

## Современные конкурентные факторы бизнеса в условиях формирования инновационной экономики

© 2015 Хансевяров Рустам Идрисович

доктор экономических наук

Самарский государственный экономический университет

443090, г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141

E-mail: rust1978@mail.ru

В ходе исследования выведена и обоснована новая рыночно-структурная модель конкуренции - "инновационная конкуренция" как подвид монополистической конкуренции, определена система показателей соответствия конкурентных факторов инновационному развитию.

*Ключевые слова:* конкуренция, конкурентные факторы, конкурентные отношения, свободная конкуренция, конкурентная среда, конкурентный рынок, инновация, конкурентоспособность экономики.

В современном понимании конкуренция связывается с появлением новых продуктов и созданием новых рынков, использованием новых, более совершенных технологий.

Объективно необходимый и важнейший элемент рыночной экономики - конкуренция - играет определяющую роль в стимулировании инновационной деятельности и создании условий для социально-экономического развития общества.

Можно утверждать, что накопление и развитие инновационных компонентов, а затем их превалирование в конкурентной борьбе производителей привело к возникновению нового типа конкуренции - инновационной конкуренции. Инновации, как основа развития ценовых и неценовых преимуществ производителей, стали первопричиной формирования новой парадигмы конкурентных отношений и новых подходов к их регулированию.

Эффективность инновационной деятельности становится основным детерминантом успеха производственной деятельности, а инновационная конкуренция распространилась не только на товарные рынки, но и на рынки труда и капитала. Накопление экономического потенциала и интенсификация производственных процессов за счет реализации инновации основаны на получении специфических, многовариантных и разноплановых преимуществ в хозяйственной деятельности и оперировании на различных рынках.

Инновации позволяют сформировать новое качество компетенций производителя, расширяют возможности влияния на параметры функционирования рынка, его структуру и конъюнктуру.

В мировой экономике в условиях расширения и углубления глобализационных процессов формируется новый информационно-инновационный (постиндустриальный) уклад, в основе ко-

торого первоначально лежали принципы свободной конкуренции, а затем принципиально иной ее тип - инновационная конкуренция. Однако неверно смешивать понятия "свободная конкуренция" и "инновационная конкуренция", так как последнее совершенно иной аспект, типизация по другому классификационному признаку.

В связи с вышеизложенным актуальной задачей современной экономической науки выступает исследование сущности и особенностей инновационной конкуренции, выявление объективных причин ее возникновения как нового феномена и атрибута общественно-экономического развития.

Идентификации инновационной конкуренции как специфического типа конкуренции, характеризующегося новыми качественными компонентами и факторами соперничества, принципами и особенностями реализации преимуществ, посвящено множество современных экономических исследований.

Так, доминирование "инновационных" детерминант в конкурентной борьбе подчеркивал еще в начале XX в. один из основателей инновационной теории длинных циклов Й. Шумпетер<sup>1</sup>. Концепция Й. Шумпетера базируется на положении о принципиальной важности и особой природе борьбы нового со старым как проявления экономического соперничества. Й. Шумпетер подчеркивает динамичный характер конкуренции, который обусловлен именно осознанием роли и возможностей инноваций и повышением инновационной активности.

Изменение базовых компонентов конкуренции констатирует М. Портер<sup>2</sup>, обращая внимание на то, что конкуренция в сфере реализации инноваций подвержена тем же тенденциям, что и "традиционная". М. Портер учитывает при-

оритетное влияние инноваций, исследует их типы и влияние. В основе его тезиса о существовании совершенствующейся (upgrading) экономики и объяснения особенностей этой модели лежат положения о возможностях инноваций в создании и развитии конкурентных преимуществ.

Дефиниция “инновационная конкуренция” используется О. Чернегой<sup>3</sup>. Анализируя факторы обеспечения конкурентоспособности и этапы развития конкурентной борьбы, автор отмечает снижение значимости ценовых факторов и появление в 50-х гг. XX в. инновационной конкуренции. Исходя из этого, можно говорить о некоем этапе развития конкурентных отношений. О. Чернега не дает их определения, однако рассматривает существенные признаки (например, что основным предметом соперничества выступают инновационные преимущества) и черты данного явления (например, подчеркивается скачкообразный характер этого типа конкуренции).

Г. Гейер считает, что инновационную конкуренцию можно рассматривать как борьбу между товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров при ограниченном платежеспособном спросе потребителей с целью максимизации прибыли или для реализации иных целей на основе инновационной деятельности во всех формах и проявлениях<sup>4</sup>. Г. Гейер, исследуя объективную обусловленность инновационной конкуренции, установил некоторые ее особенности (высокий динамизм рынка, “агрессивный” характер, изменение предпочтений потребителей, усиление обратной связи “рынок-производитель” и т.п.), однако автор не дал необходимых пояснений, что не позволяет полноценно объяснить сущность инновационной конкуренции.

В качестве одной из особенностей инновационной конкуренции может быть рассмотрено наличие специфического положения - положения “вне конкуренции” (временное отсутствие конкурентов на рынках продуктов, при производстве которых решающую роль играет интеллектуальный капитал, заложенный в инновации).

Так, А. Фоломьев, исследуя инновационный тип развития хозяйственных систем, отмечает, что одним из его признаков выступают новаторские цели деятельности, ее инновационные результаты в каждом периоде развития по сравнению с предыдущим<sup>5</sup>.

В. Журило, сравнивая рынки продуктов высоких технологий и товаров массового спроса, выделяет особенности рынка продуктов высоких технологий, среди которых:

- высокий уровень риска, связанный с разработкой и выводением продукта на рынок;

- высокая динамичность рыночных процессов;

- интенсивная конкуренция;

- повышенная значимость имиджа производителя;

- слабость рыночных сил покупателя;

- низкая значимость ценового фактора для потребителя при покупке высокотехнологического продукта<sup>6</sup>.

Ввиду того что на рынках продуктов высоких технологий инновационные компоненты конкуренции доминируют в явной форме, особенности этого рынка коррелируют со спецификой самой инновационной конкуренции.

Большой интерес современных ученых к исследованию инновационных компонентов развития, вопросов обеспечения конкурентоспособности за счет инноваций, маркетинга новых продуктов, коммерциализации инноваций проявляется в большом количестве соответствующих научных работ, охват которых не представляется возможным в рамках настоящего исследования.

Анализ приведенных работ позволяет установить, что интегрированный подход к рассмотрению конкуренции и инноваций фактически только начинает формироваться. В этой связи принципиальным является формирование базовых методологических подходов к определению сущности и особенностей инновационной конкуренции.

Конкуренция естественным образом ведет к концентрации усилий и капитала, мобилизации всех возможностей на достижение определенных преимуществ, необходимого качества всех составляющих производственно-хозяйственной деятельности, позволяющего не уступать конкурентам или превосходить. Это в современных условиях достаточно часто связано с реализацией определенных инноваций, но не всегда.

Инновации позволяют создать и развить многие прямые и косвенные преимущества, увеличить ключевые компетенции производителя, улучшить его внешнюю и внутреннюю среду. В этой связи следует использовать понятие “инновационная конкуренция”, которое фокусирует внимание (иногда даже преувеличенно) на *инновациях как средстве достижения конкурентных преимуществ*.

Понятие “инновационная конкуренция” подчеркивает одну сторону, особенность, связанную с реализацией инноваций, которая в современных условиях представляется определяющей, ключевой и первостепенной.

На первый план выводятся *возможности, которые предоставляют инновации в борьбе с конкурентами*.

Конкуренция в целом и инновационная конкуренция в частности повышают восприимчивость экономической среды и мотивацию производителей к инновационным преобразованиям, воспитывает предприимчивость и инициативу у субъектов рынка, усиливает осознание роли инноваций и ориентирует на получение конкурентных преимуществ, связанных с их реализацией. Производители оценивают масштабы этих преимуществ и соответствующим образом подходят к поиску необходимых инноваций, что повышает инновационную активность.

При определении сущности инновационной конкуренции в том или ином контексте могут использоваться поясняющие дефиниции: “конкуренция на основе инноваций”, “конкуренция за счет инноваций”, “конкуренция посредством инноваций”, “конкуренция в сфере инноваций”. Они отражают определенные формы и элементы конкурентного соперничества в условиях *инновационной конкуренции*.

Конкуренты ведут борьбу за рынки сбыта продукции, сырье, сферы приложения капитала, отдельные виды ресурсов и т.д. Такое соперничество принимает различные формы и характер. В объяснении факторов, методов, составляющих и сфер конкуренции просматривается роль инноваций. Они позволяют конкурентам “задавать” критерии эффективности производственно-хозяйственной деятельности и сегодня сами по себе становятся важнейшим предметом соперничества производителей.

Инновационная деятельность как сфера конкуренции производителей выступает основой инновационной конкуренции, характеризуется рядом особенностей по формам и методам, но не по смыслу. Эти особенности связаны, прежде всего, с получением и использованием ресурсов, необходимых для разработки и реализации инноваций, с коммерциализацией результатов, организацией и финансированием инновационных процессов.

Учитывая то, что эффективность инновационной деятельности становится основой успеха и процветания производителей, следует отметить, что инновационная конкуренция в определенной степени распространилась не только на внутриотраслевое соперничество, но и на межотраслевое, внутрикорпоративное и межсистемное (если говорить о странах, интеграционных группировках стран, экономических блоках, диверсифицированных транснациональных структурах и т.п.).

Значение инноваций как конкурентоспособного фактора проявляется в соперничестве между различными формами бизнеса (малый, средний и крупный бизнес), а также между произво-

дителями в различном “рыночном статусе” (между монополиями и немонополизированными производителями, между монополиями смежных отраслей, между немонополизированными производителями смежных или различных отраслей и т.п.).

Таким образом, неполнота и несовершенство в объяснении современной конкуренции наталкивают на необходимость поиска новой парадигмы, которая в условиях современного информационно-инновационного уклада трансформируется в модель “инновационной конкуренции”.

Под *инновационной конкуренцией* понимается современная модель конкуренции, свойственная постиндустриальной экономике, когда в число факторов производства включен новый, пятый, превалирующий над традиционными (земля, капитал, труд, предпринимательство) фактор – “знания”, – обеспечивающий в краткосрочном периоде времени достижение конкурентных преимуществ и кратковременной монопольной власти посредством выпуска неведомых неизвестных ранее товаров и услуг или применения совершенно неожиданных технологий, орудий и средств производства на основе последних научных достижений, позволяющих резко снизить издержки на выпуск единицы продукции с целью кратковременного (до имитационного, массового основания конкурентами) присвоения монопольно высокой прибыли, источником которой является инновационная рента, или избыточная прибавочная стоимость.

В свою очередь, инновационная конкуренция по критерию масштабности бывает внутриотраслевой и межотраслевой, внутристрановой, международной и глобальной. При этом некоторые зарубежные экономисты (Р. Авени, М. Брун) в рамках инновационной конкуренции по характеру и методам ее осуществления выделяют так называемую гиперконкуренцию<sup>7</sup>.

Развивая идею гиперконкуренции, С.А. Дятлов вводит понятие “глобальная инновационная гиперконкуренция”<sup>8</sup>.

В рыночных условиях оценка выявления критериев и показателей оценки конкурентных факторов инновационного развития экономики является одним из важнейших инструментов при принятии управленческих решений на различных уровнях экономической системы.

Нами представлены возможные критерии и показатели отдельных конкурентных факторов:

- первый – объективно-эндогенный – конкурентный фактор – это место и роль хозяйствующего субъекта в общественном (в том числе международном) разделении труда, т.е. речь идет о роде деятельности данного хозяйствующего

субъекта через призму его специализации и кооперирования в общественное производство;

- второй - объективно-эндогенный - конкурентный фактор - определяется уровнем технологичности данного хозяйствующего субъекта, т.е. каким уровнем технологического уклада (1-6-й уклады) он "вооружен";

- третий - субъективно-эндогенный - фактор - это реальная конкурентоспособность данного хозяйствующего субъекта, определяемая, в свою очередь, его конкурентным качеством, состоящим из синтеза конкурентной силы и конкурентной воли данного хозяйствующего субъекта;

- четвертый конкурентный фактор - это наличие или отсутствие у хозяйствующего субъекта структуры по мониторингу деятельности конкурентов и по конкурентному анализу;

- пятый - эндогенно-субъективный - конкурентный фактор - степень инновационности хозяйственной деятельности данного субъекта, т.е. каким уровнем глубины инновации владеет и как его реализовывает данный хозяйствующий субъект в своей деятельности. Этот фактор мы назвали инновационным конкурентным фактором. Показатель определяется эмпирически по свойствам товаров и услуг, которые выпускаются и предоставляются данным хозяйствующим субъектом, и применяемым им знаниям, интеллекту и новшествам;

- шестой конкурентный фактор - экзогенный - фактор среды относительно хозяйствующего субъекта, т.е. институциональная среда.

Показателем институциональной среды выступает уровень законодательства, деятельность институтов управления и государственного регулирования, внутренняя и внешняя безопасность, условия открытия бизнеса, его поддержка государством, развитие предпринимательской среды, и наконец, наиболее важная составляющая институциональной среды - это уровень государственной защиты и развития добросовестной конкуренции, ограничение и регулирование монополистической деятельности.

Показатель данного конкурентного фактора имеет более качественную и субъективную окрас-

ку количественному измерению не поддается. Возможная характеристика этого показателя - пятибалльная система: "очень плохо", "плохо", "удовлетворительно", "хорошо" и "отлично".

Следующий экзогенный конкурентный фактор общесоциумной среды - это тип (или форма) государственного управления (монархический, конституционно-монархический, парламентский, президентский, смешанный). Связанный с предыдущим экзогенный конкурентный фактор общесоциумной среды именуется типом государственной власти: теократия, аристократия, монархия, демократия, ксенократия, клептократия и т.д. Показателем воздействия как предыдущего, так и рассматриваемого фактора может служить оценка "окажет отрицательное влияние" либо "окажет положительное влияние".

Рассмотренные факторы дают достаточное, с точки зрения автора, представление о механизме воздействия экономического и конкурентного факторов на инновационные отношения в конкурентной среде.

<sup>1</sup> Шумпетер Й. Теория экономического развития : пер. с нем. / под ред. А.Г. Милейковского. Москва, 1982.

<sup>2</sup> Портер М. Конкуренция : пер. с англ. Москва, 2000.

<sup>3</sup> Чернега О.Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отношений. Донецк, 1999.

<sup>4</sup> Украина в системе международного разделения труда : монография / О.Б. Чернега [и др.]; под ред. О.Б. Чернеги. Донецк, 2007.

<sup>5</sup> Фоломьев А. Обоснование инновационного типа воспроизводства // Экономист. 2005. □ 8. С. 40-45.

<sup>6</sup> Журило В.В. Особливості розвитку ринку продукції високотехнологій // Актуальні проблеми економіки. 2003. □ 2. С. 62-65.

<sup>7</sup> Aveni R. Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering. New York, 1994. P. 57. Цит. по: Теоретическая экономика. 2012. □ 6. С. 45. URL: [www.theoreticaleconomy.info](http://www.theoreticaleconomy.info).

<sup>8</sup> Дятлов С.А. Глобальная инновационная гиперконкуренция как фактор трансформации и развития экономических систем // Теоретическая экономика. 2012. □ 6. С. 45. URL: [www.theoreticaleconomy.info](http://www.theoreticaleconomy.info).

Поступила в редакцию 02.04.2015 г.