

ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

НИИ системных исследований (РНИИСИ) предлагает подразделять инновации по сферам деятельности: 1) технологические; 2) производственные; 3) экономические; 4) торговые; 5) социальные; 6) в области управления [2, с.16].

По мнению автора, **инновационный процесс**, в отличие от инновационной деятельности, включает в себя в первую очередь сложную процедуру проникновения новых идей до массового производства и охватывает большой объем потребительских групп, используя при этом многогранные правовые организационные, управленческие финансовые, маркетинговые и другие особенности самого процесса. Но следует также учесть то обстоятельство, что инновационный процесс охватывает также не только маркетинговую и рекламную деятельность внутри одной страны, но и учитывает поведенческие особенности покупателей и покупательскую способность тех стран, на рынки которых предназначены новые товары.

Следовательно, **внешнеэкономический инновационный процесс** является частью самого инновационного процесса и включает в себя все вопросы преобразования, проникновения, распространения, коммерциализации инновационных идей в виде товаров и услуг в другие страны, различные рынки (европейский, стран третьего мира, стран исламских государств и т. д.) и альянс финансовых структур мира. Внешнеэкономический инновационный процесс включает в себя также поиск уровней, новаторских идей на международном рынке, маркетинговые исследования рынков сбыта и поиск новых потребителей, информационное обеспечение конкурентной среды и потребительских свойств товаров конкурирующих фирм, финансовое обеспечение и коммерциализацию новых идей, новаций и новшеств, а также поиск и выбор стратегических решений с целью получения выгоды.

Не только изучение механизма спроса и конкуренции, но и подробное рассмотрение общей ситуации рынка, анализ возможных

структурных сдвигов, предполагаемых изменений в наукоемких отраслях, а также в смежных с ними отраслях, анализ эффективности по каждому из направлений производства и сбыта, целесообразность сохранения того или иного направления, мероприятия по проводимым технологическим изменениям и оценка их эффективности являются этапами внедрения всех инновационных процессов в промышленности с целью входа на внешний рынок.

В свою очередь активное формирование новых рынков диктует свои условия. Это постепенное создание новых видов продукции, что позволяет снизить издержки и повысить эффективность производства; обновление ассортимента продукции при наименьших затратах на воспроизводство, что помогает при конкурентной борьбе за широкие массы потребителей. К тому же предприятия, постоянно обновляющие свою продукцию, не могут быть захвачены врасплох, когда спрос на существующую продукцию неожиданно падает. Важное условие высокого качества продукции – новая продукция с низким качеством не принесет большого дохода и в будущем может лишит предприятие своих постоянных клиентов [1, с.10–16].

В связи с этим рынок новшеств взаимодействует как во внешней, так и во внутренней среде. В зависимости от того, в какой среде функционирует процесс инноваций, он взаимодействует с внешними и внутренними факторами.

К внутренним факторам относят: производственный фактор, фактор финансового обеспечения производственной деятельности и реализации, фактор технико-технологического обеспечения, фактор маркетинга домашнего рынка, человеческий фактор. К внешним факторам относят: фактор глобализации, геополитический фактор, фактор транспортного обеспечения, фактор экономической стабильности, фактор привлечения и охвата инвестиций, фактор технологических возможностей, фактор выбора маркетинга и рекламной деятельности с целью выхода инновационной продукции на внешний рынок. На первый взгляд некоторые факторы идентичны (фактор финансовой обеспечения производственной деятельности и фактор привлечения и охвата инвестиций). Но сфера охвата на первый взгляд похожих факторов различна. Например, финансовое обеспечение производственной деятельности базируется в основном на собственных источниках предприятия и заемных средствах отечественных банков или банков, функционирующих на территории страны. Но фактор привлечения и охвата инвестиций раскрывает несколь-

ко отечественное предприятие зависит от зарубежных инвесторов, а также от финансовых институтов и частных банков других стран.

Оценка уровня техники, предлагаемой на рынке новшеств, показывает ее значительную зависимость от наличия новой элементной базы и новых материалов. Например, потенциально высокие возможности авиационных конструкций зависят от уровня новых композиционных материалов, новых видов топлива, создаваемых химиками. В связи с этим отказ от кардинальных новшеств, малый спрос на них могут сложиться из-за отсутствия соответствующего качественного уровня используемой техники и технологии в другом секторе.

Отсюда напрашивается следующий результат: рынок технологических новшеств всегда является инновационной частью рынка факторов производства.

Но с другой стороны конкурентная система может толкать производителя на достижение коммерческого успеха не путем скорейшего внедрения технических новшеств, а путем их сокрытия от конкурентов, т. е. сдерживания технического прогресса. Этому долгое время способствовало также патентное право и право на промышленную собственность. Но это никогда не ограничивало деятельность предпринимателей, которые в погоне за дополнительной прибылью (этот механизм разработан монополистами) и быстрого коммерческого успеха всегда предоставляли покупателям более дешевые аналоги инновационной продукции, используя низкокачественные технологии (мобильные телефоны из Китая, Малайзии и др. стран).

Например, механизм получения дополнительной прибыли, разработанный монополистами, основывается на предоставлении новых продуктов принципиально отличающихся от всех представленных на рынке. В связи с тем, что эти товары рассчитаны на покупателей с высоким уровнем дохода, монополисты от быстрой реализации инновационной продукции получают высокие прибыли, удачно покрывая тем самым свои высокие расходы.

В последнее время американский исследователь И. Кравис выдвинул идею о том, что одновременно с ценой не меньшее значение имеют преимущества, связанные с более высоким качеством товаров, производимых в отдельных странах. Он утверждал: передовые производственные знания распространяются с определенным запаздыванием; страна, имеющая более высокий уровень технологии, получит в течение определенного промежутка времени конкурентные преимущества [2].

Следует заметить и тот факт, что развитие торговли эффективно в том случае, если стимулирует отдельные государства отказаться от производства однородных товаров, т. е. усиливает межотраслевую специализацию производства. Странам надо экспортировать товары, при производстве которых максимально используются относительно избыточные факторы. Свободная торговля при этом должна выравнивать цены таких факторов. В результате внешней торговли необходимо выравнивать заработную плату, процентные ставки, рентные платежи и т. д. Международные инвестиции должны стимулироваться различиями в обеспеченности факторов. Наконец, необходима взаимозаменяемость международной торговли и международных инвестиций.

Как видно из вышеперечисленного внешние и внутренние факторы, влияющие на инновационный процесс взаимозависимы и взаимообусловлены. Они охватывают не только производственный процесс, но также сферу реализации нововведений, влияют на степень коммерциализации научно-технической продукции; определяют покупательскую способность и расширяют границы сбыта новых товаров, также влияют на поведенческие действия как отдельных физических лиц, так и юридических лиц в качестве монополистов, олигополий, государств и альянса государств.

Список использованных источников

1. *Абасова, С. Г.* Механизмы государственного регулирования внешнеэкономических инновационных процессов в странах с развивающейся экономикой (на примере внешнеэкономических связей Азербайджана с другими странами) / С. Г. Абасова. – Новосибирск: Изд-во ЦРНС. – 2015. – 234 с.
2. *Бункина, М. К.* Макроэкономика / М. К. Бункина, А. М. Семенов. – М.: Изд-во «Дело и сервис». – 2003. – 544 с.
3. *Глушенко, И. И.* Система стратегического управления инновационной деятельностью / И. И. Глушенко. – Железнодорожный: ООО НПЦ «Крылья». – 2006. – 356 с.