

Тимофеев Дмитрий Меркуьевич

магистрант

Финансово-экономический институт

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный

университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

ГИПЕРКОНКУРЕНЦИЯ: ПРИЗНАКИ И РОЛЬ

Аннотация: в статье говорится, что на современном динамично развивающемся рынке конкуренция давно переросла в гиперконкуренцию. Если в традиционном определении конкуренции идет речь об внутренней направленности конкурентных усилий, улучшение факторов производства предприятия, то в гиперконкуренции силы воздействия на конкурентов направлены вовне. Автор отмечает, что предприятия судятся, подшучивают, запугивают и даже опускаются до банального опущения неприятных слухов «враге».

Ключевые слова: международный рынок, экономика, конкурентоспособность, гиперконкуренция.

Я бы определил, что такие методы применяются из гиперзаинтересованности предприятий в получении экономических выгод. А оно исходит из «головы» предприятия, где нередко в компаниях-лидерах засели «независимые бунтари сангвиники», которые и диктуют основные направления современного рынка. И исходя из этого я могу интерпретировать определение гиперконкуренции как:

Гиперконкуренция – агрессивная конкуренция на динамично развивающемся глобальном рынке.

Особенность гиперконкуренции заключается в многократно усиленных факторов конкурентоспособности, таких как многоуровневость и многоаспектность, компетенции, управляемость, динамизм, адаптационность, мобильность, инновационность, эффективность и др., которые определяют глобализационные преимущества предприятий.

Для современного рынка гиперконкуренция означает прежде всего прорывные инновации. Только в острых неприятных (проще говоря за пределами зоны комфорта) условиях, рождаются новые методы, способы акселерации конкурентных преимуществ, сокращается время НИОКР, ужесточается ценовая конкуренция и ведутся эксперименты с новыми подходами к обслуживанию покупательских потребностей, которые завоевывают огромную аудиторию почитателей и толкают цивилизацию вперед. Р. 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.

Например, к этому определению хочу упомянуть одну ситуацию, когда 15 марта 2013 года «Samsung» представила один из самых ожидаемых смартфонов этого года. В преддверии презентации компания разместила на Тайм Сквер в Нью-Йорке рекламный щит с анонсом события. Южнокорейская компания-конкурент LG, наружная реклама которой вот уже 20 лет размещается аккурат над щитами Samsung, не смогла не воспользоваться ажиотажем вокруг нового смартфона Galaxy S4, чтобы прорекламировать свой смартфон Optimus G. LG обновила свою рекламу, скопировав стилистику конкурентов и предложив купить их смартфон уже сейчас.

Агрессивная конкуренция в глазах общественности может выглядеть как игра детей в выяснении чей велосипед круче, но уже по титулам видно компаний видно, что компании являются лучшими в своей отрасли за счет отдельных конкурентных преимуществ производимых автомобилей (лучшая машина мира, шестикратный победитель гонок, лучший двигатель). Исходя из этого мы можем точно говорить, что рынок автомобилестроения гиперконкурентный по признаку, описанному Манфредом Бруном – признаком гиперконкуренции является растущая агрессивность участников рыночного соперничества. Цель подобной агрессии состоит в нарушении равновесия в раскладке сил конкурентов, что видно на данном примере.

В заключение хочу отметить, рассмотренные примеры гиперконкуренции ясно иллюстрируют молниеносный агрессивный конкурентный характер конкуренции между лидерами отраслей, и именно такое настроение на рынках является катализатором инноваций что, по моему мнению, является отличным стимулятором креативной экономики. В условиях которой, характерна гиперконкуренция, где непрерывно появляются инновационные конкурентные преимущества, которые уничтожают или нейтрализуют конкурентные преимущества «врага», ломая традиционный рыночный статус-кво и создавая неравновесное состояние рынков, что движет нашу цивилизацию вперед.

Список литературы

1. D`Aveni. R. Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering. – New York: The Free Press, 2016. – P. 57.
2. AdMe.ru [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/vojna-brendov-261055/>
3. Брун Манфред. Гиперконкуренция: характерные особенности, движущие силы и управление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vasilieva.narod.ru/ptpu/20_3_98.htm