

УДК 338.24.01

UDC 338.24.01

**ФУНКЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО
ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРИНЯТИЯ
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В
ВЕРТИКАЛЬНО – ИНТЕГРИРОВАННОЙ
КОРПОРАЦИИ**

**FUNCTIONS OF INTELLIGENT SERVICE
OF MANAGEMENT DECISION SUPPORT IN
VERTICAL INTEGRATED CORPORATION**

Ермоленко Владимир Валентинович
к.т.н., доцент
e-mail: oleda93@gmail.com
*Кубанский государственный университет,
Краснодар, Россия*

Ermolenko Vladimir Valentinovich
Cand.Tech.Sci., associate professor
e-mail: oleda93@gmail.com
Kuban state university, Krasnodar, Russia

В статье анализируются отличительные черты нового менеджмента в экономике знания. Выделены основные способы связи между потребностями и потенциалом интеллектуального обеспечения принятия управленческих решений: планомерный, рыночный, социально-коммуникационный. Выделены и обоснованы основные функции интеллектуального обеспечения принятия управленческих решений в ВИК: интеллектуальное обеспечение эффективного и устойчивого воспроизводства ядра капиталов; интеллектуального обеспечения вертикали власти во внутренней среде; интеллектуального обеспечения конкурентоспособности корпорации во внешней среде; интеллектуальное обеспечение социальных коммуникаций

Special characteristics of new management in economics of knowledge are analyzed in this article. Basic types of connections between needs and potential of intelligent service of management decision support are picked out: planned, market, social-communicated. Main functions of intelligent service of decision support are picked out and based. There are: intelligent service of effective and stable reproducing of kernel of capitals; intelligent service of power vertical in internal environment; intelligent service of corporate competence in external environment; intelligent service of social communications

Ключевые слова: ВЕРТИКАЛЬНО
ИНТЕГРИРОВАННАЯ КОРПОРАЦИЯ,
ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИЯ, ФУНКЦИИ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Keywords: VERTICAL INTEGRATED
CORPORATION, INTELLECTUALIZATION,
FUNCTIONS OF INTELLIGENT SERVICE OF
MANAGEMENT DECISION SUPPORT

Новую экономику и ее менеджмент характеризуют общие тенденции интеллектуализации и повышения значимости интеллектуальных процессов. Интеллектуализация менеджмента и бизнеса проявляется также в повышении значения не отдельных товаров, а конкретных решений для определенного заказчика, что предполагает приложение дополнительных интеллектуальных усилий для создания такого решения[1].

М.Л. Разу утверждает, что современные предприятия и компании существуют сегодня в хаотичном переходном периоде, который формируется глобальной конкуренцией, быстрыми переменами, лавинообразно растущими потоками информации и коммуникаций, увеличивающейся сложностью бизнеса и всепроникающей глобализацией.

На современном рынке стали доминировать абсолютно новые фирмы, которые совсем недавно еще даже не существовали. Из старых мировых лидеров-гигантов выжили только те, которые сумели научиться двигаться быстрее.

Важным аспектом повышения интеллектуального уровня насыщенности хозяйственной жизни и менеджмента является виртуализация экономики. Ответом на вызовы современных условий ведения бизнеса стал:

— менеджмент знаний как новая парадигма интеллектуального менеджмента, направленного на приобретение и повышение эффективности использования интеллектуального капитала компании;

— менеджмент обучающихся, интеллектуальных организаций, способных не только развивать свои возможности в области производственно-хозяйственной деятельности, но и наращивать интеллектуальный потенциал.

Интеллектуализация общественной жизни – сложное и внутренне противоречивое явление. На первых же стадиях формирования общества знаний происходят существенные изменения способов функционирования организаций экономики и социальной сферы.

Мягкие организации экономики знания способны перестраиваться по логике очередного инновационного проекта, они выдвигают осмысленные цели, ориентируются в окружающей их деловой среде, исповедуют определенные ценности и стремятся обрести свою уникальную социальную миссию.

В науке современного менеджмента выделяют следующие черты, свойственные органическому стилю управления: интеллектуализация управленческих процессов; интернационализация менеджмента; демократизация управления; определяющая роль организационной культуры; системный и ситуационный принципы управления;

динамичные, не жестко определенные задачи; готовность к разным видам изменений; власть базируется на знании и опыте; гибкая структура; многонаправленность коммуникаций.

Отличительными чертами нового менеджмента в экономике знания становятся:

– изменения характера менеджмента, связанного с механистичным функциональным его представлением и который, с одной стороны, превращается в интегрированный процесс, объединяющий все общие функции, а с другой стороны, приобретает дифференцированный характер, связанный с появлением множества специфических видов менеджмента - маркетинговый менеджмент, инновационный, бюджетный и др.;

– появление ряда особенных функций, таких как менеджмент знания, корпоративная культура, управление развитием, интеллектуальное обеспечение процесса управления, интеллектуальное лидерство в управлении командами и проектами, управление нематериальными активами[2];

– образование в системе управления корпорации «знаниеструктуры» или интеллектуальной техноструктуры, состоящей из сети проектных команд, объединяющих носителей уникальных компетенций, способных решать неструктурированные проблемы, многокритериальные задачи управления и формировать обоснованные варианты развития;

– турбулентность и динамичность внешних и внутренних факторов, которые приобрели непрерывный характер, вынуждают менеджеров применять мега механизмы адаптации и проактивного поведения с целью минимизации многомерных и множественных рисков, предупреждение и нейтрализация которых в современной экономике становится одним из приоритетных в интеллектуальном обеспечении принятии суперстратегических и стратегических решений;

- внимание к конечным результатам, эффективности, качеству и конкурентоспособности управленческой деятельности, а не функциям и процессу управления;

- радикальное изменение содержания и характера взаимоотношений между персоналом и руководством: не управлять персоналом, а создавать условия для самореализации; цель - создание условий для формирования и развития человеческого капитала и интеллектуальной среды;

- децентрализация управления, использование механизмов участия носителей уникальных компетенций и знаний в принятии решений, интеллектуализация процесса принятия решений и функциональной сферы управления;

- автономизация хозяйственной деятельности субъектов бизнеса в рамках сетевых структур и применение механизмов управления на основе разделяемых корпоративных ценностей и самоуправления децентрализованными подразделениями, центрами инвестирования нематериальными капиталами и другими центрами ответственности;

- повышение значимости элементов интеллектуального, человеческого, социального капиталов корпорации в формировании потенциала интегрированной системы управления, ядра капитала развития и эффективных конфигураций капиталов, адекватных реализуемому вектору (стратегии) развития, а также изменение основания экономической власти корпорации с размягчением ее неимущественными капиталами;

- рост социальной ориентации интегрального и частичных субъектов во внутреннем пространстве корпорации и проведение эффективных социальных коммуникаций во внешней среде по отношению к стейкхолдерам, местному сообществу и по отношению к обществу в целом;

– повышение производительности творческого труда «знаниеструктуры» в управлении корпорацией на основе аккумуляции знаний, компетенций и других элементов интеллектуального капитала в информационно – коммуникативных технологиях и корпоративных информационных системах

Функциональный состав управления по мере усложнения объектов управления, в частности, корпорации экономики знаний, наполняется новым содержанием.

В условиях экономики знаний качество управленческих решений становится критическим фактором в системе менеджмента, от всесторонней обоснованности которых, зависит конкурентоспособность, эффективность, качество и результативность управления корпорацией нового типа[1].

Значимость ИО ПУР в ВИК возрастает. Функции интеллектуального обеспечения принятия управленческих решений в ВИК выступают как отражение способов связи между потребностями и потенциалом данного процесса.

Выделим основные способы указанной связи:

- планомерный, обусловленный развитием вертикали власти ВИК;
- рыночный, обусловленный развитием взаимодействия с внешней конкурентной средой ВИК;
- социально-коммуникационный, обусловленный развитием взаимодействия с внутренней и внешней социальной средой ВИК.

Планомерный способ связи потребностей в повышении качества управления и потенциалом интеллектуального его обеспечения покоится на пропорциональном развитии вертикали власти и требует сознательного, централизованного планирования деятельности корпорации и регулирования. Планомерность присутствует, потому что корпорация как интегральный субъект хозяйственной деятельности ставит стратегические

цели и для их достижения обладает направляющей волей. Корпорация как экономический субъект вводит в микросистему элементы сознательного (командного) воздействия на все элементы внутреннего пространства в целом. Интегральный субъект берет на себя функцию регулирования среды обитания всех частичных экономических субъектов. Плановость ограничивается лишь созданием экономической среды обитания и опосредуется товарной (стоимостной) формой связи между экономическими субъектами.

Товарная форма связи порождает *рыночный способ* связи потребностей в повышении качества управления и потенциалом интеллектуального его обеспечения обусловленный развитием взаимодействия с внешней конкурентной средой ВИК. Рыночная система, в частности рыночный способ связи, оказываются эффективными и гибкими для решения проблемы привлечения в корпорацию человеческого капитала - носителей уникального интеллектуального капитала.

Эволюционное движение экономики в сторону самовозрастания нематериальных факторов ее роста актуализировало прикладное значение их гармонизации. Ответом на потребности в росте качества управления выступает *социально-коммуникационный способ* связи с потенциалом ИО ПУР, обусловленный развитием взаимодействия с внутренней и внешней социальной средой ВИК. Социальная среда корпорации выступает источником привлечения носителей интеллектуального капитала. Как подчеркивает Н.Луман, коммуникация является подлинно социальной операцией, конституирующей социальные системы[3]. Исходя из этого, для ИО ПУР характерно приобретение следующих коммуникационных свойств: формирование социального капитала зависит от коммуникаций; актуализация организационной функции коммуникаций; актуализация общественной потребности в коммуникациях; институционализация и производство коммуникаций; активность социальных акторов

детерминируется коммуникациями. Социально – коммуникативный способ обеспечивают эффективное функционирование всех корпоративных институтов, нацеленных на аккумуляцию невещественных капиталов, а с другой стороны, сам представляют собой инновационный институт корпорации, который играет роль энергетического ресурса социально-экономической динамики или коммуникационного капитала.

Социально – коммуникативный способ связи между потребностями и потенциалом процесса ИО ПУР оказывает непосредственное влияние на следующие базовые свойства корпорации: приращение капитала во властной вертикали, реализацию системных функций, формирование экономической ценности.

По определению Ф.Фукуямы социальные коммуникации, носящие диалогический или полилогический тип, характеризуют потенциал корпорации, выражающийся в ее социальном капитале, возникающем как результат наличия доверия как между частичными и интегральным субъектами во внутреннем пространстве корпорации, так между ними вместе и порознь со стейкхолдерами, местным и региональным сообществами[4].

Таким образом, доминирующие способы связи, сформировавшиеся в корпорации между потребностями нового качества управления и потенциалом их интеллектуального обеспечения предопределяют структуризацию и содержательную интерпретацию функций ИО ПУР в ВИК

И. Адизес предложил классификацию базовых функций менеджмента, включающую четыре вида функций:

– Е-функцию (управления предприятием), обеспечивающую результативность и долгосрочное развитие управляемой системы;

- А-функцию (административную), обеспечивающую встраивание исполнителей в необходимые для функционирования предприятия процессы;
- I-функцию (интегративную), направленную на интеграцию коллектива, создание благоприятной среды;
- P-функцию (предпринимательскую), связанную с результативностью предприятия в краткосрочном периоде[5].

Наличие четырех функций менеджмента связано с этими четырьмя ипостасями предприятия: как объект (для аутсайдеров), и как среда (для «глубоких» инсайдеров), и как процесс (для техноструктуры), и как проект (для учредителей).

Развитие менеджмента обогатило функции новым содержанием. Дальнейшая их детализация и дифференциация приводит к разграничению четырех основных функций интеллектуального обеспечения принятия управленческих решений в ВИК:

- интеллектуальное обеспечение эффективного и устойчивого воспроизводства ядра капиталов;
- интеллектуального обеспечения вертикали власти во внутренней среде;
- интеллектуального обеспечения конкурентоспособности корпорации во внешней среде;
- интеллектуальное обеспечение социальных коммуникаций.

Рассмотрим содержательную трактовку указанных функций интеллектуального обеспечения принятия управленческих решений в системе ВИК.

А. Функция интеллектуального обеспечения эффективного и устойчивого воспроизводства ядра капиталов корпорации. Современному этапу развития российской экономики свойственна потребность в

обеспечении глобальной конкурентоспособности и устойчивости экономического развития корпораций.

Развитие корпорации в постиндустриальном обществе в отличие от традиционного подхода базируется не только на выделении в ее внутреннем пространстве и создании определенной конфигурации капиталов (природно – ресурсного, физического (производственного), финансового, человеческого, предпринимательского, социального, потребительского или клиентского (рыночного), организационного, информационного)[6].

Связи и социально – экономические отношения между разными капиталами в рамках корпорации рассматриваются как система капиталов, для которой характерны:

- общая цель всей совокупности компонентов (капиталов);
- подчинение целей каждого компонента, общей цели системы и осознание каждым элементом любого капитала своих задач и понимание общей цели;
- выполнение каждым элементом капитала своих функций, обусловленных поставленной задачей;
- отношения координации между компонентами системами;
- наличие обратной связи между управляющей и управляемой подсистемами в системе капиталов корпорации.

Суть нового взгляда на капиталы предприятия состоит вовсе не в их иной структуризации (реструктуризации), а в выделении и признании тех видов капиталов, которые имели несущественное значение и по различным причинам, если не игнорировались, скорее всего, недооценивались. С переходом к рыночной экономике и ростом влияния нематериальных факторов на положение корпорации на рынке значимость других капиталов возрастает, особенно в отраслях сектора экономики знаний.

Изменение структуризации капиталов отражает естественную эволюцию[7].

Главным достоинством капитала для постиндустриального бизнеса становится его способность создавать новую стоимость, а не его размер. До сих пор же именно наращивание производственных мощностей, т.е. увеличение размера, прежде всего физического капитала, считалось средством экономического роста. Объединенные капиталы корпорации и приданная им конфигурация (ядро и бахрома) дают социально – экономический эффект, когда они взаимодополняют и воспроизводят друг друга, то есть комплементарны друг другу.

В. Функция интеллектуального обеспечения вертикали экономической власти во внутренней среде корпорации. Насилие, богатство и знание — наиболее значимые атрибуты власти.

Э.Тоффлер подчеркивает, что знание перекрывает достоинства других властных импульсов и источников. Э.Тоффлер считает знание самым демократичным источником власти[8].

Современная структура власти зиждется уже не на мускульной силе, богатстве или насилии. Ее пароль — интеллект.

Применительно к корпорации А.А. Ермоленко говорит о том, что вертикаль экономической власти наиболее развитых современных корпораций покоится уже на совершенно ином основании – системе знания, воплощенной в корпоративных компетенциях, нематериальных активах и человеческом капитале[9].

В постиндустриальном мире основной является роль интеллектуального капитала, поскольку именно он открывает возможности для применения материально-вещественного и финансового капитала. Вместе с этим меняется и расстановка сил среди собственников различных форм капитала и сегодня претензии собственников денежного капитала на

особое положение в бизнес - системах выглядят, мягко говоря, рудиментарными.

Непрерывное накопление, размещение и обновление знания в основании экономической власти корпорации порождает интеллектуальный капитал, который, благодаря его всепроникающему свойству, востребуется субъектами управления и приоритетным образом участвует в процессе разработки и обоснования рациональных стратегических и суперстратегических управленческих решений, являющихся основой конкурентоспособного корпоративного управления.

С. Функция интеллектуального обеспечения конкурентоспособности корпорации как интегрального субъекта во внешней рыночной среде. Современные теории конкурентоспособности корпорации подчеркивают, что в экономике знаний на первый план выступает задача управления формализованными и неформализованными знаниями, от успешности распространения которых, зависит ее конкурентоспособность[10]. Проблема целенаправленного формирования и управления развитием конкурентоспособности корпорации во внешней среде является приоритетной.

Основными факторами формирования конкурентоспособности и экономического развития корпорации выступают: специальные знания – главный ресурс; доступ и механизмы использования знаний; социальные коммуникации; интеллектуальная деятельность.

Корпорацию экономики знаний представляют как определенный набор капиталов (ресурсов), которые лежат в основе ее конкурентного преимущества, на что и направлена корпоративная стратегия развития.

А.Л. Гапоненко отмечает, что стратегия роста, основанная на знаниях, должна быть нацелена на обеспечение открытости для инноваций и знаний, предусматривает инвестиции в элементы постоянного капитала, которые содержат знания, а также инвестиции в человеческий капитал и

институты, направленные на увеличение способности аккумулировать и использовать знания[11].

В.Б. Воронин считает способность корпорации получать, интегрировать, накапливать, сохранять и применять знания есть наиболее важный способ создания конкурентного преимущества. Важное свойство знаний в обеспечении конкурентоспособности корпорации - кумулятивность. Появление новых знаний увеличивает вероятность появления новых идей, продуктов и процессов как внутренних источников, определяющих положение корпорации на рынке во внешней среде[12].

Определенное их конфигурирование позволяет их не только дифференцировать, но придавать те свойства в новом сочетании элементов капиталов, которые могли бы рождать устойчивое и уникальное конкурентное преимущество, отличное от других единичных и менее ценных.

В. Л. Макаров считает, что в последнее время на общественное развитие влияют два фактора: повсеместное развитие рыночных отношений и знания, которые формируют общество знаний, т.е. такое общество, в котором каждый человек их производит или потребляет. Сочетание понятий рыночной экономики и экономики знания приводит к осмыслению необходимости формирования новых понятий. К числу таких понятий относится конкурентоспособность корпорации. С.П. Капица отметил, что сегодня экономика знаний бросает вызов привычной концепции рынка, поскольку распространить рыночные законы на знания невозможно. Знания обладают способностью бесконтрольно умножаться и распространяться - поскольку обмен идеями ведет к приумножению знаний каждого индивидуума[13].

Под воздействием возрастающей роли знаний в экономике меняются и условия конкуренции на рынке. В конце XX века в сфере стратегического управления возникло новое аналитическое направление,

известное как ресурсный подход. Он позволяет объяснить конкурентные преимущества предприятий не только их различиями в положении на рынке, но и в обеспечении и комбинации критически важных фирменных ресурсов[14].

Конкурентные преимущества любой корпораций зависят от таких факторов как: интеллектуальный, человеческий, социальный, клиентский, организационный капиталы.

Связь между ресурсами и устойчивым преимуществом корпорации опосредуется ее способностями и основной компетенцией. Способности организации представляют собой ее возможности достигать комбинирования (сочетания) капиталов, позволяющего осуществлять деятельность, результатом которой является достижение устойчивого конкурентного преимущества.

Таким образом, экономика знаний принципиально меняет все традиционные принципы, подходы и модели развития конкурентоспособного предпринимательства. Предпринимательство в экономике знаний все больше ориентировано на максимизацию рыночной стоимости компаний, в которой основной удельный вес начинают занимать нематериальные активы (технологические, маркетинговые, клиентские и т.п.), которые являются следствием эффективного использования интеллектуального капитала фирмы. Следовательно, в условиях экономики знаний возрастает роль эффективного управления интеллектуальными ресурсами.

Д. Функция интеллектуального обеспечения социальных коммуникаций. Переход к экономике, основанной на знании, резко усиливает потребность в коммуникации. Эффективность коммуникации, особенно социальной, предопределяет качество управления корпорацией в неменьшей степени, чем качество управленческих решений. Интеллектуальное обеспечение сопровождает не только разработку и

реализацию управленческих решений, а и коммуникативный процесс. Движение знаний, эмоциональных переживаний, волевых воздействий в социальном времени и пространстве понимаются как социальная коммуникация. А.В. Соколов рассматривает социальную коммуникацию как хранение и распространение созданных ценностей[15].

Теория информационного общества (Д.Белл, А.Тоффлер, Г.Маклюэн) средства коммуникации рассматриваются в качестве единственного стимула и источника социального развития. Информация здесь выступает основой культуры и всех культурных ценностей.

Ю.Хабермас считает, что в процессе коммуникации (коммуникативного действия) производится и воспроизводится культура (знания), коммуникация способствует социальной интеграции (легитимному порядку) и образованию личностной идентичности[19].

Американский социолог Э. Гидденс считает, что «современный мир зависит от непрерывной коммуникации, или взаимодействия между людьми, пространственно отдаленными друг от друга», поэтому если в традиционной культуре главное - локальные знания, то сегодня в мире, становящемся единым, более всего важны средства коммуникации, способные дать более широкие по масштабу сведения[16].

О решающей роли коммуникации для развития общества писал П. А. Сорокин: «Взаимодействие людей по своей природе есть, прежде всего взаимодействие психическое - обмен чувствами, идеями, волевыми импульсами»[17]. Подобный обмен (говоря современным языком, это есть смысловая коммуникация) предопределяет динамику человеческого общества, — утверждал П. А. Сорокин.

В процессе интеллектуальной коммуникации на первый план выходит мыслительная деятельность. Интенсивно работает при этом память и воображение человека. На этом уровне рассматривается наука, мировоззрение, культура, духовность. Человек удовлетворяет свои

потребности в актуализации, раскрытии своих талантов и способностей, в творчестве, познании и самосовершенствовании.

Г.П. Щедровицкий писал: «Если мы хотим «схватить» интеллектуальную деятельность в ее системности, выявить ее целостную структуру и понять взаимосвязь образующих ее процессов мышления, понимания и рефлексии, то должны начинать анализ...с интеллектуальной деятельности группы, более того – со структуры коммуникации, существующей в группе, и из этого затем выводить, во-первых, многообразие интеллектуальных процессов, развертывающихся внутри нее, и их взаимосвязи друг с другом, а во-вторых, формы организации и динамику совокупной интеллектуальной работы группы»[18].

Знание будет проникать в экономику и становиться стержнем ее роста при наличии доверия между властью и целевыми группами. В.Л. Макаров, подчеркивая рост публикаций о роли доверия ("научного капитала") в экономике, отметил - там, где его уровень высок, экономическое развитие идет быстрее. На доверии строятся отношения между людьми и компаниями, между народом и властью. ... Поэтому в экономике знаний доверие имеет принципиальное значение, без него распространение знания невозможно. Если ученый намерен продать знание, он не может сделать это по частям, а вынужден предоставить покупателю все данные на момент совершения сделки[13].

Доверие становится ключевым условием для того, чтобы знания стали фактором и источником роста благосостояния.

С точки зрения коммуникации рассматривается и корпоративная социальная ответственность, как отношение, побудительный аспект коммуникации. С позиции отношений с общественной средой на этапе формирования экономики знаний в качестве основной модели отношения бизнеса к обществу выступает модель *социального партнерства*, ориентированная на изучение, анализ и осмысление общественного

мнения и социальной среды в целом, установление взаимно-ответственных партнерских отношений как с рыночной, так и социальной средой[29].

Л.К. Пипия в анализе идет дальше проблем доверия и социального партнерства и рассматривает социальные проблемы экономики знания, которые и прямым и косвенным образом влияют на содержание и эффективность социальных коммуникаций корпорации[20].

Чтобы предотвратить отрицательные влияние и использовать принципиально новые возможности социальных коммуникаций для принятия качественных корпоративных решений необходимо обеспечить новый уровень их интеллектуального и ценностного наполнения.

П. Друкер выделяет особую значимость интеллектуальной составляющей, дающей решающие конкурентные преимущества, – это используемые в нем специфические производственные и управленческие знания»[32].

Функции интеллектуального обеспечения принятия управленческих решений в ВИК есть отражение способов связи между потребностями и потенциалом данного процесса: планомерного, обусловленного развитием вертикали власти ВИК; рыночного, обусловленного развитием взаимодействия с внешней конкурентной средой ВИК; социально-коммуникационного, обусловленного развитием взаимодействия с внутренней и внешней социальной средой ВИК

Библиографический список

1. Менеджмент: учебник / под ред. М.Л. Разу. — 3-е изд. - М. : КНОРУС, 2011. 480 с., С. 368 – 371, 381- 382.
2. Маленков Ю.А.Виды современных менеджеров и их функции// Вестник СПбГУ. 2002. Серия 5. Выпуск 3, с.37-47.
3. Луман Н. Общество как социальная система. М.: Логос, 2004, С.

86.

4. Фукуяма Ф. Доверие. М.: Изд-во «АСТ», 2004, С. 52.
5. Адизес И.К. Управление жизненным циклом корпорации. М.: Питер, 2008. 384 с.
6. Клейнер Г.Б. Реакция предприятий на внешние изменения: ответ системно интеграционной теории // Стратегическое планирование и развитие предприятий. Пленарные доклады Пятого всероссийского симпозиума. М.: ЦЭМИ РАН, 2005. С.18 - 29.
7. Клейнер Г.Б. Эволюция институциональных систем. М.: Наука, 2004. 240 с.
8. Тоффелер Э. Метаморфозы власти: Пер. с англ. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. 669 с.
9. Ермоленко А.А. Интегральный субъект в лице современной России // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. Том 6. № 4. С.84.
10. Фатхутдинов Р.А. Глобальная конкурентоспособность: инструменты системного развития. М.: Стандарты и Качество, 2009. 464 с
11. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями. Как преаратить знания в капитал. М.: Эксмо, 2008. 400 с., С. 220-229.
12. Воронин В.Б. Интеллектуальный капитал: как фактор повышения конкурентоспособности бизнеса и инвестиции в будущее // Молодой ученый. 2011. №4 (27). Т.1. С. 142-145.
13. Цикл публичных дискуссий «Россия в глобальном контексте». Выпуск 15. Экономика знаний: контекст российских проблем. // <http://www.nikitskyclub.ru/article.php?idpublication=4&idissue=24>
14. Катькало В.С. Эволюция теории стратегического управления. СПб: Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2008. 548 с., С. 504 – 510.
15. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002 г. — 461 с.

16. Гидденс. Э. Социология. М., 1999. С.414.
17. Сорокин П. А. Система социологии. Т. 1. Социальная аналитика. — Л., 1920. — С. 16.
18. Щедровицкий Г.П. Интеллект и коммуникация // <http://www.fondgp.ru/gp/biblio/rus/78/>
19. Хабермас Ю. Демократия, разум, нравственность. М., 1992.
20. Пипия Л.К. Потребности и возможности измерения экономики знаний // Инновации. 2006. № 10 (97). С. 78-87.
21. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001.