С. И. Бояркина, Н. В. Колесник

ИННОВАЦИИ В ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВЕ: СЕТЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ НАУКИ И БИЗНЕСА [1]

В статье на основе проведенного эмпирического исследования анализируются практики сетевого взаимодействия науки и бизнеса. В качестве объекта исследования выступили руководители и ведущие специалисты, осуществляющие стратегическое управление организацией. Основной целью было выявление проблем инновационного развития градостроительства и специфики взаимодействия научных организаций и бизнес структур. В результате их взаимодействия происходит обмен социальным капиталом, приводящий, в свою очередь к обмену капиталом материальным и экономическим. Поэтому социальный капитал, включающий в себя информацию об участниках сети (рынка), их экономических взаимоотношениях и производимых ими продуктах, оказывается той ценностью, в отношении которой совершается обмен между научно-проектировочными организациями и бизнес структурами.

Ключевые слова: социальная сеть, взаимодействие науки и бизнеса, инновации, социальный капитал, неформальные практики.

Постановка проблемы

В последние десятилетия представителями властных, научных, бизнес сообществ России предпринимаются планомерные усилия по выявлению источников капитала, ресурсов,

[1] Исследование проведено при финансовой поддержке РФФИ, грант № 14-06-00414.

возможностей, формулировке интересов в рамках государственных программ повышения эффективности экономической политики, поиску точек роста. Инновации в федеральных и городских программах формулируются как ключевая проблематика и определяются в большинстве программах с экономических позиций.

Локальная инновационная программа, принятая правительством г. Санкт-Петербурга в 2014 г., не является в этом ряду исключением. В 2014 г. городские власти утвердили Государственную программу Санкт-Петербурга «Развитие промышленности, инновационной деятельности и агропромышленного комплекса в Санкт-Петербурге на 2015—2020 гг.» (Гос. Программа 2015—2020). В рамках данного нормативного акта выделена подпрограмма по инновационному развитию Санкт-Петербурга, которая нацелена на «развитие и эффективное использование инновационного потенциала Санкт-Петербурга». Если обратиться к индикаторам подпрограммы инновационного развития Санкт-Петербурга, то обращает на себя внимание доминирование в данном документе показателей, которые не имеют социального измерения. Так, в числе индикаторов, которые позволяют представителям властного сообщества измерить эффективность реализуемой подпрограммы по инновациям значатся следующие: темпы роста отгруженной инновационной продукции, доля организаций, осуществляющих технологические инновации, коэффициент изобретательской активности, количество кластеров в Санкт-Петербурге, количество предприятий и организаций в Санкт-Петербурге, производящих композиционные материалы и изделия из них. При этом такие важные факторы инновационного развития, как наука, квалифицированные кадры, малый и средний бизнес, практически не рассматриваются. Если же предусматривается расходование бюджетных средств на инновационные программы, то расходы на образование, науку формируются по остаточному принципу.

Опыт передовых экономик показывает, что для инновационного развития глобальных и локальных сообществ крайне

важным оказывается социальное измерение экономических институций и структур или, в терминологии М. Грановеттера, «социальной укоренности экономического действия». В связи с этим наука и бизнес как социальные институты являются, с одной стороны, как на локальном, так и на глобальном уровне, условием инноваций, с другой стороны, активным агентом инновационного процесса, определяющим контекст происходящего. Поэтому от того, как взаимодействуют между собой наука и бизнес, какова специфика и функции каждого из этих институтов зависит вектор инновационного развития.

Инновационный потенциал российских городов и локальных сообществ представляет собой многофакторную модель. Фактор взаимодействия науки и бизнеса в последние годы обретает новый формат. С одной стороны, сохраняются проблемы, связанные с институциональными взаимоотношениями, в которых основными участниками являются не только наука, бизнес, но и государство. Наиболее актуальными видятся проблемы регулирования и поиска эффективных механизмов интеграции науки и бизнеса с целью обеспечения инновационного развития. С другой стороны, следует понимать, что бизнес, в силу своей относительной ресурсной автономии отчужден от государства и способен к саморегуляции. Поэтому наряду с формальными институциональными механизмами следует учитывать неформальный характер связей между участниками данных образований, сетевое устройство. Именно неформальные связи, по мнению некоторых исследователей, «делают деятельность бизнес структур практически бесконтрольной и нерегулируемой со стороны государства. Предпринимательские сети легко преодолевают любые требования антимонопольных комитетов, минимизируют налоговые выплаты за счет перераспределения ресурсов, способны осуществлять самостоятельную кредитную деятельность для своих членов, а нормы действующего права подменяются собственными правилами и практиками» (Волков, Светуньков, 2013. С. 79—84).

Становится очевидным, что пространство осуществления предпринимательской деятельности, в которой непосредствен-

ными участниками выступают научные и бизнес организации регулируется двумя механизмами — формальными (институциональными) и неформальными (в частности, возникающими в ходе сетевых взаимодействий) практиками, а последние оказывают влияние на первые, в ходе чего изменяются процессы принятия предпринимательских решений, конкурентная среда и рынок в целом. Поэтому изучение сетевых взаимодействий между научными организациями и бизнес структурами, позволяющее описать механизмы формирования и функционирования сетей представляется актуальной и практически значимой задачей.

Социальные исследования инновационного процесса

В российской научной литературе проблема инноваций в широком ее понимании, до недавнего времени не была объектом пристального внимания ученых. В социологической литературе проблема инновации и инновационного потенциала обычно связывается с экономической и научно-технической деятельностью, политикой, что мало отличается от подхода, доминирующего в экономических и политических текстах. Рассуждения о том, что существуют систематические исследования инновационных практик российской элиты как на региональном, так и на федеральном уровне, вообще отсутствуют. Объяснительные схемы, которыми оперируют отечественные исследователи, представляют собой пример трансляции взгляда «извне», из западной социологии, и потому требуют учета российского контекста.

Обзор немногочисленных работ отечественных социологов показывает, что социальный аспект инноватики, в частности, рассмотрение роли политической и экономической элиты, не является специальным сюжетом исследования. Эта проблематика в российских исследованиях имеет маргинальный статус. Даже краткий анализ литературы позволяет определить, что чаще всего категория «инновация» рассматривается в тех исследованиях, в которых анализируются повседневные практи-

ки экономических субъектов, в том числе и экономической элиты, бизнес-групп, деловых сообществ. Так С. Б. Авдашева, исследуя отечественные промышленные предприятия, входящие в бизнес-группы, проанализировала стратегии реструктуризации предприятий, механизмы принятия решений внутри бизнес-групп в переходный период (Авдашева, 2004. С. 3—27). Среди важных особенностей поведения, входящих и не входящих в бизнес-группы предприятий, по мнению автора упомянутого исследования — инновационные стратегии. Категорию «инновации на промышленном предприятии» С. Б. Авдашева трактует достаточно широко.

Научный интерес И. Б. Гуркова и В. С. Тубалова также сосредоточен на инновации в российской промышленности. Однако авторы этого исследования подошли к проблематике «инновации» комплексно и, согласно Руководству Осло, различают в деятельности промышленного предприятия (хозяйствующего субъекта) продуктовые и процессные инновации подразделяя процессные инновации на собственно технические и управленческие (административные). Согласно излагаемой точке зрения, административные (управленческие) инновации — это всегда изменения в социальных практиках и к их изучению применим весь накопленный инструментарий социальных наук. Кроме того, авторы обращают внимание на то, что возможно построение различных типологий инноваций, например, помимо продуктовых, технических, управленческих инноваций, различаются организационные внутрифирменные и организационные межфирменные, параллельные, последовательные, «синергистические» инновации» (Гурков, Тубалов, 2004. С. 30).

Предметом исследования О. В. Кобяка является культура хозяйствования на предприятиях машиностроения Беларуси в переходный период. Что касается инновационных процессов, то автор исследования предлагает их рассматривать как фактор в формировании культуры хозяйствования предприятия. В этой связи, директорат (экономическая элита) предприятий видится автором как генератор обновления, инициатор

инновационных процессов на машиностроительных предприятиях Беларуси (Кобяк, 2001. С. 51—55).

Проблеме спроса на инновационный человеческий капитал посвящена статья С. И. Агабекова. В работе предпринимается попытка прогнозирования динамики спроса на инновационный человеческий капитал в России с учетом различных социально-экономических сценариев и выявить влияние инновационного человеческого капитала на процесс развития высокотехнологического бизнеса. Исследователь замечает, что интерес к подобной проблематике не случаен и объясняется, в первую очередь притязаниями российской элиты, которая стремится сохранить определенное положение государства на международной арене. Что касается операционализации понятия, то инновационный человеческий капитал автор исследования определяет как совокупность специалистов в области естественных, технических наук, экономики, управления (Агабеков, 2001. С. 136).

Наряду с действием факторов, обусловленных спецификой человеческого капитала, нужно понимать, что инновационные процессы опосредованы социальным взаимодействием. И в условиях переходной экономики, когда имеет место слабость, ненадежность государственных механизмов регулирования экономических процессов и, как следствие этого, практически полное отсутствие доверия к власти со стороны бизнеса (Haber, Maurer, Razo, Frye et al., 2002a. P. 1017—1036), объективный рост издержек со стороны представителей научного и бизнес сообщества минимизируется за счет вовлечения социального капитала, который неизбежно накапливают участники инновационного процесса.

В современной социальной науке теория социального капитала, несмотря на концептуальную противоречивость, получила большое распространение (Castiglione, Deth, Wolleb, 2008). По нашему мнению, продуктивно использование нескольких подходов, которые проясняют понимание феномена социального капитала. Идею Ханифана о важности взаимовыручки, доверия в локальных сообществах подхватил П. Бурдье

и представил собственную аргументацию в обоснование концепта «социальный капитал» (Бурдье, 2002. С. 60—74). По его мнению, социальный капитал носит инструментальный характер, объединяет свойства различаемых экономического, культурного капиталов и характерен как для отдельного индивида, так и для коллективного агента. Что касается структурного подхода Дж. Коулмана, то в его рамках социальный капитал определяется как некий ресурс определенной социальный группы и как необходимое условие, без которого невозможны реализация интересов и достижение поставленной цели (Коулман, 2001. С. 121—139). Основой для социального капитала является сеть, которая выстраивается участниками процесса взаимодействия.

Одним из измерений социального капитала, который формируется в процессе неформального взаимодействия науки и бизнеса является сетевой анализ. Изучение сетевых взаимодействий в сфере бизнеса ведется относительно недавно. Среди отечественных исследований преобладают работы экономической и педагогической направленности. В первых речь идет, как правило, о проблемах управления сетевыми структурами, а процесс взаимодействия рассматривается как процесс, направленный на поиск выгод. Обсуждается проблема дефицита информации, скорости движения информационных потоков в сети взаимодействия. И если речь идет об инновационном развитии, то чаще всего делаются выводы о роли информации в инновационном развитии (Родионова, 2015. С. 123—131).

В педагогических работах основной акцент ставится на сетевом взаимодействии образовательных организаций и работодателей, рассматриваются вопросы повышения качества образования, в том числе за счет ресурсов сетевой структуры образовательных организаций (Жикоренцева, 2015. С. 63—76; Силкина, Ваганова, 2015. С. 63—76).

В социологических работах чаще речь идет о коммуникативных аспектах взаимодействия участников сети и управления информационными потоками, обсуждаются социальные основания бизнес сетей, вопросы доверия и партнерства. При

этом авторы рассматривают экономические теории фирмы О. И. Уильямсона, Р. Коуза, Д. Норта, Г. Демсеца; теории агентских отношений М. Дженсена и У. Меклинга; эволюционной теории экономических изменений: Р. Нельсона и С. Уинтера; ресурсной концепции фирмы Г. Хамела и К. Прахалада, В. С. Катькало; теории сетевого маркетинга: О. А. Третьяк, С. П. Кущ; теоретических работ в экономической социологии М. Грановеттера, В. В. Радаева; теории доверия Ф. Фукуямы, П. Штомпки и других.

В западных работах обращает на себя внимание анализ социальной сети, проведенный G. Alvarez, который позволил определить основные механизмы управления и выделить этапы эволюции этих механизмов на трех уровнях. Актор (мотивации, доверие на других акторов, ожидания эффективности и справедливости, ожидания в отношении будущей связи, односторонние действия), отношения (справедливость, эффективность, совместные ожидания будущего отношений, качества отношений, деятельность и процессы) и контекст (встроенные отношения, внешние условия и контекст эволюции) (Alvarez, Pilbeam, Wilding, 2010. P. 165—182).

В целом, соотнося понятия и содержание человеческого капитала и социального капитала, мы соглашаемся со схемой, предлагаемой Г. В. Градосельской, в которой социальный капитал заключен в сети, а человеческий капитал — в узлах. Автор имеет в виду статичность показателей человеческого капитала и динамичность показателей капитала социального и рассуждает о том, что социальный и человеческий капиталы часто комплементарны (Градосельская, 2004. С. 36).

Включенность представителей науки и бизнеса в социальные практики оказывает непосредственное влияние на процесс формирования и реализации социального капитала. Кроме того, в процессе представления, обсуждения, принятия и внедрения инновации оказываются важны не только формальные механизмы, реализуемые в сетях, но и неформальные механизмы, создающие альтернативные пути реализации социального капитала участников сети. Поэтому мы в эмпирическом

исследовании исходили из того, что наиболее важными являются измерения оценок внутренней и внешней институциональной среды, формальных и неформальных факторов успешности бизнеса, эффективности взаимодействия внутри профессиональной организации.

Локальные практики взаимодействия науки и бизнес-сообщества: результаты эмпирического исследования

Планируя проведение исследования, мы осознавали, что у каждого участника взаимоотношений существует своя собственная стратегическая цель совершения обмена, которая предопределяет выбор действий в отношении конкретных партнеров или сетей взаимоотношений. Поскольку организация оказывается встроенной в деятельность разных сетей, управление отдельными транзакциями осуществляется на операционном уровне, а управление взаимоотношениями в устойчивой межфирменной сети относится к стратегическому уровню управления (Шерешева, 2014. С. 17—23). Поэтому в качестве объекта исследования были выбраны руководители и ведущие специалисты, осуществляющие стратегическое управление организацией.

В марте 2016 г. в Санкт-Петербурге состоялся образовательный семинар, в ходе которого были представлены образцы инновационного теплового оборудования. В нем приняли участие крупнейшие представители научно-проектировочных организаций, строительных и монтажных компаний, дилеров теплового оборудования Центрального и Северо-Западного федерального округа (представители 18 научно-проектировочных организаций, предприятий-застройщиков и дилеров теплового оборудования).

Представленные организации:

1. ООО «ТД Прадо Северо-Запад»
2. ООО «АТР»
3. ООО «ИТР»
4. ООО «Сэтл Сити»

5. ООО «Регинжстрой»
6. ООО «Энержи»
7. ООО «Ивис»
8. ООО «Проект сервис»
9. ООО «ИНТРА ПРОЕКТ»
10. ООО «ИНТРА ПРОЕКТ»
11. ООО «Гранд»
12. ИСК «Интегралл»
13. «ЛЕННИИПРОЕКТ»
14. «ЛЕНПРОЕКТ»
15. «Энерго сеть девелопмент»
16. «Норман»
17. «Вега»
18. «Гипроруда»

В ходе семинара нами был проведен сплошной анкетный опрос представителей научно-проектировочных организаций и бизнес структур, основной целью которого было выявление проблем инновационного развития градостроительства, а также специфики взаимодействия научных организаций и бизнеса.

Должностной состав аудитории был следующим:

— представители научно-проектировочных организаций (19 респондентов): генеральный директор, ведущий инженер-проектировщик, инженер, главный специалист, проектировщик, начальник группы отопления;
— представители бизнес структур — дилеры оборудования, застройщики (6 респондентов): генеральный директор, начальник отдела снабжения, экономист отдела снабжения, менеджер отдела продаж, руководитель отдела продаж, монтажник. Нами были разработаны две анкеты для обследуемых групп, каждая из которых прошла экспертизу и была откорректирована с учетом замечаний представителя-эксперта в сфере градостроительства.

Среди представителей научно-проектировочных организаций, ответивших на вопрос, находились руководители предприятия 21,1% и наемные работники 73,7% (системные пропущенные — 5,2%). Средний возраст опрошенных — 43,4 года

(стандартное отклонение — 12,82 года), средний стаж работы — 20,63 года (стандартное отклонение — 11,99 года). Среди представителей бизнес структур, присутствовали руководители предприятия — 16,7% и наемные работники — 83,3%. Средний возраст опрошенных — 36,0 лет (стандартное отклонение — 13,47 лет), средний стаж работы — 16,67 лет (стандартное отклонение — 20,69 лет). Следует отметить существование значительного разброса показателей возраста и стажа, что указывает на наличие в научно-проектировочных организациях и бизнес структурах как молодых сотрудников, так и работников пенсионного возраста.

Как уже говорилось ранее, важным элементом во взаимодействии бизнеса и науки является внешняя и внутренняя институциональная среда, которая определяет успешность стратегии. Представители бизнеса выделили факторы, которые, по их мнению, определяют успех бизнеса в целом (табл. 1).

Таблица 1

Факторы, определяющие успех бизнеса

Фактор	В процентах
Опыт	83,3
Квалифицированные сотрудники собственного коллектива	66,7
Партнерские связи	50,0
Связь с влиятельными людьми	50,0
Образование	33,3
Статус в профессиональном сообществе	16,7
Членство в профессиональных сообществах	16,7
Семейные связи	—
Деньги	—

Как выяснилось, наиболее значимыми для эффективного бизнеса являются те социальные сети, которые удается выстроить как внутри организации, так и за рамками профессионального сообщества. Семья и друзья не рассматриваются как

важный социальный ресурс представителями бизнеса в сфере градостроительства. Это подтверждается и результатами исследования А. А. Юдиной, в котором статистически подтвердилась гипотеза о том, что в предпринимательских сетях преобладают слабые связи (Грановеттер, 2003) [2], и что семья включена в процесс ведения бизнеса только в случае специфических форм предпринимательства.

Деньги также не входят в число факторов, определяющих успех бизнеса. И это подводит нас к пониманию того, что связи в сообществе и те преимущества, которые получает индивид через доступ к ресурсам сети превалирует над экономическими благами. Это эмпирически подтверждает предположение высказанное П. Бурдье о том, что наращивание социального капитала понижает значимость капитала экономического (Бурдье, 2003).

В опросе руководителей научно-производственных и бизнес структур институциональный контекст оказался важным при ранжировании факторов, определяющих эффективность деятельности организации. Так, индикатор «препятствий эффективной деятельности», по мнению респондентов, представлен нестабильностью политико-экономической ситуации, дефицитом квалифицированных кадров, процедурой согласования проектов. При этом, если проанализировать по отдельности каждый их факторов, то речь идет об оценке институциональной среды, которая влияет и определяет возможности науки и бизнеса.

Власть, персонифицированная в элитном сообществе, является одним из главных коллективных агентов институциональной среды в современной России. Во многом региональная элита определяет и инновационные возможности городов как локальных сообществ. Так, в сравнительном исследовании

[2] Напомним, что по определению М. Грановеттра к сильным связям относятся связи между родственниками и друзьями, характеризующиеся постоянными контактами, а к слабым — связи между знакомыми, контакты с которыми нерегулярны.

четырех российских регионов (Санкт-Петербург, Калининградская, Ростовская, Ленинградская области), проведенном сотрудниками СИ РАН показано, что инновационный потенциал региональной элиты невысок. «Вместе с тем, необходимо отметить, что для разных секторов элит и в различных регионах доминирующими оказываются не всегда одни и те же факторы. В большинстве случаев персональные характеристики, скорее выступают переменными, снижающими инновационный потенциал. В отдельных случаях они действуют благоприятно в отношении ориентаций на новшества», отмечают социологи (Быстрова, Дука, 2008. С. 116).

Проведенная оценка основных барьеров эффективности деятельности продемонстрировала, что наиболее значимыми для научно-проектировочных организаций являются проблемы не только социально-экономического и социально-политического контекста, хотя они и занимают первые позиции рейтинга, но и внутриорганизационные, личностные (табл. 2).

Таблица 2

Оценка по 10-балльной шкале препятствий эффективной деятельности научно-проектировочной организации

Проблема	Средняя оценка, проектировщики	Средняя оценка, бизнес
Снижение платежеспособности заказчиков	8,2	6,0
Нестабильность политико-экономической ситуации	7,4	6,3
Сжатые сроки исполнения проектной документации	6,5	—
Дефицит квалифицированных кадров	6,5	6,8
Отсутствие собственной гарантированной занятости	6,1	4,5
Процедура согласования проектов	5,9	6,3

Продолжение табл. 2

Проблема	Средняя оценка, проектировщики	Средняя оценка, бизнес
Проблемы обучения персонала, наращивания профессиональных знаний	5,79	3,8
Нарастание документооборота, отчетности перед заказчиком, властями	5,5	4,7
Отсутствие в коллективе желания работать с полной отдачей, «командного духа»	5,5	4,3
Конфликты в коллективе между сотрудниками, между сотрудниками и руководством	5,3	3,7
Проблемы, связанные с техническим обеспечением Вашей деятельности	4,5	3,6
Производственные издержки (аренда площадей, износ оборудования и проч.)	4,4	5,0
Высокая текучесть кадров в коллективе	3,6	3,7

Для представителей бизнес структур также значение имеют проблемы увеличения налогов (5,33 балла) и ужесточение требований со стороны чиновников (4,17 балла). Следует отметить, что представители бизнеса оказались более сдержаны в своих оценках. В связи с этим, несмотря на то, что анализируемые группы количественно неравномерны, можно предположить, что бизнес лучше адаптируется к изменяющимся условиям, располагая большими возможностями саморегулирования и выступая по отношению к проектировщикам в качестве заказчика их услуг. Поэтому в целом, проблемы социального контекста оказались важны для обеих групп, а организационные и личностные проблемы, по оценкам представителей бизнес структур, оказались менее актуальны.

Определяющим фактором выхода компании на инновационный уровень, по нашему мнению, является организационная культура. В этой связи участникам семинара было предложено

оценить те критерии, которые учитываются ими при заключении контрактов (табл. 3).

Таблица 3

Оценка по 10-балльной шкале степени значимости факторов, влияющих на заключение контракта

Критерии, учитываемые при заключении контракта	Средняя оценка, проектировщики	Средняя оценка, бизнес
Финансовая выгода от контракта	9,4	8,5
Честность и надежность заказчика-инвестора	9,5	7,3
Репутация заказчика (платежеспособность заказчика)	8,8	7,3
Предшествующий опыт партнерства, общих проектов с заказчиком	8,1	6,3
Наличие у заказчика связей в вышестоящих инстанциях, готовность содействовать в прохождении процедур согласования	6,9	6,0
Наличие родственных связей, общих друзей между инвестором проекта и проектной организацией	4,3	4,2

По результатам социологического исследования (case-study), выполненного А. М. Разумной, одним из ключевых рычагов воздействия на сторонние организации являются юридические обязательства и опасность распространения негативной информации. Респондентами отмечалось, что в случае если их подведет партнер по работе, они в первую очередь расскажут об этой ситуации своим знакомым, а данная информация дальше будет передана по межфирменным сетям связей. Опасность создания негативной репутации достаточно сильно сдерживает возможности проявления оппортунистического поведения (Разумная, 2009).

Поскольку информация становится одним из видов социального капитала сети, внутрисетевые информационные потоки могут становиться объектом управления. Осуществление управления сетью, ее сетевым потенциалом направляется на решение задач, связанных с формированием сетевого потенциала, необходимого для решения поставленных задач и достижения поставленных целей; развитием сетевого потенциала (качественно-количественного изменения всех показателей организаций — участников сетевого взаимодействия); реализацией сетевого потенциала (процесс преобразования компонентов в новый продукт) (Иванов, 2013. С. 429—435). При этом управление сетевыми ресурсами может осуществляться посредством формальных и неформальных практик. Поэтому наряду с явными критериями, влияющими на выбор партнера, могут существовать и латентные, неформальные механизмы, оказывающие непосредственное влияние на установление партнерских отношений и развитие сетей в сфере градостроительства.

В процессе выхода на рынок инновационного продукта заводы-производители стараются привлечь потенциальных покупателей и заказчиков, организуя различные мероприятия для представителей заинтересованных компаний. С помощью сетевых взаимодействий происходит распространение информации о новом продукте. Завод-изготовитель и/или сеть его дилеров организуют демонстрационные мероприятия для представителей заинтересованных организаций. Это могут быть проводимые непосредственно на производстве презентации, в том числе, включающие обучение применению данного оборудования, конференции и выставки. В данном случае заводы-изготовители, дилеры оказываются заинтересованы в привлечении проектировщиков, поскольку последние принимают решение о включении того или иного оборудования в проект застройщика, и, соответственно, непосредственно участвуют в формировании заказа, дальнейшем извлечении прибыли бизнес структурами и их развитии в целом.

Поэтому нам было важно понять, какие именно мероприятия оказываются наиболее эффективными в плане установле-

ния контактов и развития сетевых взаимодействий. Как наиболее полезные для установления партнерских отношений *представителями научно-проектировочных организаций* были отмечены поездки на производства для ознакомления с продукцией заводов и совместные культурные мероприятия, выезды, совмещенные с обучением (по 63,2%). Менее полезны, по мнению представителей научно-проектировочных организаций, специализированные семинары, на которые приглашаются специалисты одного направления работы (52,6%). Посещение проектных подразделений специалистами от производств, с целью обучения проектированию соответствующего оборудования, сочли полезными 21,1% респондентов. Наименее полезны для установления партнерских отношений видят посещение профессиональных выставок 15,8% респондентов, конференции с привлечением представителей бизнеса, заводов и производств (10,5%).

Таким образом, наибольший интерес проектировщиков представляет выездная деятельность, связанная с возможностями сочетать работу и досуг. При этом, как полагают респонденты, появляются наибольшие возможности для развития сети контактов. Для респондентов (63,2%) важно в ходе проводимых мероприятий получить конкретные знания о применении оборудования, узнать новые технологии производства (52,6% опрошенных), установить новые связи внутри профессионального сообщества (36,8%). Кроме того, 42,1% опрошенных указали, что проводимые мероприятия важны с точки зрения проведения досуга (например, если мероприятие проводится летом в курортном городе или включает в себя развлекательную программу).

В качестве наиболее полезных для установления партнерских отношений *представителями бизнес структур были отмечены* специализированные семинары, на которые приглашаются специалисты одного направления работы (83,3%) и посещение проектных подразделений специалистами от производств с целью обучения проектированию соответствующего оборудования (66,7%). Значительно менее важными видятся

поездки на производства для ознакомления с продукцией заводов, совместные культурные мероприятия, выезды и т. п., совмещенные с обучением и конференции с привлечением представителей бизнеса, заводов и производств (по 16,7%). Никто из опрошенных представителей бизнеса не отметил важности роли профессиональных выставок в установлении новых контактов.

На вопрос о том, чем именно полезны проводимые мероприятия, представители бизнеса ответили, что наиболее важна (для 83,3%) возможность получить конкретные знания о применении оборудования, узнать новые технологии производства и возможность установить новые связи внутри профессионального сообщества отметили 50,0%. Наименее значима для представителей бизнеса — возможность хорошо провести время (16,7%).

Сопоставив ответы респондентов относительно ценности тех или иных мероприятий и той роли, которую они играют в развитии сетей, следует отметить, что при общности мнения относительно важности обучающих поездок на производства, представители научно-проектировочных организаций большее значение придают наличию рекреационной компоненты и личного знакомства.

Так, представляет интерес указание респондентов-проектировщиков на важность личного знакомства с производителями и дилерами оборудования, знакомство с «живым» оборудованием. По мнению 5,3% респондентов, это предоставляет дополнительные возможности при установке оборудования в проекты. Эти два обстоятельства (желание хорошо провести время и лично познакомиться с представителями бизнеса) являются активно используемыми источниками формирования сетей между представителями научно-проектировочных организаций и бизнес структур. При этом те бизнес структуры, которые учитывают данное обстоятельство и выступают совместно с проектировщиками организаторами и спонсорами мероприятий (как правило, руководителей проектировочных организаций) получают в качестве бонуса шанс быть привле-

ченными к проекту застройщика. Этот неформальный обмен становится полноценным основанием для установления партнерства и развития сетей в сфере градостроительства.

Выводы

Из проведенного исследования следует, что в отношениях между научно-проектировочными организациями и бизнес структурами первые выступают в качестве реципиента, а вторые — в качестве донора. В результате их взаимодействия происходит обмен социальным капиталом, приводящий, в свою очередь к обмену капиталом материальным и экономическим. Поэтому социальный капитал, включающий в себя информацию об участниках сети (рынка), их экономических взаимоотношениях и производимых ими продуктах, оказывается той ценностью, в отношении которой совершается обмен между научно-проектировочными организациями и бизнес структурами. В итоге проектировщики получают доступ к актуальной информации о состоянии рынка, потенциальных заказчиках проектов и существующих инновационных разработках в данной сфере, а бизнес структуры снижают свои риски, увеличивая вероятность получения прибыли. Поэтому очевидно, что успех сетевого взаимодействия определяет успех каждого отдельно взятого участника сети и основой сетевого функционирования становится информационный обмен.

Недостаток информации является часто возникающим и серьезным препятствием во взаимодействии различных отраслевых структур. Информационные поля формируют сети исходя из необходимости совершения обменов, в первую очередь, с участниками данной сети, находящимися в непосредственной близости друг от друга. Поэтому потоки информации перераспределяются в ограниченном отраслевом пространстве, создавая в рамках отрасли некую информационную целостность. Однако выход на рынок порождает необходимость совершения обменов с другими отраслями, соответственно, появляется необходимость расширения сети и перераспределения информационных потоков между новыми участниками.

Последствия роста сетей в ходе межсекторального взаимодействия удачно описывает Н. Д. Родионова, определяя, что «в результате процесс поиска и налаживания партнерских отношений, включая заключение конкретных сделок и соглашений, требует более тщательного и долгого сбора и анализа информации о потенциальных партнерах. Кроме того, при межсекторальном взаимодействии объемы сделки могут быть существенно масштабнее, чем в рамках внутрисекторальных отношений, а, следовательно, иметь большие риски, что при отсутствии полной и достоверной информации может оказаться основополагающей причиной отказа от такого типа межсекторальных связей» (Родионова, 2015. С. 123—131).

Источники

Авдашева С. Б. Бизнес-группы и их роль в развитии российских предприятий // Мир России. Социология, этнология. 2004. Т. XII. № 3. С. 3—27.

Агабеков С. И. Проблемы спроса на инновационный человеческий капитал // Социологические исследования. 2001. № 11. С. 136.

Бурдье П. Формы капитала // Экономическая социология. 2003. Т. 3. № 5. С. 60—74.

Быстрова А. С., Дука А. В., Колесник Н. В., Невский А. В., Тев Д. Б. Российские региональные элиты: инновационный потенциал в контексте глобализации // Глобализация в российском обществе: сборник научных трудов / Отв. ред. И. И. Елисеева. СПб.: Нестор-История, 2008. С. 116.

Волков А. В., Светуньков М. Г. Методы оценки предпринимательских сетей// Казанский экономический вестник. 2013. № 6 (8). С. 79—84.

Государственная программа Санкт-Петербурга «Развитие промышленности, инновационной деятельности и агропромышленного комплекса в Санкт-Петербурге на 2015-2020 гг.»: URL http://cppi.gov.spb.ru/programs/gosudarstvennaya-programma-sankt-peterburga-razvitie-promyshlennosti-i (доступно: 15.09.2016).

Грановеттер М. Сила слабых связей / М. Грановеттер / Пер. З. В. Котельниковой // Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 3. С. 33—35.

Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии: Учебное пособие. М.: Издательский дом «Новый учебник», 2004. С. 36.

Гурков И. Б., Тубалов В. С. Инновации в российской промышленности // Мир России. Социология, этнология. 2004. Т. XII. № 3. С. 30.

Жикоренцева Т. В. Проектирование содержания образования в сетевом взаимодействии разноуровневых образовательных систем как фактор достижения нового качества образовательных результатов // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2013. № 3 (24). С. 235—239.

Иванов Н. Г., Мызрова К. А. Особая роль знаний в сетевом взаимодействии организаций и предприятий // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 5. С. 429—435.

Родионова Н. Д. Тенденции развития кооперации и технологического обмена в пространственно-сетевом взаимодействии субъектов инновационной системы // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2015. № 2 (50). С. 123—131.

Силкина Н. В., Ваганова Н. О. Особенности образовательной среды в сетевом взаимодействии образовательной организации с производством // Образование и наука. 2015. № 6 (125). С. 63—76.

Кобяк О. В. Культура хозяйствования предприятий: социологический анализ // Социологические исследования. 2001. № 9. С. 51—55.

Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 121—139.

Разумная А. М. Сетевая организация бизнеса: методология социологического исследования: Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. 2009.

Родионова Н. Д. Тенденции развития кооперации и технологического обмена в пространственно-сетевом взаимодействии субъектов инновационной системы / Н. Д. Родионова // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2015. № 2 (50). С. 123—131.

Шерешева М. Ю., Палт М. М. Согласование интересов стейкхолдеров в сетевом межфирменном взаимодействии // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2014. Вып. 3. С. 17—23.

Alvarez G., Pilbeam C., Wilding R. Nestlé Nespresso AAA sustainable quality program: an investigation into the governance dynamics in

a multi-stakeholder supply chain network // Supply Chain Management: An International Journal. 2010. Vol. 15. № 2. P. 165—182.

Castiglione D., Deth van G., Wolleb J. The Handbook of Social Capital. Oxford University Press, 2008.

James F. MooreThe Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems Paperback — April 11, 1997.

Haber S., Maurer N., Razo A. Sustaining Economic Performance under Political Instability: Political Integration in Revolutionary Mexico / Haber S. (ed.) Crony Capitalism and Economic Growth in Latin America: Theory and Evidence. Hoover Institution Press, Frye T. Capture or exchange? Business lobbying in Russia // Europe-Asia Studies. 2002a. Vol. 54. № 7. P. 1017—1036.