

індивідуальний і залежить від позиції підприємства на ринку, динаміки його розвитку та потенціалу, поведінки конкурентів, характеристик виготовленої продукції (надання послуг), стану економіки, підприємницького середовища та багатьох інших чинників. Інструменти антикризового управління повинні використовуватись в комплексі і спрямовуватися на запобігання чи усунення тимчасових труднощів, збереження і примноження ринкових позицій суб'єкта господарювання шляхом використання всього потенціалу сучасного менеджменту.

### Список використаних джерел

1. Шершньова З. Є., Багацький В. М., Гетманцева Н. Д. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. / за заг. ред. З. Є. Шершньової. К.: КНЕУ, 2007. 680 с.
2. Мельник Ю.М. Маркетингові інструменти антикризового управління підприємством. Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія. Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. С. 505-516.
3. Ченаш В. С. Економічні основи процесу реструктуризації підприємств. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 5 (10). С. 55-61.
4. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Контролінг підприємницької діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 16. С. 381–384.

**Ткачов М.М.,**

*канд. екон. наук, доцент кафедри права*

**Видря Є.В.,**

*студентка*

**Перерва П.Г.,**

*доктор екон. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна*

### ТЕНДЕНЦІ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ІННОВАЦІЙ

Найважливішими тенденціями, які визначають перспективи будь-якої економіки, стали гуманітарні фактори - гуманітарна складова економічної моделі. У світі відбувається не просто поступовий еволюційний перехід до нового економічного укладу, а глобальна неекономічна революція, зумовлена технологічними, фінансовими та екологічними змінами, переходом на новітні ринковоємні, високопродуктивні та гнучкі види виробництва, що свідчить про домінування у світі гуманітарної економіки. Визначальними векторами зростання гуманітарної економіки стали високоінтелектуальні галузі і новітні типи виробництва, що базуються на інтелекті як основному виробничому

ресурсі новітнього технологічного укладу. Наприклад, уже зараз такі країни, як Норвегія, Канада, Німеччина, Ірландія та Австрія переорієнтували свою економіку на створення і використання сучасних знань, що більш ніж на 50 % забезпечує зростання національного багатства [1-14].

Важливе місце у системі управління інноваційним розвитком підприємства посідає концепція життєвого циклу інновацій. Вона основана на тому, що усі економічні процеси, в тому числі процеси створення і використання інновацій, тривають у певному часовому просторі і мають циклічний характер. Цикл (грецьк. - коло) означає сукупність взаємозалежних явищ, процесів, робіт, що утворюють закінчене коло розвитку в плинні якогось або проміжку часу. Дослідження циклічності інноваційних перетворень на всіх рівнях (світова економіка, національна економіка, виробничо-комерційна діяльність промислових підприємств і т.п.) дозволяє виявити певні закономірності в інноваційній діяльності, зробити певні узагальнення та висновки, які надають підприємству відповідні інструменти для покращення своєї діяльності.

Життєвий цикл інновацій являє собою певний період часу, в плинні якого інновація має активну життєву чинність і приносить продуценту (або продавцеві) прибуток або іншу реальну вигоду. Це період, коли інновація зароджується (тобто створюється як завершений продукт з інноваційними властивостями), існує як ринковий товар, що дає прибуток його виробнику та задовольняє потреби споживачів, і нарешті назавжди залишає ринкове середовище щоб поступитися своїм місцем новим видам інноваційної продукції.

Отже, продовження життєвого циклу інновації є важливою умовою підвищення комерційної віддачі від неї. Однак цей процес має відбуватися спонтанно, на основі економічної вигоди, яку отримують суб'єкти підприємництва від інновації. Ніякі примусові заходи не спонукатимуть підприємців до впровадження нових технологій, якщо їх використання не забезпечить зростання прибутку. Продовження життєвого циклу інновацій має стосуватися лише тих стадій, які передбачають її промислове використання (чи споживання). Термін упровадження новації необхідно скорочувати, оскільки темпи науково-технічного прогресу надзвичайно високі і на зміну одній новинці швидко приходить інша.

### **Список використаних джерел**

1. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.

2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс програма промислового підприємства. Харків-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. 689 с.

3. Перерва П.Г. Комплаєнс-програма промислового підприємства: сутність и задачі / П.Г.Перерва // *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»* : зб. наук.

*пр.- Сер. : Економічні науки. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. № 24 (1246). С. 153-158.*

4. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г., КОБЕЛЄВА Т.О. Банкрутство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків: НТУ «ХПІ», 2015. № 59 (1168). С. 148-152.

5. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116-120.

6. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). Харьков: Фактор, 2009. 480 с.

7. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. Учебное пособие К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.

8. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие. Харьков : «Основа», 1993. 288с.

9. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989. 176с.

10. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.

11. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T.O. Kobielieva // Дослідження та оптимізація економ. процесів «Оптимум-2017» : тр. 13-ї Міжнар. конф. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. С. 140-143.

12. Управління персоналом та економіка праці: навч. посібник / П.Г.Перерва [та ін.] ; ред. М. І. Погорелов [та ін.]; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків: НТУ «ХПІ», 2015. 521 с.

13. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.

14. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов [и др.]. Харьков: Фактор, 2007. 640 с.

**Ткачова Н.П.,**

*канд. екон. наук, доцент кафедри економіки і маркетингу*

**Кобелєва Т.О.,**

*доктор екон. наук, доцент кафедри менеджменту*

**Перерва П.Г.,**

*д-р. екон. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин*

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна*

## **СИСТЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ ІННОВАЦІЙ**

Основою класифікації інновацій може бути критерій принесеної суспільству користі. Відповідно до цього виділяються інновації, які приводять до скорочення витрат; до поліпшення якості виробів; сприяють збільшенню кількості вироблених продуктів; зберігають людську працю; сприяють охороні навколишнього середовища