

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ КОНКУРЕНЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

ТАРАНЕНКО ИРИНА ВСЕВОЛОДОВНА,

кандидат экономических наук, доцент,
Днепропетровский университет экономики и права
г. Днепропетровск,
e-mail: ivtar@ukr.net

В статье анализируются особенности конкуренции, возникающие под влиянием глобализации и инновационного развития. Обобщены концепции конкуренции, обоснована инновационная парадигма теории конкуренции. Предложено определение инновационной конкуренции как институционально оформленного процесса соревновательного взаимодействия субъектов, основанного на эффективном использовании инновационных преимуществ и интегративном конкурентном поведении.

Ключевые слова: теория конкуренции; глобализация; парадигма; инновационная конкуренция; интегративное поведение.

At the article the specific features of the competition that appear under the influence of globalization and innovative development are analyzed. The conceptions of the competition are generalized, the innovative paradigm of the theory of competition is grounded. The innovative competition is proposed to be defined as institutionally formatted process of competitive interrelation of the actors based at effective realization of competitive advantages and integrated competitive behavior.

Keywords: theory of competition, globalization, paradigm, innovative competition, integrated behavior.

Коды классификатора JEL: B41, F55, O30.

На современном этапе развития экономики и общества происходит преобразование отношений конкуренции под влиянием глобализации и «новой» технологической революции, связанной с возникновением новейших нано-, био-, информационно-коммуникационных и когнитивных технологий, которые получили название NBIC-технологий.

Глобализация мировой экономики характеризуется, с одной стороны, обостряющейся конкуренцией, с другой — усилением международного взаимодействия. Координация деятельности, интеграция и кооперация игроков рынка становятся ключевыми формами конкурентного поведения. Усиливается необходимость исследования новых характеристик и свойств конкуренции, возникающих при переходе общества к постиндустриальной стадии развития.

Основы общей теории конкуренции были заложены в трудах представителей классической и неоклассической школ А. Смита, Д. Рикардо, Дж. Ст. Милля, А. Маршалла, в теориях Дж. Робинсон, Э. Чемберлина.

Роль инноваций в развитии конкурентных отношений нашла отражение в теориях инновационного развития и эффективной конкуренции Й. Шумпетера, а также в трудах Ф. Хайека, Л. Мизеса, И. Кирцнера.

Эволюция содержания конкурентных отношений под влиянием глобализационных и инновационных факторов раскрыта в концепциях конкурентной эволюции Р. Нельсона и С. Уинтера, Дж. Мура, в работах представителей школы стратегического менеджмента М. Портера, Г. Хамела, К. Прахалада, К. Кристенсена, У. Чан Кима, П. Глуря.

Новаторский подход к конкуренции как «институционально оформленному процессу» развивают в рамках экономической социологии Х. Уайт, Н. Флигштейн, В. Радаев.

Анализ вклада ведущих ученых в развитие теории конкуренции позволяет вести речь о противоречивом единстве в рамках современной конкуренции свойств как разрушительного, деструктивного типа, так и конструктивного, создающего новое качество, характера.

Цель исследования состоит в формировании интегрального, комплексного подхода к определению содержания, функций и современных форм конкуренции в контексте перехода к инновационно-глобализационной стадии развития экономики и общества.

Конструктивная конкуренция основана на интегративном типе конкурентного поведения (*Петросян 2008*) и соответственно, на широком спектре конкурентных взаимодействий — от координации до конкурентного сотрудничества, для достижения индивидуальных и общих целей субъектов конкурентных отношений (*Горев 2005*).

В. Радаев рассматривает конкуренцию как постоянное соотнесение и координацию деловых стратегий хозяйствующих субъектов (*Радаев 2003, 56*). Ведущие игроки рынка заинтересованы в том, чтобы конкуренция находилась в регулируемом русле, основывалась на принятии конкурентами общих правил взаимодействия, т.е. была «институционально оформленной».

Главная идея концепций конструктивной и интегративной конкуренции заключается в том, что конкурентные взаимодействия, приводящие к конструктивному результату и выигрышу многих (нескольких) участников,

происходят под влиянием новаторских идей, и, в свою очередь, становятся важным условием преобразования инновации в определяющий фактор конкурентного успеха.

Результаты обобщения и анализа основных концепций конкуренции, начиная с XVIII в., показывают наличие четко выраженной тенденции к исследованию конкуренции через призму инновационных преобразований. В конце XX — начале XXI ст. эта тенденция превращается в закономерность. Современные концепции рассматривают инновации как императив успешного функционирования компаний в условиях конкурентного взаимодействия на глобальных рынках.

В табл. 1 сведены инновационные аспекты теории конкуренции, которые были развиты представителями ведущих экономических направлений и школ XVIII — начала XXI ст.

Таблица 1

Инновационные аспекты теории конкуренции в концепциях представителей ведущих экономических направлений и школ⁶

Экономические направления, школы, теории	Авторы и представители теории	Инновационные аспекты теории конкуренции (краткое содержание)
Классическая теория (XVIII в. — первая половина XIX в.)	А. Смит, У. Петти, Д. Рикардо, Дж. С. Милль, Ж. Б. Сэй	Основной метод конкурентной борьбы — снижение цены посредством сокращения расходов, путем повышения производительности труда, при помощи внедрения прогрессивных методов производства
Неоклассическая теория (вторая половина XIX в.)	А. Маршал, Дж. Б. Кларк	А. Маршал различал «разрушительную конкуренцию», которая приводит к монополизации рынка, росту цен, снижению стимулов к инновациям и ухудшению качества товаров и услуг, и «творческую конкуренцию», которая вызывает усиление конкуренции, стимулирует инновации, повышение качества товаров, снижение цен.
Теория несовершенной и монополистической конкуренции	Дж. Робинсон, Э. Чемберлин	Исследование типологии рыночных структур и стимулов к инновациям, роли инноваций в формировании рынков несовершенной конкуренции
Теория инновационного развития (начало XX в.)	Й. Шумпетер	Конкуренция рассматривается как «творческое разрушение», борьба старого с новым, соперничество устаревшего с инновациями. Механизм конкуренции вытесняет с рынка фирмы, использующие устаревшие технологии. Конкуренция базируется на непрерывном внедрении нововведений, новаторстве на всех уровнях — технологическом, управления и организации производства, качества продукта, освоения новых рынков сбыта, сырья
Теория эффективной конкуренции	Й. Шумпетер	Внедрены понятия «эффективной конкуренции» и «эффективной монополии», связанные с процессом нововведений и функцией предпринимательства

⁶ Составлено автором

Продолжение таблицы 1

Экономические направления, школы, теории	Авторы и представители теории	Инновационные аспекты теории конкуренции (краткое содержание)
Старый институционализм. Концепция «работающей конкуренции», 1934 г.	Дж. М. Кларк	Только конкурентный рынок обеспечивает эффективность. Важным критерием оценки «работающей конкуренции» является развитие новых рынков
Неоавстрийская школа (вторая половина XX в.)	Ф. фон Хайек, Л. Мизес, И. Кирцнер	По Ф. Хайеку, конкуренция — это динамический процесс, метод открытия и порождения новых знаний. Эффективная конкуренция основана на поиске «рассеянного знания» и на монополии на информацию, которой владеет каждый индивид.
Теория экономики отраслевых рынков Мейсона — Бейна (1950-е гг.)	Э. Мейсон, Д. Бейн	Наибольшие стимулы к реализации инновационной деятельности возникают в условиях совершенной конкуренции под влиянием интенсивного соперничества большого количества игроков. Монополия не может обеспечить быстрый технологический прогресс.
Новый институционализм 30–40е гг. XX в.	К Эрроу Г. Коуз	К. Эрроу на основе эконометрических моделей внедрения инноваций в условиях различных структур рынка, обосновал, что конкурентная среда обеспечивает большие стимулы к инновациям
Институционально-эволюционная школа Теория конкурентной эволюции 1982 г.	Г. Нельсон, С. Уинтер	Инновационная деятельность фирм является определяющим фактором конкурентной эволюции, в центре анализа находится связь между структурой рынка и научно-техническим прогрессом.
Модель «предпринимательских экосистем», концепция «ко — эволюции» 1996 г.	Дж. Ф. Мур	Проведение аналогии между естественной (экологической) системой и бизнес-средой, которые развиваются через борьбу, сотрудничество и взаимозависимость, где объединяются конкуренция и эволюция («ко — эволюция»). Предложены стратегии поведения фирмы, основанные на поиске и внедрении инноваций
Теория со — конкуренции 1996 г.	А.М. Бранденбургер, Б. Дж. Нейлбафф	Исследование конкуренции как сотрудничества субъектов конкурентных отношений на основе инновационных решений
Теория конкурентного преимущества (1990-е гг.)	М. Портер	Выделение стадий развития стран в соответствии со стадиями конкуренции: на основе факторов производства, инвестиций, инноваций и богатства. В основе высокой конкурентоспособности стран лежат инновационные конкурентные преимущества
Экономическая социология 1980-е гг. — начало XXI ст.	Х. Уайт, Н. Флигштейн, М. Аболафия, Н. Биггарт, В. Радаев	Конкуренция определяется как постоянное соотнесение деловых стратегий, институционально оформленный процесс
Концепции «стратегии нелинейных изменений», «ключевых компетенций» 1990-е гг.	Г. Хамел, К. Прахалад	Успех в конкуренции основан на создании рынков будущего и «интеллектуальном лидерстве», при условии владения ключевыми компетенциями. Конкуренция ведется по принципу «нестандартные решения против пошаговых изменений», «нелинейная инновация» против «линейной».

Окончание таблицы 1

Экономические направления, школы, теории	Авторы и представители теории	Инновационные аспекты теории конкуренции (краткое содержание)
Модель «прорывных инновационных технологий» 1997 г.	К. Кристенсен	На рынке появляются «прорывные технологии», которые радикально изменяют параметры, на основании которых ведется конкуренция. Поражение терпят компании-лидеры, занимающие стабильную позицию и не стремящиеся к изменениям. Только непрерывное внедрение инноваций обеспечивает успех в конкуренции
Концепция «стратегии голубого океана» 2005 г.	У. Чан Ким, Рене Моборн	Обеспечение успеха компании через создание «голубого океана» — свободного от соперников рыночного пространства путем формирования абсолютно новых рынков, внедрения инноваций в производство или в организацию бизнеса
Теория «конкурентных преимуществ на основе взаимодействия» 2005–2007 гг.	Г. Глур, Э. Ланк, А. Мак Кормак	Инновационное развитие на основе сотрудничества является приоритетным источником конкурентных преимуществ в условиях глобализации. Внедрено понятие «сетей инновационного взаимодействия» (Collaborative Innovation Networks, COINs) как источника инновационных конкурентных преимуществ

Как свидетельствуют результаты обзора, исследование взаимосвязи инноваций и конкуренции содержится в разработках представителей большинства школ и направлений экономической науки.

В процессе эволюции теории конкуренции постепенно происходил отход от рассмотрения инноваций преимущественно как инструмента стимулирующей, или инновационной, функции конкуренции, которая заключалась в стимулировании внедрения новых технологий, выпуска новых товаров, повышения качества продукции (А. Смит, А. Маршалл, Дж. Кларк, Й. Шумпетер). Инновационные факторы переместились в центр механизма конкуренции, превратились в инструмент радикальных изменений (М. Портер (Porter 2001), Г. Хамел, К. Прахалад (Hamel 2000; Hamel and Prahalad 1994), К. Кристенсен (Christensen 1997), У. Чан Ким, Р. Моборн (Чан Ким 2009) и др.). Что дало возможность современным исследователям вести речь о переходе конкуренции в новую, «инновационную» фазу в своем эволюционном развитии (Маннапова 2006; Усик 2003).

Одновременно под влиянием глобализационных факторов сформировалась теория «конкурентных преимуществ на основе сотрудничества», которую развили П. Глур (Gloor 2006), А. Мак Кормак, Т. Форбат, П. Брукс, Л. Линн, Х. Зальцман (Lynn 2006; MacCormac 2007). В основе теории лежит утверждение об инновационном развитии на основе сотрудничества как мощном источнике конкурентных преимуществ. Состоялся переход от представлений о роли сотрудничества как одной из форм конкурентного взаимо-

действия наряду с соперничеством, к выводу о взаимодействии на основе сотрудничества, как основе инновационного развития, приоритетном источнике конкурентных преимуществ и условия опережения конкурентов.

Изучение содержания новейших тенденций развития теории и практики конкуренции как результата эволюции современной научной мысли и противоречивых процессов глобального мирового развития приводит к выводу о качественной природе произошедших изменений. Инновации, эффект которых многократно усиливается интеграционными процессами, креативными формами взаимодействия и сотрудничества на всех уровнях хозяйствования, превратились в универсальный двигатель общественного развития, движущую силу глобализации, источник качественного преобразования содержания конкуренции.

Вышеизложенное дает возможность выдвинуть гипотезу о формировании инновационной парадигмы современной теории конкуренции, которая будет определять концептуальное направление развития теории конкуренции на протяжении XXI столетия.

Парадигма — это система научно обоснованных, логически связанных между собой понятий и идей, образующих целостную концепцию. Термин «парадигма» (от греч. *Paradeigma* — пример, образец) в современную философию науки ввел Густав Бергман. Закрепление в научном обращении состоялось в 60-х годах XX в. благодаря работе Томаса Куна «Структура научных революций» (Кун 2009). Т. Кун понимал под парадигмой «признанные всеми научные достижения, которые на протяжении определенного времени дают модель постановки проблем и их решений научному сообществу» (Кун 2009, 18) и выделил два аспекта парадигмы:

- совокупность фундаментальных знаний, ценностей, убеждений и технических приемов, которые выступают как образец научной деятельности;
- система знаний, которую разделяет определенное научное общество.

Принятие инновационной парадигмы теории конкуренции не означает отхода от традиционной рыночной парадигмы. Современной наукой обоснована возможность сосуществования парадигм, когда одна парадигма возникает в пределах предыдущей и развивается, как ее составляющая (Усик 2003). Одновременное сосуществование парадигм обуславливает их взаимное влияние.

Мы раскрываем содержание парадигмы теории конкуренции путем сравнения традиционной рыночной и инновационной парадигм (см. табл. 2) по таким содержательным составляющим: теоретико-методологическая основа; сущность; концепция; цель; предпосылки; детерминанты; структурные элементы; методы исследования; место в метапарадигмах.

В современной инновационной парадигме теории конкуренции сохраняется содержание традиционной рыночной парадигмы, и одновременно возни-

кают новые качественные признаки и свойства, связанные с приоритетностью инновационного развития на основе конструктивного взаимодействия участников в условиях развертывания «новой» технологической революции и глобализационных процессов. Инновационная парадигма начинает сосуществовать с традиционной рыночной парадигмой, наполняет ее новым содержанием.

Таблица 2

Сравнение содержания традиционной рыночной и инновационной парадигм теории конкуренции⁷

Содержательные составляющие парадигмы	Традиционная рыночная парадигма теории конкуренции	Инновационная парадигма теории конкуренции
Теоретико-методологическая основа	<ul style="list-style-type: none"> — классическая теория (А. Смит, Д. Рикардо) — неоклассическая теория (А. Маршалл, Д. Кларк) — маржинализм — теории несовершенной и монополистической конкуренции (Э. Чемберлина, Д. Робинсон) — старый институционализм (Дж. М. Кларк) — неоавстрийская школа Ф. Хайек, Л. Мизес, И. Кирцнер — теории неоинституционализма (Дж. Эрроу, Р. Коуз) — теория конкурентных преимуществ М. Портера 	<ul style="list-style-type: none"> — концепция «творческой конкуренции» А. Маршалла — теории инновационного развития, эффективной конкуренции Й. Шумпетера, — теория конкуренции Ф. Хайека; — институционализм: концепция динамической конкуренции; — теория эволюционной конкуренции Р. Нортон, С. Уинтера; — экономическая социология (концепция конкуренции как институционально оформленного процесса); — концепция «нелинейных изменений» Г. Хамела, К. Прахалада; — концепция «прорывных технологий» К. Кристенсена — концепция «стратегии голубого океана» У. Чан Кима и Рене Моборна; — теория «конкурентных преимуществ взаимодействия» П. Глур, Л. Линна, А. Мак Кормака
Сущность	Конкуренция как соперничество субъектов за наилучшие условия хозяйствования является необходимой предпосылкой функционирования рынка. Выполнение конкуренцией ее функций (стимулирующая, распределительная, контролирующая и т. п.) лежит в основе действия рыночного механизма	Конкуренция как неконфликтное соревновательное взаимодействие участников, принимающее интегративные формы (от координации до конструктивного взаимодействия и конкурентного сотрудничества), путем постоянного внедрения инноваций, дает возможность большинству участников, благодаря синергетическому эффекту, получить наилучший результат в достижении индивидуальных и общих целей и конечный выигрыш
Концепция	Трактовка конкуренции как соперничества (стремление к получению наилучших условий функционирования) через призму рыночного механизма, воплощенного в традиционных базовых подходах: поведенческом, структурном, функциональном	Трактовка инновационной конкуренции как соревнования в экономической эффективности, на основе непрерывного поиска и внедрения системных инноваций, основанного на конструктивном взаимодействии участников, для достижения поставленных целей в условиях глобализованной экономики знаний

⁷ Составлено автором

Продолжение таблицы 2

Содержательные составляющие парадигмы		Традиционная рыночная парадигма теории конкуренции	Инновационная парадигма теории конкуренции
Цель		Индивидуальная для каждого участника — получение наилучших условий для функционирования и получения прибыли в краткосрочном и среднесрочном периоде	Наряду с индивидуальными — формирование общих целей, направленных на обеспечение постоянного развития на инновационной основе в средне- и долгосрочном периоде
Предпосылки		Эволюция рыночного механизма Научно-технический прогресс Формирование мирового хозяйства и развитие международных экономических отношений Индустриальная стадия развития экономики и общества	«Новая» научно-технологическая революция Глобализация Чрезвычайное обострение конкуренции в традиционных формах, ведущее к взаимному уничтожению Развитие новых организационных форм хозяйственных структур (глобальные ТНК, стратегические альянсы, предпринимательские сети) Постиндустриальная стадия развития экономики и общества
Детерминанты		Традиционные факторы производства. Традиционные нововведения («линейные» инновации), преимущественно технологические, а также организационные и управленческие. Инновационность как проявление стимулирующей функции конкуренции	«Устойчивые» инновации, радикальные инновации, «прорывные» инновации, ключевые компетенции Приоритетное значение приобретают инновации в организации бизнес-процессов, управлении (в т.ч. стратегическом) Инновационность как сущностное свойство конкуренции
Структурные элементы	Субъекты конкуренции	Субъекты различных уровней хозяйствования — физические лица, предприятия (компании), объединения предприятий, страны (национальные экономики)	Субъекты глобализованной экономики — компании, ТНК, страны (национальные экономики), международные интеграционные группировки, геоэкономические центры
	Объекты конкуренции	Условия хозяйствования, ресурсы, спрос потребителей	Условия хозяйствования, условия постоянного развития, экономическое, политическое влияние
	Методы конкуренции	Экономические, неэкономические	Экономические
	Формы конкуренции	Преимущественно ценовая, возникновение и распространение неценовой	Преимущественно неценовая
	Тип конкурентных преимуществ	Традиционные преимущества в качестве продукции или эффективности производства	Инновационные преимущества, «преимущества сотрудничества», геоэкономические преимущества
	Масштаб рынков	Локальный, региональный, национальный, международный, мировой	Локальный, региональный, национальный, международный, глобальный
	Формы конкурентного поведения	Соперничество, борьба, соревнование	Соревнование, взаимодействие, координация, согласование стратегий, сотрудничество
	Временной горизонт	Краткосрочный и среднесрочный период	Долгосрочный период, ориентация на «рынки будущего»

Окончание таблицы 2

Содержательные составляющие парадигмы		Традиционная рыночная парадигма теории конкуренции	Инновационная парадигма теории конкуренции
	Следствия (результат)	Конструктивный (повышение эффективности, создание дополнительной ценности), деструктивный (разрушительный)	Конструктивный (повышение эффективности, создание дополнительной ценности)
	Модели конкурентного взаимодействия	Соревновательно-соперническая Выигрыш одного участника («победитель получает все») или малого количества участников Победа определяется индивидуальной эффективностью	Соревновательно-координационная (соревновательно-интегративная) Игра с ненулевой суммой, выигрыш всех (или многих) участников Синергетический эффект
Методы исследования		Функциональный	Системный
Место в мета-парадигмах		Рыночная (классическая, неоклассическая) Индустриальная	Институциональная Эволюционная Глобализационная Постиндустриальная

В центре инновационной парадигмы находится понятие инновационной конкуренции, которое обуславливает сущность и концепцию парадигмы, системную определенность всех ее содержательных составляющих. Понятие инновационной конкуренции прочно вошло в современный научный лексикон. Однако недостаточная содержательная определенность инновационной конкуренции, трансформирующее влияние глобализации, определяют потребность в дальнейшем исследовании, в контексте современных тенденций формирования постиндустриального общества.

Мы раскрываем сущность инновационной конкуренции сквозь призму инновационной парадигмы теории конкуренции.

Инновационная парадигма провозглашает определяющими признаками инновационной конкуренции: во-первых, инновационный характер конкурентных преимуществ, приоритетную роль накопления знания, инновационной деятельности для достижения рыночного успеха; во-вторых, неконфликтный, интегративный характер конкурентного взаимодействия участников.

Среди процессов, которые определяют переход к новой форме конкурентных отношений, основанной на интегративном взаимодействии и инновациях, ведущее место занимают:

- глобализация мирового экономического развития и связанное с ней повышение уровня неопределенности;
- научно-технологический прогресс, информационно-технологическая революция;
- интеллектуализация мирового хозяйства, рост рынка интеллектуальных услуг и высокотехнологичной продукции;

- наличие общих целей устойчивого развития;
- приоритетность взаимодействия и сотрудничества в конкурентных отношениях, которые возникают в инновационной экономике.

Сформировалась методологическая основа для определения инновационной конкуренции, как нового типа конкурентных отношений, приобретающего всеобъемлющий характер в условиях глобализации мирового хозяйства. Инновационная конкуренция — это основанный на создании и накоплении нового знания и эффективном использовании инновационных преимуществ, институционально оформленный процесс соревновательного взаимодействия субъектов, который осуществляется через интегративное взаимодействие и участие в инновационном процессе, с целью обеспечения наилучших условий устойчивого развития.

Таким образом, можно утверждать, что инновационной конкуренции присущ принцип интегративного конкурентного взаимодействия, который предполагает преобладание интегративных форм конкурентного поведения в диапазоне от координации до конструктивного взаимодействия, и конкурентного сотрудничества.

На практике этот принцип обуславливает изменение форм конкурентного поведения, что находит воплощение в конкурентных стратегиях субъектов мирового хозяйства, направленных на уход от конфронтации посредством изучения стратегий конкурентов и учета их в своей деятельности, а также в усилении интеграционных тенденций в рамках глобализованной мировой экономики в долгосрочном периоде.

ЛИТЕРАТУРА

Афанасьев А. (2005). Парадигмы и древнегреческий космос // Докса. Вып. 8.

Горев В.П. (2005). Специфика формирования конкурентного процесса в экономике России // *Известия ИГЭА*. № 1 (42).

Кун Т. (2009). Структура научных революций. М.: АСТ.

Маннапова Д.Ф. (2006). Инновационно-конкурентные процессы: тенденции и проблемы // *Социально-экономические и технические системы: исследование, проектирование, организация*. №12 (28). (<http://sets.ru/base/28nomer/mannarova/1.pdf>).

Петросян Д.С. (2008). Интегративная модель поведения человека // *Общественные науки и современность*. № 3.

Портер М. (2001). Конкуренция. М.: Издательский дом «Вильямс».

Радаев В.В. (2003). Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ ВШЭ.

Усик Н.И. (2003). Использование синергетического эффекта в конкурентной борьбе // *Вестник СПбГУ*. Сер. 5. Вып. 2 (№ 13).

Чан Ким У. (2009). Стратегия голубого океана / У. Чан Ким, Рене Моборн. Hippo.

Bergmann, G. (1992). *New Foundations of Ontology*. Madison: University of Wisconsin Press.

Christensen, C. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business School Press.

Gloor, P.A. (2006). *Swarm Creativity. Competitive advantage through Collaborative Innovation Networks*. Oxford University Press.

Hamel, G. (2000). *Leading the Revolution*. Harvard Business School Press. Boston (Mass.).

Hamel, G. and Prahalad C.K. (1994). *Competing for the Future*. Harvard Business School Press. Boston (Mass.).

Lynn, L. (2006). *Collaborative advantage // Issues in Science and Technology National Academic of Science*. (<http://www.issues.org/22.2/lynn.html>).

MacCormac, A. (2007). *Innovation through global Collaboration: A new source of Competitive Advantage*. Theodore Forbath, Peter Brooks, Patrick Kalaher // Wipro Technologies. Harvard Business School. Boston, MA. August 14.