



Н.В. Василенко

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОЛЛАБОРАЦИИ
В ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУРАХ
ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

N.V. Vasilenko

**INSTITUTIONAL FEATURES OF COLLABORATION
IN ORGANIZATIONAL STRUCTURES OF INNOVATION ECONOMY**

Статья посвящена проблеме формирования институциональных структур инновационной экономики. В современных условиях ведущей формой взаимодействия экономических субъектов становятся сетевые транзакции, в основе их преимуществ лежат особенности коллаборации. Обобщены основные институциональные характеристики коллаборации как формы совместной деятельности для решения задач творческого инновационного характера. Обоснована необходимость особой институциональной среды как основного фактора успешности совместной работы в рамках коллаборации. Показано место в институциональной среде коллаборации нормы доверия, а также ряда принципов, среди которых важное место занимают принципы участия, прозрачности, независимости и др. В качестве важнейших атрибутов механизма управления коллаборацией выделены самоуправляемость и проектный характер. Основные выгоды участников коллаборации связаны с маркетинговой привлекательностью нетрадиционного сотрудничества, уникальными компетентностями участников, более полной загрузкой производственных мощностей, дополнительными доходами от продажи прав интеллектуальной собственности на результаты труда коллаборации. В основе рисков коллаборативного процесса лежит вероятность оппортунистического поведения участников коллаборации. Доказано, что оппортунистическое поведение участников коллаборации может быть связано с подменой приоритетов в обязательствах по отношению к основному работодателю и коллаборации, а также описано при помощи модели безбилетника. Предложены критерии классификации сотрудничества в форме коллаборации, среди которых важное место принадлежит сфере хозяйственной деятельности, типам взаимодействующих сторон, степени институционализации участников, наличию государственной поддержки и др. В качестве перспективных направлений дальнейших исследований предложено изучение институциональных характеристик различных явлений, имеющих коллаборационную природу, а также проектирование коммуникационных моделей и финансово-экономических механизмов коллаборационных процессов.

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА; КОЛЛАБОРАЦИЯ; ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ; СЕТЕВЫЕ ТРАНЗАКЦИИ; ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА.

The article is dedicated to the problem of forming institutional structures of innovation economy. It is discussed that network transactions have become the leading form of interaction between economic subjects in modern conditions. A collaboration is understood as a form of joint activities for finding creative solutions of innovative tasks. The collaboration of the network's participants is the cornerstone of the advantages of network transaction. The main institutional characteristics of collaboration are generalized. The need of a special institutional environment as major factor of success of joint work within collaboration is proved. Trust and a number of principles occupy an important place in the institutional environment of collaboration. These principles include participation, transparency, independence and others. Attributes of the mechanism of management of collaboration are considered. They are self-government and project quality. The main benefits of the collaboration participants are associated with the marketing appeal; unique competencies of participants; more full capacity; additional revenues from the sale of intellectual property. The collaborative process based on risk is the likelihood of opportunistic behavior by the participants of the collaboration. Criteria of classification of cooperation in the form of collaboration are offered. It is proposed to study the institutional characteristics of various phenomena with collaborative nature and the financial and economic mechanisms of the collaboration processes as promising directions for further research.

INNOVATION ECONOMY; COLLABORATION; INTELLECTUAL PRODUCT; NETWORK TRANSACTION; INSTITUTIONAL ENVIRONMENT.

Введение. В последние десятилетия активно происходят трансформация экономических отношений индустриального типа и формирование новой экономики, базирующейся на генерации и распространении знаний и инноваций. Эта трансформация затрагивает структуру национальных хозяйств, технологии производства различных благ, а также принципы и механизмы взаимодействия участников хозяйственной деятельности. К настоящему времени становится все более очевидным, что основой технологической современной инфраструктуры уже стали информационно-коммуникационные технологии, а правовой инфраструктуры – права интеллектуальной собственности.

Операционализация новых технологий и возможность коммерциализации прав на них приводят к институционализации новых способов достижения конкурентных преимуществ и новых норм кооперации экономических субъектов. Технологическо-правовые изменения обуславливают преобразование базовых организационных структур в результате перемены ведущего типа взаимодействий экономических субъектов. Это находит выражение в развитии гибких форм занятости, тенденции разукрупнения монопольных организационных структур, преобладающих в 70–90-е гг. XX в., и т. д.

Специалисты в области информации указывают на обусловленность сетевых форм хозяйственной деятельности усилением знаковой составляющей в производственных процессах. Социологи обосновывают преимущества сетевой формы для более эффективного перемещения товаров, денег, а также научной и социально-политической информации. Приверженцы инновационного подхода отмечают необходимость преобладания кооперативной формы взаимодействия над конкурентной при обмене неявными компонентами знаний и компетенций.

Институциональная мысль связывает все эти проявления с все более широким распространением сетевого типа трансакций [8], принимающих в инновационной экономике различные организационные формы. К таким эволюционирующим организационным структурам в современных условиях можно отнести кластеры [5], консорциумы и т. д.

Преимущества указанных организационных структур в решении задач, стоящих пе-

ред экономическими субъектами в инновационной экономике, связаны с типом связи между ними, создающим новые возможности и новые конкурентные преимущества. В основе таких новых возможностей лежит коллаборация, раскрывающая природу связи в сетевых трансакциях.

Различные аспекты коллаборации как специфической формы сотрудничества и совместной работы нашли отражение в исследованиях С.-Н. Wang, С.-Н. Chang, G.C. Shen, Е.А. Антипиной, О.В. Иншакова, Ю.Е. Кошурниковой, С.Г. Якунаевой и др. Н.В. Смородинская подчеркивает схожесть коллаборации и сетевой формы взаимодействия, а О.Г. Тихомирова – связь коллаборации с проектной деятельностью. Р.Р. Angelini и L. Biggiero подчеркивают важность самоуправления в коллаборации, а ее оппортунистические риски коллаборации рассматриваются в трудах А. Дюкова. Изучению особенностей коллаборации в науке и образовании посвящены работы R. Belderbos, M. Carree, B. Lokshin, Sastre J. Fernandez, М.М. Бабкина, И.Д. Полынцева, Н.Ю. Самсонова, Д.П. Фролова, и др., в области моды – М.А. Самофеевой, Л.С. Шукной и др., а в сфере туризма – С.К. Волкова, И.А. Морозовой и др.

Однако выявление сетевой природы коллаборации актуализирует потенциальные возможности применения достижений институционального подхода для решения ряда задач, которые мы поставили, а именно: уточнить особенности коллаборации как институциональной формы экономической деятельности, выявить источники организационных преимуществ коллаборации в инновационной среде, определить подходы к снижению рисков оппортунистического поведения участников коллаборации в условиях асимметричности информации.

Методика и результаты исследования

Коллаборация как форма совместной деятельности. Обобщение подходов к определению сущности коллаборации приводит к выводу, что прямой перевод термина «коллаборация» (от англ. collaboration – сотрудничество) необходимо уточнить и дополнить, принимая во внимание следующие трактовки:

- новая форма кооперации в глобальной среде экономики знаний [4];
- совместный труд нескольких физических и (или) организационных экономических

субъектов, имеющих общие интересы и работающих для достижения единой цели [5];

- децентрализованная модель организации бизнеса, позволяющая в условиях инновационной экономики снижать производственные и транзакционные издержки благодаря распределению рисков, выигрышей, компетенций и ресурсов по сети контрагентов [9];
- умение создавать совместные проекты на основе доверия, базируясь на единстве целей;
- форма организации сообществ, участники которых «объединяют результаты своего интеллектуального труда и другие ресурсы с целью создания на основе видения и усилий специалистов из разных сфер деятельности общего продукта» [1].

Как видим, все приведенные определения объединяет понимание коллаборации как особой формы совместной созидательной деятельности проектного характера в глобальной среде, основанной на соединении межпредметных компетентностей участников, базирующемся на особых нормах взаимодействия, отличных от рыночных и иерархических.

Цели коллаборации и сфера ее применения.

Созидательная, в противовес распределительной, активность участников коллаборации имеет специфическую цель и результаты, обуславливающие востребованность коллаборативной формы сотрудничества в определенных сферах, а также определяющие перспективы ее развития в инновационной экономике.

Целью сотрудничества участников коллаборации является создание нового интеллектуального продукта. В условиях коллаборации при помощи производства на равных, без прямой жесткой иерархии можно более эффективно и результативно, чем когда-либо ранее, использовать человеческие навыки, интеллект и мастерство. Отсюда коллаборации в современных условиях могут образовываться в любой области, связанной с умственным трудом и необходимостью выработки нестандартных решений.

Традиционно наиболее широко коллаборации распространены в научной сфере, где тесно связаны с инновационными процессами [7, 10, 13, 14]. Примерами таких коллабораций могут служить:

- CALICE (Calorimeter for the Lnear Collider with Electrons), объединяющий более

300 физиков и инженеров из 57 институтов 17 стран;

- XFEL (X-ray free electron laser) в Германии;

- LHC (Large Hadron Collider) в Швейцарии, ITER (International thermonuclear experimental reactor) во Франции;

- «Байкал», объединивший усилия Института ядерных исследований РАН (г. Москва), и т. д.

В последнее десятилетие коллаборация интенсивно развивается и в других областях креативного характера. Так, например, в Европе активно применяется практика совместного продвижения региональных туристических продуктов (Испания – Андорра, Италия – Сан-Марино, Франция – Монако и т. д.) [2]. Сотрудничество в указанной сфере помимо маркетинговых усилий предполагает совместное использование туристской инфраструктуры, охватывающей аэропорты, автомагистрали, средства размещения туристов и т. д.

Другим примером может служить коллаборация в области моды, связанная с привлечением художников для создания новых коллекций одежды, обуви, аксессуаров, а также известных режиссеров для производства рекламных продуктов модных брендов и т. д. [11]. Например, известны плодотворные результаты сотрудничества Эммануэля Кана и La Redoute, Кристофера Кейна и H&M, Пичес Гелдоф и PRO.

Особенности институциональной среды коллаборации. Соединение творческих усилий представителей разных сфер деятельности опосредуется образованием новой институциональной среды, единой среды творческой активности, границы которой не совпадают с границами государств, где граждане принимают участие в коллаборации, а определяются стоящими перед ними задачами.

Главное преимущество коллаборации перед другими формами совместной работы, начиная с кооперации и заканчивая нетворкингом, состоит в формировании особой креативной среды для нового поколения наемных сотрудников либо фрилансеров. Новые институциональные нормы и правила создают предпосылки для генерирования потока инноваций на прорывных направлениях развития науки и технологии обладающими межпредметными компетенциями специалистами.

Отсюда в условиях коллаборации ведущую роль во взаимодействиях начинает играть индивидуальный, в частности, профессиональный, интерес, а не принадлежность к тому или иному сообществу, находящемуся на определенной территории. Приверженность нормам коллаборативного взаимодействия становится гарантией высокой мотивированности ее участников, а движущей силой коллабораций — «общая идея, ценности и энергия совместного сотворчества при равноправии всех участников процесса» [1].

Воспользуемся выводами, приведенными в книге «The Social Organization. How to Use Social Media to Tap the Collective Genius of Your Customers and Employees». Ведущими принципами совместной работы, на которых может строиться коллаборация, по нашему мнению, являются следующие:

- участие, подразумевающее, что большая часть содержательного результата деятельности должна создаваться именно членами сообщества;
- коллективность, предполагающая непрерывное внесение независимых частных вкладов в коллективный результат, который за счет этого непрерывно обновляется и расширяется;
- прозрачность, означающая, что все участники осознают вклад друг друга, могут обсуждать, оценивать, использовать индивидуальный вклад каждого другого участника коллаборации;
- независимость, проявляющаяся в том, что любой участник коллаборации может внести свой вклад совершенно независимо от другого в любое время и в любом месте;
- сохранение вкладов участников, дающее возможность всем членам сообщества получить о них представление, высказать свое отношение и использовать в дальнейшей работе;
- выявление новых решений существующих проблем, так как в процессе совместной работы невозможно моделировать, оптимизировать и контролировать поведение конкретных участников тем же способом, как это делается при традиционных подходах.

Указанные принципы могут служить основой выработки новых институциональных правил, регулирующих коллаборационные процессы.

Прежде всего, следует отметить, что долгосрочному сотрудничеству участников коллаборации, основанному на соблюдении рас-

смотренных ранее признаков, способствует формирование нормы доверия, без которого невозможен непрерывный интерактивный обмен явными и неявными знаниями и результатами интеллектуальной деятельности между участниками.

Именно в условиях доверительных, ориентированных на долгий срок отношений участники коллаборации, принимая участие в обмене информацией, начинают лучше понимать мотивы и ожидания друг друга, а также потенциальных пользователей создаваемых продуктов или технологий.

Доверие позволяет создавать различного рода союзы и объединения, в разной степени формально институционализированные. Примерами таких объединений могут служить кластеры, стратегические альянсы, консорциумы и т. д.

Отсюда, во-первых, коллаборация создает предпосылки для принятия результативных коллективных решений в условиях неопределенности. Это повышает гибкость коллаборации как институциональной структуры и дает ей стимулы для дальнейшего развития в ситуации изменения внешней среды.

Во-вторых, способность к сотрудничеству, работе в составе креативной группы, поиску баланса и компромиссов представляет собой особую компетентность современного профессионала. Следовательно, готовность к участию в коллаборации тесно связана с умением договариваться и создавать союзы.

Механизм управления в условиях коллаборации. Как уже отмечалось, одной из важных характеристик коллаборации является межпредметность и отсутствие отраслевых, а также территориальных, в том числе государственных границ. Так, примером международной коллаборации могут служить программы EUROCORES (European Collaborative Research), начатые в 2003 г. Европейским научным фондом (ESF). Коллаборация объединяет специалистов из разных областей знания или сфер деятельности, именно «на стыке» порождая поток новых идей и подходов, которые затем коммерциализуются.

Отсюда коллаборация не может регулироваться ни рынком, ни иерархией, так как рыночные отношения деперсонифицированы и не предполагают наличие доверия, а в ситуации иерархических отношений отсутству-

ют возможности равноправного участия в совместной работе, взаимного обмена информацией и знаниями и т. д.

Механизм управления коллаборацией соотносим с сетевой самоорганизацией [9, 14] вокруг некоторой идеи, вызывающей взаимный интерес. Каждый участник коллаборации привносит что-то характерное, связанное со спецификой его профессиональной (либо социально значимой) деятельности или интересов. Поэтому форма руководства деятельностью в коллаборации, как правило, основана на сотрудничестве равноправных членов децентрализованного сообщества.

Вокруг некоей перспективной идеи, возможно, прорывного характера либо проблемы, требующей неотлагательного разрешения, формируется нечто вроде проекта, направленного на ее осуществление либо разрешение. Результатом осуществления проекта на основе коллаборации становятся конкретные объекты коллективного владения и пользования, генерирующие объекты товарного обмена и приносящие коммерческий эффект на глобальном уровне экономической системы.

Примером результата коллаборации в сфере моды может служить так называемая капсульная коллекция (от англ. – capsule collection), представляющая собой относительно небольшую линейку товаров, разработанную модным домом в сотрудничестве с приглашенными дизайнером или знаменитостью, как правило, из сферы искусства. Такая коллекция состоит из 6–10 моделей, объединенных общей темой или идеей. Коллаборация по поводу создания капсульной коллекции может быть направлена на достижение нескольких целей:

- повышение престижа модного бренда,
- представление творчества молодого дизайнера,
- привлечение дополнительной аудитории клиентов, и т. д.

Первая капсульная коллекция была разработана в 1969 г. дизайнером Эммануэлем Каном для каталога La Redoute.

Релиз капсульной коллекции способствует продвижению бренда. Так, например, капсульная коллекция Кристофера Кейна для H&M приблизила массовый рынок к высшему рыночному сегменту, предлагающему товары роскоши и услуги класса люкс-премиум. Именно капсульная коллекция,

представляющая собой результат коллаборации, дает торговой марке возможность получить наиболее широкий резонанс при упоминании в СМИ (журналах, блогах, новостных ресурсах). Например, о бренде PPQ за пределами Великобритании узнали благодаря коллаборации с Пичес Гелдоф [11].

Источники выгод участников коллаборации.

Рациональным мотивом для участия в коллаборации становятся выгоды ее участников, недоступные при их индивидуальной работе над той же идеей или проблемой, а часто и появление самой идеи связано с работой в условиях коллаборации.

Коллаборативные выгоды имеют несколько источников. Во-первых, они связаны с появлением особого информационного повода, так как информация о нестандартном виде сотрудничества имеет больший интерес потенциальных потребителей и других заинтересованных сторон. Этим обеспечивается широкое распространение маркетинговой информации, а следовательно, маркетинговая выгода от коллаборации. Здесь значение имеет и сам проект, его направленность, и состав участников коллаборации, вхождение в который существенно повышает шансы на продвижение новичков, а также придает новизну работе маститых специалистов, особенно при перемене или обновлении направления либо сферы их усилий. Указанная выгода коллаборации широко реализуется, например, в международных образовательных проектах Евросоюза, таких как TEMPUS и др.

Во-вторых, преимущества коллаборации обусловлены сотрудничеством с участниками-лидерами в своей области, что и оправдывает коллаборацию. В результате коллаборации создаются уникальные интеллектуальные продукты, менее копируемые конкурентами, а также более сложно поддающиеся подделке.

В-третьих, преимущество коллаборации проявляется в повышении загрузки производственных мощностей при последующем внедрении результата креативной деятельности. При этом именно коллаборация специалистов разных сфер становится залогом рыночного успеха новшества [15].

Наконец, в-четвертых, вышеизложенное объясняет, каким образом коллаборация позволяет увеличить доходы ее участников. При этом

коллорационное взаимодействие может быть направлено на снижение производственных и транзакционных издержек посредством специализации действий участников с последующим объединением их достижений. Следует также учесть, что, как показывает практика, основной доход может поступать от продажи объектов интеллектуальной собственности, полученных в результате коллаборации.

Оппортунистическое поведение в условиях коллаборации. Риски коллаборации связаны с возможными потерями вследствие оппортунистического поведения ее участников. Концепция постконтрактного оппортунизма применительно к коллаборации может быть применена в двух аспектах.

Однокоренным по отношению к коллаборации является понятие «коллорационизм», трактующийся, в том числе в международном праве, как осознанное, добровольное и умышленное сотрудничество с врагом, в его интересах и в ущерб своему государству [3]. Поэтому в законодательстве подавляющего большинства стран мира факт коллорационизма квалифицируется как государственная измена.

Применительно к рассматриваемой проблематике сотрудничество с представителями другой организации, научной школы, лаборатории или мастерской может рассматриваться как оппортунистическое поведение с точки зрения нарушения интересов собственной компании, так как при этом обязательно происходит несанкционированная передача, утечка части интеллектуального капитала. В рамках первого аспекта оппортунизм участника коллаборации проявляется как преследование индивидуальных профессиональных интересов в ущерб интересам работодателя. В такой ситуации можно говорить о коллорационизме, соотнося участие в коллаборации с предательством интересов своей организации.

Таким образом, коллорационизм можно понимать как форму оппортунистического поведения участников коллаборации, связанную с подменой в обязательствах приоритета иерархических транзакций приоритетом сетевых транзакций.

Второй аспект оппортунизма в коллаборации связан с предательством интересов посредством самой коллаборации. Это может

осуществляться посредством продажи части интеллектуального результата (совместной собственности) на открытом рынке от своего имени с присвоением полученного дохода. Тогда имеет место подмена в обязательствах приоритета сетевых транзакций приоритетом рыночных транзакций.

Другая форма оппортунизма участника коллаборации, проявляющаяся в отлынивании и занижении возможного вклада в общий результат, может быть успешно описана при помощи концепции безбилетника.

Классификация взаимодействий в условиях коллаборации. Важной задачей в изучении институциональных особенностей коллаборации является определение критериев классификации коллорационных взаимодействий и последующее построение соответствующей классификации. Как показали исследования, основаниями для выделения различных видов коллаборации могут служить:

- цель коллаборации, заключающаяся в выработке и (или) реализации «прорывной» инновационной идеи, проектировании и (или) применении альтернативного инновационного способа разрешения имеющейся проблемы и т. п.;
- сфера хозяйственной деятельности, охваченная коллаборацией (например, наука, туризм, мода и образование);
- типы взаимодействующих сторон (например, можно в индустрии моды выделить сотрудничество представителя высокой моды и мировой розничной сети, сотрудничество всемирно известного элитарного бренда и менее известного представителя модной среды, только укрепившегося на внутреннем рынке своего государства, сотрудничество представителей сферы моды и современного искусства и т. д. [6]);
- степень институционализации участников коллаборации, отражающаяся в наличии формальных договорных отношений и, следовательно, обязательств между ними (в частности, формальное закрепление сообществ, консорциумов, кластеров и т. д.);
- наличие государственной поддержки и др.

Указанные критерии позволяют отразить особенности коллаборации в различных сферах, с разными задачами и могут быть положены в основу построения классификации в рассматриваемой области.

Выводы

1. Уточненное понятие «коллаборация» с учетом ее институциональных характеристик в современных условиях представляет собой специфическую институциональную форму взаимодействий экономических субъектов в рамках сетевых трансакций, наиболее адекватно отражающую потребности инновационной экономики.

2. Показана необходимость особой институциональной среды как основного фактора успешности совместной работы в рамках коллаборации. Коллаборация сопровождается выработкой специфических правил взаимодействия ее участников, отличающихся от институциональных норм иерархических систем, а также свободных рыночных отношений. Важное место в институциональной среде коллаборации занимает норма доверия, а также принципы участия, коллективности, прозрачности, независимости, сохранения вкладов участников, выявления новых решений существующих проблем.

3. Обоснованы базовые атрибуты механизма управления коллаборацией, такие как самоуправляемость и проектный характер. Механизм управления деятельностью в коллаборации основан на саморегулировании равноправных членов децентрализованного сетевого сообщества вокруг проекта, нацеленного на решение задачи, представляющей интерес для каждого участника.

4. Определены источники преимуществ коллаборации и выгод ее участников. Выго-

ды участников коллаборации связаны: с маркетинговой привлекательностью нетрадиционного сотрудничества и соответственно ожидаемых результатов; уникальными компетенциями участников – гарантиями от несанкционированного воспроизведения и копирования результатов; более полной загрузкой производственных мощностей, задействованных в создании коллаборационного продукта; дополнительными доходами от продажи прав интеллектуальной собственности на результаты труда коллаборации.

5. Выявлены типы оппортунистического поведения участников коллаборации. Доказано, что оппортунистическое поведение участников коллаборации может быть связано с подменой приоритетов в обязательствах по отношению к основному работодателю и коллаборации, а также описано при помощи модели безбилетника.

6. Сформулированы критерии классификации сотрудничества в форме коллаборации. Среди них: цель коллаборации, сфера хозяйственной деятельности, типы взаимодействующих сторон, степень институционализации участников, наличие государственной поддержки и др.

Направления дальнейших исследований видятся в изучении институциональных характеристик различных явлений, имеющих коллаборационную природу, в частности, кобрендинга в маркетинге, а также проектировании коммуникационных моделей и финансово-экономических механизмов коллаборационных процессов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антипина Е.А. Региональная политика нового поколения: постановка задачи в сфере человеческого капитала // Человеческий капитал. 2014. № 4(64). С. 41–45.

2. Волков С.К., Морозова И.А. Развитие межрегиональной коллаборации в сфере туризма в рамках маркетинговой парадигмы территориального развития // Известия высших учебных заведений. Серия «Экономика, финансы и управление производством». 2014. № 2(20). С. 38–41.

3. Дюков А. «Тактическая коллаборация»? // Свободная мысль. 2011. № 6(1625). С. 127–136.

4. Иншаков О.В. Коллаборация как глобальная форма организации экономики знаний // Экономика региона. 2013. № 3(35). С. 38–44.

5. Кластерная экономика и промышленная

политика: теория и инструментарий: коллективная монография / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. С. 113–130.

6. Самофеева М.А. Коллаборация искусства и моды // Наука – промышленности и сервису. 2013. № 8-2. С. 336–342.

7. Самсонов Н.Ю. Коллаборация вузов и корпораций: что, кому, зачем? // ЭКО. 2013. № 10(472). С. 51–56.

8. Смородинская Н.В. Смена парадигмы мирового развития и становление сетевой экономики // Экономическая социология. 2012. Т. 13. № 4. С. 95–115.

9. Тихомирова О.Г. Корпоративная коллаборация и взаимодействие: решение проблемы само-

организации социально-экономических систем // *Фундаментальные исследования*. 2014. № 9-5. С. 1082–1086.

10. **Фролов Д.П., Бабкин М.М., Польшцев И.Д.** Перспективы адаптации института европейских технологических платформ в России (на примере нбик-конвергентных технологий) // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2016. № 4(337). С. 27–39.

11. **Щукина Л.С.** Кобрендинговые проекты как эффективный инструмент медиарилейшнз в сфере моды // *Вестник Воронежского государственного университета*. Серия: Филология. Журналистика. 2014. № 4. С. 143–145.

12. **Якунаева С.Г., Кошурникова Ю.Е.** Доверие и клиентоориентированность как факторы успеха

фирмы // *Фундаментальные исследования*. 2013. № 6-4. С. 971–975.

13. **Belderbos R., Carree M., Lokshin B., Fern6ndez Sastre J.** Inter-temporal patterns of R&D collaboration and innovative performance // *The Journal of Technology Transfer*, 2015, vol. 40, no. 1, pp. 123–137.

14. **Biggiero L., Angelini P.P.** Hunting scale-free properties in R&D collaboration networks: self-organization, power-law and policy issues in the european aerospace research area // *Technological Forecasting and Social Change*, 2015, vol. 94, pp. 21–43.

15. **Wang C.-H., Chang C.-H., Shen G.C.** The effect of inbound open innovation on firm performance: evidence from high-tech industry // *Technological Forecasting and Social Change*, 2015, vol. 99, pp. 222–230.

REFERENCES

1. **Antipina E.A.** Regional'naiia politika novogo pokoleniia: postanovka zadachi v sfere chelovecheskogo kapitala. *Chelovecheskii kapital*. 2014. № 4(64). С. 41–45. (rus)

2. **Volkov S.K., Morozova I.A.** Razvitie mezhregional'noi kollaboratsii v sfere turizma v ramkakh marketingovoi paradigmy territorial'nogo razvitiia. *Izvestiia vysshikh uchebnykh zavedenii. Seriia «Ekonomika, finansy i upravlenie proizvodstvom»*. 2014. № 2(20). С. 38–41. (rus)

3. **Diukov A.** «Takticheskaia kollaboratsiia»? *Svobodnaia mysl'*. 2011. № 6(1625). С. 127–136. (rus)

4. **Inshakov O.V.** Kollaboratsiia kak global'naiia forma organizatsii ekonomiki znanii. *Ekonomika regiona*. 2013. № 3(35). С. 38–44. (rus)

5. Klasternaia ekonomika i promyshlennaia politika: teoriia i instrumentarii: kollektivnaia monografiia. Pod red. d-ra ekon. nauk, prof. A.V. Babkina. SPb.: Izd-vo Politekhn. un-ta, 2015. С. 113–130. (rus)

6. **Samofeeva M.A.** Kollaboratsiia iskusstva i mody. *Nauka – promyshlennosti i servisu*. 2013. № 8-2. С. 336–342. (rus)

7. **Samsonov N.Iu.** Kollaboratsiia vuzov i korporatsii: chto, komu, zachem? *EKO*. 2013. № 10(472). С. 51–56. (rus)

8. **Smorodinskaia N.V.** Smena paradigmy mirovogo razvitiia i stanovlenie setevoi ekonomiki. *Ekonomicheskaiia sotsiologiia*. 2012. Т. 13. № 4. С. 95–115. (rus)

9. **Tikhomirova O.G.** Korporativnaia kollaboratsiia i vzaimodeistvie: reshenie problemy samoorganizatsii

sotsial'no-ekonomicheskikh sistem. *Fundamental'nye issledovaniia*. 2014. № 9-5. С. 1082–1086. (rus)

10. **Frolov D.P., Babkin M.M., Polyntsev I.D.** Perspektivy adaptatsii instituta evropeiskikh tekhnologicheskikh platform v Rossii (na primere nbik-konvergentnykh tekhnologii). *Natsional'nye interesy: prioritety i bezopasnost'*. 2016. № 4(337). С. 27–39. (rus)

11. **Shchukina L.S.** Kobrendingovye proekty kak effektivnyi instrument mediarielishnz v sfere mody. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Filologiia. Zhurnalistika*. 2014. № 4. С. 143–145. (rus)

12. **Iakunaeva S.G., Koshurnikova Iu.E.** Doverie i klientoorientirovannost' kak faktory uspekha firmy. *Fundamental'nye issledovaniia*. 2013. № 6-4. С. 971–975. (rus)

13. **Belderbos R., Carree M., Lokshin B., Fern6ndez Sastre J.** Inter-temporal patterns of R&D collaboration and innovative performance. *The Journal of Technology Transfer*, 2015, vol. 40, no. 1, pp. 123–137.

14. **Biggiero L., Angelini P.P.** Hunting scale-free properties in R&D collaboration networks: self-organization, power-law and policy issues in the european aerospace research area. *Technological Forecasting and Social Change*, 2015, vol. 94, pp. 21–43.

15. **Wang C.-H., Chang C.-H., Shen G.C.** The effect of inbound open innovation on firm performance: evidence from high-tech industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 2015, vol. 99, pp. 222–230.

ВАСИЛЕНКО Наталья Валерьевна – заведующий кафедрой Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, доктор экономических наук.

191186, наб. р. Мойки, д. 48, Санкт-Петербург, Россия. E-mail: nvasilenko@mail.ru

VASILENKO Natal'ia V. – Herzen State Pedagogical University of Russia.
191186. Moyka emb. 18. St. Petersburg, Russia, E-mail: nvasilenko@mail.ru