діяльності підприємства – інновації в адміністративній сфері, маркетингові та фінансові інновації, інновації дизайну тощо. У світі, де технології, інститути та цінності зазнають корінні зміни, інновації – це переосмислення того, що потрібно робити, і створення заново самих продуктів та послуг. Тому, прагнучи забезпечити інноваційність на всіх рівнях, необхідно вільно оперувати термінологією інноватики.

В понятійно-термінологічному словнику з інноватики розкрито основні поняття та терміни, що сприятиме формуванню системи знань у царині інноватики, механізмів та інструментарію прийняття рішень у інноваційних сферах на мікро – та макроекономічному рівнях, формуванню навичок роботи із впровадження та освоєння інновацій, процедурою захисту авторських прав, інтелектуальної власності, розумінню особливостей управління та аналізу інноваційних процесів, пошуку ефективних управлінських та інвестиційних рішень щодо венчурного бізнесу, оволодінню базовими знаннями з стратегії і тактики щодо розрахунків ринкової вартості нововведень тощо.

У результаті вільного оволодіння термінологією з інноватики отримуються глибокі знання щодо провайдингу інновацій, регулювання інноваційними процесами, навички самостійного творчого мислення щодо прийняття оптимальних інноваційних рішень, фільтрації ефективної стратегії інноваційного розвитку. Тільки правильна стратегія невпинного інноваційного просування вперед дає шанси не тільки утримати, але і поліпшити позиції підприємства, а запропонований понятійно-термінологічний словник стане добрим помічником у цій справі.

ПОНЯТІЙНО-ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

Авантюра – різновидність ризику, тобто захід чи дія розрахована на випадковий успіх і здійснювана без врахування реальних сил, умов і можливостей. Часто приречена на невдачу.

Автор – людина, творчою працею якої створено об'єкт інтелектуальної власності.

Авторське право – система правових норм, що регулюють правові відносини, пов'язані зі створенням і використанням певного інтелектуального продукту. Авторське право належить автору довічно і діє не менше 50 років після його смерті. Воно поширюється на будь-які творчі результати незалежно від форми, призначення і якості інтелектуального продукту.

Адаптація – процес пристосування будь-якої системи (людини, організації) до існуючих мінливих умов середовища.

Адміністративно-правовий спосіб захисту прав – полягає в розгляді та вирішенні суперечок органом державного управління.

Адміністратор – це типовий носій рольових функцій у процесі нововведень, координує і контролює реалізацію інноваційних програм чи проектів. Має здібності оцінювати ефективність роботи, упровадження нововведень. Схильний до активної поведінки. Це – витримка, воля, мобілізація сил, емоційна зрілість.

Активізація – це інтенсифікація трудової діяльності працівників на основі підвищення творчого потенціалу особистості і колективу.

Акції для стимулювання (sweet equity) – додаткові акції венчурного підприємства, що виділяються її менеджерами в більшому обсязі, ніж це потрібно для реальної участі в акціонерному капіталі.

Алгоритм – система послідовних дій, що застосовуються за визначеними правилами, яка в кінцевому рахунку, приводить до вирішення поставленої проблеми.

Альтернативність – це можливість вибору одного рішення із взаємовиключних можливостей.

Аналіз сценаріїв – техніка аналізу власного ризику інновації, що дає змогу врахувати чутливість прибутку до зміни вхідних змінних, визначити інтервал, в якому перебувають їхні ймовірні значення.

Аналітична модель – ця модель означає передбачення і пояснення послідовності подій за допомогою фундаментальних законів, які мають широке застосування.

Аналоги – об'єкти того самого призначення, що й об'єкт патентного дослідження, подібні за технічною сутністю і за результатом, що досягається при їхньому використанні.

Антрепренер – це типовий носій рольових функцій у процесі нововведень, ключова фігура інноваційного управління. Це енергійний керівник, який підтримує і просуває нові ідеї, не боїться підвищеного ризику та невизначеності, схильний до пошуку нестандартних рішень. Для

антрепренера характерні особисті якості: інтуїція, ініціативність, рішучість, висока активність, колегіальність. Антрепренер орієнтується на вирішення завдань зовнішнього характеру: створення організації, діючої в зовнішньому середовищі; координацію служб організації із зовнішнім середовищем; взаємодію з суб'єктами зовнішнього інноваційного середовища. Тому антрепренер обіймає майже завжди керівні посади підрозділів зі створення нової продукції, нового проекту, нової технології, керівника інноваційного підприємства.

Апеляційна палата – колегіальний орган для розгляду скарг, суперечок на рішення державних органів щодо видачі охоронних документів прав на об'єкти інтелектуальної власності та інших питань.

База даних (компіляція даних) – сукупність творів, даних або будь-якої іншої незалежної інформації у довільній формі, у тому числі – електронній, підбір і розташування складових частин та їх впорядкування є результатом творчої праці, і складові частини якої є доступними індивідуально й можуть бути знайдені за допомогою спеціальної пошукової системи на основі електронних (комп'ютера) чи інших засобів.

Базисні (радикальні) нововведення – це нововведення на базі нових знань, створених на підґрунті пізнання нових законів та закономірностей. Вони докорінно здатні змінити різні види діяльності суспільства (наприклад: винахід двигуна внутрішнього згорання, електроенергетика, електроніка тощо).

Базові технології – це подія, коли „вперше організовується регулярне виробництво, або вперше створюється організований ринок відкритого матеріалу, процесу або розробленого технічного виробу”. Базові технології – це основа нових галузей промисловості і багатьох прикладних технологій, які використовуються для модернізації існуючого виробництва.

Банк даних – сукупність програмних, організаційних і технічних засобів, призначених для централізованого накопичення та багатоцільового колективного використання інформації, а також самих даних (інформаційних одиниць), які систематизовані та сконцентровані у певному місці (в комп'ютерній пам'яті, каталогах тощо). Ядром банку даних є база даних – іменована сукупність інформаційних одиниць у певній предметній сфері, що відображає стан об'єктів та їх взаємозв'язок.

Бенчмаркінг – вивчення бізнесу інших підприємств з метою виявлення стрижневих характеристик для розробки своєї інновації.

Бізнес інкубатор інноваційний – структура з підтримки малого інноваційного бізнесу, формування сприятливого середовища для прискореної реалізації інноваційних проектів. Складається з виробничих приміщень та лабораторної бази, у яких на обмежений термін на правах оренди розміщують малі інноваційні фірми, яким на пільгових умовах надаються матеріально-технічні, фінансові, інформаційні та інші ресурси, консалтингова, сервісна та інша підтримка з метою сприяння комерціалізації науково-технічних розробок, винаходів, ноу-хау тощо.

Бізнес-ангел (business angel) – приватний інвестор, що фінансує малі фірми під час їх створення або розширення та інколи надає їм допомогу в експертизі й обґрунтованих порадах.

Бізнес-інкубатор – організаційна структура, метою якої є формування сприятливих умов для стартового розвитку малих підприємств через надання їм певного комплексу послуг і ресурсів.

Бізнес-план венчурного бізнесу (business plan) – розгорнутий документ, що містить обґрунтування економічної доцільності інноваційного проекту на основі зіставлення ресурсів, необхідних для його реалізації, і очікуваної вигоди (прибутку), що укладається для обґрунтування заявки на отримання фінансування венчурного проекту.

Бізнес-процес інновації – упорядкована сукупність робіт в часі та просторі із зазначенням їх початку та кінця.

Бімбо (BIMBO, MBO-MBI hybrids) – спільний варіант викупу фірми її та сторонніми менеджерами, коли до складу команди менеджерів фірми включається принаймні один сторонній менеджер.

Біоніка – наука, що вивчає закономірності і принципи функціонування живого організму для створення за аналогією штучних технічних систем.

Біфуркація – це миттєвий перехід до якісно нового стану (закон переходу кількості в якість), тобто революційний тип розвитку, що характеризується нестійкістю, нестабільністю, технологічними проривами, винаходами, науковими відкриттями, які функціонують за новими принципами. Якщо біфуркаційний тип розвитку охоплює не одну якусь галузь науки чи техніки, а всю їх сукупність, тоді мова йде про науково-технічну революцію. Технічні революції характерні для всієї історії розвитку людства.

Боргове фінансування (debt investment (financing) – інвестиційний довгостроковий кредит (безпроцентний або з мінімальною процентною ставкою).

Бренд – формує образ торговельної марки й зміцнює її у свідомості споживача через комунікації, що символізують пряме або уявне ставлення до товару. Бренд формує у свідомості споживачів споживчі властивості товару через символіку торговельної марки. Образ конкретної торговельної марки, втілений у бренді, здатний задовольнити потреби покупця через думки й почуття, хоча й не має прямого ставлення до реального або уявного споживання товару. Бренд нематеріальний, він формує у споживчій свідомості образ товару й торговельної марки, що поєднує все те, що покупець знає, відчуває й ототожнює з певним товаром.

Британська асоціація венчурного капіталу (British Venture Capital Association – BVCA) – національна професійна організація венчурних інвесторів Великобританії, заснована ще в 1975 р.

Валові інвестиції – загальний обсяг засобів, інвестованих у будівництво, придбання засобів виробництва та на приріст товарно-матеріальних запасів у певному періоді.

Варіація – зміна попередніх властивостей продукту для збільшення міцності зв'язку між його сприйняттям споживачами та перевагами використання цього продукту.

Венчурне інвестування – це один із найбільш ефективних способів фінансування венчурним капіталом приватних підприємств, які займаються ризиковими науково-дослідницькими та конструкторськими розробками. Основна відмінність від традиційного інвестування полягає в тому, що фінансові активи надаються підприємству без будь-якої гарантії забезпечення рухомим чи нерухомим майном або заощадженнями підприємства. Єдиною гарантійною заставою служить відповідна частина акцій (менша, ніж контрольний пакет) існуючого або тільки створюваного підприємства, тобто венчурний капітал надається підприємству фактично під перспективну ідею.

Венчурне фінансування (venture financing) – це здійснення довгострокових фінансових інвестицій з високим ступенем ризику в акції новостворюваних малих інноваційно-технологічних фірм, які орієнтовані на розробку і виробництво наукомістких продуктів, задля їх розвитку й розширення, з метою отримання прибутку від приросту вартості вкладених коштів.

Венчурний бізнес (venture business) – один з видів підприємницької діяльності, що характеризується високим ступенем ризику, фінансується за допомогою залучення венчурного капіталу і спрямований на отримання, використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, випуск на ринок нових конкурентоспроможних технологій, товарів, послуг. Основні переваги венчурного бізнесу: 1) гнучкість, 2) рухливість, 3) здатність мобільно переорієнтуватися, 4) змінювати напрями, 5) швидко відчувати та апробувати нові ідеї тощо.

Венчурний капітал (venture capital) – відображає систему відносин між суб'єктами венчурного підприємництва, що забезпечує акумуляцію вільних коштів і вкладення їх в інноваційні проекти з метою дослідження, освоєння та комерціалізації нововведень.

Венчурний капіталіст (venture capitalist) – вкладник капіталу в новий високо ризикований бізнес; особа (фізична або юридична), яка веде бізнес із зазвичай невизначеним доходом. Ним може бути інституційний інвестор, тобто установа-вкладник (інвестиційний фонд, банк, страхове товариство), велика компанія або приватний інвестор. Венчурний капіталіст здійснює фінансування фірм з високим підприємницьким ризиком. В обмін на прийняття інвестиційного ризику венчурний капіталіст здебільшого отримує певну кількість привілейованих акцій, частку відрахувань з продажу чи дохід від зростання капіталу.

Венчурний фонд (фонд венчурного капіталу) (venture capital fund) – фінансова організація, основною функцією якої є інвестування в новий високо ризикований бізнес під час його створення або розширення. Фонд може бути юридичною особою або об'єднанням юридичних та фізичних осіб. Це спеціалізовані залежні або незалежні організації венчурного капіталу, які

виступають у ролі посередників між інвесторами та венчурним підприємством, в яке інвестуються кошти за високого рівня ризику. Згідно з вітчизняним законодавством венчурні фонди відносяться до інститутів спільного інвестування, тобто інвестиційних фондів, які проводять діяльність щодо об'єднання грошових коштів інвесторів з метою отримання прибутку від вкладення їх у цінні папери інших емітентів, корпоративні права та нерухомість. Зазвичай, він спрямовує гроші у малі підприємства, що діють у сфері високих технологій, які у разі успіху протягом кількох років багаторазово окупають первісні інвестиції.

Венчурні акцептори – (англ. ventures) – це підприємства, які здійснюють наукові дослідження, інженерні розробки і впроваджують нововведення. До них долучається широкий спектр підприємств, які здійснюють маркетинг, рекламу та надають консультативні послуги, допомагають у фінансуванні.

Венчурні підрозділи компаній – створюються великими корпораціями з метою опанування новітніх технологій і являють собою невеликі автономно керовані спеціалізовані виробництва, їх фінансування відбувається за рахунок ризикового фонду, який створюється корпораціями з власних бюджетів.

Венчурні фірми (від англ. venture – ризикувати) – переважно малі підприємства в прогресивних з технологічного погляду галузях економіки, що спеціалізуються у сферах наукових досліджень, розробок, створення і впровадження інновацій, пов'язаних із підвищеним ризиком.

Венчурні фонди приватного капіталу (private equity funds) – це фінансові посередники, що вкладають кошти інвесторів у капітал приватних (не публічних, тих, що не котируються на фондовому ринку) компаній, що знаходяться на ранніх стадіях свого розвитку.

Венчурування (venturing) – повсякденна робота венчурного інвестора, що розбивається на кілька стадій.

Верхня межа дохідності (hurdle rate) – обумовлений процент віддачі (дохідності) на вкладені інвестором у венчурний проект кошти, що нараховується та сплачується після виходу його з проекту (або після закінчення інвестування проекту), і повернення інвестору вкладених коштів.

Взаємний фонд (mutual fund) – інвестиційний інститут, створений вкладеннями приватних і юридичних осіб з метою одержання доходу за допомогою цінних паперів.

Взаємодія „наука – виробництво – споживання” – структурні ланки ланцюга від наукової діяльності до техніко-виробничої та маркетингової, історичний генезис взаємозв'язку науки з технікою, виробництвом, споживанням. Але розвиток науки визначається не тільки потребами технічного прогресу, а й соціальними потребами.

Визначення структури угоди (deal structuring) – укладання договору між венчурним інвестором та підприємцем про розподіл частки акцій у капіталі фірми, форми, методи, способи інвестування та розміри інвестицій.

Виключні права – права, що надають тим, хто їх має, можливість здійснювати певні, визначені законом дії, яких не можуть здійснити інші особи без згоди власника цих прав.

Викуп фірми (контрольного пакету акцій) її менеджерами (management buy-out – MBO) – придбання менеджерами контрольного пакету акцій своєї фірми.

Викуп фірми (контрольного пакету акцій) сторонніми менеджерами (management buy-in – MBI) – придбання у власників контрольного пакету акцій фірми зовнішньою командою менеджерів за допомогою групи венчурних капіталістів.

Винагорода менеджерам (management charge) – процент від початкових зобов'язань інвестора, визначений для оплати послуг компанії або приватної особи, що управляють фондом.

Винахід – це результат інтелектуальної діяльності людини в будь-якій сфері, нове технічне рішення конкретного завдання, яке дає позитивний ефект, покращує якість продукції чи змінює умови праці. Він характеризується новими технологічними можливостями, вирішенням конкретних виробничих проблем. Винаходами є нові прилади, інструменти, механізми, процеси, машини, обладнання, методи, матеріали, сплави тощо.

Винахідник – фізична особа, результатом творчої праці якої є винахід.

Винахідницький рівень – критерій патентоздатності винаходу, що характеризує його неочевидність для середнього фахівця в даній конкретній галузі знань.

Виробничий ефект масштабу – передбачає зменшення собівартості продукції до певного значення величини обсягу випуску, потім – зростання, тобто функціональна залежність має мінімум.

Виробничий ефект освоєння – передбачає зменшення сукупної собівартості продукції із збільшенням кумулятивного обсягу виробленої продукції у зв'язку з навчанням персоналу, доробкою технологічних процесів та іншими чинниками.

Виробничо-збутовий потенціал підприємства-інноватора – економічна можливість і доцільність розробки (хоча це не обов'язково, оскільки нові ідеї, технології і т.п. можна придбати), вироблення і просування інновації на ринку.

Виробничо-технічний потенціал організації – здатність до стабільної виробничої діяльності в межах обраної стратегії за умов складного і мінливого зовнішнього середовища.

Вихід з венчурного проекту (exit) – вихід венчурного капіталіста, який реалізував усі чи частину своїх інвестицій шляхом розміщення позик фірми або перепродажу їх іншій компанії чи приватній особі; заключний етап процесу венчурного інвестування.

Відкриття – це встановлення не відомих раніше об'єктивних закономірностей, властивостей та явищ матеріального світу, що сприяють накопиченню теоретичних знань, вносять корінні зміни в рівень нашого пізнання. Відкриття є базою для винаходів.

Відносні переваги інновації – ступінь переваги, який має інновація перед іншими видами продукції (товарами-аналогами), яка частіше за все виражається в економічних та соціальних категоріях (економічність, зниження рівня шуму, менший розмір, екологічність і т.п.).

Вільний співробітник – це типовий носій рольових функцій у процесі нововведень, він має статус новатора. Це люди творчі, мрійники, „диваки” і генії. Вільний співробітник має повну свободу дій для генерації ідей з різних напрямів діяльності фірми. Його головне завдання – генерувати нові ідеї незалежно від конкретних проблем.

Віоленти – це фірми, що діють у сфері великого стандартного бізнесу з великим капіталом та високим рівнем освоєної технології, орієнтуються на інновації, що здешевлюють виготовлення продукції, водночас забезпечуючи її рівень якості, якого вимагає основна маса споживачів. За рахунок низьких цін і середньої якості фірма завжди конкурентоспроможна. Як правило займаються, великосерійним і масовим випуском виробів. Віолентом може стати фірма-експлерент на етапі використання інновації, що отримала масове визнання.

Внутрішня норма рентабельності (internal rate of return – IRR) – показник повернення вкладень, який розраховується як відношення чистого прибутку до інвестицій.

ВОІВ (Всесвітня організація інтелектуальної власності) – міжнародний орган, підпорядкований Організації Об’єднаних Націй, метою якого є сприяння охороні прав на об’єктів інтелектуальної власності в усьому світі та надання допомоги у досягненні переваг і вигод, що отримують усі держави – учасниці ВОІВ від системи інтелектуальної власності.

Впроваджувальні фірми – створюються однією або декількома корпораціями на пайових засадах, їх ще називають „зовнішніми венчурами”. Вони можуть бути представлені у кількох модифікаціях, організаційно оформлених як науково - дослідні консорціуми (лат. consortium – співучасть, співтовариство).

Всесвітня асоціація венчурних інвесторів (Global Venture Investors Association) – професійна асоціація венчурних капіталістів.

Вторинне придбання (replacement capital, secondary purchase) – фінансові ресурси, одержані внаслідок викупу у власника частини або всіх акцій фірми (венчурного капіталіста) іншим венчурним інвестором. Оплата акцій, раніше сплачених іншими інвесторами, через пряме фінансування.

Галузевий кластер – неформальне співтовариство галузевих і суміжних компаній, що характеризуються здатністю взаємного посилення конкурентних переваг.

Галузеві міжфірмові дослідницькі інститути – це історично перша форма науково-технічної кооперації, переважно галузевого профілю. Створювались за програмно-цільовим принципом. Декілька великих корпорацій однієї галузі, що зацікавлені у спільному проведенні певних етапів інноваційних процесів (насамперед НДДКР), організують на умовах пайової участі інститут, визначають довгострокову програму його

досліджень, створюють орган управління. У такий спосіб, наприклад у США, було створено Дослідницький інститут електроенергетики, Дослідницький інститут сонячної енергетики та ін.

Гармонія (від грец. harmonia – зв'язок, стрункість цілого, узгодженість частин) – спів розмірність елементів, скоординованість форми частин виробу, узгодженість їхніх пластичних, кольорових і композиційних характеристик, загальна композиційна організація, що забезпечують досягнення цілісності виробу як об'єкта естетичного сприйняття і оцінювання.

Генеральне планування – є набором дій і рішень, зроблених керівництвом, які ведуть до розробки специфічних стратегій, призначених для того, щоб допомогти організації досягти своїх цілей.

Генератор ідей – або концептолог. це спеціаліст, здатний сконструювати концепцію, об'єднавши множину ідей, а отже, і видів дослідницької діяльності.

Географічне зазначення (найменування місць походження товарів) – назва країни, галузі або місцевості, де виготовляється виріб (бразильська кава, французьке вино, дамаська сталь тощо).

Гіпотеза – наукове припущення або допущення взаємозв'язку причин певних явищ, які недоступні для безпосереднього спостереження.

Глобалізація – універсальний процес, який охоплює усю земну кулю, який складається із нових інтелектуально-інформаційних технологій, активно діючих на світовому ринку з метою закріплення зв'язків грошового капіталу інноваціями.

Глобалізація суспільного розвитку – планетарна взаємозалежність усіх країн і регіонів світу. В економічний, політичний, науково-технічний обіг утягнуте все людство, уся планета з космічним простором, що її оточує. Причини глобалізації такі: розширення міжнародної діяльності, створення альянсів у сфері виробництва та наукових досліджень тощо.

Горизонтальна структура – структура, яка координує діяльність на основі ділового спілкування та обміну інформацією між відділами. Співвідношення вертикальної та горизонтальної структур визначає характер компанії.

Грантодавці – це такі організації, які надають безоплатну субсидію підприємствам, організаціям та фізичним особам в грошовій та натуральній формі на проведення різноманітних наукових та інших досліджень, дослідно-конструкторських робіт, на навчання, лікування та інші цілі з подальшим звітом про їх використання.

Графік Ганта (названий на честь автора, американського інженера Генрі Ганта) – це таблиця зі стовпцями. У лівому стовпці вказують об'єкт виміру. Інші стовпці відповідають одиницям часу (години, дні, тижні). У верхній частині стовпців зліва записують цифру, що відповідає запланованим обсягам робіт, а справа – кумулятивний підсумок планів, розрахований від початку стовпця. Графіки Ганта допомагають менеджерам інноваційного проекту врахувати всі необхідні роботи, визначити порядок їх виконання,

встановити тривалість виконання робіт, проконтролювати час виконання усього комплексу робіт.

Гудвіл – грошова оцінка іміджу фірми, її ділових зв'язків на ринку.

Гуртки якості – форма групової творчості. Виникли в Японії як метод новаторства, творчого пошуку, ділової активності та саморозвитку працівника.

Делегування – наділення працівників владними повноваженнями, обов'язками і відповідальністю.

Депозитний процент – сума доходу, одержаного інвестором у разі передачі коштів на зберігання відповідно до встановленого ставкою відсотка.

Державна інноваційна політика – сукупність форм і методів діяльності держави, спрямованих на створення взаємопов'язаних механізмів інституційного, ресурсного забезпечення підтримки та розвитку інноваційної діяльності, на формування мотиваційних факторів активізації інноваційних процесів.

Державна система правової охорони інтелектуальної власності – установа спеціальної компетенції і сукупність експертних, наукових, освітніх, інформаційних та інших державних закладів відповідної спеціалізації.

Детальне дослідження (due diligence) – одна зі стадій процесу венчурного інвестування, на якій здійснюється перевірка всіх аспектів діяльності фірми, що претендує на отримання венчурних інвестицій.

Децентралізація – делегування повноважень і відповідальності структурним підрозділам. Закономірний процес, що відбувається в міру зростання масштабів і складності систем управління.

Джерела венчурного капіталу – приватні інвестори; корпоративні венчурні інвестори; державні структури; пенсійні та благодійні фонди; страхові компанії; інвестиційні компанії малого бізнесу; зарубіжні інвестори; венчурні фонди; банки тощо.

Джерела ідей інновацій – результати аналізу потреб і запитів споживачів, у тому числі прихованих чи потенційних, які виявлені у результаті маркетингових досліджень; працівники служби збуту, торговельні і збутові посередники (вони знають потреби і запити споживачів, оскільки постійно контактують з ними); результати аналізу розробок у галузі науки і техніки (патенти, наукові публікації, звіти про НДДКР і т.п.), проведеного методом кабінетних досліджень; розробки науково-технічних працівників самого підприємства-інноватора (раціоналізаторські пропозиції, винаходи); результати аналізу діяльності конкурентів, у тому числі їх перспективних розробок; результати ситуаційного та імітаційного моделювання поведінки споживачів; результати аналізу тенденцій розвитку науково-технічного прогресу, а також змін технологічної, економічної, соціальної, демографічної, екологічної та інших складових економічного простору.

Диверсифікація – термін виник у 50-х роках ХХ ст. Поєднання у контурі підприємства широкого кола галузей промисловості, транспорту, торгівлі. Спирається на розвиток НТП.

Диверсифікація продукту – введення нових продуктів, варіації продукту, змінювання однієї чи кількох властивостей продукту, вже пропонованого на ринку. Мета диверсифікації – зниження ризиків та адаптація продукту до різних потреб клієнта.

Дизайн – комплексна науково-практична діяльність з формування гармонічного, естетично повноцінного середовища життєдіяльності людини і розроблення об'єктів матеріальної культури; самостійний вид художньої діяльності, внаслідок якої проектується об'єкт виробництва з певними естетичними властивостями.

Диференціювання – зміна продукту за умов, що попередній продукт з виробництва не вилучається.

Дифузії інновації – розповсюдження освоєної інновації, процес поширення товару-новинки в суспільстві, передавання (трансферту) технологій. Згідно з теорією Й. Шумпетера, дифузія інновації – це процес кумулятивного збільшення кількості імітаторів (послідовників), які впроваджують нововведення слідом за новаторами, очікуючи більших прибутків.

Діловий ангел (virgin angel) – інвестор, який очікує і поки що не інвестував свій капітал у інновації малих підприємств, але пильно спостерігає за їх діяльністю, допомагає порадами.

Довгострокові (сталі) тенденції – ознаки зростання чи занепаду в конкретній фірмі, галузі чи економіці в цілому, що спостерігаються протягом тривалого періоду.

Договір про патентну кооперацію (РСТ, 1970 рік) – угода про міжнародне співробітництво у сфері патентування винаходів. РСТ спрямований на раціоналізацію і співробітництво щодо подання, пошуку та експертизи заявок на патент і поширення технічної інформації, що містяться в них. Договором не передбачено видачу „міжнародних патентів”: це завдання є компетенцією патентних відомств тих країн, чи діє для тих країн, де набувається охорона („зазначені відомства”). Договір є спеціальною угодою в рамках Паризької конвенції, відкритим тільки для держав, що є також учасниками Паризької конвенції. Основними завданнями РСТ є спрощення раніше встановлених процедур звернення в декілька країн за наданням патентної охорони винаходам, а також надання цим засобам більш ефективного і більш економічного характеру – в інтересах користувачів патентної системи і відомств, відповідальних за її адміністративне керування. Україна приєдналася до Договору 25 грудня 1991 року.

Договори з приводу копірайту – це продаж виключного права автора на інтелектуальну власність, зокрема друковану продукцію.

Дологічні передумови досліджень – художньо-образна основа інтелектуальної діяльності мислення: асоціативні здібності, інтуїція, які, як показує історія великих відкриттів, дають поштовх до наукової творчості та допомагають у пошуках.

Дослідно-конструкторські роботи (ДКР) – конструювання, випробування та впровадження наукових досягнень у виробництво. Мета

ДКР – створення зразків нової техніки, їх випробування, обробка технології виготовлення.

Доходи від приросту капіталу (capital gains) – доходи від приросту капіталу внаслідок зростання курсової вартості цінних паперів або перепродажу компанії чи бізнесу.

Дочірня фірма (spin-out, spin-off) – нова фірма, заснована великою промисловою групою для реалізації новітніх розробок або перспективних можливостей ринку, в якій команда менеджерів та інвесторів венчурного капіталу має певну частку акцій фірми.

Еврика – західноєвропейська програма, прийнята в 1985р. за ініціативою Франції. У здійсненні програми беруть участь 19 держав. Мета „Еврики” – стимулювати розвиток передових напрямів НТП у західноєвропейських країнах, аби підняти їх конкурентоспроможність на світових ринках наукоємної продукції.

Економіка інтелектуальної власності – галузь знань, яка вивчає теорію і практику функціонування ринкових структур та механізмів взаємодії суб’єктів економічної діяльності, пов’язаних з інтелектуальним капіталом.

Економічний розвиток – це рух систем від нижчого до вищого по висхідній лінії, рух від старого якісного стану до нового, більш вищого, процес оновлення, народження нового, відмирання старого; незворотна закономірна зміна відкритих стаціонарних систем, унаслідок чого виникає їх новий якісний стан, або як процес руху від нижчого до вищого, у результаті чого відбувається зміна якості предмета, явища, діяльності. Водночас, розвиток слід розглядати як незворотну, спрямовану, закономірну зміну системи на основі реалізації властивих їй внутрішніх механізмів самоорганізації, хоча розвиток не завжди пов’язаний лише з прогресивними змінами; розвиток значною мірою супроводжується стохастичністю (випадковістю) і невизначеністю; розвиток передбачає зміни системи внаслідок її внутрішнього функціонування.

Економічний цикл – являє собою інтервал розвитку в часі, впродовж якого відбуваються піднесення виробництва, його розквіт, а потім скорочення, застій (депресія), пожвавлення і знову піднесення.

Економічні інновації – комбінація економічних ресурсів, які проявляються у створенні нових методів, показників, підходів до ведення економічної діяльності. Створення таких інновацій пов’язане з ланцюгом неперервних удосконалень, комбінуванням вже готових елементів, в результаті якого маємо нововведення в даній сфері.

Економічні нововведення – нововведення у фінансовій та бухгалтерській сферах діяльності, мотивації та оплати праці, оцінка результатів діяльності.

Експертиза заявки – перевірка матеріалів заявки на відповідність встановленим законом нормам.

Експертиза заявки по суті – дослідження (аналіз) матеріалів заявки, проведене спеціальним державним органом з метою визначення відповідності заявленого об’єкта умовам патентоспроможності.

Експертиза заявки формальна – дослідження (аналіз) матеріалів заявки з метою перевірки наявності необхідних документів, дотримання заявником установлених вимог до них і розгляд питання про те, чи відноситься заявлена пропозиція до об'єктів, яким надається правова охорона.

Експертиза на локальну новизну – складова частина кваліфікаційної експертизи, що встановлює локальну новизну винаходу. Локальна новизна – новизна, що встановлюється за виданими в Україні патентами і поданими до Укрпатенту заявками на видачу патентів.

Експлеренти – це фірми, що спеціалізуються на створенні нових чи радикально змінених старих сегментів ринку. Вони є розробниками нової продукції, для чого створюють у себе потужні дослідницькі відділи та конструкторські бюро. Впроваджуючи принципово нові продукти, вони отримують надприбуток за рахунок їх великої наукомісткості і внаслідок піонерного виведення їх на ринок. Такі фірми найбільше ризикують, але в разі успіху отримують найбільшу віддачу.

Екстенсивний (лат. *exstensio* – розширення) тип розвитку – спосіб економічного зростання, досягнення основних цілей шляхом кількісної зміни виробничих чинників (залучення додаткових ресурсів, створення нових виробництв) на основі існуючого науково-технічного рівня.

Екстраполяція – поширення встановлених у минулому тенденцій на майбутній період.

Емпірична модель – це модель що будується на досвіді. Вона завбачає майбутнє за допомогою математичної залежності, яка узгоджується з емпіричними параметрами.

Ефективність інновацій – оцінюється економічним та соціальним ефектом. Економічний ефект полягає в тому, що можна випускати принципово нову, якіснішу продукцію, яка задовольняє нові потреби. Соціальний ефект полягає в якісному змінюванні умов праці, рівня життя.

Європейська асоціація приватного акціонерного та венчурного капіталу (European Private Equity and Venture Capital Association – EVCA) – професійна асоціація європейських венчурних капіталістів, заснована в 1983 р. для пропагування європейського венчурного та приватного інвестування в усьому світі.

Європейська система автоматичного котирування (European Association of Security Dealers Automated Quotation – EASDAQ) – система автоматичного котирування Європейської асоціації біржових дилерів.

ЄСПРІТ – Європейська стратегічна програма досліджень у сфері технологій інформаційних систем.

Життєвий цикл інновації – період від зародження ідеї, створення новинки та її практичного використання до моменту зняття з виробництва. За своїм характером життєвий цикл інновації відповідає типовому життєвому циклу товару і проходить етапи розроблення, просування на ринок, зростання, зрілості й занепаду, що характеризуються різним співвідношенням витрат, пов'язаних з розробленням та виведення новинки

на ринок, і доходів від її продажу. Кожен етап життєвого циклу інновації охоплює кілька стадій, які відрізняються за змістом робіт.

Життєвий цикл проекту – період розвитку проекту з моменту вкладення перших коштів у його реалізацію і до моменту ліквідації.

Задачі – це роботи, серія робіт або частина роботи, які повинні бути виконані заздалегідь встановленим способом і в обумовлені терміни

Задум (концепція) інноваційного продукту – виражена в зрозумілій для споживачів формі ідея інновації.

Заключне фінансування (latter-round financing) – фінансування на останніх стадіях існування венчурного проекту, коли компанія стає достатньо зрілою для того, щоб керівництво почало обмірковувати можливості викупу контрольного пакета за рахунок кредиту або первісної пропозиції цінних паперів для відкритого продажу.

Закритий фонд (closed-end fund) – закритий фонд, тобто фонд з обмеженою кількістю учасників.

Закриття фонду (fund closing) – завершення збирання капіталу у венчурний фонд.

Замовник проекту – є особа, зацікавлена у здійсненні проекту, яка користуватиметься його результатами. Замовник висуває основні вимоги до проекту, його масштабу, фінансує його (власним коштом та коштом інвесторів), укладає угоди щодо забезпечення реалізації проекту, керує процесом взаємодії між усіма учасниками проекту. Замовником проекту переважно є його керівник або власник.

Захист прав інтелектуальної власності – це правове забезпечення недоторканності цих прав, їх непорушності, а в разі порушення – застосування заходів примусового характеру, спрямованих на відновлення цих прав.

Заява про розкриття інформації (disclosure letter) – письмове свідоцтво власника компанії, у якому він підтверджує, що всі відомості, які повідомляються інвестору, є повними й абсолютно правдивими.

Заявка – сукупність документів, необхідних для реєстрації об'єкта інтелектуальної власності.

Заявник – особа, яка подала заявку чи набула прав заявника в іншому встановленому законом порядку.

Збирання коштів фонду (fund rising) – збирання грошових коштів з метою формування фонду.

Звіт керівника (management account) – фінансовий або інший звіт керівника венчурного фонду перед Радою інвесторів.

Зірка (star) – фірма, у яку інвестовано кошти венчурних фондів і яка настільки успішна в здійсненні венчурного проекту, що це дає їй змогу компенсувати всі витрати в портфелі венчурного капіталіста.

Змінні витрати – витрати, котрі змінюються пропорційно обсягу виробництва.

Ідентифікація об'єкта оцінки та пов'язаних з ним прав – встановлення відповідності об'єкта оцінки наявним вихідним даним та інформації про нього.

Ідея – пропозиція нового проекту, яка після техніко-економічного обґрунтування може перетворитися в інновацію.

Ідея інновації – загальне уявлення про інновацію, яку можна запропонувати на ринку.

Ієрархія – розташування частин або елементів цілого в порядку від вищого до нижчого.

Ім'я автора – сукупність слів чи знаків, що ідентифікують автора: прізвище та ім'я автора, прізвище, ім'я та по батькові автора, ініціали автора, псевдонім автора, прийнятий автором знак (сукупність знаків) тощо.

Імітація в економіці – створення моделі реальних господарських ситуацій і маніпулювання цією моделлю з метою одержання висновків про реальний світ.

Інвестиції – це фінансові та матеріальні ресурси, а також усі види майнових і інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти інноваційної діяльності з метою одержання економічного або соціального ефекту.

Інвестиційна стратегія інноваційного розвитку – динамічний процес ресурсного забезпечення підприємства, яке розвивається (передусім на базі нових технологій, нових способів організації виробництва і управління, нових товарів і способів їх реалізації) в мінливих умовах зовнішнього середовища.

Інвестиційний комітет (investment committee) – комітет з представників інвесторів венчурного фонду, що захищають їх інтереси та приймають кінцеві рішення щодо доцільності внесення інвестицій.

Інвестиційний проект – довгостроковий вклад грошових та інших ресурсів з метою одержання економічного ефекту в майбутньому.

Інвестиційний фонд, що контролюється (captive fund) – інвестиційний фонд венчурного капіталу, який є частиною інституційного або корпоративного інвестора, що забезпечує його діяльність. Звичайно підконтрольний фонд не збільшує власні грошові кошти, а використовує ресурси своєї материнської компанії (інвестиційного банку, фінансової групи, корпоративного інвестора).

Інвестор проекту – особа, яка здійснює інвестиції у проект і зацікавлена в максимізації вигод від своїх вкладень. Ним може бути банківська і небанківська установа, а також фізична особа. Якщо інвестиційний проект не є масштабним, то роль інвестора виконує сама організація, що впроваджує інноваційний проект.

Індекс рентабельності – є відношенням приведених доходів до приведених на цю ж дату інвестиційних витрат.

Інерція поведінки – адаптивний механізм пристосовування, який діє за затвердженим зразком поведінки. Інерція поведінки закріплюється в популяції як успадкована риса.

Інженерні центри – нові організаційні утворення, що виникають на базі університетів за фінансової підтримки уряду для стимулювання розробки нових технологій. Зокрема у США створено 6 інженерних центрів: центр робототехніки при Каліфорнійському університеті; центр зв'язку при Колумбійському; центр системних досліджень при Гарвардському університетах; центр композитних матеріалів при Деліверського й Даткерському університетах; біотехнічний центр при Масачустському технологічному інституті; центр проблем штучного інтелекту при університеті Пердью. Інженерні центри виконують дві основні функції: дослідження фундаментальних закономірностей, що лежать в основі принципово нових, таких, які не існують у природі, штучних систем (наприклад, концепція штучного зору, дотику, самоконтроль); підготовка нового покоління інженерів, які володіють необхідним рівнем кваліфікації і широким науково-технічним світоглядом.

Ініціатор проекту – автор ідеї проекту. Ним може бути будь-який працівник організації або стороння особа, яка пропонує свої послуги як консультанта.

Іноватика – наукова галузь, яка вивчає різні теорії нововведень та формування новацій.

Іноватор – особа, яка ініціює процес упровадження інновації і бере на себе відповідальність за його реалізацію.

Інновації процесу – нові технології виробництва продукції, організації виробництва та управлінських процесів. Інновації процесу, як правило, дають перевагу у витратах, продуктивності, якості.

Інноваційна діяльність – спрямована на пошук можливостей, які забезпечують практичне використання наукового, науково-технічного результату та інтелектуального потенціалу з метою одержання нового чи поліпшеного продукту, способу його виробництва та задоволення суспільних потреб у конкурентоспроможних товарах і послугах.

Інноваційна діяльність (англ. innovation – введення новинок, нововведення) – діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Інноваційна ініціатива – наявна тоді, коли у певної особи з'являється нова ідея щодо раніше відомих явищ чи процесів і вона приймає рішення втілити її у життя. Якщо ця ідея стосується сфери підприємницької діяльності (кращий спосіб використання ресурсів, випуск нових товарів, надання нових послуг тощо), то вона представляє інтерес для впровадження. Проте дуже важливо, щоб ініціювання інновацій відбувалося не лише на основі нових знань, а й з урахуванням можливості їх перетворення на комерційно привабливий продукт. Цього досягають шляхом вивчення готовності ринку до сприйняття інновації.

Інноваційна інфраструктура (лат. infra – нижче, під і structura – побудова, розміщення) – сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із

забезпечення інноваційної діяльності (консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні, тренінгові, інноваційно-технологічні центри, технологічні інкубатори, технопарки, навчально-ділові центри та інші спеціалізовані організації). Інноваційна інфраструктура забезпечує організаційну, правову та економічну підтримку інноваційної діяльності на різних рівнях і в різних формах.

Інноваційна культура країни – складова частина інноваційного потенціалу, яка характеризує рівень освітньої, загальнокультурної та соціально-психологічної підготовки особистості й суспільства в цілому до сприйняття і творчого втілення в життя ідеї розвитку економіки країни на інноваційних засадах. Інноваційна культура відображає ціннісну орієнтацію людини на нововведення, закріплену в мотивах, знаннях, уміннях і навичках, а також зразках і нормах поведінки. Вона відіграє роль соціокультурного механізму регуляції інноваційної поведінки людини.

Інноваційна культура організації – накопичені знання, досвід, переконання, особливості поведінки і взаємовідносин персоналу (менеджерів, інженерно-технічних працівників, робітників), система його мотивації, порядки в організації тощо, які характеризують ступінь сприятливості окремих працівників, груп працівників (підрозділів) і організації в цілому до нововведень, готовність втілити їх у нові продукти, технології, управлінські рішення тощо.

Інноваційна політика – це комплекс принципів та взаємопідтримуючих економічних, правових, організаційних і соціальних методів планування, стимулювання, регулювання та контролю процесів інноваційної діяльності в науково-технічній та виробничій сферах.

Інноваційна політика держави – сукупність форм, методів і напрямків впливу держави на виробництво з метою випуску нових видів продукції і технології та розширення на цій основі ринків збуту вітчизняних товарів.

Інноваційна політика організації – форма стратегічного управління, яка визначає цілі та умови здійснення інноваційної діяльності організації, спрямованої на забезпечення її конкурентоспроможності та оптимальне використання наявного виробничого та інтелектуального потенціалу.

Інноваційна програма – комплекс інноваційних проектів і заходів, узгоджений за ресурсами, виконавцями і термінами їх здійснення, який забезпечує ефективне рішення задач щодо опанування і розповсюдження принципово нових видів продукції (технологій).

Інноваційна продукція – продукція, що відповідає наступним вимогам: вона є результатом виконання інноваційного проекту; виробляється в Україні вперше або є конкурентоспроможною і має суттєво вищі техніко-економічні показники від існуючої аналогічної продукції.

Інноваційна спіраль – це крива, яка здійснює постійно зростаючі оберти від якоїсь первісної точки. Ця спіраль розкручується не зупиняючись і рухається тільки вперед і вже в XXI ст. підводить розвинені країни до

віртуальної (лат. *virtualis* – можливий, такий, що може проявитись за певних умов) економіки.

Інноваційна стратегія – стратегія, націлена на передбачення глобальних змін в економічній ситуації і пошук масштабних рішень для забезпечення умов тривалого виживання й розвитку підприємства на ринку, на підґрунті створення і впровадження інновацій, спрямованих на зміцнення його ринкових позицій і стабільний розвиток.

Інноваційна сфера – система взаємодії інноваторів, інвесторів, виробників і споживачів інноваційної продукції і розвиненої інфраструктури.

Інноваційна фірма – основним товаром ринку є продукти інтелектуальної діяльності, науковий і науково-технічний результат.

Інноваційна ціль підприємства – являє собою бажаний результат діяльності підприємства (конкретних виконавців і відповідальних керівників) у вигляді певного (визначеного) нововведення, яке реалізується в обмежені строки з обмеженими ресурсами та спрямоване на якісний (радикальний) розвиток підприємства.

Інноваційне середовище – зовнішні умови щодо створення, реалізації та просування інновацій.

Інноваційний інкубатор – це організаційна структура, мета якої створення сприятливих умов для ефективної діяльності новоутворених малих інноваційних фірм, що реалізують нові наукові ідеї-новації. Вона може надавати таким фірмам приміщення та необхідне обладнання на певний період, забезпечуючи їх консультаціями з економічних та юридичних питань на пільгових засадах, організувати інформаційне та рекламне забезпечення. Інкубатор проводить також експертизу інноваційних проєктів (науково-технічну, економічну, комерційну), веде пошук інвесторів та дає їм певні гарантії, надає можливість скористатися своїм досвідним виробництвом і цим допомагає інноваційним малим підприємствам виживати в межах інкубаторів.

Інноваційний лаг – період між появою новації та її впровадженням.

Інноваційний маркетинг – сукупність заходів, які служби маркетингу спільно з іншими підрозділами здійснюють для створення та виведення на ринок нових (оновлених) товарів, або збільшення обсягів реалізації.

Інноваційний менеджмент (лат. *management* – управління) – сукупність принципів, організаційно-економічних, психологічно-соціальних методів, форм та способів управління інноваційними процесами, інноваційною діяльністю, організаційними структурами, що нею займаються, та їх персоналом.

Інноваційний науково-технічний розвиток – процес розвитку підприємства, що спирається на постійний пошук і використання нових способів і сфер реалізації свого потенціалу в умовах змін зовнішнього середовища у контурі його місії і вибраної мотивації діяльності та пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту. ІНТР передбачає постійне оновлення асортименту продукції і технологій її виробництва, удосконалення системи управління виробництвом і збутом.

Інноваційний потенціал – є комплексом взаємопов’язаних ресурсів і спроможностей до їх реалізації, що визначають його здатність (інтелектуальну, технологічну, інформаційну, науково-дослідницьку, економічну тощо) приводити у відповідність до зовнішніх умов внутрішні можливості інноваційного розвитку на основі постійного пошуку, використання і розвитку нових сфер і способів ефективною реалізації наявних і перспективних інноваційних можливостей.

Інноваційний потенціал держави – сукупність засобів і можливостей у галузі освіти та виробництва, які втілюють найновіші досягнення НТП. Показники інноваційного потенціалу: обсяг нагромаджених теоретичних та практичних знань у різних галузях суспільної діяльності; здатність використовувати та поширювати ці знання; наявність підготовлених кадрів високої кваліфікації в галузі науково-технічної та практичної діяльності; матеріально-технічної і фінансової бази науки для проведення дослідів, експериментів з упровадження ідей нової техніки, продуктів, технологій, організаційно-управлінських форм та методів з підготовки кадрів, розробки та поширення інновацій. Інноваційний потенціал визначає можливості розвитку науки в майбутньому; забезпечує лідерство держави на світовій арені.

Інноваційний потенціал організації – сукупність ресурсів та умов діяльності, що формують готовність і здатність організації до інноваційного розвитку.

Інноваційний потенціал розробника інновацій – здатність до впровадження досягнень науки і техніки в конкретні товари, які можуть задовольнити потреби і запити споживачів. Його слід розглядати як певну критичну масу ресурсів підприємства (інтелектуальних, науково-дослідних, інформаційних тощо), яка необхідна і достатня для його розвитку на основі постійного пошуку і використання нових способів і сфер реалізації ринкових можливостей.

Інноваційний провайдинг – це комплексний цілісний процес формування, втілення в життя та подальшого супроводу системи заходів зі створення та просування на ринок нових товарів чи послуг, чия конкурентоспроможність гарантується на використанні нових наукових знань та прикладних розробок – наукоємних продуктів та послуг.

Інноваційний продукт – це результат виконання інноваційного проекту і науково-дослідної розробки нової технології, який відповідає наступним вимогам: є реалізацією (впровадженням) об’єкта інтелектуальної власності, на які виробник продукту має державні охоронні документи чи одержані від власників цих об’єктів інтелектуальної власності ліцензії, або реалізацією відкриттів; розроблення продукту підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень; в Україні цей продукт вироблено вперше або якщо не вперше, то порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, він є конкурентоспроможним і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Інноваційний проект – комплекс взаємозв'язаних заходів, розроблених з метою створення, виробництва та просування на ринок нових високотехнологічних продуктів при встановлених ресурсних обмеженнях.

Інноваційний процес – процес створення (розроблення та виготовлення) і комерціалізації новацій, що втілені в нові продукти, технології методи управління тощо, які мають споживчу цінність, тобто процес перетворення наукового знання в інновацію, яка задовольняє нові суспільні потреби; послідовний ланцюг подій, в якому новація з ідеї перетворюється на розробки і з'являється у вигляді конкретної продукції, технології чи послуги. Тобто інноваційний процес має чітку орієнтацію на кінцевий результат прикладного характеру, який забезпечує певний технічний і соціально-економічний ефект.

Інноваційний ризик – загроза втрати своїх ресурсів, недоотримання доходу чи появи додаткових витрат суб'єктами інноваційного процесу, ризик, пов'язаний з добровільним вкладенням капіталу в реалізацію нових продуктів і нових технологій з надією на одержання зверх прибутку (часто не менше 100 % до капіталовкладень) в дуже короткий термін (не більше 1 місяця) реалізації цих операцій, продуктів, технологій.

Інноваційний тип розвитку – спосіб економічного зростання, заснований на постійних і систематичних нововведеннях, спрямованих на суттєве поліпшення усіх аспектів діяльності господарської системи, періодичному „перегрупуванні” сил, зумовленому логікою НТП, цілями і завданнями розвитку системи, можливістю використання певних ресурсних чинників для створення інноваційних товарів і формування конкурентних переваг.

Інноваційний товар – продукт науково-технічної та інноваційної діяльності, що пропонує новий засіб чи спосіб (технологію) виробництва товарів і послуг і відкриває для споживача нові сфери задоволення своїх потреб.

Інноваційний цикл – частина інноваційного процесу, що починається з початку роботи над інновацією і закінчується її комерціалізацією, реалізується в системі певного технологічного укладу, забезпечуючи прогресивний розвиток суспільства.

Інноваційні стратегії – стратегії підприємств, орієнтованих на цінності, що є головними в роботі підрозділів НДДКР.

Інновація – походить від західноєвропейського „innovation”, що означає дослівно процес або результат упровадження новацій (novation), тобто інновація це освоєння нововведення з відчутною наявністю результату; це оновлення, відновлення (наявність процесу), це кінцевий результат нововведень, спрямований на досягнення відповідного ефекту та генерування нових або вдосконалених конкурентоспроможних товарів (послуг, технологій і т.д.), що задовольняють потреби споживачів, може охоплювати усі сфери діяльності підприємства і сприяє розвитку та підвищенню його ефективності.

Інновація поліпшуюча – інновація, яка враховує особливості певних галузей, ринків, їх сегментів чи ніш, наприклад, різновид персонального

комп'ютера notebook, який є мобільним і ним можна користуватися практично будь-де.

Інновація управління – процедури управління, заходи, інформаційні системи, оргструктури, які вперше застосовуються на підприємстві.

Інструменти державного регулювання інноваційної діяльності – акти нормативно-правового або директивного характеру, що регулюють окремі аспекти інноваційної діяльності.

Інтегральний інтелект – це група людей, підібрана відповідним чином, і комплекс відносин між ними, процесуальна організація їх діяльності, соціально-психологічна атмосфера роботи, певна гармонія людських якостей, система інтелектуальної взаємодії, що є стрижневим чинником інноваційних, наукових досліджень.

Інтеграція – процес об'єднання виробництва, науки, господарських, дослідних установ, соціальної сфери.

Інтелектуальна власність – це право автора на використання патентів, ліцензій, товарних знаків, програмного забезпечення, винаходу, наукову ідею, розробку, новий продукт, нову технологію. Інтелектуальна власність охороняється державою.

Інтелектуальна діяльність – це творча діяльність, а творчість – це цілеспрямована розумова робота людини, результатом якої є щось якісно нове, що відрізняється неповторністю, оригінальністю, унікальністю. Чим вищий інтелектуальний потенціал індивідуума, тим цінніші результати його творчої діяльності – інтелектуальна власність.

Інтелектуальний капітал – знання, навички, досвід, ноу-хау, творчі здатності, креативний спосіб мислення, моральні цінності, культура праці тощо.

Інтелектуальний капітал підприємства – сукупність інтелектуальних ресурсів (матеріальних і нематеріальних) і здатностей до їх реалізації, що визначають спроможність підприємства розвиватися на основі інформації і знань.

Інтелектуальний продукт – продукт інтелектуальної діяльності (знання, теорії, відкриття, винаходи, ноу-хау, результати НДДКР; зразки нової продукції, нової техніки чи матеріалів; оригінальні науково-виробничі послуги; консалтингові послуги наукового, технічного, економічного, управлінського, маркетингового характеру; нові технології, патенти тощо), який є товаром в умовах ринку.

Інтенсивний науково-технічний розвиток – розвиток на основі використання досягнень науки і техніки для удосконалення конструкції і технологій виробництва традиційних (модернізованих) продуктів з метою зменшення собівартості їх виробництва, підвищення якості, а в підсумку – підвищення їх конкурентоспроможності. Перехід на інтенсивний шлях розвитку відбувається в міру насичення ринку, вичерпання дефіцитних ресурсів, зростання конкуренції товаровиробників.

Інтенсивний тип розвитку – (лат. intensio – напруженість, посилення) спосіб економічного зростання, що передбачає використання передових

науково-технічних досягнень для підвищення продуктивності та результативності соціально-економічної системи.

Інтернаціональність науки – результати фундаментальних досліджень досить швидко стають відомі у світі і широко використовуються.

Інтерпренер – це типові носії рольових функцій у процесі нововведень, це спеціаліст і керівник, орієнтований на вирішення внутрішніх інноваційних проблем. Його завдання – організація пошуку ідей, використовуючи, наприклад, метод „мозкового штурму”, створення атмосфери творчості, залучення співробітників до інноваційного процесу. Інтерпренери, переважно, творчі особистості з різносторонніми знаннями та широким колом інтересів.

Інтерфейсний капітал – зв'язки з економічними контрагентами (постачальниками, споживачами, посередниками, кредитно-фінансовими установами, органами влади та ін.), інформація про економічних контрагентів, історія взаємин з економічними контрагентами, торговельна марка (бренд).

Інфопорт – компактно розташований комплекс, який може охоплювати наукові установи, ВНЗ, промислові підприємства, малі фірми, орієнтується на розвиток інформаційних технологій, формування кадрового забезпечення інноваційної діяльності.

Інформаційний потенціал підприємства – сукупність інформаційних ресурсів і здатностей до їх реалізації, які забезпечують умови його тривалого розвитку на основі генерації, накопичення і використання знань (фактів і правил).

Інформаційний продукт – матеріалізована форма повідомлень, що є об'єктом зберігання, переробки і передачі.

Інформаційні воротарі – це типові носії рольових функцій у процесі нововведень, спеціалісти з акумулювання інформації, контролюють потоки науково-технічної, комерційної, спеціалізованої інформації. Вони повинні мати широку освіту, вміння накопичувати і розповсюджувати новітні знання та передовий досвід, підживлювати інформацією творчий пошук на різних етапах створення інновації або проведення організаційно-економічних змін на підприємстві.

Капітал розширення (expansion capital, development capital) – капітал на стадії зміцнення і зростання підприємства, що здійснює венчурний проект, для якого характерним є розширення обсягів виробництва та збуту, проведення маркетингових досліджень, розширення масштабів діяльності.

Каунселінг (від англ. counsel – порада) – основний продукт діяльності каунселера – так звані інтуїтивні думки, що характеризуються деякою логікою, яка, проте, не є обов'язковою та не вимагає обґрунтування.

Квазімодель (від лат. quasi – ніби, тобто майже модель) – це метод прогнозування, який допомагає із застосуванням моделей перевірити прогнози розвитку інноваційного процесу.

Квалітативні методи прогнозування – формальна процедура для отримання узагальненого прогнозу, на основі ранжування і узагальнення

думки експертів Ці процедури ґрунтуються на анкетуванні, тестах, оцінці ефективності продажів і історичних даних, але процес, за допомогою якого виходить прогноз, залишається суб'єктивним.

Кваліфікаційна експертиза (експертиза по суті) – експертиза, що встановлює відповідність винаходу умовам патентоздатності (новизні, винахідницькому рівню, промисловій придатності).

Квантитативні методи прогнозування – передбачають чітку логіку і зрозумілі математичні операції. До квантитативних процедур прогнозування відносяться методи, засновані на статистичному аналізі, аналізі тимчасових послідовностей.

Кейрецу – об'єднання фірм у стійкі промислово-фінансові групи, характерні для Японії.

Керівництво Осло – пропозиції ОЕСР (організації економічного співробітництва та розвитку) щодо упорядкування даних у сфері технологічних інновацій були затверджені в Осло в 1992 р. і прийняті країнами Північної Європи за сприяння Фонду розвитку промисловості як посібник для збирання інформації про технологічні інновації, оскільки дослідження ОЕСР довели істотні розбіжності в меті, методах, визначеннях ключових понять інноваційної діяльності.

Керівництво Фраскати – є базисом для міжнародного зіставлення показників науки і техніки, аналізу їх організації та фінансування, науково-технічної політики, запропонована стандартна практика для обстежень, досліджень та експериментальних розробок, воно було уперше прийняте в м. Фраскати (Італія) у 1963 р.

Керування інноваційним проектом – процес правового впливу керівника на основі наданої йому влади (вищим керівництвом чи командою, яка його обирає) на членів проектної команди.

Керуючий фондом (fund manager) – особа, яка наймається інвесторами з метою розпорядження їхніми коштами, вкладеними у фонд.

Класифікація – це система розподілу об'єктів на класи на основі їх спільних ознак. В основу розподілу, переважно, покладено ієрархічний або фасетний принцип чи їх комбінації.

Класифікація інновацій – за сферами діяльності (характером застосування): технологічні, виробничі, економічні, торговельні (збутові), соціальні, управлінські; за технологічними параметрами: продуктові (нові продукти), процесні (нові технології, методи управління, організаційні форми і т.п.); залежно від глибини змін, що вносяться: радикальні (піонерні), ординарні (винаходи, нові рішення), покращуючі чи модифікуючі (модернізовані); за ступенем новизни: нові для підприємства, нові для галузі, нові для країни, нові для світового ринку; за адресатом інновацій: для виробника, для споживача, для суспільства в цілому.

Кластер (лат. classis – розряд) – це галузево-територіальне добровільне об'єднання підприємств, що тісно співпрацюють із науковими установами та органами місцевої влади, з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та економічного зростання регіону. Специфікою

кластерних структур є широка участь у них гнучких підприємницьких структур малого і середнього бізнесу, що активно сприяють формуванню інноваційних „точок зростання”.

Кластер інновацій – сукупність базисних нововведень, що визначають технологічний устрій економіки протягом тривалого часу.

Ключові чинники успіху – основні чинники-детермінанти успіху в галузі.

Коллективне управління авторськими і суміжними правами – система управління, відповідно до якої суб’єкти вказаних прав передають спеціально створеним організаціям право ведення переговорів щодо укладення угод про умови експлуатації творів, виконань та фонограм авторів різними категоріями користувачів, право надання дозволів та здійснення контролю за таким використанням, збирання відповідної винагороди і розподіл її між суб’єктами авторського права та суміжних прав, право виконання інших повноважень щодо забезпечення реалізації особистих (немайнових) і майнових прав суб’єктів авторського та суміжних прав.

Команда інноваційного проекту – сукупність працівників, які виконують функції управління інноваційним проектом та його персоналом.

Комбінаторика – метод формоутворення, який ґрунтується на використанні варіантної зміни просторових структур задля досягнення необхідних експлуатаційних характеристик, гармонійної цілісності форми продукту, що підлягає розробленню.

Комерціалізація прав на об’єкти інтелектуальної власності – відтворення руху інтелектуального капіталу з метою отримання прибутку (інтелектуальний капітал комерціалізується у процесі господарської діяльності, тобто коли він створюється і використовується самим підприємством чи реалізується іншим підприємством).

Комерційна таємниця – це технічна, комерційна, організаційна та інша інформація, що здатна підвищити ефективність виробництва або іншої соціально доцільної діяльності, або забезпечити інший позитивний ефект, і яка при її розголошенні стороннім може завдати шкоди особам, чією власністю вона є. Комерційною таємницею є ноу-хау.

Комерційне позначення – комерційне найменування – позначення, яке дає можливість вирізнити один господарюючий суб’єкт, що виробляє та/або реалізує товари або надає послуги, з-поміж інших та не вводить в оману споживачів.

Комп’ютерна програма – набір інструкцій у вигляді слів, цифр, кодів, схем, символів чи у будь-якому іншому вигляді, виражених у формі, придатній для зчитування комп’ютером, які приводять його в дію для досягнення певної мети або результату (це поняття охоплює як операційну систему, так і прикладну програму, виражені у вихідному або об’єктному кодах).

Компанії на етапі розширення (expansion) – компанії, які перебувають на стадії розширення свого бізнесу: збільшення обсягів виробництва, продажу, ринкової частки.

Компанії, що орієнтуються на зростання (growth seekers) – компанії, стратегія яких зорієнтована на нарощення показників обсягів продажу та прибутку.

Компанія, яка управляє (management company) – компанія, що створюється інвесторами для розпорядження коштами, вкладених ними у інноваційний фонд.

Компаудінг – це процес переходу з поточного стану до майбутньої оцінки вартості грошових коштів.

Компетентність – рівень кваліфікації експерта в певній галузі знань.

Композиція (від лат. compositio – складаю) – матеріально-просторове рішення виробу, процес гармонізації його форми, коли визначаються і доводяться до єдності всі характеристики форми: розміри, пропорції, ритмічна структура, фактура, колір та ін.

Компонування (від лат. compero – складаю) – процес пошуку найліпшого розміщення різних елементів виробу стосовно один одного.

Комунікативність інновації – можливість розповсюдження інновації серед інших споживачів.

Комутанти – використовують інновації, створені іншими (як правило, віолентами), збагачуючи їх індивідуальними характеристиками, пристосовуючись до невеличких за обсягами потреб конкретного клієнта. Вони підвищують споживчу цінність товару не за рахунок надвисокої якості (як пацієнти), а завдяки індивідуалізації. Підвищена гнучкість комутантів (за що вони отримали назву „сірих мишей”) дає змогу їм утримувати конкурентні позиції. Зазвичай комутанти – це дрібні фірми, які використовують інновації на стадії їх старіння.

Конкурентний потенціал – потенційна можливість (поточні передумови) організації зберігати або збільшувати конкурентоспроможність в довгостроковому періоді.

Конкурентні переваги – характеристики підприємства, його продукції чи послуг, що забезпечують йому певні переваги над конкурентами. Вони обумовлюються різними чинниками. До найтипівіших з них американський фахівець у галузі стратегічного управління М. Портер відносить: нові технології; нові запити покупців; появу нового сегмента ринку; зміну вартості або наявності компонентів виробництва.

Конкурентоспроможність – здатність організації приносити прибуток на вкладений капітал в короткостроковому періоді не нижче заданої, або перевищення прибутковості в короткостроковому періоді над середньостатистичною прибутковістю у відповідній сфері бізнесу.

Конкурентоспроможність нововведення – це техніко-експлуатаційні параметри новації в оцінці для споживача на даному сегменті ринку.

Конкуренція – боротьба між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва та збуту товару. З точки зору інноваційного процесу конкуренцію поділяють на функціональну, видову, предметну.

Консорціум (лат. consortium – співучасть, співтовариство) – тимчасове об'єднання промислового і банківського капіталу для здійснення спільного

великого інноваційного проекту, учасники якого зберігають свою повну господарську самостійність і підпорядковуються спільно обраному виконавчому органу в тій частині діяльності, що стосується цілей консорціуму.

Консультант (від лат. *consultans* – радник) – фахівець, службовим обов’язком якого є поради, висновки з питань його спеціальності.

Консультація – (порада) – передача знань від консультанта клієнту, це форма послуги, яка надається з метою пояснення ситуації і способу вирішення пов’язаних з нею проблем. Консультативна діяльність опирається не тільки на знання і досвід, а й на проведення конкретних, спеціалізованих досліджень.

Консультування (консалтинг) – вид професійних послуг, який передбачає проходження складного процесу взаємодії консультанта і клієнта, що ґрунтується на певній методиці або навіть технології та передбачає аналіз існуючих бізнес-процесів клієнта, обґрунтування перспектив розвитку та використання науково-технічних, організаційних і економічних інновацій для оптимізації його бізнесу.

Контрактор проекту – є особа, яка за угодою із замовником бере на себе відповідальність за виконання певних робіт, пов’язаних з проектом.

Контрафактні товари – товари, що містять об’єкти права інтелектуальної власності, ввезення яких на митну територію України або вивезення з цієї території призводить до порушення прав власника, що охороняються відповідно до чинного законодавства України та міжнародних договорів України, укладених в установленому законом порядку.

Конфлікт – відкрите зіткнення сторін, думок, сил, що пов’язане з відмінністю уявлень про цілі, шляхи й методи їх досягнення, характер завдань і способи їх розв’язання. З позицій інноваційного менеджменту, конфлікт – відсутність згоди між двома і більше особами або групами осіб, що виконують інноваційний проект.

Концепція (лат. *сопсерсіо* – система поглядів) – це комплекс ключових положень і настанов мислення, що дає змогу зберегти спрямованість наукового дослідження. Це своєрідний компас для спрямування думок.

Концерни – інтегровані багатогалузеві об’єднання, що складаються з великої кількості господарських одиниць, які мають різний ступінь самостійності, різні функції та сфери діяльності, власні науково-дослідні й конструкторські центри. У них ефективні маркетингові організації, досить великі програми науково-дослідних робіт і висококваліфіковані кадри для їх виконання, значні фінансові та матеріальні ресурси.

Копірайт (copyright) – авторське право.

Корисна модель – нове й промислово придатне конструктивне виконання пристрою, технічне рішення, що є новим і корисним для організації, якою воно подане, і яке передбачає зміну конструкції виробів, технології виробництва і застосування техніки або складу матеріалу (наприклад, інструменти чи верстати, для яких характерні нові форми розташування їх елементів), тобто як корисну модель отримують правову охорону тільки пристрої (вироби).

Корпоративна культура (corporate culture) – сукупність норм, правил, які прийняті та діють у компанії, система її цінностей, які формують її робочу атмосферу, психологічний клімат і надають їй індивідуального забарвлення.

Корпоративний венчурний бізнес (корпоративне венчурне інвестування) (corporate venturing) – діяльність великої компанії з метою придбання частки акцій нової малої фірми або створення з нею спільного підприємства для отримання тих переваг спеціалізації, які має мала фірма.

Корпоративний інвестор (корпоративний венчурний капіталіст) (corporate investor, corporate venture capitalist) – велике промислове або комерційне підприємство-інвестор. На відміну від інституційних інвесторів (інвестиційних банків, венчурних фондів, фінансових компаній), спеціально створених з метою інвестування, основним напрямком діяльності корпоративного інвестора є виробнича або комерційна діяльність.

Коучинг (від англ. coach – наставник, тренер, репетитор, інструктор) – індивідуальна робота консультанта з керівником або іншим співробітником.

Креативність – здатність генерувати нестандартні ідеї, відходити від традиційних та усталених схем мислення, творчо розв'язувати проблемні ситуації.

Крива долини смерті (death-valley curve) – крива на графіку, яка показує, як скорочується венчурний капітал, інвестований у нову фірму, по мірі того, як її доходи досягнуть запланованого рівня порівняно з витратами виробництва. Таке розміщення капіталу створює для фірми труднощі в залученні від нових інвесторів додаткового венчурного капіталу.

Кримінально-правовий спосіб захисту – кримінальна відповідальність за порушення прав інтелектуальної власності наступає, якщо власнику прав завдана матеріальна шкода у великому розмірі або у особливо великому розмірі.

Легкість апробації інновації – можливість апробації в певних обмежених масштабах.

Лідерство – процес психологічного впливу однієї людини на інших під час їх спільної життєдіяльності, який здійснюється на основі сприйняття та наслідування (певною ідеєю, видом діяльності, стилем життя чи поведінки тощо), навіювання, переконання.

Лізинг – це довгострокова оренда обладнання та устаткування (передусім високотехнологічного).

Літературний твір – будь-який оригінальний письмовий твір белетристичного, наукового, технічного або практичного характеру, незалежно від його цінності чи призначення.

Ліцензіар – особа, яка має виключне право дозволяти використання об'єкта права інтелектуальної власності.

Ліцензіат – особа, яка отримує дозвіл від ліцензіара на використання об'єкта права інтелектуальної власності.

Ліцензійна торгівля – основна форма міжнародної торгівлі технологіями, її предметом є патентні та безпатентні ліцензії на передавання винаходів, технологічного досвіду, промислових секретів і комерційних знань, на використання товарних знаків тощо. Найбільшого поширення в міжнародній практиці набули ліцензійні угоди, які передбачають комплексний обмін з наданням ноу-хау та інженерних послуг з промислової реалізації технології, що передається.

Ліцензійний договір – договір, згідно з яким власник винаходу, промислового зразка, корисної моделі, товарного знака, комерційної таємниці (ліцензіар) передає іншій стороні (ліцензіату) ліцензію на використання в певних межах своїх прав на патенти, ноу-хау, товарні знаки тощо.

Ліцензійні угоди – це міжнародні комерційні угоди щодо надання власником патентів права покупцеві на використання не патентних знань і досвіду, технологій у визначених межах. Ліцензійні угоди є найпоширенішою формою комерційного трансферу технологій на світовому ринку технологій.

Ліцензія – (лат. licentia – свобода, право) це дозвіл власника права інтелектуальної власності використовувати технічне досягнення або інший нематеріальний ресурс протягом певного строку за обумовлену винагороду. Ліцензії можуть бути патентними і не патентними, а також невиключними, виключними і повними залежно від умов та обсягу прав на ліцензію, що надається покупцеві. Ліцензії можуть надаватися в уречевленому або в не уречевленому вигляді.

Лондонська міжбанківська ставка пропозиції (London Interbank Offered Rate – LIBOR) – середня ставка процента, за якою банки в Лондоні надають позики.

Майнові права інтелектуальної власності – це: право на використання об'єкта права інтелектуальної власності; виключне право дозволяти використання об'єкта права інтелектуальної власності; виключне право перешкоджати неправомірному використанню об'єкта права інтелектуальної власності, в тому числі забороняти таке використання; інші майнові права інтелектуальної власності, встановлені законом.

Марка виробника (manufacturer brand) створюється самим товаровиробником, наприклад: сніданки швидкого приготування „Мівіна”, марки сухих сніданків Kellogg's Cornflakes, лезо Gillette Sensor чи пральний порошок Ariel. У цьому випадку цінність марки залежить від самого виробника, і, створюючи свої власні марки, виробники можуть домогтися прихильності до них торгових посередників і споживачів. Таким чином, уся відповідальність за просування марок цього виду покладена на компанію-виробника.

Маркетинг інновацій – діяльність, спрямована на пошук нових сфер і способів використання потенціалу підприємства, розроблення на цій основі нових товарів (виробів чи послуг) та технологій їх просування на ринку з метою задоволення потреб і запитів споживачів більш ефективним, ніж у

конкурентів, способом, отримання завдяки цьому прибутку та забезпечення умов тривалого виживання й розвитку на ринку.

Матриця „Мак Кінсі – Дженерал Електрик” – на підставі зіставлення привабливості фактичних чи можливих ринків і конкурентоспроможності конкретних видів діяльності виділяють ті з них, розвивати які найбільш доцільно.

Матриця Бостонської консультативної групи – з її допомогою, зіставляючи відомі чи прогнозовані частки ринку і темпи їх зростання, для кожного з видів продукції підприємства оцінюють ефективність виробництва і реалізації та визначають варіанти напрямів подальшого розвитку.

Матриця портфеля продукції – запропонована бостонською консультативною групою, використовується для формування номенклатури продукції, що вноситься до виробничих планів підприємства. Матриця дає змогу підприємству оцінити свою продукцію на окремих, чітко визначених ринках і є інструментом, який полегшує прийняття рішень щодо завоювання стратегічних позицій на ринках, розподіл грошових коштів та орієнтацію НДДКР.

Межа (Hurdle) – обумовлений процент повернення на вкладені інвестором у фонд кошти, що нараховується та виплачується після припинення діяльності фонду.

Межа небезпечного періоду (maximum slippage) – період між часом прибутковості нової фірми (за розрахунками) та часом, до якого вона може проіснувати за рахунок свого венчурного капіталу. Після цієї дати фірма не може отримувати нові кошти й поглиблювати свою неплатоспроможність.

Меморандум про розміщення (placement memorandum) – документ, який публікується в період нагромадження коштів у фонд, у якому стисло формуються його мета, завдання та переваги.

Менеджер проекту – це юридична особа, якій замовник та інвестори делегують повноваження щодо управління проектом: планування, контролювання і координування дій учасників проекту.

Менша частка (minority position (stake)) – пакет (частка) акцій, менший, ніж контрольний пакет, на який, як правило, претендує венчурний інвестор під час попереднього інвестування.

Мережеві методи планування – це методи, що передбачають складання планів-графіків реалізації інноваційного проекту за окремими стадіями (роботами, етапами), контроль за їх дотриманням і ліквідацію відхилень від планів-графіків з метою оптимізації термінів реалізації проекту. Використовують їх для управління реалізацією масштабних інноваційних проектів на етапі промислового освоєння інновацій з метою узгодження діяльності різних функціональних і виробничих підрозділів підприємства, що здійснюють технічну підготовку виробництва.

Метафора (грец. *metaphora* – переміщення) або аналогія це метод прогнозування, який означає виявлення спільних рис або подібності в кількох об'єктах чи процесів.

Метод – це інструмент, за допомогою якого досягається головне завдання фундаментальних досліджень – відкриття об’єктивних законів дійсності, які відображають найбільш істотні, стійкі, тривалі об’єктивні внутрішні зв’язки в природі, суспільстві, мисленні.

Метод Дельфі – це метод прогнозу, під час використання якого у процесі дослідження виключається безпосереднє спілкування між членами групи і проводиться індивідуальне опитування експертів з використанням анкети для з’ясування їхньої думки відносно майбутніх гіпотетичних подій. Назву цей метод дістав від назви знаменитого в античному світі оракула Дельфійського храму (Дельфійський оракул). Метою методу Дельфі є одержання прогнозів, надійніших порівняно з аналізом, проведеним одним спеціалістом. Опитування експертів проводиться в кілька турів за допомогою анкет – спеціальних анкетних листків. Анкети аналізуються і дані статистично обробляються з урахуванням зауважень експертів. Головна позитивна особливість цього методу розроблення сценарію полягає в тому, що він дає змогу уникати дії психологічних чинників, таких як, наприклад, тиск з боку іншої особи, особиста антипатія до будь-кого, надзвичайна увага до думки певних осіб і т. д. Метод Дельфі вважається найефективнішим у прогнозі майбутніх подій.

Метод диверсифікації – дозволяє знизити портфельні ризики за рахунок різноспрямованості інвестицій.

Метод експертних оцінок – має кілька видів: індивідуальна експертна оцінка; колективна експертна оцінка; метод психоінтелектуальної генерації ідей; метод експертних комісій та ін. Для проведення індивідуальної експертизи застосовується морфологічний аналіз, метод попарного порівняння варіантів, оцінки на кшталт інтерв’ю.

Метод лімітів – забезпечує встановлення граничних сум витрат, продажу, кредиту.

Метод Монте-Карло (за назвою міста, яке відоме своїми гральними закладами) – це метод імітації для приблизного відтворення реальних явищ. Він об’єднує аналіз чутливості (сприйнятливості) і аналіз розподілу ймовірностей вхідних змінних. Цей метод дає змогу побудувати модель, мінімізуючи дані, а також максимізувати значення даних, які використовуються в моделі. Побудова моделі починається з визначення функціональних залежностей у реальній системі. Після чого можна одержати кількісне рішення, використовуючи теорію ймовірності й таблиці випадкових чисел. Метод Монте-Карло широко використовується у всіх випадках імітації на ЕОМ.

Метод написання сценаріїв – сценарій (італ. scenario) означає сюжетну схему, тобто заздалегідь підготовлений план дій чого-небудь.

Метод оцінки – спосіб визначення вартості об’єкта оцінки, послідовність оціночних процедур якого дає змогу реалізувати певний методичний підхід.

Метод програми розвитку та огляду (PERT) і метод критичного шляху (CPM) – ці методи (розроблені у 50-ті роки ХХ ст.) використовують з

метою допомогти менеджерам складати графіки робіт і керувати реалізацією великих і складних проектів. Хоча вони дещо відрізняються за термінологією і побудовою мережі, мета їх однакова і подібний аналіз. Відмінність полягає в тому, що PERT використовує три часові оцінки для кожної роботи – оптимістичну, песимістичну і найвірогідніше (тривалість робіт, згідно з цим, має випадковий характер, тому для оцінки кожної роботи потрібно розраховувати математичне очікування і дисперсію). Нечіткість термінів виконання робіт за цим методом пов'язана з тим, що деякі роботи проекту мають творчий характер і час їх завершення точно визначити неможливо. Крім того, у перебіг подій можуть втрутитися зовнішні щодо проекту сили, або він реалізується кількома організаціями, і інтереси однієї з них суперечать інтересам інших. Натомість СРМ допускає, що час виконання роботи визначено, тому кожну роботу характеризує лише один часовий параметр. Він використовується для планування і контролю робіт, що мають чіткі нормативи витрат часу на кожну операцію у межах проекту.

Метод розподілу ризиків – передбачає розподіл ризиків між учасниками проекту, щоб зробити відповідальним за ризик учасника, який в змозі краще за всіх розрахувати і контролювати ризики і найстійкішого у фінансовому відношенні, здатного подолати наслідки від дії ризиків.

Метод страхування – передбачає створення спеціальних фондів засобів (страхових фондів) і їх використання (розподіл і перерозподіл) для покриття різного роду втрат шляхом виплати страхового відшкодування.

Методи бальної оцінки (Scorecard Methods (SC)) – ці методи передбачають виділення елементів інтелектуального капіталу підприємства і їх відносну бальну або ж індикативну оцінку (у динаміці або ж порівняно з іншими підприємствами даної галузі або ринку).

Методи визначення ринкової капіталізації (Market Capitalization Methods (MCM)) – ґрунтуються на обчисленні гудвіла різниці між ринковою вартістю підприємства (оцінка фондового ринку) і вартістю його чистих активів.

Методи державного регулювання інноваційної діяльності – прямі й опосередковані способи впливу органів державного управління на поведінку суб'єктів інноваційної діяльності з метою підвищення їх інтересу до створення, освоєння і поширення інновацій та реалізації на цій основі інноваційної моделі розвитку країни.

Методи екстраполяції – ці методи застосовуються для передбачення того, що існуючі тенденції розвитку прогнозованого об'єкта збережуться в майбутньому. При цьому майбутнє розглядається як пряме і безпосереднє продовження минулого (теперішнього).

Методи організації інноваційного процесу – способи організації робіт від формулювання ідеї до досягнення комерційного результату. Застосовуються три основні способи: послідовна, паралельна, інтеграційна організація робіт.

Методи прогнозування інновацій – це методи екстраполяції, експертні (евристичні методи), метод написання сценаріїв, метод Дельфі, метод Монте-Карло, метод колективної генерації ідей тощо.

Методи прямого вимірювання інтелектуального капіталу (Direct Intellectual Capital methods (DIC)) – ці методи ґрунтуються на вартісній оцінці окремих елементів інтелектуального капіталу, які потім зводяться в інтегральну оцінку.

Методи розрахунку віддачі активів (Return on Assets methods (ROA)) – базуються на обчисленні різниці між відношенням доходу підприємства за певний період (за винятком податків) до вартості його матеріальних активів (ROA) і аналогічним показником галузі в цілому. Добуток отриманої різниці й вартості матеріальних активів оцінюваного підприємства є середнім доходом від інтелектуального капіталу. Потім шляхом прямої капіталізації або дисконтування одержуваного грошового потоку визначають вартість його інтелектуального капіталу.

Методи управління інноваційним розвитком на макрорівні (рівні держави) – економічне стимулювання, планування, правове регулювання, соціальне регулювання, політичне регулювання.

Механізм – це система, пристрій, спосіб, що визначають порядок певного виду діяльності або сукупність станів і процесів, з яких складається явище.

Механізм інноваційного розвитку – це підсистема підприємства, яка забезпечує пошук, впровадження та оцінку ефективності інновацій на підприємстві та володіє складними зв'язками та реакціями.

Механістичні організаційні структури – характеризуються вони жорсткою ієрархією влади в компанії, формалізацією правил і процедур, централізованим прийняттям рішень, об'єктивними критеріями відбору кадрів і винагороди. Вони функціонують як чітко злагоджений механізм і надзвичайно інертні щодо будь-яких змін. До цього типу структур відносять: 1) лінійну, що складається із взаємопідпорядкованих структурних ланок, зв'язки яких з вищими рівнями управління здійснюються через безпосереднього керівника, за ієрархією; це робить структуру мало гнучкою, інертною; 2) функціональну, що передбачає чітку ієрархію структурних ланок, які забезпечують виконання кожної конкретної функції управління на всіх рівнях; це розбиває управлінський процес на окремі слабо пов'язані функції, гальмуючи, зокрема інноваційні процеси; 3) лінійно-функціональну, за якої при лінійному управлінні діють групи фахівців, об'єднаних у відділи за функціональною ознакою, що мають напрацьовувати рекомендації у відповідних функціональних сферах; це підвищує обґрунтованість управлінських рішень і оперативність їх реалізації, що важливо для інноваційних процесів; 4) дивізійні, що передбачають виокремлення в організації самостійних однорідних структурних ланок за продуктовою, територіальною ознаками чи класом споживачів; це дає змогу сконцентрувати зусилля на розвитку продукту, вносячи в нього, зокрема,

поліпшувальні інновації, або ж розробляти ринкові (маркетингові) інновації з урахуванням особливостей споживачів відповідного сегменту ринку.

Міжнародна заявка – заявка, подана згідно з міжнародним договором та стандартами.

Міжнародна патентна класифікація (класифікація винаходів) – МПК – пошукова ієрархічна система розподілу технічних понять. МПК охоплює всі галузі знань, об'єкти яких можуть мати правову охорону як винаходи чи корисні моделі. МПК призначена для уніфікованого в міжнародному масштабі класифікації патентних документів, що робить її ефективним інструментом патентних відомств та інших споживачів патентної інформації під час пошуку для визначення патентоспроможності заявленого винаходу. МПК є засобом упорядкованого зберігання патентних документів (систематичні фонди на паперовому носії та мікроформах, тематичні CD-ROM), що полегшує доступ до наявної в них технічної і правової інформації. МПК також використовують для визначення рівня техніки в окремих галузях, на її основі отримують і обробляють статистичні дані у сфері промислової власності.

Міжнародна фінансова корпорація (International Financing Corporations – IDC) – підрозділ Світового банку, заснований у 1971 р. для інвестицій у приватний сектор економіки країн, які йдуть шляхом приватизації.

Місія – чітко виражена причина існування організації на ринку.

Модель „національного ромба” – конкурентна перевага галузі у контурі держави, визначається детермінантами конкурентної переваги країни, які значно впливають один на одного.

Модифікування – частина планування продукту, яка тісно пов'язана з варіацією та диференціюванням продукту.

Моніторинг (screening) – дії потенційних інвесторів, спрямовані на отримання приватної інформації про венчурний бізнес, який відповідає певним інвестиційним і фінансовим критеріям.

Мотив – актуалізована потреба людини, що спонукає її до певних дій і вчинків, внаслідок яких потреба може бути задоволена. Мотиви можуть належати до матеріальної або моральної сфери. Співвідношення різних мотивів, що обумовлюють поведінку людини, визначає її мотиваційну структуру. У кожної людини мотиваційна структура індивідуальна і залежить від рівня добробуту, соціального статусу, кваліфікації, посади, ціннісних орієнтирів та інших чинників. За одних обставин домінують різні мотиви. Переважання одних мотивів над іншими формує мотиваційні преференції – те, чому суб'єкт прийняття рішень за наявності кількох альтернатив надає перевагу.

Мотиваційний механізм інноваційної діяльності – система зі зворотним зв'язком, яка охоплює сукупність стимулів, що формують у менеджерів підприємства мотиваційні преференції щодо використання інновацій як основного засобу здобуття підприємством конкурентних переваг.

Мотиваційний процес – процес перманентного впливу суб'єкта управління на поведінку об'єкта управління через систему стимулів, що формують в об'єкта управління мотиви до такої поведінки, яка забезпечує досягнення суб'єктом управління поставлених цілей.

Мотиви споживання нових товарів (виробів чи послуг) – раціональні: якість, економічність, експлуатаційні параметри і т.п.; емоційні: унікальні якості (наприклад, надвисока точність обробки верстату), відчуття причетності (купуй вітчизняне), стиль життя (наприклад, споживання тільки натуральних продуктів харчування), почуття страху (наприклад, якщо не придбати фільтр для питної води, то можуть захворіти нирки), почуття провини (наприклад, слід купувати товари, які виробляють інваліди); моральні мотиви: збереження довкілля (екологічність товару) і т.п.

Напрямок інноваційного розвитку підприємства – це визначений шлях або рух, що базується на впровадженні і реалізації інновацій, які спричиняють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють умови для прогресивного розвитку.

Напрями розвитку ринкових можливостей – 1). Глибоке проникнення на ринок, тобто розширення обсягів реалізації традиційних товарів традиційним споживачам шляхом зниження цін, реструктуризації збутової мережі, методів стимулювання збуту тощо. 2). Розширення меж ринку, тобто пошук нових ринків, нових груп споживачів для традиційного товару. 3). Розробка і реалізація нового товару, тобто пропозиція нового товару традиційним споживачам на традиційних ринках. 4). Диверсифікація виробництва і збуту, тобто пропозиція нових товарів на нових ринках, у тому числі виробництво принципово нових товарів, не пов'язаних з попередньою діяльністю підприємства, проникнення в найбільш перспективні з комерційного погляду сфери діяльності.

Нарощення вартості (added value) – додаткова капіталізована вартість підприємства, що створилася у результаті реалізації венчурного проекту.

Наука – процес створення системи нових знань. Сутність науки полягає в пошуках істини, в експериментально-дослідній діяльності, що спрямована на вивчення законів природи та суспільства. Коли дослідні проблеми вирішені, тоді продукт наукової діяльності набуває форми знання. Наука збільшує творчі можливості людини та здатна визначати темпи розвитку виробництва, характер його змін. Наука впливає на людину через систему освіти та бере участь у розвитку всіх компонентів системи виробничих сил.

Наукова (науково-технічна) продукція – науковий та (або) науково-прикладний результат, призначений для реалізації.

Наукова діяльність – це інтелектуальна творча діяльність, спрямована на одержання і використання нових наукових знань.

Наукова організація – організація, для якої наукові дослідження і розробки є основним видом діяльності. Вони можуть бути основною діяльністю також для підрозділів цієї організації. Наявність таких підрозділів

не залежить від належності організації до тієї або іншої галузі економіки, від організаційно-правової форми власності.

Наукова політика – визначення загальних принципів і вибір генеральних напрямів розвитку науки.

Наукове відкриття – встановлення закономірностей, властивостей і явищ матеріального світу.

Науковий результат – знання, одержане в процесі фундаментальних або прикладних наукових досліджень та зафіксоване на носіях наукової інформації у формі звіту, наукової праці, наукової доповіді, наукового повідомлення про науково-дослідну роботу, монографічного дослідження, наукового відкриття тощо.

Науковий фонд – акумулювання коштів компаній та приватних осіб, які використовуються для розвитку НДДКР, на підтримку дослідницьких проектів, спрямованих на розвиток науки. Зазвичай суб'єктами отримання допомоги від таких фондів є вчені, науково-дослідні інститути, наукові організації, науково-дослідні відділи підприємств тощо.

Науково-виробнича агломерація – конгломерат розміщених на одній території (що охоплює певний регіон) дослідницьких установ і фірм, зацікавлених у швидкій комерціалізації нових ідей.

Науково-прикладний результат – нове конструктивне чи технологічне рішення, експериментальний зразок, закінчене випробування, розробка, яка впроваджена або може бути впроваджена у суспільну практику. Науково-прикладний результат може бути у формі звіту, ескізного проекту, конструкторської або технологічної документації на науково-технічну продукцію, натурального зразка тощо.

Науково-технічна діяльність – інтелектуальна творча діяльність, спрямована на одержання і використання нових знань в усіх галузях техніки і технологій.

Науково-технічна продукція – закінчені й матеріалізовані результати (винаходи, розробки, наукові звіти, патенти) наукових досліджень, проектно-конструкторських робіт, консалтингових та інжинірингових розробок, що являють собою товар, який може бути представлений на ринку науково-технічної продукції для подальшого використання у виробничій і невиробничій сферах з метою підвищення ефективності діяльності і забезпечення більшого прибутку.

Науково-технічний альянс (франц. alliance – союз) – стійке об'єднання декількох підприємств різних розмірів між собою та з університетами, державними лабораторіями на основі угоди про спільне фінансування НДДКР, розробку або модернізацію продукції.

Наукомісткість (наукоємність) продукції – відношення витрат на НДДКР до обсягів продажу або відношення кількості працівників, зайнятих у НДДКР, до загальної кількості працюючих. Підприємства, де цей показник перевищує 4–5%, належать до наукоємних, наприклад, „Сіменс” (Німеччина), „Хітачі” (Японія).

Національна асоціація венчурного капіталу США (National Venture Capital Association – NCA) – заснована в 1973 р. професійна організація, яка визначає, забезпечує й представляє інтереси індустрії венчурного й приватного інвестування в США та за її межами.

Національна патентна класифікація (НПК) – це класифікаційна система, яка розроблена і застосовується в конкретній країні або групі країн для індексування і пошуку патентних документів.

НДДКР – роботи творчого характеру, що пов'язані з науковим пошуком, проведенням досліджень, експериментів з метою розширення наявних і отримання нових знань, втіленням їх у нові (вдосконалені) вироби і технології, методи управління тощо, науковим обґрунтуванням інноваційних проектів.

Невизначеність – неможливість оцінки майбутнього розвитку подій як щодо ймовірності їх виникнення, так і стосовно виду і масштабів їх прояву.

Недобросовісна конкуренція – будь-які дії підприємств, які суперечать правилам та чесним звичаям у підприємницькій діяльності.

Незалежні венчурні фірми – організовуються як акціонерні товариства, рекламуючи у пресі свою ідею створення новації, акумулюючи під цю ідею кошти приватних та інституційних інвесторів.

Незалежні фонди (independent funds) – фонди, які не входять до складу великих фінансових груп. Незалежні фонди формуються з допомогою інституційних та інших видів інвесторів.

Незарєєстрована компанія (unquoted (unlisted) company) – компанія, акції якої не зарєєстровані й не обертаються на фондовій біржі.

Нематеріальний актив – права на об'єкт інтелектуальної власності, в тому числі промислової власності, які можуть бути ідентифіковані та утримуються підприємством як немонетарний актив з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи надання в оренду іншим особам.

Неповний інноваційний проект – такий проект передбачає виконання лише окремих стадій інноваційного проекту.

Неюрисдикційна форма захисту – дії, в межах закону, юридичних і фізичних осіб щодо захисту права інтелектуальної власності, які здійснюються ними самостійно (самозахист), без звернення за допомогою до державних або інших компетентних органів.

Новаторство – нове у творчій діяльності людей.

Новація – (лат. novatio – оновлення, зміна) якась новизна, якої не було раніше, це кінцевий метод, принцип, новий порядок, винахід, новий продукт, процес, якісно відмінний від попереднього аналога, що є результатом інтелектуальної діяльності, закінчених наукових досліджень і розробок. Новація з моменту впровадження у виробництво, побут, інші сфери діяльності стає нововведенням (інновацією). Англійське слово innovation у перекладі означає нововведення та поширення новинок.

Новизна – один з критеріїв (умов) охороноспроможності об'єкта промислової власності. Суть її полягає в тому, що до дати подання заявки на видачу патенту або, якщо заявлено пріоритет, до дати її пріоритету, суть об'єкта не повинна бути розкрита для невизначеного кола осіб в обсязі, що дає можливість здійснити його.

Новизна нововведень – рівень новизни відбивають знання, що втілені в нововведеннях: нововведення на базі відомих законів і закономірностей та на базі невідомих законів і закономірностей. Перший рівень – поступове поліпшення змінювання на базі вже відомих принципів. Упровадження нововведення на базі нових законів суттєво змінює принципи діяльності підприємства в цілому. Рівень новизни є основним критерієм ефективності нововведень.

Новий товар – результат творчого пошуку, який суттєво поліпшує розв'язання певної відомої проблеми споживача, або проблеми, спосіб задоволення якої досі був невідомим.

Нововведення – походить від пізньолатинського „novatio” (оновлення, новація, зміна, нововведення), результат практичного освоєння новації в різних сферах діяльності, який дає економічний чи соціальний ефект і є предметом інновації.

Нововведення управлінське – особливі організаційні рішення, система, процедура або метод управління, котрі суттєво відрізняються від практики, яка склалася, та вперше використовуються на підприємстві.

Ноу-хау (англ. know-how – знаю як) – форма інтелектуальної власності, науково-технічний результат, що навмисне не патентується з метою випередження конкурентів, повного власного використання його для отримання надприбутку або передання іншим користувачам на вигідних умовах за ліцензійним договором. Ноу-хау може складатися з комерційних секретів, незапатентованих технологічних процесів та іншої інформації, котра недоступна широкому загалу. Комерціалізація ноу-хау широко використовується в міжнародній практиці.

Об'єкти патентного права – це винаходи, корисні моделі, промислові зразки, торгові марки (знаки для товарів та послуг), географічні позначення та фірмові найменування.

Об'єкти права інтелектуальної власності – це літературні та художні твори; комп'ютерні програми; бази даних; фонограми, відеограми, передачі організацій мовлення; наукові відкриття; винаходи, корисні моделі, промислові зразки; компонування інтегральних мікросхем; раціоналізаторські пропозиції; сорти рослин, породи тварин; комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки (знаки для товарів і послуг), географічні зазначення; комерційні таємниці.

Об'єкти ринку інновацій – це результати науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, які оформлені у вигляді аналітичного звіту, узагальненого опису способу, конструкторської та технічної документації; матеріальні активи, що являють собою певні товари-інновації;

нематеріальні активи, представленні у вигляді послуг, пов'язаних з супроводженням інноваційної діяльності, а також нові знання та досвід.

Образ (у дизайні) – уявлення, що постає у свідомості людини в процесі формування задуму дизайнерського вирішення, через яке виникає усвідомлення художньої цінності об'єкта дизайну.

Окупність нововведення – показник ефективності реалізації інноваційного проекту, визначений як період часу від дослідження і до моменту, коли прибуток з продажу інновацій покриє усі затрати на НДДКР.

Оновленість запасів матеріалів і комплектуючих – відношення річного обсягу матеріалів і комплектуючих виробів, які надійшли зі складу у виробництво до середньомісячного обсягу складських запасів, тобто кількість оновлення складських запасів матеріалів і комплектуючих протягом року. На типовому американському підприємстві запаси оновлюються від п'яти до двадцяти разів на рік.

Оновлюваність продукції – частка нової продукції в загальному обсязі продажу.

Оновлюваність технології – частка нових технологій, які використовують на підприємстві, у загальному обсязі технологій.

Оперативно-календарне планування інноваційної діяльності – планування робіт, пов'язаних з реалізацією конкретного інноваційного проекту.

Опір змінам – поведінка, спрямована на збереження існуючого порядку речей, правил, норм, звичаїв, що виявляється у відкладанні змін на потім за принципом „почнемо нове життя з понеділка”, „поживемо — побачимо” тощо.

Оприлюднення твору – здійснена за згодою автора чи іншого суб'єкта авторського права і/або суміжних прав дія, що вперше робить твір доступним для публіки шляхом опублікування, публічного виконання, публічного показу, публічної демонстрації, публічного сповіщення тощо.

Організації атакуючі – здійснюють добре обмірковану стратегію накопичення наукових знань як за рахунок власних лабораторій, так і за допомогою зовнішніх джерел. Вони ведуть дослідження на рівні корпорацій, за допомогою яких можна розв'язати майбутні проблеми, що лежать на шляху успішних теоретичних розробок і є вирішальним чинником підчас виходу на ринок нововведень, що випереджають конкурентів, та визнання цього вибору ринком.

Організаційна культура – власна система цінностей організації, сукупність основних переконань, сформованих самостійно, засвоєних чи розроблених певною групою в міру того, як вона вчиться розв'язувати проблеми адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, які виявилися досить ефективними, щоб вважатися цінними, а отже, передаватися новим членам як правильний спосіб сприйняття, мислення і ставлення до конкретних проблем

Організаційна структура підприємства – упорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, що забезпечують функціонування підприємства

як одного цілого. Елементами структури є підрозділи, служби, відділи, окремі працівники та інші ланки, а також підтримувані між ними зв'язки. Структура підпорядкована цілям і завданням організації, процесу виробництва та змінюється разом з перетвореннями, які в ньому відбуваються.

Організаційна структура управління – система оптимального розподілу функціональних обов'язків, прав і відповідальності, порядку і форм взаємодії між окремими структурними одиницями, що входять до складу підприємства, і людьми, які в них працюють.

Організаційний капітал – патенти, ліцензії, ноу-хау, програми, товарні знаки, промислові зразки, технічне й програмне забезпечення, організаційна структура, корпоративна культура тощо.

Організаційні лідери – підприємства, які долають технологічні розриви і випускають на ринок продукти раніше за своїх конкурентів. Підприємства-лідери концентрують увагу на результативності, працюють в умовах підвищеного ризику, але за вдалої реалізації нововведень генерують високі економічні результати.

Організаційні нововведення – охоплюють три основні типи: нововведення процедурного характеру (зміни критеріїв оцінки та системи показників, методів розрахунку тощо); нововведення в структурних перетвореннях (ієрархічні чи координаційні зміни); нововведення, пов'язані зі змінами виробничих елементів, з яких складається підприємство (введення нових підрозділів, ланок, ліквідація застарілих структурних одиниць тощо).

Організаційні проекти – проекти, націлені на реформування системи управління, створення нового підрозділу підприємства, проведення науково-практичних конференцій і семінарів тощо.

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

Організаційно-економічний механізм управління процесами інноваційного розвитку (ОЕМУІР) – багаторівнева ієрархічна система методів і форм управління інноваційним розвитком, що включає макрорівень (рівень держави чи регіону) і мікрорівень (рівень конкретного підприємства). ОЕМУІР певним чином реалізується через форми і методи управління всією його господарською діяльністю.

Організаційно-управлінські нововведення – нові методи й форми організації всіх видів діяльності підприємства та їх об'єднань: нові методи управління персоналом, системи стратегічного планування, прогнозування, моделювання процесів виробництва, постачання, збуту, нові організаційні структури.

Органічні організаційні структури – їм властиві розмиті межі управління, незначна кількість рівнів управління, слабке чи помірне використання формальних правил і процедур, децентралізація прийняття рішень, амбіційна відповідальність, неформальні міжособистісні стосунки. До них належать структури, що характеризуються гнучкістю у взаємодії із

зовнішнім середовищем: 1) матричні, що є поєднанням структурування організації за функціями (вертикальне) та проектами (горизонтальне); це забезпечує координацію дій з реалізації кількох інноваційних проектів; 2) проектні, які є формами реалізації інноваційних проектів у межах механістичних організаційних структур; 3) мережеві, що побудовані за принципом організаційно-економічної відокремленості окремих стадій технологічного процесу; це підвищує можливості їх оптимального здійснення завдяки залученню учасників, які виконують кожен етап процесу найкраще.

Оригінальний продукт – принципово новий продукт, конструктивне виконання та склад споживчих властивостей якого не були відомі раніше. Оригінальність виробу підтверджується виданим на нього патентом або авторським свідоцтвом.

Оригінальність – справжній власний твір автора, не скопійований повністю або в основному з іншого твору. Оригінальність не слід змішувати з новизною. Існування аналогічного твору, раніше невідомого автору, не позначається на оригінальності незалежного творіння. У випадку похідного твору оригінальність полягає в індивідуальному методі переробки раніше існуючого твору.

Основні показники інноваційної діяльності – наукоємність; оновленість технології; оновленість запасів матеріалів і комплектуючих; оновленість продукції; показник інновативності „ТАТ”; термін самоокупності нової продукції; оптимальний інноваційний рівень як компроміс між досконалістю та швидкістю; технологічний розрив.

Особисті немайнові права інтелектуальної власності – це: право на визнання людини творцем (автором, виконавцем, винахідником тощо) об'єкта права інтелектуальної власності; право перешкоджати будь-якому посяганням на право інтелектуальної власності, здатному завдати шкоди честі чи репутації творця об'єкта права інтелектуальної власності; інші особисті немайнові права інтелектуальної власності, встановлені законом.

Осьова втулка спиці – це принцип організації НДДКР, спиці – це найбільші дослідницькі групи, відділи, які розмішені у відділеннях організації і виконують прикладні розробки, що часто спрямовані на модернізацію існуючих технологій, а осьова втулка – це головна лабораторія організації.

Паблік-Релейшнз – діяльність по формуванню сприятливої суспільної думки про продуцента або продавця інновації, являє собою форму рекламної роботи з широким застосуванням усіх засобів масової інформації (преса, радіо, телебачення, Інтернет та ін.).

Парадигма – система понять, найзагальніша модель явищ, щодо якої решта характеристик окремі частини. Зміна парадигми це зміна усієї системи понять.

Паризька конвенція (1883 рік) – Паризька конвенція про охорону промислової власності. Міжнародна угода, що передбачає загальні принципи охорони промислової власності, яку відкрито для участі будь-яких держав.

Основними принципами охорони промислової власності є принцип національного режиму та принцип пріоритету. Україна бере участь у Паризькій конвенції з 25 грудня 1991 року.

Партнер з обмеженою відповідальністю (limited partnership) – співзасновник або співінвестор венчурного фонду, який відповідає за його зобов'язаннями та ризикує тільки в межах суми, внесеної у фонд.

Партнерство з обмеженою відповідальністю (limited company) – юридична форма організації венчурного фонду, коли вкладники (партнери) відповідають за зобов'язаннями фонду тільки в межах внесеного кожним з них капіталу (внеску).

Патент – це свідоцтво про право власності автора винаходу, яке підтверджує його новизну і виключне право автора на використання, це техніко-юридичний документ, виданий заявнику на винахід, корисну модель чи промисловий зразок, що відповідає умовам патентоспроможності і підтверджує авторство, пріоритет і право власності на зазначені об'єкти. Патент видається державними органами на термін до 15–20 років і діє на території лише даної країни. Патент дає винахіднику титул власника на винахід, що знаходить відображення в реєстрації торгового знака – певного позначення на товарі або його упаковці. У розвинених країнах патентуються практично усі винаходи.

Патентна документація – це сукупність опублікованих і неопублікованих документів, що містять відомості про результати науково-технічних і проектно-конструкторських розробок, заявлених або визнаних об'єктами промислової власності, а також відомості про охорону прав винахідників, патентовласників, власників охоронних документів на винаходи, корисні моделі, промислові зразки і товарні знаки (тобто офіційні публікації патентних відомств). В Україні це описи винаходів, промислових зразків, товарних знаків, корисних моделей.

Патентна інформація – це сукупність відомостей про результат науково-технічної діяльності, які містяться в описах, прикладених до заявок на винаходи або до охоронних документів, про правовий статус патентних документів, а також про умови реалізації прав, що впливають з патентних документів. Патентна інформація використовується на усіх етапах життєвого циклу інноваційної продукції.

Патентне дослідження – комплекс робіт із пошуку, добору й аналізу патентної і науково-технічної інформації, що містять дані про технічні рішення, складання аналітичних оглядів, що відображають патентну ситуацію, рівень техніки і тенденції її розвитку.

Патентний пошук – різновид інформаційного пошуку, здійснюваного переважно у фондах патентної документації з метою встановлення рівня правової охорони технічного рішення, меж прав власника патентного документа й умов реалізації цих прав.

Патентно-інформаційна база (ПІБ) – це сукупність певним чином підібраних та впорядкованих джерел інформації, передусім патентної, призначеної для проведення експертизи заявок на винаходи по суті. ПІБ

сформована у вигляді патентних фондів, що містить зарубіжну та національну патентну документацію, бази даних патентної документації, інформаційно-довідкові системи, патентно-асоційовану і патентно-правову літературу.

Патентовласник – фізична і/або юридична особа(и), яка(і) є власником(ами) майнових прав на об'єкт промислової власності, що засвідчено патентом.

Патієнти – створюють інновації для потреб вузького сегменту ринку. Вони уникають конкуренції з великими корпораціями, вишукуючи недоступні для них сфери діяльності, надаючи товару унікальних властивостей, їх товари звичайно мають ексклюзивний характер, є високоякісними і дорогими.

Пенсійний фонд (pension fund) – інвестиційний інститут, один з джерел формування венчурних фондів, кошти до якого надходять з пенсійних відрахувань громадян.

Первісна вартість (pro-money evaluation) – попередньо визначена вартість компанії (до того, як у неї будуть вкладені кошти венчурного інвестора).

Перепродаж бізнесу (trade sale) – продаж фірми корпоративному покупцю, що веде аналогічний бізнес. Це найбільш загальний спосіб виходу з венчурного бізнесу.

Перша стадія (раунд) фінансування (first-round financing) – фінансування, яке здійснюється на початковому етапі діяльності нового підприємства для реалізації першої стадії венчурного проекту. Звичайно охоплює етапи „посівного” (seed) та стартового капіталу (start up), ранньої (early) стадії розвитку підприємства та закінчується з початком другого раунду фінансування.

Перший публічний (відкритий) випуск акцій (розміщення) (initial public offering (IPO), flotation) – процес першої відкритої пропозиції акцій корпорації шляхом запрошення публіки підписуватися на них. Після першого розміщення акцій вони можуть стати предметом торгівлі на фондовій біржі.

Підходи до забезпечення якості продуктових інновацій – контроль якості на основі дотримання її вимог, що подані у відповідній технічній документації; забезпечення якості на основі дотримання стандартів ISO 9000; загальний контроль якості (TQC); загальне управління якістю (TQM).

Повернення (turnaround) – форма та методи венчурного інвестування у підприємство, що зазнає труднощів у своїй діяльності. Це сприятливий момент у діяльності підприємства, адже інвестори вважають, що він може значно збільшити її доходи.

Податкова прозорість (tax transparent) – оподаткування доходів або прибутку венчурного інвестора, що вклав кошти у фонд.

Податковий рай („tax heavens”) – територія або держава, де застосовується пільговий режим оподаткування в порівнянні з країною-резидентом.

Пошвавлення (відновлення) фінансування (recovery or turnaround financing) – залучення інвестицій у підприємство в складних ситуаціях, коли її венчурні капіталісти намагаються допомогти підприємству або змінити його керівництво та зробити діяльність прибутковою. При цьому деякі венчурні капіталісти додатково запрошують спеціалістів з питань банкрутства для діагностики таких інвестицій, які б вивели підприємство зі стану неплатоспроможності. Вони вважають, що проінвестовані підприємства, які показують невисокі результати, можуть значно збільшити свої доходи та отримати великий прибуток від певного сприятливого повороту подій.

Показник інновативності „ТАТ” – це період часу від моменту усвідомлення потреби або попиту на новий продукт до моменту його відвантаження. У кольоровому телебаченні компанії „Мацусіта” належить своєрідний рекорд – ТАТ у 4,7 місяців.

Політика технологічного поштовху – згідно з нею мету та пріоритетні напрями науково-технологічного та інноваційного розвитку визначає держава, на основі чого окреслюються шляхи стимулювання інноваційної діяльності, які мають здійснюватись через удосконалення управління в науково-технологічній та інноваційній сферах. Такий варіант інноваційної політики передбачає розроблення різних державних програм, великі капіталовкладення у масштабні інноваційні проекти, використання інших прямих форм державної участі в регулюванні інноваційних процесів.

Попередня експертиза – експертиза, у ході якої встановлюється належність зазначених у заявці матеріалів, які можуть бути віднесені до державної таємниці.

Посівний капітал (до стартовий капітал) (seed capital) – венчурний капітал на ранній стадії проекту, коли існує тільки бізнес-ідея; це перші вкладення венчурного капіталу, невеликі інвестиції, необхідні для проведення додаткових досліджень.

Послідовне проектування – метод організації інноваційного процесу, що почергово реалізується в різних функціональних підрозділах підприємства.

Постійні витрати – витрати, котрі не змінюються пропорційно обсягу виробництва.

Потенціал виробничо-збутовий – технічна і економічна можливість, а також економічна доцільність інноватора розробити (хоча це і не обов'язково, оскільки нові ідеї, технології тощо можна і придбати), виготовити і просувати інновації на ринку.

Потенціал інноваційний розробника інновацій – можливість втілення досягнень науки і техніки в конкретні товари, здатні задовольнити запити споживачів.

Потенціал інноваційного розвитку – комплекс взаємопов'язаних ресурсів і здатності до їх реалізації, що визначає спроможність інноватора (інтелектуальну, технологічну, інформаційну, науково-дослідницьку, економічну тощо) приводити у відповідність до зовнішніх внутрішні можливості розвитку на основі постійного пошуку, використання й розвитку

нових сфер і способів ефективної реалізації наявних і перспективних ринкових можливостей. Його складові-підсистеми: інноваційний, ринковий, виробничо-збутовий потенціали.

Потенціал підприємства – це його можливості, ресурси, запаси, засоби, що можуть бути використані для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства.

Потенціал ринковий – наявність підкріпленого купівельною спроможністю попиту, фактичного чи потенційного, або ж можливості формування попиту (для принципово нових товарів), що визначає можливості ринку сприйняти інновації певного типу і спрямованості, які може розробити і запропонувати на ринку конкретний товаровиробник.

Потік пропозицій (угод, заявок) (deal flow) – сукупність інвестиційних пропозицій, які надходять до венчурного капіталіста та становлять потенційний інтерес для нього.

Початкові зобов'язання інвестора (Investor's initial commitment) – зобов'язання інвестора внести певну грошову суму в заснований венчурний фонд.

Поширення інновації – це інформаційний процес, форма і швидкість якого залежать від комунікаційних каналів, спроможності підприємств сприймати цю інформацію та практично використовувати.

Пошукові дослідження – наукова діяльність, що включає „дологічні передумови”, методологію та фундаментальні дослідження. Розвиток пошукових дослідів характеризується диференціацією традиційних наук та формуванням нових (розвиток ядерної техніки, ядерної енергії та ін.); вплив на розвиток „чистих” цілеспрямованих і абстрактно-методологічних досліджень. Метою пошукових досліджень є відкриття нових принципів створення виробів та технологій, нових, не відомих раніше властивостей матеріалів та їх сполучень, методів аналізу й синтезу.

Право інтелектуальної власності – це право особи на результат інтелектуальної, творчої діяльності або на інший об'єкт права інтелектуальної власності, воно є сумою тріади майнових прав (права володіти, права користуватися, права розпоряджатися) та немайнових прав (право на авторство, право на недоторканність твору тощо).

Право на промислову власність – виняткове право на використання певних нематеріальних ресурсів у процесі виробничої діяльності в сфері промисловості, торгівлі, сільського господарства. Згідно з Паризькою конвенцією з охорони промислової власності до цієї власності належать винаходи, корисні моделі, промислові зразки, торговельні марки, комерційні найменування.

Приватна марка (own-label-brand) – присвоюється торговими і збутовими посередниками, продавцями. Присвоєння торгової марки сприяє зміцненню ринкових позицій посередників (продавців) за підтримки гарантованого рівня якості. Приватна марка (іноді її називають також маркою торгового посередника, дилерською або маркою магазину) створюється торговими посередниками і є їх власністю.

Приватні інвестори – на ранніх стадіях розробки проекту фінансування здійснюють, як правило, приватні особи – „ангели” (Angel Capital), які вкладають „гроші для посіву” (seed money). „Ангели” за одне „коло” інвестування вкладають суми в середньому розмірі від 5 до 50 тис. дол.

Прикладні дослідження – виявлення шляхів і способів застосування відкритих законів і явищ природи на цілі виробництва в певній галузі виробництва. Визначають напрям прикладного застосування знань, здобутих у процесі фундаментальних досліджень, їх результатом є нові технології, матеріали, системи.

Примірник твору – копія твору, виконана у будь-якій матеріальній формі.

Принцип Парето – 20% зусиль зосереджених на пріоритетних напрямках діяльності забезпечують 80% результату.

Принципи стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві – всебічна підтримка новаторської діяльності вищим керівництвом; швидкість і гласність реєстрації заявок; простота та ясність пакетних процедур; матеріальна й моральна підтримка індивідуальних і групових пропозицій щодо новації: а) нагородження; б) присвоєння почесного звання; в) публікація результатів; г) премії; д) терпимість до невдач новаторів.

Принципово нові товари – це товари, які задовольняють потреби і запити споживачів, що раніше задовольнялися іншим способом, або це товари, які задовольняють нові потреби.

Припущення – це метод прогнозування, який передбачає наявність можливої кореляційної залежності якої-небудь інновації від існуючих тенденцій.

Пріоритет заявки – першість у поданні заявки на отримання охоронного документа на об’єкт інтелектуальної власності.

Пріоритетні напрями – це тематичні сфери науки і техніки, які мають першочергове значення для досягнення перспективних і поточних цілей соціально-економічного розвитку. Вони формуються під впливом національно-економічних, політичних, екологічних та інших чинників. Залежно від масштабу вирізняються глобальні (загальносвітові), міжнародні (система країн) і національні (окремі країни) пріоритети розвитку науки й техніки. Пріоритетні напрями реалізуються у вигляді важливих міжгалузевих проектів і програм зі створення, освоєння та поширення технологій, що здатні кардинально змінити технологічний базис економіки.

Проблемна група – група людей, що належить до різних підрозділів, які тимчасово об’єднуються для роботи над певною науковою проблемою чи проектом.

Прогноз – це науково обґрунтована думка (передбачення явища, котре базується на науковій теорії, емпіричних даних розвитку явища та обґрунтованих допущеннях) про можливий стан об’єкту (який досліджується) в майбутньому, про альтернативні шляхи й терміни його здійснення.

Прогноз дохідності інвестицій (track record) – попередні розрахунки інвестора про майбутні доходи інвестованої фірми, що базується на минулих показниках її успішної діяльності.

Прогноз з абсолютною верифікацією – прогноз, правильність якого перевіряють фактичними даними з переходом періоду упередження з майбутнього в минуле.

Прогноз за методом аналогії – перенесення знання про одне явище на інше.

Прогноз за методом експертних оцінок – прогноз, що передбачає проведення експертами інтуїтивно-логічного аналізу проблеми та кількісну оцінку суджень щодо розвитку явища у майбутньому.

Прогноз інтуїтивний (експертний) – прогноз, що базується на інтуїції фахівців, експертів і застосовується тоді, коли об'єкт прогнозування або дуже простий, або, навпаки, настільки складний, що врахувати вплив багатьох факторів, які діють у різних напрямках, практично неможливо жодним іншим способом.

Прогнозування (від грец. prognosis – передбачення) – спрямовано на розроблення прогнозів розвитку на тривалу перспективу.

Прогнозування інновацій – це спосіб визначити перебіг подій у майбутньому, виходячи з того, що відбувалось у минулому. Особливістю прогнозування інновацій є його альтернативність і багатоваріантність напрямів у створенні інновацій.

Програма – це комплекс заходів, направлений на реалізацію вибраної стратегії або стратегічної задачі, збалансований за термінами, виконавцями і ресурсами.

Прогрес – напрям розвитку до більш передового й досконалого, перехід від нижчого до вищого, зміни на краще (протилежність – регрес).

Продаж „ноу-хау”(sale) – це передача прикладних знань, досвіду та секретів технологій, що не патентуються, але мають практичну цінність.

Продовження моніторингу (monitor progress) – процес перевірки того, як ведуть виробничу діяльність підприємства, що отримали венчурні інвестиції.

Продуктова інновація – орієнтуються на виробництво і використання нових (поліпшених) продуктів у сфері виробництва або споживання. Продуктові інновації передусім спрямовані на створення нової споживчої цінності, що приваблює більшу кількість споживачів.

Продуктово-тематичне планування інновацій – процес формування продуктово-тематичного портфеля інноваційної діяльності, який охоплює розроблення програм і заходів оновлення продукції, удосконалення технології та організації її виробництва і збуту.

Продуцент інновації – виробник даної інновації.

Проект – це вкладення матеріальних, фінансових, людських та інтелектуальних ресурсів в будь-яку справу з метою отримання запланованого результату в певний термін.

Проекти дослідження і розвитку – проекти, зосереджені на науково - дослідній роботі, розробленні програмних засобів опрацювання інформації, нових матеріалів і конструкцій тощо.

Проектування продукції – розроблення проектної документації (загального виду, докладних креслень, розрахункових обґрунтувань, технічних умов) на продукцію.

Промислова придатність – здатність винаходу бути застосованим у промисловому виробництві.

Промисловий зразок – нове художньо-конструкторське рішення виробу, що визначає його зовнішній вигляд і відповідає вимогам технічної естетики, подане до реалізації промисловим способом і дає позитивний ефект (наприклад, модель автомобіля, літака, електропобутового приладу, малюнок килима тощо). Промисловий зразок вирішує художню, а не технічну задачу.

Промислові проекти – проекти, спрямовані на випуск і продаж нових продуктів і пов'язані з будівництвом споруд, удосконаленням технологій, розширенням присутності на ринку тощо.

Проміжне фінансування (bridge financing) – короткострокове або середньострокове фінансування підприємства.

Просування інновацій – комплекс заходів, спрямованих на реалізацію інновацій, до їх складу входить виробництво та використання інформаційного продукту, рекламні заходи, організація роботи торгівельних пунктів по продажу інновації, консультації покупців, стимулювання продажу інновації тощо.

Прототип – найбільш близький до винаходу аналог за технічною сутністю і результатом, що досягається при його використанні.

Професія – це сплав культури, характеру розумової діяльності і спеціальних знань і навиків.

Профіль організації – це комплексна оцінка організації, що характеризує її спеціалізацію, організаційно-технічний рівень, систему управління, організаційну культуру та імідж. Для нормального функціонування організації необхідно забезпечувати відповідність між її профілем і зовнішнім середовищем.

Процент винагороди (carried interest) – фіксований процент винагороди, що сплачується менеджерам венчурного фонду компанією після повернення ними суми початкових інвестицій інвесторам і виплати обумовленого процента на вкладений капітал.

Псевдоінновації – це інновації, що залучаються підприємствами в технологічний процес чи продукт, щоб затримати зниження норми прибутку і продовжити життєвий цикл поліпшувальної інновації, наприклад зміна дизайну товару, матеріалу, з якого він виготовляється; зміна способу реклами тощо).

Рання стадія розвитку інноваційного підприємства (early stage) – венчурне фінансування на одній з перших стадій розвитку інноваційного підприємства паралельно із завершенням науково-дослідних робіт.

Раціоналізаторська пропозиція – це визнана юридичною особою пропозиція, яка містить технологічне (технічне) або організаційне рішення у будь-якій сфері її діяльності, впровадження якого має привести до більш високих показників, результатів діяльності, до підвищення її ефективності, зниження витратності тощо, це технічне вирішення, яке є новим і корисним підприємству, для якого воно призначено.

Реадаптація – подолання інерції в поведінці, сприйняття новації, переорієнтація підприємства.

Регіональні науково-технологічні центри – є засобами формування та здійснення регіональної інноваційної політики, спрямованої на забезпечення економічного розвитку регіону.

Реєстр – державний реєстр відповідних патентів (свідоцтв) на об'єкти інтелектуальної власності.

Реєстрація – державна реєстрація об'єкта права інтелектуальної власності.

Реінжиніринг бізнесу – інженерно - консультаційні послуги по перебудові підприємницької діяльності на основі виробництва і реалізації інновації.

Релевантна інформація – сукупність теоретичних знань, відомостей, у тому числі практичних навичок, що постійно поновлюються.

Рефінансування (refinancing) – повторне фінансування; випуск нових цінних паперів для розміщення та погашення старих випусків.

Ризик – це можливість чи загроза відхилення результатів конкретних дій чи рішень від очікуваних, це наслідок прийняття рішень в умовах неповної, неточної чи суперечливої інформації, тобто в умовах невизначеності чи неповної визначеності.

Ризик інноваційної діяльності – це можливість (загроза) втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання доходів чи виникнення додаткових витрат у результаті здійснення виробничо-збутової і фінансової діяльності, яка спирається на нові технології, нові продукти, нові способи їхньої реалізації і т.д.

Ринки, що формуються (зародження, виникнення) (emerging markets) – нові ринки, потенційно цікаві для венчурного інвестування. У зв'язку з тим, що для ринків, які формуються, характерні низька активність учасників та відсутність досвіду в його учасників, вони часто виявляються ризикованішими порівняно з уже сформованими ринками.

Ринкова вартість об'єктів інтелектуальної власності – це найбільш імовірна ціна, за якою об'єкт оцінки може бути відчужений на відкритому ринку в умовах конкуренції.

Ринковий потенціал інноваційного розвитку – наявність підкріпленого купівельною спроможністю попиту, фактичного чи потенційного, або ж можливості формування попиту (для принципово нових товарів виробів чи послуг), він визначає можливості ринку сприйняти інновації певного типу і спрямованості, які може розробити і запропонувати на ринку конкретне підприємство.

Ринкові інновації – відкривають нові сфери застосування продукту або сприяють реалізації продукту чи послуги на нових ринках. Ринкові інновації розширюють межі ринку, на якому працює підприємство.

Ринок інновацій – є формою економічних відносин між власником інтелектуальної власності та покупцем права володіння, користування й розпорядження, у результаті яких відбувається еквівалентний обмін платоспроможного попиту покупця на споживчу цінність, що містяться в інноваційній продукції. Основним товаром ринку є продукт інтелектуальної діяльності. Ринок інновацій формують науково-дослідницькі, проектні, науково-технічні колективи, підрозділи, лабораторії, окремі новатори, учені.

Рівень техніки – сучасний ступінь розвитку конкретної галузі техніки, з якою порівнюють нові винаходи. Домагання на визнання винаходу чи корисної моделі патентоспроможними повинні представити новий аспект, що виводить їх за межі відомих на даний момент науково-технічних знань.

Роботодавець – особа, яка найняла працівника за трудовим договором (контрактом).

Розвиток – це процес переходу від нижчого (простого) до вищого (складного), що розкриває і реалізує внутрішні тенденції та сутність явищ, які ведуть до виникнення нового і зумовлюють будь-які зміни різноманітних форм матерії. Розвиток є іманентним (лат. immanentis — властивий, притаманний) процесом, який виникає тому, що в нижчому в прихованому вигляді міститься тенденція, яка веде до вищого, а вище є розвитком нижчого. Будь-який окремий процес розвитку має початок і кінець, причому вже на початку в тенденції міститься завершеність розвитку. Для розвитку характерна спіралеподібна форма.

Розвиток підприємства – це довготривала сукупність процесів кількісних та якісних змін у його діяльності, які зумовлюють покращення стану шляхом збільшення потенціалу підприємства, адаптації до зовнішнього середовища та внутрішньої інтеграції, що сприяє підвищенню здатності підприємства протидіяти негативним впливам зовнішнього середовища та його життєздатності.

Розробник – це спеціаліст, який доводить результати досліджень до завершальної, практично реалізованої стадії.

Роялті – виплата ліцензійної винагороди шляхом періодичних відрахувань, які встановлюють у вигляді фіксованих ставок на базі розрахунку фактичного економічного результату від використання ліцензії (база роялті) і виплачуються ліцензіатом через певні проміжки часу.

Самострахування – створення підприємством грошових і натуральних страхових резервів для нівелювання непередбачених подій.

Свідоцтво – документ, що засвідчує право на певний вид об'єкта інтелектуальної власності.

Сегментування – це визначення груп споживачів, щодо яких необхідно застосування різних конкурентних інноваційних стратегій.

Силікон велі – англійська назва „Силіконової долини”, яка вузькою стрічкою простягається вздовж західного узбережжя США в 30 км від Сан-

Франциско. На площі, яка дорівнює 450 км, розміщено близько 2 тис. фірм високих технологій, передусім електронної промисловості. Центром утвореного технополісу є Стенфордський університет, заснований 1885 р. промисловиком Л. Стенфордом для підготовки ділової еліти. При університеті працюють 30 інститутів, лабораторій, наукових центрів, власних підприємств. На базі університету створено науково-технологічний парк з розвиненою інфраструктурою. Університет, крім підготовки кадрів, діє як постійний генератор нових ідей, насамперед теоретичного характеру. „Силіконова долина” виникла спонтанно, без підтримки і втручання держави на відміну від японських технополісів.

Симпатія венчурних інвесторів (people chemistry) – жаргонний вислів венчурних інвесторів про симпатію чи антипатію, що виникає в процесі спілкування інвесторів та підприємців. У їхньому професійному середовищі вживаються й інші жаргонні вирази. Наприклад, „живий мрець” (living dead) – підприємство, яке володіє портфелем цінних паперів і здійснює свою діяльність на межі прибутковості й не має реальних ознак успішної роботи на випадок інвестування в нього коштів венчурними капіталістами. „Лимони” та „сливи” (lemons and plums) – несприятливі інвестиції, що неминуче здійснюються з великими труднощами доти, доки успішні вкладення забезпечать прибуток. Тому кажуть, що „лимони” зазвичай дозрівають раніше „слив”. „Лимоном” називають неефективні інвестиції, результат яких не можна надійним методом перевірити, на відміну від „слив”, котрі дають позитивний результат. Навіть якщо деякі інвестиції аналогічного виду вже були реалізовані, існує ризик того, що дані вкладення забезпечать той самий результат.

Синектика – метод пошуку ідеї шляхом атаки існуючої проблеми, спеціалізованими групами професіоналів з використанням ними різних аналогій і асоціацій.

Синергетика – напрямок різних дисциплін, який об’єднує внутрішні сфери різних сторін науки. Інша назва – нелінійна динаміка.

Синергізм – ефект підвищення результативності за рахунок використання взаємозв’язку різних видів спільної діяльності. Джерелом синергізму може бути використання одних і тих самих виробничих потужностей чи загально службових утворень, наприклад служби НДДКР, що розробляють нову продукцію для багатьох підрозділів чи загально збутової мережі, а також взаємодоповнюваність, коли певні методи управління одним підрозділом доповнюють прийоми управління іншими підрозділами.

Синергія – явище в діловій практиці, коли загальний результат перевищує суму окремих ефектів, що входять до цього результату.

Система автоматизованого проектування – організаційно-технічна система, що здійснює автоматизоване проектування об’єктів.

Система стимулювання інновацій – заходи, форми і засоби мотивації працівників до інноваційної творчості. Використовуються прямі та непрямі методи стимулювання.

Системний підхід – полягає в тому, що ціле послідовно, за певними правилами, розбивається на окремі частки і досліджуються взаємовідносини цих частин з позиції інновацій, їх вплив на економічні процеси і, навпаки, визначаються ризики, витрати, умови розвитку ринків, задоволення суспільних потреб.

Складність інновації – ступінь легкості для розуміння, використання та пристосування до інновації.

Складові інноваційної інфраструктури – це фінансово-кредитні установи; зони інтенсивного науково-технічного розвитку (технополіси); технопарки (технологічні парки, інноваційні парки); інноваційні центри (технологічні, регіональні, галузеві); центри трансферу технологій, інкубатори (інноваційні, технологічні, інноваційного бізнесу); консалтингові (надання консультацій) фірми, компанії та ін.

Соціальні нововведення – нові форми активізації людського чинника, включаючи процес зміни умов праці, культурних, екологічних та політичних аспектів, зміна способу життя в цілому.

Співпраця (проживання з компанією) (living with company) – період перебування венчурного капіталіста в компанії, куди вкладені його кошти.

Спільне підприємство (joint venture) – це інститут між фірмового співробітництва з метою розроблення, виробництва або маркетингу продукту, що перетинає національні кордони, не заснований на короткострокових ринкових трансакціях і припускає значний і тривалий внесок партнерів у вигляді капіталу, технології або інших активів та розподілом відповідальності в управлінні між підприємствами-партнерами. Цей метод організації підприємства часто використовується для надто великих або надто ризикових проектів.

Спіраль – це крива, яка розкручується без зупинки і робить постійно зростаючі витки від якоїсь первісної точки.

Ставка накладних витрат (burn rate) – ставка, за якої нове підприємство фінансує свої постійні накладні витрати за рахунок венчурного капіталу доти, доки проект не почне приносити прибутки; швидкість, з якою венчурний бізнес повністю витрачає всі наявні грошові кошти.

Стагнація – застій у виробництві, економіці.

Стадії (раунди) фінансування (round financing (second, third, follow-on financing) – додаткове фінансування (друге, третє, наступне фінансування), яке необхідне після початкового вкладення інвестицій у венчурний проект (перший етап фінансування) для його розширення або вирішення непередбачених проблем, що виникають.

Стадії розвитку венчурних компаній – Seed – компанія для посіву; Start-up – компанія, що тільки виникла; Expansion – розширення; Early-Stage – фінансування початкової стадії.

Стайлинг – дизайнерське розроблення зовнішнього вигляду виробу, яке не пов'язане зі зміною його функцій і не зачіпає його технічних або експлуатаційних характеристик.

Стартовий капітал (start-up capital) – венчурний капітал на ранньому (після „посівного” капіталу) етапі фінансування, який необхідний для проведення науково-дослідних робіт та продажу перших партій товару.

Статут (charter) – статут компанії, у яку інвестує венчурний капіталіст.

Стимул – спонукання до дії, зумовлені зовнішніми чинниками.

Стратегічна зона господарювання – окремий сегмент середовища, на якому підприємство має (чи хоче мати) вихід і який є об'єктом аналізу з точки зору окремих тенденцій, небезпек, можливостей, що впливають зі стану цього середовища.

Стратегічна модель Портера – дозволяє виявити й оцінити конкурентні переваги підприємств чи видів діяльності в залежності від частки ринку, яку вони займають, і рівня їхньої рентабельності.

Стратегічне планування – управлінський процес створення і підтримки відповідності між цілями підприємства та його потенційними можливостями.

Стратегічне управління – це таке управління підприємством, що спирається на ресурсний потенціал як його базис, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, гнучко реагує і проводить своєчасні зміни на підприємстві, що відповідають виклику з боку оточення і що дозволяють генерувати конкурентні переваги, що в сукупності дає можливість підприємству вижити в довгостроковій перспективі, досягаючи при цьому своїх цілей.

Стратегічний альянс – кооперація великих підприємств для здійснення взаємодоповнюючих функцій при проведенні науково-дослідних робіт та поділі фінансових ризиків. Різновиди стратегічних альянсів: консорціуми, спільні підприємства.

Стратегічний баланс – передбачає баланс зусиль підприємства в кожній зі сфер бізнесу в залежності від стадії їхнього життєвого циклу.

Стратегічний господарський суб'єкт – підрозділ підприємства, що відповідає одночасно за короткотермінові результати та за розвиток майбутнього інноваційного потенціалу.

Стратегічний план – програма, яка спрямовує діяльність підприємства протягом тривалого періоду часу та враховує те, що конфліктне і постійно змінюване ділове й соціальне середовище робить постійні коректування неминучими.

Стратегічні відповідності – це схожі статті витрат в структурах витрат різних підприємств, що належать одному портфелю сфер бізнесу, які можуть трансформуватися одна в одну.

Стратегія – довгострокова модель розвитку підприємства, яка приймається для досягнення її стратегічних цілей і враховує обмеження внутрішнього і зовнішнього середовища.

Стратегія „зняття урожаю” – передбачає функціонування підприємства в особливому режимі, що знаходиться між функціонуванням і виходом з бізнесу. При реалізації даної стратегії підприємство переводить свою ринкову частку у фінансові ресурси.

Стратегія вертикальної інтеграції – передбачає зміцнення конкурентного потенціалу підприємства за рахунок ослаблення конкурентної сили постачальників і споживачів.

Стратегія відкачування капіталу і ліквідації – передбачає припинення діяльності раніше привабливої сфери бізнесу у межах портфеля якщо вона перестає приносити необхідний прибуток при змінах в зовнішньому або внутрішньому середовищі.

Стратегія диверсифікації – припускає включення в портфель сфер бізнесу підприємства нових напрямів діяльності.

Стратегія захисна (оборонна) – збереження і закріплення позицій підприємства в певних сферах на основі модернізації, модифікації наявних видів продукції, технологій. Завданням захисної стратегії є збереження стабільного становища на ринку.

Стратегія зв'язаної диверсифікації – припускає наявність істотних стратегічних відповідностей між сферами бізнесу, що в нього входять.

Стратегія зміни курсу і реструктуризації – передбачає поліпшення ефективності функціонування портфеля в цілому аби зберегти його існування.

Стратегія зростання – має на увазі щорічне значне підвищення рівня коротко - і довгострокових цілей над рівнем показників попереднього року.

Стратегія імітаційна – різновид захисної стратегії, який передбачає зменшення ризику впровадження нововведень завдяки залученню результатів наукових досліджень і розробок, проведених іншими фірмами.

Стратегія інновацій – припускає отримання конкурентних переваг за допомогою створення принципово нових товарів або технологій, або задоволення існуючих усвідомлених або неусвідомлених потреб новим способом.

Стратегія міжнародної диверсифікації – припускає функціонування диверсифікованого портфелю на безлічі національних ринків.

Стратегія мінімізації витрат – передбачає встановлення оптимального значення обсягу виробництва (виробничий ефект масштабу) просування і збуту (маркетинговий ефект масштабу).

Стратегія наступальна – тип стратегії, спрямованої на витіснення конкурентів шляхом випуску новацій і впровадження їх на ринок, захоплення нових ринків збуту чи домінуючих позицій на ринку за певним видом продукції.

Стратегія незв'язаної диверсифікації – базується на зниженні ризику в цілому, сфери бізнесу, що знаходяться в їх портфелі, мають між собою слабкі стратегічні відповідності.

Стратегія обмеженого зростання – передбачає встановлення цілей від досягнутого рівня, скоректованих з урахуванням інфляції і невеликого росту.

Стратегія оперативного реагування – припускає досягнення успіху за допомогою швидкого реагування на зміни в зовнішньому середовищі.

Стратегія підприємства – довгострокова модель розвитку підприємства, яка приймається для досягнення його стратегічних цілей і

враховує обмеження внутрішнього і зовнішнього середовища. Стратегія підприємства знаходить відображення у системі стратегічних рішень та планів.

Стратегія підприємства у сфері НДДКР – правила прийняття рішень відносно обсягу, спрямованості, інтенсивності робіт, джерел формування, характеру використання здобутих результатів. Науково-дослідна стратегія є елементом загально корпоративної стратегії.

Стратегія скорочення – передбачає встановлення рівня окреслених цілей нижче досягнутого у минулому.

Стратегія технополісів – це стратегія прориву в нові сфери діяльності на підставі розвитку мережі регіональних центрів високого технологічного рівня.

Стратегія фокусування – припускає обслуговування вузького сегменту споживачів, що характеризується особливими потребами.

Страхова компанія (Insurance company) – одне з джерел фінансування венчурних фондів і компаній.

Структура інноваційного процесу – у вітчизняній практиці дотримується структура: „дослідження – розробки – виробництво – маркетинг – реалізація”. У світовій практиці використовується структура: „фундаментальні дослідження – прикладні дослідження – розробки – дослідження ринку – конструювання – дослідне виробництво – ринкове випробування – комерційне виробництво”. Усі вказані етапи взаємозумовлені і забезпечують успіх нововведення лише за умови інтеграції їх у єдине ціле.

Структура організації – це логічні взаємостосунки рівнів управління, що дозволяють досягти цілі організації.

Суб'єкт авторського права – це автори творів; спадкоємці й інші правонаступники; організації, що керують майновими правами авторів на колективній основі. Авторами визнаються особи, творчою працею яких є створений твір. Авторами визнаються не тільки творці оригінальних творів, але й творці похідних (залежних) творів, таких, як: переклади, переробки, копії творів мистецтва тощо.

Суб'єкт інноваційної діяльності – це фізичні або юридичні особи, які провадять інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи позичені кошти в реалізацію інноваційних проектів.

Суб'єкт права інтелектуальної власності – творець (творці) об'єкта права інтелектуальної власності (автор, виконавець, винахідник тощо) та інші особи, яким належать особисті немайнові та/або майнові права інтелектуальної власності відповідно до Цивільного кодексу України, іншого закону чи договору.

Суб'єкт права на винаходи, корисні моделі, промислові зразки – це автори або фізичні чи юридичні особи, до яких право авторів перейшло за договором чи заповітом.

Суб'єкт права на раціоналізаторську пропозицію – це раціоналізатор, тобто автор раціоналізаторської пропозиції, що створив його своєю творчою працею.

Суб'єкт права на торговельні марки – це юридичні особи та фізичні особи, якщо вони здійснюють підприємницьку діяльність.

Субсидія – допомога в грошовій чи натуральній формі, що надається державою за рахунок коштів державного або місцевого бюджету, а також спеціальних фондів.

Сумісність інновації – ступінь відповідності інновації діючій системі цінностей (визначається культурними нормами соціальної системи), минулому досвіду та потребам споживачів.

Суспільне надбання – твори й об'єкти суміжних прав, строк дії авторського права і/або суміжних прав на які закінчився.

Сфера інноваційної діяльності – система взаємодії інноваторів, інвесторів, товаровиробників конкурентоспроможної продукції через розвинуту інноваційну інфраструктуру.

Сценарій інновацій – це упорядкована в часі послідовність епізодів вибору інноваційної політики, методів її реалізації, тобто логічна послідовність подій, які показують крок за кроком, як будуть розгортатись події у майбутньому. Метод написання сценаріїв полягає у підборі колективу спеціалістів для складання сценарію майбутнього розвитку процесів, які можуть виявляти й оцінювати потенційні наслідки, що при цьому можуть виникнути. Мета написання сценарію – створити гіпотетичну майбутню ситуацію з інноваційного розвитку. Цінність сценарію тим вища, чим менший рівень невизначеності, тобто чим більший рівень узгодженості поглядів експертів на майбутні події.

Творчість – процес створення наукових, духовних та матеріальних цінностей.

Тектонічність – характеристика конструкції та матеріалів, які становлять матеріальну структуру виробу.

Телеверситет – новий тип університету майбутнього. Базується на індивідуалізованій освіті завдяки використанню останніх досягнень в інформаційних технологіях (комп'ютери, аудіо- та відеокасети, копіювальна техніка). Телеверситет – це наступна сходинка освіти для тих, хто має навички самостійної роботи.

Тенденція – напрямок розвитку явища.

Теорія – форма організації наукових знань, які дають цілісне уявлення про закономірності та зв'язки об'єкта.

Теорія Й. Шумпетера – рання концепція нововведень, висунута в працях австрійського економіста Й. Шумпетера („Теорія економічного розвитку”). Теорія стверджує, що розвиток економіки являє собою складний циклічний процес, у якому спалахи нововведень спричиняють чергування фаз кризи й розквіту. Він дав визначення нововведень, запропонував їх класифікацію, виокремив за критерієм новизни нововведення базисні і другорядні. Носієм нововведень Й. Шумпетер уважав підприємця, тому

розвиток інновацій залежав від якостей особистості підприємця, яким може бути кожний. Сформулював ідею „ефективної конкуренції”, яка зображує ринковий механізм як ефективну взаємодію монополістичних сил, що базується на конкуренції.

Термін окупності нововведення – показник ефективності реалізації інноваційного процесу, визначений як період часу від початку досліджень до моменту, коли прибуток від продажу нового виробу окупить усі витрати на НДДКР.

Техніка – це предметно втілений і суспільно закріплений спосіб виготовлення чого-небудь.

Техніко-економічне обґрунтування ідеї – підтвердження економічної доцільності, необхідності і технічної можливості матеріалізації знайденої інноваційної ідеї в форму речей (тобто продукт).

Техніко-економічне планування інноваційної діяльності – процес визначення обсягів робіт, що мають бути виконані за кожним інноваційним проектом, а також потреб і джерел залучення матеріальних, фінансових і трудових ресурсів, необхідних для їх реалізації.

Технологічна інновація – нова технологія товарного виробництва, яка зменшує собівартість, поліпшує якість продукту, створює його нову, конкурентоспроможну модифікацію.

Технологічний прорив – принципово нове вирішення проблеми нетрадиційним шляхом. Наприклад, теорія відносності, ядерна енергетика.

Технологічний розрив – періоди переходу від однієї групи технологій до іншої на основі нових знань, різниці між стратегіями у сфері науково-технічного потенціалу.

Технологічний уклад – („уклад” означає встановлення певного порядку чого-небудь) характеризується єдиним технічним рівнем складових його виробництв, пов’язаних вертикальними та горизонтальними потоками якісно однорідних ресурсів, які спираються на загальні ресурси кваліфікаційної робочої сили, загальний науково-технічний потенціал і певні технології. Технологічний уклад має складну внутрішню структуру, ядром якої є сукупність базових (радикальних) технологій, це принципово нові технології, що створені на базі раніше не відомих законів і закономірностей, винаходів, відкриттів, які докорінно змінюють зміст різних видів діяльності в суспільстві.

Технологічні нововведення – нові технології виробництва старих чи нових продуктів, упровадження інформаційних систем, нових джерел енергії. Технологічні нововведення – це зміни передусім в засобах і методах організації виробництва.

Технологія – в англосаксонській термінології розуміється „прикладне знання”. За слов’янською інженерною традицією технологія розглядається як сукупність методів обробки, виготовлення, зміни стану чи властивості, форми сировини, матеріалів у процесі виробництва. У сучасній інтерпретації технологія – це наука про способи (набір і послідовність операцій, їх режими) розв’язання завдань людства за допомогою (шляхом застосування)

технічних засобів (знарядь праці), сукупність виробничих процесів, науково-технічних і професійних знань, методів, засобів виробництва, нової техніки, які забезпечують перетворення природної речовини в продукти промислового і побутового використання.

Технопарк (науково-технічний парк) – компактно розміщений територіальний міжгалузевий відокремлений комплекс на підготовленій території, що включає в себе наукові установи та центри, дослідні інститути, ВНЗ, проектно-конструкторські та дослідні лабораторії, промислові підприємства, інформаційні, фінансові, сервісні та виставкові комплекси зі спільним використанням земельної ділянки та інфраструктури, діяльність яких скоординована в межах єдиного інноваційного процесу. В основу парків покладено ідею територіального поєднання наукової думки та матеріальної бази. Мета технопарків – комерціалізація науково-технічної діяльності, забезпечення швидкого просування наукових досягнень у виробничу сферу, що дозволяє в умовах кризової ситуації у вузівській науці в Україні забезпечити науковців творчою роботою, достатньо високою заробітною платою.

Технополіс – об'єднання наукових, інноваційних, науково-технічних парків і бізнес-інкубаторів на певній території з метою надання потужного імпульсу економічному розвитку регіону, зацікавлених у швидкій комерціалізації нових ідей, це місце, в якому „критична маса” освіти і культури, науки і техніки, наукового бізнесу і венчурного капіталу спричиняє „ланцюгову реакцію” наукової і ділової активності у міжнародних (глобальних) масштабах. Його особлива цінність – це синергетичний ефект наукових та технологічних розробок за рахунок концентрації інноваційного потенціалу, тісних зв'язків серед утворюючих технополіс юридичних та фізичних осіб, спільної підтримки.

Типи інноваційних стратегій – наступальна, яка передбачає активне проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), у тому числі розроблення і впровадження нових продуктів і технологій. Може бути рекомендована для підприємств, які мають сильні науково-дослідні і дослідно-конструкторські підрозділи і відповідну базу; захисна, яка передбачає поліпшення продуктів і технологій. Її доцільно застосовувати на підприємствах, що мають сильні маркетингові підрозділи, стійкі до конкурентного тиску, здатні активно протидіяти конкурентам; змішана як комбінація перших двох, вона характерна для підприємств зі значною диверсифікацією продукції і ринків збуту; ліцензування (продаж патентів та ліцензій). Рекомендується для невеликих підприємств, які неспроможні самостійно організувати великомасштабне впровадження своїх розробок.

Товар – продукт діяльності (включаючи роботи, послуги, а також цінні папери), призначений для реалізації.

Товарна марка – назва, термін, символ, дизайн, упаковка або їх комбінація, що застосовуються для ідентифікації товару та його виробника (продавця) і дозволяють відрізнити товар від інших. Захисту підлягають товарні знаки, тобто зареєстровані у встановленому порядку позначення.

Товарний знак (фірмовий знак) – юридичний термін, що позначає об’єкт інтелектуальної власності, що захищає назву й інші атрибути товару.

Топографія інтегральної мікросхеми – зафіксоване на матеріальному носії просторово-геометричне розміщення сукупності елементів інтегральної мікросхеми та з’єднань між ними.

Торгівельна марка – термін, що використовується для позначення не тільки юридично захищеного імені, але також самого товару і його іміджу. Це будь-яке позначення, у тому числі комбінація позначень, призначене та придатне для вирізнення товарів і послуг однієї особи від товарів і послуг інших осіб. Такими позначеннями можуть бути слова, у тому числі власні імена, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів, об’ємні та звукові позначення, а також будь-яка комбінація таких позначень тощо. З погляду продавця торговельна марка – це об’єкт інтелектуальної власності, актив підприємства, що дозволяє йому виділити свій продукт серед аналогів, а також є способом підвищення прибутковості підприємства. З погляду покупця торговельна марка – це продукт або послуга, що задовольняють певні фізичні й емоційні потреби, що полегшують процедуру вибору серед аналогічних товарів.

Точка беззбитковості – обсяг реалізації продукції, за якого доходи підприємства дорівнюють його витратам.

Трансфер технології – це передача технології, що оформлюється шляхом укладання двостороннього чи багатостороннього договору між фізичними та/або юридичними особами, якими встановлюються, змінюються чи припиняються майнові права та зобов’язання стосовно технології чи/або її складових. Трансфер технологій містить у собі: передачу патентів на винаходи; патентне ліцензування; торгівлю безкоштовними винаходами; передачу технологічної документації; передачу „ноу-хау”; передачу супутніх технологічних відомостей під час придбання чи оренди (лізингу) обладнання і машин; інформаційний обмін у персональних контактах на семінарах, симпозиумах, виставках тощо; інжиніринг; наукові дослідження та розробки у ході обміну вченими та експертами; проведення різними підприємствами спільних розробок та досліджень; організацію спільного виробництва; організацію спільного підприємства.

Трендотчинг (від англ. trend – тенденція, watching – спостереження) означає діяльність, спрямовану на спостереження за новими тенденціями. Цей термін, як правило, використовується для позначення діяльності вузькопрофільних відділів маркетингових компаній або самостійних трендотчингових агентств, які займаються постійним моніторингом нових трендів і прогнозуванням їх затребуваності й успішності в кінцевого споживача в майбутньому.

Трендсеттинг – (від англ. trend – тенденція, to set – призначати, установлювати, визначати) – створення моди для заохочення споживання товарів та певних брендів, заохочення готовності наслідувати приклад інших людей – законодавців моди; часто стосується одягу, гаджетів, способу життя тощо.

Трендхантинг (кулхантинг) (від англ. trend – загальний напрямок, тенденція; cool – чудовий, крутий; hunting – полювання), означає полювання за тенденціями, полювання за крутим. Термін передбачає збір інформації у середовищі потенційних споживачів і розглядається як один з інструментів трендвотчингу. Це спостереження за новими трендами, що зароджуються в суспільстві.

Укрпатент (державне підприємство „Український інститут промислової власності”) – уповноважений державний орган для розгляду і проведення експертизи заявок в Україні.

Умови патентоздатності – умови, за яких об’єкт промислової власності може набути правової охорони. Для винаходу – якщо він є новим, має винахідницький рівень і є промислово придатним. Для корисної моделі – якщо вона є новою і промислово придатною. Для промислового зразка – якщо він є новим.

Універсальна десяткова класифікація (УДК) – є міжнародною класифікацією, що охоплює всі галузі знань і побудована за ієрархічним десятковим принципом. Ієрархічні класифікації побудовані за принципом підпорядкування одних підрозділів іншим, при цьому кожний підрозділ вищого порядку складається з підрозділів нижчого порядку, зміст яких не перекриває один одного. Ієрархічна класифікація є, звичайно, багаторівневою, тобто має деревоподібну структуру.

Університети – центри розвитку фундаментальної науки та центри з підготовки кадрів. За замовленнями державних відомств і підприємств вони також виконують важливі прикладні дослідження та експериментальні роботи. Широко практикують консультування приватних підприємств. В У. зібрані основні сили наукових працівників найвищої кваліфікації. У. стали центрами формування науково - технічних парків. Джерела фінансування У. такі: державний бюджет, приватні підприємства, благодійні фонди, власні кошти.

Університетсько-промислові центри – утворюються при університетах для проведення фундаментальних досліджень. Створюються за рахунок державних коштів, різноманітних інноваційних фондів, ресурсів підприємств і наукового потенціалу університетів. У США організовано близько 100 таких центрів.

Управління інноваційним проектом – процес управління людськими, матеріальними й фінансовими ресурсами інноваційного проекту, який забезпечує досягнення запланованих результатів на основі узгодження інтересів і ефективного координування взаємодії учасників проекту протягом його життєвого циклу.

Управління інноваційними ризиками – це управлінська діяльність, спрямована на ідентифікацію, класифікацію інноваційних ризиків, їх аналіз і оцінку, розробку шляхів захисту від ризику.

Управління інтелектуальною власністю – діяльність, що спрямована на отримання кінцевого результату – прибутку або іншої користі через

створення та використання об'єктів прав інтелектуальної власності у всіх галузях економіки.

Установчий договір (shareholders agreement) – документ, що підписується венчурним інвестором і власниками підприємства до офіційної реєстрації входження інвестора в підприємство.

Учасники інноваційного проекту – суб'єкти ринкових відносин, які беруть участь в його реалізації, узгоджуючи між собою умови та види співпраці і частку кожного в ресурсному забезпеченні проекту та очікуваних економічних результатах від його впровадження протягом життєвого циклу.

Участь/неучасть в управлінні венчурним підприємством – можливі варіанти управління підприємствами, в які інвестовано венчурний капітал: активна (контролююча)/ пасивна участь (hands on / hands off).

Фази технологічного укладу – фаза зародження розпочинається формування нових технологічних сукупностей (вони зумовлені впровадженням базисних інновацій) які радикально відрізняються від традиційного технологічного оточення; фаза росту відбувається інтенсивна дифузія базисних інновацій, формування базисних технологічних сукупностей і їх комплексів; фаза зрілості спостерігається розширене впровадження базисних та поліпшуючих інновацій, хоча і менш інтенсивно ніж у попередній фазі; фаза спаду вичерпується потенціал технологічних сукупностей стосовно економічного росту.

Факторинг – полягає у викупі факторинговою компанією дебіторської заборгованості за товари або послуги. Тобто ця форма кредитування використовується найбільше в торгівельній діяльності.

Фіксований процент винагороди (carried interest) – фіксована частка прибутку як залишок після відрахування експлуатаційних витрат; процент винагороди, що виплачується венчурному фонду після повернення суми первісних інвестицій інвесторам і виплати обумовленого процента на вкладений капітал; доходи, що надходять венчурним керуючим, а не інвесторам.

Фінансування (інвестиції) в акціонерний капітал (equity investment (financing) – прямі інвестиції в акціонерний капітал, придбання частки або пакета акцій в акціонерній компанії.

Фінансування на заключній (кінцевій) стадії (latter round financing) – форма та спосіб фінансування сторонніх осіб за допомогою венчурного капіталу з метою викупу ними підприємства чи бізнесу.

Фірмове найменування – буква, слово, набір букв чи слів.

Фонд (fund) – юридично зареєстроване або незареєстроване об'єднання венчурних інвесторів з метою здійснення спільних інвестицій.

Форма (від лат. forma – форма, вид, спосіб) – просторова побудова виробу як системи матеріальних відношень точок, ліній, граней, кутів, поверхні, фігур, об'ємів, що мають певний розмір.

Формальна експертиза (експертиза за формальними ознаками) – експертиза, у ході якої встановлюється належність зазначеного у заявці об'єкта до переліку об'єктів, які можуть бути визнані винаходами

(корисними моделями), і відповідність заявки та її оформлення встановленим вимогам.

Форми інтеграції науки та виробництва – інтеграція науки та виробництва набирає різних форм: консультування, обмін кадрами, технополіси тощо. Інтеграція вищої школи з промисловістю дала поштовх до формування нового типу вченого, діяльність якого не обмежується роботою викладача та науковою роботою, а переноситься до лабораторії, директорату промислових і фінансових корпорацій, державних закладів. Виникла нова професія спеціалістів, що пов'язують науку з виробництвом – науково-технічні антепренери. Вони забезпечують відбір і ефективно використання нововведень у виробничому процесі, є консультантами з питань освоєння нової техніки.

Форми комерційного трансферу технологій – продаж патентів; продаж ліцензій; продаж „ноу-хау”, лізинг; договори з приводу копірайт; франчайзинг; надання наукомістких послуг.

Формула винаходу – стисла словесна характеристика технічної суті винаходу, яка базується на описі винаходу.

Форфейтинг – є формою кредитування зовнішньої торгівлі, за якою фінансовий агент (форфейтер) придбає комерційні зобов'язання покупця (імпортера) перед кредитором (продавцем, експортером) шляхом купівлі векселя без права регресу, тобто покупець векселя бере на себе весь ризик неплатежу і не може заявити претензії попередньому власнику. Тобто це операція з купівлі боргу. Форфейтинг застосовується при постачанні обладнання на великі суми в зовнішньоекономічних операціях.

Франчайзинг – це використання для збуту товарів торговельної марки (індивідуального символу) їх виробника зі збереженням права власності виробника на технологію їх вироблення, передбачає взаємодію двох сторін: франчайзера (англ. franchisor – власник генеральної ліцензії, організатор справ) – сторони, яка є власником певного нематеріального ресурсу і диктує умови контракту, і франчайзі (англ. franchisee – енергійний бізнесмен) – сторони, яка готова виготовляти продукцію за технологією та умовами, запропонованими франчайзером. Поточна діяльність франчайзі є цілком самостійною, але його підприємство функціонує не як відокремлений об'єкт, а діє як частина єдиного комплексу, об'єднаного франчайзером. Терміном „франшиза” (франц. franchise – вільність, привілей) позначають договір франчайзингу.

Фундаментальні дослідження – це розроблення гіпотез, концепцій, теорій у конкретних сферах наукової діяльності, які є основою для створених нововведень. Фундаментальні дослідження спрямовані на одержання нових наукових знань, виявлення суттєвих закономірностей розвитку природи та суспільства. Їх метою є пізнання об'єктивних законів розвитку Всесвіту. ФД поділяють на теоретичні та пошукові. Поштовхом до їх проведення є виникнення гіпотези, яка потребує підтвердження. Результатом теоретичних досліджень є наукові відкриття законів і закономірностей розвитку світу, обґрунтування нових понять, створення нових теорій.

Функції інновацій – відтворювальна, інвестиційна та стимулююча.

Функції інноваційного менеджменту – прогнозування(передбачення); формування інноваційних цілей; планування; координація; організація; стимулювання (активізація); контроль.

Функції управління інноваційним розвитком на мікрорівні – аналіз зовнішнього середовища і прогнозування його розвитку, аналіз внутрішнього середовища підприємства, виділення і вибір напрямів (а в їх межах – варіантів) інноваційного розвитку ринкових можливостей, вибір цільових ділянок ринку (сегментів чи ніш) для реалізації вибраних варіантів інноваційного розвитку, аналіз і кількісна оцінка ризику, виділення пріоритетних напрямів діяльності, формування організаційної структури управління, планування виробничо-збутової і фінансової діяльності, контроль за виконанням заходів, спрямованих на реалізацію потенціалу інноваційного розвитку, підготовка рішень щодо своєчасної зміни пріоритетів і пошук нових напрямів інноваційної діяльності.

Хеджування – ефективний спосіб зниження ризику несприятливої зміни цінової кон'юнктури за допомогою покупки термінових контрактів (ф'ючерсів і опціонів).

Цивільно-правовий спосіб захисту прав інтелектуальної власності – полягає в розгляді та вирішенні суперечок судом загальної юрисдикції або у вищому господарському суді.

Цикл (грец. – коло) – це сукупність явищ, процесів, робіт, які створюють певну завершеність розвитку протягом певного часового відтинку, наприклад, виробничий цикл – повне коло робіт, виконання яких дає готову продукцію.

Цикли Жюгляра – середньострокові коливання економічної кон'юнктури з періодом у 7–11 років, це чотири фази економічних циклів: пік, спад, дно і підйом у всіх циклах змін кон'юнктури (циклах ділової активності). У межах циклів Жюгляра спостерігаються коливання не просто в рівні завантаження існуючих виробничих потужностей (і, відповідно, в обсязі товарних запасів), але й коливання в обсягах інвестицій в основний капітал.

Цикли Кітчина – короткострокові коливання економічної кон'юнктури з періодом у 3–4 роки. Механізм цих циклів пов'язують із запізненням за часом (тимчасовими лагами) руху інформації, що впливає на прийняття управлінських рішень.

Цикли Кузнеця – коливання економічної кон'юнктури з періодом у 15–20 років, що спричинені процесами розвитку (формування) чи згортання відповідної ринкової інфраструктури.

Цикли М. Кондрат'єва (великі цикли, або довгі хвилі кон'юнктури) – хвилеподібні коливання економічної кон'юнктури тривалістю 40–60 років. В основі кожної хвилі лежать базисні технології. На початку циклу відбуваються поступові нарощування технічного потенціалу базисних нововведень, потім їх бурхлива комерційна експлуатація, після якої настає уповільнення, спад. Кожна хвиля складається з висхідної і спадної частини. Перед початком висхідної хвилі кожного великого циклу (інколи на самому

його початку) спостерігаються значні зміни суспільно-економічного розвитку, зокрема значні зміни техніки і технологій виробництва та обміну (спричинені значними винаходами і відкриттями), умов грошового обігу, посилення ролі окремих країн у світовому економічному просторі. Спадна частина хвилі великого циклу зумовлена тим, що пануючий технологічний уклад дійшов до свого піку і повного вичерпання потенціалу, а новий уклад ще тільки формується.

Циклічність – розглядається як загальна форма руху світового і національних господарств, що виражає нерівномірність функціонування різних їх елементів, зміну еволюційних та біфуркаційних стадій їх розвитку. Ідеться про неперервне коливання ділової активності, злети і падіння ринкової кон'юнктури, чергування екстенсивного та інтенсивного типів економічного зростання. Іншими словами, це рух від одного стану рівноваги до іншого. При цьому необхідно відзначити, що характерною рисою циклічності є рух економіки не по колу, а по спіралі. Епіцентром циклічного руху є криза, у якій поєднуються межа та імпульс зростання економіки. Криза утворює вихідну базу для нових капіталовкладень і нововведень, спонукаючи до оновлення на базі нової техніки, яка здатна не лише відтворити докризовий рівень прибутку, а й забезпечити вищий його рівень.

Цілісність композиції – показник якості, що визначає міру гармонічності поєднання сукупності таких властивостей виробу як об'ємно-просторова структура, її масштабна і пропорційна організованість, тектонічність, пластичність.

Цільовий інвестиційний прибуток – попередньо встановлений розмір чистого прибутку відносно до вкладеного капіталу, який є критерієм оцінювання ефективності інвестицій.

Ціна капіталу – відношення суми платежів за використання фінансових ресурсів до загального обсягу цих ресурсів (виражене у відсотках).

Чинники ризику (risk factors) – небезпека або „вузькі місця” того чи іншого бізнесу, які необхідно брати до уваги перед тим, як буде прийнято рішення щодо спрямування інвестицій у підприємство.

Чиста вартість активів (net assets value) – вартість акцій відкритих фондів, за якою менеджери цих фондів зобов'язуються викупити назад свої акції у вкладників.

Чужі гроші (other people money) – кошти інвесторів, що внесені у фонд, якими розпоряджаються наймані менеджери.

Юридичні нововведення – нові нормативно-правові документи, що визначають та регулюють усі види діяльності підприємств, організацій та фізичних осіб, створюючи відповідні умови для розвитку. Деякі автори відносять юридичні інновації до соціальних.

Юрисдикційна форма захисту прав інтелектуальної власності – передбачає цивільно-правовий, кримінально-правовий та адміністративний захист прав.

Якість інноваційного проекту – сукупність характеристик проектної документації, що визначає її здатність задовольняти встановлені вимоги та її придатність для виробництва продукції.

GAP – аналіз – дає можливість на основі дослідження фактичних і потенційних потоків прибутку від виробництва і реалізації різних видів продукції виділити прогалини ринку („gap” англійською мовою), які можна заповнити новою продукцією.

IT-консалтинг – розроблення рекомендацій щодо впровадження систем автоматизованого проектування та автоматизованих систем управління, інформаційно-пошукових систем тощо.

STP – аналіз – за його допомогою визначають цільові ділянки ринку (сегменти чи ніші), на яких підприємство зможе реалізувати свої порівняльні переваги і нівелювати відносні недоліки (стосовно конкурентів).

SWOT – аналіз – базується на зіставленні ринкових можливостей і загроз (зовнішнє середовище) із сильними і слабкими сторонами діяльності підприємства (внутрішнє середовище).

S-подібна крива – ілюструє межі розвитку і вдосконалення кожної конкретної технології. Успіх залежить від того, де містяться межі; невдача пов’язана з нездатністю їх виявити. S-подібна крива використовується для прогнозування технологічних розривів та прискореної розробки технологій.

Список рекомендованих джерел

1. Акимов А.А. Системологические основы инноватики / А.А. Акимов, Г.С. Гамидов, В.Г. Колосов. – СПб. : Політехніка, 2002. – 596 с.
2. Альгин А.П. Риск и его роль в общественной жизни. – М.: Мысль, 1989. – 189 с.
3. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание. / Пер. с англ. под ред. Петрова А.Н. – СПб.: Питер, 2009. – 344 с.
4. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : [монографія] / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
5. Балабанов И. Т. Краткий курс инновационного менеджмента / И. Т. Балабанов. – СПб., 2000. – 350 с.
6. Бузько І.П. Стратегічне управління інвестиційною та інноваційною діяльністю підприємства. / Бузько І.П., Вартанова О.В., Голубченко Г.О. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2002. – 176 с.
7. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент / Василенко В.О. – К. : ЦУЛ, 2003. – 439 с.
8. Возняк Г.В. Інноваційна діяльність промислових підприємств та способи її фінансування в Україні: монографія / Г.В. Возняк, А.Я. Кузнєцова. – К.: УБС НБУ, 2007. – 183с.
9. Гудзь Е.Е. Контур инновационного развития Украины в условиях кризисных деформаций экономического пространства // Вестник Гом. Гос. Ун-та им. П.О. Сухого. Вып. 2(49). 2012 г. – с. 80 – 85.
10. Гудзь Е.Е. Необходимость и стратегии активизации инновационных процессов в Украине / Е.Е.Гудзь// Вестник Института экономики и антикризисного управления – М.: ИЭАУ, 2014 – № 6 – Режим доступа: <http://www.ieay.ru>
11. Гудзь Е.Е. Стратегии портфельного управления проектами развития предприятия // Социально-экономические векторы в развитии национальных экономик: Болгария, Украина [Текст]: монография / под общ. ред. А.Шубина – Варна: Икономически университет – Варна; Донецк: ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского, 2014. – 596с. С. 336–347.
12. Гудзь Е.Е. Стратегическое управление инновационным развитием предприятия // Управление экономикой: методы, модели, технологии: Тринадцатая Международная научная конференция: сборник научных трудов / Уфимск. гос. авиац. техн. ун.-т. – Уфа: УГАТУ, 2013. – 372 с. – с. 116 – 119 с.
13. Гудзь О.Є. // Управління ефективністю та прибутковістю підприємства// Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Фінанси і кредит. № 2 (35), 2013, с. 12 – 17.
14. Гудзь О.Є. Активізація інноваційної діяльності в Україні на основі кластерного підходу // Україна – Чорногорія: Економічна трансформація та перспективи міжнародної співпраці: збірник тез доповідей учасників III Міжнародної науково-практичної конференції викладачів, аспірантів, студентів, 11-21 травня 2014 р., м. Будва Чорногорія – Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, ТОВ „Цифрова типографія”, 2014. – 301 с. С. 92 – 94.
15. Гудзь О.Є. Орієнтири та гармонізація стратегій інноваційного розвитку підприємства // Менеджмент XXI сторіччя: збірник матеріалів Всеукраїнської наук.-практ. конференції – Вінниця ВНАУ, 2014. – 118 с. С. 94 – 97.
16. Гудзь О.Є. Стратегії ризикозахищеності інноваційної діяльності підприємств // Інноваційний ресурс страхового ринку в сучасних умовах, збірник тез доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції. – За заг. ред.. проф. В.Д. Базилевича. – К.: Логос, 2014. – Вип. X, Том 1. – 368 с. С. 180 – 182.

17. Гудзь О.Є. Фінансові стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства // Фінансовий простір. – 2013. – № 4 (12). – С. 85-94 – [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://fp.cibs.ck.ua>. – с. 26-32.
18. Гудзь О.Є. Формування портфелю стратегій в корпоративному управлінні // Інтеграційна система освіти, науки і виробництва в сучасному інформаційному просторі: матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. 29–30 квітня 2014 р. – Тернопіль: Крок, 2014. – 295 с. С. 165 – 167.
19. Данилишин Б. М. Регулювання розвитку інноваційного потенціалу в економіці : [монографія] / Данилишин Б. М., Корецький М. Х., Дацій О. І. – Ніжин : ТОВ „Видавництво „Аспект-Поліграф”, 2007. – 220 с.
20. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / О. І. Волкова, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. ; під ред. О. І. Волкова, М. П. Денисенко. – К. : ВД Професіонал, 2004. – 960 с.
21. Закон України „Про інноваційну діяльність” від 4 липня 2002 року № 40-ІУ // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2002. – № 36. – С. 266.
22. Закон України „Про наукову і науково-технічну діяльність” від 01.12.1998 р. №284-ХІV [Електронний ресурс].
23. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво в Україні: проблеми становлення і розвитку : [монографія] / В.В. Зянько. – Вінниця : Універсам, 2005. – 262 с.
24. Ильдеменов С.В. Инновационный менеджмент / Ильдеменов С.В., Ильдеменов А.С., Воробьев В.П. – М. : Инфра- М, 2002. – 211 с.
25. Инновационная экономика : монография / [Л. Н. Ивин, В. М. Куклин, А. С. Захарченков и др.] ; под ред. проф. Л. Л. Товажнянского. – Харьков : ЭДЭНА, 2010. – 716 с.
26. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент : підручник / С.М. Ілляшенко. – Суми : ВТД „Університетська книга”, 2010. – 334 с.
27. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком : навчальний посібник / С.М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Університетська книга»; К. : Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. – 324 с.
28. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник / [за ред. В. О. Василенка]. – К. : ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.
29. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К. : Академвидав, 2006. – 463 с. – (Альма-матер). – Бібліогр. : С. 441–447.
30. Краснокутская Н.В. Инновационный менеджмент : [учебное пособие] / Н.В. Краснокутская. – К. : КНЭУ, 2003. – 504 с.
31. Организация и финансирование инноваций: учебное пособие / Быковский В. В., Минько Л. В., Коробова О. В. и др. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 116 с.
32. Організація та управління інноваційною діяльністю: підручник / за ред. проф. П. Г.Перерви, проф. С. М.Меховича, проф. М. І. Погорелова– Х. : НТУ "ХП", 2008. – 1025 с.
33. Портер М. Конкурентная стратегия анализа отраслей и конкурентов / М. Портер/ : пер. с. англ. 2007 г. – 453 с.
34. Провайдинг інновацій : підручник / М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.; за заг. ред. проф. М.П. Денисенка. – К. : „Видавничий дім „Професіонал”, 2008. – 448 с.
35. Федулова Л. І. Інноваційна економіка: Підручник / Л. І. Федулова. – К.: Либідь, 2006. – 480 с.
36. Харів П. С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів / П. С. Харів. – Тернопіль : Економічна думка, 2003. – 326 с.
37. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер. – М. : Издательство „Прогресс”, 1982. – 454 с.

Навчальне видання

Гудзь Олена Євгенівна

Гудзь О.Є. Інноватика: понятійно-термінологічний словник. – , 2017.
– 70 с.

Рекомендовано до друку Вченою радою ННІ Менеджменту та підприємництва Державного університету телекомунікацій (протокол № 11 від 6 листопада 2017 р.)

Рецензенти:

Малік М.Й. доктор економічних наук, професор;

Стецюк П.А. доктор економічних наук, професор.

Укладач: доктор економічних наук, професор О.Є. Гудзь.

УДК 334.722.8

Гудзь О.Є., 2017

Київ – 2017

