

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕРИЯ ПРЕПРИНТОВ
ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Волгоград 2013

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE RUSSIAN FEDERATION

VOLGOGRAD STATE UNIVERSITY
PREPRINTS SERIES

O. V. Inshakov, A. Yu. Voloshina

**MEGACOLLABORATION
AS A FORM OF CREATIVE COOPERATION
IN ECONOMY OF KNOWLEDGE**

Volgograd 2013

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*СЕРИЯ ПРЕПРИНТОВ
ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА*

О. В. Иншаков, А. Ю. Волошина

**МЕГАКОЛЛАБОРАЦИЯ
КАК ФОРМА КРЕАТИВНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ**

Волгоград 2013

ББК 65.012А
И74

Выполнено при финансовой поддержке
Российского гуманитарного научного фонда
(проект № 13-32-01033)

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор, заместитель председателя
Правительства Волгоградской области **В. И. Галушкин**;
доктор экономических наук, профессор
кафедры государственного и муниципального управления
Волгоградского государственного университета **О. В. Фетисова**

Иншаков, О. В.

И74 Мегаколлаборация как форма креативного сотрудничества в
экономике знаний [Текст] = Megacollaboration as a form of creative
cooperation in economy of knowledge : [препринт] / О. В. Иншаков,
А. Ю. Волошина ; [Волгогр. гос. ун-т]. – Волгоград : Изд-во ВолГУ,
2013. – 39 с. – (Серия препринтов Волгогр. гос. ун-та).
ISBN 978-5-9669-0954-3

ББК 65.012А

ISBN 978-5-9669-0954-3



© Иншаков О. В., Волошина А. Ю., 2013
© Волгоградский государственный университет, 2013
© Оформление. Издательство Волгоградского
государственного университета, 2013

Современный этап развития глобальной экономической системы (GES) характеризуется как особая стадия ее эволюции – экономика знаний, которую иногда характеризуют как высшую фазу постиндустриального общества. Многие страны в качестве стратегического ориентира выбрали модернизацию структуры и функций производства и обращения, социальной сферы и действий ее субъектов на реализации все более глубоких знаний о природе человека и общества. В этих условиях парадигма «общества и экономики знаний», очевидно, приобретает универсальный характер. Указанный переход в эволюции хозяйствования получает, с одной стороны, свое отражение в развитии научных теорий и концепций. Примером могут служить концепции об экономической сущности и проявлении знания, товарных форм его продуктов и услуг, о закономерностях и механизмах хозяйствования на основе использования знаний, влиянии знания на факторы и издержки производства, об экономических инструментах измерения и умножения знаний, о роли и месте субъектов государства, общества и бизнеса в экономике знаний, и особенно приоритетной роли человека в новом экономическом развитии, и т. д. С другой стороны, само это отражение необходимо для дальнейшего роста и развития эффективных форм организации и функционирования экономики, все больше основанной на знаниях. Возрастание экономики, основанной на знаниях, выражается в изменении структуры затрат на производство единицы продукта, в которой ускоренно увеличивается доля затрат на НИОКР и информацию, применяемые в качестве факторов производства новые интеллектуальные продукты и человеческий капитал высоких компетенций.

Анализ и синтез научных концепций позволяет дать определение экономике знаний и парадигмы современного общественного развития. Экономика знаний – такой этап эволюции GES, при котором знания становятся не только более доступным и привле-

каемым экономическим ресурсом, но также стратегическим запасом и непосредственным фактором производства, обладающим самостоятельной экономической ценностью и со все большим значением присутствующим в каждом виде экономической деятельности, приращение которого обеспечивает рост эффективности деятельности хозяйствующих субъектов.

Знание является благом и затратой труда, поскольку искусственно создано для удовлетворения потребности человека (общества) и не существует в природе само по себе вне человека. Содержание человеческого знания зависит от актуального времени и пространства, оно отражает мир его бытия в многообразных формах, воплощая весь опыт универсальной деятельности человечества. Оно развивается, сохраняется и расходуется, воплощаясь в своих носителях – людях, а также освоенных или созданных ими предметах. Отчужденное знание становится сведением или особой информацией. Знание проходит в своем кругообороте весь метаморфоз социальных функциональных форм: от условия и ресурса через запас и фактор производства к продукту и инвестиции, а затем к капиталу и богатству. Роль знания в формировании богатства современного общества ускоренно возрастает за счет повышения интеллектуальной емкости составляющих его вещей и идей, связей и отношений.

«Общество и экономика знаний» как парадигма общественного развития – это модель системного взаимодействия идей, институтов и практик креативной деятельности, получивших свое отражение и объяснение в теориях и концепциях, в которых интеллектуальное освоение природы и общества занимает исходное и ведущее место. Отдельные аспекты концепта экономики знаний нашли свое выражение в концепциях постиндустриального, информационного, технотронного, сетевого, инновационного общества в глобальном масштабе, основанных на комплексе теорий человеческого, интеллектуального и социального капитала.

Доминирующим фактором производства в экономике знаний является человеческий капитал, обладающий креативным и инновационным потенциалом и реализующий его в продуктах с преобладающей долей интеллектуального компонента. В странах

ОЕСД в последнем десятилетии XX века среднегодовые инвестиции в знания росли быстрее (3,4%), чем инвестиции в основные фонды (2,2%). Из всего объема измеренных в физических единицах знаний, которым располагает человечество, 90% получено за последние 30 лет, а 90% из общего числа ученых и инженеров, подготовленных за всю историю цивилизации, – наши современники. Это наиболее явные признаки перехода от экономики, базирующейся на использовании природных ресурсов и рутинной техники, к экономике, основанной на знаниях¹.

Экономику знаний *ex ante* можно определить на основе оценки суммарных инвестиций на развитие сектора, производящего и распространяющего новые знания, а *ex post* – по доле валовой добавленной стоимости отраслей, которые преимущественно потребляют новые знания. В этой экономике наука и искусство реально становятся «непосредственными производительными силами» и источником роста общественного, коллективного и индивидуального благосостояния, развития способностей и возможностей человека в созданной им локальной, региональной и глобальной «умной» (smart) среде.

Основными факторами развития экономики знаний становятся материальные и нематериальные интеллектуальные инвестиционные товары, производимые и эксплуатируемые на микроуровне GES² человеческим капиталом высокого качества, обладающим инновационным характером. Процесс развития такой экономики на основе комбинации ее факторов производства, согласно теории метапроизводственной функции³, предполагает не только создание и использование адекватной техники и материалов, соединяющихся с человеческим фактором в прогрессивных технологиях,

¹ Макаров В. Л. Экономика знаний: уроки для России // Вестник Российской академии наук. 2003. Т. 73, № 5. С. 450.

² См.: Макаров В. Л., Клейнер Г. Б. Микроэкономика знаний. М.: Экономика, 2007. С. 42–61.

³ См.: Inshakov O. The Theory of Human Action and Economic Genetics // The Human Being in Contemporary Philosophical Conceptions. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing, 2009. P. 159–171.

но и установление соответствующих отношений между субъектами хозяйственной деятельности на разных уровнях и в разных масштабах для эффективной реализации ее специфических свойств. Адекватные экономике знаний формы институции, организации и информации становятся факторами ее структурирования, функционирования и прогрессивной эволюции.

Система отношений производства, распределения, обмена и потребления новых знаний образует предметное поле экономики знаний. Если рассматривать факторы производства знаний как эндогенные, то можно выделить ядро обозначенного предметного поля и охватывающую его часть – когнитивную экономику, представленную непосредственно трудовыми отношениями работников в процессе реализации их знаний и компетенций.

Эксперименты, проведенные на имитационной модели взаимодействия участников экономики знаний, показывают, что ее эффективность предполагает соблюдение некоторого оптимального соотношения между всеми категориями действующих лиц. Поскольку количество знаний принимается равным числу людей, суммарно потребивших все их виды, то экономика знаний дает тем больший объем продукции, чем больше знаний создано учеными и чем больше людей потребили эти знания ⁴. Именно это свойство становится условием возникновения новой формы кооперации, адекватной глобальной природе и применимой к специфике разных сфер, отраслей, секторов и сегментов экономики знаний, – коллаборации. Данная форма взаимодействий субъектов экономики знаний развивается особенно интенсивно с начала XXI века в странах с преобладанием доли высокотехнологичных секторов в ВВП, вступивших в VI технологический уклад на базе NBIC-конвергенции ⁵.

Коллаборация, как слабо изученная, но быстро развивающаяся в практике форма связей и отношений между субъектами эко-

⁴ Макаров В. Л. Экономика знаний: уроки для России. С. 451.

⁵ NBIC-конвергенция в данной работе используется в наиболее распространенной интерпретации. (См.: Ковальчук М. В. Идеология нанотехнологий. М.: ИКЦ «Академкнига», 2011. С. 189.)

номики знаний, привлекает особое внимание не только ученых и практиков в среде экономистов, но также политиков, юристов, социологов, психологов, культурологов. Бурное развитие информации о единстве многообразия форм коллаборации в теории и практике в XXI веке зафиксировал Internet, в системах которого можно найти миллионы общих и специальных сайтов по данной теме.

В аспекте сущности и содержания коллаборацию обычно определяют как процесс совместной трудовой, производственной или хозяйственной деятельности двух и более хозяйственных субъектов (индивидуальных или групповых) для достижения общих целей, при котором на принципах согласия и доверия происходит взаимовыгодный обмен знаниями, обучение участников для повышения их компетенций, производство инновационных продуктов со значительным интеллектуальным компонентом для продвижения на рынок и достижения значимых кумулятивных эффектов.

В аспекте явления и формы коллаборация представляет собой кооперацию в контексте экономики знаний и конкретизируется по субъектам и объектам, уровням и масштабам, сферам и отраслям, секторам и сегментам GES. Данную специфическую форму обучающего и порождающего новые знания сотрудничества можно рассматривать на уровне как отдельных работников, так и фирм или государств, их интеграционных союзов и инвестиционных альянсов ⁶.

На наноуровне коллаборация непосредственно связана с отдельными операциями, действиями, приемами и даже движениями ее участников ⁷, что наглядно показывают ее формы в искусстве, дизайне, медицине, экспериментальных исследованиях. Коллаборация развивается в трудовой деятельности на рабочих мес-

⁶ См.: Иншаков О. В. Уровневый анализ объекта, предмета и метода экономической теории // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2004. № 4 (40). С. 5–18.

⁷ См.: Иншаков О. В. Эволюционная экономика и экономическая генетика // Эволюционная теория, инновации и экономические изменения : VI Междунар. симп. по эволюц. экономике, г. Пущино, 23–24 сент. 2006 г. М. : ИЭ РАН, 2006. С. 45–58.

тах ее непосредственных участников, на различных этапах процессов производства частичного (промежуточного) и конечного продукта в подразделениях предприятий, а также во взаимодействиях фирм как форма хозяйствования для обеспечения взаимопомощи и солидарности на рынках их товаров.

Хотя коллаборация может существовать и при противоположности конечных целей ее субъектов, соединяя их по общей потребности на срок достижения промежуточных целей на принципах взаимной выгоды и доброй воли, но эта ее сторона изучена слабо, а само понятие в данном контексте используется редко. Видимо, это связано со стадией ее становления, предшествующей бурному развитию данного явления на практике, когда все его внутренние противоречия еще не проявили себя в полной мере.

На микроуровне в коллаборации воплощается конвергенция интересов наиболее передовых субъектов глобальной экономической системы, ищущих новаторские решения в модернизации или трансформации состава и структуры производимых товаров посредством создания следующих их поколений (более совершенных генераций разного уровня и масштаба) или перехода к принципиально новым продуктам, предлагаемым следующим технологическим укладом на основе внедрения в производство формирующего его «пучка технологий» общего и специального применения. При этом, очевидно, что продукты новых генераций (мега-, макро-, мезо-, микроуровня) и укладов в определенной и необходимой степени впитывают достижения предыдущих укладов, накопленные в ходе всей эволюции GES. Современный и прошлые уклады или генерации разных уровней определяют доминирующие преимущества созданного в их рамках товара: специфику его полезности и стоимости, что неизбежно будет выражаться в его ценности и конкурентоспособности.

Следует различать *формальную* и *реальную* коллаборацию, поскольку юридическое соглашение и договорное оформление недостаточно для появления процесса коллаборации и ее желаемого конечного результата. Только в процессе реальной, деятельной коллаборации в результате взаимодействия всех необходимых и достаточных факторов труда и производства может быть полу-

чен ее результат – взаимное обучение участников и их общий продукт с новым интеллектуальным компонентом, полученный благодаря этому взаимодействию. Можно утверждать, что такой продукт есть общий результат интеллектуализации субъектов и объектов производства на основе этой особой формы кооперации работников и их коллективов, фирм и их предприятий, корпораций и государств, их интеграционных союзов, двусторонних и многосторонних альянсов.

Сращивание интересов участников коллаборации происходит только в том случае, когда в их кооперативном сотрудничестве проявляется истинная взаимопомощь (согласно П.А. Кропоткину – один из основополагающих факторов эволюции человечества ⁸, а значит, и эволюции GES). Взаимопомощь участников коллаборации диалектически, а не антагонистически противоположна их конкуренции, что позволяет использовать обе стороны взаимодействия в достижении высокого конечного результата сотрудничества. Одним из важных принципов его обеспечения выступает принцип равенства получения равного дохода на равный капитал членов коллаборации после реализации созданного ими товара на рынках; в этом она тождественна кооперации. В качестве базового социального капитала, обеспечивающего эффективность коллаборации, целесообразно рассматривать доверие, которое порождает солидарность как скрепляющее отношение творчества в рамках коллаборации.

Напомним, что наиболее приемлемым экономисты считают восходящее к Р. Патнэму определение социального капитала как способности сообществ к коллективным действиям ради достижения общей цели ⁹. Необходимость коллективных действий возникает с целью противостояния объективно возникающим провалам рынка при несовпадении частных и общественных ресурсов

⁸ См.: Кропоткин П. А. Взаимопомощь как фактор эволюции. М. : Самообразование, 2011. 256 с.

⁹ См.: Putnam R. Making Democracy Work : Civic Tradition in Modern Italy. Princeton : Princeton University Press, 1993. 258 p.

и интересов, когда индивидуальные действия потенциальных участников коллаборации исключительно в личных интересах не обеспечивают наилучшего (максимально эффективного) использования имеющихся ресурсов в условиях растущего многообразия форм научно-технического и художественного творчества ¹⁰.

В экономике знаний фирмам и крупным корпорациям избежать «провалов рынка» помогают координация, кооперация и, наконец, коллаборация их действий, когда каждый участник отказывается от индивидуально наилучшего решения ради общего блага и в итоге получает более высокий результат, нежели без креативного и когнитивного сотрудничества.

В самом общем определении, международная коллаборация – форма совместной деятельности нескольких стран (их организаций) для достижения общих целей в интеллектуальной сфере, при которой происходит обмен знаниями, обучение и достижение согласия. Она одновременно сочетает в себе характеристики субъекта, проекта, объекта и процесса мегаэкономической системы. Это проявляется в конкретных воплощениях данных атрибутов экономической системы, которые будут рассмотрены в дальнейшем.

Так, коллаборация предполагает формирование коллективного ассоциированного хозяйственного субъекта на основе многосторонней кооперации государств и/или частных компаний для целевого осуществления своего главного и вспомогательных проектов. Результатом осуществления проектов на основе коллаборации становится конкретный объект коллективного пользования и владения, генерирующий товарные объекты и приносящий эффекты при рыночной реализации на мегауровне GES.

Функционирование коллаборации предполагает наличие оперативного руководящего органа, хотя форма общего руководства может быть и общественной при сотрудничестве равноправных членов мирового сообщества. Несомненно, участники коллаборации могут получить больше возможностей достижения успеха

¹⁰ См., например: Полищук Л., Меняшев Р. Экономическое значение социального капитала // Вопросы экономики. 2011. № 12. С. 46–65.

в условиях глобальной конкуренции на мегаэкономическом уровне за ограниченные ресурсы планеты. Таким образом, международная коллаборация становится мегаэкономической формой международного сотрудничества в научно-технической сфере деятельности для обеспечения создания и продвижения передовых знаний и технологий странами и фирмами участницами в свои экономики и на мировые рынки.

К сожалению, в самой России на современном этапе коллаборация сильно отстает из-за дефицита социального капитала доверия ¹¹, хотя во внешних связях на мегауровне коллаборация в научной, художественной, культурной, спортивной, информационной и социальной сферах с участием отечественных и зарубежных субъектов развивается быстрее. Это проблема достижения профильной и групповой солидарности на основе консолидации системы гражданских социальных и экономических институтов вытекает из замедленного процесса их выращивания в России.

Исследователи определяют социальный капитал как ресурс или фактор, повышающий общественную эффективность, включая институты или разделяемые в обществе нормы и ценности, а также социальные сети или организационные связи между индивидами на основе взаимности и доверия, раскрывая многообразие его проявлений ¹². Коллаборация системно отражает все приведенные стороны определения понятия «социальный капитал».

Солидарность, как отношение, порожаемое накоплением социального капитала, – необходимое и активное сочувствие кол-

¹¹ См.: Проблемы и парадоксы анализа институционального доверия как элемента социального капитала современной России / С. Масамичи, В. А. Давыденко, Ю. В. Латов [и др.] // Журнал институциональных исследований. 2009. Т. 1, № 1. С. 20–35.

¹² См.: Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т. 3, № 5. С. 60–75 ; Борсукова Ю. Вынужденное доверие сетевого мира // Полис. 2001. № 2. С. 52–60 ; Демкив О. Социальный капитал: теоретические основания исследования и операциональные параметры // Социология: теория, методы, маркетинг. 2004. № 4. С. 99–111 ; Portes A. Social Capital : Its Origins and Application in Modern Sociology // Annual Review of Sociology. 1998. Vol. 24. P. 1–24 ; и др.

лаборационистов общим действиям и мнениям на основе общности и координации интересов каждого из них в условиях растущей конкуренции. Без взаимного доверия и солидарности не представляется возможным эффективное взаимное обучение и получение общего интеллектуального продукта, поскольку возникающие механизмы торможения в сотрудничестве приведут к снижению эффекта и вырождению коллаборации вследствие нарушения паритета между конкуренцией и партнерством.

Особый интерес для теории и практики приобретает *латентная*, или скрытая, ненаблюдаемая, недоступная наблюдению (иногда начальная, подготовительная) форма коллаборации. Ее все же можно фиксировать косвенно в анализе и проявлении подражания лучшим практикам конкурентов.

Другая форма – *неформальная* коллаборация, которая возникает между партнерами в «связанных группах» (сотрудниками, «учителями» и «учениками») в проведении исследовательских и конструкторских работ и получении в качестве сопутствующего побочного результата новых знаний и компетенций. Она закладывает основу оформления коллаборации участников, «осведомленных» друг о друге по предшествующим практикам, при работе над последующими проектами в рамках общих групп, предприятий и фирм, кластеров, корпораций и союзов. При этом латентный период коллаборации можно рассматривать в качестве инкубационного периода возникновения нового способа производства какого-либо конкретного нового продукта; он занимает время между началом когнитивного воздействия инициатора и возникновением ответной реакции потенциального партнера.

Схематично непрерывный ряд изменений, связанных с ростом интенсивности коллаборации, может быть отражен в трех фазах: от традиционных деловых подходов по привлечению потребителей и поставщиков, затем сотрудничества с целью получения индивидуальной выгоды и, наконец, до неизбежного совместного создания нового конкурентного пространства. Эти фазы можно рассматривать и как определенные сферы отношений участников данных процессов.

Например, Дж. Капелерис выделяет три основные сферы рассматриваемых изменений для субъектов коллаборации в сфере услуг ¹³, вероятно, имея в виду зрелость или уровень складывающихся отношений сотрудничества: а) координация, включая основные хозяйственные процессы, расширение возможностей и устойчивости, выравнивание условий воспроизводства, повышение эффективности и ответственности; б) кооперация, включая совместные мотивации и устремления, учет индивидуальности, готовность к сотрудничеству и справедливое вознаграждение; в) коллаборация, нацеленная на расширение креативных возможностей, инновации, совместное расширенное воспроизводство и воплощение знаний в товарах и услугах.

Результатом взаимодействия сфер координации и кооперации становится развитие совместной ответственности и активности участников. Во взаимодействии сфер кооперации и коллаборации рождается коллективная креативность и растет социализация труда. На пересечении сфер коллаборации и координации происходит оптимизация результатов (определение прибыли, распределение доходов и реинвестирование).

Посредством перехода к коллаборации ее участники (фирмы и организации) могут получить ряд преимуществ от совместной креативной деятельности и в открытой общей инновации:

- сокращение расходов благодаря использованию опыта, умений и знаний работников, оборудования других фирм, а также более рационального разделения затрат по направлениям исследований;

- более высокое качество научных исследований, когнитивного потенциала, социального и человеческого капитала;

- расширение доступа к новым многообразным знаниям, умениям посредством установления контактов и построения своей сети в инфраструктуре воспроизводства;

¹³ См.: Kapeleris J. Collaboration : A Driver of Innovation // John Kapeleris Journal : Thoughts on Innovation, Personal Development and Inspiration. May 14, 2012. URL: <http://johnkapeleris.com/blog/?p=1576> (дата обращения: 30.03.2013).

– снижение рисков за счет распределенной ответственности по компетенциям и коллективной координации противостоянию рискам с целью их разделения по задачам и этапам, процессам и проектам;

– сокращение времени движения товара (услуги) в сферах производства и обращения и увеличение скорости выхода и реализации на рынке.

Несомненно, участники коллаборации руководствуются не просто стремлением получить прибыль, а сделать это на основе креативной инновации. Обобщенный огромный опыт доказывает, что они деятельно пытаются переделать восприятие мира, переоформить микрорайоны и кварталы мегагородов и поселков, создать полезные продукты и социальное взаимодействие, раскрыть творческие возможности участников и их «связанных групп», создать новое пространство жизни и отдыха, переосмыслить мир, обновляя менталитет. Логика деятельной инновации в коллаборации можно представить с помощью следующей последовательности:

{Процесс + Эксперимент + Коллаборация = Знание + Опыт} →
→ Общество знаний и взаимной поддержки.

Однако коллаборация при создании огромного множества товаров широкого потребления еще не определяет долгосрочной перспективы технологического развития, форм становления и утверждения новых социально-экономических укладов. Необходимо раскрыть ее значение в высокотехнологичных отраслях и видах деятельности, которые определяют возможности создания пучков новых технологий и производств на их основе. Ведь именно массовое, масштабно организованное производство товаров на основе новых технологий и создает индустрию нового технологического уклада как его экономическую форму, что приводит к масштабным структурным сдвигам в экономике, изменению ее отраслевого состава и роли отдельных сфер.

В этом аспекте особенно интересен тот факт, что коллаборация с начала XX века стала особенно активно использоваться как экономическая форма организации научных и производствен-

ных мегацентров, мегасистем коммуникации и информации. Часто в таких коллаборациях происходят сложные процессы, в которых одна коллективная инновация способствует развитию других коллабораций и их инноваций. Это наглядно демонстрируют коллаборации в сфере информации. Самые различные коллаборации в информационных сетях не только способствуют созданию и продвижению своих продуктов и товаров своих пользователей, но и стремятся извлечь дополнительную выгоду в обоих процессах.

Документы и файлы коллабораций в Internet стали инструментами или системами, созданными, чтобы помочь нескольким субъектам (фирмам, пользователям) работать вместе над новыми документами или файлами для достижения их общей финальной версии, которая будет способствовать получению ими дополнительной выгоды в их профильной деятельности. Для этого используют обычное программное обеспечение, позволяющее отдельным участникам работать в командах над одним документом на различных компьютерных терминалах или мобильных устройствах. Таким образом, документ или файл коллаборации в современных условиях является системой, позволяющей пользователям совместно работать в разных местах, используя Internet, или «облако», поддерживая общий подход и интерес. Так, коллаборация под названием «Модели монетизации для мобильных и web-проектов» предложила около 100 различных способов заработать на пользователях, что недавно раскрыл Ф. Уилсон из «Union Square Ventures» (USV, США), представив обобщенный документ, в котором собраны практически все схемы монетизации стартапов¹⁴.

Следует отметить существенные различия между коллаборацией и кластеризацией. Если кластер предполагает комплементарность участников как исходный и главный принцип их сотрудничества, оставляя при этом их относительно обособленными в своей деятельности и интересах и связанными лишь внешними сроч-

¹⁴ См.: Wilson F. Web And Mobile Revenue Models (final). URL: <https://hackpad.com/Web-And-Mobile-Revenue-Models-final-EgXuEtSibE7> (дата обращения: 30.03.2013).

ными обязательствами посредством договоров, то коллаборация предполагает не только кооперацию и необходимую централизацию капиталов ее участников, но и создание специальной фирмы как общей рыночной формы совместного предприятия.

На концептуальном уровне коллаборация уже анализируется со стороны условий, ресурсов и факторов осуществления¹⁵. Многие ученые, практики и организации видят в коллаборации новую рыночную форму совместного свободного, ответственного и продуктивного творчества инновационного характера. Исходя из обобщения точек зрения различных исследователей, можно выделить ее обязательные компоненты, отражающие специфику данной формы отношений в рыночной экономике знаний, предполагающей наличие:

- участников (работников), которых характеризует осведомленность, компетентность, информированность, ориентированность в определенной сфере, выбранной для сотрудничества;
- мотивации, импульса, побуждения потенциальных участников к сотрудничеству, к соучастию в проекте с целью обогащения своих знаний и компетенций, для ускорения процесса и снижения издержек достижения желаемого эффекта;
- добровольной самосинхронизации потенциальных участников по критерию компетентности, совместимости, согласованности, капитала, интереса и эффективности;
- основания и соглашения, принципов и системы участия, равного или согласованного долевого соучастия;
- института посредничества, агентства для реализации политики интервенций, внутренних трансакций, уступок, грантов;
- организационной формы сотрудничества (например, концерн, товарищество, альянс и пр.);
- представительства для содействия деятельности, продвижения проекта и продукта, инструментального обеспечения бизнеса;

¹⁵ См.: What is Collaboration? / The Global Community of Information Professionals. URL: <http://www.aiim.org/What-is-Collaboration> (дата обращения: 30.03.2013).

- достаточного уровня взаимопонимания и общности устремлений;
- коллективного принятия миссии, способа совместного осмысления реальности, цели и задач проекта;
- взаимных обязанностей, признанных и утвержденных обязательств.

Исследований, посвященных концептуальному осмыслению природы и специфики современной коллаборации, пока крайне мало, что затрудняет ее масштабное развитие на разных уровнях и в разных частях глобальной экономической системы. Особенно трудно ее развитие идет внутри стран с еще не устоявшейся после социально-экономических трансформаций 90-х годов XX века рыночной экономикой, поскольку капитал доверия и креативность бизнеса здесь имеют объективные ограничения. Коллаборация неизбежно зависит от уровня экономической и общей культуры, накопления опыта сотрудничества в условиях добросовестной конкуренции.

Можно ли считать, что коллаборация, как утверждают некоторые поверхностные интерпретаторы, – это трудовая практика, при которой весь индивидуальный труд всегда направлен на получение общей прибыли? Такое определение не дает специфичной характеристики явления и отождествляет его с любой рыночной формой кооперации. Общая прибыль складывается из усилий всех участников коллаборации, но распределяется в соответствии с долей вклада всех видов капитала каждого из участников. Креативная деятельность, производство и обмен знаниями, несомненно, приводят к росту индивидуального человеческого капитала, который может быть применен как в самой коллаборации в будущем, так и самостоятельно вышедшим из нее субъектом и работником.

Принципы коллаборации ¹⁶, в противоположность приведенному утверждению, предполагают следующее:

¹⁶ См.: например, одну из интерпретаций в графической модели «A Great Graphic Featuring the 12 Principles of Collaboration» на сайте: Educational Technology and Mobile Learning. URL: <http://www.educatorstechnology.com/2013/05/a-great-graphic-featuring-12-principles.html> (дата обращения: 30.03.2013).

- обеспечивать индивидуальную выгоду в равной степени с общей выгодой совместной деятельности участников;
- ставить стратегию прежде выбора исходной технологии, поскольку коллаборация хотя и основывается на имеющихся достижениях, но создает новые технологии в качестве одного из своих ресурсов и эффектов;
- стремиться слушать и слышать голос каждого работника, представляющего каждого участника (фирму, НКО, страну и пр.);
- учиться не мешать другому, освобождая ему путь к творчеству;
- работать по лучшему примеру и образцу, развивая свой потенциал;
- интегрироваться в рабочий процесс на основе компетенций;
- создавать поддерживающую конкурентную среду взаимодействия;
- учитывать все, что имеет значение для реализации проекта;
- проявлять настойчивость в достижении своей и общей цели;
- адаптироваться и продвигаться, развивая свою креативность;
- укреплять коллаборацию для выгоды покупателей и клиентов;
- считать глобальные улучшения конечной целью коллаборации независимо от ее профиля и сферы деятельности.

Логика развития коллаборации как формы института целевого группового сотрудничества из иных, более свободных, но менее целостных, форм может быть такой:

- Сначала между взаимно заинтересованными хозяйственными субъектами «связанных групп» возникает координация действий на рынках, где они стабильно и ответственно поставляют и получают ресурсы для своей деятельности, что постепенно на основе опыта трансакций приводит к образованию их профильных кластеров и отбору самостоятельных, ответственных участников по критерию достижения конечной цели.

- Затем развитие кластера может привести к более тесным формам сотрудничества в форме производственной, сбытовой, снабженческой, кредитной или иной кооперации и образованию из кластера целевой группы, оформленной в соответствующую еди-

ную организацию определенного нового статуса, или в институт сотрудничества.

– На третьем этапе эволюции сотрудничества кооперация перерастает в коллаборацию, добавляя к своим традиционным функциям и рутинам креативные, инновативные и когнитивные функции в проектном контексте, наполняя адекватным экономике знаний контентом создаваемые ее партнерами и работниками взаимодействия.

Таким образом, координация самостоятельных конкурентоспособных хозяйственных субъектов устойчивого рыночного взаимодействия имеет тенденцию к кластеризации с последующим переходом к кооперации разной степени интенсивности и, наконец, к коллаборации в соответствии с вызовами экономики знаний, необходимости противостояния кризисам, преодоления завершающегося технологического уклада, адаптации к прогрессирующему укладу и консолидации с ним. Глобальный характер нового уклада технологий общего применения обуславливает глобальный характер коллаборации как формы организации креативного инновационного предпринимательства в современной экономике знаний.

Исходя из общего характера данной тенденции и ее многообразных проявлений в различных частях глобальной экономической системы, можно сделать ряд конкретных выводов о свойствах коллаборации как новой формы отношений между хозяйственными субъектами в единстве функционального и организационного, пространственного и временного, субъектного и объектного, процессного и проектного подходов. Коллаборация имеет межотраслевой характер субъектов и объектов, объединяет комплементарные сферы деятельности, распространяется на разных уровнях, связана с конкретными процессами и проектами, имеет срочный характер в каждом проекте, разные координаты локализации и масштабы аллокации привлекаемых и используемых ресурсов, связывает в общих процессах продукты субъектов с асимметричными профилями деятельности для синтеза общих результатов.

В условиях глобализации мегаколлаборация приобретает приоритетное значение как международная форма кооперации, которая отражает отношения международного общественного разделения труда и целевого, проектного (чаще срочного) соединения

капиталов ее агентов для креативного решения общих задач и взаимного обучения посредством институции добровольного сотрудничества в экономике знаний.

На основе мегаколлаборации в каждом конкретном случае создается особая фирма – мегаинститут, закрепляющий и выполняющий в различных конкретных организационно-правовых формах функции обмена компетенциями и повышения квалификации человеческого капитала участников для осуществления общих творческих проектов на международном уровне, когда самостоятельное решение подобных задач каждым из участников коллаборации невозможно или неэффективно.

Такая форма совместной деятельности хозяйственных субъектов нескольких стран адекватна эффективному достижению ими общих целей мегапроектов в сфере производства интеллектуальной продукции, поскольку обеспечивает привлечение, концентрацию и эксплуатацию их ресурсов (человеческих, технических, материальных, институциональных, организационных и информационных), исходя из сложившихся и признанных участниками актуальных конкурентных преимуществ каждого из них.

Коллаборации распространены среди всех типов фирм. Однако партнерские отношения между сильными фирмами-конкурентами обычно не реалистичны, поскольку их альянсы способны создавать большую синергию на короткий период времени за счет консолидации пересекающихся рыночных и продуктовых позиций, но не имеют длительных стратегических перспектив. Коллаборация будет нежизнеспособной, если одному из партнеров не удастся достигнуть своих стратегических и финансовых целей, и она завершается расторжением сотрудничества. Соединение в коллаборации слабых фирм не улучшает положения каждого из участников и влечет быстрое расторжение сотрудничества или привлечение третьего участника. Сотрудничество сильных фирм со слабыми также недолговечно, ведь сильной фирме проще купить слабую.

Коллаборации дополняющих друг друга сильных участников, в которых не наблюдается асимметричности ресурсов, компетенций и позиций партнеров в течение времени осуществления проекта, также не сохраняются длительное время. Коллаборации стро-

ятся на принципе дополнителности в сотрудничестве участников, что предполагает совместимое или равное по ценности, но различное и значимое по полезности наличие у них ресурсов, которые совместно могут образовать новый редкий капитал. Если участники при общности конечных интересов владеют важными, но разными компетенциями, технологиями, знаниями или патентами, от наличия которых зависит реализация проекта, то их рыночные отношения остаются сравнительно равными, а риск преждевременного выхода из сотрудничества или изъятия активов невелик.

Как правило, в коллаборациях, которые создаются для проведения совместных НИОКР, партнеры не ограничиваются распределением между собой отдельных частей совместного проекта и создают совместные лаборатории. С одной стороны, партнеры стремятся достичь эффекта масштаба и таким образом снизить расходы на НИОКР за счет использования взаимодополняющих технологий и разработок, с другой – каждый участник, сохраняя собственные ноу-хау, стремится создавать общие знания и компетенции, поскольку частично участники становятся сотрудниками и сособственниками общих интеллектуальных и иных продуктов, но при этом частично остаются конкурентами. Для достижения стратегических целей коллаборации ее участники могут использовать различные формы межфирменного сотрудничества, которые должны отвечать следующим критериям:

- все участники сильны и обладают некоторой реальной ценностью (потенциальным капиталом), вносимой ими в их взаимоотношения;
- у каждого участника имеются долгосрочные цели, в которых их взаимоотношения играют ключевую роль;
- взаимозависимость участников обусловлена дополняющими друг друга активами и компетенциями;
- ни один из участников не может достичь успеха самостоятельно или только при неэффективных затратах;
- долгосрочная приверженность коллаборации гарантирована значимым взаимным инвестированием участников;
- определены разумные пределы открытого обмена информацией между участниками, касающиеся общего проекта.

Совместные ресурсы, сформированные из согласованных вкладов капитала (инвестиций) участников и объединенные в рациональных параметрах в созданной участниками совместной фирме (объекте коллаборации, независимо от организационно-правовой формы) для реализации мегапроекта, становятся факторами мегапроизводства новых знаний и компетенций, техники и технологий, материалов и информации, норм и правил, связей и групп.

В процессе функционирования международной коллаборации также осуществляются совместное производство, обмен, распределение и потребление знаний и компетенций агентами, представляющими объединенных ею участников. Важной чертой такой коллаборации является одновременное сочетание характеристик субъекта, проекта, объекта и процесса мегаэкономической системы, в которых осуществляется ее кооперативная когнитивность, или взаимное обучение участников на принципах отношений добровольности и доверительности.

Коллаборация на мегауровне GES предполагает формирование коллективного ассоциированного хозяйственного субъекта на основе многосторонней кооперации как государственных, так и частных компаний в условиях благоприятствования и гарантий государств их индивидуального и общего базирования. Новым субъектом создается пакет соглашений для целевого осуществления своего главного и вспомогательных проектов. Результатом осуществления проектов на основе коллаборации становится конкретный объект коллективного пользования и владения, генерирующий товарные объекты и приносящий эффекты при рыночной реализации на мегауровне GES. Она требует наличия оперативного руководящего органа, хотя форма общего руководства может быть и общественной при сотрудничестве равноправных членов мирового сообщества.

Несомненно, участники коллаборации могут получить больше возможностей достижения успеха в условиях глобальной конкуренции на мегаэкономическом уровне за ограниченные ресурсы планеты. Таким образом, международная коллаборация становится мегаэкономической формой международного сотрудничества в научно-технической сфере деятельности для обеспечения создания и продвижения передовых знаний

и технологий странами и фирмами участницами в свои экономики и на мировые рынки.

Как форма сотрудничества фирм в экономике знаний для получения нового интеллектуального продукта в интересах ее участников, коллаборация может распространяться на любую креативную сферу. Она применяется как в мире рационального – науке и технологиях, так и в сфере эмоционального – искусстве. Однако наблюдается генеральный тренд усиления взаимосвязи ее рациональной и эмоциональной форм реализации. При этом она адаптируется и модифицируется на любом уровне GES – от локального до регионального, национального или транснационального.

Коллаборация охватывает основную структуру и инфраструктуру на всех уровнях глобальной экономики. Возникая на уровне отдельных рабочих мест и локальных фирм, она распространяется по регионам и всему миру, воплощаясь в межфирменных и межгосударственных соглашениях и проектах, привлекая крупных частных инвесторов в торговые, транспортные, информационные, финансовые мегасети и мегацентры для реализации мегапроектов.

Множество действующих коллабораций обеспечивает как интенсивное, так и экстенсивное развитие VI технологического уклада, создавая принципиально новые виды продуктов или новые генерации уже выпускаемых, модифицируя их компоненты. Оно ускоряет развитие уклада за счет сокращения времени внедрения его достижений и расширяет сферу его действия за счет привлечения его технологий во все новые сферы экономики и жизни.

В русле набирающего силу VI технологического уклада на принципах добровольной мегапроектной инициации субъектами международных экономических отношений на основе коллаборации развиваются *мегасайенс-центры* (MSC) с мощными техническими установками, выступающие масштабной мегаэкономической формой инвестиционной кооперации производства интеллектуальных продуктов мирового значения¹⁷.

¹⁷ Иншакова Е. И., Иншаков О. В. Взаимодействие институтов развития наноиндустрии в макроэкономическом и мегаэкономическом масштабе // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 3, Экономика. Экология. 2012. № 1 (20). С. 274.

MSC настойчиво продвигаются в научно-исследовательской, проектной и когнитивной деятельности, создании новых знаний и технологий, формировании новых компетенций кадров и способов сотрудничества с национальными центрами коллективного пользования. Этот процесс активно генерируется и стимулируется странами-лидерами VI технологического уклада, что с начала XXI века нашло отражение в стратегиях развития наиболее прогрессивных стран мира и интеграционных союзов.

Например, *мегаколлаборация* CALICE (Calorimeter for the Linear Collider with Electrons) объединяет более 300 физиков и инженеров из 57 институтов 17 стран. Ее основная задача – создание, тестирование и оптимизация калориметрической системы будущего детектора для международного линейного коллайдера (International Linear Collider, ILC¹⁸). В рамках данной коллаборации были созданы и опробованы на тестовых пучках несколько прототипов как электромагнитных, так и адронных калориметров, в том числе аналоговый адронный калориметр (Analogous Hadronic Calorimeter, AHCAL) с беспрецедентной гранулярностью, активные элементы которого (детектирующие слои) были изготовлены в Институте теоретической и экспериментальной физики имени А.И. Алиханова, государственном научном центре Российской Федерации. В 2006–2010 годах калориметры работали в составе экспериментальной установки в лабораториях DESY, CERN и FNAL. Был набран большой объем экспериментальных данных – несколько сотен миллионов событий в пучках электронов, позитронов, пи-мезонов и мюонов в диапазоне энергий от 2 до 130 ГэВ¹⁹.

Европейский рентгеновский лазер на свободных электронах XFEL (X-ray free-electron laser)²⁰, Германия; большой адронный

¹⁸ См.: The International Linear Collider // Linear Collider Collaboration. URL: <https://www.linearcollider.org/> (дата обращения: 30.03.2013).

¹⁹ См.: Международный линейный коллайдер – Коллаборация CALICE. URL: http://www.desy.de/~chadeeva/itep_win/calice.html (дата обращения: 30.03.2013).

²⁰ См.: European XFEL. URL: <https://www.xfel.eu/> (дата обращения: 30.03.2013).

коллайдер LHC (Large Hadron Collider) ²¹ в научно-исследовательском центре Европейского совета ядерных исследований (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire, CERN), Швейцария; термоядерный реактор ITER (International thermonuclear experimental reactor) ²², Франция; тяжелоионный ускоритель FAIR (Facility for Antiproton and Ion Research) ²³, Центр исследований многозарядных ионов (GSI, Дармштадт, Германия), – все это также примеры осуществления проектов на основе научной мегаколлаборации в соответствующих центрах.

Развивая физические исследования, активно работают групповые международные коллаборации, такие, как MINOS, ASACUSA, OPERA, ATLAS, EAGLE, ASCOT ²⁴ и др. Очевидно, временные творческие группы специалистов из разных стран (например, в случае с экспериментом Atomic Spectroscopy And Collisions Using Slow Antiprotons, ASACUSA, – это ученые из Японии, Австрии, Дании, Венгрии, Италии, Великобритании и Германии) решают конкретные частичные задачи в рамках общего проекта, который организован в форме международной коллаборации более высокого уровня, масштаба и срока с иными институтами и органами управления, иной субъектно-объектной характеристикой. Анализ показывает иерархичность структуры рассматриваемых примеров коллаборации, а также наличие субординации процессов и результатов, объектов и субъектов, проектов и эффектов в решении ее частных и общих задач.

²¹ См.: The Large Hadron Collider / CERN : [site]. URL: <http://home.web.cern.ch/about/accelerators/large-hadron-collider> (дата обращения: 30.03.2013).

²² См.: ITER – the way to new energy. URL: <http://www.iter.org/> (дата обращения: 30.03.2013).

²³ См.: Facility for Antiproton and Ion Research. URL: <http://www.fair-center.eu/> (дата обращения: 30.03.2013).

²⁴ См.: Atomic Spectroscopy And Collisions Using Slow Antiprotons ASACUSA / European Laboratory for Particle Physics / CERN : [site]. URL: <http://asacusa.web.cern.ch/ASACUSA/asacusaweb/main/main.shtml> (дата обращения: 30.03.2013) ; ATLAS experiment / CERN : [site]. URL: <http://www.atlas.ch/> (дата обращения: 30.03.2013) ; и др.

Кроме описанных выше, возникают все новые коллаборации в сфере науки о Земле. Например, коллаборация «Байкал» нацелена как на изучение устройства Вселенной, так и получение данных в области физики элементарных частиц, то есть, по сути, о строении вещества на микро- и макроуровне. Рабочие совещания коллаборации «Байкал» проходят в г. Дубна 2 раза в год. В коллаборацию входят Объединенный институт ядерных исследований (ОИЯИ), Институт ядерных исследований РАН (Москва), Научно-исследовательский институт ядерной физики МГУ, РИЦ «Курчатовский институт», германский исследовательский центр «DESY» (отделение в г. Цойтене), Иркутский и Нижегородский государственные университеты, Санкт-Петербургский морской государственный технический университет. Участники коллаборации обсуждают и анализируют результаты работы входящих в нее разных групп, намечают перспективные планы на полгода, обсуждают предстоящие экспедиции ²⁵.

Распространение коллаборации на самые различные сферы жизни и экономической деятельности имеет тенденцию ускорения, что соответствует первой фазе повышающей стадии цикла Кондратьева (2000–2012 годы), а уровень ее освоения в конкретных проектах и отраслях невероятно вырос за два последних десятилетия, раскрывая ее креативный и когнитивный потенциал в краткосрочных и долгосрочных, локальных и глобальных проектах.

С начала XX века сформировалась и нарастала мощная волна коллабораций в мире искусства, техники, моды и дизайна, которая захватывает самые различные фирмы, распространяясь во многих различных частях пространства мегаэкономики. С помощью быстро осуществляемых на основе коллаборации проектов разного масштаба (от локальных и региональных до национальных и глобальных) по созданию и продвижению на мировые рынки новых товаров и услуг внедряются и утверждаются новые модели

²⁵ См.: Коллаборация «Байкал»: станция работает круглогодично // Дубна. Наука. Содружество. Прогресс : еженедельник Объедин. ин-та ядер. исслед. 2010. № 26 (4016). URL: <http://www.info.jinr.ru/~jinrmag/win/2010/26/ba26.htm> (дата обращения: 30.03.2013).

и целые генерации велосипедов, часов, детских колясок, одежды, обуви, аксессуаров и пр. Такие проекты реализуются каждой фирмой с разными партнерами, иногда по несколько раз в год, последовательно и параллельно в разных комбинациях в сроки меньше года, давая поразительные положительные эффекты и прибыли их участникам ²⁶.

Расширяя свои возможности на мегауровне, повышая свой потенциал на глобальных рынках, в начале 2013 года крупный французский модный дом «Louis Vuitton» представил новую коллекцию текстиля, созданную в мегаколлораборации совместно со street-art-художниками. Рисунки для шарфов, палантинов и платков-каре разработали художники из Японии, США и Бразилии Aiko, Retna и братья Os Gemeos. Затем через полгода «Louis Vuitton» была организована новая мегаколлораборация с художниками Eko Nugroho из Индонезии, EINE из Великобритании и eL Seed франко-туниского происхождения. В рамках актуальных мегатрендов моды они со-

²⁶ См.: 35 проектов на основе коллаборации представлены на сайте «Look At Me», в статье «Опыт, Будущее, Индустрия, Вдохновение»: Леди Гага представила дуэт с Кендриком Ламаром в сети; Совместная коллекция Leffot и Alden Shoe; Коллораборационные крепления Union; Chillife feat. Steve Madden; Marimekko сделали коллекцию для Converse; Эрин Уоссон сделает коллекцию для Zadig & Voltaire; Карл Лагерфельд создает коллекцию для Macy's; Lanvin for H&M. Цена вопроса; Ближе к народу: коллораборации российской моды; Раскрась мишку; Piper-Heiseick & Christian Louboutin: шампанское & высокая мода; Только раз в году; Мэри Катранзу создала новую коллекцию для Topshop; Maison Martin Margiela сделает коллекцию для Opening Ceremony; Mykita и Uslu Airlines создали совместную коллекцию; Коллекцию Lanvin для H&M показали полностью Rodarte создадут новую коллекцию для Opening Ceremony; 3 новые коллораборации: Генри Холланд, Lee и Tucker; Жан-Поль Готье создадут нижнее белье для La Perla; Коллораборация Марка Фаста и Pinko; DIT CREATIVE SESSION 2010 стартует на Соловках; Paul Frank; Как произнести Fred Perry по-японски?; Коллораборация United Nude и Ирис Ван Херпен; Коллораборация Марка Фаста и Topshop; Протей Темен: видеоинтервью о DIT CREATIVE SESSION; Николас Кирквуд сделает обувь для Peter Pilotto; Коллораборация Хлое Севиньи и Opening Ceremony; Коллораборация Mulberry и Target; А. Вассерман X Elitex; Версия курток Harrington от Петера Йенсена; Laptop stickers; Раф Саймонс для Fred Perry. Детали\$ Comme Des Speedo/. (См.: <http://www.lookatme.ru/tags/Коллораборация> (дата обращения: 30.03.2013)).

здали принты для классического квадратного платка «Louis Vuitton», леопардовой шали, придуманной С. Спраусом, а также двух новых шалей – «Monogram» и «Karakoram». В творчестве Е. Nugroho реализованы другие мегатренды – объединение в рисунках элементов урбанистической и этнической культур, популярных и традиционных индонезийских мотивов. El Seed, вдохновившись арабской каллиграфией, покрыл вязью принт «Monogram», а EINE расписал ткани крупными буквами с вывесок и билбордов мегагородов ²⁷. Однако это не единичный и не редкий случай коллаборации.

Обращение крупнейших корпораций мира, производящих предметы потребления, к коллаборации с известными домами мод, дизайнерами, исполнителями, спортсменами, актерами, художниками, общественными деятелями, наглядно представлено в «Google»²⁸. Коллаборация не только связывает идеи для осуществления мегапроектов, но и создает новые креативные связи и отношения в социуме, между участниками их осуществления в режиме эксперимента, способствуя получению новаторского опыта, который образует социальные кластеры и постоянные или срочные (на время проекта) сообщества ²⁹, деятельно связывает про-

²⁷ См.: Новая коллаборация Louis Vuitton со street-art-художниками. URL: <http://buro247.ru/fashion/news/novaya-kollaboratciya-louis-vuitton-so-street-art.html> (дата обращения: 30.03.2013).

²⁸ См. об этом в более 1 000 изображений и адресов, представляющих различные проекты коллаборации: URL: <http://www.google.ru/search?q=%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BB%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F+%D0%BA%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D0%B8&newwindow=1&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=Vj4DUpPzDM774QT1noCYBQ&ved=0CCgQsAQ&biw=1898&bih=1008> (дата обращения: 30.03.2013).

²⁹ См., например: организация «Fung Collaboratives» в 1990–2013 годах осуществляла по всему миру множество проектов. Среди осуществленных этим сообществом на основе коллаборации социокультурных проектов: ARTLANTIC: wonder (2012); Projects / Artists Gordon Matta-Clark; Wonderland, USA; Lucky Number Seven, USA (2008); Wall Drawings, UK (2006); Ship of Tolerance, Egypt; Crossing Parallels, Korea и USA (2003); The Snow Show, Lapland и Venice (2003–2004) и др., а текущий – ARTLANTIC: becoming (стартовал в марте 2013 года). (См.: <http://www.fungcollaboratives.org/projects/current/artlantic-becoming/description/> (дата обращения: 30.03.2013).

странства урбанистического или сельского характера, различного уровня и масштаба. Если в Японии все вещи стремятся персонализировать, то коллаборация на открытии магазина «Fred Perry Аоуата» предлагает эксперименты с покупателями известных марок одежды, предоставляя возможность им самим выбрать все цвета и вышить инициалы на груди под лавровым венком с разрешения самого Ф. Перри ³⁰.

После кризиса 2008–2009 годов сетевые магазины массового рынка захлестнула волна продукции коллабораций, то есть совместных коллекций товаров, созданных фирмами-производителями с известными кутюрье и дизайнерами, «звездами» шоу-бизнеса, политики, спорта, литературы, науки и других сфер. В мегагородах в дни распродаж новых коллекций наблюдается взрывной ажиотажный спрос. Что порождает такой невероятный для уже имеющихся достаточно стабильных и качественных товаров рост спроса? Хотя работники-исполнители, базовая техника исполнения и качество материала этих товаров далеки от произведений настоящей высокой моды и технологии, хотя продаются практически обычные товары массового рынка, но они воплощают плодотворную оригинальную и редкую идею (дизайнерскую, этическую, техническую, психологическую и пр.).

Обладание благом, на которое ранее не хватало средств, достижение мечты приобретения вещей с предпочтительным статусом – мощный стимулятор роста объема продаж и источник быстрого и значительного роста доходов участников коллаборации. В цене этих не самых дешевых товаров имеется доля возмещения и прибыль на использованный институциональный, организационный и информационный капитал. Покупатель в основном платит за повышение своего статуса (как обладателя дизайнерской вещи), новую организацию (коллаборацию) и овеществленную (в новом дизайне формы или конструкции) или показательную (на этикетках, в СМИ или рекламе) информацию о товаре.

³⁰ См.: Как произнести Fred Perry по-японски? URL: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/fred-perry/63495-kak-proiznesti-fred-perry-po-yaponski> (дата обращения: 30.03.2013).

Некоторые комментаторы делают вывод, что «коллаборация, прежде всего, явление сугубо коммерческое»³¹. Но даже если магазины массового рынка и достигают огромного роста объема продаж в «безумные дни», главный эффект иной – когнитивный, что соответствует экономике знаний. Фирма-производитель осваивает новые компетенции по моделированию товара, дизайнер получает полезный опыт, адаптируя свои идеи под массового потребителя, более дешевые материалы и простых исполнителей, оснащенных стандартной техникой настоящего поколения действующего технологического уклада, а покупатели ощущают приобщение к высоким образцам искусства, культуры и техники без ощутимого роста затрат.

За последнее десятилетие коллаборация прочно захватила сферу массового потребления, приняв индустриальные принципы и цели, массовый характер и масштабы распространения. Все больше и больше коллаборация проникает в интеллектуальное решение повседневных проблем современного человека. И здесь экономика знаний выдвигает данную форму сотрудничества ради получения креативного и эффективного интеллектуального продукта на передний план, потому что она становится способом преодоления рутины и по существу отвечает инновационному подходу в решении назревших и перспективных повседневных задач.

Наиболее быстро коллаборация развивается в сфере архитектуры и искусства, моды и музыки, ландшафтного и строительного дизайна, производстве обуви и одежды, логистике и торговле, ИКТ и СМИ, создании новых PC и IP, автомобилей и пр.³²

³¹ См.: Воскресенская А. Коллаборация в моде: иллюзия или мечта? URL: http://outletov.net/blog/?page=post&blog=moda&post_id=124 (дата обращения: 30.03.2013).

³² См.: Джинсы для модели: коллаборация Карли Клосс и Frame. URL: <http://www.justlady.ru/news-162709-dzhinsy-dlya-modeli-kollaboraciya-karli-kloss-i-frame> (дата обращения: 30.03.2013) ; Вторая коллаборация Saucony и петербургской марки Anteater. URL: <http://sobaka.ru/fashion/news/16554> (дата обращения: 30.03.2013) ; Мастер-класс «Коллаборация 2013». URL: <http://vk.com/event48387951> (дата обращения: 30.03.2013).

Пример из медиа-сферы: журнал «Very Nearly Almost» представил свою очередную коллаборацию с уличными художниками, а рекламу проекта сделали британцы из «Soulful Creative», объединив в одной работе тэггинг, иллюстрацию, классическое граффити, искусство создания знаков и дизайн³³. Другой пример – проект «Amaze Art» (основан в 2012 году), который занимается синтезом современного искусства и дизайна. Проект выступил с несколькими коллаборациями с различными художниками, нацеленными на объединения ремесла и искусства, среди которых известный уличный художник Tilt, чье мастерство было коммерчески удачно воплощено в новых формах мебели³⁴.

В fashion-индустрии к использованию потенциала коллаборации активно подключились К. Лагерфельд, М. Катранзу, А. Биттар, И. Маран. Примеров творческого сотрудничества в самых разных комбинациях идей и компетенций огромное множество. Так, 2012 год известен эффективными коллаборациями «Н&М» с «Versace», «Marni», «Maison Martin Margiela»³⁵. Известная модель К. Мосс приняла участие в совместном проекте с французской сетью суши-ресторанов «Sushi Shop», создав дизайн специальной коробки для суши и роллов. «Sushi Shop» уже не первый раз устраивают подобные «коллаборации со звездами». Ранее коробки для ресторанов оформлял музыкант Л. Кравиц и дизайнер К. Такада. Сейчас, в связи с открытием своего первого заведения в Лондоне (и сотого – в мире), руководители французской сети решили привлечь к сотрудничеству самую модную британку.

Создание новых продуктов на основе коллаборации известных фирм из разных стран и отраслей (например, производство престижных итальянских автомобилей – «Ferrari» и швейцарских

³³ См.: Очередная коллаборация VNA с уличными художниками. URL: <http://www.creammag.ru/posts/art/graffiti/ocherednaya-kollaboraciya-vna-s-ulichnymi-hudojnikami/> (дата обращения: 30.03.2013).

³⁴ См.: Коллаборация Amaze и Tilt. URL: <http://www.creammag.ru/posts/art/graffiti/kollaboraciya-amaze-i-tilt/> (дата обращения: 30.03.2013).

³⁵ См.: Новая коллаборация: Н&М и Isabel Maran. URL: <http://www.woman.ru/fashion/medley3/article/92964/> (дата обращения: 30.03.2013).

часов – «Hublot») воплощает их лучшие достижения, становясь знаковыми для коллекций ценителей обоих брендов (часы «Big Bang U.A.E. Limited Edition») ³⁶. Удачная коллаборация, возникая в рамках отдельных проектов, может повторяться в других проектах с теми же участниками. Таков пример фирм «Nike» и «A.P.C.», проявившийся в дизайне и производстве спортивной обуви нового поколения. Эти фирмы после дебютной коллаборации 2012 года, оказавшейся неоспоримо успешной, приняли решение о продолжении сотрудничества в рамках содружества фирм США и Франции при создании новой коллекции «Nike Air Maxim I» и «Nike Dunk Highs». Пока приобрести эту обувь можно только в двух магазинах в Гонконге («A.P.C. Central» и «A.P.C. Causeway Bay»), но скоро она будет в продаже онлайн ³⁷. Такова стратегия вывода продукта коллаборации на глобальный рынок.

Из приведенных примеров ясно, что целью коллаборации следует признать совместное создание и социальное развитие капитала (стоимости) хозяйственных субъектов, объединенных общими проектами, путем участия в формировании новых способов изучения и понимания явлений и использования имеющихся ресурсов в инновационных процессах производства, основанных на воплощении полученных знаний в продуктах. Коллаборация распространяется на сферу (отрасль, вид) деятельности, всегда включая предоставление и передачу умений, доступ к информации, проведение исследований и разработку изделия, доступ к каналам выхода на рынок и создание новых рыночных возможностей в координатах конкурентоспособности, устойчивости и безопасности бизнеса.

Как отмечают исследователи, качество коллаборации во всех сферах и отраслях прямо зависит от зрелости ее предпосы-

³⁶ См.: Коллаборация Hublot и Ferrari – часы Big Bang U.A.E. Limited Edition. URL: <http://www.hautetime.ru/kollaboratsiya-hublot-i-ferrari-chasy-big-bang-u.a.e.-limited-edition/21387/> (дата обращения: 30.03.2013).

³⁷ См.: Легняя коллаборация Nike в сотрудничестве с A.P.C. URL: <http://afisha.bigmir.net/shopping/news/198941-Letnjaja-kollaboracija-Nike-v-sotrudnichestve-s-A-P-C-> (дата обращения: 30.03.2013).

лок и стадий интенсивности ³⁸. Раскрывая данную связь, представляется возможным дать интерпретацию этапов эволюции коллаборации как процесса и проекта:

– На первом уровне, при наличии коммерческих взаимоотношений всех участников, их активном присутствии на рынке, управляемости их транзакций и стремлении выйти за границы достигнутого, становится возможным консолидировать традиционные бизнес-подходы (выходы) в проектной деятельности.

– На втором уровне, при обмене информацией (транзакционными данными), объединении и улучшении бизнес-процессов, преодолении правовых барьеров, возникает коллаборация с поставщиками, ключевыми клиентами и в каналах предложения.

– На третьем уровне, при создании общих явных и неявных знаний, происходит воплощение их в совместной разработке проектов, продуктов, совместном ведении расчетов, обеспечивая развитие участников.

– На четвертом этапе, в процессе реализации проектов, формируются новые взгляды и цели на перспективу, формулируются новые подходы к сотрудничеству в рамках мегатрендов, к определению способов эффективного использования ресурсов, что приводит к общей судьбе участников и формированию нового конкурентного пространства в GES.

Контент коллаборации непосредственно отражает закономерности обогащения системы экономических отношений в эволюции мегаэкономики, поэтому коллаборацией часто называют не только форму сотрудничества, но и ее продукты, сложившийся стереотип поведения, мышления и даже стиль жизни в сообществе единомышленников в рамках их общих проектов.

Вместе с распространением коллаборации в подсистемах экономических отношений на всех уровнях GES (особенно во внешнеэкономических отношениях) прогрессивных фирм и разных стран, в Internet проявилась тенденция вульгаризации этой эффективной формы организации креативной деятельности. К коллабо-

³⁸ См.: Kapeleris J. Collaboration: A Driver of Innovation.

рации начинают относить любые единичные акты взаимодействий отдельных хозяйственных субъектов и действий отдельных индивидов (например, «Коллаборация штанов и ножниц») ³⁹. Формируется множество вульгарных определений коллаборации, в которых она объясняется как обучающее сотрудничество вообще ⁴⁰ и, таким образом, редуцируется и теряет свою специфику, поскольку всякое сотрудничество чему-либо обучает его участников. Но не всякое сотрудничество организуется для получения общего интеллектуального продукта и соответствующих когнитивных эффектов для его участников. Однако отходы при выведении и раскрытии нового понятия неизбежны и особенно многочисленны в начале процесса.

Так, 26 ноября 2012 года в «Google» был создан website «Проект: Коллаборация», где объясняется, что «коллаборация – это тренд нашей с вами современности. Объединяться для обмена опытом и проведения проектов теперь модно. Это весьма редкое сочетание – модное и полезное. Мы приглашаем вас внести свой вклад в чье-то развитие и расти профессионально самому, участвуя в наших мероприятиях»⁴¹. Такая популяризация со сбором средств (!) в пользу коллаборации пока не приносит особых плодов, но, возможно, постепенно делает ее формой нового народного и международного индустриального масштаба. Для активного включения в состав мегатрендов каких-либо процессов надо осмыслить их природу и специфику, адекватно этому сформулировать свои цели и задачи, обладать релевантной информацией о возможных вариантах сотрудничества и найти заинтересованных и готовых к добровольному сотрудничеству партнеров.

Однако коллаборация приобретает все большее значение не только в экономике, но и социальной жизни, где формируются со-

³⁹ См.: Шорты на кортах. Коллаборация штанов и ножниц. URL: <http://downtown.ru/voronezh/fashion/1864> (дата обращения: 30.03.2013).

⁴⁰ См.: Коллаборация. URL: <http://letopisi.ru/index.php/Коллаборация> (дата обращения: 30.03.2013).

⁴¹ См.: Проект: Коллаборация. URL: <http://checkthis.com/collaboration> (дата обращения: 30.03.2013).

циальные кластеры, территориальные организации самоуправления, волонтерские инициативы. При этом возникают проблемы дефицита креативных идей и эффективных решений у правительств, требуются новые интеллектуальные ресурсы, эффективные способы их инновационной мобилизации для поддержки органов государства гражданским обществом в поиске перспективных траекторий развития стран и регионов, стратегий экономической эволюции⁴². Формы коллаборации в социальной жизни и социальных сетях становятся объектом изучения многих гуманитарных и социальных наук – от психологии, филологии и культурологии до социологии, политологии и юриспруденции.

С позиций когнитивного и эвристического, прагматического и прогностического аспектов мегаколлаборацию как специфическую форму организации экономики знаний со всеми ее системными проблемами и противоречиями, преимуществами и эффектами, масштабами и формами еще предстоит глубоко изучать не только в предметном поле экономической науки, но и междисциплинарном контексте. Нарастающее значение будет приобретать мегаколлаборация во всех отраслях и сферах жизни людей, поскольку она становится экономическим, социальным и гуманитарным ответом на мегатренды эволюции GES и человеческого общества в целом. Ведь без глубокого осмысления потенциала коллаборации на основе познания общих закономерностей развития человечества формируются стратегические перспективы политики развития мегаэкономики. На этом пути, несомненно, раскроются новые грани и пределы ее применения, которые станут частью не только эволюционной экономической теории, но и международной хозяйственной практики.

⁴² См.: Шустов Я. Интеллигенция и коллаборация. URL: <http://www.liberty.ru/Themes/Intelligenciya-i-kollaboraciya> (дата обращения: 30.03.2013).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Иншаков Олег Васильевич – доктор экономических наук, профессор, ректор Волгоградского государственного университета (rector@volsu.ru).

Волошина Анастасия Юрьевна – кандидат экономических наук, докторант кафедры мировой и региональной экономики, Волгоградский государственный университет (econom@volsu.ru).

Inshakov Oleg Vasilievich – Doctor of Economics, professor, rector of Volgograd State University (rector@volsu.ru).

Voloshina Anastasiya Yurievna – Candidate of Economic Sciences, doctorate degree seeking student, Chair of World and Regional Economy, Volgograd State University (econom@volsu.ru).

Научное издание

СЕРИЯ ПРЕПРИНТОВ
ВОЛГОГРАДСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Иншаков Олег Васильевич,
Волошина Анастасия Юрьевна

МЕГАКОЛЛАБОРАЦИЯ
КАК ФОРМА КРЕАТИВНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

Главный редактор *А.В. Шестакова*
Редактирование и верстка *О.С. Кашук*
Оформление обложки *Н.Н. Захаровой*

Подписано в печать 10.04 2013 г. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Усл. печ. л. 2,3.
Уч.-изд. л. 2,5. Тираж 200 экз. Заказ . «С» 22.

Издательство Волгоградского государственного университета.
400062 Волгоград, просп. Университетский, 100.
E-mail: izvolgu@volsu.ru