

**Н. В. Г р и н е в а** (Москва, Финакадемия). **Проблемы моделирования конкуренции в инновационной деятельности.**

Принятие правильных решений в области создания инновационных конкурентных товаров в определенный промежуток времени играет решающую роль в стратегическом поведении фирмы. Оценку конкурентоспособности предприятия на рынке покупатель осуществляет опосредовано через предпочтение товаров данного товаропроизводителя по отношению к конкурентам. Итоговая рыночная конкурентоспособность компании есть обобщенная конкурентоспособность ее товаров, что непосредственно в инновационной деятельности связано с получением патента на изобретение.

На рынке покупателю интересны лишь конкурентные преимущества фирмы, т.е. факторы, которые позитивно влияют на принятие решений о покупке. Оценка конкурентоспособности предприятия интересна и полезна производителю для того, чтобы определить стратегию и тактику своего оптимального поведения.

Рассматривается множество фирм, соперничающих за получение патента на изобретение, связанное с проведением НИОКР. Каждая фирма осуществляет затраты двоякого рода: в виде единовременной суммы невозвратных затрат, вкладываемых в начальный момент времени, и в виде текущих затрат, возникающих уже в процессе соперничества. Эти два рода затрат играют в модели различные роли; в ряде случаев их удобно интерпретировать как «капитал» и «труд». Фирма может выбирать уровни тех и других затрат, что определяет ее «коэффициент риска» — условную вероятность того, что она достигнет успеха (станет изобретателем) в следующий малый промежуток времени, если до настоящего момента успех ею еще не достигнут. В дальнейшем «коэффициент риска» удобнее называть коэффициентом успеха. Считается, что коэффициент успеха одной фирмы не зависит от действий других и, следовательно, коэффициент успеха отрасли в целом является суммой коэффициентов успеха всех фирм, а также коэффициент успеха фирмы не зависит от времени, в течение которого она уже участвует в данном соперничестве.

Конкуренция в сфере НИОКР имеет ряд специфических черт, которые ослабляют роль рыночного механизма и отличают ее от классической конкуренции по Вальрасу. Во-первых, для нее характерна значительная неопределенность; кроме того, предварительная фаза конкуренции, при которой соперничающие фирмы затрачивают ресурсы, сменяется постконкурентной фазой, когда успешные фирмы имеют власть над рынком и получают рентные доходы. Во-вторых, существуют внешние эффекты. К числу наиболее важных внешних эффектов относится получение выгод конкурирующими фирмами. Действительно, знания о характеристиках нового продукта или процесса от преуспевающих фирм могут просачиваться в другие фирмы, служащие с необходимым опытом могут быть переманены, патенты обойдены и т. д. Действие положительных внешних эффектов направлено на сокращение суммарных инвестиций в НИОКР ниже социального эффективного уровня.