

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Интернет-парк сообщества рекламных предприятий

Юренас Гинтаре Альгирдасовна

Аспирант

Академия Медиаиндустрии, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: g.yurenas@gmail.com

Модернизация экономики России невозможна без вывода на рынок высокотехнологичных продуктов, технологии и инновации должны приносить прибыль. Для этого необходимо создание инфраструктуры поддержки инноваций [13].

Реализация инновационной политики - один из способов выхода из кризиса, возможность для ускоренного роста экономики. В настоящее время главенствующей формой объектов инновационной инфраструктуры являются технопарки [1, 8, 14, 15].

Наиважнейшая задача технопарков- формирование новой технологической и коммуникативной среды, в которой быстро формируется качественно новое знание, что и является базой для инноваций [6].

При переходе от индустриального общества к информационному [4], профессиональные сообщества, рынки, отрасли получили оперативный доступ к информации, возможности обмена знаниями, а также возможности глобальной торговли. WEB 2.0 [5] и рост доступности информационных технологий представляют инструменты сотрудничества, конкуренции и создания ценностей практически каждому. Благодаря этому все могут свободно участвовать в процессе инноваций и создания ценностей в каждой отрасли производства [10, 11].

Определяющая коммуникативная роль технопарков состоит в том, что все предприятия располагаются на ограниченной территории, одновременно это же является и недостатком, поскольку число резидентов и состав сотрудников конечно, и если и меняется, то не значительно. К спорным преимуществам относится также территориальная привязанность этих объектов. В рамках неоклассической школы на протяжении последних десятилетий происходила эволюция моделей регионального роста, однако и в ранних, и в поздних моделях предполагается тенденция к выравниванию межрегиональных различий [3].

С развитием сети интернет и роста числа персональных компьютеров необходимость в собрании группы разработчиков на одной территории отпала. С началом Мирового финансового кризиса Технопарки для коммерческих предприятий стали просто дорогими офисами, попав под статью сокращения затрат предприятия.

На состоявшейся в 2009г. Всемирной конференции по научным - технологическим паркам [16] назвали ситуацию, сложившуюся к концу 2008г, «началом конца» технопарков.

Мировой финансовый кризис 2008г. внес большие изменения в сферу ведения коммерческой деятельности. Предприятия переместили значительную часть бизнес-процессов в интернет, стали искать новые способы эффективной коммуникации со своими потребителями, партнерами, и даже конкурентами.

Спрос на инновации вырос, но технопарки оказались несостоятельными в новых экономических условиях. Инновационные разработки, генерируемые университетами, составляют в настоящее время меньше половины общего инновационного потока [16].

Виртуальные R

D –сети сделали большой скачок в своём развитии во время Мирового финансового кризиса, позволяя компаниям поддерживать инновации в период жесткой экономии, предоставляя больше гибкости и требуя меньше финансовых затрат [7]. Во время каждого экономического спада этот плацдарм расширяется, и на сегодняшний день половина всех инноваций приходит из исследовательских групп весьма виртуализированных: члены группы разработок встречаются только на нескольких последних этапах проекта [15].

На рассматриваемом в работе рекламно-производственном рынке сложилась ситуация нехватки средств ведения коммерческой деятельности предприятий в сети, отсутствие инструментов коммуникации и каналов трансфера инноваций, ценность которых беспрецедентно возросла во время экономической рецессии.

Согласно проведенным исследованиям, коммуникации на рекламно-производственном рынке России, в основном, ограничиваются форумами и досками объявлений. С началом Мирового экономического кризиса назрела потребность в более качественном взаимодействии, стали актуальными такие формы бизнес-коммуникаций как бартер, аукцион, тендерная площадка, а также блоги и другие форматы, обусловленные популярностью социальных сетей.

При этом, темпы развития информационного общества значительно опережают темпы развития бизнес-коммуникаций и позволяют обеспечить поток инноваций в отрасли более эффективно, чем технопарки. Новые концепции, существующие только в сети (такие, как краудсорсинг, peer production), полностью отвечают нуждам субъектов рынка [2, 9, 12, 11].

В качестве инструмента для развития рекламно-производственного рынка в настоящей работе предложена модель интернет-парка сообщества рекламных предприятий. Интернет-парк представляет собой коммуникативную структуру, объединяющую все коммуникации сообщества предприятий рекламно-производственного рынка в одно целое. Основанная на передовых концепциях совместной деятельности в интернет, разработанная с учетом потребностей в коммуникативном и опыте использования ресурсов web 2.0 участниками рынка, эта модель призвана обеспечить возможности для эффективной коммуникации, генерации и трансфера инноваций субъектами рынка.

Литература

1. Аллен Д., Берр Д., Бродхерст Т., Брэйлсфорд С. Технопарки: организация и управление. М., 1997.
2. Друкер П. Рождение новой организации // Управление знаниями: лучшие статьи Harvard Business Review. М., 2006. С. 57-89.
3. Кузнецова О.В. Мировой и российский опыт региональной экономической политики // Мировая экономика и международные отношения. 2008. №. 32. С. 23-27.
4. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. Киев, 2004.
5. О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютерра. 2005. №. 10. С. 14-16.

6. Паньшин Б.Н. Технопарк - машина коммуникаций // Новые технологии. 2004. №. 32. С. 17-20.
7. Тапскотт Д. Викиномика: как массовое сотрудничество изменяет все. Спб., 2009.
8. Фияксель Э.А. Технопарки как элемент инновационной экономики // Инновации. 2009. №. 1. С. 73-77.
9. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М., 2007.
10. Coakes E., Clarke S. Encyclopedia of Communities of Practice in Information And Knowledge Management. London: Idea Group Reference. 2006.
11. Etienne W, McDermott R., Snyder W. Cultivating Communities of Practice: A Guide to Managing Knowledge. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press. 2002.
12. Yochai, B. The wealth of networks : how social production transforms markets and freedom. London: Yale University Press. 2006.
13. Ассоциации технопарков в сфере высоких технологий <http://nptechnopark.ru>
14. Все о технопарках: ресурс Министерства связи и коммуникаций <http://www.technoparks.ru>
15. Технопарк "Сколково"<http://community.sk.ru/technopark/>
16. Международная Ассоциация Технопарков <http://www.iasp.ws>