

ВЗАИМОУСЛОВЛЕННОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ И ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

The interconditionality of economic crises and innovative processes

Гусева М.В., преподаватель-стажер

Власюк Ю.А., кандидат экономических наук, доцент,

УО «Брестский государственный технический университет», г. Брест

Guseva M.V., teacher trainee,

Wlasiuk J.A., Dr. of Economics, assistant professor,

Brest State Technical University, Brest

Аннотация

В статье рассматривается влияние экономических кризисов на инновационные процессы. Особое внимание уделяется негативному влиянию экономического кризиса, начавшегося в 2009 г., на предприятия Республики Беларусь, а также положительным аспектам кризисов в рамках мировой экономики.

Ключевые слова: экономический кризис, инновационная деятельность, технологический уклад.

Annotation

The following article discusses the impact of the economic crises on innovative processes. The special attention is given to the negative influence of the economic crisis begun in 2009, on the enterprises of the Republic of Belarus, and also to the positive aspects of crises within the world economy.

Keywords: economic crisis, innovative activity, tenor of technology.

Экономические кризисы сопровождали человечество на всех этапах его развития. На первых этапах это были кризисы преимущественно природного характера. Эпидемии и войны также служили причинами экономического спада. Экономические кризисы в древности проявлялись в форме недопроизводства сельскохозяйственной продукции. По мере развития общества и перехода к капиталистическому рынку кризисы перешли в форму кризисов перепроизводства, и уже не сельскохозяйственной, а промышленной продукции. Далее сфера производства расширилась и начала включать в себя услуги, информацию, финансы и кредит.

В конце XX – начале XXI века человечество вступило в новую фазу развития, сопровождающейся переходом к новому типу экономики – экономике знаний, интеллектуальной или инновационной экономике.

Однако кризис остаётся неотъемлемым этапом функционирования экономики и на данном этапе.

На основе всевозможных определений термина «экономический кризис», учитывающих предпосылки и последствия его возникновения, можно выдвинуть следующее определение:

Экономический кризис – это состояние экономики, предопределённое цикличностью её развития, при котором существующая система взаимоотношений между субъектами экономики считается несостоятельной, и дальнейшее

использование данной системы ведёт к негативным последствиям, таким как рост диспропорций между производством и потреблением, снижение деловой активности, рост безработицы и инфляции, нарушения денежно-кредитной и валютно-финансовых систем.

Нужно отметить, что кризисы двояко влияют на инновационные процессы на уровне мировой экономики, экономики стран и на уровне деятельности субъектов хозяйствования.

С одной стороны, кризисы крайне негативно воздействуют на текущие процессы экономических субъектов. На уровне отдельных предприятий данное воздействие проявляется в сокращении заказов, задержек по оплате товаров и услуг, ухудшении условий кредитования банками и поставщиками и т.д.

В сложившихся условиях основной целью фирмы становится её выживание в краткосрочной перспективе. И имеющиеся финансовые средства направляются не на расширение фирмы и осуществление инновационных проектов, а на поддержание её работы на существующем уровне.

Примером этому может служить влияние экономического кризиса, начавшегося в 2009 г., на деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь.

По данным Международной финансовой корпорации, на июль 2009 уже ¾ всех субъектов малого и среднего предпринимательства Беларуси успели почувствовать существенное влияние кризиса [1, с. 58]. Кризис затронул все отрасли, в большей степени строительство и транспорт, в меньшей – торговлю и общественное питание, а также промышленность. Кризис затронул все регионы страны. Наибольшая доля предприятий, ощутивших на себе неблагоприятные последствия кризиса, находились в Минске, а также в Гомельской и Могилёвской областях.

Учитывая всю остроту проблемы, затронутые кризисом предприятия, были вынуждены в массовом порядке заняться сокращением издержек. При этом около 80% малых и средних предприятий в качестве одного из способов сокращения издержек выбрали именно заморозку новых проектов и планов по расширению.

Кроме того сократились расходы республиканского бюджета на науку, а также внутренние затраты на научные исследования и разработки в процентах к ВВП.

Как следствие по итогам 2009 г. на 13% снизилась доля инновационно-активных организаций в общем количестве организаций, основным видом экономической деятельности которых является производство промышленной продукции [2].

Таким образом, кризис крайне негативно сказался на текущей деятельности предприятий РБ и, как следствие, вынудил руководство предприятий сократить усилия, направленные на инвестиционную и инновационную деятельность.

Однако с точки зрения развития экономики в целом, последствия кризисов являются не только негативными. В определённом смысле, именно кризисы, раскрывая основные недостатки существующих систем взаимоотношений, подталкивают общество к поиску новых решений и, как следствие, развитию инновационного процесса.

Наиболее чётко данная функция кризисов отражается в теории длинных волн Кондратьева, согласно которой экономические циклы состоят из двух основных фаз – повышательной и понижательной. Мировая экономика приходит в понижательную фазу, когда наступает предел её развития для данного технологического уклада, что определяет необходимость формирования нового технологического уклада, которое не возможно без внедрения инноваций в экономику.

Каждый цикл Кондратьева (К-цикл) занимает 40–60 лет. Анализ истории капиталистической экономики позволяет выделить 5 циклов К-циклов. При этом в стадии перехода от понижательной волны к повышательной волне происходили определённые инновационные преобразования, которые становились базисом следующего технологического уклада.

Во время первого К-цикла (1785–1835 гг.) сформировался технологический уклад, основанный на новых технологиях в текстильной промышленности и использовании энергии воды. Второй (1830–1890 гг.) – на развитии железнодорожного транспорта и использовании паровых двигателей в механическом производстве. Третий (1880–1940 гг.) – на использовании электрической энергии в промышленности, развитии тяжёлого машиностроения, внедрении телефона, телеграфа, автомобилей и т.д. Четвёртая волна (1930–1990 гг.) сформировала уклад, основанный на развитии энергетики с использованием нефти и нефтепродуктов, газа; развивается массовое производство, атомная энергетика. Нынешний, пятый уклад (1985–1935 гг.) основывается на достижениях в области биотехнологии, микроэлектроники, информатики, геной инженерии, применении новых видов энергии, освоении космического пространства [3].

Специалисты по прогнозам считают, что при сохранении нынешних темпов технико-экономического развития, шестой технологический уклад начнёт оформляться в 2010–2020 годах, а в фазу зрелости вступит в 2040-е годы. При этом в 2020–2025 годах произойдёт новая научно-техническая и технологическая революция, основой которой станут разработки, синтезирующие достижения био- и нанотехнологий, геной инженерии, мембранных и квантовых технологий, фотоники, микромеханики, термоядерной энергетики.

Таким образом, кризисы в экономике способствуют её переходу на новый уровень развития, что невозможно без активизации инновационных процессов.

Можно сделать вывод, что экономические кризисы в краткосрочной перспективе и на уровне отдельных экономических субъектов приостанавливают инновационные процессы, поскольку главной задачей становится сохранение существующего положения на макро- и микроуровне.

С другой стороны, именно кризисы способствуют экономическому развитию, вскрывая недостатки сложившейся системы экономических отношений, и формируют предпосылки для перехода к новому технологическому укладу, основанному на внедрении достижений научно-технического прогресса в форме инноваций.

Литература

1. *Деловая среда в Беларуси 2010. Исследование сектора малого и среднего бизнеса. Аналитический отчёт.* – Мн. – 2010.
2. *Статистика науки, инноваций, технологий* <http://belisa.org.by/ru/statistics/2009/>
3. *Центр креативных технологий* <http://www.inventech.ru/lib/macro/macro-0026/>
4. *Шестой технологический уклад / Каблов Е.Н. // Наука и жизнь. – 2010. – №4.*

Literatura

1. *Business environment in the Republic of Belarus. Research of the small and medium business sector. Analytical report.* – Мн. – 2010.
2. *Statistics of the science, innovations, technologies* <http://belisa.org.by/ru/statistics/2009/>
3. *Center of creative technologies* <http://www.inventech.ru/lib/macro/macro-0026/>
4. *The sixth tenor of technology / Kablov E. // Science and life.* – 2010. – №4.

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ АДАПТАЦИИ МЕТОДОВ ПАРТИЗАНСКОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

FEATURES INNOVATIVE ADAPTATION OF METHODS OF GUERRILLA MARCETING FOR MODERN USE

Мельхер С. И., преподаватель-стажер,
УО «Брестский государственный технический университет», г. Бреста

Melher S.I., teacher trainee,
Brest State Technical University, Brest

В данной статье приводится краткая характеристика современных методов партизанского маркетинга. Рассматривается интеграция данных методов для применения в современных маркетинговых кампаниях, проводимых через социальные медиа сети Интернет./ This article provides a brief description of the modern methods of guerrilla marketing. We consider the integration of these techniques for use in modern marketing campaigns conducted through social media on the Internet.

Ключевые слова: партизанский маркетинг, нестандартные носители рекламы, социальные медиа, Интернет, SEO, социальный интернет маркетинг./
Keywords: guerilla marketing, custom media advertising, social media, Internet, SEO, social internet marketing.

Методы и приемы партизанского маркетинга очень разнообразны и отличны друг от друга. Использование каждого из методов по-своему уникально и один и тот же прием может использоваться по-разному. Мало того, число всех подходов партизанского маркетинга со временем будет только расти, а сам партизанский маркетинг – развиваться.

В основе своей все эти подходы основываются на двух способах воздействия [2]:

- 1) рекламирование нестандартными носителями рекламы;
 - 2) самостоятельные проекты, генерирующие нужные слухи о продуктах.
- Немного о каждом способе.

Создать нестандартный носитель рекламы (например Ambient Media) не просто. Существует ряд правил, которые усиливают качество изготовления нестандартных материалов. А любая качественная вещь сама по себе вызывает положительные эмоции. Также такая реклама вовлекает людей, и они начинают работать на вас, сами того не подозревая.