

научно-практический журнал

# современная КОНКУРЕНЦИЯ

Сентябрь–октябрь 2011 года

№5 (29)

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 пятом номере журнала продолжается серия интервью с ведущими российскими предпринимателями. В настоящем номере своими оригинальными идеями по поводу формирования рыночных ниш, принципов и стратегий ведения бизнеса и методов бизнес-разведки делится **А. П. Кравцов**, президент и создатель группы компаний «Руян» и зонтичного бренда «Экспедиция».

Безусловный интерес читателей вызовет статья **А. А. Козикова** и **А. Ю. Юданова**, где не только описывается механизм создания инновационного продукта, но и раскрывается роль имитации в формировании конкурентных преимуществ компаний.

Развитие этой темы можно увидеть в статье **А. А. Губановой**, в которой с использованием концепции открытых инноваций указывается на то, какие успешные рыночные решения зарубежных железнодорожных компаний могут быть заимствованы российской железнодорожной индустрией.

В статье **Ф. С. Губайдуллиной** раскрываются источники эффективности и конкурентоспособности кластерной формы территориальной организации бизнеса на примере кластеров малого и среднего бизнеса Италии.

В рубрике «Теория конкуренции» **Н. В. Хмелькова** анализирует изменение природы взаимодействий компаний на современном рынке, развитие «кооперентных» межфирменных отношений и их влияние на маркетинговые стратегии фирм-кооперентов.

В посвященной вопросам межотраслевой конкуренции работе **Д. В. Чернова** рассматриваются процессы развития производственного и служебного секторов национальной экономики и описываются причины отставания производственного сектора от сервисного по вкладу в ВВП нашей страны.

Статья **С. А. Богачева** посвящена методам оценки факторов языка, иммиграционного потока и развития рынка труда, влияющих на международную конкурентоспособность национальной образовательной отрасли.

Отдельно хотелось бы отметить работу **К. Страссер**, нашей французской коллеги из Университета Сюд-Тулон Вар. В ее статье описываются теоретические концепции и практические методы стимулирования творческого мышления менеджеров предприятий в целях стратегического репозиционирования малого предприятия, столкнувшегося с трудностями роста в посткризисный период. В журнале публикуется редакторская русскоязычная версия статьи. Полный авторский текст статьи на английском языке размещен на новом сайте журнала: [www.moderncompetition.ru](http://www.moderncompetition.ru).

Главный редактор  
**Ю. Б. Рубин**

# СОДЕРЖАНИЕ

## Конкурентные стратегии и тактики

**Козиков А. А., Юданов А. Ю.**

Имитация как конкурентная стратегия . . . . . 3

У компании «Руян» и ее бренда  
«Экспедиция» нет конкурентов . . . . . 20

*Интервью с А. П. Кравцовым, президентом и создателем  
группы компаний «Руян» и зонтичного бренда «Экспедиция»*

**Губайдуллина Ф. С.**

Микроэкономика кластера  
(на примере промышленных округов  
Третьей Италии) . . . . . 29

**Страссер К.**

Экономическая разведка и креативность  
в малом и среднем бизнесе:  
интеграция наступательных навыков . . . . . 46

## Теория конкуренции

**Хмелькова Н. В.**

Трансформация маркетинговой  
деятельности компаний в условиях  
кооперентного рынка . . . . . 63

## Конкурентоспособная Россия

**Чернов Д. В.**

Промышленное производство и сектор  
услуг как стратегические конкуренты . . . . . 77

**Новиков А. А., Новикова Е. В.**

Ресурсы и факторы инновационного  
развития российской экономики . . . . . 102

**Богачев С. А.**

LMW-фактор международной  
конкурентоспособности национальной  
образовательной отрасли . . . . . 110

## На соискание ученой степени

**Губанова А. А.**

Роль открытых инноваций  
в повышении конкурентоспособности  
предприятий транспортной отрасли . . . . . 119

**Альхимович И. Н.**

О повышении  
конкурентоспособности  
ресурсно-ориентированного  
региона . . . . . 131

**Погосьян В. Б.**

Развитие системы стратегического  
управления банка на основе  
комплексных социально-экономических  
показателей . . . . . 137

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  
РАЕН, 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, проректор по науке  
Сибирской академии государственной службы

**Коробов Юрий Иванович**

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

**Светуных 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, генеральный директор фонда  
«Бюро экономического анализа»

**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

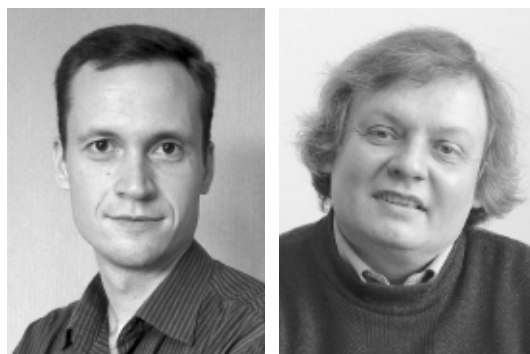
**Пантина Ирина Владимировна**

кандидат экономических наук, доцент

**Козиков А. А.**, аспирант Финансового университета при Правительстве РФ, [aakozikov@gmail.com](mailto:aakozikov@gmail.com)

**Юданов А. Ю.**, докт. экон. наук, профессор Финансового университета при Правительстве РФ, [Yudanov@yandex.ru](mailto:Yudanov@yandex.ru)

## ИМИТАЦИЯ КАК КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ



*В статье рассматривается роль имитации в формировании конкурентных преимуществ компаний. Отстаивается позиция, что, несмотря на отчетливую недооценку феномена имитации экономической наукой, он лежит в основе целого ряда конкурентных стратегий, активно используемых как российскими, так и зарубежными фирмами.*

**Ключевые слова:** имитация, инновация, конкурентные преимущества, конкурентные стратегии, быстрорастущие фирмы («Газели»).

### Введение: роль имитации в рыночной экономике

Вопреки бытующему мнению о сути имитационных процессов, сводящему их к банальному копированию, не заслуживающему сколько-нибудь пристального внимания исследователя, феномен имитационной деятельности играет в рыночной экономике одну из ключевых ролей.

Решающий теоретический удар по пренебрежительному отношению к значению имитации, как известно, нанес в 70-е гг. XX в. Израэл М. Кирцнер, самый авторитетный из современных представителей неоавстрийской школы. В знаменитой работе «Конкуренция и предпринимательство» он представил, вероятно, самую жесткую и одновременно наиболее конструктивную критику классических взглядов Йозефа Шумпетера на предпринимательство<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / пер. с англ. А. В. Куряева и Д. А. Бабушкина / под ред. А. В. Куряева. Челябинск: Социум, 2010.

И. Кирцнер обратил внимание на то, что в шумпетерианской трактовке «предпринимательская деятельность — это деятельность лидеров-новаторов и первопроходцев; она резко контрастирует с деятельностью сонма «подражателей», идущих по следам предпринимателей», и посчитал это неверным: «Для нас предпринимательство ... демонстрируется подражателями (взявшимися за дело, чтобы использовать возможности, открывшиеся в результате деятельности новаторов) точно так же, как самими новаторами»<sup>2</sup>.

Именно мириады подражателей, непрерывно проявляющие предпринимательскую бдительность (*entrepreneurial alertness*) в поиске того, что может быть прибыльно использовано в их бизнесе (вне зависимости от того, кем и когда это было создано), приводят в действие шестерни рыночного механизма. Фактически благодаря имитаторам любая инновация оказывается пристроена к делу столь широко, сколь это вообще возможно.

<sup>2</sup> Там же. С. 135.