

Д. И. Баркан

РАЗВИТИЕ И РОСТ В ЗЕРКАЛЕ ФИРМЫ

В статье рассматриваются проблемы триады «структура — развитие — рост» на уровне фирмы и ее товаров и услуг. Сквозь призму этого анализа исследуются феномены кластеризации, аутсорсинга, использования ключевых платформ. Обсуждаются вопросы, связанные с теорией общих элементов и концепцией устойчивого развития. Выдвинута и кратко обоснована идея об «инновационной интеграции» как своего рода методологической основе адекватного анализа представленной триады.

Ключевые слова: развитие, рост, синхронизация, кластеризация, аутсорсинг, устойчивое развитие, порождающие структуры, общие элементы, инновационная интеграция.

В интересной статье В. К. Дерманова [Дерманов, 2011] предложен ряд выводов и положений фундаментальной экономической науки, касающихся феноменов роста и развития.

На наш взгляд, главный «идеологический» посыл этих выводов состоит в том, что содержащиеся в них идеи универсальны для всех экономических (а точнее — социально-экономических) явлений и процессов окружающего мира. Если это так, то они должны носить сквозной характер на разных уровнях экономической иерархии, демонстрируя некие новые (подчас — существенно новые) стороны своего проявления. Представляется, что только так и можно, пусть даже на уровне дискуссий, подтвердить обоснованность и практическую значимость как главного результата, так и тех его «расширений», которые могут последовать из эмпирического анализа. Более того, возможно, именно такой анализ позволит существенно расширить рамки той теоретической конструкции, которая предложена в анализируемой статье. И главное — если наши предположения верны, то могут быть получены исключительно ценные результаты для выработки стратегических решений на уровне руководства фирмы. Но, прежде чем перейти к этой аналитике, сделаем одно важное замечание.

Поскольку предложенные в статье [Дерманов, 2011] идеи подтверждены на уровне как мировой экономики в целом, так и экономики отдельных

© Д. И. Баркан, 2011

стран (в ряде случаев с вполне объяснимыми отклонениями), постольку то же относится и к отдельным отраслям промышленности, тем более что ряд обсуждавшихся закономерностей как раз и иллюстрируется различиями на уровне отраслевых эволюций. Но именно в этом случае особенно важно «опуститься» на уровень фирмы и, более того, отдельных товаров и услуг с тем, чтобы исследовать тот сквозной характер тенденций и закономерностей, который отмечен выше. Конечно, особняком в этом ряду стоит феномен современных технологий, требующий специального обсуждения. Мы лишь отметим его важность в связи с тем, что «новая экономика» декларирует переход от отраслевого управления к управлению технологиями, что в полной мере отвечает нашей принципиальной позиции.

ОБОСНОВАННОСТЬ «СКВОЗНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ»

Прежде всего необходимо подчеркнуть обоснованность «сквозного моделирования» в отношении действия комплекса закономерностей, охватывающих экономическое развитие и экономический рост. Эволюция фирм, а в значительной мере их товаров и услуг, с определенными допущениями моделирует эволюцию экономики в целом. Иными словами, комплекс этих закономерностей адекватно проецируется на любую, достаточно долго функционирующую на рынке фирму, а в ряде случаев (применительно к разным элементам комплекса) — и на ее товары и услуги. Обратимся в этой связи к основным феноменам, рассмотренным в статье [Дерманов, 2011].

Важнейший из них — «структура», причем нет необходимости доказывать, что ею обладают в равной мере как любая фирма, так и ее товары и услуги. Понятно, что структура в этом контексте многогранна и разнопланова. Но если для фирмы это — структура ее подразделений, сотрудников, бизнес-процессов и т. д., то для отдельного товара — существенно меньший, но все равно не единичный набор, например, составляющих его элементов, взаимосвязи и взаимодействий, правил использования, необходимого внешнего дополнения и т. д. Следует согласиться с тем, что и для фирмы, и для ее товаров и услуг структура выступает наиболее устойчивым способом связей и внутренней организации, которые инвариантны к любым преобразованиям. И естественно, что именно здесь структура как закодированный набор функций реализует себя в полной мере. Следовательно, все, что говорилось ранее о сущности структуры и ее характерных свойствах, формально применимо к тем двум уровням экономической иерархии, которые являются объектом нашего изучения.

Ситуация, однако, коренным образом меняется, когда речь заходит о способности к развитию. Именно в этой части проблемы, на наш взгляд, пока еще много малоизученных и интересных вопросов. Конечно, фирма как открытая система, безусловно, обладает способностями к развитию в

силу ряда причин, о чем речь шла ранее: такие возможности предоставляет, с одной стороны, внешняя среда, а с другой — накопленный потенциал знаний, умений и навыков в самой фирме. Таковы общие закономерности. Вместе с тем фундаментальное различие очевидно: если экономика в целом будет развиваться всегда, трансформируя свои различные структуры (страновые, отраслевые, технологические, фирменные, распределительные и т. д.), то отдельно взятые фирмы — исключительно в той степени, в какой способности и возможности ее владельцев и топ-менеджеров позволяют это сделать (мировая экономика развивается посредством развития множества «умных» фирм, и то же относится к экономике практически любого государства из сообщества развитых и значительной части развивающихся стран).

Принципиально иная ситуация складывается с товарами и услугами, которые являются по определению закрытыми системами и к саморазвитию не способны ввиду того, что их структуры не обладают такого рода возможностями. Однако в условиях «новой экономики» происходят значительные изменения, яркими примерами чего выступают развитие Интернета и создание сложных программных продуктов, имеющих «внутри себя» возможности развития. Последние интересны пользователям, которые достаточно подготовлены для того, чтобы этим заниматься. Следовательно, внутри такого рода товарной структуры (или структуры услуги) закодирована соответствующая возможность развития. На наш взгляд, именно это и составляет основу того, что можно назвать будущей «товарной революцией». Остановимся на этом подробнее.

ЦЕННОСТЬ ТОВАРА И ЕГО СТРУКТУРА

Ценность товара определяется не только уровнем конкретной потребительской полезности, но и все в большей мере тем, какие возможности развития потребительской полезности несет в себе его структура.

Введем понятия «закрытых» и «открытых» возможностей развития. Например, любая мебель (а тем более специализированные мебельные наборы, продающиеся, например, в сети ИКЕА) предоставляет возможность осуществлять разные комбинации своих структурных элементов вне зависимости от взаимодействия с пользователем («закрытое» пространство возможностей). Однако целый ряд современных программных продуктов, как отмечалось, уже несет в себе принципиально иную возможность взаимодействия с пользователем, причем возможности такого развития, т. е. управления трансформацией структуры продукта, во многих случаях заранее прогнозируются его создателями. Так формируется «открытое» пространство возможностей.

Остановимся в этой связи на рассмотрении вопроса о так называемых ключевых платформах, которые стали в современных условиях свое-

образной основой всестороннего развития, например, автомобильной промышленности практически во всех странах мира (о существовании феномена ключевой платформы подр. см.: [Хамел, Прахалад, 2002]). Напомним, что ключевые платформы концентрируют тот набор знаний, умений и навыков, который позволяет реализовывать определенную ключевую компетенцию.

Следует подчеркнуть, что именно ключевые платформы выступают своего рода порождающими структурами, поскольку управление их трансформацией позволяет отдельно взятой компании по производству автомобилей (да и многим другим компаниям в самых разных отраслях) создать собственный модельный ряд. В этом смысле ключевые платформы — типичный образец промежуточного феномена между структурой, развивающейся в рамках закрытого пространства, и саморазвитием, характерным для нормально функционирующей фирменной структуры. Здесь мы не затрагиваем вопрос о том, будет ли товарная революция базироваться именно на ключевых платформах, но уже сегодня ясно, что за ними — будущее.

Таким образом, шумпетерианские «новые комбинации» на уровне товаров и услуг приобретают в современной экономике более богатый смысл. И если, согласно Й. Шумпетеру [Шумпетер, 2008], новые комбинации знаний, умений и навыков в фирме позволяют создавать, а следовательно, и развивать новые структурные целостности (товары и услуги), то в рамках современной экономики производятся товары и услуги со «встроенным» структурным развитием. Особо важно, что именно товарные структуры и структуры услуг с «открытыми возможностями» приобретают все более определяющую роль в товарной цивилизации современности.

Конечно, вопрос о том, каким образом следует управлять трансформацией структуры знаний, умений и навыков фирмы с тем, чтобы эта трансформация в свою очередь порождала товарные структуры с «открытыми» возможностями, выходит за рамки настоящей статьи. Однако на сегодня его актуальность для практики менеджмента не вызывает сомнений.

СИНХРОНИЗАЦИЯ: ПОЛЕ ДЕЙСТВИЯ

В статье [Дерманов, 2011] выдвинуты идеи о том, что синхронизация, усиливая и выводя на новый уровень закономерные колебательные движения экономических систем, обеспечивает им иной, более адекватный современным представлениям, характер развития. Пример тому — глобализация мировой экономики, в которой естественным образом синхронизируются динамики экономических эволюций различных стран. В то же время анализ эмпирики показывает, что синхронизация как закономерность современного экономического развития имеет гораздо более широкое поле действия, чем сопровождение исключительно колебательных процессов.

Синхронизация присутствует в свойственных ей формах на уровнях фирм как в промышленном производстве, так и в разнообразных сферах обслуживания и, безусловно, в процессах распределения.

Рассмотрим аутсорсинг, который в современных условиях не просто приобрел права мирового гражданства, но может без преувеличения считаться практически глобальной закономерностью промышленного развития.

Следует отметить, что исторически хорошо известны колебания, которым подвержены процессы борьбы за эффективность в отраслевом разрезе. Зарождавшееся в начале XX в. автомобильное производство представляло собой «одинокый» конвейер, который обеспечивался поставками комплектующих из полукустарных мастерских и небольших промышленных фирм. На следующем цикле «обратного» колебания появился всемирно известный фордовский комплекс в Батон Руж, где все — от выплавки стали до сборки готовых машин — было сосредоточено в одних руках и составляло замкнутый промышленный комплекс, которым гордился его создатель. Следующий этап волнового процесса — всепоглощающая борьба за эффективность, приведшая к концептуальным сдвигам в управлении трансформацией структур, современной вершиной которого можно считать «стройное производство», включая его знаменитые элементы типа канбан, кайдзен, дзидока и т. д. По существу, аутсорсинг как одна из ведущих идей «стройного производства» как раз и предполагает синхронизацию производственных процессов обслуживающей и обслуживаемой промышленных фирм. Эффективность работы обслуживаемой фирмы решающим образом зависит от того, каким образом синхронизированы и обеспечивают всевозрастающую эффективность структуры их взаимодействия (технологическая, организационная, логистическая и т. д.). Синхронизация становится основой, например, современных логистических систем. Кроме того, сама по себе философия логистики построена на синхронизации.

Еще более ярким примером одновременного действия синхронизации и резонанса выступает такое глобально значимое явление современного промышленного развития, как кластеризация. Действительно, объединение в единую производственную структуру множества разномасштабных, а что еще более важно — разноотраслевых фирм, «замкнутых» на выпуск данного товара и/или услуги, предполагает тотальную функциональную синхронизацию. Последняя, в свою очередь, ведет к соответствующим преобразованиям структур как самих этих фирм, так и связей между ними (вспомним, что наряду с производственными в крупном кластере должны эффективно функционировать десятки обслуживающих — консалтинговых, аудиторских, логистических — и многих других фирм). И именно в эффективно развивающемся кластере проявляется «резонансная основа»

его развития. В соответствии с идеями, высказанными в статье [Дерманов, 2011], множество малых и средних фирм, активно ищущих «резонансные возможности», не просто объединяются в более сложные кластерные структуры, но мощно двигают вперед эволюцию кластера как такового и отдельных его частей.

Таким образом, в современных условиях промышленное развитие дает многочисленные примеры синхронизации как части колебательного процесса, которая становится закономерностью в рамках развития всей новой экономики, так и самостоятельной закономерности

Весьма схожие тенденции обнаруживаются в развитии сферы продаж. Исторически длительный переход от абсолютного превалирования собственных точек продаж промышленных предприятий, работающих в сфере потребительских товаров, к системе франчайзинга также является показателем усиливающейся роли синхронизации процессов развития, имеющих колебательную природу. Вместе с тем многомерная синхронизация франчайзинговых структур (от брендинга и технологии продаж до фирменного оформления торговых точек) — весьма показательный подтверждающий опыт.

Каким же образом действуют колебательные процессы в отношении как аутсорсинга, так и отчасти франчайзинга? Полагаем, что уже сегодня имеются примеры, которые позволяют ответить на данный вопрос.

РОЛЬ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОКУПАТЕЛЯ

Промежуточным итогом синхронизации и резонанса как составляющих развития должна стать жесткая «привязка» промышленного производства и сферы оказания услуг к индивидуальным предпочтениям покупателя (потребителя).

Собственно идею естественного «заката» массового производства выдвинул еще Дж. Гэлбрейт. В этой связи следует обратить внимание на феномен, который очень четко отражает эту идею в ее современной интерпретации.

В данном случае мы имеем в виду выдающееся «изобретение» М. Делла, который создал уникальную по своим возможностям и структурным особенностям систему непосредственного общения с конечным покупателем (канал «нулевого» уровня), в рамках которой гигантская фирма выполняет индивидуальные заказы миллионов конечных потребителей по всему миру, максимально используя при этом все преимущества массового производства. Поскольку опыт «Делл Компьютерз» многократно и подробно описан, зададимся лишь одним вопросом: с чем или с кем синхронизировал работу своей фирмы (функционирование и развитие ее структур) создатель новшества? На наш взгляд, с потребностями конечного пользователя в отношении времени «заказ — поставка» как такового, конкретных потреб-

ностей (определенный набор составляющих заказанного компьютера) и используемой логистики (система доставки от «двери к двери») и т. д. Именно опыт М. Делла позволяет предположить: следующая волна синхронизации придется на достаточно сложную и разнохарактерную структуру взаимодействия с конечным потребителем в условиях всевозрастающих требований к его эффективности.

Что явилось толчком к трансформации структур с точки зрения их взаимодействия с внешней средой? Она заставляет, с одной стороны, жестко ориентироваться на эффективность и в то же время предоставляет средства для достижения этой эффективности (научно-технологические прорывы) — с другой. И в полном соответствии с положениями В. И. Вернадского [Вернадский, 1944] изменение структур во внешней среде, в свою очередь, ее же и изменяет.

Исключительно интересный пример в этой связи — современные торговые сети, которые изначально были реакцией промышленности, с одной стороны, и тогдашних разрозненных торговых фирм, с другой стороны, на всевозрастающие требования эффективности в разных областях производства и сбыта товаров потребительского назначения. Но, достигнув того уровня, который мы наблюдаем во всех развитых странах сегодня, именно эти структуры создали принципиально иную внешнюю среду и для самих промышленных предприятий, и для торговых структур несетевого характера, и, самое важное, для конечных потребителей, в интересах которых и должно идти развитие как промышленного производства, так и обслуживающих его сфер. Более того, измененная внешняя среда создала принципиально иную структуру взаимодействия в цепи «потребитель — сфера продаж — промышленное предприятие». Ее анализ, безусловно, выходит за рамки нашей работы, тем не менее важно подчеркнуть: вначале управляемая лишь на отдельных ее участках и следовавшая за жесткими требованиями эффективности трансформация продающих структур в настоящее время создала такую внешнюю среду, которая теперь, безусловно, требует более глобального управления дальнейшей трансформацией в рамках как отдельных стран и регионов, так и мировой системы продаж. Некоторые «движения» в этом направлении уже сделаны в рамках соответствующих международных соглашений.

ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ И КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ РОСТ

Как отмечалось, экономическое развитие имеет две формы своего проявления: изменение структуры и количественный рост. Простейшее проявление последнего — успешный рост показателей всех эффективно развивающихся фирм. Именно рост в том или ином виде и есть конечная цель развития любой фирмы.

На первый взгляд это противоречит выдвинутому в статье [Дерманов, 2011] базовому концептуальному выводу об ошибочности роста как определяющей идеи экономической эволюции и безусловном приоритете развития. Обратим внимание на одну из сторон количественной формы результатов развития в связи с существованием порождающих структур, таких как ключевая платформа.

Ключевая платформа целиком и полностью является атрибутом и результатом развития. С одной стороны, она, о чем шла речь ранее, «впитывает» в себя все научно-технологические достижения (от металлургии до эргономики). При этом именно ключевая платформа несет в себе огромные возможности количественного разнообразия будущих локальных моделей, а вместе с ним — и опосредованные возможности перспективного роста объемов производства. Следовательно, на уровне «фирма — товар» обе формы экономического развития «сливаются» в некую целостность, эффективно реализующую в себе как качественное, так и количественное начало. И именно здесь вновь встает ключевой вопрос: является развитие самодостаточной, а значит, и абсолютной ценностью экономической эволюции или оно в любом случае имеет своей конечной целью некий рост (в разных его видах, формах, характеристиках и т. д.)?

Мы не затрагиваем здесь вопрос о том, что практика доказывает правомерность определения развития как своего рода гаранта адаптации (к внешней среде), обеспечивающей выживаемость фирмы и эффективность ее товаров и услуг на рынке, поскольку все, что обсуждалось ранее, — реальная иллюстрация именно этого тезиса. Но есть один важный аспект, который, по нашему мнению, заслуживает внимания.

В своих широко известных работах 80-х гг. XX в. М. Марояма выдвинул и обосновал концепцию так называемых общих элементов [Maruyama, 1980; 1985; 1987]. Вкратце ее суть сводилась к тому, что по мере развития и адаптации к внешней среде системы различной природы будут все больше и больше насыщаться различного рода элементами, подсистемами, комплексами и т. д., которые (на уровне базисных идей их функционирования, а нередко и в инженерно-технологических решениях) едины для любой из этих систем. Кроме того, по мысли Мароямы, в промышленно-технологической цивилизации будущего наибольшую возможность выживания имеют как раз те системы, которые максимально насыщены общими элементами. Принимая эту точку зрения, следует согласиться с тем, что экономическое развитие вообще, а синхронизация, встроенная в него, — в первую очередь, как раз и ведут к абсолютной значимости общих элементов самой разной природы и масштаба.

Глобализация в этом смысле — наглядный пример того, что страны, развиваясь приблизительно по одному сценарию, имеют массу схожих элементов

своего социально-экономического развития, передовые фирмы (одной отрасли) работают на максимально схожей технологической базе, а товары разной природы все в большей мере насыщаются современной электроникой, компьютерными элементами, схожими продуктами точной механики и т. д. Синхронизация выступает своего рода «пропуском» в нормальную адаптацию и выживаемость в данной, пусть и не очень устойчивой, внешней среде.

РОСТ, РАЗВИТИЕ И ТРАНСФОРМАЦИЯ СТРУКТУР

Остановимся еще раз на проблеме связи роста и развития. На уровне отдельной, даже самой крупной промышленной фирмы любое развитие является безусловно востребованным (хотя иногда отложенным) средством обеспечения роста различных характеристик ее деятельности (выпуск продукции, доли рынков, финансовые показатели, географическое пространство активности и т. д.). Вместе с тем на уровне страны в целом, в зависимости от уровня ее развитости и положения в мире, развитие на определенных этапах может в значительно большей мере ориентироваться именно на самоценность данного феномена, в то время как в другие периоды будут превалировать цели, связанные с ростом социально-экономических характеристик. В таком случае мы естественным образом приходим к концепции «устойчивого развития» (см., напр.: [Gilg, Barr, Ford, 2005; Labuschagne, Brent, 2005; Hepsan et al., 2006; Gehin, Zwolinski, Brissaud, 2008; Moser, 2009; Burger, Daub, Scherrer, 2010; Ellegård, Palm, 2011]), рассмотрение которой, конечно, выходит за рамки нашего исследования. Констатируем, однако, три важнейших вывода, связанных с этой концепцией.

Наше твердое убеждение заключается в том, что, до тех пор пока в мире существует огромная численность населения, даже первичные цивилизованные нужды которого еще далеко не удовлетворены, *говорить об общечеловеческом значении данной концепции в обозримой перспективе не приходится*. И это, в свою очередь, означает, что рост в разных его формах останется целью экономического развития во всем мире уже по той простой причине, что если по фантастическому сценарию какие-либо из наиболее развитых стран примут идеи «устойчивого развития», то промышленные фирмы, оперирующие в их отраслях, все равно будут наращивать свое экспортно-ориентированное производство. Особо важно, что постоянное движение по траектории развития, порождающее все новые возможности технологического характера, заставит каждый раз пересматривать идеи «разумной сбалансированной жизни» с рациональным ограничением потребностей в отношении изменения самого характера этой развивающейся структуры баланса. А это вновь, как представляется, будет способствовать востребованности характеристик роста, только другого качества. Приведем в этой связи пример, заимствованный из наших более ранних публикаций [Баркан, 2009; 2010].

В указанных работах достаточно подробно рассмотрены проблемы развития и роста на примере эволюции двух фирм: аптечной сети «36,6» и сетевого ритейлера «Лента». Было показано, что в обоих случаях первые годы становления стали периодами интенсивного развития, причем в центре этого развития, употребляя терминологию настоящей статьи, была именно синхронизация — и не просто как таковая, а в современном виде: синхронизация с интересами и запросами «конечных пользователей». В случае с сетью «36,6» наблюдалось качественное изменение всей структуры продаж (от оформления аптек до подготовки персонала), четко ориентированное на нужды развивающегося российского среднего класса. В свою очередь, «Лента» создавала так называемый интерфейс, дружественный к покупателю, который, в принципе, преследовал те же цели синхронизации применительно к сегменту ее покупателей, и, что не менее важно, именно такая задача развития должна была способствовать повышению устойчивости сети перед лицом агрессивной экспансии западных ритейлеров.

Тем не менее оба эти феномена структурной трансформации, жестко ориентированные на интенсивное развитие, в итоге пришли к самому что ни на есть банальному росту как ключевой идее своей дальнейшей эволюции. Особенно интересно отметить, что формально структура обеих фирм менялась просто за счет наращивания числа торговых точек. Но согласимся, что назвать это явление развитием — исказить само идейное содержание этого термина. Или же речь должна идти о каком-то ином виде феномена развития, но тогда следует вести речь о том, существует ли на самом деле разнообразие этих видов и какое именно, какова взаимосвязь внутри этого видового множества и т. д.

Рост имеет естественные пределы, связанные с соответствующими ресурсными ограничениями. В таком случае глобальные проблемы взаимосвязи роста и развития приобретают иной характер, и мы переходим к главному вопросу: что является той первоосновой, своего рода исходной точкой, которая объединяет все (или — почти все) рассмотренные выше идеи в целостную и объективно существующую систему, оставаясь при этом в рамках экономической реальности?

ИННОВАЦИОННАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ЕЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Рискнем высказать следующий тезис: современная экономика как естественный результат многовекового развития цивилизации является, на наш взгляд, по существу, продуктом многомерной интеграции, который обладает несколькими фундаментальными характеристиками:

- ♦ безусловной целевой детерминантой этого «продукта» выступают продажи как наиболее многомерная и обладающая мощнейшим интеграционным потенциалом сущность. Согласимся, что все то,

что производят фирмы, в какой бы отрасли они ни работали, делается исключительно во имя продажи (при этом нельзя сбрасывать со счетов всяческие другие эффекты деятельности фирмы на рынке);

- ♦ для того чтобы продажи компании были стабильны и высокоэффективны, абсолютной необходимостью является обеспечение постоянной инновационности ее товаров и услуг, которые охватывают все сферы экономической активности общества. Отметим, что сегодня практически любая фирма обеспечивает инновационность своих товаров и услуг ровно в той мере, в какой она обладает «потенциалом интеграции»;
- ♦ собственно содержание инновационной интеграции — это все многообразие экономических структур: от структуры мировой экономики в целом, через отраслевые региональные и фирменные структуры, и до структуры самого простого товара и самой незамысловатой услуги.

Фирма как ключевой элемент экономической структуры выступает наиболее объективным отражением того уровня потенциала инновационной интеграции, который присущ прежде всего ее топ-менеджменту, но в немалой степени связан и с отраслевым, технологическим, региональным и страновым потенциалами того же рода. Возможности отрасли, ключевой технологии фирмы, регионов и стран, в которых она оперирует, могут весьма существенно дополнять потенциальные возможности ее менеджеров, инвесторов, партнеров и т. д., и наоборот.

Не вызывает сомнения абсолютно базисная роль структуры как феномена, определяющего экономику в целом и ее элементы, а главное — имеющую место эволюцию. И в этой связи — о соответствующем взгляде на развитие.

Представляется, что развитие как фактор изменения структуры всегда было и сегодня выступает как проявление отмеченной выше многомерной интеграции: внутри-, межзнаниевой, знания и технологии, технологии и организации и т. д. Важнейший результат такого развития — адекватная, многомерная инновационность.

Рост действительно выступает как изменение структуры и остается естественным следствием все той же интеграции, но с одной важной оговоркой: рост может содержать инновационную составляющую как таковую в той или иной мере (имеется в виду существенное уменьшение многомерности в рамках такого рода роста).

Все то, что выше говорилось об аутсорсинге, кластеризации, общих элементах и ключевых платформах как имманентных составляющих современного развития фирмы — совершенно естественное доказательство

определяющей роли инновационной интеграции, сочетающей развитие и рост и, что самое главное, обеспечивающей за счет всех этих инструментов стабильные и эффективные продажи продукции и услуг фирмы. Сами же эти продукты и услуги сегодня конкурентоспособны ровно в той мере, в какой они являются производными от интеграционных знаний, возможностей и усилий фирм, создающих их.

Имеет ли право на существование концепция ведущей роли инновационной интеграции, с учетом наличия колебательных процессов в экономике? И то же самое относится к синхронизации и резонансу: как обстоит в этом случае дело с ними?

На наш взгляд, колебательные процессы в экономических системах и определяются колебаниями между интеграцией и дезинтеграцией. Что же касается синхронизации и резонанса, то и первая — естественный результат интеграционных процессов, происходящих в мировой экономике, а достижение их максимальной эффективности как раз является резонансом. Какова же во всех этих интеграционных процессах роль инноваций?

Инновационная интеграция в колебательных процессах может проявляться двояко именно с точки зрения конечных эффектов инноваций, и прошедшая первая волна кризиса — наглядное тому подтверждение. Действительно, сам по себе инновационный характер различных производных финансовых инструментов, сформировавшихся в ходе развития экономического механизма современной рыночной экономики, не вызывает сомнений, но тот факт, что мощнейшие интеграционные процессы, в рамках которых многие страны мира стали жертвой ошибочного использования этих инструментов, говорит сам за себя.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Завершая статью, следует еще раз вернуться к вопросу о значимости тех положений, которые выдвинуты в [Дерманов, 2011] и рассмотрены на уровне «фирма — товар» в настоящей работе для адекватного понимания и, возможно, развития той теоретической базы, на которой сформировался и ныне развивается современный менеджмент.

Проходя последовательные этапы своего развития от Ганта и Файоля через бихевиоризм, системную концепцию, ситуационный подход и гамму теоретических новаций последнего времени, менеджмент как наука все дальше отходил от собственно фундаментальной экономической науки, т. е. от своего естественного и, без сомнения, важнейшего теоретического фундамента. Здесь следует отметить, что мы хотим быть правильно понятыми, выдвигая этот, безусловно, дискуссионный тезис.

Конечно, процесс подготовки современного управленца в обязательном порядке содержит изучение «стандартного» цикла экономических дисциплин

лин, а практика принятия управленческих решений (в зависимости от их уровня) предполагает соответствующие экономические оценки. Все это, на наш взгляд, и есть необходимая, или полезная, «оболочка», но если вести речь о внутреннем содержании принимаемых решений, то важнейшая их составляющая, к сожалению, находится за рамками как «стандартного» экономического образования, так и тем более «стандартной» схемы принятия управленческих решений.

Ключевой составной частью этой проблемы как раз и является триада «структура — развитие — рост», без понимания и практического использования которой (в свете фундаментальных экономических закономерностей, сопровождающих реальные взаимодействия внутри самой триады) действительно научный современный менеджмент вряд ли возможен. Конечно, обсуждение развития и роста на уровне разделения бюджета фирмы на текущее производство и ту его часть, которая расходуется на исследование, разработку и запуск новой продукции, — важное звено, но вряд ли оно серьезно приближает нас к действительно эффективному использованию тех фундаментальных экономических закономерностей, которые по-настоящему и «управляют» развитием и ростом. Продолжим эту мысль в рамках дискуссии: если, как свидетельствует статистика, стратегические замыслы большинства фирм реализуются лишь в незначительном проценте случаев, то, скорее всего, причина кроется именно в этом [Mankins, Steele, 2005]. И тогда можно сформулировать те несколько ключевых вопросов, которые и составляют, на наш взгляд, основное содержание проблемы, отмеченной выше.

Каким образом эффективное сочетание развития и роста определяет стратегию фирмы? В каких случаях топ-менеджеры обязаны еще до формирования стратегии как таковой анализировать колебательные процессы, сопровождающие эволюцию любой фирмы? Каким образом должна встраиваться синхронизация в указанную стратегию (равно как и в крупные тактические задачи) в рамках ответа на вопросы, «с кем именно», «когда» и «где» необходимо синхронизировать деятельность фирмы? Следует ли фирме прикладывать наибольшие усилия для стратегического попадания в данный тип резонанса или, наоборот, — предпринимать особые усилия для ухода от такого рода ситуации? И конечно же: если изменение структур в любом случае лежит в основе всех этих процессов, то каким образом следует управлять такого рода эволюцией, имея в виду все отмеченное выше?

Мы завершаем нашу статью и формулировки, изложенных выше вопросов, «возвращением» к предложенной выше концепции: как и каким образом следует управлять инновационной интеграцией, каковы пределы возможностей этого управления на уровне фирмы, региона, страны и мировой

экономики в целом, существуют ли ситуации развития, когда это управление вообще и в любом случае играет отрицательную роль и т. д. Иными словами: когда в итоге инновационной интеграции получается Силиконовая долина, а когда — кризис 2008–2009 гг.?!

Литература

- Баркан Д. И. Маркетинговые каналы в «норме» и в кризисе: опыт эмпирического исследования // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент. 2009. Вып. 4. С. 107–129.
- Баркан Д. И. Маркетинговые каналы в «норме» и в кризисе: столкновение роста и развития // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент. 2010. Вып. 1. С. 119–138.
- Вернадский В. И. Несколько слов о ноосфере // Успехи современной биологии. 1944. № 18. Вып. 2. С. 113–114.
- Дерманов В. К. Управление развитием как управление трансформацией структур // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент. 2011. Вып. 2. С. 61–79.
- Хамел Г., Прахалад К. К. Конкурируя за будущее: Создание рынков завтрашнего дня. М.: Олимп-бизнес, 2002.
- Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Директмедиа Паблишинг, 2008.
- Burger P., Daub C.-H., Scherrer Y. M. Creating Values for Sustainable Development // International Journal of Sustainable Development & World Ecology. 2010. Vol. 17. February. N 1. P. 1–3.
- Ellegård K., Palm J. Visualizing Energy Consumption Activities as a Tool for Making Everyday Life More Sustainable // Applied Energy. 2011. Vol. 88. P. 1920–1926.
- Gehin A., Zwolinski P., Brissaud D. A Tool to Implement Sustainable End-of-Life Strategies in the Product Development Phase // Journal of Cleaner Production. 2008. Vol. 16. P. 566–576.
- Gilg A., Barr S., Ford N. Green Consumption or Sustainable Lifestyles? Identifying the Sustainable Consumer // Futures. 2005. Vol. 37. P. 481–504.
- Нерсан С., Kaplan A., Özkan B., Küçükerbaş E. V., Yiğit E. M., Türel H. S. Public Space Networks as a Guide to Sustainable Urban Development and Social Life: A Case Study of Muğla, Turkey // International Journal of Sustainable Development & World Ecology. 2006. Vol. 13. P. 375–389.
- Labuschagne C., Brent A. C. Sustainable Project Life Cycle Management: The Need to Integrate Life Cycles in the Manufacturing Sector // International Journal of Project Management. 2005. Vol. 23. P. 159–168.
- Mankins M. C., Steele R. Turning Great Strategy into Great Performance // Harvard Business Review. 2005. Vol. 83. N 7/8. P. 64–72.
- Maruyama M. Mindscapes and Science Theory // Current Anthropology. 1980. Vol. 21. P. 589–607.
- Maruyama M. Experience Looping, Design Looping and Concept Crossing. The Key to Successful Product Invention, Development and Adaptation // Futures. 1985. Vol. 17. N 4. P. 385–389.

Д. И. Баркан

- Maruyama M.* New Economic Thinking. Morphogenetic Causal Loops and Product Adaptation Strategy // *Futures*. 1987. Vol. 19. N 4. P. 437–441.
- Moser G.* Quality of Life and Sustainability: Toward Person-Environment Congruity // *Journal of Environmental Psychology*. 2009. Vol. 29. P. 351–357.

Латинская транслитерация литературы, набранной на кириллице
The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

- Barkan D. I.* Marketingovy kanaly v «norme» i v krizise: opyt empiricheskogo issledovaniya // *Vestn. S.-Peterb. un-ta. Ser. Menedzhment*. 2009. Vyp. 4. S. 107–129.
- Barkan D. I.* Marketingovy kanaly v «norme» i v krizise: stolknovenie rosta i razvitiya // *Vestn. S.-Peterb. un-ta. Ser. Menedzhment*. 2010. Vyp. 1. S. 119–138.
- Dermanov V. K.* Upravlenie razvitiem kak upravlenie transformatsiej struktur // *Vestn. S.-Peterb. un-ta. Ser. Menedzhment*. 2011. Vyp. 2. S. 61–79.
- Khamel G., Prakhlad K. K.* Konkuriруя za budushhee: Sozdanie rynkov zavtrashnego dnya. M.: Olimp-biznes, 2002.
- Shumpeter J. A.* Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. M.: Direktmedia Publishing, 2008.
- Vernadskij V. I.* Neskol'ko slov o noosphere // *Uspekhi sovremennoj biologii*. 1944. № 18. Vyp. 2. S. 113–114.

Статья поступила в редакцию 31 марта 2011 г.