

УДК 338.21 (075.8)

Скібіцька Л. І.

Національний авіаційний університет

## ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В ПІДПРИЄМСТВІ НА СТАДІЇ КРИЗИ

Стаття присвячена актуальному питанню опрацювання методів інноваційно-інвестиційного управління підприємством на різних етапах життєвого циклу, а особливо на етапі кризи.

Розглянуті актуальні проблеми інвестицій у людський капітал, у підвищення професійного рівня й розвиток персоналу як найбільш ефективних інвестицій, які приносять найвищі дивіденди

**Ключові слова:** криза, життєвий цикл підприємства; життєві цикли товару, попиту, технології; стадії життєвого циклу, «паразитична зрілість», інвестування, інновація.

**Постановка проблеми.** Проблема виживання підприємств у швидкозмінному оточуючому середовищі є дуже гострою в усіх розвинутих країнах. Важливою є вона і в Україні на сучасному етапі формування ринкових економічних відносин. Підприємство, як і будь-яка система іншого походження та призначення, незалежно від форми власності, галузі та масштабів діяльності, підпорядковується циклічним законам життєдіяльності і закономірно не уникає криз. Можливість модифікуватись, переходити на вищі стадії розвитку або ж, навпаки, потрапляти у кризові становища, потребує від підприємства зміни цілей, стратегій та способів їх реалізації. Вивчення та врахування теоретичних, практичних процесів циклічності розвитку підприємств дозволить зацікавленим особам передбачати їх стан у майбутньому, керівникам приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Отже, наразі важливим та актуальним постає завдання розроблення систем оцінки та управління життєвим циклом розвитку підприємства, методів управління підприємством на різних етапах життєвого циклу, окреслення проблем інвестування інновацій в підприємстві на стадії кризи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми інвестування інновацій в підприємстві, в т. ч. на стадії кризи досліджували І. О. Бланк, О. М. Скібіцький, Л. О. Лігоненко, С. В. Корягіна, О. А. Сметанюк, А. Н. Алімов, Н. П. Гончарова, М. Г. Дражан, Д. М. Черваньов, Ю. В. Дайновський тощо.

Слід зазначити, що перелік фінансово-економічних показників та віднесення їх до певної групи є достатньо різноманітним та дискусійним.

Так, різні автори по-різному підходять до групування і визначення переліків показників для оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства в антикризовому менеджменті [7]. Більш того, в різних дослідженнях пропонуються різні назви одного показника (за однакового алгоритму) та різні алгоритми розрахунку (за однакової назви) [4-6, 13].

С. Ф. Покропивний для оцінки бізнесово-фінансової діяльності підприємства використовує наступні групи показників: прибутковості; ліквідності та платоспроможності; стійкості (стабільності); показники стану акціонерного капіталу.

А. Уткін фінансові коефіцієнти групує наступним чином: показники ліквідності; ділової активності; рентабельності; платоспроможності або структури капіталу; ринкової активності.

Г. Н. Горіцька класифікує показники, що характеризують діяльність підприємства, трьома основними групами: показники ефективності виробничої діяльності; показники ліквідності; показники фінансової стійкості.

С. Довбня та Ю. Шембель для проведення фінансового аналізу на різних стадіях життєвого циклу підприємства (ЖЦП) використовують наступні групи показників: показники ліквідності; фінансової незалежності; оборотності; прибутковості продаж; прибутковості капіталу. Заслугує на увагу думка авторів про те, що на різних етапах життєвого циклу підприємства змінюється значимість, а також характер поведінки показників різних груп. Запропонований дослідниками підхід, дозволяє зосереджувати увагу керівників і фінансових аналітиків на тих показниках, аналіз яких найбільш важливий на конкретному етапі для виживання й розвитку підприємства.

А. Д. Шермет поділяє показники для рейтингової оцінки підприємств на чотири групи: показники оцінки прибутковості господарської діяльності, ефективності управління, ділової активності, ліквідності і фінансової стійкості.

Л. О. Лігоненко вважає, що життєздатність підприємства, як мікроекономічної системи та господарюючого суб'єкта ринкових відносин, обумовлюється дотриманням певних «параметрів життєздатності», під якими розуміються найважливіші характеристики внутрішнього стану підприємства [13].

**Метою статті** є визначення стадій життєвого циклу конкретного підприємства та пов'язаними з ними стадіями зародження, наростання та вирішення криз, окреслення проблем інвестування інновацій в підприємстві на стадії кризи і особливо актуальність проблеми інвестицій у людський капітал, у підвищення професійного рівня й розвиток персоналу, як найбільш ефективних інвестицій, які приносять найвищі дивіденди

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У період планового господарювання склалася думка, що підприємство – це довічно існуючий об'єкт, фундамент економіки країни, який ритмічно і не зупиняючись виготовляє потрібні споживачам продукти. Проте багато радянських підприємств згодом перестали функціонувати. Це відбувалося в наслідок хибної думки, що підприємство вічне, незмінне і не зазнає впливу ринкової кон'юнктури. Окремі підприємства, створені за часів планової економіки, після тривалого занепаду відновили свою діяльність, проте, як правило, вже на новій основі, з новим складом власників і керівників, часто з принципово новою продукцією, технологією, тощо.

Так, саме розвиток новітніх технологій, поява принципово нових товарів і ринків, різкі коливання ринкового попиту й кон'юнктури, зміни в державному регулюванні економіки визначають складність задачі розвитку сучасного підприємства. Разом із тим, умови ринкової економіки характеризуються високим ступенем нестабільності

та невизначеності зовнішнього середовища господарювання, збільшенням впливу його чинників на економіку й управління підприємством.

Наразі можна констатувати, що:

1. Криза, переживана економіками пострадянських держав, проявляється не тільки в падінні виробництва, але й у деградації накопиченого економічного й науково-технічного потенціалу. Економічна криза торкнулася й високотехнологічних, наукомістких й соціально-орієнтованих галузей, в яких були зайняті найбільш висококваліфіковані кадри. Кризовий стан окремих підприємств у ринкових умовах викликаний головною причиною цього явища – грубими прорахунками керівників, низьким рівнем менеджменту. В цьому зв'язку дуже важливо визначити концепцію антикризового управління як економікою країни, галуззю, регіоном, так і конкретного підприємства [18].

2. Стратегічне антикризове управління повинне починатися не з аналізу балансу підприємства й здійснення надзвичайних заходів по запобіганню неплатоспроможності (банкрутства) і санації, а з моменту вибору місії підприємства, створення концепції й встановлення цілей його діяльності, формування й підтримки на достатньому рівні стратегічного потенціалу. Основним профілактичним антикризовим заходом, на нашу думку, отут є апріорне інвестування інновацій [17].

3. Інноваційна політика – це процес пошуку ідеї й створення нового товару з урахуванням потреб споживачів, вихід нового товару на ринок, спостереження за його поведінкою на ринку на різних етапах його життєвого циклу.

4. Інноваційний процес нерозривно пов'язаний з інвестуванням. Інвестиції являють собою вкладення капіталу з метою подальшого його збільшення. Джерелом приросту капіталу й рушійним мотивом здійснення інвестицій є отримана від них прибуток. Ці два процеси – вкладення капіталу й одержання прибутку – можуть відбуватися в різній часовій послідовності [16].

5. Інноваційно-інвестиційна діяльність перебуває в динамічній єдності й боротьбі протилежностей із процесом виробничої діяльності підприємства. Нововведення можуть натрапити на прихований опір певної частини працівників (луддизм).

Наслідки кризи можна згладити, якщо вчасно переорієнтувати напрямок діяльності підприємства. Це означає необхідність виділення фінансових засобів з прибутку, отриманого від успішної сфери діяльності у період стабільного розвитку підприємства, на інвестування інновацій в технології виробництва, управління підприємством та просування конкурентоздатної продукції на ринках. Такі кошти слід використовувати на маркетингові дослідження і перепрофілювання фірми у майбутньому. При цьому, стадія розвитку нового виробництва повинна співпадати в часі зі стадією появи тенденції спаду в результатах основної діяльності. В такому випадку стрибок у розвитку підприємства стає згладженим, оскільки вплив негативної тенденції на життєдіяльність підприємства буде послаблено накладанням позитивної тенденції у розвитку нового виду діяльності. Таким чином, життєвий цикл підприємства можна продовжити [14, 15].

Як відомо, джерелом приросту капіталу та рушійним мотивом здійснення інвестицій є отриманий від них прибуток. Проте, ці два процеси – вкладення капіталу та одержання прибутку – можуть відбуватися в різній часовій послідовності.

Щодо напряму діяльності підприємства, то він повинен бути стабільним протягом тривалого часу, оскільки все стратегічне планування орієнтується на довготермінову перспективу. Проте, наразі в світі переважає тенденція диверсифікації, з якою пов'язують розширення товарної номенклатури, створення нової продукції для нових ринків [5]. Диверсифікація дає переваги в конкурентній боротьбі, оскільки підвищує можливість маневрування ресурсами в умовах зміни кон'юнктури, забезпечує стійку частку ринку, знижує ризик інноваційної й інвестиційної діяльності, підвищує ефективність використання науково-дослідних робіт, дозволяє підприємству створювати виробництва в інших галузях. Диверсифікація діяльності може дати фірмі можливість не лише вижити у кризі, але і покращити свою діяльність. В усіх випадках мета диверсифікації – досягнення максимального прибутку, розширення ринків збуту, поповнення асортименту товарів і, таким чином, продовження життєвого циклу фірми [20].

Матеріально-технічний фактор відіграє неабияку роль у життєдіяльності підприємства. Слабке матеріально-технічне забезпечення з високим рівнем морального і фізичного зносу основних фондів, відсутність засобів на їх відновлення, технологічна відсталість, дефіцит оборотних засобів приводять до швидкого занепаду підприємств. Прикладом може бути масове банкрутство підприємств в період початку становлення ринкових відносин на Україні, яким застарілі основні фонди дісталась в спадщину від соціалістичного господарства і які не зуміли швидко пристосуватись до нових умов конкурентного середовища [7].

Рівень якості продукції є складовою конкурентоспроможності товару. Спільними для них є те, що вони визначаються через сукупність властивостей товару і являють собою динамічні характеристики, які змінюються з розвитком суспільних потреб і технічного прогресу. Жорсткі умови конкуренції змушують підприємство постійно контролювати становище своїх товарів на ринку. Чим сильнішим є прагнення виробників до наділення продукції додатковою вартістю, кращими характеристиками, споживчою привабливістю, тим активніше є конкурентне змагання, що сприяє розвитку підприємства.

Важливе значення для ЖЦП має також життєвий цикл його товару [8]. Тому в щільному зв'язку із фазами життєвого циклу товару повинна здійснюватись реалізація заходів щодо вдосконалення продукції, яка виробляється (наприклад, своєчасно зняти виріб з виробництва, модернізувати його, чи перевести на новий/інший сектор ринку). Поєднуючи виробництво товарів у різних стадіях їхнього життєвого циклу, фірма досягає стабільності і знаходиться в стадії зрілості. Фірма може продавати один товар на різних ринках, таким чином, що товар буде знаходитися в різних стадіях життєвого циклу на окремих з цих ринків. Можливий інший варіант, коли фірма продає різні товари, один з яких знаходиться в стадії впровадження, інший в стадії зрілості, підтримуючи при цьому необхідний обсяг продажу продукції в одному районі збуту. Крім цього виробники вимушені постійно оновлювати асортимент, оскільки новинки стимулюють постійний інтерес покупця до продукції, що сприятиме стабільному існуванню підприємства [9-12].

Якщо продукція підприємства потребує у процесі користування нею сервісного обслуговування, то підприємство-виробник повинно передбачити

це і впровадити на ринку збуту свого товару необхідні послуги. Прикладом в даному випадку може бути створення станцій обслуговування певної торгової марки автомобілів іноземного виробництва. В разі відсутності таких послуг споживачі надають перевагу купівлі автомобілів з відомим та наявним для них у їх місцевості сервісним обслуговуванням.

Ціну на товар підприємства як фактор, що впливає на життєдіяльність фірми, можна розглядати з різних сторін. Передусім, ціна на товар підприємства повинна покривати всі витрати на його створення, в протилежному випадку підприємство піддає себе ризику банкрутства. Крім цього підприємство повинно реалізувати товар за такою ціною, щоб отримувати певні прибутки, необхідні для його подальшого розвитку. Не менше значення має і цінова стратегія по відношенню до конкурентів. Якщо підприємство відчуває суттєву конкурентну перевагу, воно може встановлювати високу ціну, отримуючи надприбутки, що сприятимуть його швидкому росту. Проте якщо фірма займає слабку конкурентну позицію, то ціна на товар повинна бути мінімальна, щоб хоча б вижити на ринку.

Наявність збутової мережі та вдалого місця продажу в окремих випадках стає визначальним фактором у життєдіяльності підприємств. У даному випадку слід звернути увагу на щільність розташування цільового контингенту. Велике значення у житті підприємства відіграє просування. Вдала реклама може різко збільшити обсяги продажу, і, навпаки, невдала реклама приводить в окремих випадках до припинення діяльності підприємства. Велике значення для підприємства має також його історія та набутий імідж. Однією з типових проблем з якою стикаються господарюючі суб'єкти є небажання фінансових компаній і організацій позичати кошти новому підприємству, яке ще не має історії кредитування та відповідної репутації. Проблеми можуть також виникнути у наданні підприємству товарних кредитів постачальниками. Певну упередженість до товарів невідомих виробників мають і споживачі. Підприємству також важливо не зіпсувати вже набутої репутації чи іміджу. Скажімо, якщо підприємство не вчасно погашає заборгованість, то воно може надовго отримати репутацію ненадійного партнера.

Враховання впливу факторів маркетингового середовища та адекватна на них реакція сприятиме підвищенню рентабельності та стабільності роботи підприємства, обґрунтованому формуванню його життєвого циклу [9].

Проведення якісного аналізу факторів, що впливають на ЖЦП повинно бути складовою значення стадії життєвого циклу, на якому знаходиться підприємство, а також планування його подальшого розвитку.

Інвестування інновацій направлене на забезпечення життєдіяльності підприємства. Основними параметрами його життєздатності є:

- наявність чистих активів (різниця між ринковою вартістю наявних активів та обсягами зобов'язань), що характеризується показниками фінансової стійкості;
- наявність активів для забезпечення виконання зобов'язань щодо повернення позикового капіталу та забезпечення необхідного рівня ліквідності активів, які фінансуються за рахунок позикових коштів, що характеризується показниками ліквідності;

- забезпечення фінансової рівноваги, тобто здатності до генерування грошових надходжень в обсягах та у терміни, достатні для фінансування грошових витрат, пов'язаних з операційною, інвестиційною діяльністю підприємства, що характеризується показниками платоспроможності;

- забезпечення беззбиткової діяльності або досягнення цільових показників господарсько-фінансової діяльності відповідно до поставлених стратегічних цілей підприємства, що характеризується показниками рентабельності та прибутковості [19].

Вірогідно, що впровадження інновацій має носити випереджаючий, профілактичний характер. Зрозуміло, що здійснення таких запобіжних заходів має здійснюватися до настання кризи.

Опрацювання і втілення інновацій, зазвичай вимагають певного інвестування. Інвестиції являють собою вкладення капіталу з метою подальшого його збільшення. При цьому приріст капіталу повинен бути достатнім, щоб компенсувати інвестору відмову від використання наявних коштів на споживання в поточному періоді, винагородити його за ризик, компенсувати втрати від інфляції в наступному періоді.

Отже, між інвестиціями і інноваціями існує щільний нерозривний зв'язок, оскільки останні вимагають фінансування, вкладення коштів:

- у нові вироби, їх розробку (проектування), в технології їх виробництва;
- у вдосконалення кваліфікації персоналу;
- у вдосконалення системи управління (в т.ч. комп'ютеризації);
- у вдосконалення системи маркетингу (дослідження ринку, реклама і просування товарів, логістика).

Це особливо нагально у період криз, як невід'ємної складової життєвого циклу підприємств і економік, адже, конкурентні переваги не є вічними, вони завойовуються та утримуються тільки за умов ефективної інноваційної політики і належної організації інноваційної діяльності на підприємстві [16].

Таким чином, економічна діяльність окремих суб'єктів господарювання значною мірою характеризується обсягом і формами здійснення інвестицій. Від уміння інвестувати залежать розквіт чи занепад власного виробництва, можливості вирішення соціальних та економічних проблем підприємства, виживання у кризі.

Інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, який одержав втілення у вигляді нового або удосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, який використовується в практичній діяльності чи в новому підході до соціальних послуг.

Інновації містять у собі не тільки технічні і технологічні розробки, але й всі зміни, що сприяють поліпшенню діяльності фірми (нові товари, послуги, нові сприятливі умови для клієнтів, включаючи ціни тощо). Нововведення повинні упроваджуватися в міру потреби ринку, але підприємець зобов'язаний передбачати їх необхідність і доцільність для забезпечення конкурентоздатності й ризикозахищеності свого підприємства для запобігання кризовим явищам і банкрутству.

Між окремими видами інноваційної діяльності також існує відносно щільний взаємозв'язок. Технічні новинки зумовлюють передусім відповідні організаційні нововведення, а останні потребують, як правило, певних змін в економічному механізмі діяльності підприємства.

Таким чином, попит на інновації виникає внаслідок змін, що відбуваються у середовищі господарювання. Ринкова динаміка, особливо кризові тенденції у світовій та вітчизняній економіках, починаючи з 2008 року, вимагають від підприємств щоденної копіткої роботи, спрямованої на вдосконалення своєї діяльності: перехід на принципово нові, екологічно чисті, мало- та безвідходні технології; конструювання, технічну підготовку та освоєння випуску нових видів продукції; знаходження нових способів використання існуючих ресурсів. Це, в першу чергу, стосується зниження матеріалоемності та енергоємності виробництв, мікрмініатюризації виробів, застосування нових композитних матеріалів із заздалегідь заданими властивостями, екологічна безпека виробів для споживачів і виробництва для довкілля.

Одним з найважливіших внутрішніх факторів життєдіяльності підприємства є ефективність менеджменту, кадрове забезпечення, зокрема рівень організаційно-економічних знань засновників і керівників та рівень професійної підготовки персоналу. Чим вищий освітній і професійний рівень управлінських, інженерних, робочих кадрів, тим більше гарантій, що буде виготовлятися якісна, потрібна на ринку продукція, на яку буде збут у запланованому обсязі. При одноосібному володінні й управлінні підприємством, його діяльність і, відповідно, тривалість життєвого циклу, щільно пов'язана з роботою конкретної людини. Строк існування індивідуального підприємства обмежений тривалістю життя приватного власника, який заснував його [17].

#### Висновки.

1. Інвестиційно-інноваційна політика є частиною загальної політики підприємства, яка регламентує взаємодію науково-технічної, маркетингової, виробничої та економічної діяльності в процесі реалізації нововведень. Завершальною ланкою і результатом інноваційного процесу є створення певного конкурентоспроможного продукту [6]. Проте, конкурентоспроможність залежить від ступеня новизни ідеї, взятої за основу нового продукту чи технології. В результаті вивчення теоретичних аспектів проблеми, було виявлено, що конкурентоспроможність підприємства на стадії загострення економічної кризи підприємства, галузі, держави, світової економіки в цілому, є особливо важливим показником, оскільки її під-

вищення забезпечує найбільш високу купівельну спроможність виробів/послуг.

2. Оскільки антикризова інвестиційна діяльність підприємства спрямована на власне створення і залучення із зовнішнього середовища таких інновацій, які б сприяли підвищенню його конкурентоспроможності, зміцненню ринкових позицій, забезпечували б перспективу розвитку, подолання криз, остільки, прямуючи до гнучкого використання своїх внутрішніх можливостей підприємство повинно забезпечувати собі технічну та економічну ефективність.

3. Конкурентні переваги не є вічними, вони завойовуються й зберігаються тільки при умовах ефективної інноваційної політики й належної організації інноваційної діяльності на підприємстві, які покликані не допустити банкрутства підприємств і зменшити негативні наслідки кризових тенденцій.

4. Дослідження (моніторинг і аналіз) інновацій, який здійснюється як у сфері інноваційних продуктів, створених суб'єктами інноваційної діяльності, так і в сфері підприємницької діяльності, дасть змогу правильно оцінити тенденції розвитку попиту і пропозиції, кон'юнктури ринку і сформулювати оптимальну науково-обґрунтовану інноваційну політику конкретних підприємств щодо реалізації інноваційних програм і проектів.

5. Аналіз існуючих методик показав, що немає єдиного підходу до визначення стадій ЖЦП та кризи, як одного з можливих його етапів.

**Перспективи подальших розробок у даному напрямку.** Подальше дослідження та вивчення процесів циклічного розвитку вітчизняних та зарубіжних підприємств дадуть можливість більш повно розкрити сутність життєвого циклу розвитку підприємства (ЖЦП) та його стадій. Особливо гостро питання стосується передкризової, кризової та посткризової стадій для конкретного підприємства, особливо в умовах глобальної (світової) фінансово-економічної кризи 2008-2012 рр.

Наразі необхідне наукове обґрунтування способів діагностики, розпізнавання та визначення положення підприємства на кривій його життєвого циклу.

Перспективним напрямком наукових досліджень вбачається визначення адаптованості деяких існуючих моделей та методик інвестування інновацій до використання в сучасних умовах господарювання українських підприємств, як профілактичного антикризового заходу.

#### Список літератури:

1. Про банкрутство: Закон України від 14 травня 1992 року // Закон України, том 3. – К. : Інст. законодавства Верховної Ради України. – 1996. – С. 236.
2. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18 вересня 1991 року // Закон України, том 2. – К. : Інст. зак-ва Верховної Ради України. – 1996. – С. 173.
3. Наказ Міністерства економіки «Про затвердження методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства» від 19.01.2006р. №14 (Зі змінами внесеними згідно з наказом Міністерства економіки №18 від 06.03.2006 р.).
4. Алимов А. Н., Гончарова Н. П., Дражан М. Г., Черванев Д. Н. Управление инновационным циклом. – К. : Наукова думка, 1993.
5. Бланк И. А. Антикризисное финансовое управление предприятием. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2006. – 672 с.
6. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент: Учебный курс. – К. : Эльга – Н, Ника-Центр, 2001. – 448 с.
7. Гук О. В. Елементи системи запобігання банкрутству машинобудівних підприємств / Вісник НУ «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. – №647. – 2009. – С. 37-43.
8. Дайновський Ю. А. Корягіна С. В. Фінансово – економічний аналіз життєвого циклу підприємства // Фінанси України. – 2003. – №10 (95). – С. 66-76.
9. Корягіна С. В. Застосування показників фінансово-господарської діяльності для аналізу життєвого циклу підприємства // Соціально – економічні дослідження в перехідний період. Фінансова політика приватизованих підприємств і механізми її реалізації (Збірник наукових праць). Вип.4 (XLII) / НАН України. Інститут регіональних досліджень. Редкол.: відп. ред. академік НАН України М. І. Долішній. – Львів. – 2003. – С. 156-164

10. Корягіна С. В. Значення інвестицій на різних стадіях життєвого циклу підприємства та джерела їх отримання // Торгівля, комерція, підприємництво. Збірник наукових праць Львівської комерційної академії: – Львів: вид-во ЛКА.- 2002. – С. 197-203
11. Корягіна С. В. Реакція підприємства на фактори середовища залежно від стадії життєвого циклу // Регіональна наукова конференція «Концептуальні засади соціально-економічного розвитку Західного регіону України», Тернопіль, 24 травня 2002р. // Міністерство освіти і науки України, Інститут економіки і підприємництва, Тернопільська обласна державна адміністрація, Головне управління економіки.; – Тернопіль, 2002. – С. 65-66
12. Корягіна С. В. Фінансові потреби і способи їх вирішення на різних стадіях життєвого циклу підприємства // НАУКОВИЙ ВІСНИК: Збірник науково-технічних праць. – Львів : УкрДЛТУ. – 2002. – Вип. 12.2. – С. 192-195
13. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: Монографія. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т., 2001. – 580 с.
14. Мороз О. В., Сметанюк О. А. Фінансова діагностика у системі антикризового управління на підприємствах: монографія / Вінницький національний технічний університет. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2006.
15. Мороз О. В., Шварц І. В. Інституціональні особливості превентивного антикризового управління підприємством: монографія / Вінницький національний технічний університет. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2006.
16. Скібіцький О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент: Навч. посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 408 с.
17. Скібіцький О. М. Антикризівий менеджмент: Навч. посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 568 с.
18. Скібіцький О. М. Формування портфеля заходів санації підприємства / О. М. Скібіцький // Наука й економіка. – 2009. – № 4. – С. 243-250.
19. Сметанюк О. А. Методика діагностики кризи підприємства за оцінкою показників фінансового стану в умовах організаційних змін // Вісник Хмельницького національного університету (Вісник Технологічного університету Поділля). – Хмельницький: ХНУ, 2005. – № 6, Т. 1. – С. 128-131.
20. Шапурова О. О. Політика антикризового управління при загрозі банкрутства / О. О. Шапурова // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8. – С. 147-154.

**Скибицкая Л. И.**

Национальный авиационный университет

#### ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ В ПРЕДПРИЯТИИ НА СТАДИИ КРИЗИСА

##### Резюме

Статья посвящена актуальному вопросу разработки методов инновационно-инвестиционного управления предприятием на разных этапах его жизненного цикла, а особенно на этапе кризиса.

Рассмотрены актуальные проблемы инвестиций в человеческий капитал, в повышения профессионального уровня и развитие персонала, как наиболее эффективных инвестиций, которые приносят наивысшие дивиденды.

**Ключевые слова:** кризис, жизненный цикл предприятия; жизненные циклы товара, спроса, технологии; стадии жизненного цикла, «паразитическая зрелость», инвестирование, инновация.

**Skibitska L. I.**

National aviation university

#### PROBLEMS OF INVESTING OF INNOVATIONS IN ENTERPRISE ON THE STAGE OF CRISIS

##### Summary

The article is devoted to the pressing question of working out the methods of innovative investment management in an enterprise on the different stages of its life cycle, and especially on the stage of crisis.

**Key words:** crisis, life cycle of enterprise; life cycles of commodity, demand, technology; stages of life cycle, «parasitic maturity», investing, innovation.