

*М.К. СУКАЧ, І.В. НІКОЛЕНКО, Г.О. ОБОРСЬКИЙ,
С.І. ФЕДОРКІН, М.В. ЛЮБОМИРСЬКИЙ,
І.В. ПРОКОПОВИЧ, П.А. ШВАГИРЕВ*

МАРКЕТИНГ ТЕХНІЧНИХ ІННОВАЦІЙ

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки, молоді та спорту
України як навчальний посібник для студентів
вищих навчальних закладів*



Київ
Видавництво Ліра-К
2016

УДК 658.8 : 330.341.1(075.8)

ББК 65.291.551-21я73

М 26

*Гриф надано Міністерством освіти і науки молоді та спорту України
(Лист № 1/11-18434 від 29.11.2012 р.)*

Рецензенти:

М.М. Зайченко, д-р техн. наук, проф. (Донбаська національна академія будівництва і архітектури);

А.І. Ковальов, д-р техн. наук, проф. (Одеський національний економічний університет)

С.В. Філіпова, д-р екон. наук, проф. (Одеський національний політехнічний університет)

Маркетинг технічних інновацій: навч. посіб. / М.К. Сукач, І.В. Ніколенко, М26 Г.О. Оборський та ін.; за ред. д.т.н., проф. М.К. Сукача. — К.: Видавництво Ліра-К, 2016. — 414 с.

ISBN 978-966-2609-07-3

Викладено джерела, сутність та структуру інноваційного процесу. Розглянуто питання інформаційного забезпечення інновацій, захисту і ліцензування об'єктів інтелектуальної власності, основні засади трансферу технологій. Наведено концепцію та принципи маркетингової діяльності в інноваційному середовищі. Зазначено основні функції та завдання маркетингу інновацій у науковій і виробничій сферах. В посібнику наведено методи і прийоми інноваційного менеджменту та управління ризиками. Приділено увагу забезпеченню якості інновацій, відбору і експертизі інноваційних проєктів та оцінці їх ефективності.

Призначений для студентів і магістрантів будівельних та загальноінженерних напрямів з дисципліни «Маркетинг технічних інновацій». Може бути корисним для спеціалістів, які займаються питаннями інформаційного забезпечення інновацій у виробництві, маркетингом та менеджментом інноваційних проєктів.

УДК 658.8 : 330.341.1(075.8)

ББК 65.291.551-21я73

ISBN 978-966-2609-07-3

© Сукач М.К., Ніколенко І.В., Оборський Г.О., Федоркін С.І., Любомирський М.В., Прокопович І.В., Швагірев П.А., 2013

© Видавництво Ліра-К, 2013

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ | 3 |
| ВСТУП | 7 |
| Розділ 1. ПОНЯТТЯ ІННОВАЦІЙ | |
| 1.1. Терміни та визначення | 12 |
| 1.2. Джерела інновацій | 16 |
| 1.3. Маркетинг інновацій..... | 20 |
| 1.4. Мета та завдання дисципліни..... | 22 |
| <i>Контрольні запитання</i> | 23 |
| Розділ 2. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС І ЙОГО СТРУКТУРА | |
| 2.1. Класифікація, принципи та функції інновацій..... | 24 |
| 2.2. Інноваційний процес і його структура | 31 |
| 2.3. Життєвий цикл інновацій | 38 |
| <i>Контрольні запитання</i> | 44 |
| Розділ 3. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ | |
| 3.1. Основні поняття і види інтелектуальної власності | 45 |
| 3.2. Авторське право у галузі культури та інформації | 54 |
| 3.3. Відкриття і винахід | 56 |
| 3.4. Корисні моделі та промислові зразки..... | 62 |
| 3.5. Знаки для товарів і послуг та географічні зазначення | 63 |
| 3.6. Топографії інтегральних мікросхем | 66 |
| 3.7. Захист прав інтелектуальної власності | 67 |
| 3.8. Ліцензування інтелектуальної і господарської діяльності ... | 72 |
| 3.9. Трансфер технологій..... | 80 |
| <i>Контрольні запитання</i> | 82 |
| Розділ 4. ПІДГОТОВКА ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ | |
| 4.1. Пошук і вибір інноваційної ідеї | 83 |
| 4.2. Класифікація інноваційних проектів | 89 |
| 4.3. Життєвий цикл інноваційного проекту..... | 92 |
| 4.4. Вибір інноваційної стратегії..... | 99 |

| | |
|---|------------|
| 4.5. Структура і зміст інноваційного проекту..... | 111 |
| <i>Контрольні запитання.....</i> | <i>116</i> |

Розділ 5. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ МАРКЕТИНГУ

| | |
|--|------------|
| 5.1. Суть, мета і поняття маркетингу | 117 |
| 5.2. Стани попиту і завдання маркетингу..... | 123 |
| 5.3. Принципи, види та типи маркетингу | 125 |
| 5.4. Концепції управління маркетингом | 129 |
| <i>Контрольні запитання.....</i> | <i>137</i> |

Розділ 6. СИСТЕМА ТА ХАРАКТЕРИСТИКИ МАРКЕТИНГУ

| | |
|--|------------|
| 6.1. Основні елементи та види маркетингу | 138 |
| 6.2. Принципи і функції маркетингу | 150 |
| 6.3. Організаційні структури служби маркетингу | 162 |
| <i>Контрольні запитання.....</i> | <i>171</i> |

Розділ 7. МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ

| | |
|--|------------|
| 7.1. Інновації як чинник конкуренції..... | 172 |
| 7.2. Особливості маркетингу інновацій..... | 180 |
| 7.3. Цілі, функції, завдання маркетингу інновацій..... | 192 |
| 7.4. Аналіз ризиків в маркетингу інновацій | 207 |
| <i>Контрольні запитання.....</i> | <i>212</i> |

Розділ 8. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ІННОВАЦІЙ

| | |
|---|------------|
| 8.1. Фактори мікросередовища підприємства..... | 214 |
| 8.2. Фактори макросередовища підприємства | 223 |
| 8.3. Сегментація в маркетингу інновацій | 228 |
| 8.4. Позicionування інноваційної продукції..... | 245 |
| <i>Контрольні запитання.....</i> | <i>250</i> |

Розділ 9. ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

| | |
|--|-----|
| 9.1. Поняття інноваційного менеджменту | 251 |
| 9.2. Розвиток концепцій інноваційного менеджменту..... | 256 |
| 9.3. Цілі, завдання, функції інноваційного менеджменту | 260 |

| | |
|---|------------|
| 9.4. Методи інноваційного менеджменту..... | 279 |
| 9.5. Прийоми інноваційного менеджменту..... | 288 |
| 9.6. Керування ризиками | 302 |
| <i>Контрольні запитання.....</i> | <i>304</i> |

Розділ 10. КЕРУВАННЯ ЯКІСТЮ ІННОВАЦІЙ

| | |
|--------------------------------------|------------|
| 10.1. Поняття якості | 305 |
| 10.2. Оцінка рівня якості..... | 323 |
| 10.3. Системи керування якістю | 328 |
| 10.4. Методи керування якістю..... | 339 |
| <i>Контрольні запитання.....</i> | <i>345</i> |

Розділ 11. ВІДБІР ТА ЕКСПЕРТИЗА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙ

| | |
|---|------------|
| 11.1. Оцінка та відбір інноваційних проектів..... | 346 |
| 11.2. Експертиза інноваційних проектів | 356 |
| 11.3. Ефективність інноваційних проектів..... | 366 |
| 11.4. Ефективність інноваційної діяльності..... | 378 |
| <i>Контрольні запитання.....</i> | <i>400</i> |

| | |
|---|-----|
| <i>ГЛОСАРІЙ</i> (термінологічний словник)..... | 401 |
| <i>ЛІТЕРАТУРА</i> | 408 |