DOI: 10.17117/na.2016.04.01.077

Поступила (Received): 24.04.2016

<http://ucom.ru/doc/na.2016.04.01.077.pdf>

Дрючина Е.И. Гиперконкуренция

Druchina E.I. Hypercompetition

В статье анализируется определение термина «гиперконкуренция», особенности проявления нового вида конкуренции в современных условиях развивающейся рыночной экономики в мире. Анализируется сложный характер гиперконкуренции, которая может проявляться на разных уровнях: на товарных рынках, между крупными инновационными корпорациями и странами

Ключевые слова: гиперконкуренция, созидательное разрушение рынка, инновационная активность бизнеса

The term "hypercompetition" is being analysed in this article, as well as features of new type of competition being used in developing economics situation in the modern world. The complicated nature of hypercompetition is being analysed, while looking at different levels of the market that it affects, such as at commodity market and between large innovative corporations and countries

Key words: hypercompetition, creative market destruction, innovative business activity

Дрючина Елена Ивановна

Кандидат экономических наук, доцент
Московский финансово-промышленный
университет «Синергия»
г. Москва, Ленинградский проспект, 80

Druchina Elena Ivanovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Moscow financial-industrial university "Synergy"
Moscow, Leningradsky ave., 80

В современных условиях глобализации мирового рынка наблюдается резкое обострение конкурентной борьбы на всех уровнях, как на межгосударственном, так и на уровне отраслей, производств, компаний. Международный бизнес превращается из совокупности стран в систему крупных, глобальных, национальных и транснациональных структур. Значительно усложняется институциональная конкурентная среда международного бизнеса. Она включает, в настоящее время, множественность субъектов. Все это преобразует международную конкурентную среду, разрушается региональная изолированность субъектов предпринимательства, растет число конкурентов на мировом рынке. Глобализация конкуренции выражается в интеграции партнерства и сотрудничества компаний с тем, чтобы противостоять глобальным крупным конкурентам.

В этих условиях усиливается конкурентная борьба между субъектами предпринимательства за мировое лидерство и странами за рынки и сферы влияния. Возникают новые формы конкурентной борьбы практически на всех уровнях. Компании, являющиеся мировыми лидерами, стремятся использовать но-

вые инструменты в конкурентных отношениях. Все большую роль в конкурентной борьбе играет инновационный потенциал, способность постоянно развивать компанию, непрерывно обновляя, диверсифицируя ее деятельность в ассортиментном, а также географическом направлениях. Современная конкуренция приобретает характер бескомпромиссной борьбы между соперниками за выживание, стремление к сохранению суверенитета, ресурсов, финансов, мобилизации всех сил для достижения конкурентных преимуществ. Качественно меняются основные концепции, методы, механизмы регулирования экономики и конкуренции как на глобальном, так и на национальном, отраслевом, локальном уровнях, они становятся более гибкими.

Профессор Ю.Б. Рубин, рассматривая сущность конкуренции как института рыночной экономики, отмечает, что «конкуренция является объектом последовательной эволюции свободного, не стеснённого никакими ограничениями соперничества, она последовательно эволюционирует к современным формам институализации. Каждому историческому состоянию рыночной экономики соответствует свой тип конкуренции как института рыночной экономики» [1, с. 429]. В XXI веке возникает новый вид конкуренции-гиперконкуренция или инновационная конкуренция. Она включает новые методы воздействия на цели, мотивы, интересы, потребителей. Все чаще национальные государства жестко конкурируют за новые научные знания, контроль сырьевых ресурсов, инновационные, финансовые средства, собственность на интеллектуальный и информационный капитал [2, с.14].

Различные тактические приемы, модели конкурентного поведения компаний инновационного предпринимательства подробно исследованы Ю.Б. Рубиным. Он отмечает, что для инновационного типа конкурентного поведения субъектов предпринимательства характерна наступательная тактика, которую следует определить, как инновационное наступление. Ю.Б. Рубин выделяет и анализирует особые стереотипные формы конкурентного поведения таких фирм. Это – инициативность, рискованность, агрессивность и бескомпромиссность. «Уровень агрессивности в конкурентном поведении таких компаний оказывается очень высоким – от обычной агрессии до чрезвычайной, так как эти компании защищают освоенный ими узкий рыночный сегмент/сектор. Осуществление разнообразных приемов конкурентной борьбы может проводиться компаниями и корректно, но общим правилом является их некорректность по отношению к соперникам, многие из которых способны создать фирмам достаточно серьезные проблемы. Такие предпринимательские фирмы действуют в соответствии с инновационной ролевой функцией хладнокровно и расчетливо». [3, с. 523-527]. Существует несколько трактовок определения сущности понятия гиперконкуренции известными учеными-исследователями в этой сфере.

Так, например, понятие «гиперконкуренция» подробно исследовал профессор Бизнес-школы Дартмутского колледжа Ричард Д'Авени. По его мнению, гиперконкуренция характеризуется «постоянно нарастающим соперничеством в форме быстро появляющихся товарных инноваций, сокращением времени НИОКР, агрессивной конкуренцией цен и компетентностей и экспериментированием с новыми подходами к обслуживанию покупательских способностей»

[4, р. 57]. Р. Д'Авени использует термин «гиперконкуренция» для описания отраслевой окружающей среды, характеризующейся интенсивными и быстрыми действиями конкурентов, когда соперники должны действовать молниеносно, чтобы получить рыночное превосходство и разрушить преимущества своих конкурентов.

Отмечая сущность гиперконкуренции, Д'Авени пишет, что современный мир вступил в новую эру гиперконкуренции, которая обеспечивает сдвиг от медленно движущихся стабильных олигополий в направлении конкурентной среды, характеризующейся значительными, ударными темпами развития крупных компаний, способных на гиперконкуренцию. По его мнению, их целью является построение своей деятельности таким образом, как если бы для входа на эти рынки не было бы никаких препятствий. Д'Авени утверждает также, что конкурентное преимущество, которым обладает компания уже не является устойчивым на длительных отрезках времени. Оно постоянно создается, подвергается эрозии, уничтожается и вновь создается путем стратегического маневрирования.

Профессор Базельского университета, доктор политологии Манфред Брун исследуя гиперконкуренцию, акцентировал внимание на создании такой ситуации, когда субъекты все в большей степени подвергаются совокупному воздействию ранее изолированных друг от друга конкурентных факторов. Это, в свою очередь, ведет к возникновению многоаспектной динамичной и агрессивной конкуренции. [5, с.104]. М. Брун выделяет несколько отличительных признаков гиперконкуренции. Так, она одновременно может охватывать множество аспектов: издержки, качество, инновационные, креативные идеи, «ноу-хау», финансовое положение. В условиях гиперконкуренции менеджмент не может сосредотачивать усилия только на одном из конкурентных параметров, все их необходимо учитывать комплексно. Предприятия должны также принимать во внимание многоаспектный характер гиперконкуренции. Она может проявляться на разных уровнях: на товарных рынках, на финансовых рынках, между разными субъектами предпринимательства, в составе объединений, альянсов предприятий, в условиях, когда фирма соперничает с конкурентами не в одиночку, а заключив партнерское соглашение с другими производителями, поставщиками, партнерами, торговыми посредниками и др. Многоаспектность гиперконкуренции проявляется так же в том, что фирма на конкретную ситуацию на разных рынках реагирует по-разному. Конкурентное поведение предприятий в различных ситуациях может быть наступательным, оборонительным, изоляционистским.

Одним из признаков гиперконкуренции является возрастающая агрессивность участников конкурентной среды бизнеса. Поведение предприятий становится менее миролюбивым. Осуществляются прямые атаки лидеров для ослабления конкурентов, причем часто с нарушением существующих норм и правил. В современных условиях, когда рынки приобретают глобальный характер, проблема антимонопольного регулирования деятельности крупных корпораций приобретает особое значение. Если раньше деятельность антимонопольных ве-

домств была традиционно нацелена на защиту конкуренции между компаниями на национальном рынке, то теперь им все чаще приходится сталкиваться со случаями, когда условия конкуренции на национальных рынках нарушаются в результате сделок крупных транснациональных корпораций.

Так, например, известную компанию Apple, являющуюся в настоящее время одним из мировых лидеров на рынке бытовых электронных устройств, в последние годы антимонопольные ведомства США и Западной Европы обвиняют в нарушении антимонопольного законодательства, в частности, в злоупотреблении, доминирующем положением на рынке. В 2008 году Apple разработала и представила на рынок смартфон с сенсорным экраном iPhone, а в 2010 – планшетный компьютер iPad с приложениями к ним. Продукцию Apple отличает отсутствие операционной системы Windows, которая используется большинством персональных компьютеров. Таким образом, владельцы iPod, iPad, iPhone вынуждены приобретать программное обеспечение и цифровые приложения, предлагаемые только компаний Apple. Apple с 2003 года продает цифровые аудио- и видеозаписи через интернет-магазин iTunes Store, а с 2008 Apple запустила сервис видеопроката через интернет. Электронные предложения, как приобретаемые, так и получаемые бесплатно в онлайн-магазине iTunes Store, нельзя использовать на электронных мобильных устройствах других производителей из-за несовместимости программного обеспечения. Этот факт и явился главной причиной множества антимонопольных исков к компании Apple в США и Западной Европе [6].

По своим важнейшим признакам гиперконкуренция близка к введенному Й. Шумпетером понятию «созидательное разрушение рынка». Вводя в оборот это понятие, Й. Шумпетер подчеркивает, что инновации, технологии, рост без малейших сожалений и колебаний сметают со своего пути устаревшие технологии. В отсутствие созидательного разрушения общество обречено на застой и отказ от повышения уровня жизни, предполагаемого научно-техническим прогрессом. Экономическое развитие вращается около инноваций. Новые комбинации факторов позволяют снизить производственные расходы. Прибыль получает тот, кто раньше других использует нововведения. Когда же нововведения достаточно распространены, производственные затраты выравниваются, прибыль исчезает. Старые продукты и прежние формы организации вытесняются новыми, возникает процесс «созидательного разрушения». Реализуются новые комбинации факторов, избыточные сбережения направляются в развитие научно-технического прогресса. Фирмы приспособляются к новым условиям. Основной импульс происходит от новых потребительских благ, новых методов производства и транспортировки товаров на новые рынки и новые формы экономической организации компании. При этом Й. Шумпетер признает также, что по крайней мере в некоторых случаях можно говорить и о развитии старых направлений, движение по которым перегораживается «шлакбаумом» научно-технического прогресса не менее эффективно, чем он разрушает старые продукты, технологии, несомненно во многом уступающие приходящим на их место [7].

Инновации как известно являются основой экономического роста, так как стимулируют инвестиции, а инвестиции – спрос на новые разработки, технологии. Это позволяет экономике выдвигать новые требования к технологиям, стремится к расширению существующих рынков сбыта. Все это способствует росту реальной конкурентоспособности. Новые креативные идеи, радикальные инновации развивают компании, осуществляющие НИОКР, использующие в своей деятельности знания, защищенные патентами, имеющие партнерские отношения с известными в мире научно-исследовательскими центрами, занимающимися инновационными проектами.

Таким образом, в современных условиях ускорения разработки и внедрения инноваций в высокотехнологичных отраслях экономики можно говорить о возникновении конкуренция нового типа – инновационной гиперконкуренции, в полной мере, обладающей признаками шumpетеровской конкуренции, основой которой является процесс созидательного разрушения. Количество новых рынков, отраслей, производств где такая конкуренция происходит, постоянно и непрерывно возрастает.

Список используемых источников:

1. Рубин Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. М.: Маркет ДС 2007. С. 429.
2. Дрючина Е.И. Конкуренция в современных условиях глобализации рынка в мировой экономике // Роль бизнеса в трансформации общества. 2015. Ч. 2. С. 14.
3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательское конкуренции. М.: Маркет ДС, 2011. С. 523-527.
4. D'Aveni. R. Hypercompetiton: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering. New York, The Free Press, 1994. P. 57.
5. Брун М. Гиперконкуренция: характерные особенности, движущие силы и управление // Проблемы теории и практики управления. 1998. № 3. С. 104.
6. Lenta.ru 2012, 28 августа.
7. Schumpeter, J, 1997 *Capitalism, Socialism, Democracy* 2-nded New York: Harper and Brothers.