

НЕОБХОДИМОСТЬ ПЕРЕХОДА К КОМПЕТЕНТНОМУ УПРАВЛЕНИЮ ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© 2014 КОРАБЛИНОВА И. А.

УДК 330.342.24

Кораблинова И. А. Необходимость перехода к компетентному управлению инфокоммуникационных компаний в современных условиях

Целью данной работы является обоснование причин перехода к компетентному управлению инфокоммуникационных компаний в условиях становления информационного общества. В статье проводится анализ изменений в деятельности современных компаний, обусловленной информационной революцией. Поднят вопрос о необходимости управлять не только большими данными, которыми оперируют инфокоммуникационные компании, но и информацией, которая постоянно меняется. Определено, что под информационным обществом следует понимать не только общество, которое базируется на основе информационных и коммуникационных технологий для передачи, хранения, обработки информации, но и общество, которое на данной материальной основе овладело искусством управлять информацией для повышения своего благосостояния по всем аспектам. Отмечая роль особых специфических знаний, интеллектуальных, творческих способностей людей и их профессиональных навыков в информационном обществе, сделаны выводы о необходимости перехода к компетентному управлению компаний. Рассмотрены основные технологии компетентного управления в контексте новых движущих сил инноваций. На примере ведущих инфокоммуникационных компаний показана актуальность применения социальных технологий компетентного управления (краудсорсинг, открытая коллаборация). Перспективами дальнейшего исследования на уровне фундаментального анализа является изучение процессов интеллектуализации и социализации в деятельности современных компаний. В прикладном аспекте еще недостаточно изучены остаются конкретные механизмы и технологии компетентного управления.

Ключевые слова: информация, компетенция, инфокоммуникационные компании, информационное общество, компетентное управление, инновации, краудсорсинг.

Рис.: 1. **Табл.:** 3. **Библ.:** 19.

Кораблинова Ирина Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономической теории, Одесская национальная академия связи им. А. С. Попова (ул. Ковальская, 1, Одесса, 65029, Украина)

E-mail: korablinova.irin@mail.ru

УДК 330.342.24

Кораблинова І. А. Необхідність переходу до компетентного управління інфокомунікаційних компаній у сучасних умовах

Метою даної роботи є обґрунтування причин переходу до компетентного управління інфокомунікаційних компаній в умовах становлення інформаційного суспільства. У статті проводиться аналіз змін у діяльності сучасних компаній, обумовленої інформаційною революцією. Піднято питання про необхідність управляти не тільки великими даними, якими оперують інфокомунікаційні компанії, але й інформацією, яка постійно змінюється. Визначено, що під інформаційним суспільством слід розуміти не тільки суспільство, яке базується на основі інформаційних і комунікаційних технологій для передачі, зберігання, обробки інформації, але й те суспільство, яке на даній матеріальній основі оволоділо мистецтвом управляти інформацією для підвищення свого добробуту за всіма аспектами. Відзначаючи роль особливих специфічних знань, інтелектуальних, творчих здібностей людей та їх професійних навиків в інформаційному суспільстві, зроблено висновки про необхідність переходу до компетентного управління компаній. Розглянуто основні технології компетентного управління в контексті нових рушійних сил інновацій. На прикладі провідних інфокомунікаційних компаній показано актуальність застосування соціальних технологій компетентного управління (краудсорсинг, відкрита колаборація). Перспективами подальшого дослідження на рівні фундаментального аналізу є вивчення процесів інтелектуалізації та соціалізації в діяльності сучасних компаній. У прикладному аспекті ще недостатньо вивченими залишаються конкретні механізми і технології компетентного управління.

Ключові слова: інформація, компетенція, інфокомунікаційні компанії, інформаційне суспільство, компетентне управління, інновації, краудсорсинг.

Рис.: 1. **Табл.:** 3. **Бібл.:** 19.

Кораблинова Ирина Анатольевна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра економічної теорії, Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова (вул. Ковальська, 1, Одеса, 65029, Україна)

E-mail: korablinova.irin@mail.ru

UDC 330.342.24

Korablinova I. A. The Need to Make a Change towards Competence-management of Infocommunication Companies under Modern Conditions

The aim of this work is to study the causes of the transition to competence-management of infocomm companies under the conditions of information society. The article analyzes the changes in the activities of modern companies, due to the information revolution. The issue of the need to manage not only big data was raised, operated by information and communication companies, but also information that is constantly changing. It was determined that the information society is to be understood not only a society which is based on the information and communication technologies for the transmission, storage, information processing, but also a society that used this material base to master the art of information management to improve their well-being in all aspects. Noting the role of specific specialized knowledge, intellectual and creative abilities of people and their skills in the information society, the conclusions about the need to move to competence-management companies was made. The basic technology of competence management in the context of the new driving force of innovation was examined. On the example of the leading infocomm companies the urgency of the application of social technologies of competence management (crowdsourcing, open collaboration). Prospects for further studies at the level of fundamental analysis are the study of the processes of intellectualization and socialization activities in modern companies. In the applied aspect the specific mechanisms and techniques of competence management still remain poorly studied.

Key words: information, expertise, information and communication companies, the information society, competence management, innovation, crowdsourcing.

Pic.: 1. **Tabl.:** 3. **Bibl.:** 19.

Korablinova Irene A. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Economic Theory, Odessa National Academy of Telecommunications named after A. S. Popov (vul. Kovalska, 1, Odessa, 65029, Ukraine)

E-mail: korablinova.irin@mail.ru

Передача информации на расстояние ведет начало с глубокой древности. Тем не менее, согласно исследователям проблем информационного общества, лишь с 60-х годов XX века информация играет доминирующую роль в его развитии. Сторонники этой концепции отмечают небывалый рост количества информации, который сегодня пока еще возможно зафиксировать, и описывают изменения, происходящие в системе общественного производства с выделением такого фактора, как информация [1]. Если первые исследования процесса становления информационного общества были посвящены позитивному анализу социальных изменений и особенностям новой экономики, то сегодня актуальным является осмысление и решение тех проблем, которые возникают в результате постоянного генерирования новой информации и ускоренного ее распространения через информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) в глобальном масштабе.

Усиление глобальных трансформаций в обществе в результате информационной революции вызвало интерес исследователей к проблеме способностей и возможностей управлять информацией. Отмечая актуальность этого вопроса, авторы работы [2] ссылаются на исследование Т. Дэвенпорта, в котором он показывает, что «во все большем числе случаев управление информацией не сводится лишь к «правильному пониманию цифр», а лежит в самом центре стратегии и конкурентного преимущества» [2, с. 15]. При этом важно понимать, что возникает необходимость управлять не просто большими данными, а информацией, которая постоянно меняется. Этот вопрос сегодня является актуальным для всех компаний, но в первую очередь для тех, которые непосредственно связаны со сферой ИКТ.

В эпоху информационной революции во многих экономических исследованиях стали фигурировать такие неэкономические понятия и категории, как «идея», «знание», «интеллект», «компетенция», «творчество», «креативность», «эмоциональность», «научение», «самоактуализация», «саморазвитие», «дизайн-мышление», «оригинальность», «уникальность», «нелинейность», «нестандартность», «экспериментирование», «генерирование», «созидание», «комбинирование», «дарение», «доверие», «сотворчество» и другие. Большая часть этих понятий вводится в экономическую научную литературу через осмысление тех изменений, которые наблюдаются в практике ведущих компаний мира.

Как правило, одним из основных источников первичной информации о деятельности компаний служат работы самих управленцев, консультантов, бизнес-тренеров, практикующих профессоров университетов и бизнес-школ, а также обмен идеями и опытом на различных информационных площадках. Примером таких работ могут служить исследования Моборн Р., Ким Чан В., Нордстрема К. А., Пауэрса Ч., Прахалада К. К., Рамасвами В., Риддерстрале Й., Хамела Г., Хаммера М. [3 – 7]. В этих и других работах исследователей проблем развития современного бизнеса есть множество примеров, которые подтверждают гипотезу о самоотрицании системы капитала и становлении нового типа общества, описанной в трудах отечественных ученых [8 – 10]. В новой системе производственных отношений главным фактором выступает не капитал, а особое специфическое знание, интеллектуальные, творческие способности людей и их профессиональные навыки.

На уровне управления деятельности компаний этот аспект сегодня исследуется с позиций компетентностного

подхода. Сформировавшись в сфере образования, данный подход активно внедряется в высокотехнологичных компаниях, которые сегодня не имеют другой альтернативы, как быть инновационно активными. Особенно данная проблема актуальна для инфокоммуникационных компаний. Их деятельность непосредственно связана с той материальной основой, которая подрывает сложившуюся в высококоразвитом мире систему производственных отношений.

С одной стороны, деятельность этих компаний является причиной информационной революции XXI века, которая охватывает уже практически все области жизни людей, а с другой – сами инфокоммуникационные компании нуждаются в нахождении источников эффективного управления информацией для формирования уникальных корпоративных компетенций – особых специфических знаний и способностей компании быть вне конкуренции.

Взяв за основу идеи Прахалада К. К. и Хамела Г. [4], можно сказать, что уникальные корпоративные компетенции являются основой конкурентных преимуществ инфокоммуникационных компаний в постоянно изменяющемся и неструктурированном цифровом бизнес-пространстве. Природа новых условий, в которых функционируют современные компании из сектора ИКТ, была рассмотрена нами в [11]. В настоящее время этот вопрос требует дальнейшего комплексного исследования на разных уровнях экономического и управленческого анализа.

Целью данной работы является обоснование причин перехода к компетентностному управлению инфокоммуникационных компаний в условиях становления информационного общества.

Прежде чем перейти к управленческому аспекту деятельности инфокоммуникационных компаний, обратимся к характеристике изменений условий их функционирования.

Несмотря на то, что история средств связи берет свое начало с XIX века, а первые компьютеры появились в 60-е годы XX века, сама сфера ИКТ как мировой сектор экономики сформировалась около 25 лет назад. В результате инноваций этот сектор динамично развивается и на сегодняшний день характеризуется такими показателями: «продукция ИКТ составляет 6,0% мирового ВВП (3,2 трлн евро), занятость – 6 – 8% общей численности активного населения, инвестиции – 14 – 20% стоимости продукции, рентабельность производства варьируется в отдельных сегментах от 16 до 45%» [12, с. 19].

Особенностью сектора ИКТ является то, что его структура постоянно меняется под влиянием инновационной деятельности компаний, которые формируют сегодня «цифровое пространство» [11]. Последние два года в списке FT-500 около 80 компаний являются непосредственными участниками «цифровой отрасли». Среди них есть поставщики компьютерных систем, информационных технологий, производители электронной аппаратуры, бытовой электроники, разработчики программных приложений, операторы телекоммуникаций, информационные провайдеры и т. д. Кроме того, другие компании, через диффузию ИКТ в бизнес-процессы, так или иначе вовлекаются в «цифровое пространство», которое требует от них новых подходов к управлению своей деятельностью в высокотехнологичном мире.

Сегодня объем информации увеличивается даже быстрее, чем предполагал закон Мура. В 2012 г. физический

объем информации составил 2,7 зеттабайт, что «эквивалентно порядка 400 млрд фильмов высокого качества продолжительностью 2 часа каждый (для просмотра их всех одному человеку потребуется 60 млн лет непрерывно по 24 часа в сутки)» [13, с. 12]. Согласно данным информационного сервиса Digital Universe к 2020 г. человечество будет хранить около 40 зеттабайт информации, а на каждого жителя планеты будет приходиться по 5,2 Тб данных [14]. Безусловно, о точности подобных прогнозов говорить не приходится. В то же время, опираясь на данные, которые иллюстрируют непрерывный рост информации и усиление ее роли во всех сферах жизнедеятельности людей, можно выделить тенденции развития общества для того, чтобы знать, как в нем жить и развиваться. Этой междисциплинарной проблемой сегодня занимается достаточно большое количество исследователей в различных областях знаний, во многом опираясь на труды представителей концепции информационного общества.

Чем больше становится информации, чем быстрее она распространяется по всему миру и входит во все сферы жизни людей, тем больше встречается работ, где отмечается ее роль как главного фактора производства. Именно потому, что информации приписывают такую роль, современное общество стали называть информационным. И известная всем фраза «кто владеет информацией – владеет миром» продолжает укореняться в сознании людей и влияет на их поведение. В то же время выделять современное общество в особый тип – «информационное общество» – склонны не все. На конференциях, форумах по этой тематике сегодня можно встретить иную позицию исследователей, которые считают, что общество на любых этапах своего развития имеет дело с информацией, ее обменом и хранением, а сегодня лишь появились новые способы и возможности для этого.

С одной стороны, нельзя не согласиться с представителями концепции информационного общества. Так, ИКТ меняют современный мир, а количество информации, которую они передают, постоянно возрастает. С другой стороны, если обратиться к вопросу качества информации, то окажется, что наличие данных, определенной их базы, еще не говорит о наличии возможностей и способностей их правильного применения. В этой связи необходимо определять информационное общество не только как общество, которое базируется на основе ИКТ для передачи, хранения, обработки информации, но и как общество, которое на данной материальной основе овладело искусством управлять информацией для повышения своего благосостояния по всем аспектам. В свою очередь, процесс управления информацией требует определенных способностей людей, развитие которых и становится насущной проблемой в условиях становления информационного общества.

Несмотря на неэкономический характер рассматриваемой проблемы, которая, как правило, изучается в области философии, социологии, психологии, кибернетики и других наук, она все больше касается деятельности современных компаний. В бизнесе, как и в любой другой сфере общественных отношений XXI века, все четче проявляется проблема эффективного управления информацией. Так, эксперты Gartner [15] отмечают, что до 85% ведущих компаний мира уже к 2015 г. будут иметь проблемы с эксплуатацией информационных систем независимо от того, к какой сфере экономической деятельности они относятся.

Объем, разнообразие форматов и скорость поступления информации настолько велики, что традиционные инструменты уже не способны осуществлять эффективное управление. Длительное время ведущие компании отдавали предпочтение *Business intelligence* – инструментам, которые используются для преобразования, хранения, анализа, моделирования, доставки и трассировки информации, необходимой для выполнения задач и принятия решений. Сегодня многие компании ищут новые альтернативные технологии, позволяющие управлять не только структурированными, но и неструктурированными данными огромных массивов. Прежде всего, к ним относятся такие технологии, которые в профессиональных публикациях в области ИКТ встречаются под общим термином *Big Data*.

Наряду с облачными технологиями, социальными технологиями и мобильностью управление большими данными, по мнению специалистов IDC [14], определяют ландшафт цифровой отрасли на ближайшие годы. Согласно исследованиям консалтинговой компании *Bluefin Solutions* [16] эти технологии входят в основные компоненты, которые характеризуют новые движущие силы инноваций (рис. 1). В свою очередь, они включают гибкий, социальный, вычислительный и дизайнерский компоненты. Их освоение и развитие в современных компаниях становится необходимым условием для повышения конкурентоспособности в эпоху информационной революции. Очевидно, что традиционные подходы к управлению компаниями в новых условиях развития экономики и общества становятся неэффективными. Практика ведущих компаний мира показывает, что причиной их успеха является управление на основе компетентностного подхода.

На сегодняшний день концепция компетентностного управления еще недостаточно исследована и не получила комплексного научного обоснования.

Если учитывать, что «компетенция» является интегрирующей категорией, которая включает в себя категории «идея», «информация», «интеллект» и «знание» [17, с. 28], то в общем виде под *компетентностным управлением* можно понимать процесс создания в компании условий для активизации деятельности интеллектуальных работников с целью получения особенных, специфических знаний на базе постоянно изменяющейся информации, которые дают возможность генерировать новые полезные идеи для сообщества потребителей.

Отличительной чертой компетентностного управления в инфокоммуникационных компаниях является то, что здесь сообщество потребителей как участники сетей становятся со создателями инфокоммуникационных услуг и продуктов. При этом, как показывают исследования [11], сами инфокоммуникационные компании, так или иначе, являются создателями и/или участниками разнообразных сетей через корпоративную систему участия, технико-технологическое взаимодействие и формы межфирменных отношений по развитию бизнеса в маркетинговом, инновационном, социальном и других аспектах.

В новых условиях инфокоммуникационных компаниям важно иметь уникальные корпоративные компетенции, которые являются основой их конкурентных преимуществ и в то же время – условием входа в цифровую бизнес-сеть в качестве партнера, участвующего в создании ценности для сообщества потребителей.

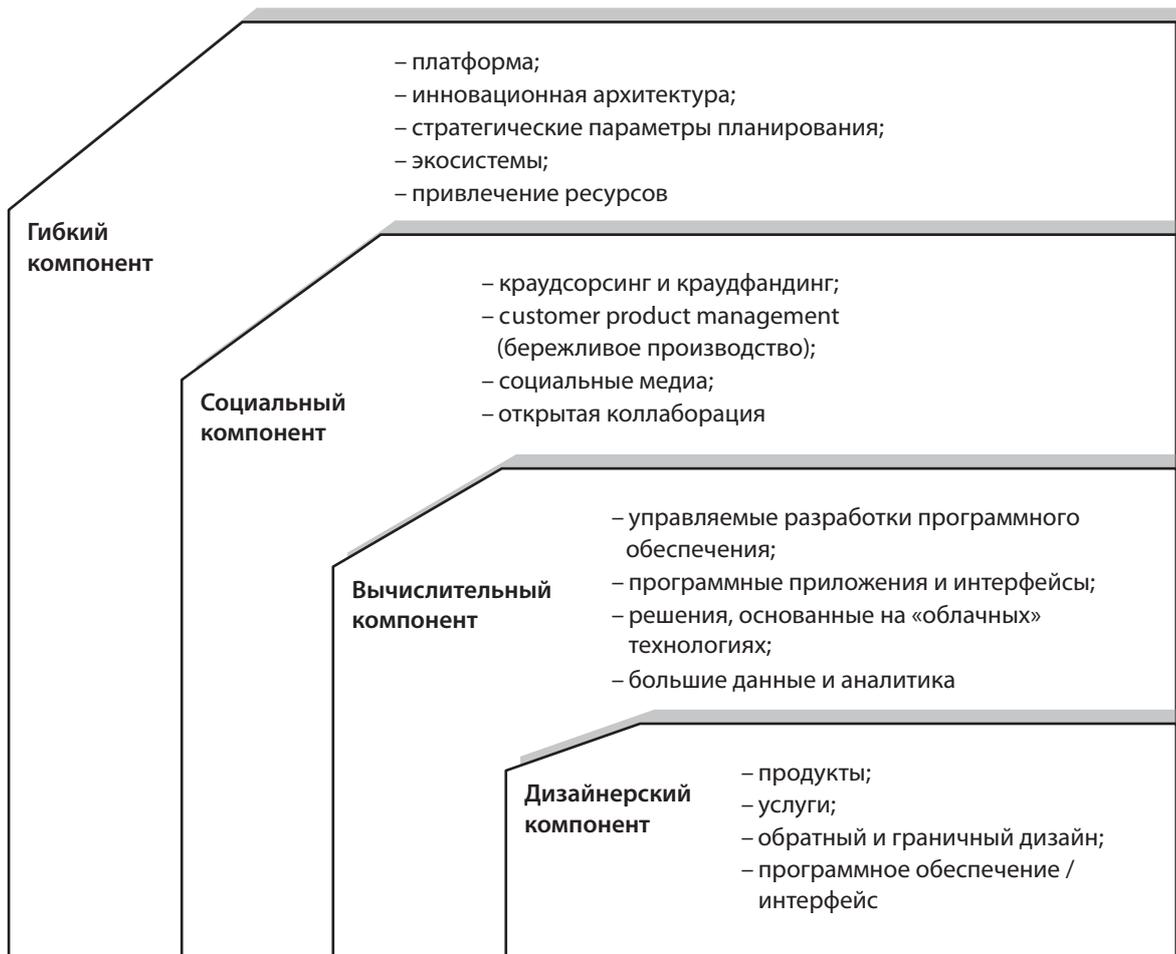


Рис. 1. Новые движущие силы инноваций*

* Вольный перевод источника [16].

Очевидно, что сегодня в область компетентностного управления инфокоммуникационных компаний должны входить такие технологии, которые соответствуют новым движущим силам инноваций. В табл. 1 представлена их социальная компонента на примере ведущих компаний мира в сфере ИКТ.

Из табл. 1 видно, что для формирования корпоративных уникальных компетенций инфокоммуникационные

компании прибегают к технологиям, которые используют ресурс коллективного разума (например, краудсорсинг, который описан в работе Дж. Хау [18]).

Рассмотренные компании занимают ведущие места во многих международных рейтингах консалтинговых агентств и профессиональных изданий. Данные по некоторым из них представлены в табл. 2.

Таблица 1

Социальные технологии компетентностного управления в инфокоммуникационных компаниях*

Компания	Социальные технологии	Пример	Уникальные компетенции
Google	Социальные медиа	Google Plus – проект социальной сети	Способность формировать партнерские отношения с потребителями
	Открытая коллаборация: создание коворкинг-пространства с использованием элементов краудсорсинга	Googleplex – кампус в Маунтин-Вью, (например, здесь проводится саммит «Top Contributors Summit»)	Способность формировать команду и создавать условия для генерирования новых идей, обмена информацией и др.
Apple	Краудсорсинг и краудфандинг	Apple WorldWide Developers Conference (WWDC)	Способность создавать условия для генерирования новых идей и сбора средств для их реализации
Microsoft	Открытая коллаборация: создание коворкинг-пространства, использование краудсорсинга и краудфандинга	Microsoft Ventures – центр поддержки стартапов	Способность находить талантливых ИТ-специалистов для создания инновационных технологий и др.

* Составлено автором.

Показатели деятельности ведущих компаний мира в сфере ИКТ*

Организация/ Рейтинг/Год	Показатели деятельности компании	Информация о ведущих компаниях сферы ИКТ					
		Google		Apple		Microsoft	
		Показатель	Место в рейтинге	Показатель	Место в рейтинге	Показатель	Место в рейтинге
Financial Times/FT Global 500/2014	Рыночная капитализация, млрд долл.	313,0	4	478,77	1	340,22	3
The BrandZ™/Top 100 Most Valuable Global Brands/ 2014	Стоимость бренда, млрд долл.	158,843	1	147,880	2	90,185	4
Bluefin Solutions/ Global top 50 most innovative companies/2014	Инновационность, оценка индекса	97	2	83	12	96	3

* Составлено на основе данных отчетов Financial Times, Millward Brown, Bluefin Solutions.

Как свидетельствует практика современного бизнеса, те компании, где модели управленческих компетенций являются гибкими и отвечают условиям становления информационного общества, являются наиболее желаемыми для работы талантливых высококвалифицированных специалистов. Так, последние годы первое место среди наилучших работодателей США занимает международная корпорация «Google». Количество ее сотрудников за последние 7 лет увеличилось в 5 раз и в 2014 г. превышает 25 тыс. занятых. Несмотря на достаточно большие размеры, компании удается поддерживать инновационный дух среди сотрудников, развивать компетенции и корпоративную культуру на всех уровнях.

Среди ряда управленческих компетенций, которые обеспечили компании «Google» конкурентные преимущества в цифровой отрасли, следует отметить ту, которой владеют топ-менеджеры с самого начала существования компании. Речь идет о такой важной компетенции, как умение формировать команду. Об этом свидетельствуют данные опросов сотрудников Google, которые считают, что у них сплоченный коллектив, и именно это чувство командного духа помогает им развиваться дальше.

Наличие уникальной компетенции «умение формировать команду» позволяет компании быстро адаптироваться к изменяющимся условиям в эпоху информационной революции. Кроме возможностей создать сплоченный коллектив высококвалифицированных специалистов, которые в процессе творческой самореализации стремятся к корпоративным результатам, компания расширяет область своих компетенций на построение партнерских отношений с потребителями.

Используя социальные медиа и создавая коворкинговые пространства с использованием элементов краудсорсинга, компания «Google» развивает свои уникальные корпоративные и управленческие компетенции. Умея создать условия для генерирования новых идей и обмена информацией, компания формирует свое сообщество, куда могут входить различные категории ее партнеров (в т. ч. сотрудники, потребители, представители других компаний, фрилансеры и др.). Любой из них может стать участником инновационных проектов. Сама компания становится средством, которое позволяет облегчить реализацию идей

сотрудников. В теории вопроса подобный тип отношений между компанией и ее сотрудниками представлен в работе Т. Питерса, который интерпретирует концепцию Э. Фримена и Д. Гилберта [19].

Если посмотреть на изменение позиций компании «Google» за десять лет, то можно обнаружить, что ее подход к управлению деятельностью приводит к успешным результатам (табл. 3).

Таблица 3

Изменение позиций компании «Google» в рейтинге FT-500, 2005 – 2014 гг.*

Год	Рыночная капитализация, млрд долл.	Место в рейтинге FT-500
2005	21	279
2006	81	60
2007	105	51
2008	104	56
2009	84	39
2010	139	30
2011	147	28
2012	165	25
2013	212	15
2014	313	4

* Составлено на основе данных отчетов Financial Times.

ВЫВОДЫ

Таким образом, в современных условиях опыт ведущих компаний в сфере ИКТ показывает, что в эпоху информационной революции каждой компании необходимо овладеть искусством управления информацией с тем, чтобы уметь ее использовать в целях обеспечения своих конкурентных преимуществ. В свою очередь, компетентный подход к управлению является «мейнстримом» в практике современного бизнеса и требует детального изучения со стороны научных школ в междисциплинарных областях знаний, включая экономическую теорию, менеджмент, социологию, психологию и другие науки. Необходи-

димість подібного роду досліджень обумовлена новими движущими силами інновацій компаній, які включають неекономічні компоненти. В цьому контексті перспективами подальшого дослідження на рівні фундаментального аналізу являються питання про вивчення процесів інтелектуалізації та соціалізації в діяльності сучасних компаній. В прикладному аспекті ще недостатньо вивченими залишаються конкретні механізми та технології компетентного управління. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. **Уэбстер Ф.** Теории информационного общества / Фрэнк Уэбстер / Пер. с англ.; Под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
2. **Расселл А.** Информационная революция: Путь к корпоративному разуму / А. Расселл, Г. Миллер, Дж. Дэвис / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 253 с.
3. **Hammer M.** Beyond Reengineering. How the Process-Centered Organization Is Changing Our Work and Our Lives / M. Hammer. – N.Y.: Harper Business, 1997. – 304 p.
4. **Хамел Г.** Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г. Хамел, К. К. Прахалад / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 288 с.
5. **Нордстрем К.** Бизнес в стиле фанк / К. Нордстрем, Й. Риддерстрале / Пер. с англ. – СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. – 279 с.
6. **Прахалад К. К.** Будущее конкуренции. Создание уникальной ценности вместе с потребителями / К. К. Прахалад, М. Рамасвами / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 352 с.
7. **Ким В. Чан.** Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / В. Чан Ким, Р. Моборн / Пер. с англ. И. Ющенко. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 304 с.
8. **Пусенкова И. В.** Методология анализа развития отношений от экономики к интеллекту: монография / И. В. Пусенкова. – Одесса: Астропринт, 2001. – 288 с.
9. **Пусенкова И. В.** Информационное общество – человек-интеллект / И. В. Пусенкова, Т. Е. Тиханова, С. В. Мартыновский // Наукові праці ОНАЗ ім. О. С. Попова. – 2002. – № 1. – С. 116 – 122.
10. **Мартыновский С. В.** Эволюция капитала и становление нового общества (теория и практика): монография / С. В. Мартыновский. – Одесса: Друк, 2005. – 192 с.
11. **Кораблинова И. А.** Анализ природы цифровой бизнес-сети в контексте глобальной экономической трансформации / И. А. Кораблинова, В. А. Коляденко, М. Б. Проценко // Збірник наукових праць ОНАЗ ім. О. С. Попова. – Одеса, 2013. – С. 159 – 164.
12. **Шульцева В.** Мировой цифровой ринг: тенденции, метаморфозы, цифры, прогнозы / В. Шульцева // IT-News. – 2013. – № 1 (204). – С. 18 – 21.
13. **Шульцева В.** Мировой цифровой ринг: тенденции, метаморфозы, цифры, прогнозы / В. Шульцева // IT-News. – 2013. – № 5 (208). – С. 12 – 15.
14. **The Digital Universe in 2020: Big Data, Bigger Digital Shadows, and Biggest Growth in the Far East** [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.emc.com/collateral/analyst-reports/idc-the-digital-universe-in-2020.pdf>
15. **Big Data** [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.gartner.com/technology/topics/big-data.jsp>
16. **The Bluefin Solutions Elastic Innovation Index – 2014.** Global top 50 most innovative companies [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.bluefinsolutions.com/Bluefin/media/Bluefin/PDFS/Bluefin-Solutions-Elastic-Innovation-Index-2014-Global-top-50-most-innovative-companies-%282%29.pdf>
17. **Гранатуров В. М.** Конкурентоспособность телекоммуникационных компаний: проблемы теории та практики управління: монографія / В. М. Гранатуров, І. А. Кораблинова. – Київ: КАФЕДРА, 2012. – 320 с.

18. **Хау Дж.** Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Дж. Хау / Пер. с англ. – М.: Альпина Паблшер, 2012. – 288 с.

19. **Питерс Т.** WOW-факторы: пора потрясти воображение людей! / Т. Питерс / Пер. с англ. – М.: Эксмо, 2011. – 496 с.

REFERENCES

- “Big Data”. <http://www.gartner.com/technology/topics/big-data.jsp>
- Chan Kim, V., and Moborn, R. *Strategija golubogo okeana. Kak najti ili sozdat rynek, svobodnyy ot drugikh igrokov* [Blue Ocean Strategy. How to find or create a market, free from other players]. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber, 2012.
- Hammer, M. *Beyond Reengineering. How the Process-Centered Organization Is Changing Our Work and Our Lives*. New York: Harper Business, 1997.
- Hranaturov, V. M., and Korablinova, I. A. *Konkurentospromozhnist telekomunikatsiinykh kompanii: problemy teorii ta praktyky upravlinnia* [Competitive telecommunications companies: problems of theory and practice of management]. Kyiv: KAFEDRA, 2012.
- Korablinova, I. A., Koliadenko, V. A., and Protsenko, M. B. “Analiz prirody tsyfrovoy biznes-seti v kontekste globalnoi ekonomicheskoi transformatsii” [Analysis of the nature of digital business network in the context of global economic transformation]. *Zbirnyk naukovykh prats ONAZ im. O. S. Popova* (2013): 159-164.
- Khamel, G., and Prakhald, K. K. *Konkuriruiya za budushchee. Sozdanie ryнков zavtrashnego dnia* [Competing for the Future. Creating markets of tomorrow]. Moscow: Olimp-Biznes, 2002.
- Khau, Dzh. *Kraudsorsing. Kollektivnyy razum kak instrument razvitiia biznesa* [Crowdsourcing. Collective Intelligence as a business development tool]. Moscow: Alpina Publisher, 2012.
- Martynovskiy, S. V. *Evolutsiia kapitala i stanovlenie novogo obshchestva (teoriia i praktika)* [Evolution of capital and the emergence of a new society (theory and practice)]. Odessa: Druk, 2005.
- Nordstrem, K., and Ridderstrale, Y. *Biznes v stile fank* [Funky Business]. St. Petersburg: Stokgolmskaia shkola ekonomiki, 2005.
- Pusenкова, I. V. *Metodologiya analiza razvitiia otnosheniy ot ekonomiki k intellektu* [Methodology of the analysis of the relations of the economy to the intellect]. Odessa: Astroprint, 2001.
- Pusenкова, I. V., Tikhanova, T. E., and Martynovskiy, S. V. “Informatsionnoe obshchestvo - chelovek-intellekt” [Information society – human-intelligence]. *Naukovi pratsi ONAZ im. O. S. Popova*, no. 1 (2002): 116-122.
- Prakhald, K. K., and Ramasvami, M. *Budushchee konkurentsii. Sozdanie unikalnoy tsennosti vmeste s potrebiteliymi* [Future competition. Creating unique value with customers]. Moscow: Olimp-Biznes, 2006.
- Piters, T. *WOW-factory: pora potriasti voobrazhenie liudey!* [WOW-factors: time to shake people's imagination!]. Moscow: Eksmo, 2011.
- Rassell, A., Miller, G., and Devis, Dzh. *Informatsionnaia revoliutsiia: Put k korporativnomu razumu* [The Information Revolution: The Path to Corporate reason]. Moscow: Alpina Biznes Buks, 2008.
- Shultseva, V. “Mirovoy tsyfrovoy ring: tendentsii, metamorfozy, tsifry, prognozy” [World Digital ring trends, metamorphoses, figures, forecasts]. *IT-News*, no. 1 (204) (2013): 18-21.
- Shultseva, V. “Mirovoy tsyfrovoy ring: tendentsii, metamorfozy, tsifry, prognozy” [World Digital ring trends, metamorphoses, figures, forecasts]. *IT-News*, no. 5 (208) (2013): 12-15.
- “The Digital Universe in 2020: Big Data, Bigger Digital Shadows, and Biggest Growth in the Far East” <http://www.emc.com/collateral/analyst-reports/idc-the-digital-universe-in2020.pdf>
- “The Bluefin Solutions Elastic Innovation Index - 2014. Global top 50 most innovative companies”. <http://www.bluefinsolutions.com/Bluefin/media/Bluefin/PDFS/Bluefin-Solutions-Elastic-Innovation-Index-2014-Global-top-50-most-innovative-companies-%282%29.pdf>
- Uebster, F. *Teorii informatsionnogo obshchestva* [Theories of the Information Society]. Moscow: Aspekt Press, 2004.