

Развитие сетевых формирований в инновационной экономике

Опубликован: [Менеджмент в России и за рубежом](#) №1, 2007

Баринов В.А.,

д-р экон. наук, профессор

Жмуров Д.А.,

РЭА им. Г. В. Плеханова

Исследованию экономики с позиций ее сетевой природы посвящены работы российских и зарубежных ученых (Кастельс М., Даниель Д., Дойль П., Делягин М., Дынкин А., Иванова Н., Катъкало В., Новиков Д., Мильнер Б., Олейник А., Сенге П., Смирнова В., Кессиди Ф., Латфуллин Г., Зибер П., Прахалад С., Хамел Д.)

Достоинства сетевой межфирменной организации были признаны еще в 90-ые годы XX в. Сеть позволяла снижать удельные затраты и инвестиции, необходимые для быстрого создания новых продуктов и выхода с ними на рынок. Появилась возможность направлять в принципе ограниченные ресурсы компаний на создание и поддержание конкурентного преимущества. Прагматическая задача сокращения транзакционных издержек по сути не создавала условий для рассмотрения межфирменных отношений как особого условия формирования объединений компаний. Последующие исследования показали, что только на базе такого неэкономического объединения (в этом случае становились реально разрешимыми общие проблемы выполнения обязательств и формирования доверия) строились эффективные экономические связи.

Основой сетевого начала в экономике является локальность сделок и локализация транзакций: экономические агенты действуют главным образом на рынке, состоящем из конечного числа участников. Локальность мыслится в географическом, социальном и институциональном пространстве. Перефразируя мысль А. Олейника, можно сказать, что сетевая экономика — это экономические отношения по поводу редких ресурсов, ограниченные географическим, социальным и нормативным пространством. Круг участников транзакций конечен и оказывает существенное влияние на их результат.

Сложившиеся представления о сети как способе объединения хозяйствующих субъектов различны. Способы определяют цели локализации отношений. Есть локальные отношения, возникшие эволюционным путем, есть возникшие как решение задачи защиты от неопределенности [1].

В общем случае сеть понимается как «совокупность устойчивых контрактов или сходных с ними социальных отношений между индивидами и группами».

Важным условием эффективной работы сети является персонификация отношений. Она делает их многосторонними и устойчивыми. По сути, так создают базу для принятия участниками сети взаимных обязательств. Последние — обязательное условие для аккумуляции ресурсов. Гарантией возврата ресурсов становится сама сеть. «Сетевой мир вынудит индивида соблюдать условия взаимодействия» [Басукова С. Вынужденное доверие сетевого мира]. Иными словами, достоинством сети является повышенный уровень уверенности в исполнении сделок.

В узком смысле сетью называются специальные организационные структуры управления локальным взаимодействием. Главными их элементами являются «узлы» (компании или хозяйствующие субъекты) и связи между ними (дуги). С позиций анализа структуры исследования сети как объекта существует достаточно развитый инструмент — теория графов. Структурный подход позволил выделить ряд параметров сети, по которым становится возможным сравнение различных вариантов отношений.

Исследователи, развивающие топографический подход к анализу сетей, вводят классификации, учитывающие пространственные (географические), социальные, нормативные аспекты.

Другой подход к анализу сетевых образований демонстрирует школа Р. Майлза и Ч.Сноу. Они рассматривали сети как организационную форму управления компанией. Ученые понимали межфирменные сети как новый этап в эволюции организационных структур управления фирмой: линейная — функциональная — дивизиональная — матричная — сетевая. Особенность последней — то, что местом ее возникновения являются глобальные изменяющиеся рынки, где компании должны постоянно заниматься разработкой товаров и услуг. Сеть работает при агрегировании фирмой-брокером временных структур, обменивающихся информацией между участниками.

Существенное отличие сетевых структур от предыдущих типов организации — в противовес централизации, они предполагают не сосредоточение в рамках одной фирмы всех активов, необходимых для создания продукта, а использование коллективных активов нескольких фирм, расположенных на разных участках стоимостной цепочки. Сети в управлении потоками ресурсов полагаются больше на рыночные механизмы, чем на административные процессы.

Участники сетей признают взаимозависимость и стремятся обмениваться информацией, кооперироваться и кастомизировать продукты. В отличие от традиционных сетей субподрядчиков в строительном бизнесе, от участников новых сетей ожидается проактивное поведение, улучшающее конечный продукт или услуги, а не простое выполнение контрактных обязательств. Это является основой инновационной экономики.

Майлз и Сноу предложили одну из первых рациональных классификаций сетевых структур — внутренняя, стабильная и динамическая сети. *Внутренняя сеть* не предполагает значительного вынесения деятельности фирмы, но предполагает введение сил рынка. Предполагается, что если внутренние подразделения будут работать по рыночным ценам, а не ориентироваться лишь на планы, графики и трансфертные цены, то они будут постоянно стараться повышать эффективность. Сетевая организация взаимодействия подразделений даже в условиях жесткой координации позволяет успешно осваивать организационные новации.

Стабильная сеть применяет структурные принципы и операционную логику функциональной формы. Подобная организационная структура предполагает частичный заказ товаров и услуг на стороне, что позволяет гибко формировать всю стоимостную цепочку. В стабильной сети активы принадлежат нескольким специализированным фирмам. Состав торговых партнеров формируется из числа обслуживающих «стержневые» компании, поставляя им ресурсы либо выступая дистрибьютерами продукции. Данный подход распространен среди компаний «Chrysler», «Toyota», «BMW», у которых до 70% стоимости конечного продукта приходится на приобретаемые на стороне детали и комплектующие. В России примером такого рода стали сети дилеров автомобилей.

К достоинствам стабильной сети, приносящим дополнительную прибыль, относятся надежность поставок и дистрибуции, а также тесная кооперация в производственных графиках (способствующая повышению загрузки оборудования) и контролю качества. Недостатки — сильная взаимозависимость компаний и утрата гибкости. Будущее сети определяется в основном уровнем развития стержневой компании. Введение новаций в стержневой компании требует реформирования других участников сети, что не всегда удается.

Внутренние и стабильные сети наиболее распространены в зрелых отраслях, где требуются значительные капитальные инвестиции. Внутренние сети больше подходят в ситуациях, когда фирмам трудно найти новых поставщиков, и требуется гибкость собственных отделений, обладающих самостоятельностью. Примером для России служит топливно — энергетический комплекс, сложившийся еще в советское время. Предприятия по добыче угля и его использование в энергетике образуют стабильную сеть [Смирнов В.Г. и др. Организация и ее деловая среда].

Операционная логика *динамической сети* близка дивизиональной структуре, которая стремится адаптироваться к бизнес-среде на основе распределения самостоятельно управляемых отделений в различных рынках. Такой вид сети применяется в быстро изменяющейся конкурентной среде. В ряде случаев подобная сеть представляет сетевую форму полярного значения. Речь идет о предельно возможном объеме передаваемого в аутсорсинг видов деятельности. Динамические сети получили большое распространение в отраслях, сильно подверженных фактору моды (производство одежды, детских игрушек, киноиндустрии, в сфере биотехнологий и компьютерном бизнесе). Головная фирма сети (брокер) идентифицирует и собирает воедино необходимые активы, полностью принадлежащие в ряде случаев другим компаниям. Обычно головная фирма обладает лишь ключевым для бизнеса навыком, например, в производстве (мобильные средства связи, Motorola), в проектировании и маркетинге (высокотехнологичной спортивной обуви и одежды, Nike и Reebok), маркетинге и обслуживании (Dell Computer).

Динамические сети дают преимущества одновременно в специализации и гибкости. Такие свойства необходимы при организации работы многих независимых фирм для одновременного или краткосрочного совместного проекта с минимальными затратами и минимальными потерями операционного времени. Усиление специализации в рамках динамической сети может привести к эффекту «пустотелой» корпорации. Это понятие связывают с деятельностью фирмы, в которой не сложилось четкого понимания своего существенного вклада в стоимостную цепочку создаваемого ею товара. Поэтому стержневая фирма должна реализовывать достаточно широкий сегмент стоимостной цепочки для удержания конкурентоспособности. Опора тому — ключевая компетенция. Динамические сети адекватны в низкотехнологичных отраслях с короткими циклами разработки продуктов и в высокотехнологичных отраслях (электроника и биотехнология).

Управленческие свойства сетей основаны не только на операционной зависимости в технологической цепочке производства конкурентоспособного товара, но и на социальной близости. Такое положение существенно влияет на природу экономических отношений, и представляет важный фактор сегментации и монополизации рынка. Помимо этого, барьеры входа и выхода из отрасли усиливаются за счет ограничения на участие в локальных сетях [Lautier B. L economie informelle dans le tiers monde]. Для членов локальных сообществ внутригрупповые нормы всегда более значимые, чем привносимые извне. Для инновационной экономики такой фактор несет два важных ограничения.

Во-первых, новые идеи в компанию чаще приносят «чужаки». Они становятся не только носителями новых идей, но и предпринимательского потенциала [Шумпетер Й. Теория экономического развития]. Принятие работниками подразделений НИОКР новых идей, рожденных в других компаниях, превратилось в сложную задачу реформирования организационной культуры. Во-вторых, скорость трансфера технологий обусловлена сокращением системных барьеров, включая и те, которые порождаются сетевой природой экономики, фрагментацией единого рыночного пространства.

Противоречие современного развития сетевой экономики состоит в органичной для рынков фрагментации, связанной с сетевой природой экономики и требованиями инновационной экономики к однородности рыночных отношений. Однородность отношений представляет важнейшее условие активного развития основных составляющих инновационных процессов: ускоренного трансфера технологий, сокращения рисков освоения новаций на ранних ее этапах (расширенное

привлечение инвестиций в область повышенных рисков), развитие предпринимательства в инновационной сфере.

Для решения задач регулярного менеджмента известны методы, построенные на использовании нематериальных активов объединения предприятий. Речь идет о направленном формировании сети как объединения не только «технологических» возможностей сетей по созданию конкурентоспособной продукции, но и как инструмента сбора и анализа передового опыта, научных знаний для точного отслеживания тенденций научно-технического развития в предметной области. Интересы компании — участника сети — по повышению собственной конкурентоспособности совпадают с интересами развития всей сети.

Для выработки требований к формированию сетей, где технологические возможности усиливаются использованием нематериальных активов, рассмотрим цели формирования сетей, оперирующих в основном материальными ресурсами.

Большой экономический словарь под ред. Азрилияна трактует понятие «сеть» в трех значениях.

Система коммуникации между объектами, расположенными на каком-либо пространстве. Совокупность однотипных предприятий, объединенных единым управлением. Сеть массового обслуживания, в которой внимание сосредоточено на организации процесса».

Виды сетей отличаются назначением. Это выстраивание эффективных коммуникаций в сфере деятельности, расширение географии однотипной деятельности, создание конечной продукции. Для сферы материального производства все три понятия сети дополняют друг друга, но не являются полным набором для производственной деятельности при неопределенности инновационного развития. Неопределенность инновационного развития и использование ресурса знаний требует расширить перечень категорий сетей. Использование знаний как особой формы нематериального ресурса для усиления конкурентоспособности сети представляет качественно новую основу для формирования ключевых компетенций участников сети и всей сети.

Мы предлагаем анализировать сети с позиций знаний, их аккумуляции в виде специальных хранилищ и архивов, в виде квалификации работников и их профессиональных навыков, используемых в деятельности предприятия. Неопределенность и прерывистость инноваций обуславливают потребность в выявлении слабых сигналов по направлениям научно-технических новаций с тем, чтобы обеспечить конкурентоспособность за счет ускоренного освоения новшества, опережения конкурентов. Конкурентоспособность определяет не только продолжительность периода освоения (это — индивидуальная компетенция организации), но и раннюю диагностику будущих изменений. Важна разработка всего комплекса мероприятий по маркетингу товара и его сопровождению, задействование всех технологических возможностей для создания «замкнутого знания». Замкнутость знания в виде объединения сетей производителей основного продукта, технологического и сервисного оборудования, служб сервиса продукта и пользователей по сути представляет сеть, интегрирующую ее участников по потреблению и распространению единых стандартов производства и сопровождения товара. Сеть открыта для обеспечения конкуренции за сокращение издержек; отношения в сети по природе неконкурентные.

Наиболее общий подход к проблематике сетей может обеспечить определение М. Кастельса: «Сетевое предприятие — специфическая форма предприятия, система средств которого составлена путем пересечения сегментов автономных систем целей».

Как отмечалось в докладе Туринской группы [Переосмысление развития сферы управления в новой Европе // Доклад Туринской группы. — Люксембург: Европейский фонд образования, 1997], «сетевая деятельность — это не просто метод, но и концептуальный подход, который в различных аспектах может касаться самых разнообразных вопросов и применяться по-разному». Это означает, что не существует универсальной модели работы сетевых организаций.

Другим понятием, определяющим содержание сетевой организации общества, экономики и хозяйствующего субъекта, является глобализация. Авторы разделяют мнение Михаила Делягина: «Глобализация основана на изменении предмета труда, когда наиболее прибыльным, наиболее коммерчески эффективным бизнесом стало не преобразование мертвых вещей, которым занималось человечество с момента своего появления, но преобразование живого человеческого сознания — как индивидуального, так и коллективного» [2]. Поскольку объект изменений — не материальное производство, а сознание людей, то происходит переориентация технологий с формирования нужных материальных предметов на формирование нужного типа сознания и культуры: переход от «high-tech» к «high-home» [op.cit]. Такой подход во многом схож с идеей Вернадского о постепенном переходе биосферы в ноосферу как сферу деятельности разума, где ведущим началом выступают интеллект, знание и труд.

Так становится понятна объективная неизбежность вовлечения образования (и бизнес-образования, в частности) в процесс сетевого взаимодействия. Подобный подход к бизнес-образованию является развитием управления знаниями [Гвишиани Д. Мильнер Б. Баринев В. Управление научно-техническим прогрессом].

«Знаниевая» составляющая эффективной деятельности предприятия рассматривалась как одна из основных составляющих в разных видах механизмов хозяйствования и исследовалась рядом отечественных ученых. Подобный подход к исследованию эффективности хозяйствования имеет давнюю традицию в отечественной экономической школе [op.cit]. Исследование проблемы управления знаниями в современном рыночном механизме рассматривается с двух сторон.

Во — первых, с позиции основного ресурса инновационного развития компании и обеспечения ее

конкурентоспособности. Инновации рассматриваются, с одной стороны, как источник расширения набора выпускаемых товаров, услуг. С этих позиций, товарные инновации «технологизированы» и поставлены «на поток». Инновационный менеджмент учитывает венчурное предпринимательство как потенциальный источник возникновения принципиально новых товаров, изменяющих основные пропорции на рынке по ценам, по издержкам, по технологическим идеям. Потребности рынка в снижении инвестиционных рисков для привлечения капитала в инновационную сферу, особенно на первых этапах реализации идеи, привели к дифференциации инновационной деятельности по самостоятельным исполнителям (дабы сократить интегрированный риск) Помимо этого, сформирован механизм объединения участников инновационного процесса в единый и результативный бизнес- процесс. Подобное объединение формируется на принципах проектного управления. Рыночный механизм объективно направляет деятельность владельца процесса на повышение конкурентоспособности компании в целом. [См. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров. Баринов В.А. Харченко В.Л. Стратегический менеджмент].

Во-вторых, инновации — технология и инструмент сбора и наращивания индивидуальных знаний работников компании. «Технологический» подход сосредоточен на тех методах и организации работы предприятия, при которых формируется база знаний работников. Иными словами, менеджмент знаний ориентирован на формирование и рациональное использование внутрикорпоративного ресурса. [Методы реструктуризации компании. Справочное пособие под редакцией Мазур И.И.]

Следующим этапом развития конкурентоспособности компании на базе освоения инноваций является расширение набора источников получения знаний. Это прежде всего система повышения квалификации работников, расширение их участия в работе системы бизнес-образования.

Применительно к бизнес-образованию развитие сетей имеет большой инновационный потенциал, поскольку сетевые структуры являются обоснованной реакцией как индивидуумов, так и организаций, понимающих ограничения и выгоды, которые можно извлечь из сотрудничества и обмена опытом. Это естественный путь к взаимному обучению [См. Щенников С.А. Открытое дистанционное бизнес-образование как воплощение глобализации. Зибер П. Управление сетью как ключевая компетенция предприятия].

Анализ мнений указанных авторов, а также результаты анализа сетевой работы промышленных компаний позволяет сформулировать содержание и направления сетевого сотрудничества:

1. Использование опыта и текущих знаний предприятий, развивающих одну тему. По существу, такое направление работ сводится в основном к обмену опытом в предметной области. Подобные формы повышения квалификации широко использовались в системе непрерывного образования еще в советское время. Технология управления знаниями повторяет технологию управления знаниями внутри компании. Задействованы отношения между индивидами и общие внутриорганизационные технологии: единые стандарты описания знаний, их формализации и архивирования, единые информационные технологии хранения и поиска знаний для новых проектов. Особенностью данного направления является то, что в сети объединяются знания в предметной области.

2. Развитие отношений с потребителем будущих продуктов. Осуществляется через различные формы сотрудничества, партнерства и союзы с целью разработки и маркетинга новых видов товаров и услуг. Союз участников сети для аккумуляции интеллектуальных сил, для выявления того, что будет потреблять клиент в будущем, какие товары и виды сервиса будут востребованы. Как продукты B2B, данные компоненты как товары предполагают выполнение маркетинговых исследований, включая поиск новых отраслей и областей хозяйствования, способных применить новые компоненты. Поиск новых отраслей применения новых продуктов интересен для каждой организации — участника сети. (Ведь разработка стратегии компании, обеспечивающей конкурентоспособность, согласно модели Прахалада, состоит в развитии ключевых компетенций компании и поиска широкого набора отраслей, где эта ключевая компетенция может быть эффективно использована.) Ключевая компетенция выступает основой для производства товара, применяемого в отрасли. Иными словами, возникает потребность в поиске отраслей, потенциально способных использовать компетенцию. В условиях НТП, подобный поиск и прогнозы компания не способна хорошо выполнить, обойдясь собственными ресурсами. Сетевое объединение позволяет аккумулировать интеллектуальные силы участников для решения этой целевой задачи поиска. Выработка направления не означает усиления конкурентоспособности участника сети. Конкуренция наступит на фазе производства товара с характеристиками под потребности клиента. Здесь будет сказываться эффективность реальной технологии производителя работы с новым продуктом и клиентом. Именно в качестве обслуживания клиента и в глубине удовлетворения его потребности и проявится конкурентоспособность компании.

3. Трансферт технологий управления, и, прежде всего, регулярного менеджмента. Участие в сетях преследует обмен опытом и взаимообучение представителей как учебных и консалтинговых центров, так и пользователей услуг в области развития менеджмента. Здесь не только профессиональное обучение новым методам управления, но и изучение вопросов технологии управленческого консалтинга. Распространению подлежат знания по выстраиванию отношений с консалтинговой компанией.

Итак, трансферт оперативных управленческих знаний складывается из обмена опытом производственных предприятий, опыта учебных организаций последипломного профессионального образования и опыта консалтинговых организаций. Иными словами, источником аккумулируемого и распространяемого управленческого опыта являются как накопленные знания предприятий участников сети, так и опыт из других, отдаленных по технологии отраслей, через консалтинговые и учебные организации. Трансферт технологий управления в сети решает две задачи. (Во-первых, он повышает уровень управленческой деятельности участников сети. Во-вторых, он ориентирован на обеспечение однородности качества управленческих процессов. Последняя создает потенциал для получения синергетических эффектов, получаемых в сети

проектов).

4. В условиях усиления поливалентности и возрастающей переменчивости инновационной сферы, а также неопределенности рынка, повышается актуальность проблемы выделения слабых сигналов на фоне расширения потока осваиваемых инноваций и общего ускорения распространения новых технологий. Для инновационной экономики проблема раннего обнаружения слабых сигналов представляет ключевую задачу. [Занг В-Б Синергетическая экономика. Время и переменные в нелинейной экономической теории.] Именно раннее выявление тенденций измерения потребностей и ускоренное предложение новых товаров на рынок составляет основу конкурентоспособности бизнеса в инновационной экономике. На практике основным подходом к решению проблемы «слабых сигналов» является установление сетевых обменов с секторами, от которых исходят новые представления и новые знания, применимые в развитии менеджмента.

Существующий потенциал сетевой работы значительно усилен внедрением информационных и коммуникационных технологий, которые, в свою очередь, требуют сетевого подхода для эффективного использования.

Содержание и направления сетевого сотрудничества можно сформулировать следующим образом.

Сеть — это объединение интеллектуальных ресурсов участников. Основой объединения является совпадение целей участников. Помимо совпадения целей, устойчивость и продуктивность сетей определяется уровнем распространенности стандартов и способностью участников объединения работать в рамках проекта и инфраструктурой конкретной сети.

Сеть это особая форма устройства внешней среды хозяйствующего субъекта. В сетевых объединениях действует механизм управления, для которого характерны горизонтальные связи с партнерами и специальный механизм координации. Другой особенностью является виртуальный по форме характер объединения. Отсутствие жесткой организационно-правовой формы не позволяет государственным органам управления экономикой применять традиционные, формальные методы воздействия на объединения. Горизонтальные отношения и свобода в организационно-правовом оформлении действий сети определяет условия высокой эффективности выделенных четырех видов деятельности сети.

Результаты объединения в сеть можно разделить на две группы. Первая группа — преследование качественно новых целей, свойственных для виртуальных объединений. Речь идет о формировании интеллектуальных ресурсов в виде новых знаний как для производства основного продукта деятельности (в предметной области), так и в сфере менеджмента компании. Это получение дополнительных практических знаний по управлению (обмен передовым опытом), теоретических знаний для ориентации на будущие глобальные изменения в сфере корпоративного менеджмента и государственного управления экономикой. Знания становятся актуальными для компании при разработке нового vision, миссии целей и стратегии. Иными словами, участники сети пополняют знания в области выработки стратегии компании.

Вторая группа представляет традиционные цели «жестких», оформленных в союзы, ассоциации и другие организационные формы взаимодействия в объединении хозяйствующих субъектов. Речь идет о таком материальном результате, как разработка и маркетинг новых видов продуктов. Решается задача разработки требований к новым продуктам, которые удовлетворят потребителя.

Приведенные цели аккумулируют знания, дающие ориентиры, а не точную информацию о технических характеристиках продукта. В этом случае даже однотипные предприятия сети не становятся конкурентами, так как использование знаний направлено на работу с клиентом, удовлетворение его потребностей. Уровень профессионализма позиционирования нового товара, выбора фокус-группы, учет брендовых предпочтений и составляет основу конкурентоспособности товара. На этом поле и реализуется борьба за потребителя. Барьер брендовых предпочтений в экономике, воспринимающей сетевые структуры как эффективные, очень высок. Вопросы переманивания клиента на основе полученных в сети знаний не разрешимы.

Достижение указанных целей предполагает единые стандарты управления для организации эффективных бизнес-процессов в рамках сетевых проектов и единые стандарты управления знаниями, способы принятия управленческих решений, управления проектами.

Сеть участников формируется для достижения целей на основе принципа «общей судьбы», понимания каждым взаимозависимости и ориентирована на получение новых знаний. Механизм формирования новых знаний, их архивирование и использование представляет основной сетевой ресурс, в котором заинтересованы все участники сети.

Совместная деятельность направлена на получение следующих эффектов:

- передовой опыт и научные достижения (знания) в предметной области, новые продукты и новые технологии производства;
- технологические знания в рамках участников технологической цепочки создания продукта (среди поставщиков и потребителей, развитие участников технологической цепочки);
- передовой опыт (знания) в области менеджмента на уровне производства, предприятия и корпорации (низовой, средний и высший менеджмент)
- маркетинг новых продуктов и услуг, определение потребностей и формирование ожиданий потребителя.

Целью сети является материальный результат в виде прямого расширения бизнеса и объемов продаж. Другим направлением работы данного вида сети является исследование новых услуг для будущего потребителя. Это знания о

динамике ожиданий потребителя, новые формы товаров и услуг с новой полезностью для потребителя.

Схема указанных направлений и многокритериального получения конечного эффекта от объединения предприятий в сеть приведена на рис .1

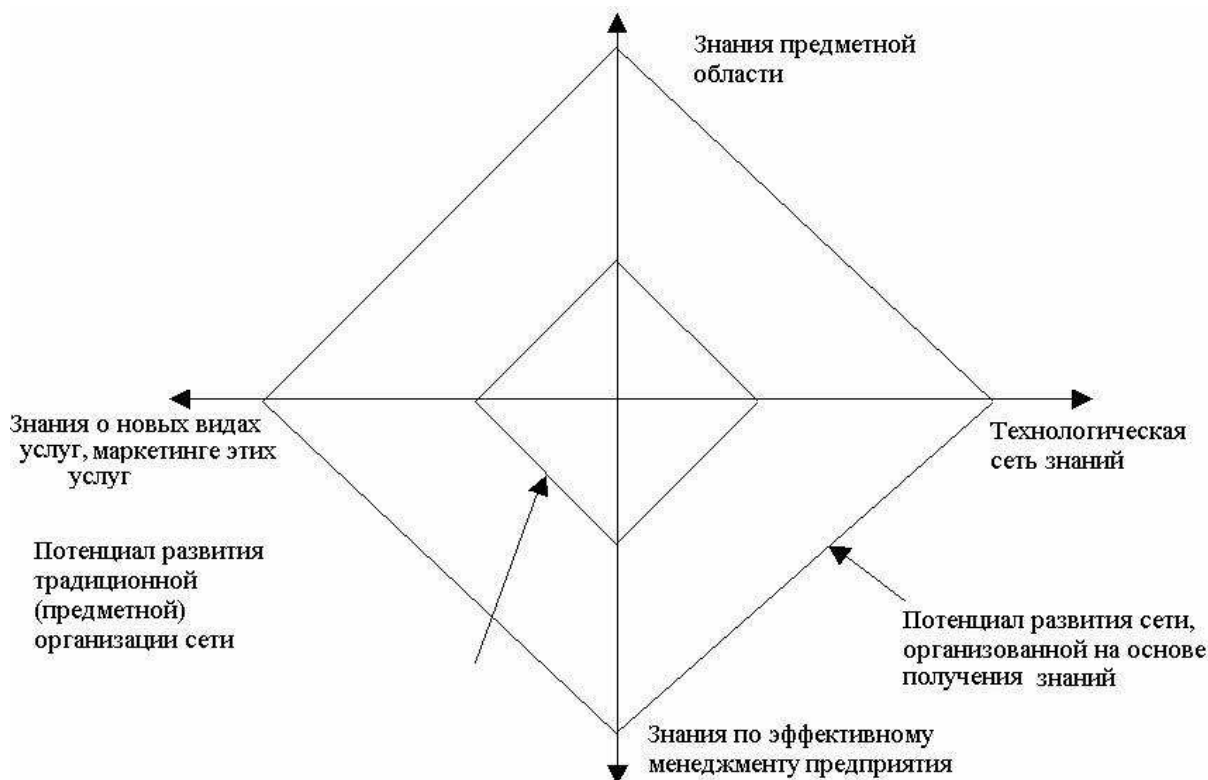


Рис. Направление эффектов от объединения предприятий в сеть

Введенная классификация сетей представляет эволюцию взаимодействия самостоятельных хозяйствующих субъектов. Подобная классификация не противоречит рассмотренной выше структуре инновационной экономики. Так, сфера предпринимательства детализирована в интеллектуальных сетях в виде управленческой сферы, ее однородности как базы для решения целевых коммерческих задач силами участников. Основным инструментом предпринимателя выступает проект как способ решения целевых задач, увязки новаций с потребностями рынка, привлечением финансового ресурса и минимизации риска. Направления «Предмет» и «Технология» реализуют задачу предложения новаций, рождаемых в сфере прикладной науки и ОКР в предметной и технологической части. По сути, это новые знания о технологии производства нового продукта. «Маркетинг» реализует задачу уточнения предпочтений потребителя. Другими словами главной является задача согласования рыночной неопределенности, инновационных (технологических) перспектив развития производственной платформы и финансовых перспектив производства семейства новых товаров. Гибкость предложения, период освоения новаций до выхода на рынок определяется уровнем развития менеджмента, стандартов управления в сети, включая управление проектами и управление знаниями. Данные вопросы реализует направление «Менеджмент».

Особенность интеллектуальных сетей состоит в создании потенциала для комплексного решения следующих вопросов обеспечения конкурентоспособности в современной экономике:

- отслеживание слабых сигналов, порождаемых НТП и, прежде всего, в фундаментальной и прикладных науках. Это относится не только к предметной области (производства новых товаров), но и к технологическим областям.
- ориентация на внедрение новейших технологий менеджмента и, прежде всего, в области освоения новшеств и управления изменениями, реинжиниринг бизнес-процессов и периодическое преобразование компании. Основная задача управления состоит в максимальном сокращении времени выпуска новой продукции, создаваемой на базе новой продуктовой платформы, и освоении новых знаний. Такое условие предполагает новые формы совместной работы с поставщиками и потребителями, проведение маркетинговых исследований и рекламных кампаний.
- нацеленность на получение коммерческого результата от внедрения новшества на рынке.

Интеллектуальные сети ориентированы на комплексное использование методов создания и продвижения инновационного товара, оперативное его изменения через удовлетворение изменяющихся потребностей и ускоренное освоение возможностей новой продуктовой платформы. Ключевой компетенцией подобных категорий сетей является технология раннего диагностирования изменений в управленческой, технологической и предметной областях и формирование основы для производства линейки товаров, удовлетворяющих ожиданиям и предпочтениям потребителей. Важным вопросом синтеза сетей подобной ориентации в формировании конкурентоспособности является проблема оценки эффективности сетевой деятельности для ее участников, а также условий для усиления мотивации предприятий участия в них. Подобные вопросы относятся к выявлению критериев эффективного формирования сетей в инновационной

экономике и требуют дополнительных исследований.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инновационная экономика. — М. Наука, 2003.
2. *Катькало В.С.* Межфирменные сети: проблематика исследований новой организационной стратегии. — Вестник СПбУ, сер 5 1999. вып 2
3. *Катькало В.С.* Ресурсный подход к оценке развития компании. — Вестник СПбУ, Сер. Менеджмент. 2002. вып.4
4. *Хьюстон Л, Саккаб Н.* Соединяй и развивайся. Harvard Business Review, Россия, апрель 2006
5. *Новиков Д.* Сетевые структуры и организационные системы. М.: ИГУ РАН, 2003.
6. *Киселева О. Костина Е.* Внебрачные связи/ Политический журнал, 2006, №16.
7. *Гурвич В.* Пертурбации диверсификации / Политический журнал, 2006, №16.
8. *Камрасс Р., Фарнкомб М.* Алхимия корпорации.- М.: Секрет фирмы, 2005.
9. Бизнес — брокер. Кто, Что, Для кого./ Вестник инноваций, октябрь, 2005.
10. *Олейник А.* Модель сетевого капитализма / Институциональная экономика. -М.: ИНФРА-М, 2005.
11. *Granovetter M. Swedberg R.* The Sociology of Economic Life, Boulder: Westview Press, 1992, pp-1-12.
12. *Басукова С.* Вынужденное доверие сетевого мира. Полис — Политические исследования, № 2, 2001. с. 52-60.
13. *Бурков В. Заложнев А. Новиков Д.* Теория графов в управлении организационными системами.- М.: Синтег,2001.
14. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития.- М.: Прогресс, 1982.
15. *Lautier B.* L economie informelle dans le tiers monde. Paris:La Decouverte?1994.
16. *Miles R.E., Snow C.C.* Fit, failure and the hall of fame: How companies succeed or fail. New York, 1994
17. *Miles R.* Adapting to technology and competition: A new industrial relations system for the 21th century // California Management Review. 1989. Vol.31. N2. P.I 1-14.
18. *Quinn J.B., Doorley T.L., Paquette P.C.* Technology in services: Rethinking strategic focus // Sloan Management Review. 1990. Vol.31. Winter. P.83