

Современная  
научно-практический журнал

№6(36) 2012

# КОНКУРЕНЦИЯ



СИНЕРГИЯ ПРИНТ

научно-практический журнал

# Современная КОНКУРЕНЦИЯ

Ноябрь–декабрь 2012 года

№6 (36)

Издается с января 2007 года, выходит один раз в два месяца

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК для публикации основных результатов диссертационных исследований



## От редакции

В последнем номере уходящего 2012 года публикуются интересные статьи по традиционным для нашего издания темам: конкурентные стратегии и тактики, отраслевые рынки, региональная конкурентоспособность.

В статье **О. В. Осипенко** исследуется феномен «теневых» корпоративного контроля и описываются некоторые его формы. По мнению автора, есть основания признавать «теневые» формы корпоративного контроля методом недобросовестной конкуренции. **В. В. Дик** в своей статье рассматривает конкурентные преимущества корпоративных программных продуктов с точки зрения фирм-потребителей и фирм-производителей. Автор описывает, как свойства корпоративных программных продуктов влияют на конкурентоспособность их потребителей и вендоров, а также раскрывает конкурентные стратегии последних.

Статья **О. В. Самодурова** посвящена количественной оценке влияния внутренних факторов на конкурентоспособность компаний в телекоммуникационной отрасли.

Авторы **М. А. Морозов**, **Г. В. Бубнова** и **М. В. Щедловская** применяют математические методы для оценки региональной конкурентоспособности на рынке туристических услуг.

В статье **В. А. Леднева** описываются тенденции и закономерности развития различных форм конкурентной борьбы в профессиональном спорте и связанных с ним отраслях.

В ноябре этого года журнал стал информационным партнером Российской ассоциации обучения предпринимательству, соорганизатора международной конференции «Предпринимательство в переходное время: вопросы и проблемы». В этом качестве журнал публикует не только краткий пост-релиз конференции, но и две статьи, раскрывающие отдельные прозвучавшие там доклады.

Статья **Ю. Б. Рубина** посвящена ключевым вопросам обучения предпринимательству, обсуждаемым на конференции. Автор попытался в краткой форме описать контекст развернувшейся на конференции дискуссии.

В последний день конференции профессор Университета Мэйна **И. М. Манев** выступил с докладом, результирующим интересное научное исследование коллектива ученых, описание которого на языке оригинала публикуется в настоящем номере. Это исследование на основании массива эмпирических данных выявляет влияние на результаты деятельности фирмы в переходной экономике сочетания конкурентных стратегий фирмы и сети социальных контактов предпринимателей. Результаты исследования частично опровергают тезис М. Портера о необходимости фирмы придерживаться только одной стратегии во избежание «застревания».

Главный редактор  
**Ю. Б. Рубин**

# СОДЕРЖАНИЕ

## События и факты

### Международная конференция ICER-BRICS

«Предпринимательство в переходное время:  
вопросы и проблемы» . . . . . 3

## Обучение предпринимательству

### Рубин Ю. Б.

Российское предпринимательство  
как направление российского образования . . . . . 5

## Конкурентные стратегии и тактики

### Матвиенко Д. Ю.

Формы интеграционных объединений компаний . . . . . 9

### Дмитриева С. И.

Алгоритм разработки инновационной  
стратегии промышленного холдинга . . . . . 17

### Курчева Г. И., Макурина Ю. А.

Инновационный маркетинг и маркетинг  
инноваций в системе конкурентных  
преимуществ фирмы . . . . . 23

### Каганов В. Ш.

Использование процессов корпоративного  
обучения в конкурентном позиционировании  
предпринимательской структуры . . . . . 32

### Фазлиахметов Р. Г.

Управления дебиторской задолженностью  
как конкурентное преимущество коммерческой  
организации . . . . . 37

### Осипенко О. В.

Анализ «теневых» форм корпоративного  
контроля в контексте исследования методов  
недобросовестной конкуренции на российском  
рынке капитала . . . . . 46

### I. Manev, T. Manolova, B. Gyoshev, J. Harkins

Social Capital and Strategy Effectiveness:  
An Empirical Study of Entrepreneurial Ventures  
in a Transition Economy . . . . . 57

## Отраслевые рынки

### Аслаев А. А.

Направления делового администрирования  
конкурентоспособности вуза . . . . . 71

### Соболева Э. Ю.

Обеспечение конкурентоспособности экспертных  
организаций в сфере образовательного аудита . . . . . 79

### Леднев В. А.

Конкуренция в спорте: новые тренды  
и закономерности развития . . . . . 83

### Титова Н. А., Колочева В. В., Лямзин О. Л.

Разработка стратегических альтернатив развития  
предприятий розничной торговли в конкурентной  
среде с использованием pest-анализа . . . . . 88

### Самодуров А. М.

Внутренние факторы конкурентоспособности  
телекоммуникационной организации . . . . . 96

### Дик В. В.

Конкурентные преимущества программного  
продукта и их связь с конкурентоспособностью  
его потребителя и производителя . . . . . 103

## Конкурентоспособная Россия

### Любич А. А.

Правовое регулирование национальной  
финансовой системы как фактор обеспечения  
конкурентоспособности России . . . . . 118

### Романко А. Ю.

Специфика корпоративизма в конкурентной  
среде современной России . . . . . 130

## Региональная конкурентоспособность

### Морозов М. А., Бубнова Г. В., Щедловская М. В.

Применение математических моделей для оценки  
конкурентоспособности туристской дестинации  
наро-фоминского муниципального района . . . . . 134

Условия публикации . . . . . 142

Главный редактор:

### Рубин Юрий Борисович

доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент  
Российской академии образования, ректор Московского  
финансово-промышленного университета «Синергия»

Редакционный совет:

### Авдашева Светлана Борисовна

доктор экономических наук, профессор, зам. директора  
Института анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ

### Гельвановский Михаил Иванович

доктор экономических наук, профессор,  
член-корреспондент РАН, действительный член Академии  
экономических наук и предпринимательской деятельности России,  
генеральный директор Национального института развития РАН

### Клейнер Георгий Борисович

доктор экономических наук, профессор,  
член-корреспондент РАН, академик РАЕН,  
действительный член Международной Академии менеджмента,  
зам. директора Центрального экономико-математического  
института РАН

### Князева Ирина Владимировна

доктор экономических наук, профессор,  
зам. директора Сибирского института управления Российской  
академии народного хозяйства и государственной службы при  
Президенте РФ

### Коробов Юрий Иванович

доктор экономических наук, профессор,  
зав. кафедрой Банковского дела СГСЭУ

### Светульников Сергей Геннадьевич

доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой  
Экономической кибернетики и экономико-математических  
методов СПбГУЭФ

### Сорокин Дмитрий Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент  
РАН, первый зам. директора Института экономики РАН

### Сушкевич Алексей Геннадьевич

кандидат экономических наук,  
начальник Аналитического управления ФАС

### Шаститко Андрей Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор МГУ  
им. М. В. Ломоносова

### Юданов Андрей Юрьевич

доктор экономических наук, профессор Финансового  
университета при Правительстве РФ,  
член Европейской ассоциации истории бизнеса

Редакционная коллегия:

### Бабошин Алексей Владимирович

кандидат экономических наук

### Бандурин Александр Владимирович

доктор экономических наук, профессор

### Богданов Дмитрий Дмитриевич

кандидат экономических наук

### Коваленко Александр Иванович

кандидат экономических наук, зам. главного редактора

### Леднев Владимир Алексеевич

доктор экономических наук

### Матвиенко Денис Юрьевич

### Новашина Татьяна Сергеевна

кандидат экономических наук, доцент

## Международная конференция ICER-BRICS

# «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ПЕРЕХОДНОЕ ВРЕМЯ: ВОПРОСЫ И ПРОБЛЕМЫ»

14–16 ноября 2012 г.

**В** середине ноября в Москве прошла международная конференция «Предпринимательство в переходное время: вопросы и проблемы».

Организаторами конференции выступили: Национальная ассоциация обучения предпринимательству (РАОП), Центр предпринимательства и международный исследовательский консорциум, включающий пять академических институтов: Moscow International Business School MIRBIS (Moscow, Russia), Milano-Bicocca University (Milan, Italy), Indian Institute of Management Bangalore (Bangalore, India), Fudan School of Management — Fudan University (Shanghai, China), Institute of Economics — Federal University of Rio de Janeiro (Rio de Janeiro, Brazil).

Очное участие в конференции приняли более 150 человек и более 1000 человек смотрели прямую интернет-трансляцию. Всего на секциях было представлено и обсуждено 47 докладов и сообщений.

Первый день конференции был посвящен обсуждению профессиональных проблем и вопросов, с которыми сталкиваются при обучении предпринимательству учреждения высшей школы и бизнес-образования. Каковы принципиальные отличия программ обучения предпринимателей от программ по менеджменту, инноватике и др. программ? Каковы различия компетентностных моделей выпускников колледжей, бакалавров, магистров после успешного обучения предпринимательству? Возможно ли

создание программ по предпринимательству в рамках существующих государственных стандартов? Как выстроить непрерывное обучение предпринимательству: школа-колледж-вуз?

Ответы на эти и другие вопросы прозвучали в выступлениях президента Национальной ассоциации обучения предпринимательству (РАОП) **Юрия Рубина**, заместителя директора Бизнес-инкубатора ВШЭ **Нatalьи Федотовой**, директора департамента Института государственного и предпринимательства УрФУ **Виталия Копнова**, заместителя декана факультета «Инженерный бизнес и менеджмент» МГТУ им. Н. Э. Баумана **Анны Иваниловой**.

Следующие дни конференции были посвящены предпринимательству в переходное время и рассмотрению глобального подхода к проблемам предпринимательства в странах БРИКС.

Профессор **Даниэль Айзенберг**, руководитель проекта по исследованию экосистемы предпринимательства в Babson Global (США), пытался осмыслить ситуацию с развитием глобальных кризисных процессов в развитых странах. Как это отражается на экономике в целом? На предпринимателях? Как глобальная экономическая ситуация влияет на предпринимательскую активность? Что это — глобальные проблемы или новые возможности?

Представители Международного исследовательского консорциума (ICEIR): Prof. Fabio Corno, Prof. Mathew J. Manimala, Prof. Re-

nata Lebre La Rovere, Prof. Youzhen Zhao — сделали серию докладов о результатах исследований по теме: «Исследование предпринимательских экосистем, поддерживающих создание новых предприятий».

Правовые, гендерные и кросс-культурные аспекты предпринимательства участники конференции обсуждали в рамках секции, которую вела директор центра стран Азии и Тихоокеанского региона МИРБИС **Наталья Печерица**.

Инновационной стороне предпринимательства была посвящена секция «От корпоративных R&D к открытым инновациям: новые модели действий и новые инструменты», проводимая под руководством директора МИРБИС **Натальи Кураковой**.

Директор Центра ICSB Университета Essex (UK) Jay Mitra и профессор Gedeon Neiman из Университета Pretoria (South Africa) делились своими мыслями о месте предпринимательства в современном обществе, о решении проблем возвращения успешных предпринимателей и построении предпринимательских университетов.

Особый интерес вызвал доклад профессора Университета менеджмента Main (США) Ivan Manev. Группа ученых по его руководством провела исследование, результаты которого публикуется в настоящем номере.

В следующих номерах редакция журнала «Современная конкуренция» опубликует другие интересные доклады.

*Рубин Ю. Б., докт. экон. наук, профессор, член.-корр. Российской академии образования, президент Национальной ассоциации обучения предпринимательству (РАОП), ректор МФПУ «Синергия», г. Москва, yrubin@mfa.ru*

## РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК НАПРАВЛЕНИЕ РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

*В этом номере публикуется текст выступления автора на научно-практическом семинаре по обучению предпринимательству в образовательных учреждениях профессионального образования, состоявшемся в рамках 2-й международной научно-практической конференции ICER-BRICS «Предпринимательство в переходное время», прошедшей в Москве 14–16 ноября 2012 года.*

**Ключевые слова:** предпринимательство, система предпринимательского образования, обучение предпринимательству.

### Введение

В нашей стране на протяжении всего XX века публикации, в которых предпринимательство оценивалось бы положительно, являлись исключительной редкостью. Занятия предпринимательством определялись как действия, противоречащие Уголовному законодательству. Предпринимательство, как и конкуренция, рассматривались как явления негативные, абсолютно аморальные и не соответствующие высоким критериям нравственности и общечеловеческих ценностей<sup>1</sup>.

К счастью, в последние годы произошли глубокие мировоззренческие сдвиги. К ним надо отнести изменение предпринимательского климата, улучшение имиджа предпринимательской профессии, прежде

всего, в молодежной среде, укоренение новых элементов предпринимательской инфраструктуры: бизнес-инкубаторов, технопарков, фондов венчурного инвестирования др.

Постепенно меняется отношение общества к предпринимательству, которое малопомалу укореняется в сознании широких масс населения как уважаемая профессия, чего не наблюдалось еще каких-нибудь 15 лет назад. Приходит уважение к умению строить бизнес-модели, управлять предпринимательской фирмой, производить стартапы, разбираться в посевном и «ангельском» инвестировании, совершать конкурентные действия. Публикуются книги известных российских и зарубежных предпринимателей, которые содержат личный, порой бесценный и уникальный опыт управления собственным бизнесом. Но в то же время мифы о якобы безнравственной сути предпринимательства, отравленной духом наживы и торжеством чистогана, к сожалению, все еще присутствуют в общественном сознании.

<sup>1</sup> Подробнее см. в Рубин Ю. Б. Курс профессионального предпринимательства. 11-е изд., перераб. и доп. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2011; Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. №3. С. 38–68.

**Матвиенко Д. Ю.**, преподаватель кафедры Теории и практики конкуренции МФПУ «Синергия», г. Москва, [DMatvienko@mfa.ru](mailto:DMatvienko@mfa.ru)

## ФОРМЫ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ КОМПАНИЙ



*В статье рассматриваются различные формы объединений компаний (трест, синдикат, консорциум, конгломерат, стратегический альянс, ассоциация и др.), обосновывается разнородность выделения и, следовательно, смешение и пересечение форм объединения компаний в рамках некоторых существующих классификаций, производится сопоставление и упорядочение форм объединений.*

**Ключевые слова:** интеграция, объединение, формы объединений компаний.

### Введение

**И**нтеграционные процессы в рыночной экономике, как и конкурентные, возникли и развивались вместе с самой рыночной экономикой, и на сегодняшний день насчитывают не одну сотню лет существования. Функционируя в конкурентной среде, компании находили возможности выживания и развития в ней за счет сотрудничества и объединения с другими компаниями, тем самым сочетая в своей деятельности конкурентные и интеграционные процессы.

На протяжении длительного периода времени изменялись условия, в которых протекали данные процессы: менялись организационно-правовые формы предпринимательства, законодательная база, регулирующая бизнес, особенности конкуренции, менялась конкурентная среда. Вместе с этими изменениями изменялись и формы интеграции компаний, порождая многообразие различных терминов, описывающих данные формы.

В российской экономической науке и сопредельных направлениях научной мысли такое многообразие привело к некоторому смешиванию понятий, наделению суще-

ствующих терминов, определяющих формы интеграционных объединений, новыми смыслами. В результате в научных работах, а затем учебниках и учебных пособиях разнородные формы интеграционных объединений зачастую ставятся в один ряд, описываются в одних классификациях.

В данных классификациях в качестве разных форм объединений соседствуют, например, консорциумы и стратегические альянсы, конгломераты с холдингами и финансово-промышленными группами и другие. Так, наряду с консорциумом, в одной классификации выделяется стратегический альянс, хотя во многих случаях данные термины характеризуют одну и ту же форму интеграции компаний, просто в разной научной парадигме — консорциум чаще рассматривается в аспекте монополизации рынков (так сложилось исторически), а стратегический альянс — в аспекте стратегического менеджмента. Схожая ситуация с конгломератами и финансово-промышленными группами и другими формами объединений, которые также часто соседствуют друг с другом в рамках единых классификаций, хотя по сути предполагают одну и ту же либо очень близкие формы объединения, правда, порой с акцентом на разные ее свойст-

лизируемые в статье формы объединений и упорядочивала их в рамках единой типологии. Это обусловлено возникновением и научным осмыслением данных форм в разных исторических и экономических контекстах, в странах с разными нормами права и языками, в различных областях научных знаний.

### Список литературы

1. *Владимирова И. Г.* Организационные формы интеграции компаний // Менеджмент в России и за рубежом. 1999. №6.
2. *Кинёв А. Ю.* Правоприменительная деятельность в сфере борьбы с картелями. URL: <http://www.consultant.ru/law/interview/kinev.html>. 30 октября 2009 г.
3. *Боуш Г. Д., Мадгазин Д. И.* Место бизнес-кластеров среди смежных форм интеграционных объединений хозяйствующих субъектов // Вестник Удмуртского университета, 2011, вып. 4. С. 8–13.
4. *Гареев Т. Р.* Основы международного маркетинга: учебное пособие. Калининград: изд-во РГУ им. И. Канта, 2008.
5. *Гужва Е. Г., Агапов И. А.* Формы интеграции предпринимательских структур: теоретический аспект // Экономическое возрождение России. 2011. №3 (29). С. 281–285.
6. *Шиткина И. С.* Холдинги: правовое регулирование и корпоративное управление. Научно-практическое издание. М.: Волтерс Клувер, 2006. С. 100–104.
7. *Коваленко А. И.* Конкурентная природа интеграционных стратегий бизнеса // Ученые записки: сборник научных трудов. Выпуск 6. М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия»; ООО «Синергия ЭКСПО», 2011.
8. *Луцкер А. П.* Авторское право в цифровых технологиях и СМИ. М., 2005. С. 267–268.
9. *Масленников П. В., Вожаев В. В., Задорожный А. А.* Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. Кемерово, 2005. — 98 с.
10. *Матвиенко Д. Ю.* Стратегические альянсы в конкурентном взаимодействии компаний // Современная конкуренция. 2010. №6.
11. *Орлов А. И.* Простое товарищество — эффективный способ объединения предпринимателей // КонсультантПлюс, 2004.
12. *Рубин Ю. Б.* Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. №3. С. 45–49.
13. *Овсейко С.* Синдицированные (консорциальные) кредиты // Юрист. 2010. №8.
14. *Трофимова Л. Б.* Структуризация форм и видов объединения компаний в соответствии с МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнеса» // Международный бухгалтерский учет. 2011. №9.
15. Указ Президента РФ №2096 «О создании финансово-промышленных групп в Российской Федерации».
16. Энциклопедия предпринимателя / Синельников С. М. и др. СПб., 1994.

---

*D. Matvienko, Lecturer, MFPU «Synergy», Moscow, DMatvienko@mfa.ru*

### FORMS OF COMPANIES AND FIRMS INTEGRATION

Forms of companies and firms integration (syndicate, consortium, conglomerate, strategic alliance, association, etc.) are discussed, differentiation heterogeneity of this forms in some existing classifications validated, comparison and sorting is performed.

**Key words:** integration, collaboration, cooperation, integration forms.



**Дмитриева С. И.**, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и менеджмента Академии Труда и социальных отношений, г. Москва, [almo1212@yandex.ru](mailto:almo1212@yandex.ru)



## АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ХОЛДИНГА

*В статье рассмотрена классификация инновационных стратегий в зависимости от модели поведения предприятий в рыночных условиях и в зависимости от инновационных целей. Обоснованы факторы, позволяющие определить, будет компания «генерировать идеи» или слепо «имитировать». В результате анализа инновационных стратегий предложен алгоритм разработки инновационной стратегии промышленного холдинга.*

**Ключевые слова:** инновационная стратегия, инновационное развитие, имитация, инновация, промышленный холдинг.

### Введение

**П**онятие «стратегия» в современной интерпретации — это комплексные действия управленческого характера, которые направлены на усиление позиции организации и удовлетворение потребностей клиентов, способствующие выполнению миссии организации и достижению поставленных ею целей.

Следует отметить, что формирование инновационной стратегии должно происходить с учетом основных базисных процессов как в самой организации, так и в ее внешней среде, а также возможности роста инновационного потенциала организации.

Инновационной стратегии промышленного холдинга нужно ориентироваться на будущее и учитывать постоянные изменения внешней среды, широко использовать инновационный потенциал входящих в холдинг дочерних организаций, характеризоваться гибкостью и способностью к быстрой адаптации к новым рыночным условиям.

Следовательно, достичь желаемого результата в холдинге невозможно без формирования инновационной стратегии, которая

была бы способна наиболее эффективно взаимодействовать все инновационные процессы организации.

### Классификация инновационных стратегий

Единой модели инновационной стратегии, как и единого стратегического управления для всех предприятий, не существует по одной простой причине — каждая компания по своим характеристикам уникальна. Отсюда следует, что содержание стратегического управления инновационным процессом также уникально, и для каждой компании существует своя специфическая форма. Тип инновационной стратегии зависит от внешних и внутренних факторов.

Стратегия рыночного лидера подразумевает внедрение базисных (радикальных) инноваций, включающих создание принципиально новых видов продукции, технологий, методов организации и управления. Стратегии последователя придерживаются организации, внедряющие улучшающие инновации.

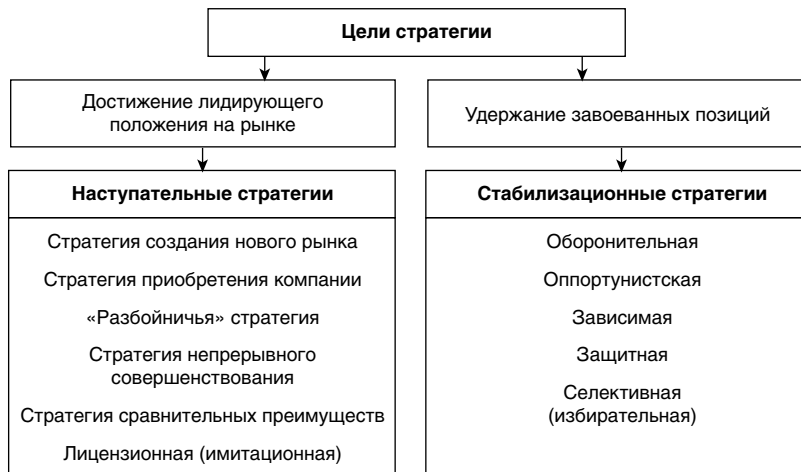


Рис. 2. Классификация инновационных стратегий в зависимости от инновационных целей

цели разрабатываемой стратегии. В качестве таких целей рассматривается достижение лидирующего положения на рынке либо удержание завоеванных позиций (рис. 2).

Данная классификация расширяет и дополняет деление инновационных стратегий по «менеджерскому поведению», предложенное Б. Санто.

Интересна точка зрения на разделение стратегий Н. Ю. Кругловой<sup>4</sup>. Выделение их разновидностей автор производит исходя из понятия конверсии. При этом под конверсией деятельности предприятия предлагается понимать непрерывную цепь разнообразных реакций на изменения внешней среды и, прежде всего, рынка товаров и технологий. Новшества, вносимые конверсией, могут иметь различную степень радикальности: от смены каналов распространения продукции (осуществляемой без изменения технологии производства) до коренного изменения технологической специализации. Среди наиболее типичных стратегий, по мнению Н. Ю. Кругловой, можно выделить следующие:

- стратегия частичного изменения ассортимента продукции;

- стратегия полной смены ассортимента;
- стратегия изменения технологической специализации.

- адаптация приоритетов деятельности предприятия к требованиям рынка по стадиям жизненного цикла технологии/спроса.

Кроме того, в литературе по стратегическому и инновационному менеджменту можно встретить другие варианты классификации инновационных стратегий, в той или иной мере соответствующие перечисленным выше способам.

Однако следует заметить, что существует также классификация инновационных стратегий относительно внутренней среды (рис. 3).

Каждая из инновационных стратегий имеет свой набор правил и методов, но поскольку при формировании стратегии конкретной организации зачастую используется смесь из представленных выше инновационных стратегий, то аналогично переплетаются также и их инструменты и методологии.

На сегодняшний день в наличии есть множество различных типов методик и инструментов: концептуальные и математические модели, контрольные перечни, сравнительный анализ, конкретные методики (например, оптимизация стоимости и развертывание функций качества) и методы (такие

<sup>4</sup> Стратегический менеджмент. Учебник 2-е изд. / Круглова Н. Ю., Круглов М. И. М.: Высшее образование, 2004. С. 255.