

Мамбеткалиев Н.С.

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНЦИИ И ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

N.S. Mambetkaliev

**THEORETICAL ASPECTS OF COMPETITION AND INNOVATIVE ACTIVITY OF
ENTREPRENEURS**

УДК: 33:338616338(575.2)

В статье рассматривается сущность и теоретические аспекты конкуренции и инновационной деятельности предпринимателей. Автором отмечается действие предпринимателей направленные на преодоление сложившегося монопольного положения компании путем предложения на рынок более инновационной продукции, способный удовлетворить потребительский спрос.

Ключевые слова: конкуренция, монополия, инновация, стратегия, внешнеторговый баланс, потребительский спрос.

Essence and theoretical aspects of competition and innovative activity of businessmen are examined in the article. An author is mark the action of businessmen sent to overcoming of the folded monopolistic position of company by suggestion to the market of more innovative products, able to satisfy consumer demand.

Key words: competition, monopoly, innovation, strategy, foreign trade balance, consumer demand.

Конкуренция ведется предпринимателями за ограниченный объем платежеспособного спроса. Если они терпят поражение в борьбе за присутствие в освоённой рыночной нише, то возникает проблема перехода в другие ниши или даже сегменты рынка, что связано с освоением новых бизнес-линий. Как уже отмечалось, нововведения выступают основным инструментом в борьбе с конкурентами.

Конкуренты влияют на возможности предпринимателя устанавливать цену на свою продукцию и, как следствие, на издержки производства; на направления и возможности реинвестирования капитала для поддержки конкурентоспособности или венчурных вложений в новый бизнес.

Давление конкурентов на рынке сырья также приводит к снижению прибыли. Все это в каждый момент времени может подорвать финансовое положение предпринимателя и привести к банкротству. Восстановление конкурентоспособности – наиболее сложный процесс. Эта как запущенная болезнь, излечить которую удастся путем интенсивной инновационной «терапии» или «хирургическим» инновационным вмешательством.

Очевидные экономические факторы повышения (восстановления) конкурентоспособности (снижение цены; сокращение длительности хозяйственного цикла и производственных издержек; повышение выхода готового продукта высшего качества) могут быть задействованы за счет использования новшеств и управленческих ноу-хау.

В зависимости от положения на рынке (возможностей предложить новое качество товара) предприниматель следует определенной стратегии в

конкурентной борьбе за выживание, которая в теории сводится к комбинации неценовой и ценовой конкуренции. В связи с этим у него появляется не только потребность к инновациям, но и необходимость активно влиять на предложения рынка интеллектуальной продукции в своих интересах» [1,97-98].

О роли конкуренции в инновационной деятельности рассматривали и другие ученые. Так, Клейнер Г.Б., отмечает: - «Конкуренция заставляет производителей применять все новые и новые инновации, а потребитель ... вынужден поспевать за изменениями» [2].

Соловьев В.П. считает, что в современном мире инновация является базой конкуренции, стимулирующей экономический рост [3,18].

Как полагают Н.Мусов и В.Ненадышев [4], возможны две модели предпринимательства, с которыми инновационная деятельность связана напрямую и от которых зависит предпринимательское поведение на рынке. Первая модель характеризуется тем, что предприятие стремится организовать работу с расчетом на максимальную отдачу ресурсов. В данном случае действует фактор, присущий стратегии выживания, который не учитывает концепции управления ростом или инновациями. Стратегия выживания достигается за счет жесткой регламентации структуры, краткосрочного планирования, слабого регулирования проблемных ситуаций. При этом падает эффективность инноваций, сокращается доля рынка.

Вторая модель – инновационная – предлагает поиск новых путей развития, направления экономического прорыва, нейтрализацию сопротивления изменениям, стимулирование инновационной деятельности. Такая агрессивная рыночная стратегия обеспечивается за счет создания и поддержания технологического опережения конкурентов.

В зависимости от позиции на рынке и предъявляемых в этой связи претензий существуют различные стратегии ведения конкурентной борьбы, приведенные Котлером Ф. [5,72].

1. Наступательная стратегия характеризует предпринимателей, которые выпускают товары на рынок с принципиально новыми свойствами.

2. Оборонительная стратегия – удержание позиций на имеющихся рынках. Главная функция – оптимизировать отношение «затраты – результат» в инновационном процессе.

3. Имитационная стратегия, чаще всего используемая в условиях коммерческой неопределенности.

4. Лидирующая стратегия используется предпринимателями, имеющими сильные рыночные технологические позиции.

Выбор конкурентной стратегии на основе анализа исследований, приведенных М. Портером [6,46], определяет два главных момента:

структуру отрасли, в которой действует фирма; позицию, которую фирма занимает внутри отрасли.

Конкурентоспособность предприятий – это проблема как отечественной, так и мировой экономики. Как считает М. Портер, пока «не существует общепринятого определения конкурентоспособности. Для фирм конкурентоспособность означала возможность конкурировать на мировом рынке при наличии глобальной стратегии. Для многих конгрессменов конкурентоспособность означала положительный внешнеторговый баланс. Для некоторых экономистов конкурентоспособность означала низкие производственные затраты на единицу продукции, приведенные к общему курсу. Единственное на чем может основываться концепция конкурентоспособности на уровне страны, - это продуктивность использования ресурсов» [7,206]. Исходя из этого, можно утверждать, что для улучшения конкурентоспособности предприятие должно заботиться о полном и эффективном использовании ресурсов, имеющихся в его распоряжении, а также всех видов ресурсов приобретаемых для будущего производства.

Особенности конкуренции в инновационной сфере, обуславливающие необходимость ее развития приводит В.Г. Медынский:

- конкуренция – главный фактор восприимчивости предприятия к инновациям; конкуренция вынуждает предпринимателя постоянно искать и находить новые виды продуктов и услуг, которые нужны рынку;
- конкуренция способствует тому, что предприниматели стараются освоить продукцию высокого качества по ценам рынка;
- конкуренция стимулирует использование наиболее эффективных способов производства [8,277].

К настоящему моменту понятия рыночной конкуренции и монополии получают новую интерпретацию [9,31-34], согласно которой наиболее важной формой конкуренции становятся конкурентные действия, направленные на достижение монопольного положения – внедрение инновационного продукта, а также закрепление прав интеллектуальной собственности на данную продукцию.

В условиях рыночной экономики по нашему мнению, победитель получает не только право собственности на новый продукт, но и право, получения дохода от владения и распоряжения нематериальными активами в продолжительном времени: рыночная власть обеспечивает наибольшие выгоды. Ответной реакцией конкурентов будут действия, направленные на преодоление сложившегося монопольного положения компании путем предложения на рынок более инновационной продукции, способный удовлетворить потребительский спрос.

Литература:

1. Швандар В.А. и Горфинкель В.Я. Инновационный менеджмент – М.: Вузовский учебник, 2004.- С. 97 - 98.
2. Клейнер Г.Б. Экономика должна быть гармоничной. http://www.kleiner.ru/Econ_garmony.htm
3. Соловьев В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций). – Киев: Феникс, 2006.- С.18.
4. Мусов Н., Ненадышев В. Персонал и обеспечение инновационной стратегии предприятия// Проблемы теории и практики управления.-1999.- №5.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер Ком, 1998.- С. 72.
6. Портер М. Конкуренция (исправленное издание)/Под ред. и с предисловием Н. Макарова.-М.: «Вильямс», 2005.- С.46.
7. Портер М. Конкуренция (исправленное издание)/Под ред. и с предисловием Н. Макарова. - М.: «Вильямс», 2005.- С.206.
8. Медынский В.Г. Скамай Л.Г. Инновационное предпринимательство, М: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.- С. 277.
9. Афанасьева Ю. Инновационное развитие: новая концепция монополии и конкуренции // Мировая экономика и международные отношения. – 2005.- № 2.- С31-34.

Рецензент: д.э.н., профессор Кумсков Г.В.