
НОВАЯ РОЛЬ И ФУНКЦИИ ГЛОБАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ГИПЕРКОНКУРЕНТНЫХ КОМПАНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ*

С.А. Дятлов, Т.А. Селищева

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
ул. Садовая, 21, Санкт-Петербург, Россия, 192171

В статье вводится новое понятие «глобальные инновационные гиперконкурентные компании» (ГИГК), анализируются их основные характеристики и функции в современной экономике; рассматривается понятие «гиперконкуренция» как новый вид конкуренции, возникающий между ГИГК на глобальных, национальных, региональных и локальных рынках; вводится новое понятие «доминантная инновация» и связанное с ним «полифункциональная инновация»; показана возрастающая роль ГИГК в современной глобальной экономике: эти компании обеспечивают инновационное научно-технологическое развитие, выступают локомотивами мировой экономики, являются основой экономики наиболее развитых стран мира, получают глобальную информационную ренту и гиперконкурентную прибыль.

Ключевые слова: глобальная инновационная гиперконкурентная компания, гиперконкуренция, доминантная инновация, информационная рента, глобальная гиперконкурентная прибыль.

Важнейшее место в современной глобальной экономике занимают крупнейшие транснациональные компании (Google, Microsoft, IBM, Apple, Intel, Samsung и др.). Гиперконкуренция является одним из новых и важных явлений современной глобальной экономики. Понятие «гиперконкуренция» (hypercompetition) впервые рассмотрел в своих работах Р. Д'Авени, трактуя его как интенсивные и быстрые действия конкурентов с целью получить рыночное превосходство и разрушить преимущества своих конкурентов [1].

В условиях тотальной и всеобъемлющей глобализации, гиперконкуренции, информатизации и сетизации происходит трансформация форм капитала и механизма их функционирования [2], возникает новый тип вертикально-сетевым и горизонтально-сетевым образом интегрированных компаний, которые мы называем глобальными инновационными гиперконкурентными компаниями (ГИГК). Их главными свойствами являются глобальность, инфосетизация, инновационность, гиперконкурентность, гибкость, мобильность, интегративность. Их отличает крупный размер, доминирование на рынке, высокая капитализация, матрично-сетевая гибкая структурно-функциональная организация и эффективный интерактивный менеджмент. Они принципиально отличаются от крупных традиционных компаний (например, сырьевых), чья деятельность базируется на традиционных ресурсах и традиционных методах маркетинга, менеджмента и конкурентной борьбы. Ведущие мировые ГИГК обеспечивают высокий динамизм, инновационность, гиперконкурентность, статусность и лидерство на глобальных (все больше глобали-

* Статья подготовлена при поддержке РГНФ, проект № 13-02-00415/13.

зирующихся мировых, национальных, региональных и локальных) рынках [3; 4]. Именно поэтому мы считаем актуальным исследование функционирования этих структур.

Сущность и основные характеристики ГИГК. Важнейшими характеристиками ГИГК являются виртуализация и сетизация бизнес-деятельности, наличие гибкой, адаптивной и динамичной сетевой структуры. Концепция виртуализации предприятий была разработана в [5]. Виртуальное предприятие есть сетевая, компьютерно-интегрированная организационная бизнес-структура, объединяющая неоднородные ресурсы, расположенные в различных точках пространства, а также разнообразных исполнителей и заказчиков.

ГИГК призваны обеспечить глобальное научно-технологическое инновационное развитие, выступая локомотивами мировой экономики и формируя глобальную информационно-инновационную, финансово-производственную и маркетинго-управленческую среду, а также глобальную информационно-сетевую концентрацию и оптимальное распределение факторов производства (преодолевая пространственно-временные и национально-протекционистские границы). При этом размываются национальные, регионально-отраслевые и корпоративные границы. Гибкая, адаптивная, динамичная сетевая структура виртуального предприятия создается путем информационной интеграции ресурсов взаимодействующих партнеров, за что ее часто называют квазипредприятием [6].

Новый тип вертикально-сетевым и горизонтально-сетевым образом интегрированных ГИГК-компаний предполагает во главе с крупной, головной (материнской) вертикально интегрированной компанией (корпорацией-холдингом) наличие гибкой горизонтально информационно-сетевой интеграции этой материнской корпорации с множеством мелких организаций и небольших компаний, объединенных на основе информационно-сетевых технологий и методов управления в распределенные сетевые взаимосвязанные производственные структуры. Вертикально-горизонтально-сетевое интегрирование крупной материнской корпорации и взаимодействующих с ней более мелких компаний-партнеров посредством глобальных распределенных виртуальных сетей сегодня является важнейшим механизмом достижения успеха в глобальной гиперконкурентной борьбе. Крупные ГИГК, находя на мировых рынках мелкие инновационные компании, или поглощают их, или интегрируют их под своим брендом в свою ГИГК-структуру.

Вертикально-горизонтально-сетевая интеграция предприятия позволяет осуществить интеграцию инновационных идей, разработок, технологий, ресурсов для создания, продвижения и реализации на рынках новых товаров и услуг с целью получения различного рода традиционных и сетевых выгод и эффектов, которые не могут быть получены каждым из участников в отдельности. При этом возникает административно-рыночно-сетевая гибкая, динамичная и эффективная инновационно-производственная и организационно-управленческая структура, наиболее полно обеспечивающая реализацию интересов и целей ГИГК в условиях жесткой гиперконкурентной борьбы на мировых рынках. В результате возникают синергетические эффекты, включающие в себя как традиционные эффекты (например, прибыль, капитализация на фондовых рынках), так и целый класс новых интегрально-сетевых (прямых и обратных) эффектов.

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 выражает важнейшее свойство 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. ГИГК глобализирует рынки и вовлекает в глобализационные процессы национальные, региональные и локальные институты хозяйственной деятельности и регулирования.

Важнейшие функции ГИГК. Важнейшая функция ГИГК — созидательное разрушение (конкурентное трансформирование) национальных, региональных, моно- и олигополистических рынков. Глобальная инновационная гиперконкуренция созидательно разрушает и целенаправленно трансформирует рынки как по параметрам инновационности, так и по параметрам цены, качества, сервисности и прибыльности. ГИГК за счет опережающих инноваций разрабатывают новые глобальные брендовые товары, продвигают и реализуют их на мировых (национальных, региональных, локальных) традиционных и виртуально-сетевых рынках, формируя, захватывая и расширяя на них соответствующие брендовые товарные, услуги-сервисные, финансовые и маркетингово-управленческие ниши.

ГИГК отличает комплексный и всеохватывающий подход к инновациям. Следует ввести еще одно новое понятие — «доминантная инновация» и связанное с ним понятие «полифункциональная инновация». Из всей совокупности аккумулярованных 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, осваивается, производится, активно продвигается на глобальные рынки с целью обеспечения комплексных глобализационных гиперконкурентных преимуществ ГИГК.

В отличие от традиционных товаров, доминантные, полифункциональные инновационные товары характеризуются целым рядом свойств. Они обладают в силу своей новизны инновационной брендовостью, опережающей уникальностью и относительной ограниченностью; полифункциональностью, универсальностью и интегрированностью (в одном товаре объединены несколько передовых технологий, например планшеты Apple iPad, предоставляющие потребителям несколько интегративно взаимосвязанных интерактивных услуг); устойчивым повышенным спросом; способствуют конкуренции и оптимизации производства и управления; стимулируют экономическую активность производителей и потребителей; способствуют повышению эффективности использования ресурсов, росту качества интел-

лектуального капитала, наукоемкости продукции и капитализации предприятия, повышают эффективность производства и общую производительность. Полифункциональная сервисно-продуктовая инновация имеет общую, особую и специфическую потребительскую ценность, цену и прибыльность.

ГИГК предопределяют глобальные преимущества мировых стран-лидеров (США, ЕС, Японии, Кореи, КНР) в современных условиях. Именно 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, но и, прежде всего, глобальными наднациональными управленческими и финансовыми структурами, которые заинтересованы в обеспечении высокого динамизма мировой экономики посредством стимулирования глобальной гиперконкуренции на мировых рынках.

Место ГИГК в глобальной инновационной гиперконкуренции. Главной функцией и задачей передовых ГИГК является создание, продвижение и реализация гиперконкуренции (*hypercompetition*) или глобальной инновационной гиперконкуренции, которая базируется на технологиях глобального инновационного лидерства. Это предполагает постепенный переход от традиционной, характерной для индустриальной эпохи ценовой конкуренции к конкуренции информационно-сетевой эпохи, базирующейся на гиперконкуренции новых знаний и продуктов, сетевых эффектов, качества, брендов и компетентностей. Следует выделить такие важные свойства гиперконкуренции как инновационную креативность специалистов — носителей информационно-интеллектуального капитала и лидерство менеджмента ГИГК.

Акции ГИГК представлены в листинге главных фондовых центров мира (Нью-Йорк, Лондон, Франкфурт, Париж, Шанхай, Токио), как правило, высоко котируются и во многом определяют состояние ведущих фондовых индексов мира. Ведущие ГИГК за счет опережающих инноваций и выхода с инновационными товарами на рынки способны привлекать внимание международных инвесторов к своим акциям, а также за счет роста котировок акций, интеграции бизнеса, слияний и поглощений значительно увеличивать свою капитализацию.

С появлением в качестве ведущих субъектов глобальной экономики ГИГК появляются новые формы, методы и приемы ведения жесткой конкурентной борьбы.

Современный мировой рынок ставит на первое место в вопросах конкуренции инновационные технологии, товары и услуги, пользующиеся глобальным устойчивым повышенным спросом (например, био-, нано-, космотехнологии, беспроводные волновые технологии передачи информации). 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.

Конкурентный успех ГИГК основан на том, что они концентрируют значительные ресурсы и средства, направляют их на наиболее перспективные (инновационные, прорывные) исследования и разработки, совершенствование и создание новых технологий и продуктов, агрессивное продвижение своих торговых марок с целью создания новых сегментов или захвата традиционных сегментов мировых рынков. Гиперконкуренция трансформирует не только факторы, технологии, продукты, но и основные маркетинговые и управленческие технологии и методы.

Инновационная гиперконкуренция чрезвычайно изменчива, динамична, адаптивна и мобильна, 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.

Важнейшим условием инновационной гиперконкуренции является достижение оптимального соотношения по критериям «инновационность—затраты—цена—качество» и «гиперконкурентный интегральный эффект». При этом последний имеет как линейную, так и нелинейную (распределено сетевую) составляющие, а также носит долговременный характер. Важную роль играет такое новое, вводимое нами понятие, как «интегральная (распределенная в пространстве и во времени) конкурентная ценность». Точка интегральной конкурентной ценности должна соответствовать тому предельному значению «инновационность—затраты—цена—качество», которое потенциально достижимо при наилучшем в данный момент и нацеленном на опережающую конкурентоспособность в будущем уровне инновационности, снижающихся затратах и растущих со временем различных распределенных выгод, в условиях благоприятного состояния инвестиционного климата, институциональной среды и рыночной инфраструктуры.

Для передовых ГИГК наиболее подходящей стратегией в данном случае является стратегия агрессивного инновационно-технологического лидерства или стратегия глобальной инновационной гиперконкурентности, важнейшими элементами которой являются методы активной гиперконкурентной борьбы и инновационно-управленческого опережения. В связи с этим мы вводим новое понятие «опережающая инновационная гиперконкурентность».

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 опережающих 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, глобализационное закрепление и защита прав и границ интеллектуальной собственности, инновационности, брендов, товарных знаков, финансовых и сетевых выгод и эффектов, статуса

ГИГК, рассматриваемых как индикаторы общественной значимости, 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 глобальная интеллектуально-статусную ренту, которая имеет информационную природу.

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

В условиях современной гиперконкуренции определенное конкурентное преимущество временно, преходяще. ГИГК получают возможность на определенное время оградить себя от атак других конкурентов и обеспечить концентрацию ресурсов и сил на разработке и продвижении доминантной, опережающей глобальной гиперконкурентной инновации, в результате чего возникают различные информационно-сетевые эффекты. Информационно-сетевые мультипликационные эффекты — это синергийно-сетевые (интегральные) эффекты от инноваций, сетевого взаимодействия, интеграции бизнеса, выражающиеся в различных формах. Х.Р. Вэриан выделяет два основных вида сетевых эффектов — прямые сетевые эффекты (*direct network effects*) и косвенные сетевые эффекты (*indirect network effects*) [7]. Данные эффекты могут быть получены в результате использования передовых инноваций, применения передовых методов опережающего программирования и манипуляционного управления экономическим поведением конкурентов и потребителей, с помощью гиперконкурентного креативного маркетинга, менеджмента, логистики и др. Именно поэтому главным действующим лицом в ГИГК должен стать креативный, гиперконкурентный менеджер, хорошо знающий все присущие гиперконкуренции свойства, признаки, функции и эффекты.

В современной глобальной информационно-сетевой экономике возникает информационная рента (информационно-инновационная рента), которая может быть определена как производимая, получаемая и присваиваемая на базе нового научного знания гиперконкурентным собственником капитализируемых новых знаний, информационных ресурсов и технологий, передовых информационно-опережающих методов конкурентной борьбы и креативно-лидерского менеджмента интегральная (распределенная во времени и пространстве, денежная и неденежная) выгода (прибыль, эффект), полученная в результате капитализации (разработки, внедрения, накопления, тиражирования и реализации) нововведений на всех уровнях и во всех сферах глобальной экономики.

Информационно-инновационная рента имеет информационно-сетевую природу; представляет собой долговременный дополнительный интегральный эффект, получаемый от владения и использования информационно-интеллектуального капитала (нематериальных активов), капитализируемых инноваций. Информационная рента в структуре цены реализуемого инновационного продукта (услуги) составляет довольно значительную долю получаемой собственником прибыли.

Информационно-инновационная рента может составлять часть инновационной гиперконкурентной прибыли, но не сводится только к ней, поскольку включает в себя также и интегральную, распределенную во времени и пространстве, денежную и неденежную выгоду, получаемую на основе использования интеллектуальной собственности, опережающих инноваций и присваиваемая собственником-инноватором.

Механизм образования информационно-инновационной ренты не является традиционным, линейным, а представляет собой совокупность интегральных взаимосвязанных полифункционально-сетевых эффектов. Основой присвоения информационно-инновационной ренты является формирование, реализация и воспроизводство статусно-брендовых, полифункционально-сетевых, интерактивных прав на новые знания, информацию, интеллектуальную, статусно-брендовую собственность и полифункциональные сервисно-продуктовые инновации инноватором-собственником. Механизм реализации такой собственности связан с интерактивным установлением прав и интересов инноватора-собственника и предполагает обеспечение их институционально-законодательной защиты [8].

В результате инноваций повышается эффективность использования факторов производства, под воздействием ИКТ начинает действовать закон возрастающей отдачи. Как отмечает Р. Вайбер, в информационно-сетевой экономике в отличие от индустриальной экономики доминирует не закон убывающей предельной доходности, а прямые сетевые эффекты и положительная обратная связь, что выражается в действии закона возрастающей предельной доходности (производительности) [9]. Действие этого закона обусловлено целым рядом факторов: инновациями, ростом общей производительности, интеграцией бизнеса, возникновением сетевых мультипликационных эффектов и др.

Современные ГИГК — это компании — лидеры в мировой экономике, одновременно ее базисные элементы, несущие конструкции, креативные двигатели (локомотивы), дающие инновационные импульсы для высокого динамизма и устойчивого развития глобальной экономики. В связи с этим для передовых ГИГК главной стратегией является стратегия агрессивного инновационно-технологического лидерства или стратегия глобальной инновационной гиперконкурентности, важнейшими элементами которой являются методы активной гиперконкурентной борьбы и инновационно-управленческого опережения.

Сегодня в XXI в., в условиях тотальной глобализации и гиперконкурентного развития мировых рынков необходимо обеспечить постепенный переход к новой идеологии, концепции, модели развития, которая может быть определена как ин-

формационно-сетевая экономика с инновационно-гиперконкурентной доминантой развития, основанной на новых знаниях, ИКТ, методах активной гиперконкурентной борьбы и инновационно-управленческого опережения, базисными элементами которой являются глобальные инновационные гиперконкурентные компании.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *D'Aveni R.* Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering. — New York: The Free Press, 1994. — P. 57.
- [2] *Селищева Т.А.* Трансформация форм капитала и механизма их функционирования в глобальной информационной экономике // Вестник ИНЖЭКОНа. — 2013. — № 5 (64).
- [3] *Дятлов С.А.* Государство и рынок: механизмы и методы регулирования в условиях перехода к инновационному развитию: Коллективная монография / Под ред. С.А. Дятлова, Д.Ю. Миропольского, В.А. Плотникова. — СПб.: Астерион, 2010.
- [4] Глобальная инновационная гиперконкуренция как фактор трансформации мировой экономики // Философия хозяйства. — 2010. — № 4. — С. 113—131.
- [5] *Davidow W., Malone M.* The Virtual Corporation: Structuring and Revitalizing the Corporation for the 21st Century. — New York: Harper Collins, 1992.
- [6] *Vutrich H.A.* Forms of Virtual Enterprise // Management Today. — 1997. — № 6. — P. 35—37.
- [7] *Вэриан Х.Р.* Экономическая теория информационных технологий // Социально-экономические проблемы информационного общества / Под ред. Л.Г. Мельника. — Сумы: Университетская книга, 2005. — С. 265.
- [8] *Дятлов С.А.* Информационно-инновационная рента в глобальной экономике // Модернизация хозяйственной системы России как условие экономического роста. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. — С. 31—34.
- [9] *Вайбер Рольф.* Эмпирические законы сетевой экономики // Проблемы теории и практики управления. — 2003. — № 4.

LITERATURA

- [1] *D'Aveni R.* Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering. — New York: The Free Press, 1994. — P. 57.
- [2] *Selischeva T.A.* Transformatsiya form kapitala i mekhanizma ikh funktsionirovaniya v global'noy informatsionnoy ekonomike // Vestnik INZHEKONa. — 2013. — № 5 (64).
- [3] *Dyatlov S.A.* Gosudarstvo i ryнок: mekhanizmy i metody regulirovaniya v usloviyah perehoda k innovatsionnomu razvitiyu: Kollektivnaya monografiya / Pod redaktsiey S.A. Dyatlova, D.YU. Miropol'skogo, V.A. Plotnikova. — SPb.: Asterion, 2010.
- [4] Global'naya innovatsionnaya giperkonkurentsia kak factor transformatsii mirovoy ekonomiki // Filosofiya khozyaystva. — 2010. — № 4. — S. 113—131.
- [5] *Davidow W., Malone M.* The Virtual Corporation: Structuring and Revitalizing the Corporation for the 21st Century. — New York: Harper Collins, 1992.
- [6] *Vutrich H.A.* Forms of Virtual Enterprise // Management Today. — 1997. — № 6. — P. 35—37.
- [7] *Verian Kh.R.* Ekonomicheskaya teoriya informatsionnykh tekhnologiy // Sotsial'no-ekonomicheskie problemy informatsionnogo obschestva / Pod red. L.G. Mel'nika. — Sumy: Universitetskaya kniga, 2005. — S. 265.
- [8] *Dyatlov S.A.* Informatsionno-innovatsionnaya renta v global'noy ekonomike // Modernizatsiya khozyaystvennoy sistemy Rossii kak uslovie ekonomicheskogo rosta. — SPb.: Izd-vo SPbGUEF, 2010. — S. 31—34.
- [9] *Vaiber Rol'f.* Empiricheskie zakony setevoy ekonomiki // Problemy teorii i praktiki upravleniya. — 2003. — № 4.

NEW ROLE AND FUNCTIONS OF HYPER COMPETITIVE GLOBAL INNOVATION COMPANIES IN THE MODERN ECONOMY

S.A. Dyatlov, T.A. Selishcheva

St. Petersburg State University of economics
Sadovaya str., 21, St. Petersburg, Russia, 192023

The article introduces a new concept of “global innovation hyper competitive companys” (GIGC), analyzes their characteristics and functions in the modern economy; defines the essence of hyper competition as a new kind of competition arising between GIGC on global, national, regional and local markets; introduces a new definition of “dominant innovation” and the related “multifunction innovation”; shows an increasing role of GIGC in today’s global economy: these companies provide the innovation scientific and technological development, they act as locomotives of the world economy, are the bases of the economies of most developed countries of the world; receive a global information rent and hyper competitive profit.

Key words: global innovation hyper competitive companies, hyper competition, dominant innovation, Information rent, global economy, hyper competitive profit.