

## ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

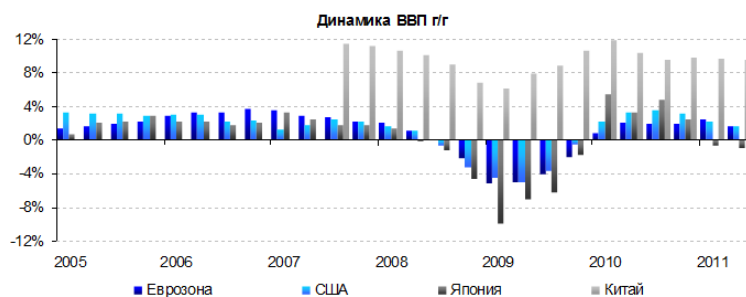
Мы живем в эпоху глобализации, когда глобальные процессы сопровождаются увеличением количества и углублением глобальных проблем. Если раньше природные катаклизмы происходили с поочередным чередованием периодов относительной стабильности с периодами максимальной активности, то в последние годы количество и сила их возросла, а периодичность сократилась.

Мировые кризисы тоже происходят, с уменьшением периодов относительной стабильности. Природные и техногенные катастрофы стали угрозой для устойчивого развития. Поэтому при прогнозировании, выборе стратегии развития предприятий, страны необходимо учитывать факторы глобальной среды.

Переход экономики от экстенсивных к интенсивным методам развития предполагает в первую очередь использование инновационной модели развития. Повышается значение маркетинга инноваций и инноваций в маркетинге. Особое значение приобретает функция формирования спроса на новую продукцию и технологии, которые способствуют экономии ресурсов и способствуют улучшению экологии.

Если раньше мы могли рассматривать общую модель инновационного развития, учитывая только уровень научно-технического потенциала и объем общественного потребления [3], то сейчас в связи с углублением глобальных проблем необходимо учитывать факторы глобальной среды.

Например, сравним возможности и научно-технический потенциал Японии до и после землетрясения и цунами. Рост ВВП в Японии из-за влияния глобальной среды, в том числе из-за природных катаклизмов не только снизился, но и уменьшился. Правда, данная тенденция проявляется не только в Японии: рост замедляется во всех ключевых регионах и странах мира – Европе, Китае, США (рис. 1)



Источник: национальные статистические органы

Рис. 1 – Динамика ВВП ключевых регионов и стран мира

Эти процессы естественно будут влиять на темпы инновационного развития в разных странах, где-то в большей, где-то в меньшей мере, в зависимости от степени вовлеченности в глобальные процессы и степени влияния глобальных проблем на те или иные государства.

С одной стороны, глобальные проблемы человечества способствуют появлению новых потребностей [2], с другой стороны, они увеличивают риски, влияют на темпы развития экономики в связи с увеличением ущерба от разных катаклизмов.

Согласно данным крупнейшей страховой компании Swiss Re (Швейцария), экономический ущерб от стихийных бедствий только в 2010 году составил \$ 222 млрд., что в три раза больше экономических потерь за 2009 год (\$ 63 млрд). According to the report by the UN Economic Commission of for Latin America and the Caribbean (ECLAC/CEPAL), 2010 natural disasters have killed 300,000 people in Latin American countries, with material damage amounting to 49.4 billion dollars.

Экономические потери, уменьшение социальных выплат, материальной помощи отсталым странам и странам, которым нанесён ущерб от природных катаклизмов приводит к снижению платежеспособного спроса населения, в том числе и на спрос на инновации. Сейчас доминирует мнение, что для уменьшения ущерба от влияния природных факторов надо переходить к стратегии выживания и адаптации.

Мы считаем, что это связано с тем, что нет ясного понимания причины этих явлений. На наш взгляд это не случайные, а программные процессы и все глобальные проблемы взаимосвязаны и являются следствием одной причины.

При рассмотрении факторов и методов оценки нововведений [4], прогнозирования спроса, поведения потребителей, выработки стратегии развития, в том числе инновационного развития,

следует учитывать влияние факторов глобальной среды.

Прогнозировать глобальные факторы сложно, так как в настоящий момент наш мир является разбалансированной системой [1].

1. Глобалистика: Энциклопедия. Центр научных и прикладных программ „ДИАЛОГ». – М.: ОАО Издательство «Радуга», 2003.- 1328 с.
2. Крынская Л.И. « Инновационная деятельность – одно из главных направлений обеспечения устойчивого развития». Сб. трудов десятой международной научно-практической конференции «Исследование, разработка и применение высоких технологий в промышленности». Т.2. Санкт-Петербург, 2010, с.53-57.
3. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: Монографія. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 615 с.
4. Рычкова Н. Особенности маркетинговых инноваций: уч.пос. 2005 г. – 240с.