



Трансформация экономических систем в условиях глобальной инновационной гиперконкуренции

Дятлов Сергей Алексеевич — профессор Санкт-Петербургского государственного экономического университета, эксперт МПА ЕврАзЭС, д.э.н., академик РАЕН
Карлик Александр Евсеевич — проректор по научной работе, заведующий кафедрой Санкт-Петербургского государственного экономического университета, д.э.н., профессор

Статья подготовлена при грантовой поддержке РГНФ, проект № 13-02-00415

В условиях глобальной информационно-инновационной экономики качественно меняются основные концепции, модели, методы, механизмы и формы регулирования экономики и конкурентной борьбы на глобальном, национальном, региональном и локальном уровнях. Главным фактором победы в современной обостряющейся конкурентной борьбе являются опережающие доминантные инновации и новые методы ведения гиперконкурентной борьбы. Человек-инноватор, являющийся носителем информационно-интеллектуального капитала, включенный в глобальную распределенную сетевую общественно-коммуникационную систему, является главным творческим субъектом создания опережающих полифункциональных, доминантных инноваций, обеспечивающих успех в современной конкурентной борьбе.

В условиях всеохватывающей глобализации национальные государства, с одной стороны, во все большей степени, все более разнообразно и жестко конкурируют между собой за новые научные знания, за право контроля и регулирования ресурсов, информационных и финансовых потоков, за

долю на мировых рынках, за собственность на интеллектуальный и информационный капитал, 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, межрегионально-блоковых экономик и мировой экономики в целом. Качественно меняются, становятся более гибкими, активными и тотальными основные концепции, модели, методы, механизмы и формы регулирования экономики и конкурентной борьбы на глобальном, национальном, межрегиональном, отраслевом и локальном уровнях. При переходе к глобальной инновационно-информационной экономике национальные правительства при проведении своей макроэкономической, внешнеторговой и социальной политики должны учитывать приоритеты и требования развития глобальных рынков, правила, требования и ограничения глобальной инновационной гиперконкуренции, рекомендации глобальных (наднациональных) институтов регулирования, координации и управления.

Глобальность современной экономики предполагает прежде всего глобальность и инновационность конкуренции. Глобализация экономических связей, интернационализация производства, открытость национальных экономик, либерализация мировой торговли, трансфер технологий придали конкуренции глобальный характер. В настоящее время обострение противоречий

и усиление конкуренции отмечается практически на всех уровнях, сегментах и видах мировых и национальных рынков. Конкурентоспособность товаров и услуг на мировых рынках стали главным условием успеха хозяйственной деятельности тех или иных стран, корпораций и отдельных инноваторов.

Все эти особенности характеризуют процесс управляемо-программируемого перехода всех стран мира к глобальной информационно-сетевой экономике, к *шестому инфо-нано-биотехнологическому укладу*, что обусловлено разработкой и внедрением к 2020–2030 гг. новых прорывных интегрально-сетевых технологий (в том числе на основе новых комбинаций космо- нано-, био- и инфотехнологий), тотально охватывающих все сферы и все уровни социально-политической и финансово-экономической жизни человеческого общества, а также формированием качественно нового глобального экономического порядка, включающего в себя наднациональные, государственные, рыночные и информационно-сетевые методы регулирования и координации, обеспечивающие на данном общественно-историческом этапе трансформацию и переход глобальной и национальных экономических систем к информационно-инновационной стадии развития.

В XXI в., на наш взгляд, следует говорить о возникновении качественно нового вида конкуренции — гиперконкуренции, или *инновационной гиперконкуренции*, то есть управляемого гиперконкурентного развития глобальных рынков в условиях использования опережающих *доминантных инноваций*, обуславливающих посредством вертикально-

горизонтально-сетевой интеграции в глобальные структуры и включающих новые передовые методы программируемого, управляемого воздействия на цели, мотивы, интересы, потребности и экономическое поведение людей (партнеров, потенциальных конкурентов, потребителей и др.) с целью получения целевых запрограммированных выгод и эффектов.

В условиях всеохватывающей глобализации национальные государства, с одной стороны, во все большей степени, все более разнообразно и жестко конкурируют между собой за новые научные знания, за право контроля и регулирования ресурсов, информационных и финансовых потоков, за долю на мировых рынках, за собственность на интеллектуальный и информационный капитал, 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, межрегионально-блоковых и мировой экономики в целом. Качественно меняются, становятся более гибкими, активными и тотальными основные концепции, модели, методы, механизмы и формы регулирования экономики и конкурентной борьбы на глобальном, национальном, межрегиональном, отраслевом и локальном уровнях. При переходе к глобальной инновационно-информационной экономике национальные правительства при проведении своей макроэкономической, внешнеторговой и социальной

политики должны учитывать приоритеты и требования развития глобальных рынков, правила, требования и ограничения глобальной инновационной гиперконкуренции, рекомендации глобальных (наднациональных) институтов регулирования, координации и управления.

Значительный вклад в развитие теории цикличности внес известный ученый Герхард Менш (1979), который связывал темпы экономического роста и его цикличность с появлением базисных инноваций. По его мнению, когда базисные инновации исчерпывают свой потенциал, возникает состояние «технологического пата», характеризующее застой в экономическом развитии (1). Английские экономисты Кристофер Фримен, Джон Кларк и Люк Сэт ввели в 1982 г. понятие «расширенная технологическая система», взаимосвязанными элементами которой являются технические и социальные инновации (2). Немецкий экономист Альфред Кляйнкнехт в 1987 г. отмечал, что кластеры производства инновационных товаров образуются в фазе спада, а инновационных процессов — в повышательной фазе длинной волны (3). Инновационные факторы оказывают серьезное влияние на темпы экономического роста и определяются формированием, развитием и старением, то есть жизненным циклом технологических систем. Существенный вклад в разработку теории цикличности, технологических укладов и инновационной экономики внесли известные российские экономисты О.Г. Голиченко, С.Ю. Глазьев, Ю.В. Яковец.

В условиях глобальной информационно-сетевой экономики, развертывания и воспроизводства системного

финансово-экономического кризиса и резкого обострения конкурентной борьбы на мировых рынках возникает целый класс новых явлений и процессов, которые требуют нового научного осмысления и систематизации, концептуального теоретико-методологического исследования и обоснования их сущности, характеристики экономического содержания и форм проявления, а также разработки нового категориального аппарата и введения в научный оборот системы новых взаимосвязанных понятий. Основы такого нового подхода были предложены нами в ряде опубликованных работ (4, 5).

Следует выделить ряд особенностей, характеризующих изменение методологических подходов к анализу конкурентоспособности. Экономика — это управляемая система, в которой всегда есть соответствующие субъекты управления. Современная экономическая система имеет чрезвычайно сложную структурно-функциональную организацию, в которой отдельные подсистемы и элементы все более приобретают черты сложного интегрального целого, требующие создания системы глобально-интегрального управления, регулирования и контроля. Сегодня в условиях всеохватывающей глобализации, всемерного развития ИКТ и обострения конкурентной борьбы на мировых рынках главной характеристикой передовой экономики становится *глобальная конкурентоспособность*. Системными элементами глобальной конкурентоспособности, или гиперконкуренции, являются *многоуровневость и многоаспектность, новые знания (компетенции), управляемость, динамизм, адапционность, мобильность, инновационность, эффективность и ряд других*. Они

определяют *глобализационные преимущества* мировых стран-лидеров и технологически передовых транснациональных компаний.

Понятие «гиперконкуренция» (*hypercompetition*) подробно исследовал 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 потребностей». 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 (6).

Профессор Базельского университета Манфред Брун под термином «гиперконкуренция» понимает «такую ситуацию, когда предприятия во все большей степени подвергаются совокупному воздействию ранее изолированных друг от друга конкурентных факторов, что ведет к возникновению многоаспектной, динамичной и агрессивной конкуренции. Брун выделяет несколько отличительных признаков гиперконкуренции.

Во-первых, гиперконкуренция одновременно охватывает несколько областей, важнейшими из которых являются издержки, качество, сроки, ноу-хау, создание рыночных барьеров, укрепление финансового положения. В условиях гиперконкуренции менеджмент не может сосредоточивать усилия только на

одном из конкурентных параметров, все их необходимо учитывать одновременно. Во-вторых, предприятия должны принимать во внимание многоаспектный характер гиперконкуренции. Она может протекать на разных уровнях — на товарных рынках; в области ресурсов; между разными предпринимательскими концепциями; в составе объединения предприятий, когда компания борется с соперниками не в одиночку, а заключив союз с другими производителями, поставщиками, партнерами по кооперации, торговыми посредниками. Многоаспектность гиперконкуренции проявляется также в том, что предприятие реагирует по-разному на ситуацию, складывающуюся на различных рынках. При применении концепции так называемой многоточечной конкуренции вполне возможно диаметрально противоположное рыночное поведение предприятия в различных ключевых областях (наступательное, оборонительное и т.п.).

В-третьих, признаком гиперконкуренции является динамизм развития рынка. Позиции конкурентов и расстановка сил меняются с нарастающей скоростью. Динамика рынка отражается в непрерывном проникновении новых и уходе с рынка старых конкурентов, появлении новых видов услуг, большом количестве слияний и покупок предприятий и пр. Прогнозировать ситуации все труднее и проблематичнее, сроки прогнозов становятся короче. В-четвертых, признаком гиперконкуренции является растущая агрессивность участников рыночного соперничества. Поведение предприятий становится менее миролюбивым. Ведутся прямые атаки с целью ослабления кон-

курентов, причем с нарушением правовых установок. Цель подобной агрессии состоит в нарушении равновесия в раскладке сил конкурентов. Особенно часто для этого используется агрессивная политика цен (7).

Важнейшим свойством глобальной инновационной стратегии и средством ее реализации является гиперконкуренция, которая по своим характеристикам в рамках терминологии Йозефа Шумпетера близка к понятию «креативной деструкции (*creative destruction*), или созидательному разрушению рынка» на национальном и глобальном уровне. Теорию «созидательного разрушения» Шумпетер изложил в своей книге «Капитализм, социализм и демократия» (8).

Американские исследователи Б. Олред и К. Стенсма отмечают, что воздействие инноваций на конкурентоспособность и экономический рост является всеобщей закономерностью. Важную роль в этом процессе играют желание и готовность фирм к осуществлению инноваций при условии риска и неопределенности результатов. На инновационное поведение фирм влияют факторы инновационности на уровне фирмы (масштабы фирмы, структура капитала, уровень диверсификации), на уровне отрасли (темпы технологических изменений, колебания спроса, интенсивность конкуренции), на уровне экономики страны. Возрастание динамичности и глобального характера конкуренции требует более глубокого понимания факторов инновационности и поведения фирм (9).

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 тех глобальных отраслях, где фирмы решают задачи глобальной интеграции и организации международных операций в целях достижения эффективности и ведения конкурентной борьбы на глобальном уровне.

Значительный вклад в исследование факторов инновационности и экономического роста принадлежит известному американскому экономисту Уильяму Джеку Баумолу. Он провел исследование, имевшее целью интегрировать предпринимательскую деятельность в модель функционирования рыночной экономики с помощью выделения особой роли конкуренции, создаваемой новыми предприятиями, входящими в отрасль. Он сделал вывод, что создание условий и стимулирование появления новых инновационных фирм с помощью снижения барьеров для вхождения в рынок может служить действенным инструментом развития конкуренции (10).

Известный специалист в области менеджмента Питер Друкер отмечал, что сегодня предпринимательство находит свое воплощение в новых формах, истоки которых лежат в быстрой эволюции современной технологии и современного управления, которое само превращается в новую технологию. По его мнению, *новая технология* — это не только новые материалы, электроника, биотехнология, но и *новое предпринимательское управление*, оказывающее нередко большее влияние на прогресс, чем новые изобретения (11).

В процессе взаимодействия научно-инновационного потенциала с рыночным пространством происходит достаточно сложный и «разрушительно-созидательный» процесс перехода от инноваций группы «технологического толчка» (*technology push*), порождаемым прорывным развитием науки и техники, к инновациям группы «вызова спроса» (*demand challenge*), порождаемым складывающимися в обществе новыми потребностями и необходимостью по-новому, более качественно удовлетворять уже имеющиеся потребности. Наблюдается переход от традиционных линейных моделей инновационного процесса к современным нелинейным, системно интегрированным моделям инновационного развития региональных и отраслевых кластеров, национальных экономических систем и мировой экономики в целом как совокупности распределенно-сетевым образом взаимодействующих многоуровневых НИС.

Гиперконкуренция характеризуется постоянно нарастающим соперничеством в форме быстро появляющихся технологических, управленческих и товарных инноваций, сокращением времени НИОКР, агрессивной конкуренцией цен и компетентностей и экспериментированием с новыми подходами к сервисному обслуживанию покупательских потребностей и предпочтений. *Гиперконкуренция* 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.

Гиперконкуренция обусловлена процессами глобализации и 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 (корпорации) предлагают инновационные товары, услуги, сервисы обслуживания и управления, характеризующиеся глобальной инновационностью. *Глобальная инновационность* 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 которые получают статус глобальных новинок и 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 понятие «*глобальная инновационная гиперконкуренция*». Глобальная инновационная гиперконкуренция представляет собой 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 вводим новое понятие «*глобальные инновационные гиперконкурентные компании или корпорации*» (ГИГК). Здесь 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 классу и типу ГИГК.

ГИГК отличает интегративно-комплексный, всеохватывающий подход к инновациям. Главными свойствами ГИГК являются глобальность, инновационность (инновационное опережение), гиперконкурентность. Их отличает крупный размер, доминирование на рынке, высокая капитализация, матрично-сетевая гибкая структурно-функциональная организация и эффективный интерактивный менеджмент. Следует подчеркнуть особо, 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 глобальных (все больше глобализирующихся мировых, национальных, региональных и локальных) рынках.

Важнейшее место в современной глобальной экономике занимают крупнейшие транснациональные компании (Microsoft, IBM, Apple, Intel, GE, Samsung и др.). В условиях тотальной и всеобъемлющей глобализации возникает новый тип вертикально- и горизонтально-сетевым образом интегрированных компаний с новыми интегративными функциями, задачами и методами гиперконкурентной борьбы в глобальной информационно-сетевой экономике — тех, которые, по сути, и являются глобальными инновационными (вертикально- и горизонтально-сетевым образом интегрированными) гиперконкурентными компаниями (ГИГК).

ГИГК призваны обеспечить глобальное научно-технологическое инновационное развитие, выступая локомотивами мировой экономики и формируя глобальную информационно-инновационную, финансово-производственную и маркетингово-управленческую среду; а также глобальную информационно-сетевую концентрацию и оптимальное распределение факторов производства (преодолевая пространственно-временные и национально-протекционистские границы). При этом происходит размывание как национальных, так и регионально-отраслевых и корпоративных границ. Становятся более прозрачными, проницаемыми границы отдельных государств, отраслей, регионов и компаний, вплоть до отдельных рабочих мест (например, электронных офисов, виртуальных видов занятости на дому и др.). Важнейшей характеристикой виртуальной организации является гибкая, адаптивная, динамичная сетевая структура. Поскольку такая сетевая

структура не существует в физическом пространстве, а создается путем информационной интеграции ресурсов взаимодействующих партнеров, ее нередко называют квазипредприятием (12).

С появлением в качестве ведущих субъектов глобальной экономики ГИГК появляются адекватные их глобальным лидерским целям новые формы их активного рыночного поведения, новые формы, методы и приемы ведения жесткой конкурентной борьбы.

Новый тип вертикально- и горизонтально-сетевым образом интегрированных ГИГК-компаний предполагает во главе с крупной, головной (материнской) вертикально интегрированной компанией (корпорацией-холдингом) наличие гибкой горизонтальной 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. Такие крупные вертикально-горизонтально интегрированные корпорации (ГИГК), несмотря на их национально-исторические и формальные особенности и различия, в настоящее время являются ядром наиболее развитых стран мира.

Вертикально-горизонтально-сетевое интегрирование крупной материнской корпорации и взаимодействующих с нею более мелких компаний-партнеров посредством глобальных распределенных виртуальных сетей сегодня является важнейшим механизмом достижения успеха в глобальной гиперконкурентной борьбе. Крупная компания более консервативна, менее

гибка, не способна быстро реагировать на изменения технологий, предпочтений потребителей и рыночной конъюнктуры. Мелкие инновационные фирмы, виртуальные организации являются более гибкими, быстро реагируют на все изменения и, что самое главное, способны рождать и генерировать новые идеи и превращать их в инновации. А для воплощения этих инноваций, продвижения и реализации на рынке требуются огромные ресурсы, которыми обладают ГИГК. Крупные ГИГК-корпорации, находя на мировых рынках подобные 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 вертикально-горизонтально-сетевой интеграции, осуществляемой в рамках ГИГК, 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. При этом ГИГК преодолевают ограничения, границы и барьеры национальных правительств, институтов и конкурентов. Проникая таким образом на национальные, региональные и локальные рынки, ГИГК одновременно глобализирует данные рынки и вовлекает в глобализационные процессы соответствующие национальные, региональные и локальные институты хозяйственной деятельности и регулирования.

Важнейшей функцией ГИГК является их способность созидательно разрушать (конкурентно трансформировать) национальные, региональные, моно- и олигополистические рынки. Глобальная инновационная гиперконкуренция созидательно разрушает и целенаправленно трансформирует ее как по параметрам инновационности, так и по па-

раметрам 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, услуго-сервисные, финансовые и маркетинго-управленческие ниши.

ГИГК отличает комплексный и всеохватывающий подход к инновациям. ГИГК аккумулируют, отбирают, патентно фиксируют и закрепляют за собой различные новые идеи, концепции, технологии, товары, дизайны, сервисы, аутсорсинг, компетентности и методы управления. ГИГК осуществляют разработку, производство и продвижение пользующихся устойчивым повышенным спросом на мировых рынках новых знаний, технологий, сервисов, продуктов, новых лидерских опережающих методов конкурентной борьбы и менеджмента с целью обеспечения глобальной инновационной гиперконкурентности.

Следует ввести еще одно новое понятие — «доминантная инновация», а также связанное с ним понятие «полифункциональная инновация». 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, осваивается, производится, ак-

тивно 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 объединено 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, способствуют росту качества интеллектуального капитала, наукоемкости продукции и капитализации предприятия; повышают эффективность производства и общую производительность. Полифункциональная сервисно-продуктовая инновация имеет общую, особую и специфическую потребительную ценность, цену и прибыльность.

Именно глобальные гиперконкурентные инновационные корпорации предопределяют в современных условиях глобализационные преимущества стран — мировых лидеров (США, ЕС, Японии, Кореи, КНР). Именно передовые ГИГК способны обеспечить привлечение крупных инвестиций в кон-

курентные инновационные проекты и 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.

Главной функцией и задачей передовых ГИГК является создание, продвижение и реализация *гиперконкуренции (hypercompetition)*, или *глобальной инновационной гиперконкуренции*, которая базируется на передовых информационных научно-образовательных, ресурсно-технологических, финансово-экономических и организационно-управленческих инновациях, а 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, базирующейся на гиперконкуренции новых знаний и продуктов, сетевых эффектов, качества, брендов и компетентностей. Лидирующие позиции на мировых рынках сегодня обеспечиваются использованием ИКТ, интеграции, интеллектуального капитала, креативных способностей работников и менеджмента компаний. Следует выделить такие важные свойства ги-

перконкуренции, как инновационная *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, за счет интеграции бизнеса, слияний и поглощений значительно увеличивать свою капитализацию.

Современный мировой рынок в вопросах конкуренции ставит на первое место инновационные технологии, товары и услуги, пользующиеся глобальным устойчивым повышенным спросом (например, сегодня это био-, нано-, космотехнологии и беспроводные волновые технологии передачи информации). ГИГК стремятся постоянно обновлять свою линейку инновационных продуктов, имеющих более низкие издержки и более качественные потребительские свойства, и агрессивно их рекламировать на мировых рынках для формирования интереса у потенциальных потребителей. Именно такие новые знания, новые лидерские (опережающие) методы конкурентной борьбы и менеджмента, инновационные технологии и товары, пользующиеся устойчивым повышенным спросом на мировых рынках, 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, на совершенствование и создание новых технологий и продуктов, на агрессивное продвижение своих торговых марок с целью создания новых сегментов или захвата традиционных сегментов мировых рынков. При этом гиперконкуренция вовлекает в трансформационное пространство не только факторы, технологии, продукты, но и основные маркетинговые и управленческие технологии и методы.

Инновационная гиперконкуренция чрезвычайно изменчива, динамична, адаптивна 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 наиболее крупным передовым корпорациям — глобальным лидерам, то есть ГИГК.

Современный опыт функционирования ГИГК доказывает: чтобы захватывать и сохранять рыночное лидерство компании, необходимо не только использовать конкурентные преимуще-

ства, интеграцию бизнеса, технологическую имитацию, рекомбинирование компетентностей, но и превращать слабые стороны в сильные, что 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, вкладывать значительные средства в агрессивно-опережающую конкуренцию, преодолевать национальные границы и протекционные барьеры при быстром выходе на мировые рынки и захвата как можно большей их доли, гибко вовлекать в сферу своих интересов потенциально полезных партнеров.

Важнейшим условием инновационной гиперконкуренции является достижение оптимального соотношения по критерию *«инновационность — затраты — цена — качество»* и *«гиперконкурентный интегральный эффект»*. При этом последний имеет как линейную, так и нелинейную (распределенно-сетевую) составляющие, а также носит долговременный характер. Важную роль играет вводимое нами новое понятие — *«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 при условии благоприятного (активно стимулирующего) 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 этом смысле 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 *глобализационную интеллектуально-статусную ренту*, которая имеет информационную природу.

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

Современные передовые ГИГК в условиях обострения конкурентной борьбы на мировых рынках реализуют цели закрепления и сохранения достигнутых глобализационных конкурентных преимуществ, защиты своих ведущих

конкурентных позиций от атак конкурентов. 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*. ГИГК осуществляет эффективную стратегию концентрации сил и ресурсов по освоению новой инновационной технологии, формированию и захвату максимального сегмента глобального рынка нового товара, услуги или сервиса, отвечающих признакам глобальной гиперконкурентной инновации, что обеспечивает данной ГИГК конкурентное лидерство и получение в обозримом будущем инновационной гиперконкурентной прибыли, статусно-брендовой и информационно-инновационной ренты.

В условиях гиперконкуренции непрерывно появляются новые конкурентные преимущества, которые уничтожают или нейтрализуют конкурентные преимущества противника, ломая традиционный рыночный статус-кво и создавая неравновесное состояние рынков, что способствует их созидательным изменениям и трансформациям. В условиях современной гиперконкуренции определенное конкурентное преимущество временно, преходяще. Поэтому сегодня ГИГК с помощью новейших методов опережающей конкурентной борьбы, креативного менеджмента, программирования и манипуляционного управления экономическим поведением потенциальных конкурентов, потребителей и партнеров вынуждены постоянно создавать, воспроизводить и обновлять конкурентные преимущества на основе но-

вых знаний и на новой инновационно-технологической базе. Главным действующим лицом в ГИГК должен стать *креативный, гиперконкурентный менеджер* со всеми присущими гиперконкуренции свойствами, признаками, функциями и эффектами.

В глобальной информационной экономике ГИГК получают различные информационно-сетевые эффекты. *Информационно-сетевые мультипликационные эффекты* — это эффекты от инноваций, это синергийно-сетевые (интегральные) эффекты, выражающиеся в различных формах. 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.*

В современной информационно-сетевой экономике инновационного типа возникает информационная рента. *Информационная рента (информационно-инновационная рента)* — это важнейшая категория глобальной информационной экономики, которая может быть определена как производимая на базе нового научного знания (инноваций, ИКТ), получаемая и присваиваемая 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, эф-

фekt), которая получена в результате капитализации (разработки, внедрения, накопления, тиражирования и реализации) нововведений на всех уровнях и во всех сферах глобальной экономики. Информационно-инновационная рента, имеющая информационно-сетевую природу, — это 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.

Следует отметить, что 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 присваиваемую собственником-инноватором.

Механизм образования информационно-инновационной ренты не является традиционным, линейным, а представляет из себя совокупность интегральных взаимосвязанных полифункционально-сетевых эффектов. Основой присвоения информационно-инновационной ренты является формирование, реализация и воспроизводство инноватором-собственником статусно-брендовых, полифункционально-сетевых, интерактивных прав на новые знания, информацию, интеллектуальную, статусно-брендовую собственность и по-

лифункциональные сервисно-продуктовые инновации. Механизм реализации такой собственности связан с интерактивным установлением прав и интересов инноватора-собственника и предполагает обеспечение их институционально-законодательной защиты.

В результате инноваций повышается эффективность использования факторов производства, под воздействием ИКТ начинает действовать закон возрастающей отдачи. Если в индустриально-рыночной экономике действует закон убывающей предельной производительности (доходности), то в информационно-сетевой экономике начинает действовать закон *возрастающей предельной производительности*. 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 рамках развиваемой нами концепции мы обосновываем положение о том, что *современный кризис — это системный гуманитарно-управленческий, финансово-экономический кризис*, в рамках которого следует говорить о кризисе старой парадигмы развития, о кризисе генотипа глобальной индустриально-рыночной системы, о качественном структурно-циклическом трансформационном кризисе мирового хозяйства, о кризисе старой модели (типа)

мировой экономики, кризисе старых институтов, структур, механизмов регулирования и методов управления. В основе данного кризиса лежит комплекс глубинных противоречий, присущих ныне действующей энтропийной индустриально-рыночной модели глобальной финансово-экономической системы. Неустойчивость, разбалансированность, неуправляемость последней в настоящее время резко возросла. Постоянно повторяющиеся потрясения на глобальных сырьевых, фондовых и финансово-валютных рынках мира и России есть проявление системного кризиса индустриально-рыночной модели хозяйствования как таковой. Они сигнализируют о признаках осуществляющегося глобального системного кризиса (тотально охватывающего все уровни мирового хозяйства и включающего в себя несколько этапов, видов и волн), связанного с глобальной трансформацией индустриального общества с экономикой рыночного стихийно самоорганизующегося типа в новую высокоорганизованную форму информационного общества с информационно-сетевой экономикой преимущественно инновационно-синергичного целенаправленно программируемого (управляемого) типа.

Современный кризис обусловлен глобальной трансформацией индустриального общества с экономикой индустриально-рыночного типа в новую высокоорганизованную форму информационного общества с информационной экономикой инновационно-гиперконкурентного типа. Современную эпоху можно назвать эпохой постепенной трансформации и перехода общества от традиционной

индустриально-рыночной системы хозяйствования к новой, высокоорганизованной системе хозяйствования, основой которой является *информационно-инновационный способ производства новых научных знаний, информационных продуктов, сервисов и услуг*. Этот переход носит глобальный характер и затрагивает основополагающие принципы организации мировой системы хозяйства и большинства стран мира. Он характеризуется тем, что эпоха стихийного исторического развития человеческого общества закончилась и наступает эпоха его глобализационного программируемого, целенаправленного развития.

Целевая доминанта и структурно-функциональная организация институциональной матрицы мировой экономики обуславливает характер ее системной трансформации, формы и направления глобального, государственного, рыночного и общественного регулирования, выработки действенных механизмов противодействия кризисным явлениям и обеспечения динамизма и устойчивого развития глобальной экономики.

В условиях перехода к глобальной информационно-инновационной экономике и развития острейшего глобального финансово-экономического кризиса возникает целый ряд диспропорций и дисфункций старых механизмов регулирования и управления на нано-, микро-, региональном, национальном и глобальном уровнях. В рамках развиваемой нами концепции мы обосновываем положение о том, что сегодня как в мире в целом, так и в России и других странах возникли *институциональные пустоты и управленческие ловушки*, которые характеризуются тем, что в совре-

менных условиях старые институты и механизмы межгосударственного, государственного и рыночного регулирования становятся неэффективными, а новые институты и механизмы глобального регулирования и управления, адекватные информационно-сетевой эпохе, еще не созданы или только формируются.

В современной трансформирующейся экономике интеллектуально-сетевой капитал является ресурсом «полифункционального значения», выполняет множество функций и имеет многообразные функциональные формы проявления в системе глобальной информационно-инновационной экономики: профессионально-квалификационные способности и компетенции работника, нематериальные активы компаний, объекты интеллектуальной собственности, институты электронного правительства, сетевые сообщества и социальные сети.

Современный кризис мировой экономики — это системно-трансформационный кризис генетических основ индустриально-рыночной цивилизации, это программируемый и управляемый кризис, у которого есть свои субъекты управления энтропийного типа (энтропийные менеджеры), которые являются персонифицированными носителями энтропийного способа мышления (энтропийного экономического мышления) и энтропийной логики (энтропийных методов) принятия управленческих решений. В экономической литературе, на наш взгляд, правомерно сегодня поставить вопрос о необходимости анализа целого класса новых понятий: «энтропийный менеджер», «энтропийный менеджмент», «эн-

тропийное экономическое мышление» и др. (13).

На основе использования данных понятий следует обосновать необходимость использования системного информационно-содержательного подхода к разработке методов оценки усилий управляющего субъекта (менеджера) по принятию эффективных решений, необходимых для преодоления энтропийности, неопределенности и риска и повышения меры организованности экономической системы. В XXI в. менеджер принимает управленческие решения в условиях высокой гиперконкурентной борьбы, очень высокой неопределенности, высоких рисков, неполноты информации, невозможности полностью контролировать все многообразные параметры и ограниченности во времени. Традиционно подготовленный энтропийный менеджер в этих новых условиях не способен действовать своевременно, конкурентно и эффективно. Поэтому сегодня требуются новые научно-образовательные концепции и технологии подготовки современных менеджеров на корпоративном, региональном, национальном и глобальном уровнях.

На наш взгляд, с учетом разворачивающихся процессов глобализации и появления глобальной инновационной гиперконкуренции национальную инновационную систему можно охарактеризовать как сложно организованную систему государственных, рыночных, общественных и сетевых национальных (регионально-кластерных, корпоративных) институтов, организаций и механизмов, взаимодействующих с глобальными (наднациональными) институтами и интегри-

рованных в состав информационно-технологической гиперсистемы глобальной информационно-инновационной экономики.

Дальнейшая трансформация модели НИС, возможно, будет идти по пути интегративного включения ее в качестве подсистемы в состав глобальной инновационной гиперсистемы, в которой ведущими акторами наряду с национальным государством выступают глобальные наднациональные, метасистемные институты управления и регулирования инновационными процессами в глобально-информационно-сетевом обществе. При этом требуется формирование интегративных методов и механизмов координации, регулирования и управления инновационными процессами на основе синтеза плано-административных, рыночных и сетевых методов. В этих новых условиях проблемы интеграции, противоречивого взаимодействия, устойчивости и безопасного функционирования национальной и глобальной инновационных систем приобретают особую актуальность и значимость, а также формируют заказ экономической науке на их комплексное и системное изучение.

Главной стратегией для глобальных лидеров, реализующих свои гиперконкурентные преимущества, является стратегия агрессивного инновационно-технологического лидерства, или стратегия глобальной инновационной гиперконкурентности, важнейшими элементами которой являются методы активной гиперконкурентной борьбы, технологий программно-целевых воздействий и инновационно-управленческого опережения.

Сегодня, в XXI в., в условиях трансформации экономических систем, тотальной глобализации и гиперконкурентного развития мировых рынков необходимо теоретико-методологически обосновать и обеспечить постепенный переход к новой парадигме, концепции, модели развития, которая может быть определена как *информационно-сетевая экономика с инновационно-гиперконкурентной доминантой развития*, основанной на новых знаниях, ИКТ, методах активной гиперконкурентной борьбы и получении различных интегрально-синергических эффектов.

Примечания

1. Mensch G. Stalemate in Technology: Innovations Overcome the Depression. Cambridge (Mass.), 1979.
2. Freeman C., Clark J., Soete L. Unemployment and Technical Innovation: A Study of Law. London, 1982.
3. Kleinknecht, A. Innovation patterns in crisis and prosperity: Schumpeter's long cycle reconsidered. Hong Kong, 1987.
4. Дятлов С.А. Инновационная гиперконкуренция как фактор развития экономической системы // Экономист. 2012. №5. С. 69–76.
5. Дятлов С.А. Глобальная инновационная гиперконкуренция как фактор трансформации мировой экономики // Философия хозяйства. 2010. №4, с. 113–131.
6. D'Aveni, R. Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering. New York, The Free Press, 1994, p. 57.
7. Брун М. Гиперконкуренция: характерные особенности, движущие

- силы и управление // http://vasilieva.narod.ru/ptpu/20_3_98.htm
8. Schumpeter J. Capitalism, socialism and democracy. NY, 1942, p. 81.
 9. Allred B., Steensma K. The influence of industry and home country characteristics on firms' pursuit of innovation // Management international rev. Wiesbaden, 2005. Vol. 45, № 4, p. 385.
 10. Baumol W.J., Eliasson G., Henrekson M. An Entrepreneurial economist on the economics of entrepreneurship // Small business economics. Dordrecht etc., 2004. Vol. 23, № 1, p. 5, 18.
 11. Drucker P.F. Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. N. Y. etc.: Harper and Row, 1985.
 12. Vutrich H.A. Forms of Virtual Enterprise // Management Today. 1997. № 6, p. 35–37.
 13. Дятлов С.А. Энтروпийное экономическое мышление, энтروпийный менеджмент/Энтропийная экономика и синергичная экономика: введение в методологию исследования энтропийных и синергичных социально-экономических систем. СПб.: Астерион, 2012, с. 34.