

Литература

1. Левыкин, М. Управление проектами и ресурсами в конкурентной мультипроектной среде [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://Levykin.com/topic_multiproject_scheduling.htm. - Загл. с экрана.
2. Керівництво з управління інноваційними проектами та програмами Р2М: перекл. з англ.; під ред. С. Д. Бушуєва. – К.: Науковий світ, 2009. – 173 с.
3. Бурков, В.Н. Модели и методы мультипроектного управления [Текст] / В.Н. Бурков, О. Ф. Квон, Л. А. Цитович. – М.: Институт проблем управления, 1997. – 62 с.
4. Арефьев, А. О. Управление компетенцией и ротация человеческих ресурсов проектно-ориентированного предприятия [Электронный ресурс] / А.О. Арефьев, А. Д. Баженов. – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/project/section_39/article_2499/. - Загл. с экрана.
5. Баркалов, С. А. Методы агрегирования в управлении проектами [Текст] / С. А. Баркалов, В. Н. Бурков, Н. М. Гилязов. - М.: ИПУ РАН, 1999 – 55 с.

Abstract

Formation of multiproject environment caused by the necessity of a unified methodology for the management of large (usually geographically distributed) projects with common resources.

As in the multiproject management projects compete for the available resources in the organization, there is a need to develop effective methods for forming teams multiproject. An integrated approach to the management of competences in the formation of the project team will increase the efficiency of human resource management in the project. Using the profile of the team will determine the multiproject critical competencies, the opportunities for intact teams, direction of personnel reserve formation.

The competence management technique at multiproject team building is offered. A modified method of management competencies for management of human resources throughout the life of the multiproject is offered

Keywords: project, multiproject, project team, competence

У статті розкрито сутність кризи надмірного споживання, яка спостерігається у суспільстві на сучасному етапі. Аргументовано роль інновацій у цій кризі. Розкрито сутність поняття інноваційного марнотратства та виявлено «пороки» сучасної інноватики

Ключові слова: криза надмірного споживання, інноватика, інноваційне марнотратство, пороки інноватики, збалансований розвиток

В статтє раскрыта сущность кризиса чрезмерного потребления, который наблюдается в обществе на современном этапе. Аргументирована роль инноваций в этом кризисе. Раскрыта сущность понятия инновационного расточительства и выявлены «пороки» современной инноватики

Ключевые слова: кризис избыточного потребления, инноватика, инновационное расточительство, пороки инноватики, сбалансированное развитие

УДК 658:001.895

ІННОВАЦІЙНИЙ СУПРОВІД КРИЗИ НАДМІРНОГО СПОЖИВАННЯ

Н.І. Чухрай

Доктор економічних наук, професор, завідувач кафедру
Кафедра логістики
Громадська Академія Наук
вул. Сенкевича, 9, м. Лодзь, Польща, 90-113
Контактний тел.: (042) 664-66-66
E-mail: chuhraj@polynet.lviv.ua

1. Вступ

Еволюція ключових джерел формування конкурентних переваг економічного зростання суспільства в цілому та окремих суб'єктів господарювання окрема на різних етапах свого розвитку спирається на різні види конкурентних переваг (наприклад, зниження витрат, підвищення якості товарів чи гнуч-

кості ланцюгів поставок). У останнє десятиліття вчені та практики все більше уваги приділяють саме інноваціям як пріоритетному чиннику економічного зростання.

Криза надмірного споживання, яка спостерігається у сучасному суспільстві та проявляється у різних видах марнотратства, потребує інтенсивного інноваційного супроводу. Останній стимулює не тільки

активізацію процесів науково-технологічного розвитку суспільства, але й обумовлює появу у ньому низки негативних явищ, які потребують нагального подолання. Вищезазначене актуалізує тему дослідження.

2. Постановка проблеми

Циклічному розвитку суспільства притаманні свої об'єктивні причини та періодичне виникнення криз. Минулі світові кризи були або кризами надвиробництва (як от в 30-тих рр. XX ст.) або кризами перерозподілу капіталу на різних ринках (наприклад, на ринку енергоносіїв у 70-ті роки XX ст.), або кризами виникнення нових ринків (як от "криза доткомів" у 2000-му р.). На сучасний циклічний розвиток істотний вплив здійснює науково-технічний прогрес і сучасні інформаційно-комунікаційні технології. Криза надмірного споживання, яка спостерігається у світі на сучасному етапі, вимагає все більше нововведень і новацій. У бізнесі активізуються тенденції до нарощування частоти нововведень та скорочення часових інтервалів між радикальними інноваціями. На ринках відбувається істотне скорочення життєвого циклу товару, що пов'язане із попередніми тенденціями. Водночас, адаптивність людей до інновацій має певні межі.

Попит на інновації з боку ринку неперервно стимулює їх виробництво, породжуючи інноваційне марнотратство. У цьому зв'язку ринок є ненаситним, оскільки тільки з'явившись, нововведення ризикує бути витісненим іншим, яке також недовговічне. Тенденція прискорення зміни товарів, послуг є невблаганною і тяжкою як для виробників, так і для більшої частини споживачів. Надмірно комфортне споживання, моральне застарівання при фізичній новизні, продукування інноваційного півфабрикату, варіювання як наслідок культу новизни – це основні прояви інноваційного марнотратства суспільства.

Серед завдань вітчизняної економіки залишається актуальним подолання негативних чинників, які уповільнюють інноваційні процеси, серед яких існування тіньових процесів та корупційних явищ у всіх сферах економіки, пріоритетне використання неринкових важелів, відсутність етичних норм ведення бізнесу та низьких стандартів корпоративного управління вітчизняних підприємств. За таких умов традиційні ринкові важелі не завжди є дієвими інструментами стимулювання інноваційної діяльності в Україні.

Водночас, у зарубіжній літературі все частіше вчені активно обговорюють негативні супутні явища, пов'язані із інноваціями: інноваційний супровід кризи надмірного споживання (інноваційна гонка), можливі негативні наслідки розвитку науково-технічних революцій на розвиток суспільства (інноваційний шок) тощо. Відповідно виникають заклики деяких вчених щодо зміщення пріоритетів управління інноваціями, а саме замість їх всебічної підтримки на національному рівні орієнтація на певне пригальмування НТР ("моніторинг нововведень").

Очевидно, об'єктивною є потреба у орієнтації на гармонійний, збалансований розвиток світової еко-

номіки, що у свою чергу дає підстави говорити про зміни пріоритетів у інноваційному супроводі розвитку суспільства, а це ставить інші завдання перед суб'єктами підприємництва та інноватикою.

3. Аналіз останніх досліджень і публікацій

Все більше коло вітчизняних вчених досліджують питання інноватики у різних аспектах: від генерування ідеї до виведення нового товару на ринок. Кількість публікацій, методик та методичних положень, пов'язаних із розв'язанням завдань щодо активізації інноваційних процесів як на макро, мета- так і мікрорівнях управління, збільшується.

На фоні глобальних тенденцій в інноватиці у зарубіжній літературі все частіше зустрічаються застереження вчених щодо надмірності споживання у світовому суспільстві та пов'язаного з ним явища перевитрат на інновації. Так, вчений Елвін Тоффлер (*Alvin Toffler, 1970*) у своїй праці [2] передбачав прийдешній інноваційний шок; а російський вчений А.І. Прігожин (*Prigozhin A.I., 2007*) у своїй монографії [3] пише про інноваційну гонку та використовує термін «інноваційне марнотратство».

Сучасна світова криза переспоживання потребує надмірного інноваційного супроводу, що потребує вивчення та переосмислення.

4. Ціль роботи

Цілями даної публікації було: розкрити сутність кризи надмірного споживання та висвітлити місце інновацій у ній; розкрити сутність поняття інноваційного марнотратства та виявити «пороки» сучасної інноватики.

5. Основний виклад матеріалу

Економічний розвиток сучасних ринків характеризується циклічним розвитком [1], що зумовлює істотну динаміку ринкового середовища та високий ступінь ентропії, що у свою чергу вимагає від управлінців врахування особливостей природи ринків, співвідношення і динаміки попиту та пропозиції, зміни інтенсивності конкуренції, потреби у загальних витратах, підходів до координації зусиль, ключових факторів успіху на ринку.

Сьогодні все більше вчених відзначають поступове настання кризи надмірного споживання (переспоживання), яке притаманне не тільки високорозвиненим країнам, але й країнам не з дуже високим рівнем розвитку. Зокрема, український вчений проф. Кендюхов О. у статті у газеті Дзеркало тижня відзначає: «...Сучасна філософія маркетингу безперервно формує стереотипи життєвих цінностей і принципів поведінки: розкішні будинки, розкішні автомобілі, ресторани, дорогий одяг як само собою зрозумілі домінуючі цінності, спорт як візуальне розвага для любителів пива. Прямий наслідок філософії маркетингу - споживча «булімія», неможливість насичення: невгамований голод породжує ще більший голод.

Філософія традиційного маркетингу - філософія вічного голоду. Саме вона стала головною причиною першої в історії людства світової кризи переспоживання...» [7].

Деяко оригінальними, на нашу думку, є заклики дослідників С. Дацюка та К. Матвієнко. Автори у своїй праці [5] стверджують, що правильні дії української влади полягають у тому, щоб запросити копірайтерів, рекламодавців та телевізійників і повідомити їм, що зміст маркетингових послань у рекламі не повинен бути спрямований на надмірне споживання, на зростання розваг та відпочинку, на просування гламуру. Навпаки, зміст реклами має стимулювати помірне споживання, зменшення розваг та відпочинку, вибір не гламурних, а функціональних товарів та послуг. Автори пишуть [5]: «...владі потрібно вірно зорієнтувати бізнес через чіткі послання для бізнесу: спрямовуйте бізнес на внутрішню ліквідність продукції металургії та хімії; орієнтуйтеся на відновлення тих структур економіки, які лінувалися створювати раніше: машинобудування, будівництво мостів та залізниць, будівництво житла на засадах лізингу, а не кредитування, де гарантом виступатиме держава. Згортайте виробництво гламурних товарів та послуг; спрямовуйте діяльність на розвиток інфраструктур, де держава буде вас підтримувати...».

Очевидно, загострення конкуренційних явищ та кризи надмірного споживання відбувається на фоні глобальних тенденцій в інновації. До останніх можна віднести, по-перше, зростання кількості новацій та нововведень; по-друге, нарощування частоти нововведень та скорочення часових інтервалів між радикальними інноваціями; по-третє, істотне скорочення життєвого циклу товару, що пов'язане із попередніми тенденціями. Наприклад, часові проміжки між двома науково-технічними революціями (далі НТР) у попередніх епохах складали століття, як наприклад, між винайденням парового двигуна (XVIII ст.) і двигуна внутрішнього згорання (XIX ст.). У сучасному світі інтервали між НТР складають 5-10 років.

Адаптивність людей до інновацій має певні межі. Самий перший грізний сигнал щодо можливої втоми людства від нововведень надіслав американський соціолог і футуролог, один з авторів концепції постіндустріального суспільства Елвін Тоффлер (*Alvin Toffler*). Вчений у своїх працях «Шок майбутнього» (1970) та «Екоспазм» (1975) передбачив інноваційний шок. Наукова концепція Елвіна Тоффлера ґрунтується на ідеї, що людство переходить від одної до іншої стадії, тобто на зміну першої хвилі (аграрне суспільство) і другій (індустріальне суспільство) приходить нова, яка веде до створення (надіндустріального) інформаційного, або постіндустріального суспільства. Він переконливо довів, що потрясіння, які відбуваються – це не просто «друга промислова революція» або перехід до «економіки послуг», а невимірне більше – народження принципово нової, невидимої людям цивілізації, яка змінює основи їх буття. Високе безробіття супроводжує прихід нового, і люди, які звільняються, не розуміють, що вже ніколи не відкриються ті самі заводи або офіси, а якщо відкриються, то там не буде попередньої робо-

ти. На очах змінюються всі структури економіки і суспільні інститути, примушуючи людей безперервно перекваліфіковуватися. Цей «ефект акселерації», який прискорює потік нових ситуацій і відносин, проходить через свідомість людей, перебудовуючи її, змінює поведінку людини, що чинить опір [2].

Результат зазначених праць – це розкриття прихованого змісту важких економічних і соціальних потрясінь перехідного періоду як часу абсолютно необхідного, величезного і багатогранного розвитку переважної більшості населення. Ціна безконтрольності цього розвитку – втрата багатьма людьми віри у себе, енергії і життєвих сил, розпад сімей, різкий ріст стресів, захворювань і смертності, алкоголізму, наркоманії, злочинів. «Шок майбутнього» – це очікуваний масовий катастрофічний прояв перерахованих соціальних бід і деформацій.

Незважаючи на попередження, людство не змінило оберти у інноваційній гонці. Російський вчений А.І. Прігожин наводить такі причини цього явища [3]:

- всесвітньо-історичний закон зростання потреб, оскільки людям завжди чогось бракує;
- художньо-естетичний закон відсторонення, який відкритий Віктором Шкловським (всіляка художня форма себе вичерпує, а наступна за нею виникає на опозиції попередньої, тобто повинна бути дивною у своїй появи – імпресіонізм виглядав дико у порівнянні з класицизмом);
- підприємництво, виробництво змушені постійно провокувати у клієнтури нові потреби, щоб забезпечити собі збут, а кращий засіб для цього – нововведення;
- прагнення людей до новизни, до оновлення по двом психологічним причинам: перша – пристрасть до пізнання і творіння нового, і необхідність нових подразників психіки від втоми від звичного – друга.

Як наслідок, на думку проф. О. Кендюхова «...завдяки маніпуляціям з суспільною свідомістю, людські бажання культивуються, як кукурудза в полі. Кожен день кожна людина занурюється в благодатний ґрунт по вирощуванню бажань, на кожному кроці, кожна хвилину миготять щасливі, радісні обличчя володарів кремів, мазей, автомобілів, пральних машин, туристичних путівок, кредитних карток; з релігійних брошур розчулено посміхаються члени різних сект; на світських тусовках бризкають щастям розкішного життя зірки естради...» [7].

Чим більше бажань, чим сильніше людину мучать різні потреби, тим більше вона купує, тим більше споживання, тим більша інноваційна активність бізнесу. Філософія маркетингу переросла рівень виявлення і задоволення бажань і досягла рівня їх створення через радикальні інновації.

Очевидно, що науково-технічний прогрес ставить перед суспільством масу нових можливостей, викликів та проблем. Запитань набагато більше, ніж відповідей на них. Одне є не дискусійним, що розвиток суспільства ґрунтується на досягненнях інноватики, а у суспільстві із надмірним споживанням роль інновацій є ключовою. Таким чином, людство приречене на інноваційну гонку з нарощуванням швидкості, яке відбувається за умов невпинного зростання невизначеності. При цьому вчені відзначають

наявність принаймні чотирьох пороків сучасної інноватики.

По-перше, мова йде про так зване «надмірно комфортне споживання» [3], яке є проявом вищезгаданої кризи надмірного споживання благ суспільством, а саме витрати ресурсів і часу задля пропозиції та демонстрації надмірного комфорту (щоденне прання і зміна постільної білизни та халатів у готелях).

По-друге, проблемою світової економіки загалом і вітчизняної насамперед, можна вважати високу частку так званого «інноваційного півфабрикату». До основних причин можна віднести швидке старіння нововведення вже на етапі його виготовлення, а то й розроблення. На практиці також можуть виявлятися недоліки роботи після певного використання, тоді приходится повертатися до попередньої моделі.

По-третє, спостерігається явище морального застарівання при фізичній новизні – це також парадокс сучасної інноватики.

Попит на інновації з боку ринку неперервно тисне на їх виробництво. У цьому зв'язку ринок є ненаситним, оскільки тільки з'явившись, нововведення ризикує бути витісненим іншим, яке також недовговічне. Тенденція прискорення зміни товарів, послуг є невблаганною і тяжкою як для виробників, так і для більшої частини споживачів. Як відомо, серед споживачів є тільки 2,5 % новаторів – осіб, які дуже легко сприймають новинки, найбільш ризикові, космополітичні, спілкуються з іншими новаторами. Інші групи споживачів значно складніше сприймають інновації.

В Україні окрім вищезгаданих причин існують додаткові перешкоди освоєнню і впровадженню науково-технічних розробок у виробництво. Мова йде про високу частку невдач, нереалізованих на практиці науково-технічних розробок, що є справжньою проблемою вітчизняної інноватики. Станом на 01.01.2009 р. загальна чисельність працівників організацій, які виконували наукові та науково-технічні роботи в Україні становила 149,7 тисяч осіб, у тому числі 4454 докторів та 17127 кандидатів наук [9]. В той же час, обсяг інноваційної продукції, тобто виробленої переважно з використанням науково-технічних розробок, становив усього 5,9% загального обсягу промислової продукції [8]. Ці дані свідчать про вкрай незадовільний стан комерціалізації результатів науково-технічних розробок в Україні.

Високо вартісні науково-технічні розробки, дорогі патенти нерідко не є затребуваними у реальній економіці. Зазвичай довести результати науково-дослідних робіт університетів чи академічних установ принаймні до дослідного взірця є дуже складно. Підтримувати такі проекти підприємства відмовляються через високий ризик та тривалий термін окупності. Обидві сторони намагаються отримати максимальний економічний ефект від своєї активності на ринку. Підприємства готові впроваджувати лише повністю завершені розробки з мінімальними інвестиціями та малим періодом окупності, в той же час університети не мають обігових коштів для доведення своїх розробок до готових для впровадження, а в деяких випадках розробники необгрунтовано завищують ціну. Варто відзначити, що через низький рі-

вень технологічного оснащення підприємств, значна кількість розробок не може бути комерціалізована в даний момент. Кожен з учасників процесу прагне мінімізувати свої ризики. В свою чергу, на ринку присутні розробки іноземних фірм, які можливо за своїми характеристиками і гірші за створені вітчизняними науковцями, проте готові до впровадження і мають розвинену мережу подальшого сервісного обслуговування, зокрема і з допомогою вітчизняних інжинірингових компаній [10].

По-четверте, ще одним різновидом патології інновацій є так звана варіофікація як наслідок культу новизни [3, с. 132], коли винаходи стають самоціллю. Це пояснюється або амбіціями винахідників, їх намаганням отримати винагороду та/або прагненням підприємців інвестувати можливо у непрофільний, але високоорентабельний вид діяльності. Таким чином, з'являються нові товари, які за параметрами можуть бути не кращі, а часом і гірші за попередні аналоги, але мають статус «інновації» і тому мають перевагу на іншими. Деякі вчені відзначають засилля винахідницьких дрібниць, які насправді істотно нічого не змінюють, але потребують витрат часу, коштів та зусиль винахідників.

Сьогодні все частіше говорять про необхідність орієнтації на сталий розвиток суспільства. Термін «сталий розвиток» є офіційним українським відповідником англійського терміну «англ.- *sustainable development*», дослівний переклад якого з урахуванням контексту може бути «життєздатний розвиток» а за сенсом - всебічно збалансований розвиток. За визначенням Комісії ООН зі сталого розвитку, його мета - задовольняти потреби сучасного суспільства, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби [11]. Теорія сталого розвитку є альтернативою парадигмі економічного зростання, яка ігнорує екологічну небезпеку від розвитку за екстенсивною моделлю [12].

Економічний підхід до концепції стійкого розвитку заснований на теорії максимального потоку сукупного доходу Хікса-Ліндала, який може бути зроблений за умови, принаймні, збереження сукупного капіталу, за допомогою якого і здійснюється цей дохід.

Ця концепція передбачає оптимальне використання обмежених ресурсів і використання екологічних - природо-, енерго- і матеріало-зберігаючих технологій, включаючи видобуток і переробку сировини, створення екологічно прийнятної продукції, мінімізацію, переробку і знищення відходів. Очевидно, у цьому контексті слід розглядати інновації не як самоціль, а лише інструмент всебічно збалансованого розвитку суспільства. І маркетинг слід розглядати у площині збалансованого споживання та гармонізації потреб суспільства.

Якщо в Україні вчені продовжують обговорювати питання активізації інноваційних процесів, то на заході відповідно виникають заклики вчених щодо зміщення пріоритетів управління інноваціями, а саме замість їх всебічної підтримки на національному рівні орієнтація на певне пригальмування НТП («моніторинг нововведень»). Враховуючи прояви інноваційного марнотратства, очевидно, що криза надмірного споживання спрямовує світове суспільство

на інноваційну гонку, яка не завжди економічно і соціально виправдана.

6. Висновки та перспективи подальших досліджень

Сьогодні все більше авторів відзначають настання кризи надмірного споживання, яка потребує свого інноваційного забезпечення. При цьому вчені відзначають наявність таких пороків сучасної інноватики, які проявляються через «надмірно комфортне споживання», високу частку так званого «інноваційно-

го півфабрикату», варіофікація як наслідок культу новизни. Як наслідок, людство приречене на інноваційну гонку з нарощуванням швидкості, яке відбувається за умов невинного зростання невизначеності. Тому слід переосмислити місце і роль інноватики у розвитку суспільства та змінити пріоритети розвитку на супровід всебічно збалансованого розвитку суспільства.

Водночас, потребують додаткового вивчення питання впливу маркетингу на розвиток кризи надмірного споживання в Україні, що і стане предметом подальших досліджень автора.

Література

1. Історія світових фінансових криз. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://worldvaluta.blox.ua/2011/01/Istoriya-svitovih-finansovih-kriz.html>. – Загл. с екрана.
2. Тоффлер, Э. Шок будущего [Текст] : пер. с англ. – В. : Кулагина-Ярцева; А. : Микиша : М.: АСТ, 2008. - 560 с.
3. Пригожин, А.И. Дезорганизация: причины, виды, преодоление [Текст] / А.И. Пригожин. – М. : Альпина Паблишерз, 2007. – 400 с.
4. Економічний цикл і фази економічного циклу [Електронний ресурс] / BIZKIEV Бизнес журнал. – Режим доступу : \www/ URL: <http://bizkiev.com/content/view/973/205/> – Загл. с екрана.
5. Криза над споживання [Електронний ресурс] / Українська правда. – Режим доступу : \www/ URL: <http://www.prawda.com.ua/articles/2008/11/4/3603221/> – 04.11.2008 р. – Загл. с екрана.
6. The Global Competitiveness Report 2011-2012 [Text] : World Economic Forum., 30 Jan 2011. Geneva / Professor Klaus Schwab (Executive Chairman) – Geneva, Switzerland : SRO-Kundig, 2011. – 527 p.
7. Кендюхов, А. Общество потребления как национальная трагедия Украины [Текст] / А. Кендюхов // Газета Зеркало недели. Украина. – №1 от 14.01. 2011.
8. Котлер, Ф. Десять смертных грехів маркетингу: Ознаки та методи вирішення [Текст] :пер. з англ. – І.П. : Гусака, А.Ю. : Гусак. – М. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2006. – 143 с.
9. Державна Комісія з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс] – Режим доступу : \www/ URL: <http://www.ssmc.gov.ua>. – Загл. с екрана.
10. Чухрай, Н.І. Комерціалізація науково-дослідних робіт університету: основні проблеми та шляхи їх вирішення [Текст] : практ. посібник / Н.І. Чухрай, А.О. Лозинський, Н.Я. Качмар-Кос ; за ред. Н.Я. Качмар-Кос ; – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 102 с.
11. Сталлий розвиток [Електронний ресурс] / Вікіпедія – вільна енциклопедія. – Режим доступу: \www/ URL: http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B9_%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%BA.
12. Korobeinikov, A., Financial crisis: An attempt of mathematical modeling [Текст] / A. Korobeinikov // Applied Mathematics Letters. – 2009. – Т. 22, №12. – С. 1882-1886.

Abstract

The article deals with the problem of innovation support of over-consumption crisis of the modern society. Over-consumption is a situation where resource-use has outpaced the sustainable capacity of the economic system. A prolonged pattern of over-consumption leads not only to inevitable environmental degradation and the eventual loss of resource bases, but also needs powerful innovative support. The author explained the essence of the over-consumption crisis that occurs in society today. The roles of innovation and marketing in this crisis have explained. The essences of the concept of innovative waste and found «evils» of modern innovation have argued.

The author noted the presence of such sins of modern innovation, such as problems of «over-comfortable consumption», problems of «semi-Innovative “products, moral obsolescence of goods in it physical novelty, problems of “variofikation” as a result of the cult of novelty.

As a result, humanity is doomed to innovation race with increasing speed, which is under the relentless growth of uncertainty. Therefore, peoples should rethink the place and role of innovation in the development of society and change priorities to support the development of fully sustainable society

Keywords: *crisis of over-consumption, innovation, innovative waste, defects of innovation, sustainable development*