С.А. Дятлов,
профессор Санкт-Петербургского государственного
университета экономики и финансов,
доктор экономических наук

Глобальная инновационная гиперконкуренция как фактор лидерства в мировой экономике*

В XXI веке, на наш взгляд, следует говорить о возникновении качественно нового вида конкуренции – гиперконкуренции, или инновационной гиперконкуренции, т.е. управляемом гиперконкурентном развитии глобальных рынков в условиях использования опережающих доминантных инноваций, обусловливающих интеграцию в глобальные структуры и включающих новые, передовые методы конкурентной борьбы.

Сегодня возникает целый класс новых явлений и процессов, которые требуют нового научного осмысления и систематизации, концептуального теоретико-методологического исследования и обоснования их сущности, а также разработки нового категориального аппарата и введения в научный оборот системы новых взаимосвязанных понятий. Основы такого подхода были предложены нами в ряде предыдущих работ[1].

В условиях всеохватывающей глобализации национальные государства, с одной стороны, во все большей степени, все более разнообразно и жестко конкурируют между собой, в том числе за право контролировать и управлять экономическими процессами, что во многом определяет их статусное лидерство и высокую конкурентоспособность на мировых рынках. С другой стороны – формируются новые глобальные (наднациональные) институты и центры управления, координации и контроля национальных, межрегиональных и мировых экономических

[1] Дятлов С.А. Глобальная инновационная гиперконкуренция: стратегия, механизм, показатели // Стратегия и инструменты управления экономикой: материалы третьей международной научно-практической конференции. – СПб.: ИПЦ СПбГУТД, 2010; Инновационная гиперконкурентность в глобальной экономике // Социально-экономические проблемы формирования инновационной экономики России. – В.Новгород. НовГУ, 2010; Глобальная инновационная гиперконкуренцмя как фактор трансформации мировой экономики // Философия хозяйства. № 4. 2010; Глобально-сетевые институты регулирования в инновационном развитии мировой экономики / Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях перехода к инновационному развитию. – СПб. Изд-во Астерион, 2010.

* Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ, проект № 10-02-00375а «Трансформация национальной инновационной системы в условиях гиперконкурентного развития рынков».

систем. Качественно меняются, становятся более гибкими, активными и тотальными основные концепции, модели, методы, механизмы и формы регулирования экономики и конкурентной борьбы на глобальном, национальном, региональном, отраслевом, микроуровнях.

Сегодня в условиях всеохватывающей глобализации, всемерного развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и обострения конкурентной борьбы на мировых рынках главной характеристикой передовой экономики становится глобальная конкурентоспособность. Системными элементами глобальной конкурентоспособности являются новые знания (компетенции), управляемость, динамизм, мобильность, инновационность, эффективность и гиперконкурентность, которые определяют глобализационные преимущества мировых стран-лидеров и технологически передовых транснациональных компаний.

Понятие «гиперконкуренция» подробно исследовал Р. Авени. По его мнению, гиперконкуренция характеризуется «постоянно нарастающим соперничеством в форме быстро появляющихся товарных инноваций, ускорением осуществления НИОКР, агрессивной конкуренцией цен и компетентностей и экспериментированием с новыми подходами к обслуживанию покупательских потребностей». Р. Авени использует термин «гиперконкуренция» для описания отраслевой окружающей среды, характеризующейся интенсивными и быстрыми действиями конкурентов, когда соперники, чтобы получить рыночное превосходство и разрушить преимущества своих конкурентов, должны поступать молниеносно[2].

Важнейшим свойством глобальной инновационной стратегии и средством ее реализации является гиперконкуренция, которая по своим характеристикам в рамках терминологии Й.Шумпетера близка к понятию «креативной деструкции» (creative destruction), или созидательному разрушению рынка.

Воздействие инноваций на конкурентоспособность и экономический рост является всеобщей закономерностью. Возрастание динамичности и глобального характера конкуренции требует глубокого понимания специфики инновационного роста, факторов инновационности и поведения хозяйственных субъектов. Уровень неопределенности будущих результатов и высокие риски подавляют инновации. Конкуренция и ожидаемые выгоды их стимулируют. В отличие от отраслей, имеющих черты монополии или олигополии, отрасли, испытывающие возрастание конкуренции и сокращение жизненного цикла продукции, требуют своевременных и эффективных инноваций. Эти факторы наиболее сильно проявляются в глобальных отраслях, действуя в которых, фирмы решают задачи глобальной интеграции и организации международных операций в целях достижения эффективности и ведения конкурентной борьбы на глобальном уровне.

Гиперконкуренция характеризуется постоянно нарастающим соперничеством в форме быстро появляющихся технологических, управленческих и товарных инноваций и предполагает осуществление передовыми компаниями на основе научно-технологических и организационно-управленческих инноваций гибких, интенсивных и быстрых действий против конкурентов с целью получить рыночное превосходство и разрушить преимущества своих конкурентов.

В условиях тотальной и всеобъемлющей глобализации возникает новый тип компаний – с новыми интегративными функциями, задачами и методами гиперконкурентной борьбы в глобальной экономике. Гиперконкуренция и обусловлена появлением на локальных, отраслевых, национальных и мировых рынках (как традиционных, так и виртуально-сетевых) качественно новых, успешных конкурентов, которые получили название гиперконкуренты (hypercompetitor). По нашему мнению, гиперконкурентные компании (кор-

[2] Aveni. R. Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering. – New York: The Free Press, 1994. – P. 57.



порации) предлагают инновационные товары, услуги, сервисы обслуживания и управления, характеризующиеся глобальной инновационностью. Она характеризуется, прежде всего, предложением опережающих инновационных высококонкурентных товаров, услуг и сервисов с качественно новыми, во многом универсальными функциями и потребительскими свойствами, на которые на мировых рынках предъявляется устойчивый спрос. И неудивительно, что они получают статус глобальных новинок, брендов (дифференцированных по видам и маркам), формирующих и расширяющих новые ниши на глобальных рынках и развивающих новые потребности и предпочтения потребителей большинства стран мира.

В этом смысле более точно суть анализируемых процессов, происходящих в современной глобальной экономике, отражает вводимое нами новое понятие: «глобальная инновационная гиперконкуренция». Это динамичный, всеохватывающий процесс инновационного (информационно-идеологического, научно-образовательного, сервисно-технологического, организационно-управленческого) соперничества на глобальных рынках между ведущими высокотехнологичными компаниями-лидерами, представляющими, как правило, наиболее развитые страны мира.

В связи с этим мы также вводим новое понятие: «глобальные инновационные гиперконкурентные компании или корпорации» (ГИГК). Речь идет не просто о крупных традиционных промышленных корпорациях. Следует иметь в виду, что в современной глобальной информационно-инновационной экономике все большая доля бизнеса ГИГК осуществляется в глобальной сети Интернет. Например, одной из ведущих компаний мира с многомиллиардной капитализацией является глобальная поисково-сервисная система Google, которая относится к типу ГИГК.

ГИГК с их интегративно-комплексным, всеохватывающим подходом к инновациям отличает крупный размер, доминирование на рынке, высокая капитализация, матрично-сетевая гибкая структурно-функциональная организация и эффективный интерактивный менеджмент. Главные свойства ГИГК – это глобальность, инновационность (инновационное опережение), гиперконкурентность. Особо подчеркнем, что ГИГК принципиально отличаются от крупных традиционных компаний (например сырьевых), чья деятельность базируется на традиционных ресурсах и традиционных (инновационно запаздывающих) методах маркетинга, менеджмента и конкурентной борьбы. Именно ведущие мировые ГИГК обеспечивают высокий динамизм, инновационность, гиперконкурентность, статусность и лидерство на все больше глобализирующихся мировых, национальных, региональных и локальных рынках.

На наш взгляд, следует различать понятия «инновационное опережение (опережающие инновации)» и «инновационное запаздывание (запаздывающие инновации)». Первое понятие выражает важнейшее свойство и функцию ведущих ГИГК – мировых лидеров, а второе понятие – традиционных компаний, находящихся в роли догоняющих, имитирующих и использующих посредством покупки лицензий у ГИГК и копирования их передовых инновационных разработок.

Лидерство ГИГК, наряду с опережающими инновациями, обеспечивается сетевой интеграцией бизнеса, технологической конвергенцией и сетевой организационно-управленческой координацией деятельности своих горизонтальных и вертикальных структур и партнеров. При этом ГИГК преодолевают ограничения, границы и барьеры национальных правительств, институтов и конкурентов. Проникая таким образом на национальные, региональные и локальные рынки, ГИГК одновременно глобализируют данные рынки и вовлекают в глобализационные процессы соответствующие национальные, региональные и локальные институты регулирования.

Важнейшей функцией ГИГК является их способность созидательно разрушать (кон-

курентно трансформировать) национальные, региональные, моно- и олигополистические рынки. Глобальная инновационная гиперконкуренция созидательно разрушает и целенаправленно трансформирует ее как по параметрам инновационности, так и по параметрам цены, качества, сервисности и прибыльности. ГИГК аккумулируют, отбирают, патентно фиксируют и закрепляют за собой различные новые идеи, концепции, технологии, товары, дизайны, сервисы, аутсорсинг, компетентности, методы управления.

Следует ввести еще одно новое понятие: «доминантная инновация» и связанное с ним понятие «полифункциональной инновации». Из всей совокупности аккумулированных новшеств выбирается доминантная инновация, которая отвечает признакам глобальной, опережающей, долговременной гиперконкурентной инновационности. И именно такая опережающая доминантная инновация, на которую целенаправленно формируется устойчивый эффективный спрос, становится центром концентрации усилий, объектом интенсивных вложений, активно финансируется на стадии НИОКР. Также активно осваивается, производится и продвигается на глобальные рынки – с целью обеспечения комплексных глобализационных гиперконкурентных преимуществ ГИГК.

В отличие от традиционных товаров доминантные, полифункциональные инновационные товары в силу своей новизны обладают инновационной брендовостью, опережающей уникальностью и относительной ограниченностью. Их универсальность и интегрированность (в одном товаре объединены несколько передовых технологий, например планшеты Apple iPad, предоставляющие потребителям несколько интегративно взаимосвязанных интерактивных услуг) способствуют конкуренции и оптимизации производства и управления. Доминантные товары стимулируют экономическую активность производителей и потребителей; способствуют повышению эффективности использования ресурсов, росту качества интеллектуального капитала, наукоемкости продукции и капитализации предприятия. В итоге – повышают эффективность производства и общую производительность.

Полифункциональная сервисно-продуктовая инновация имеет общую, особую и специфическую потребительную ценность, цену и прибыльность. Вот почему именно глобальные гиперконкурентные инновационные корпорации предопределяют глобализационные преимущества мировых стран-лидеров (США, ЕС, Японии) в современных условиях. Передовые ГИГК способны обеспечить привлечение крупных инвестиций в конкурентные инновационные проекты, успешную реализацию целевых финансовых стратегий. Реализация этих стратегий обеспечивается как привлечением средств на фондовых и кредитных рынках, так и посредством слияний и поглощений, осуществляемых крупнейшими компаниями мира, а также посредством поддержки не только национальными государствами, прежде всего – глобальными наднациональными управленческими и финансовыми структурами, которые заинтересованы в обеспечении высокого динамизма мировой экономики посредством стимулирования глобальной гиперконкуренции на мировых рынках.

Главной функцией и задачей передовых ГИГК является создание, продвижение и реализация гиперконкуренции (hypercompetition), или глобальной инновационной гиперконкуренции, базирующейся на передовых информационных научно-образовательных, ресурсно-технологических, финансово-экономических и организационно-управленческих инновациях. В конечном итоге – на технологиях глобального инновационного лидерства. Это предполагает постепенный переход от традиционной, характерной для индустриальной эпохи ценовой конкуренции к конкуренции информационно-сетевой эпохи с ее гиперконкуренцией новых знаний и продуктов, сетевых эффектов, качества, брендов и компетентностей.

Лидирующие позиции на мировых рын-



ках сегодня обеспечиваются использованием ИКТ, интеграции, интеллектуального капитала, креативных способностей работников и менеджмента компаний. Следует выделить такие важные свойства гиперконкуренции, как инновационная креативность специалистов – носителей информационно-интеллектуального капитала и лидерство менеджмента (высококвалифицированных топ-менеджеров) ГИГК.

Современный мировой рынок в вопросах конкуренции на первое место ставит инновационные технологии, товары и услуги, пользующиеся глобальным устойчивым повышенным спросом (так, сегодня это биотехнологии, нанотехнологии, технологии объемного 3D-видеоформата). Именно такие, пользующиеся устойчивым повышенным спросом на мировых рынках новые знания, новые лидерские (опережающие) методы конкурентной борьбы и менеджмента, инновационные технологии и товары являются важнейшими факторами глобальной инновационной гиперконкуренции.

Инновационная гиперконкуренция чрезвычайно изменчива, динамична и мобильна, так как никакое конкурентное преимущество, включая статусно-брендовое и инновационно-технологическое, не может существовать вечно. Со временем оно нивелируется, теряет силу. Поэтому компании, реализующие стратегию глобального инновационного лидерства, должны активно и постоянно инвестировать в новые разработки, в квалифицированных специалистов, в менеджмент, осуществлять захват и удержание инновационных ниш на мировых рынках, участвовать в международных технологических трансферах инноваций, чтобы оставаться глобальным статусно-технологическим лидером. Это под силу только крупным передовым корпорациям – глобальным лидерам, т.е. ГИГК.

Современный опыт функционирования ГИГК показывает: чтобы захватывать и сохранять рыночное лидерство, компании необходимо не только использовать конкурентные преимущества, интеграцию бизнеса, технологическую имитацию, рекомбинирование компетентностей, но и превращать слабые стороны в сильные. Это обычно осуществляется на основе инновационного обновления, технологического и статусного доминирования, а также активного использования гибких интерактивных методов конкурентной борьбы, базирующихся на принципах опережения и программирования (управленческого манипулирования), экономическим поведением потенциальных конкурентов. Корпорация-гиперконкурент должна быстро усваивать новые знания, технологии, передовые методы конкурентной борьбы, компетентности и менеджмента, при этом нести значительные расходы на агрессивно-опережающую конкуренцию, преодолевать национальные границы и протекционные барьеры при быстром выходе на мировые рынки и захвате их значительной доли, гибко вовлекать в сферу своих интересов потенциально полезных партнеров.

Для передовых ГИГК наиболее подходящей стратегией в данном случае является стратегия агрессивного инновационно-технологического лидерства, или стратегия глобальной инновационной гиперконкурентности, важнейшими элементами которого являются методы активной гиперконкурентной борьбы и инновационно-управленчсекого опережения. В этом смысле мы вводим новое понятие: «опережающая инновационная гиперконкурентность». Передовые ГИГК – это компании-лидеры в мировой экономике, одновременно ее базисные элементы, несущие конструкции, креативные двигатели, инновационные импульсы и решающие факторы высокого динамизма и устойчивого развития глобальной экономики.

Важнейшим условием глобальной инновационной гиперконкуренции является своевременный или опережающий выход ГИГК на мировые рынки с новым знанием, интеллектуальной инновацией менеджмента, технологически передовым инновационным товаром, что предполагает использование опе-

режающих методов грамотного маркетинга, менеджмента и перспективное позиционирование на мировых рынках. Целевыми характеристиками и основными показателями глобальной инновационной гиперконкуренции выступают глобализационное статусное и технологическое лидерство, захват и удержание значительной доли мирового рынка, формирование и поддержание устойчивого повышенного спроса на производимую данной компанией инновационную продукцию. В этом ряду также стоят глобализационное закрепление и защита прав и границ интеллектульной собственности, инновационности, брэндов, товарных знаков и статуса ГИГК, рассматриваемых как индикаторы экономической силы, мощи и ролевой статусности глобальной компании на мировых рынках.

Ценность бренда и статусности глобальной компании заключается в спецификации и защите прав интеллектуальной собственности, коммерциализации и капитализации инновационно-научных идей, патентов, изобретений и их адекватной оценки мировыми рынками, а также признание мирового лидерского статуса ГИГК большинством потребителей и конкурентов. В значительной мере институционально-лидерский инновационно-конкурентный статус ГИГК обеспечивается поддержкой не только национальных институтов государственного управления, но и глобальных (наднациональных) институтов и центров управления. В этих условиях ГИГК получают и присваивают глобализационную интеллектуально-статусную ренту, которая имеет информационную природу.

В результате реализации стратегии глобальной инновационной гиперконкурентности ГИГК получают в определенное время инновационную гиперконкурентную прибыль, статусно-брендовую и информационно-инновационную ренту.

Для передовых ГИГК главной является стратегия агрессивного инновационно-технологического лидерства, или стратегия глобальной инновационной гиперконкурентности. Важнейшие элементы этого – методы создания и воспроизводства новых конкурентных преимуществ, инновационно-управленческого опережения, ведения активной и гибкой гиперконкурентной борьбы.

Ключевые слова: ИКТ; НИОКР; ГИГК; рыночное превосходство; «креативная деструкция»; глобальная интеграция; инновационное опережение; инновационное запаздывание; компании-лидеры.

Keywords: ICT; research and development; the market superiority; «creative destruction»; global integration; inno-vatsionnoe an advancing; innovative delay; the companies-leaders.