Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное организация высшего образования
«Донецкий национальный университета экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

На правах рукописи

Дещенко Александра Юрьевна

СТРАТЕГИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

специальность 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика
(экономика сферы услуг)

Диссертация
на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Научный консультант:
доктор экономических наук,
профессор Возиянова Н.Ю.

Донецк – 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ……. 5

РАЗДЕЛ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТАНОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ И УСЛУГ…… 20

1.1 Теоретический базис и генезис экономики знаний и услуг 20

1.2 Глобализация экономики и технологические инновации как предпосылки формирования и развития экономики знаний…… 45

1.3 Концепция развития института услуг в экономике знаний…… 62

Выводы по разделу 1…….. 81

РАЗДЕЛ 2 ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМЫ УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ……. 84

2.1 Анализ проблемы смысла и выбора вектора развития науки как услуги в экономике знаний …… 84

2.2 Исследование рынка знаниевых услуг в современной нестабильной институциональной среде…….. 103

2.3 Моделирование развития науки, общества и экономики на ее основе в экономике знаний……. 123

Выводы по разделу 2 …… 138

РАЗДЕЛ 3 МОНИТОРИНГ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ……... 140

3.1 Институциональная трансформация форм университетов в экономике знаний……... 140

3.2 Мониторинг развития рынков знаниевых услуг в омниканальной институциональной среде……... 158

3.3 Научно-методический подход к оценке рисков предприятий в экономике знаний…… 179
Выводы по разделу 3…… 197

РАЗДЕЛ 4 АНАЛИЗ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ... 200
4.1 Развитие предпринимательства на инновационной основе и проблема формирования человеческого капитала в экономике знаний……... 200
4.2 Академическое предпринимательство, его институциональные особенности и векторы архитектуры моделей развития в экономике знаний……... 214
4.3 Архитектоника знаниевых услуг в потенциале предприятия в экономике знаний…… 231
Выводы по разделу 4……. 248

РАЗДЕЛ 5 ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ…… 251
5.1 Организационно-информационный дизайн института услуг в экономике знаний…….. 251
5.2 Стратегия и инструментарий экосистемно-институционального развития института услуг в экономике знаний…… 269
Выводы по разделу 5…….. 290

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ……. 293
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ …… 302
ПРИЛОЖЕНИЯ……. 343

ПРИЛОЖЕНИЕ А – Структура региональной популярности запроса «экономика знаний»……... 343
ПРИЛОЖЕНИЕ Б – Установочно-целевое обоснование анкеты ……... 355
ПРИЛОЖЕНИЕ В – Анкета ……. 363
ПРИЛОЖЕНИЕ Г – Результаты анкетирования……. 369
ПРИЛОЖЕНИЕ Д – Справки о внедрении результатов диссертационной работы ……. 378

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В условиях глобальных трансформаций, обусловленных научно-техническим прогрессом и технологиями, затрагивающими глубинные процессы влияния на человека как индивида, развития конкуренции приобретает новый смысл. Товарное производство все больше перемещается в сферу услуг, когда изменяется роль услуг и требуется их институционализация с четким пониманием сути, многообразия видов, технологий применения, затрагивающих не только безопасность страны, субъектов хозяйствования, но и самого человека, как биологического вида, через работу субъектов управления с его (человека) психикой, его целеполаганием, волей, действиями. Осуществляемые воздействия представляют собой новое структурирование жизни человека в агрессивной/небезопасной для него среде (онлайн, офлайн, смешанной), формируемой «новой экономикой» и требующих новых стратегий, адекватных современным вызовам, что и определяет актуальность темы исследования.

Актуальность темы с точки зрения теории заключается в недостаточной разработанности теоретико-методологических основ и прикладных механизмов формирования стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний. Важность решения таких задач усиливается в современных условиях широкого распространения Internet, растущей степени цифровизации всего, использования информационно-коммуникационных и цифровых технологий, а также в связи с интеграционными процессами вхождения Донецкой Народной Республики в состав Российской Федерации как субъекта, имеющего научный и инновационный потенциал, который должен быть задействован на благо развития страны.

Актуальность темы с точки зрения практики заключается в выработке научно обоснованных подходов к организационно-информационному дизайну института услуг в экономике знаний; формированию стратегии и выбору

инструментария экосистемно-институционального развития института услуг в экономике знаний.

Степень разработанности проблемы. В диссертации использованы результаты исследований отечественных и зарубежных ученых, наработки которых стали фундаментом для формирования научной методологической базы, позволили очертить круг задач, имеющих первостепенную важность для разработки стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний. Весомым вкладом в становление и развитие экономики знаний с учетом современных процессов глобализации и исторического пути развития общества и институтов стали работы таких ученых как Д. Белл, Ф. Махлуп, А. Тойнби, К. Шваб, Т. Меллери, Е. Авдокушин, А. Фурсов, С. Бодрунов, С. Глазьев, А. Чулок, Е.А. Сысоева, Й. Роутти, Н. Хомский, В.Л. Макаров, В.И. Маевский, С.Г. Кирдиной-Чэндлер, Н.А. Каморджанова, В.П. Колесов, М. Френсмен; формирования человеческого капитала, факторов, особенностей, инструментов и перспектив развития человека/человеческого общества – Л. Коваленко, А. Тарасова, Л. Клыкова.

Особую значимость для формирования систем, институтов, их проектированию, управлению и анализу имеют исследования таких ученых как Л. Берталанфи, Дж. О′коннор, Я. Мак-Дермотт, Ю.И. Черняк, В.Г. Шорин, Л. Дэвидс, В.С. Джевонс, А.А. Гриценко, Д.С. Норт, Г. Саймон, Р. Коуз, Г.Б. Клейнер, О.И. Уильямсон, Э. Фуруботн, Р. Рихтер, Е.В. Савченко, Ф.А. Хаек, А.Ю. Чаленко, С. Шапиро, Х. Вариан, Дж. Л. Майкл, М. Олсон, А.А. Садеков, К. Эрроу, С. Чанг.

Развитию теории и практики потребительского рынка, предприятий сферы услуг, исследованию трансакционных издержек, информации и их влиянию на развитие предприятий, формирование их стратегий посвящены работы Е.М. Азарян, О.И. Ананьина, И.А. Ангелиной, С.Б. Алексеева, Н.И. Алексеевой, Л.В. Балабановой, М.В. Васильева, Н.Ю. Возияновой, Д.Э. Возиянова, А.Н. Германчук, Л.И. Донец, Ф. Котлера, В.Д. Малыгиной, А. Маршалла; информационного воздействия, роли СМИ, информационных

войн в т.ч. в мире науки – А.В. Савицкий, А.М. Харитонов, Т.А. Цехлидзе; исследованию развития сферы услуг, а также специального и дополнительного профессионального образования на основе НИЭТ, теорий интереса, поколений и с использованием современного инструментария – А.А. Азаряна, И.Е. Дорониной, Р.Н. Лепы, И.Ю. Беганской, В.Н. Тисуновой, И.В. Чугункиной, О.В. Филипповой.

Вопросам развития теории управления, практики становления инновационного предпринимательства – Ф. Никсон, И.П. Пинниго, Дж. Шумпетера, С.А. Рахимова, С.О. Читанова, А.П. Садуллаева; изучению трансформационных процессов в системе образования, соответствующих становлению и развитию экономики знаний, формированию человеческого капитала – О.В. Денисова, Н.В. Коваленко, А. К. Муромцева, О.С. Сухарев, С. Маргинсон; инновационного развития, создания инноваций, их трансфера и коммерциализации, становления академического предпринимательства – С. А. Жукова, Е.В. Хегай, М.Д. Филаткина, И.Д. Филаткина, Р. Гримальди, М. Кенни, Д. С. Сигел, М. Райт, А. Ф. Сикула, М. С. Вуд, М. Райт, Дж. Чжан; становлению новой парадигмы в сфере образования, реализации трех миссий университета посвящены работы Е.И. Ерохиной, Н.М. Паньковой, С.Э. Сорокина, М.В. Хованской.

Несмотря на уже проведенные ранее исследования в этом направлении, прослеживается отсутствие концептуальной ясности и недостаточность теоретических и практических разработок в части решения проблемы формирования стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний, что и обусловило выбор темы диссертации, ее целевую установку, содержание и перечень решаемых задач.

Цель и задачи исследования. Целью работы стало обоснование и разработка теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по формированию стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний.

Для достижения поставленной цели в работе сформулированы и решены следующие задачи:

рассмотрен теоретический базис и генезис экономики знаний и услуг;

исследована глобализация экономики и технологические инновации как предпосылки формирования и развития экономики знаний;

разработана концепция развития института услуг в экономике знаний;

проведен анализ проблемы смысла и выбора вектора развития науки как услуги в экономике знаний;

исследован рынок знаниевых услуг в современной нестабильной институциональной среде;

проведено моделирование развития науки, общества и экономики на ее основе в экономике знаний;

проанализирована институциональная трансформация форм университетов в экономике знаний;

проведен мониторинг развития рынков знаниевых услуг в омниканальной институциональной среде;

сформирован научно-методический подход к оценке рисков предприятий в экономике знаний;

проанализировано развитие предпринимательства на инновационной основе и проблема формирования человеческого капитала в экономике знаний;

исследовано академическое предпринимательство, его институциональные особенности и векторы архитектуры моделей развития в экономике знаний;

рассмотрена архитектоника знаниевых услуг в потенциале предприятия в экономике знаний;

предложены рекомендации по моделированию организационно-информационный дизайн института услуг в экономике знаний;

разработана методология формирования стратегии экосистемно-институционального развития института услуг в экономике знаний.

Объектом исследования явились процессы формирования стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний.

Предметом исследования стали теоретические, методические и прикладные аспекты формирования стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний.

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг) в части пунктов: п. 4.1 «Теоретико-методологические основы анализа проблем развития отраслей сферы услуг»; 4.5 «Формирование и функционирование рынков услуг»; 4.11 «Экономика образования»; 4.17 «Государственно-частное партнерство в сфере услуг»; 4.20 «Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг».

Гипотеза исследования заключается в том, что в экономике знаний стратегия развития общества в созидательном ключе (созидательная стратегия) должна быть гармонизированной, в которой Человек признан ценностью и является частью экосистемы, позволяющей ему развиваться, удовлетворять его разумные потребности наилучшим и эффективным способом. Для этого целесообразно применять амбидекстрийную модель стратегирования (непрерывного процесса формирования, координации и регулирования) и одноименную стратегию для разработки и последующей реализации общей стратегии развития (формируемой через применение мобилизационного управления – на уровне государства, межгосударственных структур) с учетом реализации распределенного управления по уровням (территорий, организаций, предприятий и т.п.), объединенных в экосистему игроков/команд-амбидекстров и потребителей, что требует широкомасштабной маркетинговой работы на всех уровнях, направлениях (целевых), средах (онлайн, офлайн, омниканальной) с применением Интернета, информационно-коммуникационных технологий, разнообразного инструментария.

Научная новизна полученных результатов. Основной научный результат диссертационной работы заключается в разработке теоретико-методологических основ формирования стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний. Научная новизна обоснованных автором положений и рекомендаций заключается в следующем:

впервые:

разработана концепция развития института услуг в экономике знаний, базирующаяся на исторической хронологии промышленных революций как основы индустриального развития современный этап которого представляет собой цивилизационную революцию и характеризуется экономикой знаний, где базовой единицей являются услуги (знаниевые, производственно-коммерческие, потребительские), которые в своей совокупности являются составляющими института услуг, что позволяет разработать стратегию обеспечивающую развитие, базирующуюся на экосистемно-институциональном подходе, поддерживаемую маркетингом;

обоснован экосистемно-институциональный концепт развития института услуг в экономике знаний, составляющими которого является два вида экономик: экономика, основанная на знаниях (инновационная экономика) и экономика самих знаний и услуг (производство знаний, их воспроизводство, коммерциализация), которые требуют формирования полноценного института услуг, включающего знаниевые услуги и сервисные услуги, что позволяет создавать экосистемы на базе Интернета, цифровизации, информационно-коммуникационных технологий и других инноваций;

доказана целесообразность реализации университетом четвертой миссии – интегративной, предложен механизм ее реализации, в котором университет выступает в качестве интегратора – связующего звена в работе разных систем между стейкхолдерами и участниками экосистемы, являясь платформой, объединяющей площадки для обмена идеями, знаниями, проведения исследований; супермаркетом идей/проектов/разработок и услуг, а также предоставляя площадки для выставок и ярмарок научных достижений;

усовершенствовано:

структурная модель экономики знаний и института услуг, базирующаяся на системно-комплексном подходе и отличающаяся тем, что экономика знаний представлена как двуединое целое интеграции двух направлений/институционализированных систем: экономики, основанной на знаниях (т.е. «инновационной экономики») и экономике самих знаний (где важной составляющей является знаниевая услуга), опосредованные институтом услуг, что позволило уточнить состав услуг и выделить две основные их группы – знаниевые услуги и сервисные услуги;

предпосылки институционализации развития экономики знаний, отличающиеся необходимостью учета во взаимодействии «человек-человек» и не человека (алгоритмов, появления биосуществ в процессе реализации инноваций), требующих институционального определения их статуса, положения и т.п.; обобщением стимулов к дальнейшему развитию институциональной экономики знаний на основе развития гламурной и цифровой экономик, экономики совместного потребления, что позволит расширить спектр услуг при формировании стратегии работы субъектов хозяйствования в существующих нишах либо создавать и институционализировать новые;

модель архитектуры академического предпринимательства, отличающаяся систематизацией его видов – не коммерческое и коммерческое (формальное и неформальное) и форм – публично-просветительская, конструкторско-изобретательская и патентная деятельность; создание предприятий; экспертная деятельность, научно-исследовательская деятельность, трансфер персональных знаний, а также деятельность по передаче знаний, что позволит обоснованно осуществлять выбор спектра предоставления услуг при формировании стратегии развития субъекта хозяйствования;

научно-методологический подход к моделированию экосистемы как сети взаимоотношений/сетевого взаимодействия и амбидекстрийных

стратегий ее участников, отличающийся тем, что учитывает наличие угроз и вызовов (т.е. поликризиса), требующих мобилизационного управления в сфере образования и науки, а также распределенного управления субъектов экосистемы, где центральная роль отводится университетам-амбидекстрам, реализующим четыре миссии, что позволит реализовать государственно-частное партнерство через совместно формируемые и реализуемые стратегии развития, инноваций и института услуг в экономике знаний;

научно-методический подход к оценке рисков предпринимательской деятельности в условиях перехода к экономике знаний, который в отличие от существующих представляет собой систему шагов по определению и структурированию рисков предпринимательской деятельности на макро- и микроуровнях, систематизированных в девять групп на каждом уровне с конкретизацией номенклатуры рисков для последующего их анализа, что позволяет субъекту хозяйствования осуществить разработку мероприятий по их контролю и нивелированию;

получило дальнейшее развитие:

понятийный аппарат: *знаниевые услуги* – продукт интеллектуального труда исполнителя (предоставителя услуги), удовлетворяющий потребность заказчика (получателя услуги), имеющая ценность и цену, по которой достигнуто соглашение договаривающихся сторон (сторон взаимодействия); *институт услуг в экономике знаний* – система норм и правил, механизмов их реализации, гарантов и ответственности за оппортунистическое поведение, опосредующих взаимоотношения акторов и участников – производителей и потребителей услуг, затрагивающие все сферы жизнедеятельности человека и общества в экономике знаний; *академическое предпринимательство* – система отношений в части эксплуатации института услуг в экономике знаний, позволяющая создать образцовое предпринимательство, основанное на определенных канонах и традициях проведения научных изысканий и деятельности по их воплощению в реальную жизнь и ведения бизнеса на основе предприимчивости; *амбидекстрийная стратегия* субъекта – это выбор

субъектом равного следования сразу нескольким стратегиям через комбинирование и совмещение различных элементов (ресурсов, подходов, методов и способов) стратегии и инструментария (иногда считающихся несовместимыми), позволяющих эффективно достигать цели нестандартным способом; *инструменты влияния* – совокупность психотехнологий, технико-технологических средств и способов воздействия на человека, позволяющая осуществлять управление им через воздействие на его сознание и поведение в заданном ракурсе для достижения поставленных целей;

научные основы классификации знаниевых услуг по пятнадцати классификационным признакам: субъекту; типу; степени доступа; спектру предоставления и использования; форме; времени пользования; скорости проявления для получателя; среде предоставления; способу предоставления и охвату; используемым технологиям; форме инициирования предоставления услуг; форме конечного предоставления продукта; направленности; степени гарантии; качеству, что позволит решать задачи, связанные с управлением и развитием института услуг в экономике знаний;

организационно-экономическая модель формирования стратегии развития института услуг в экономике знаний, которая в отличие от существующих включает все основные элементы, позволяющие сформировать работоспособный полноценный институт, а именно: основополагающие для функционирования института нормы и правила (фреймированная надстройка системы); систему управления: субъект, процесс и его обеспечение, объект, обмен информацией; дополненную инфраструктуру, необходимую для подержания экономики знаний; механизм развития – от формирования задания, заказа до предоставления научных продуктов и услуг, служащих основой принятия решений при формировании стратегии и выработке последующих тактических действий;

обоснование принципов принятия стратегических решений, связанных с переходом к построению профессиональных университетов и возникающих при этом рисков, отличающихся учетом тенденций в развитии современных

университетов, связанных с разрушением системы коллегиального управления и их профессионализацией, которым дана характеристика, включающая пять направлений стратегических решений (проведение кадровой зачистки; ускоренного развития инфраструктуры поддерживающих профессий; агрессивную борьбу за время и пространство граждан и за новые целевые аудитории, а также демонтаж институциональных форм внутренней организации университета) и три вида риска (прогрессирующее неравенство внутри университета; прекращение выстраивания профессионального университета из-за необходимости вложения средств и отсутствия немедленной прямой финансовой отдачи, а также размывания картины стейкхолдеров, связанных с высшей школой или формированием экономики знаний), что позволит принимать взвешенные решения и выстраивать стратегии развития университета;

научно-методологический подход к формированию стратегии развития института услуг в условиях рынка, отличающийся учетом особенностей обмена товарами/услугами и идеям/знаниями, а также контекста мышления в традиционной логике и логике экономики знаний, позволяющих учитывать возникающее поле вариантов и возможностей при разработке стратегических и тактических действий на рынке.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическое значение полученных результатов определяется актуальностью цели и задач исследования, а также достигнутым уровнем разработанности исследуемых проблем, научной новизной, полученной в результате исследования, развитием теоретических и методологических положений и расширением подходов к решению проблем формирования стратегии становления и развития института услуг, которые могут стать основой для дальнейшего исследования экономики знаний.

Практическое значение полученных результатов заключается в том, что комплекс теоретико-методических и практических рекомендаций диссертационной работы может непосредственно использоваться при подготовке

и реализации решений в области формирования стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний.

Диссертация выполнена в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» в рамках выполнения госбюджетной темы № Г-2020-9 «Форсайт-исследования сферы товаров и услуг» (2020-2022 гг.), а также выполняемой по государственному заданию финансируемой НИР FRRZ-2023-0004/1023030700037-2-5.2.1 темы «Маркетинговый потенциал цифровой бизнес-среды на виртуальном рынке» (2023-2025). В указанных НИР определен и проанализирован спектр проблем, связанный с перестройкой и развитием экономики в связи с широким распространением цифровизации; исследованы инновации, проявляющиеся в NBIC-конвергенции; внедрением инновационных технологий Интернета; особенностями маркетингового управления поведением человека; развитием экономики услуг и экономики знаний; определены стратегические перспективы развития экономики на основе цифровизации, услуг и знаний; разработан экосистемный институционально-маркетинговый концепт развития услуг в экономике знаний.

Рекомендации по формированию стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний одобрены и внедрены в деятельность предприятий, организаций и учреждений ДНР: Администрации Ворошиловского района г. Донецка (справка № 1958/01.02-12исх от 30.08.2023), Областное управление рыночной торговли и услуг Донецкого облпотребсоюза (справка № 2307-04/1-1 от 27.07.2023); ООО «Центр инновационных технологий в экономике и управлении» (справка № 17 от 23.08.2023), ООО «УДК-ДОН» (справка № 119/2 от 12.07.2023).

Теоретико-методические результаты исследования используются в учебном процессе ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» и при преподавании дисциплин:

«Глобализация экономики и международный инновационный процесс», «Маркетинг услуг» (справка № 02.01./1197 от 30.08.2023 г.).

Методология и методы исследования. Теоретической и методологической основой диссертационной работы стали научные концепции, положения фундаментальных и прикладных исследований отечественных и зарубежных ученых по проблемам стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний, а также ряд принципов, теорий, приемов научного познания и институционально-аналитических методов, которые в совокупности позволили решить поставленные в работе задачи, проанализирована специальная, общеэкономическая научная литература и периодические издания. Информационная база исследования включает в себя законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность субъектов хозяйствования, материалы министерств, ведомств Донецкой Народной Республики и России, статистические материалы, отчеты международных организаций, научные труды отечественных и зарубежных специалистов-практиков, а также Интернет- и цифровые ресурсы и сервисы.

В исследовании использовались следующие методы: общенаучные: диалектический и исторический материализм, обобщение и группировка, абстрагирование, анализ и синтез, систематизация, индукция и дедукция, восхождение от абстрактного к конкретному, моделирование – для изучения теоретических вопросов по проблеме исследования формулирования определений, обоснования концептуальных положений формирования стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний и ее элементов; специальные: контент- и логический анализ, экономико-статистические методы – для определения особенностей, проблем и тенденций развития объекта исследования; методы опроса, анкетирования, фокус-групп, экспертных оценок – для исследования процессов, потребностей; методы гипотезы и эксперимента, кабинетного исследования – для разработки методик и их апробирования; метод построения таблиц и графический – для визуализации результатов обобщений и

анализа. Обработка данных осуществлена с использованием пакетов прикладных программ: Microsoft Office®, Microsoft Excel®, STATISTICA®.

Положения, которые выносятся на защиту получены в результате проведенного исследования, содержат элементы новизны, а именно:

разработана концепция развития услуг/института услуг в экономике знаний;

обоснован экосистемно-институциональный концепт развития услуг/института услуг в экономике знаний;

доказана целесообразность четвертой миссии университета как интегратора разных систем и предложен подход к механизму ее реализации;

структурная модель экономики знаний и услуг/института услуг;

предпосылки институционализации развития экономики знаний;

модель архитектуры академического предпринимательства;

научно-методологический подход к моделированию экосистемы как сети взаимоотношений/сетевого взаимодействия и амбидекстрийных стратегий ее участников;

научно-методический подход к оценке рисков предпринимательской деятельности в условиях перехода к экономике знаний;

организационно-экономического механизм стратегии развития института услуг в экономике знаний;

обоснование принципов принятия стратегических решений, связанных с переходом к построению профессиональных университетов и возникающих при этом рисков;

научно-методологический подход к формированию стратегии развития института услуг в условиях рынка;

понятийный аппарат: знаниевые услуги; сервисные услуги; институт услуг в экономике знаний; академическое предпринимательство; амбидекстрийная стратегия субъекта; инструменты влияния;

классификация знаниевых услуг по пятнадцати классификационным признакам.

Степень достоверности и апробация результатов. Диссертационная работа является результатом самостоятельных научных исследований автора. Сформулированные и обоснованные в диссертационной работе научные положения, выводы и рекомендации получены автором самостоятельно на основании всестороннего изучения процесса формирования стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний. Вклад автора в коллективно опубликованные работы конкретизирован в списке публикаций. Основные положения диссертационной работы докладывались и обсуждались на 16 научных конференциях/мероприятиях разного уровня и формата, проходивших в Донецке, (ДНР), Луганске (ЛНР), Рубцовске, Ухте (РФ), Риме (Италия), Токио (Япония), а именно:

– 12 международных: «Актуальные проблемы и перспективы трудоустройства выпускников образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования» (Донецк, 30 ноября 2021 г.); «Актуальные проблемы правового, экономического и социально-психологического знания: теория и практика» (Донецк, 20 мая 2021 г.); «Географические и экономические исследования в контексте устойчивого развития государства и региона» (Донецк, 11-12 ноября 2021 г.); «Донецкие чтения 2021: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности» (Донецк, 28-29 окт. 2021 г.); «Европейские научные дискуссии» (Рим, 01-16 фев. 2021 г.); «Наука, инновации и образование: проблемы и перспективы» (Токио, 15-17 янв. 2021 г. 2021 г.); «Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом» (Рубцовск, 27-28 мая, 2022 г.); «Налоговая система в условиях современных трансформаций» (Донецк, 24 ноября 2021 г.); «Севергеоэкотех–2020» (Ухта: УГТУ, 18-27 марта, 2020 г.); «Современная мировая экономика: вызовы и реальность» (Донецк, 07 декабря 2021 г.); «Современные тенденции развития математики и ее прикладные аспекты – 2021» (Донецк, 29 мая 2021 г.); «Экономика и маркетинг в XXI веке» (Донецк, 19-20 ноября, 2021 г.)

– 3 республиканских: «Информационное пространство Донбасса: проблемы и перспективы» (г. Донецк, 30 окт. 2020 г.); «Современные информационные технологии» (Донецк, 21 мая 2021 г.); Экономика, менеджмент, предпринимательство: актуальные проблемы теории и практики управления (Луганск, 14 апреля 2021);

– одном круглом столе: «Проблемы профессионализации управленческих кадров в контексте устойчивого развития Луганской Народной Республики» (Луганск, 18 мая 2021 г.).

Публикации. По результатам исследования опубликовано 39 научных работ, в том числе: 5 монографий, из которых одна – личная, 18 статей в научных специализированных изданиях, 16 материалов конференций. Общий объем публикаций – 52,3 печ.л., из которых 45,1 печ.л. принадлежат лично автору.

Структура и объем диссертационной работы. Диссертационная работа состоит из введения, пяти разделов, раскрывающих содержание темы исследования, заключения и списка литературы из 370 источников, приложений. Общий объем диссертации составляет 382 страницы.

РАЗДЕЛ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТАНОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ И УСЛУГ

1.1 Теоретический базис и генезис экономики знаний и услуг

Современное общество вступило в новый этап цивилизационного развития. Складывается новая общественно-экономическая формация. Ощутимо влияние научно-технического прогресса, проявляющегося в ускорении темпов жизни, скорости внедрения инноваций и широте их распространения. Импульсом развития Человечества был и остается интерес человека-исследователя к неизведанному, непознанному. В последнее десятилетие произошли коренные перемены, связанные с широким распространением информационных и коммуникационных технологий, активным использованием среды Internet, а также накопленных знаний в различных отраслях, особенно связанных с влиянием на психику человека, т.к. создание контролируемого человека всегда оставалось в центре внимания и интереса глобализированного капиталистического мира, выразителем идей которого является Клаус Шваб. Современный этап развития экономики соответствует так называемой «экономике знаний», в которой важное место отведено услугам и их развитию, что и обуславливает актуальность темы исследования.

Для изучения актуальности выбранной сферы исследованы интернет-запросы пользователей глобальной сети Internet по ключевым словам «экономика знаний». Полученные результаты интерпретированы посредством сайта wordstat.yandex.ru [280], что позволило получить следующую структуру запросов в сфере «экономики знаний» от наиболее частых до наиболее редких. (табл. 1.1, рис. 1.1).

Таблица 1.1 – Структура запросов в сфере экономики знаний

Статистика по словам	Показов в месяц	Статистика по словам	Показов в месяц
экономика знаний	6716	основные знания экономики	256
развитие экономики знаний	1309	человек +и экономика знаний	252
экономика экономические знания	857	понятие экономики знаний	250
суть экономики знаний	694	образование +в экономике знаний	248
область знаний экономики	659	значение экономики знаний	247
знание рыночной экономики	624	отрасли экономики знаний	241
экономика знаний +и общество знаний	557	институт экономики знаний	239
научное знание экономика	443	исследование экономики знаний	236
роль экономики знаний	414	организация +в экономике знаний	216
экономика новых знаний	410	формирование экономики знаний	215
наука экономике знаний	399	государственная экономика знаний	214
экономика знаний государства	387	экономика основанная +на знаниях	205
экономика знание деятельность	373	экономика знаний особенности	198
современная экономика знаний	356	Россия экономика знаний	194
система экономики знаний	355	экономика +и информация +и знание	188
технологии экономики знаний	339	предприятие экономика знаний	185
ресурсы экономики знаний	334	курс экономика знаний	185
экономикой знаний называют	316	экономика знаний кратко	184
знание основ экономики	315	инновационная экономика знаний	179
составляющие экономики знаний	312	цель экономика знаний	178
+в условиях экономики знаний	305	необходимы знания +в экономике +и	176
сферы экономики знаний	299	информационная экономика знаний	169
факторы экономики знаний	289	теории экономики знаний	166
управление экономикой знаний	281	экономика знаний авторы	165
экономика знаний вопросы	275	экономика рынка знаний	161

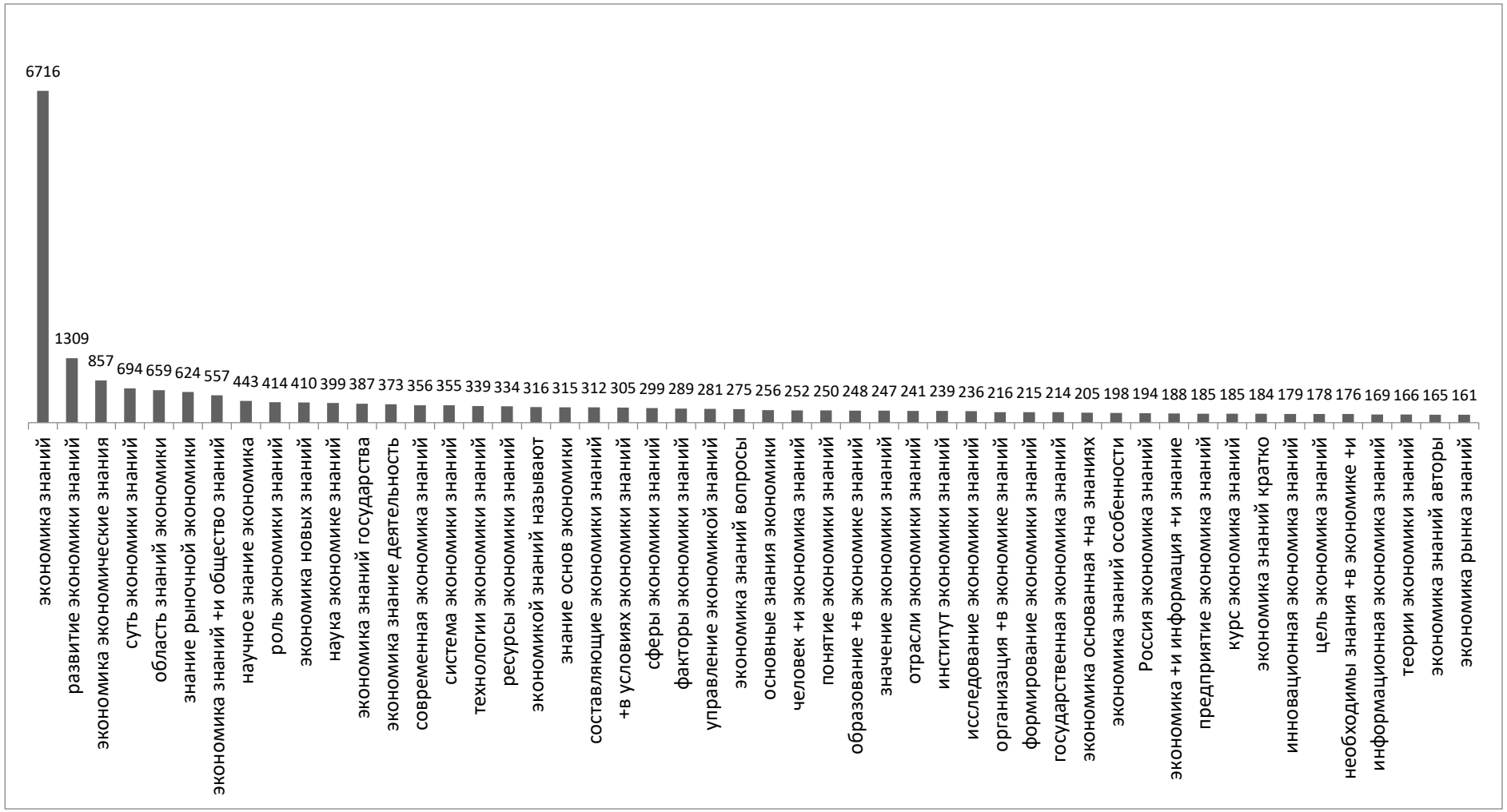


Рисунок 1.1 – Структура запросов в сфере экономики знаний

Основываясь на данных интернет-запросов пользователей Internet [280] следует вывод о значительном их интересе к сущности экономика знаний (6716 запросов в месяц), ее развитии (1309 запросов), области знаний (659 запросов), роли (414 запросов), ее системе (355 запросов) и др., о чем свидетельствует количество ежемесячных запросов. К числу наиболее редких запросов следует отнести запросы относительно инновационной экономики знаний (179 запросов), теории экономики знаний (166 запросов), авторы, ее исследующие (165 запросов) и экономика рынка знаний (161 запрос). Аналогичные исследования проведены по запросам, похожим на «экономика знаний», структура которых представлена на рис. 1.2.

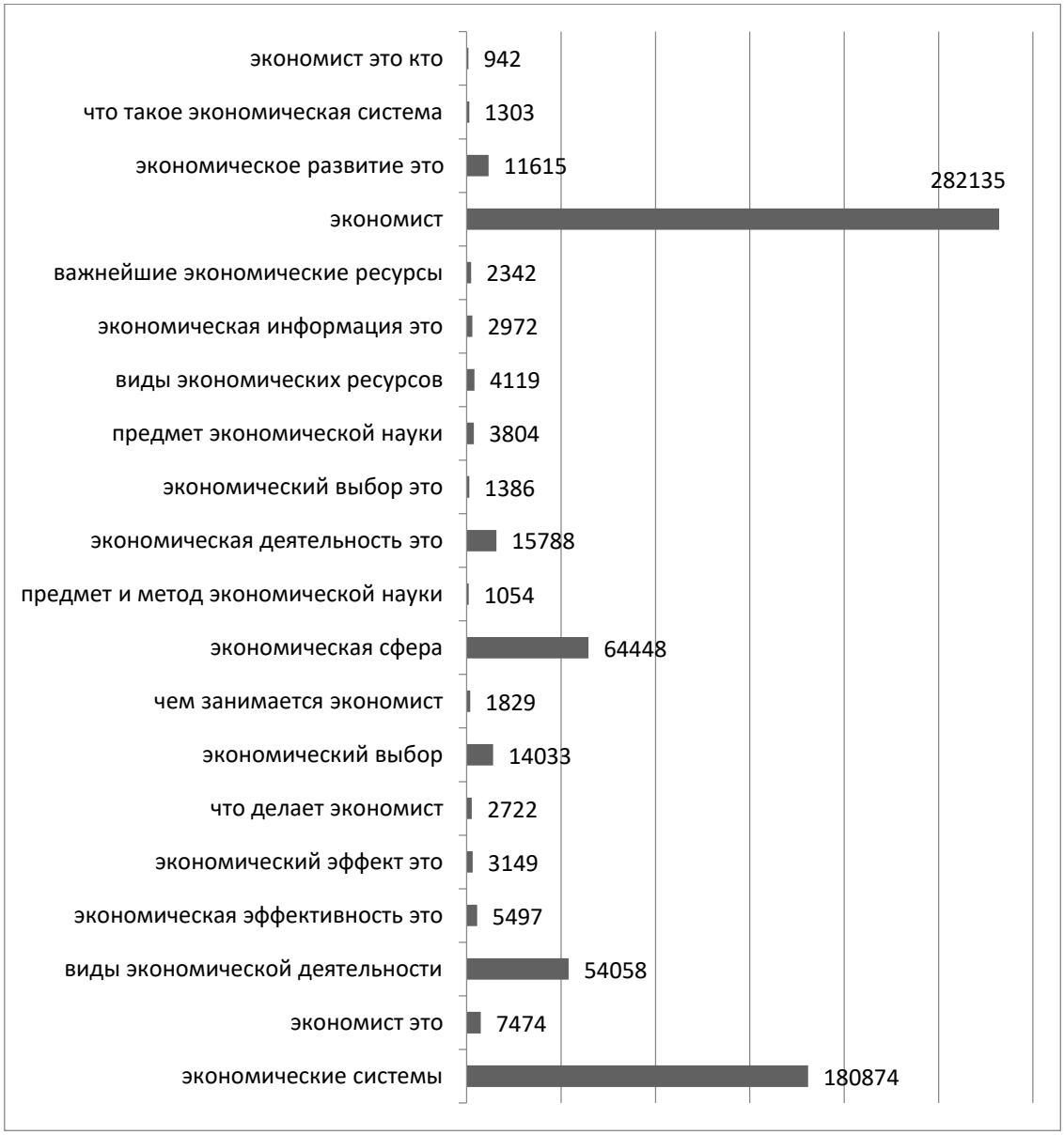


Рисунок 1.2 – Структура запросов, похожих на «экономика знаний»

Далее, был сформирован запрос на региональную популярность «экономики знаний», представленный частично в табл. 1.2 (Приложение А). Региональная популярность представляет собой уровень заинтересованности темой в конкретном регионе. Если популярность на уровне 100%, это значит, что интерес к теме в регионе стандартный. Если ниже 100%, значит, интерес к теме в регионе меньше, чем на других территориях. Если выше 100%, регион особенно заинтересован в теме. История запросов ЯндексВордстат показывает, как от месяца к месяцу менялся интерес к предмету или услуге.

Таблица 1.2 – Структура региональной популярности запроса «экономика знаний»

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Евразия	6565	99%
Россия	6091	99%
Центральный федеральный округ	1987	93%
Москва и Московская область	1302	99%
СНГ	426	115%
Санкт-Петербург и Ленинградская область	384	89%
Ростовская область	190	109%
Беларусь	136	79%
Республика Башкортостан	126	90%
Донецкая область	97	195%
Республика Крым	57	57%
Европа	30	47%
Сочи	21	58%
Азия	18	43%
Азербайджан	13	245%
Чеченская Республика	13	110%
Таджикистан	12	159%
Республика Северная Осетия — Алания	12	70%
Херсонская область	12	398%
Макеевка	10	140%

Абсолютное и относительное изменение интенсивности и структуры запроса «экономика знаний» изображено на рис. 1.3, а данные конкретизированы в табл. 1.3.

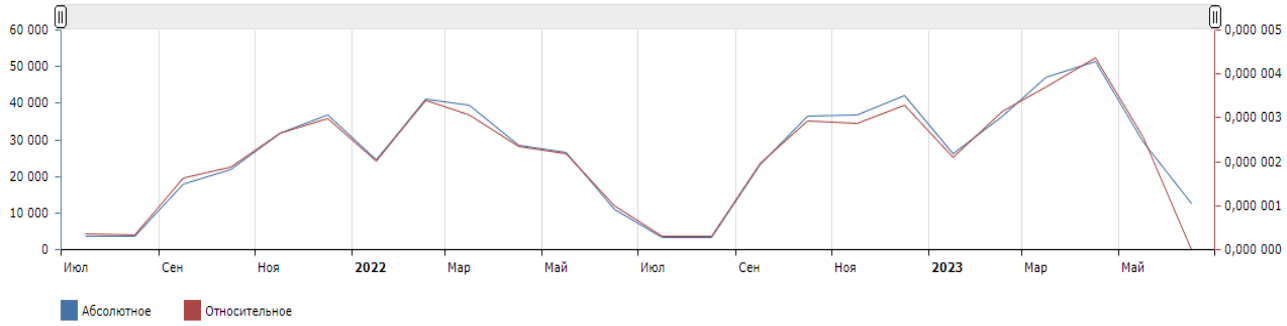


Рисунок 1.3 – Абсолютное и относительное изменение интенсивности и структуры запроса «экономика знаний»

Таблица 1.3 – Абсолютное и относительное изменение интенсивности и структуры запроса «экономика знаний»

Период	Абсолютное	Относительное
01.07.2021 - 31.07.2021	3743	0,000000367042
01.08.2021 - 31.08.2021	3524	0,000000337039
01.09.2021 - 30.09.2021	17934	0,000001627244
01.10.2021 - 31.10.2021	21904	0,000001870612
01.11.2021 - 30.11.2021	31875	0,000002664199
01.12.2021 - 31.12.2021	36814	0,000002994620
01.01.2022 - 31.01.2022	24498	0,000002004615
01.02.2022 - 28.02.2022	41107	0,000003396355
01.03.2022 - 31.03.2022	39392	0,000003055316
01.04.2022 - 30.04.2022	28505	0,000002341731
01.05.2022 - 31.05.2022	26400	0,000002189712
01.06.2022 - 30.06.2022	10786	0,000000993621
01.07.2022 - 31.07.2022	3253	0,000000308565
01.08.2022 - 31.08.2022	3402	0,000000311484
01.09.2022 - 30.09.2022	23329	0,000001968714
01.10.2022 - 31.10.2022	36614	0,000002914642
01.11.2022 - 30.11.2022	36921	0,000002879667
01.12.2022 - 31.12.2022	42083	0,000003290080
01.01.2023 - 31.01.2023	26284	0,000002096665
01.02.2023 - 28.02.2023	36556	0,000003146553
01.03.2023 - 31.03.2023	46991	0,000003714979
01.04.2023 - 30.04.2023	51420	0,000004377762

Продолжение таблицы 1.3

Период	Абсолютное	Относительное
01.05.2023 - 31.05.2023	29517	0,000002563697
01.06.2023 - 30.06.2023	12490	0,000000000000

На основе проведенного анализа установлена высокая степень актуализации интереса к «экономике знаний» на основе анализа интернет-запросов пользователей глобальной сети Интернет по ключевым словам «экономика знаний», структуре похожих запросов, а также структуре региональной популярности запроса. Обращено внимание на инновации, как сложном социальном процессе. Осознание складывающейся системы взаимосвязи, взаимозависимости и взаимообусловленности во всех процесса в мире привело к необходимости обращения внимания на «знание» как единицы измерения и собственности, непосредственно влияющего на все аспекты жизнедеятельности в реальном мире, который все больше стал подвержен влиянию виртуального. Следовательно, можно констатировать, что тема является актуальной, о чем свидетельствует количество ежемесячных запросов. Но главный вопрос в том, какие услуги должны развиваться в первую очередь для развития государства, которое нацелено на сохранение своей субъектности (чтобы играть ведущую роль в международном разделении труда; чтобы оставаться активным игроком на мировой арене).

К. Швабом обращено внимание на инновации, как сложном социальном процессе [271, с. 23]. И это не «фигура речи», когда обычно принято рассматривать инновации как часть устоявшего/рутинизированного (от слова «рутины» в НИЭТ) процесса производства (экономического процесса). Следовательно, подчеркивается, что пока ведется борьба между станами (их наднациональными верхушками) за ведущую и ведомую роль в мировой системе распределения мирового богатства, влияния; и пока не выбран «вектор» самого цивилизационного развития. А то, какие конкретно услуги будет развивать та или иная страна/территория (при отсутствии у страны субъектности и влияния на мировой арене), способ которым это будет

осуществляться и т.п. – это уже детали тактики (выбор сделан, диалектические законы развития все равно действуют).

Подчеркнем, что напрасного труда и знаний не бывает, все кроется в деталях и системности знаний, основанных на информации и информированности, а также познавательных процессах – способности ученого/практика-исследователя, практика-руководителя (любого уровня включая уровень предприятий, личного хозяйства) обладать системным видением всей картины – текущих процессов, закономерностей, причин и следствий, креативно мыслить и принимать решения (стандартные – предсказуемые и не стандартные) для реализации цели во благо (личное или общественное) по отношению к государству/стране (если она вообще сохраниться) или территории, как единицы в системе глобализированного, управляемого мира.

Уровень мышления непосредственно связан с уровнем исследования (определяет уровень видения исследуемого объекта) и управления ими (способности влияния на объект). И опять есть условности, которые связаны со знаниевой компонентной – уровнем знаний субъекта, осуществляющего исследование и управление (причем это не всегда одно и то же лицо). Управление может осуществлять один субъект опираясь на информацию, которую подготавливает для него другой субъект. Осознание складывающейся системы взаимосвязи, взаимозависимости и взаимообусловленности во всех процесса в мире привело к необходимости обращения внимания на «знание» как единицы измерения и собственности, непосредственно влияющего на все аспекты жизнедеятельности в реальном мире, который все больше стал подвержен влиянию виртуального.

В научный оборот введен термин «экономика знаний», связанный с формированием нового этапа развития производительных сил и производственных отношений – посткапиталистическим.

1959 г. Д. Белл «…в постиндустриальном обществе решения в областях производства будут инициироваться и определяться другими общественными

силами… Не только лучшие таланты, но и весь комплекс престижа и статуса в постиндустриальной экономике оказывается порождаемым интеллектуальными и научными сообществами» [27, с. 463].

В 1962 г. в работах Ф. Махлупа термин «экономика знаний» был использован впервые: «…один из секторов народного хозяйства, в котором происходит производство, обработка и управление знаниями» [172, с.21].

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) «экономику знаний» трактует как экономику, рекомендующую «…своим организациям и людям приобретать, создавать, распространять и использовать кодифицированные и неявные знания с целью более эффективного ускорения экономического и социального развития» [356].

Г. Гегель подчеркивал, что «…когда вещь начинается, ее еще нет» и в этой связи А.И. Фурсов обращает внимание на то, что исследователь не должен ошибочно считать генезис «… ранней стадией…» развития объекта изучения [266].

Генезис – происхождение, возникновение; процесс образования [225, с. 162].

В основе развития любых систем, в т.ч. экономических, всегда лежат законы диалектики:

- закон перехода количественных изменений в качественные;
- закон отрицания отрицания;
- закон единства и борьбы противоположностей.

Эти законы имеют универсальный характер и действуют всегда, как в исторической ретроспективе, так и перспективе.

Реальный мир – мир систем: политических, экономических, социальных и т.д., процесс формирования и взаимодействия которых весьма сложен, динамичен и многогранен. Однако, не менее реалистичным становится и виртуальный мир, цифровизованный, где уже есть виртуальные магазины, деньги и др.; где возникают реальные взаимоотношения, связанные пока в большей степени с расчетах; где есть виртуальные люди в вириальной жизни

и событиях – играх, которые симулируют и даже иногда замещают для некоторых индивидов-геймеров реальность и реальное общение). И это уже новые системы, где зарождается новая культура, базирующаяся на услугах иного качества (разработке, распространении, обслуживании: игр и симуляторов; различных датчиков, кодов, систем слежения, идентификации и т.п.), требующая новых институтов и управления. Уже стимулируется индивидуализация и разобщенность – «персонализированный подход», «персонализированное обучение» и т.п., где за «красивыми словами» внедряется совсем иной способ взаимоотношений, где кто-то (это кто?) – «интеллектуальная» машина подберет, предложит, определит, сделает и приведет (куда?).

Системы формируются и исчезают, взаимодействуют, имеют взаимосвязи взаимопроникающие элементы, которые характеризуются как факторы, подлежащие изучению и учету в практической плоскости для эффективной работы системы и осуществления управления ею. Динамические процессы в системах характеризую их изменение. Происходящие процессы могут носить различный характер и свидетельствовать об эволюционном, революционном, а иногда – о стагнационном или дегрессионном изменении в развитии систем. Системы могут быть простыми и сложными, к числу которых относятся социально-экономические системы. Системы подвержены изучению с различных точек зрения, что стимулирует познавательный характер труда человека (ученых, исследователей-практиков – новаторов, рационализаторов и изобретателей).

Экономика, согласно словарному определению, происходит от греческого «oiconomia», что означает «управление хозяйством» и характеризует:

- «… совокупность производственных отношений, соответствующих данной ступени развития производительных сил (например, экономика феодализма, капитализма, социализма);

- «… научную дисциплину, занимающуюся изучением той или другой отрасли хозяйства (например, промышленности, сельского хозяйства, транспорта и т.п.)» [225, с. 797].

Как область знаний, экономика изучает совокупность отношений в обществе, которые складываются в ходе реализации ряда важнейших процессов, связанных с производством, распределением, обменом и потреблением создаваемых и имеющихся в распоряжении государства экономических благ. Тогда речь идет о национальной экономике, которая выражается в реализуемой тем или иным государством политике. Как отмечал В.И. Ленин «…политика есть концентрированное выражение экономики» [158, с. 18]. Государство как «…основная политическая организация общества, осуществляющая его управление, охрану его экономической и социальной структуры; страна, находящаяся под управлением политической организации, осуществляющей охрану ее экономической и социальной структуры» [201 с. 54], т.е. представляет собой сложную управляемую социально-экономическую систему. Согласно мнению Д. Белла современное общество вступило в постиндустриальную стадию своего развития, пройдя исторический путь от традиционного (доиндустриального), индустриального к постиндустриальному этапу (табл. 1.4).

Таблица 1.4 – Признаки этапов развития общества к экономике знаний

Признаки	Общество		
	Традиционное/ доиндустриальное	Индустриальное	Постиндустриальное
Основной сектор экономики	Аграрное производство	Промышленное производство	Знаниеемкое производство с приставкой «кибер»
Основные характеристики населения: - сектор занятости	Аграрный	Промышленность	Услуг
- место проживания/ Нахождения	Село	Город	Интернет и соцсети в урбанизированной среде

Продолжение таблицы 1.4

Признаки	Общество		
	Традиционное/ доиндустриальное	Индустриальное	Постиндустриальное
Социальная структура	Жесткая, малоподвижная	Гибкая, подвижная	Неподвижная, атомарная
Основной способ регулирования социальных отношений	Традиция	Право	Специфическое/ специфицированное право

Составлено автором по данным [27]

Построение справедливого общества во все времена являлось залогом стабильности развития государства, страны, как и любой социально-экономической системы. Однако, если система нацелена на сохранение эксплуатации человека человеком, то и целеполагание, и действия будут отражаться и в научных воззрениях на процессы, текущие и перспективные, которые позволят сохранить превосходство, обеспечить защиту правящих классов и/или властных элит. Этому и посвящены работы и исследования западных экономистов в своем большинстве, как обслуживающие нынешних капиталистов, капиталистический способ организации производства, основанный на неравенстве членов общества, неравномерности развития, распределения благ и т.д. показал уязвимость, т.к. владение деньгами не определяет владение человеком в полной мере, полной власти над ним, его потребностями, желаниями, мыслями и т.д, что имеет ценность для него и составляет опасность для капиталодержащих властных элит. Следовательно, создание управляемого человека и защита собственного влияния и богатства лежит в какой-то другой плоскости. Такой плоскостью является – владение знаниями, обладание способностью влиять на НТП. Для этого необходимо не просто право, а специфицированное право, как специфическое право на владение специфическими активами, рассмотрение которых отражено в теории прав собственности и теории контрактов в новой институциональной экономической теории (НИЭТ). В то же время возникает вопрос контроля и собственности: где появится креативно мыслящий индивид, как контролировать инновационные идеи индивида или группы. Поиск ответа как

раз и был начат еще в конце пятидесятых годов XX века с работ Д. Белла [27], Ф. Махлупа [172].

А. Фурсов «…чтобы понять любую систему, надо понять главный объект присвоения в данной системе» [266]. Следовательно, можно говорить о взаимоотношениях, возникающих между субъектами, выполняющих те или иные роли в процессе взаимодействия и присвоения результатом труда. На основе данных [266] представлена сущностная характеристика социально-экономических систем от рабовладения до постиндустриального этапа – «экономики знаний» (табл. 1.5).

Таблица 1.5 – Сущностная характеристика социально-экономических систем от рабовладения до постиндустриального этапа – экономики знаний

Субъекты взаимоотношений		Объект присвоения	Название системы
Господствующая роль	Подчиненная роль		
Рабовладелец	Раб	Тело человека	Рабовладение
Феодал	Крепостной	Земля	Феодализм
Капиталист	Наемный работник	Овеществленный труд	Капитализм
Нет названия	Человек вообще (как мыслящее разумное существо, обладающее разумом и волей)	Человек вообще (полностью, целиком) через контроль над его поведением (его мыслями, целеполаганием, действиями)	Нет названия

Составлено автором

Целесообразно обратить внимание на мнение А.И. Фурсова, который подчеркнул следующее: «…вот если у меня нет ни земли, ничего, но я контролирую ваше поведение. Условно говоря, вы что-то делаете не так, я нажимаю кнопку, и вас бьет током. Я контролирую ваше поведение. Вы знаете, что такое система социальных рейтингов в Китае? Вот это и есть контроль над поведением человека. Что это за система, если контролируется не земля, не капитал, а поведение человека? Я контролирую ваше

целеполагание – это капитализм или что-то другое? Это уже что-то другое» [266].

Таким образом, в основе динамики социально-экономических систем лежат научные достижения и изобретения, имеющие особое влияние на жизнь человечества через внедрение нового способа производства. Это так называемые «промышленные революции» по А. Тойнби [206], сущность которых характеризуется как «…процесс перехода от аграрной экономики, для которой характерен ручной труд и ремесленное производство, к индустриальному обществу с преобладанием машинного производства».

Первая промышленная революция началась в Великобритании в конце 18 века. Основные изменения произошли в текстильной промышленности. Ранее, текстильные изделия производились вручную на домах рабочих. Однако в период промышленной революции это изменилось. Были созданы фабрики, где использовались новые машины и механизмы для производства тканей. Отдельные рабочие были замещены машинами, увеличивая производительность и сокращая трудозатраты. Важным изобретением первой промышленной революции был паровой двигатель, созданный Джеймсом Уаттом. Паровой двигатель использовал пар и воду для приведения в движение механизмов и машин. Это позволило применять мощные машины в производстве, что способствовало увеличению объемов производства и сокращению рабочего времени.

Паровой двигатель также привел к развитию других отраслей промышленности, таких как металлургия и горнодобывающая промышленность. Благодаря его использованию был усовершенствован процесс производства стали. Также паровая машина использовалась для привода подземных печей по выплавке металла. Расширение промышленности привело к перераспределению людей из сельской местности в города. Рабочие были принуждены переходить к недешевому и нерегулярному труду на фабриках. Промышленность также усилила разрыв между бедными классами и богатым средним классом, который стал расти во

время промышленной революции. Британия стала первой страной, где произошла промышленная революция, и она смогла расширить свою промышленность и мировое господство. Она стала крупнейшим производителем текстильных изделий, стали и паровых машин [261].

Технологические инновации, такие как сталь, нефть и электроэнергия, стали основой для развития новых отраслей промышленности, включая автомобильное производство, нефтяную промышленность и электроэнергетику. Это привело к росту городов и бурному расширению промышленности. Одним из значительных изменений, произошедших во время Второй промышленной революции, было внедрение сборочной линии Генри Форда, которая позволила массовое производство автомобилей. Этот метод производства повысил производительность и снизил стоимость товаров, делая их доступными для широкой аудитории.

Технологический прогресс также повлиял на образ жизни людей. Телеграфные сети позволили быстрее обмениваться новостями и информацией, что привело к более быстрому распространению идей и знаний. Развитие железных дорог сделало путешествия легким и доступным, способствуя развитию туризма и торговли. Однако Вторая промышленная революция также вызвала социальные проблемы. Рост безработицы и независимости от машин привел к протестам и требованиям защиты прав рабочих. Повышение условий труда и введение социальной защиты стали важными вопросами для общества [261].

В целом, Вторая промышленная революция имела глубокое влияние на экономику, технологический прогресс и социальные структуры. Она помогла сформировать современную индустриализированную цивилизацию и положила основу для дальнейших технологических и экономических достижений.

Третья промышленная революция сфокусировалась на автоматизации производства и использовании информационных технологий. Возникли компьютеры, интернет и цифровые коммуникационные сети, значительно

улучшившие производственные процессы, взаимодействие и связь между людьми и компаниями. Это привело к значительному увеличению производительности и эффективности, а также улучшению качества жизни людей [261].

Следует отметить, что третья промышленная революция также привела к созданию множества новых рабочих мест, связанных с информационными технологиями, и стала основой для развития таких отраслей, как электроника, программное обеспечение, интернет-услуги и другие. Она также существенно изменила способ работы и организацию бизнеса, открыв новые возможности для глобальной торговли и сотрудничества.

Однако третья промышленная революция также столкнулась с некоторыми вызовами. Она вызвала опасения относительно угрозы работника от автоматизации и замены человека машинами. Также появились вопросы о конфиденциальности и защите данных в связи с использованием информационных технологий. Кроме того, цифровое неравенство между развитыми и развивающимися странами стало серьезной проблемой.

Таким образом, третья промышленная революция все еще продолжается и с каждым днем мы видим новые инновации и разработки. Она открывает перед нами огромные возможности для развития и прогресса, но также требует аккуратности и баланса, чтобы минимизировать возможные негативные последствия и обеспечить справедливое и устойчивое развитие [261].

Четвертая промышленная революция, представленная Клаусом Швабом, включает в себя слияние физического, цифрового и биологического мира. В этой эре прорывные технологии, такие как искусственный интеллект, робототехника, нанотехнология, квантовые вычисления, биотехнология, Интернет вещей, промышленный Интернет вещей, децентрализованный консенсус, беспроводные технологии пятого поколения, 3D-печать и полностью автономные транспортные средства, будут иметь революционное влияние на экономику, общество и человеческую жизнь. Центр четвертой промышленной революции, открытый Всемирным экономическим форумом в

Сан-Франциско, будет стимулировать и содействовать развитию этих технологий и их применению в различных отраслях.

Причем, «…каждая промышленная революция, становится сильным драйвером для развития и роста экономики» [129]. К числу современных тенденций следует отнести инновации, в части автоматизации, а также обмена данными, крупномасштабного использования межмашинной связи (M2M); создание киберфизических систем, появления Интернета вещей (IoT), расширения использования различных интеллектуальных технологий, включая разработку и применение в реальном мире систем контроля, распознавания, идентификации и т.п.

В исследовании К. Шваба «Четвертая промышленная революция» выделены мегатренды, объединенные в три основных блока [271]:

- Физический блок – «…беспилотные транспортные средства; 3D-печать; передовая робототехника; новые материалы» [271, с. 17-19];
- Цифровой блок – «…Интернет вещей (ИВ) или «Интернет всех вещей»; цифровые платформы» [271, с. 19-21];
- Биологический блок – «…генетическое секвирование; синтетическая биология» [271, с. 23].

Обратим внимание, что К. Шваб указывает на следующее, а именно «… даже если в настоящем разделе указан широкий спектр технологических достижений, которые способны изменить мир, важно уделить особое внимание тому, как мы можем обеспечить направленность таких исследований и достижений (выделено авторами) на самые благие результаты» [271, с. 23]. Следовательно, допускается, что результат инноваций может быть и обратным, т.е. «не благим». В этой связи В. Пановым проведен анализ и обращено внимание, что К. Швабом описан запланированный революционный переход от Homo Sapiens к Homo Servus, т.е. революция, но иного уровня и смысла, и лишним является прилагательное «промышленная». Предполагаемые перемены, затрагивающие все сферы

жизни и направлены на то, чтобы симулировать реальность в виртуальном мире для всех и каждого персонально через создание урбанистического рая, где «…каждый научится выживать в условиях тотальной слежки» [187, с. 25] и где основная масса населения должна будет концентрироваться «…в агломерациях, где люди полностью зависимы от созданной для них среды обитания, что поможет сделать их более управляемыми» [187, с. 27]. То есть предполагается, что будет создана «…убийственно уютная ниша для каждого, своеобразный информационный пузырь, постепенно переваривающий Мыслителя в Раба» [187, с. 30].

В словарном определении «знание» определяется как «…результат познания, научные сведения; совокупность сведений в какой-л. области» [201, с. 112]. Познание – «…приобретение знания, постижение закономерностей объективного мира» [201, с. 350]. Любое знание связано с определенными интеллектуальными усилиями, позволяющими осмыслить, понять суть явлений и процессов реального мира, исследованием которых занимаются естественные, общественные, технические и др. науки.

Для знания характерно то, что оно:

- Вырабатывается;
- Передается/воспроизводится;
- Потребляется/присоединяется/используется.

Модель-схема процесса формирования знания представлена на рис. 1.4. Следует отметить, что тяга человека и Человечества к познанию велика и демонстрирует жизнеспособность на протяжении всей его истории. В этой связи в глобальном масштабе осуществлять контроль над знаниями весьма проблематично, хотя делаются попытки в части создания искусственного интеллекта и разработки самообучающихся систем.

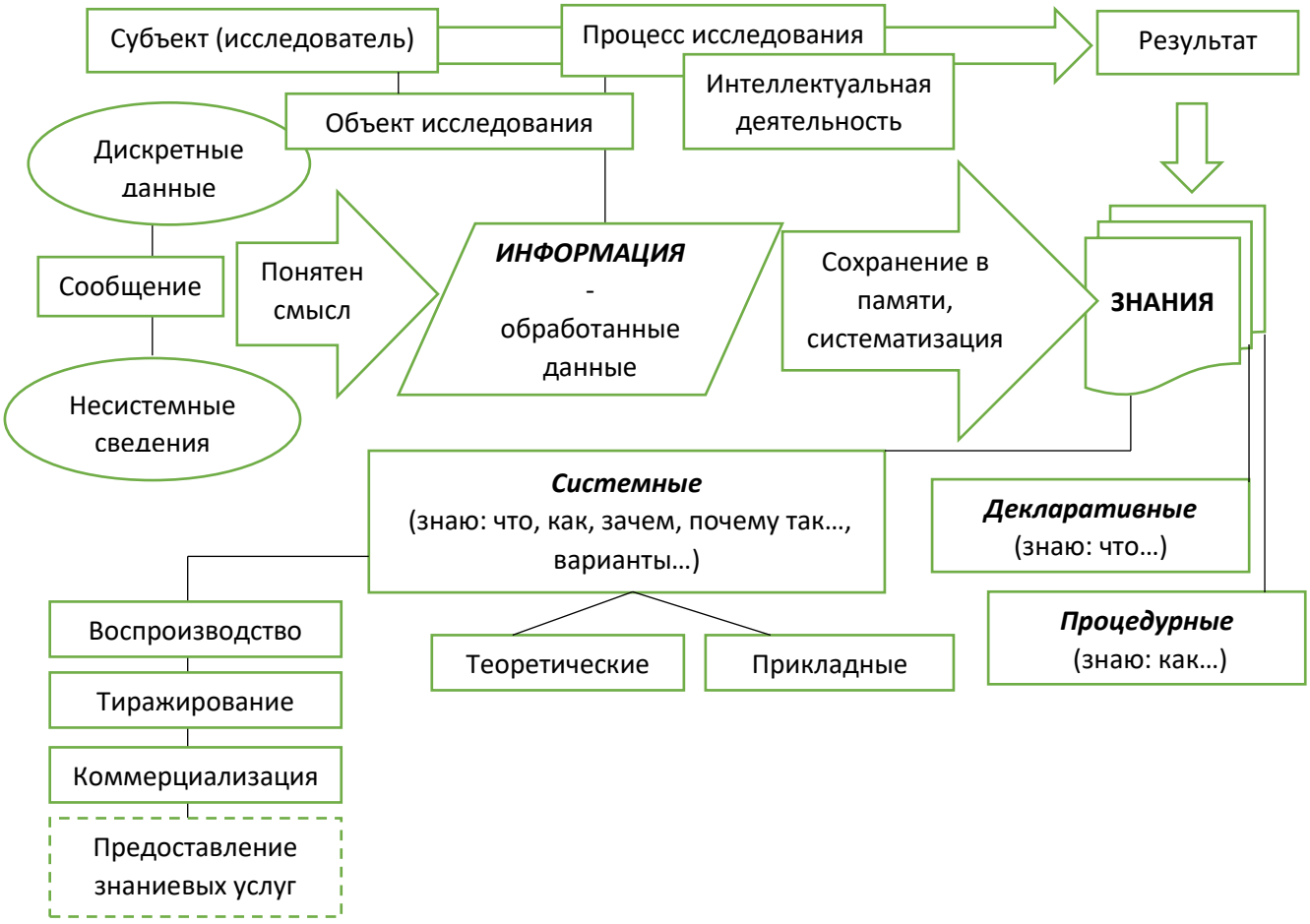


Рисунок 1.4 – Модель-схема процесса формирования и реализации знания, *авторская разработка*

Д. Бэлл еще в 1959 г. в своем исследовании «Грядущее постиндустриальное общество» подчеркивал, что «…отличительная черта постиндустриального общества: «центральное место теоретических знаний как источника нововведений и формулирования политики» [27, с. 12].

Интеллектуальный труд займет свое подобающее ведущее место в обществе. В словарном определении «интеллект» трактуется как:

- «…ум, рассудок, разум; мыслительные способности человека» [225, с. 277].
- «…ум, мыслительная способность, умственное начало у человека» [201, с. 120].

Критериальный логический анализ характеристик, составляющих сущность, термина «интеллект» позволяет констатировать лишь частичную возможность его применения к машинам (табл. 1.6), несмотря на то, что в современном обществе все большее внимание уделяется внедрению и использованию машинной обработки данных, используемых в процессе проведения исследований, реализации интеллектуальной деятельности, которую стало нормой называть – искусственным интеллектом, способным заменить человека.

Таблица 1.6 – Критериальные составляющие термина «интеллект» и его логический анализ

Критерий	Сущность критерия (словарное определение)	Обладание способностью/критерием	
		Человек	Машина
Ум	«…Способность человека мыслить, основа сознательной, разумной жизни»; «…такая способность, развитая в высокой степени, высокое развитие интеллекта» [201, с. 471]	+	- / +
Разум	«…Способность человека логически и творчески мыслить, обобщать результаты познания; ум, интеллект» [201, с. 403-404]	+	+/-
Сознание	«…человеческая способность к воспроизведению действительности в мышлении; психологическая деятельность как отражение действительности (Бытие определяет сознание; Общественное сознание)» «Сознать – тоже самое, что осознать» [201, с. 437]	+	-
Осознать	«…осознанный; полностью довести до своего сознания, понять» (Осознать свое положение; осознанная необходимость решения) [201, с. 293]	+	-
Вывод: лишь отчасти искусственный интеллект можно называть таковым. Машина не обладает сознанием и не может осознавать реальную действительность. Действуя на основе алгоритмизированный действий и вычислений, заложенных человеком, она способна ускорять процесс вычислений, осуществлять механический поиск оптимизации решений, выбор и реализации которых должен оставаться за Человеком.			

Составлено автором

Но только человек на планете Земля обладает душой, разумом, психикой и различия в познавательных способностях позволяют получить многообразие

вариантов решений реализации его потребностей, включая самосохранение, удовлетворение потребности признания результатов своего труда, что связано его осознанием что делает, зачем и во имя чего.

Ученый не может быть нейтральным. Нейтральность ученого – миф. Его нейтральность заканчивается на стадии исследования – эмпирического накопления данных о процессе, явлении. На стадии выводов/рекомендаций всегда проявляется его отношение, его гражданская позиция, т.е. то, чьи интересы он выражает. Науки ради науки, т.е. процесса, не бывает. Любое новое знание будет реализовано тем или иным способов, в то или иное время. Наука и ученые оказывают услугу обществу, всему мировому сообществу адекватно и объективно оценивая процессы и явления, объясняя их, разрабатывая новые материалы, способы производства и управления и т.д. В этой связи понятно, что знания могут быть востребованными здесь и сейчас, а могут носить отложенный характер (опережать свое время). В рыночных условиях исследования ученых и получаемые знания зачастую стали носить конъюнктурный характер, что характеризует уже не просто познавательный процесс, позволяющий познать истину, а «заказной» характер – любыми способами обосновать «полезность», «жизнеспособность», т.е. «обнаучить» какую-либо идею, приносящую прибыль правящему классу/группе или т.н. элите общества. Особенно это заметно сейчас, где за «правильными» словами и терминами скрываются неприглядные выводы и действия; ряд известных имен ученых – больше зависят от их PR, принадлежности к элитной группе, которую они обслуживают и т.д. В мире, где деньги представляются как единственная ценность, где рынок – мерило нужности, где все продается и покупается возникает «обслуживающая наука» с «конъюнктурными учеными», а т.к. вся сила на этом этапе исторического развития была в правде, а не в истине, – то результат известен. А.И. Фурсов отметил «… странное совпадение: этот послевоенный социализированный капитализм просуществовал 74 года, как и советская система. Только у него годы жизни – с 1945-го по 2019-й, а не с 1917-го по 1991-й. И первая относительно светлая

фаза – 1945–1975 годы. Это четыре «промышленных чуда»: советское, германское, японское, итальянское» [250].

В известной комедии «Горе от ума» А.С. Грибоедова – русского писателя и дипломата, очень точно отражен сущностный аспект верного понимания сути услуг, службы русским человеком – «Служить бы рад. Прислуживаться тошно» [65]. Эта фраза из диалога Чацкого и Фамусова стала русской пословицей и означает готовность служить, но не раболепствовать и выполнять работу хорошо, что соответствует западным правовым нормам в юридической терминологии – с «должным усердием».

Следовательно, можно утверждать, что язык – важная составляющая когнитивного процесса понимания информации, заложенной в терминологии. Русский язык достаточно образный, что и определяет многомерность восприятия человеком/исследователем сути вещей, а для единства понимания требуется фреймирование категорий. Фрейм – «…способ мышления, соотнесения внешней информации с существующими правилами, нормами, выбранными за основу…» [51, с. 71], когда человеку понятен смысл и способ его возможных действий в игре. Известна фраза, принадлежащая Уильяму Шекспиру, – «…вся наша жизнь – игра…» [18]. Например, если лежит на столе шахматная доска – то еще не понятно во что будет игра, но если поставить шахматную фигуру или шашку – то смысл и правила игры ясны заранее, еще до начала основного действа. У любой игры есть «хозяин», устанавливающий правила и следящий за их соблюдением. На этом основан институциональный подход, который действует в мировой системе взаимообусловленных действий и взаимоотношений (политических экономических и т.п.), в т.ч. и относительно «экономики знаний», услуг. Услуга (рус. яз.) – услужение, одолжение. Важно, что для русского менталитета у человека должны быть идеалы, ценности ради которых он готов служить (например, Отечеству, народу или кому-либо еще). Беззаветное служение (без выгоды) – для русского человека, характера – это нормально, что редкость для других. Поэтому отечественные ученые и наука больше привычны к трудностям и их

преодолению, где применим термин – существовать не «благодаря», а «вопреки». Принято считать, что «язык науки» - английский, но это верно лишь отчасти (постановки проблемы, описания). По нашему мнению, «язык науки» – русский, т.к. именно он дает возможность докопаться до истины, глубинного понимания фактов, процессов и явлений, виду его семантической глубины и многообразия смыслов (например, слово «ключ» (рис. яз.) – о каком ключе может идти речь).

Английский язык – более конкретный, деятельный, деловой, направленный четкое определение чего-либо. Услуга (англ. service) – сервис – комфорт. Создание или обеспечение комфорта (т.е. обслуживания), что естественно стоит денег, что также является «нормой», нормальным положением вещей для западного человека, его образа мышления, менталитета.

Таким образом, одно и то же понятие может иметь разную сущность (сущностное наполнение) для разных языковых групп людей. Этот факт ученому не следует упускать из виду при осуществлении исследований; восприятии текста документов (переводных); примыканию к исследовательским группам и взглядам (которые на самом деле могут быть иными в переводе смысла на русский язык).

Известная цитата, принадлежащая В.И. Ленину, что «…жить в обществе и быть свободным от общества нельзя» [158, с. 99-105], характеризует тот факт, что ученый должен учитывать текущие обстоятельства при проведении исследований и удерживать при этом перспективу, как цель, к которой должны привести результаты его работы. Живя в условиях рыночной экономики необходимо разработать стратегию развития для собственной страны; блока стран, которые являются партнерами России и линию/тактику поведения с не партнерами; и то, куда стремимся, что создаем, основываясь на имеющихся и перспективных знаниях и опыте, понимая всю ответственность за сделанный выбор.

Научно-технический прогресс (НТП) это познание и использование законов производства в интересах человека; постоянный процесс замены ручного труда на автоматизированный. Радикальные сдвиги в нем определяют научно-технические революции (НТР).

Основой прогресса (НПТ) является наука – научные исследования, знания, воплощенные в реальность повседневной жизни в той или иной цивилизации.

Носителями знаний являются педагоги, ученые, исследователи-практики – т.е. это субъекты, прежде всего, образовательной, исследовательской и научной деятельности, а учреждения, где они сконцентрированы – школы, университеты, НИИ, бюро, центры и т.п. Хранилищами знаний, находящихся в разного рода информационных источниках (книгах, газетах, статьях и др.), являются библиотеки. В современных условиях распространения цифровизации всего – и информация, и библиотеки могут не иметь материальной формы, т.е. быть в оцифрованном виде и находиться в Интернете, что связано с рисками их утраты, закрытия доступа и т.п. Так, исследования Л. Буассоне [290], Р. Овендена [184] показали, что в истории Человечества уже известны факты сожжения книг (например, в древности – сожжение книг императором Цинь Ши Хуаном в 221 г. до н. э.; в средние века – неоднократное публичное сожжение Талмуда католической церковью; сожжение британцами Библиотеки Конгресса в США в 1812 г.; в Германии – массовая акция сожжения книг 10 мая 1933 г.; в Румынии – изъятие и сожжение книг в местных библиотеках в 1941 г.; в США – акция сожжения Корана в 2010 г.; сожжение Пентагоном – всего тиража военных мемуаров «Операция «Темное сердце»» 21ноября 2014 г. [132] и др.), а в условиях цифровизации вопрос о сохранности, подлинности и доступе к информации лишь усилится (со временем).

Следует отметить, что на важности книг обращено внимание Б. Тачман в ее выступлении в 1980-м г. в Библиотеке Конгресса США, в котором сказано, что «…книги – это носители цивилизации. Без книг история молчит,

литература немая, наука хромает, мысль и торговля замирают. Без книг развитие цивилизации было бы невозможно» [360]. Следовательно, вопрос об управлении знаниями, собственности и контроле становится не просто актуальным, а носит цивилизационный, точнее – цивилизационно определяющий характер, учитывая, что под цивилизацией понимается «…уровень общественного развития и материальной культуры, постигнутый данной общественно-экономической формацией» [225, с. 745]. Следует обратить внимание на вызывающую интерес идею, использованную в киноленте «Начало» (режиссер – Кристофер Нолан), которая гласит, что отправная точка – «начало» лежит в основе всех принятых кем-либо и когда-либо решений, а изменив это «начало» (приняв другое решение) изменится и весь сценарий событий.

На основе исследованных сущностных элементов термина «экономика знаний», выделены критериальные составляющие понятия «интеллект» и обосновано, что лишь отчасти искусственный интеллект можно называть таковым.

Таким образом, «знания» без практического их воплощения представляю собой «кучу», т.е. несистемный, разрозненный набор информации. Скорость превращения «знаний» в продукт дает важное конкурентное преимущество. Поэтому «знания» старались обесценить, чтобы не привлекать внимание к такому важному ресурсу конкурентного преимущества в действии, управление которым связано с трудностями, сравнимыми с т.н. «вызовами» (экономическими, политическими, глобальными и т.п.), требующие от субъекта управления выработки определенной стратегии (комплекса стратегий в разрезе направлений практических действий), которая бы была четко понимаемой для самого субъекта управления, а также и других стейкхолдеров, включая лиц/субъектов задействованных в процессе ее реализации. Глобализирующийся мир породил и глобальные вызовы этого века, преодоление которых требует осознания

проблем и разработки соответствующей адекватной стратегии развития, как ответа на тот или иной вызов.

1.2 Глобализация экономики и технологические инновации как предпосылки формирования и развития «экономики знаний»

Современная экономика все больше приобретает черты экономики знаний и все больше основывается именно на знаниях. Постепенно из несвязанных научных знаний и областей выкристализовываются комплексы и тенденции к специализации. Несмотря на то, что технологии развиваются более длительный период и взаимосвязано, прорыв в одной из областей знаний влечет за собой технологические инновации. В условиях стремительных технологических изменений и постоянно растущей конкуренции, фирмы и организации, основывающиеся на знаниях, стремятся быть в курсе последних разработок и инноваций. Именно поэтому изучение и анализ новейших научных открытий и тенденций в различных сферах является ключевым элементом современной экономики знаний.

Основным фактором успешного развития этих компаний является возможность применения передовых технологий и использования собственных научных достижений. Именно поэтому открытие новых областей знаний и развитие технологий становятся неразрывно связанными процессами. С каждым прорывом в науке появляются новые возможности для применения знаний в практической деятельности и создания инновационных решений.

Исследование и анализ современных научных знаний и их влияния на развитие экономики являются важной задачей для понимания и определения актуальных трендов и перспектив. Только путем углубленного изучения специализированных областей знаний, выявления релевантных тенденций и

анализа взаимосвязей можно добиться прогресса и стабильного развития экономики знаний.

Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует, что в исследованиях зарубежных и отечественных ученых рассмотрены вопросы глобализации и кризисных проявлений в развитии мировой экономики [24,294,321,292,314,223] и институционализации, инновациям в экономике знаний [156,343,333], возникновения феномен NBIC-конвергенции и нового социального хорнотипа [205,323,328,329,331]; трансформационным процессам, становлению и развитию «экономики знаний» [348,358,334]. Однако изучение вопросов глобализации экономики и технологических инноваций как предпосылок формирования и развития «экономики знаний» требуют более глубокого исследования как с точки зрения теории, так и практики их реализации.

Современный этап развития человечества и достижений научно-технического прогресса характеризуется наблюдаемым пересечением во времени «…ряда волн научно-технической революции», а именно революции в области информационных и коммуникационных технологий, биотехнологической революции, революции в области нано-технологий, а также прогресс развития когнитивной науки, проявляющиеся в NBIC-конвергенции, значение которой еще предстоит изучить как для эволюционного, культурообразующего, так и общемирового развития цивилизации [205, с. 97-116.] Значимой инновацией является появление и широкое распространение Интернета, который позволил значительно ускорить передачу информации. В то же время его использование породило и ряд негативных явлений. Например, через соцсети можно управлять общественным мнением, выводить на улицы большие массы людей, вести информационную войну, дезинформирующую людей, позволяющую навязывать чуждые, а иногда и противообщественные взгляды, и т.п. В то же время появились 3D- и 4D-принтеры, позволяющие «печатать» («выращивать») практически любой твердый объект на основе принципа

послойного его создания, в том числе и в домашних условиях. Недостаток информации, как и ее избыток, при отсутствии навыков работы с большим ее объемом, приводит к дезориентации и хаосу.

Использование современной техники и технологий позволяет не только удовлетворить потребности людей на базовом уровне (еда, одежда, обустройство быта и т.п.), но и в управлении ими, как на уровне предприятий/организаций, так и на уровне государства или в межгосударственном контексте. Человечество за последние две тысячи лет вроде бы поняло, что и как работает, чтобы создать процветающее общество, но появились новые явления: под лозунгами свободы, демократии, либерализации и глобализации, перекраивается карта мира – появляются новые страны, ведутся военные действия в существующих и т.п.; на потребителя «обрушивается» реклама о красивой жизни, путешествиях и других развлечениях; предлагается участие в различных шоу и пр., которые уже не укладываются в общепринятые нормы и их объяснение. Однако следует понимать, что в основе любых действий или бездействий в человеческом обществе в условиях товарно-денежных отношений лежит экономическая выгода. В кажущемся хаосе всегда есть свой порядок, который может и должен быть объяснен теоретически в целях выработки адекватных действий в настоящем и будущем.

Как отмечается в работах А.А. Кулебякина [156, с. 20-26], Е.В. Сапир, Е.А. Сидоровой [221, с. 212-224], «… формирование экономики знаний … можно считать одной из фундаментальных тенденций развития на мировом уровне». В этой связи одной из важнейших проблем для экономического развития ряда стран мира, в том числе бывшего СССР, а также ДНР и ЛНР, становится формирование и развитие институциональной среды, которая соответствовала бы новому типу экономического роста, новой стадии развития, с учетом понимания особенностей, что позволило бы республикам найти свой путь и встроиться в эту систему наиболее эффективным способом. Подчеркнем, что под товаром/продуктом следует понимать не только

материальные блага, то есть блага, имеющие материально-вещественную форму, но нематериальные, а также технологии в широком и узком смысле, касающиеся управления человеком, малыми группами и широкими массами людей, что позволяет иметь выгоды от их реализации.

Как отмечает Ричард Сеннет, «…во времена предыдущего поколения социальная политика основывалась на убеждении, что государства, а внутри государств и города, способны контролировать свои богатства; сегодня между государством и экономикой возникает водораздел» [348, с. 13.]. Общеизвестно, что государства, являясь социо-экономической системой, выполняют ряд функций внутреннего и внешнего характера.

Однако, современная глобализированная экономика создает новые вызовы и проблемы для государственного контроля.

Возникновение международных корпораций и транснациональных компаний означает, что экономические решения сталкиваются с политическими. Государства имеют ограниченные возможности контролировать или регулировать деятельность этих компаний, которые имеют международный охват и содержат в себе значительные экономические ресурсы.

Это создает непростые взаимоотношения между государством и экономикой. Государства сталкиваются с необходимостью балансировать свои интересы внутри страны с требованиями глобальной экономики и международных игроков. Они не всегда могут контролировать и защищать свои богатства и ресурсы, как это делалось в предыдущие времена.

Кроме того, экономический рост и развитие могут привести к укреплению роли экономических элит, открывая дорогу к неравенству и социальным противоречиям. Государства часто оказываются перед выбором между поддержкой экономического роста и обеспечением социальной справедливости.

В свете этих вызовов государства вынуждены пересмотреть свои подходы к социальной политике и поискать более эффективные способы

урегулирования экономических процессов и балансирования интересов различных сторон. Это может включать в себя разработку новых законов и норм, укрепление международного сотрудничества и создание новых механизмов глобального управления.

Итак, между государством и экономикой существует разделяющая грань сегодня, что требует от государств переосмысления и перехода от классического контроля к более гибким и инновационным подходам к управлению социо-экономическими процессами.

К числу внешних функций государства относятся следующие: внешнеполитическая; обеспечение национальной безопасности; поддержание мирового порядка; обеспечение сотрудничества в экономической, политической, культурной и других сферах с другими государствами. К числу внутренних функций государства относятся: правовая; политическая; организаторская; экономическая; социальная; культурная; образовательная.

Вырабатывая и реализуя политику в разрезе каждой функции, государство поддерживает так называемое «динамическое равновесие», которое по определению К. Касторидеса, представляет собой «…примерное равенство между ритмами роста потребления и повышения производительности труда» [294, с. 14–15]. В этой связи именно решение задачи по поддержанию «динамического равновесия» заставляет «…суверенные государства время от времени вводить запреты на импорт или экспорт, таможенные барьеры или, в духе идей Кейнса, административным путем стимулировать внутренний спрос» [294, с. 14–15].

Исторически компактное размещение людей сначала в поселениях, а затем и городах способствовало развитию экономики, обменных операций, торговли, услуг, поскольку не только за счет совместного труда, кооперации, специализации легче создавать и предлагать избытки производимого продукта, но и ввиду экономии на издержках, связанных с производством, доставкой и конечным потреблением. И это был прорыв, позволивший создать предприятия, производства, на которых работают десятки и сотни тысяч

человек. Сегодня, с появлением Интернета и телекоммуникационных технологий, как отмечает Ю.А. Семенова, «…над традиционным пространством страны, города, местной общины, в которых столетиями привыкли обитать люди, надстраивается виртуальное информационное и финансовое пространство, где скорость перемещения определяется временем передачи информации, где нет привычных границ» [223, с. 215-216]. Здесь начинает развиваться в новых формах социальное общение, происходит обмен знаниями, осуществляется воспитание, вырабатываются управленческие решения, происходит манипулирование общественным сознанием. И в этой связи Ю.А. Семенова делает весьма важный вывод о том, что «…человек, живущий везде и нигде одновременно, значительно, если не качественно, отличается от традиционного человека, принадлежащего к определенной культуре, живущего в определенном государстве» [223, с. 215-216]. В этой связи культура и образование имеет «цементирующее» значение для развития человечества в целом и отдельного человека, как «персонального» носителя ценностей, знаний, умений, полезных для процесса воспроизводства. Таким образом, использование достижений экономики знаний как инструмента, позволяющего влиять как на социальные процессы, так и на … становится весьма явным фактом. Причем «социальные эксперименты» весьма опасны, так как они влияют на целые поколения. Люди становятся носителями экспериментально внедряемых знаний, их действия в будущем могут требовать иных способов мониторинга, анализа и требовать иных управленческих воздействий, чтобы привести хотя бы в исходное управляемое, а не хаотичное состояние. Поэтому «управляемый хаос» может привести к вообще неуправляемым или трудно управляемым (причем негативным) последствиям и возможности попадания в так называемую «институциональную ловушку», когда проявляется зависимость от предыдущего пути развития, но это проявление уже трудно или невозможно изменить.

Все современные процессы являются результатом целенаправленной работы по системной, социальной, институциональной и экономической трансформации в контексте глобализационных процессов. Следовательно, есть управляющая и управляемая подсистемы, реализующие целенаправленные действия, которые должны (по замыслу управляющей подсистемы) привести к желаемому для нее результату. Глобализация – это всего лишь тоталитарное внедрение их логики во все сферы жизни. У государств нет ни достаточных ресурсов, ни свободы маневра, чтобы выдержать это давление, потому, что «для краха предприятия или самого государства достаточно нескольких минут. В кабаре глобализации государство исполняет стриптиз, и к концу представления на нем остается лишь минимально необходимое – его репрессивные полномочия. Когда его материальная база уничтожена, суверенитет и независимость аннулированы, политический класс стерт с лица земли, национальное государство превращается просто в службу безопасности мегакорпораций… Новым владыкам мира незачем управлять напрямую. Административные задачи они возлагают на национальные правительства» [349, с. 4-5.].

По мнению У. Бека глобализация представляется как «…аннулирование расстояний». Он утверждает, что «… мы давно уже живем в мировом обществе, в том смысле, что представление о замкнутых пространствах превратилось в фикцию» [24, с. 14]. Верность этого тезиса проявляется во все большем распространении интернет-коммуникации и технологий, направленных на стирание территориальности, как организующего принципа социальной жизни, путем надстраивания виртуального информационного и финансового пространства, в котором «скорость перемещения определяется временем передачи информации, где нет привычных границ». Теперь пространство не является препятствием, пределом для коммуникации.

В исследованиях Рене Пассета проведен расчет, который показал, что общий объем спекулятивных валютных сделок достигает 1300 млрд дол. в день, что в 50 раз больше суммы торговых обменов и почти равняется

совокупным валютным резервам всех «национальных банков мира», составляющим 1500 млрд дол. Это позволяет ему констатировать, что «…ни одно государство не способно сопротивляться спекулятивному давлению «рынков» дольше, чем несколько дней». В этой связи, по мнению Р. Пассета, «…единственной экономической задачей, которую государству позволено и предписано выполнять, является обеспечение «сбалансированного бюджета» путем контроля и сдерживания требований с мест о более решительном государственном вмешательстве в сферу бизнеса или о защите населения от самых тяжелых последствий рыночной анархии [343, с. 26]. Жан-Поль Фетусси заметил, что «…эта программа, однако, не может быть выполнена, если тем или иным путем не вывести экономику из сферы политики. Существование Министерства финансов, несомненно, является необходимым злом, но в идеале от министерства экономики (то есть от управления экономикой) следует избавиться. Другими словами, правительство нужно лишить ответственности за макроэкономическую политику» [321, с.29]. Следовательно, во мнениях политиков все больше прослеживается риторика, свидетельствующая о внедрении «мнения» о необходимости ограничения полномочий и функций национальных государств, подталкивая общественность к мнению об их архаичности. Кроме того, усиление влияния международных организаций не способствует усилению государственности.

Альберто Мелуччи выдвигает предположение, что последствием быстрого роста влияния наднациональных («планетарных») организаций становится «…и ускоренный отсев «слабых» звеньев, и создание новых каналов для вложения ресурсов, выведенных, по крайней мере, частично, из-под контроля отдельных государств» [333. с.150].

В своих исследованиях Винсент Кэйбл отмечал, что «… в мире, где капитал не имеет постоянного места пребывания, а финансовые потоки в основном неподконтрольны национальным правительствам, многие рычаги экономической политики перестают работать» [292, с. 20, 22]. «Сведение

баланса» в масштабах народного хозяйства, ранее считавшегося основой всей экономической мысли, на практике все больше превращается в фикцию [118]. Широкое и беспрепятственное распространение правил свободной торговли, включая свободное движение финансов и капитала, направлено на избавление «экономики» от политического контроля, то есть «экономика» становится все больше «неполитической сферой».

По мнению Зигмунта Баумана «Экономика» – капитал, то есть деньги и другие ресурсы, необходимые для того, чтобы «дело делалось», чтобы сделать еще больше денег и вещей, движется быстро; достаточно быстро, чтобы все время на шаг опережать любое (территориальное или иное) государственное образование, способное попытаться остановить его движение или направить по другому маршруту» [118]. Таким образом, ликвидация пространственных ограничений, возникающая из-за сокращения времени перемещения до нулевой отметки, соответствует «полному преодолению гравитации», а все, что «…способно перемещаться со скоростью электронного сигнала, практически освобождается от ограничений, связанных с территорией, послужившей отправной точкой, конечным пунктом или маршрутом движения» [118].

В течение ряда лет на глобальном уровне применялись различные технологии, позволяющие осуществлять манипуляции как с индивидуальным, так и общественным сознанием, что привело к росту напряженности в обществе, стимулированию конфликтов и развязыванию военных действий. С экономической точки зрения такие действия всегда способствуют с одной стороны ослаблению или полному уничтожению стран, в которых они развязаны, а с другой стороны – к обогащению для стран, которые реализуют прямо или косвенно такие действия, поскольку становится возможным не только финансирование и производство продуктов военного назначения, но и участие в переделе собственности и усилении влияния на освободившемся в период войны и «смутных времен» рынке.

По мнению Г.Х. фон Райта «…рынок – не столько коммерческое взаимодействие конкурирующих сил, сколько толкотня манипуляторного спроса, искусственно созданных потребностей и стремлений к быстрому обогащению» [314, с.49–52]. Развал СССР, например, открыл новые рынки для расширения экспансии крупного американского, английского и западного капитала через образование ряда мелких, раздробленных стран, которые были заточены под единоначалие в управлении, а поэтому не готовыми к каким-либо научно обоснованным и целенаправленным решениям, способным привести не к стагнации или деградации как на политическом, так и на экономическом и социальном уровне. В это время скупались в собственность за бесценок промышленные предприятия, росла безработица и социальная дезориентация людей и общества.

В исследованиях З. Баумана констатируется, что «…без Великого раскола мир уже не выглядит целостным; скорее он похож на поле деятельности разрозненных и разнокалиберных сил, входящих в соприкосновение в самых неожиданных местах и набирающих инерцию, которую никто не знает, как остановить» [118]. Например, развязывание военных действий в Украине привело к образованию ДНР и ЛНР. Однако появление этих республик в условиях глобализационного вектора мирового развития вызывает вопрос: в чей лагерь войдут эти страны? Направленность политики ДНР и ЛНР в сторону России, как противовеса политики США и других поддерживающих их государств Старой Европы и Британии, даже количественно не в пользу приверженцев «демократии во всем мире» с их нравственным упадком, детьми, выбирающими себе пол, «цветными» парадами, с одной стороны, и стремлением к «золотому миллиарду» – с другой, где большей части стран отведена обслуживающая роль. Следовательно, действительность такова, что «…никто уже не ожидает, что вновь возникшие государства, как и давно существующие в их нынешнем состоянии, смогут выполнять большинство функций, когда-то считавшихся главным смыслом существования центральной бюрократии, реализуемых

через государственность» [118]. Отказ традиционного государства от реализации функции поддержания «динамического равновесия», позволявшего ему стимулировать внутренний спрос, приводит к устранению контроля над этим равновесием. В настоящее время этот контроль находится вне сферы влияния государств, которые в остальном остаются суверенными с точки зрения поддержания ими порядка в буквальном смысле. «Само различие между внутренним и мировым рынком, и вообще между понятиями «внутренний» и «внешний», с точки зрения государства, сегодня все труднее сохранять во всех отношениях, кроме самого узкого — «контроля над территорией и населением» [118].

Таким образом, *экономика знаний является инструментом* – целевым средством воздействия на объект (существующий в той или иной форме), его преобразование или создание, в значительной степени определяющим и влияющим на развитие человека, общества, природы и экономики.

Объяснение процессов и явлений, соответствующее современным требованиям социально-организационно-экономического строительства, лежит в плоскостях новой институциональной экономической теории.

Под институтами следует понимать «…совокупность норм и правил, механизмов их реализации, гарантов и ответственности при их неисполнении…». Причем отсутствие какого-либо из указанных блоков, формирующих целостное понятие института, приведет к тому, что институт не будет работать вообще или будет работать со сбоями. В этой связи, *экономика знаний как институт* – это совокупность норм и правил, механизмов их реализации, гарантов и ответственности при их неисполнении, создавшихся в условиях развития супериндустриального общества и переходу к обществу самообслуживания [358]. Элвин Тоффлер – американский философ, известен как социальный мыслитель и футуролог, являющийся одним из авторов популярной концепции постиндустриальной цивилизации. Выводы, сделанные им на основе исследований, отражены в его работах, принесших ему всемирное признание: «Футурошок», «Потребители

культуры», «Доклад о экоспазме», «Предсказания и предпосылки», «Адаптивная корпорация», «Метаморфозы власти», а также «Третья волна». Исследование актуальных проблем, все четче проявляющихся в последние десятилетия, а также сопровождающие их кризисные явления свидетельствуют, что «индустриальный мир» вступил в новую историческую стадию развития, которую можно охарактеризовать как «технотронную» или «супериндустриальную» цивилизацию, не поддающуюся законам индустриального развития.

Проанализирована сущность экономики знаний, на основе которой построена структурная ее модель (рис. 1.5).

Институт услуг в экономике знаний – система норм и правил, механизмов их реализации, гарантов и ответственности за оппортунистическое поведение, опосредующих взаимоотношения акторов и участников – производителей и потребителей услуг, затрагивающие все сферы жизнедеятельности человека и общества в «экономике знаний».

Современная среда функционирования субъекта хозяйствования отличается высокой степенью конкуренции и динамичности. Глобализационные процессы, такие как развитие информационных технологий и свободный обмен товарами, услугами и капиталами между странами, оказывают существенное влияние на субъекты хозяйствования. Они обеспечивают доступ к широкому рынку, позволяют использовать передовые технологии и получать новые знания и опыт, состоящих из множества взаимосвязанных факторов и элементов. Она охватывает все аспекты деятельности субъекта, включая его взаимодействие с рынком, технологическими инновациями, правовой и финансовой сферами.

Главной сущностью данной «среды» являются сложные взаимосвязи и взаимодействия между субъектами хозяйствования. В современных условиях глобализации и ускоренного темпа развития технологий, эффективное взаимодействие становится неотъемлемой составляющей успеха любого хозяйствующего субъекта.



Рисунок 1.5 – Структурная модель экономики знаний и услуг/института услуг, *авторская разработка*

Основной элемент современной «среды» функционирования – информация. Благодаря развитию информационных технологий и прогрессу интернета, субъекты хозяйствования имеют доступ к огромному объему данных, которые могут быть использованы для анализа, прогнозирования и принятия решений. Информация стала неотъемлемым ресурсом, способным повлиять на конкурентоспособность и успешность субъекта на рынке.

Также важным элементом современной «среды» является правовое поле. Благодаря законодательству, субъекты хозяйствования могут регулировать

свою деятельность, защищать свои права и интересы, а также предотвращать допуск нарушений со стороны других участников рынка.

Финансовый аспект также неотъемлемо присутствует в современной «среде» функционирования субъекта хозяйствования. Существование финансовых ресурсов и возможность их использования является фундаментальным фактором, который позволяет субъектам осуществлять свою деятельность, инвестировать в развитие, обеспечивать устойчивость и рост.

Технологический прогресс и инновации также оказывают существенное влияние на сущность современной «среды». Быстрое развитие новых технологий предоставляет субъектам новые возможности для оптимизации бизнес-процессов, сокращения затрат, повышения качества и конкурентоспособности продукции или услуг.

В целом, сущность современной «среды» функционирования субъекта хозяйствования заключается в сложных взаимосвязях и взаимодействиях между субъектами, информацией, правовым полем, финансовыми ресурсами и технологическими инновациями. Осознание и грамотное использование всех этих элементов являются ключом к успешному и эффективному функционированию субъекта на рынке.

Одной из предпосылок институционализации развития «экономики знаний» является осознание значимости знаний и информации в современной экономике. Знания становятся ключевым ресурсом и драйвером экономического роста. Они позволяют разрабатывать инновации, улучшать производительность и эффективность процессов. В этой связи, развитие «экономики знаний» рассматривается не только как процесс производства и использования знаний, но и как институт, который определяет правила взаимодействия субъектов хозяйствования и обеспечивает создание благоприятных условий для развития знаний и инноваций. Сущность современной «среды» функционирования субъекта хозяйствования (табл. 1.7).

Таблица 1.7 – Сущность современной «среды» функционирования субъекта хозяйствования

Среда	Сущность трактовки термина «среда»	Комментарий
Институциональная	Совокупность фундаментальных политических, социальных, экономических, административных правил, которая образует своего рода базис для производства, обмена и распределения (НИЭТ)	Это основополагающие нормы и правила, существующие в кодифицированной и некодифицированной форме, обеспечивающие и определяющие функционирование субъектов хозяйствования и потребителей
Маркетинговая	Совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами фирмы и влияющих на возможности руководства службой маркетинга устанавливать и поддерживать с целевыми клиентами отношения успешного сотрудничества	Это все факторы, которые тем или иным образом оказывают влияние на маркетинговую деятельность; которые влияют на ее взаимоотношения с физическими и юридическими лицами, заинтересованными в видах деятельности, составляющих корпоративную миссию организации
Цифровая	Среда логических объектов, используемая для описания (моделирования) других сред (в частности, электронной и социальной) на основе математических законов. Цифровая и социальная среда включает в себя информацию и развлечения, передаваемые в цифровом виде.	Это все блага цифровизации, побуждающие аудиторию к социальному вовлечению в новую создаваемую реальность
Онлайн	«онлайн» (иногда упоминается «на линии»), как «управляемый или подключен к компьютеру» или как «деятельность», «служба», которая доступна исключительно через Интернет.	Характеризуют состояние «подключенности» субъекта; применяемые технологии в работе субъекта – в виртуальном пространстве
Офлайн	имеют значение в отношении к компьютерным технологиям и телекоммуникациям.	Характеризуют состояние «отключенности» субъекта; применяемые технологии в работе субъекта – в реальном мире

Источник: [46, с. 28-30]

Современная «среда» функционирования субъекта хозяйствования в развитии «экономики знаний» отличается от традиционной экономической среды. Она включает в себя все аспекты, связанные с созданием, распространением и использованием знаний. Основная сущность современной «среды» включает:

1. Интеллектуальный капитал: основной ресурс в экономике знаний - это знания, навыки и компетенции работников, их креативность и инновационный потенциал. Субъекты хозяйствования сосредоточиваются на создании и развитии своего интеллектуального капитала, чтобы получать конкурентное преимущество.

2. Информационные технологии: современная экономика знаний невозможна без использования высоких технологий и информационных систем. ИТ-инфраструктура и цифровые платформы становятся неотъемлемой частью среды, обеспечивающей обмен знаниями и инновациями.

3. Образование и научные исследования: развитие экономики знаний требует высококвалифицированных работников, поэтому образование и научные исследования играют важную роль в современной «среде». Субъекты хозяйствования должны инвестировать в образование своих сотрудников и взаимодействовать с университетами и научными учреждениями для создания новых знаний и инноваций.

4. Культура открытости и сотрудничества: в экономике знаний субъекты хозяйствования все больше ориентируются на сотрудничество и обмен знаниями. Открытые инновационные системы, инновационные экосистемы и партнерства становятся ключевыми элементами среды, обеспечивающими развитие инноваций и распространение знаний.

В целом, современная «среда» функционирования субъекта хозяйствования в развитии экономики знаний характеризуется высокой степенью зависимости от знаний, технологий и интеллектуальных ресурсов. Это требует от субъектов хозяйствования активного участия в создании и использовании знаний, а также постоянного инвестирования в интеллектуальный капитал и образование.

Экономика знаний влияет на развитие человека, общества, природы и экономики. Она способствует развитию человеческого капитала путем повышения уровня образования и квалификации, развитию навыков и

компетенций. Экономика знаний также влияет на социальное равенство, расширение доступа к знаниям и информации.

С точки зрения природы, «экономика знаний» направлена на устойчивое развитие и управление ресурсами. Она стимулирует создание экологически чистых и эффективных технологий, а также способствует развитию экологического сознания.

В экономике, экономика знаний влияет на рост производительности и конкурентоспособности субъектов хозяйствования. Она способствует созданию новых рынков и индустрий, высвобождению новых источников роста и созданию инновационных продуктов и услуг.

В целом, институционализация развития экономики знаний является неотъемлемой частью современной среды функционирования субъекта хозяйствования. Она создает условия для развития и использования знаний, что способствует устойчивому развитию общества и экономики.

Предпосылки институционализации развития «экономики знаний» включает развитие информационных и коммуникационных технологий: Прогресс в области информационных технологий создает новые возможности для хранения, обработки и передачи знаний. Это позволяет эффективнее использовать информацию и интегрировать ее в различные сферы экономики. Образование и научные исследования: Развитие экономики знаний невозможно без активного развития образования и научных исследований. Инвестиции в образование, научные лаборатории и инновационные проекты способствуют созданию новых знаний и экспертизы, которые могут быть применены в экономике. Изменение приоритетов в экономической политике: Переход к экономике знаний требует изменения приоритетов в экономической политике. Государственные органы должны сосредоточиться на поддержке инноваций, развитии научно-технического потенциала и создании условий для распространения знаний и технологий. Развитие институциональной инфраструктуры: Для успешного функционирования экономики знаний необходимо развитие институциональной инфраструктуры. Это включает

создание научно-исследовательских центров, технопарков, инновационных кластеров, а также поддержку интеллектуальной собственности.

Исследование вопросов глобализации экономики и технологических инноваций как предпосылок формирования и развития «экономики знаний» позволило определить ее сущность как института и инструмента; исследовать проявление инноваций, а также установить черты вектора формирования «нового общества», то есть общества, основанного на глубоком использовании знаний и достижений, воспринятых и все глубже проникающих во все сфере человеческой жизни, изменяющего способы производства и ориентированного на развитие сервиса.

Дальнейшие исследования направлены на выявление закономерностей в развитии экономики знаний, формирование новой парадигмы управления развитием субъектов хозяйствования, алгоритмизации процессов и совершенствованию инструментария.

1.3 Концепция развития института услуг в экономике знаний

Экономика общества является сложным процессом и представляет собой всеохватывающий организм, обеспечивающий жизнедеятельность каждого человека и общества. При этом применяются различные технологии, т.е. совокупность средств, процессов и идей в дополнение к инструментам и машинам, охватывающие различные отрасли и сферы деятельности включая цифровые. Генеральный секретарь Организации Объединенных Наций Антониу Гутерриш в докладе о цифровой экономике за 2019 г. отмечал, что «…цифровая революция меняет нашу жизнь и общество с беспрецедентной быстротой и небывалым размахом, создавая при этом как огромные возможности, так и колоссальные трудности» [302, с. vi], что определяет актуальность темы исследования.

Институциональная экономика знаний с нашей точки зрения представляет собой хозяйственную деятельность общества, а также совокупность институтов и отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления на основе знанииемких и наукоемких производств товаров/услуг, а также использования новых технологий социального влияния на широкие массы людей.

Новая стадия развития человечества имеет ряд названий – «экономика знаний», «информационная эра», «экономика, основанная на знаниях», «новая экономика». В связке «экономика – общество», при рассмотрении этих новых процессов не только в экономической плоскости, но и в плоскости социальной зачастую используется термин «общество знаний». Следует отметить, что такая терминология используется в отчетах ООН, Всемирного банка и ЮНЕСКО. Однако, до сих пор не выработано общего термина, который бы характеризовал такой период современного социально-экономического развития. В то же время в современном мире проявляются тенденции, связанные с превращением знания в ключевой ресурс развития, расширением глобализации и конкуренции, основанной на знанииемких и наукоемких производствах товаров и услуг.

Предпосылки институционализации развития экономики знаний представлены на рис. 1.6.

Действительно, особенно это видно в традиционных капиталистических обществах, где конкурируют не просто предприятия (компании, фирмы), производимые ими продукты, товары, услуги. Конкурируют модели организации и реализации бизнеса, что требует постоянного поддержания знаний руководителей и сотрудников предприятия, проведения научно-исследовательских работ, позволяющих получать инновации, «заточенные» под предприятие, которые могут быть достаточно быстро введены в имеющуюся бизнес-модель. Бизнес, как источник денежных средств, которые могут быть направлены на финансирование науки и разработок, в массе своей, желает использовать уже готовые, кем-то и на какие-то средства, полученные

и проверенные результаты, то есть внедренные результаты научных исследований.

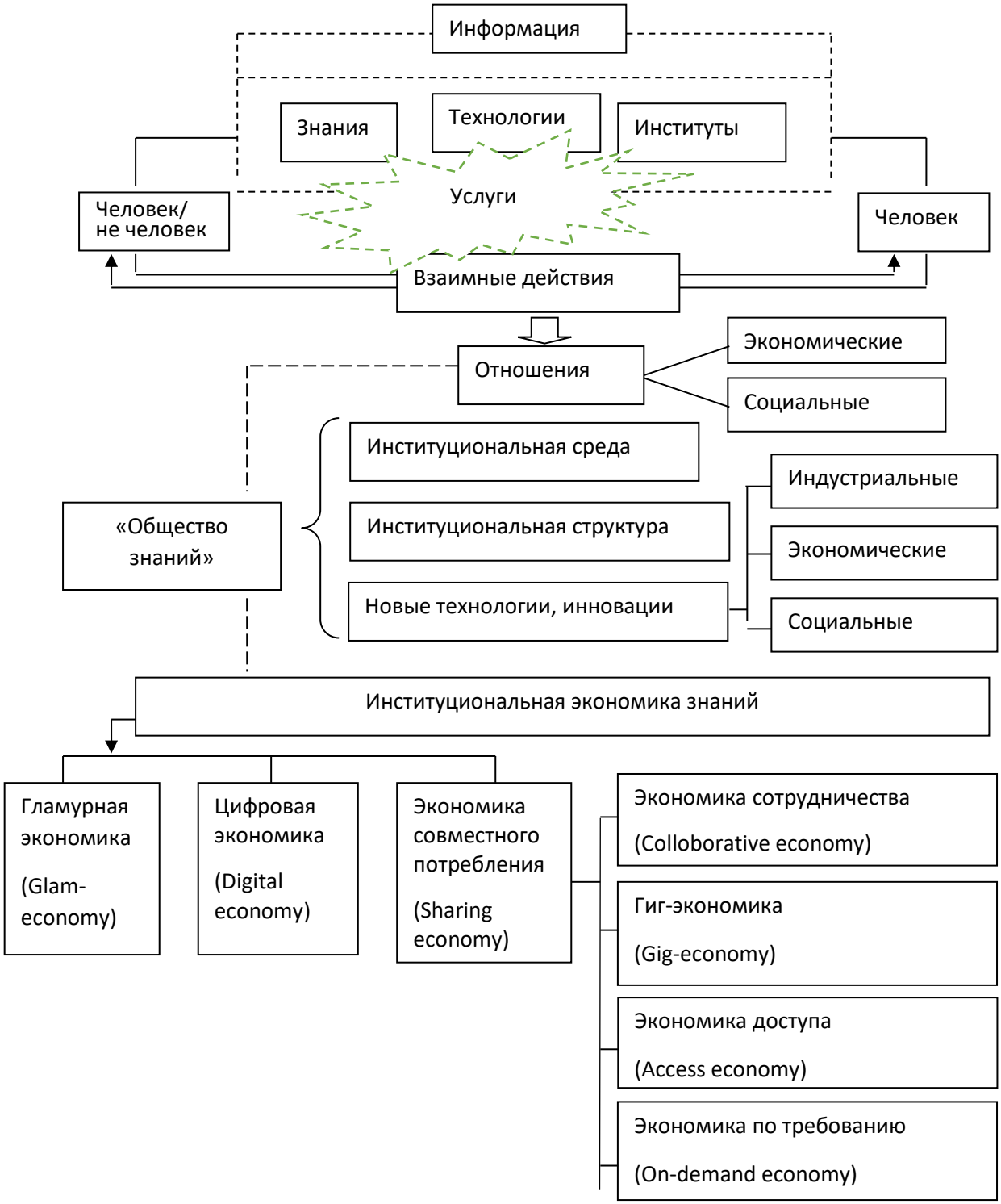


Рисунок 1.6 – Предпосылки институционализации развития экономики знаний, *авторская разработка*

Однако руководителям отечественных предприятий следует понимать, что если результат проверен и реализован кем-то, то они всегда будут, как минимум, вторыми, а успех, в том числе финансовый, всегда сопровождает только первых. Не способствует реализации преимуществ экономики знаний и современная институциональная структура образования в странах постсоветского пространства, в том числе и новообразованных республик. Университеты, которые в советский период являлись центрами селекции и подготовки элиты общества, начиная с 90-х гг. активно разрушаются, влившись в поток Болонской системы, направленной на уничтожение основ глубокого образования, которым славились специалисты, подготовленные для экономики в эпоху СССР. В СМИ активно нивелируются имена советских ученых и умалчиваются достижения этого периода, при том что пиарят западное образование, включая США, которые вкладывают помимо профессиональных знаний ментальные модели и установки чуждой культуры. Кроме того, формируется образ мыслей и действий, который был бы удобен для управления в глобализированном обществе. Проблемы элитарного образования для российского общества рассмотрены в работах И.М. Ильинского: «Директива на все времена. Американские цели в отношении русского мира» [122], «Об элитарным образовании» [121], «Об экономической природе современного отечественного образования» [120], «Между Будущим и Прошлым: социальная философия происходящего» [119]. По его мнению, в России уже сложился и набирает силу «…новый правящий класс богатых и сверхбогатых людей, то есть доминирует элита богатства, но в условиях демократии возросло значение элиты политической и общественной власти, элиты СМИ, элиты знаний» [121, с. 6]. Следовательно, власть принадлежит уже не только финансовым магнатам и владельцам крупных предприятий, но и оказалась рассредоточенной в других социальных слоях, что требует совместных действий, направленных на взаимоподдержку друг друга, чтобы не лишиться ее. Однако возникает проблема «…воспитания и наследования богатств и власти от поколения к поколению этих правящих элит и,

следовательно, проблема воспитания и обучения наследников внутри каждой из этих элит, то есть воспроизводства правящего класса через систему элитарного образования – среднего и высшего» [121, с. 6-13]. Значительная часть детей первого поколения элиты постсоветского пространства – «золотая молодежь» – уже проявила свои качества, известные по сводкам новостей и «гламурных» СМИ, получила дорогостоящее заграничное образование, преимущественно в вузах Британии и США. Но не известны массовые случаи их служения на благо России, как правопреемницы родины их родителей, которая дала им это богатство, и теперь в руках этих людей находится две трети богатств России, к которой они относятся как к «пастбищу», на котором они «…кормятся, жиреют и гадят» [121, с. 7]. Как заключает М.И. Ильинский, «…эти люди не имели никаких нравственных принципов до того, как разбогатели, не имеют никаких гражданских убеждений и ныне» [121, с. 7]. Причинами, по которым детей они обучают на дому, в частных школах или заграницей, являются соображения безопасности и, по их мнению, низкое качество образования, что является спорным вопросом. Проблема даже не в том, где получают образование дети богатых и сверхбогатых людей России, а в том, как они используют полученные ими знания, на благо какой страны, так как эти дети возвращаются не только со знанием иностранного языка, как хотели их родители, а и «…с иностранным взглядом и отношением к происходящему в стране» [121, с. 9].

Следует понимать, что успешный предприниматель, политик или представитель шоу-бизнеса, добившийся успехов своим трудом и входящий в элиту общества, захочет, чтобы его наследник получил образование, позволяющее ему проявить способности, приобрести навыки и знания общего и специального характера, которые позволят ему стать успешным в профессии и в обществе, развить вкус, знать этикет и т.п., то есть, чтобы наследник стал образованным человеком. Но среднестатистический отечественный вуз такого набора услуг не дает, да и требовать этого было бы весьма странно.

Вузы «массового производства специалистов» нацелены не на мотивацию студента учиться, добывать знания, умения, навыки, а скорее на удовлетворение потребностей, общественного запроса на получение образования, получение диплома о высшем образовании, где диплом специалиста, магистра все больше приобретает свойства товара. В ряде вузов считают главной ценностью студента и действуют по принципу, известному в торговле, «клиент всегда прав». Принцип – «студент всегда прав» наравне с невысокими зарплатами профессорско-преподавательского состава, не соответствующей «последнему слову» техники и технологий, оборудования и пр., не способствует росту престижности образования. Другой проблемной стороной вузовского образования, особенно с переходом к системе массового тестирования, является подготовка так называемого специалиста – исполнителя, «человека-винтика», «человека-функции», «человека-исполнителя» тогда как «…молодое поколение высшего класса…должно обладать лидерскими качествами» [291, с. 9], так как эти качества не передаются по наследству на генетическом уровне, а являются продуктом воспитания, формируются в процессе получения образования и социализации.

В наиболее развитых странах мира формирование элит осуществляется в двух направлениях:

- через продвижение к вершине элит выдающихся людей, обладающих способностями и талантом;
- путем «набора» в элиту, продвижения к ее вершине людей по принципу богатства, наличия связей, знатности.

Обеспечение стабильного воспроизводства качественной элиты в западном мире обеспечивается за счет осуществляемого ею контроля/попечения качественных учебных заведений и понимания главного: «союз элиты знаний и бизнес-элиты создает элиту элит или сверхэлиту» [291, с. 11], что является основой для успешного развития как бизнеса, так и стран.

Для стран постсоветского пространства характерным стало второе направление, когда к вершине элит продвигаются люди по принципу наличия связей и богатства.

В этой связи вопросы формирования системы образования, ее структуры, соответствующей современным запросам общества и требованиям развития в условиях экономики знаний, становятся не просто актуальными, а архиважными для страны не только с экономической точки зрения, но и социальной и общегосударственной.

Основу экономики знаний, как это следует из подхода, реализуемого Всемирным банком [291], составляют четыре взаимосвязанных элемента:

1. Образование.

2. Инновационный потенциал.

3. Информационная инфраструктура.

4. Институциональная структура.

Сущность элементов, составляющих базис «экономики знаний», отражена в таблице 1.8.

1. Образование – является основой экономики знаний, так как образованные люди способны создавать, применять и передавать знания. Образование обеспечивает развитие человеческого капитала, который является ключевым ресурсом в экономике знаний.

2. Инновационный потенциал – относится к способности общества генерировать и внедрять новые идеи, технологии и подходы. Инновации являются главным двигателем прогресса в экономике знаний, они позволяют улучшать процессы производства, создавать новые продукты и услуги, а также повышать эффективность и конкурентоспособность экономики.

3. Информационная инфраструктура – это совокупность информационных технологий, коммуникационных сетей и данных, которые обеспечивают доступ к знаниям и обмен информацией. Информационная инфраструктура играет важную роль в экономике знаний, так как

обеспечивает быстрый доступ к информации, улучшает коммуникацию и содействует распространению знаний.

4. Институциональная структура – относится к правовым и организационным рамкам, которые поддерживают развитие экономики знаний. Это включает законы и политики, способы защиты интеллектуальной собственности, налоговые стимулы для инноваций, а также научно-исследовательскую и развивающую деятельность. Институциональная структура создает условия для развития и применения знаний в экономике.

Таблица 1.8 – Сущность базисных элементов экономики знаний

Элементы	Сущность элементов	Характеристика решаемых задач
Образование	Единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, функций, опыта деятельности и компетенций [183].	Поставляет обученные и высококвали-фицированные кадры, которые могут использовать знания эффективно
Инновационный потенциал	Совокупность различных видов ресурсов, включая материальные, финансовые, интеллектуальные, информационные, научно технические и иные ресурсы, необходимые для осуществления инновационной деятельности [124].	Способствует эффективному распространению и использованию информации
Информационная инфраструктура	Система организационных структур, подсистем, обеспечивающих функционирование и развитие информационного пространства страны и средств информационного взаимодействия [128].	Обеспечивает взаимо-действие со всемир-ными знаниями, адаптирует их и создает условия для создания или применения новых знаний на локальном уровне в целях достижения экономи-ческих и социальных интересов общества
Институциональная структура	Определенный упорядоченный набор институтов, создающих матрицы экономического поведения, определяющих ограничения для хозяйствующих субъектов, которые формируются в рамках той или иной системы координации хозяйственной деятельности [219].	Определяет, создает условия, формирует «матрицы» экономического поведения, характерные для того или иного общества

Составлено по данным [124,128,123,217,219]

Взаимосвязь этих четырех элементов составляет основу экономики знаний и позволяет обществу эффективно использовать и развивать свой

интеллектуальный потенциал для достижения экономического роста и прогресса. Как следует из таблицы 1.8, образование как процесс и продукт формирования личности (человека), развития его умственных и физических способностей, характера осуществляется в центрах передачи знаний (детский сад, школа, колледж, университет и т.п.). Кроме того, знания получают самостоятельно, путем самообразования. Учитывая высокую скорость «устаревания» знаний в современном быстро меняющемся мире, необходимо постоянно пополнять знания, умения и компетенции, используя возможности Интернета. В процессе осуществления трудовой деятельности, в связи с желанием и потребностью ее совершенствования возникают инновации, потенциал создания которых берет истоки из полученного образования и способствует реализации имеющихся возможностей.

В словарном определении потенциал (лат. potentia – «сила», «возможности») – это совокупность имеющихся средств, «…всех имеющихся возможностей … в какой-либо области или сфере…» [203]. Однако для целенаправленного и эффективного осуществления инновационной деятельности целесообразно, чтобы этот процесс носил системный характер, в связи с чем возникают предприятия, организации, учреждения, которые способствуют, помогают и поддерживают эту сферу деятельности, то есть формируется некая инфраструктура. В словарном определении инфраструктура (лат. infra – «ниже», «под» и лат. structura – «строение», «расположение») представляет собой «…комплекс взаимосвязанных обслуживающих структур или объектов, составляющих и обеспечивающих основу функционирования системы» [128] или «…совокупность предприятий, учреждений, систем управления, связи и т. п., обеспечивающая деятельность общества или какой-либо ее сферы» [29¸с. 397].

Продвигаясь от частного к общему, следует остановиться на формировании институциональной структуры, которая должна способствовать развитию и личности, и бизнеса, и культуры и пр., то есть всей социо-экономической системы. В словарном определении под структурой

(лат. structūra «строение, устройство; связь или расположение составных частей») понимают «…определенную взаимосвязь, взаиморасположение составных частей, строение, устройство чего-либо» [233], то есть совокупность связей, возникающих между частями объекта, которые изучаются, объясняются различными науками, для различных целей, в том числе для принятия управленческих решений разного уровня и сложности задач. Следует подчеркнуть, что с точки зрения институциональной теории институты представляют собой некие «стержни», вокруг которых выстраивается вся система «правил», действующих в том или ином обществе, подобно «флажкам», определяющим пространство и взгляды, считающиеся «нормальными» (правильными). Элементами «стержня» являются «…своего рода аксиомы, неписаные законы и представления, которые формируются на основе религиозных верований и опыта, передаваемого нам предками» [125]. Следовательно, некоторые элементы институциональной структуры, которые противоречат «неписаным моральным законам», рано или поздно будут отторгнуты из институциональной среды, которая представляет собой «…основные политические, социальные и правовые нормы, являющиеся базой для производства, обмена и потребления» [338, с. 6], то есть «…правила игры, определяющие контекст, в котором осуществляется экономическая деятельность» [243]. Следовательно, сложившиеся в том или ином обществе институты существуют и работают в рамках определенной экономической системы, а сфера их существования может быть выдела в особую среду – институциональную среду.

При этом совокупность определенным образом упорядоченных институтов образует единое целое – институциональную структуру, а каждое общество имеет свою неповторимую институциональную структуру. Поэтому трансплантация чужих или чуждых институтов всегда обречена на неудачу, как в социальном, так и в экономическом плане для страны, ее применяющей.

Исследование базисных элементов и институциональной структуры экономики знаний позволило прийти к следующим выводам: экономика

знаний является институтом и инструментом в развитии современного общества и базируется, согласно версии Всемирного банка, на четырех элементах: образование, инновационный потенциал, информационная и институциональная структура. Движущей силой экономики знаний является человек – личность, однако возникает проблема развития системы образования, в том числе его элитарного сегмента. Выстраивание инстуциональной структуры экономики знаний требует четкого и однозначного понимания ее сути, механизмов и технологий ее формирования.

В исследованиях О.Н. Павловой под «экономикой знаний» предложено понимать «…этап развития постиндустриального общества, характеризующийся высокой степенью проникновения информации и знаний во все сферы жизнедеятельности. Зарождается она в том обществе, где появляется культ знаний, знание становится ценностью, и эта идея разделяется и поддерживается многими, где знание превращается в рыночный продукт, его можно продать, и оно принесет доход» [186, с. 6].

Исследования показали, что экономика знаний может быть структурирована, как двуединое целое интеграции двух направлений, а именно: экономика, основанная на знаниях, т.е. «инновационная экономика» [128]; экономика самих знаний, где важной составляющей является знаниевая услуга. Сами услуги целесообразно подразделить на:

- Знаниевые услуги (продукт интеллектуального труда исполнителя (предоставителя услуги), удовлетворяющий потребность заказчика (получателя услуги), имеющая ценность и цену, по которой достигнуто соглашение договаривающихся сторон (сторон взаимодействия).
- Сервисные услуги (деятельность, продуктом которой является обслуживание, в т.ч. самой виртуальной среды и в виртуальной среде).

Отметим, что в «экономике знаний» и знания, и услуги также требуют управления, а также менеджмента и важной его составляющей – маркетинга.

Управление – это установление целеполагания и задач; менеджмент – это выполнение поставленных целей и задач наемными специалистами-менеджерами; маркетинг – одна из важных функций менеджмента, направленная на обеспечение реализации (нужности, востребованности и т.д.) продукта на рынке. Следовательно, необходимо создавать не просто системы, а взаимосвязанные системы, чтобы обеспечить сам процесс, а также востребованность будущих результатов труда, воплощенных в будущем продукте деятельности, т.е. нужны экосистемы и стратегии, как общий не детализированный план действий. Этот план дробится на более мелкие части – частные стратегии, реализуемые менеджерами того или иного уровня, в сферу ответственности, которых входит маркетинг, в сферу реализации которого входит как работа на «рынке», так и превентивная работа с «рынком». Таким образом возникает необходимость в формировании полноценных институтов, где сформированы и функционируют все элементы такого института, а именно: нормы и правила; механизмы реализации норм и правил; есть гаранты и реальная их ответственность за неисполнение этих норм и правил.

Вне зависимости от реализации главной линии управления (применения иерархического или сетевого подхода к организации управления) все равно субъект управления видит всю картину в целом и должен обладать полной релевантной информацией, а менеджеры – лишь фрагмент, за который несут ответственность и чем ниже на иерархической лестнице находит субъект, тем меньше знаний о целостном объекте ему доступно. Поэтому, когда рассуждают о сетевом подходе (это как паутина, но все равно есть паук, который и плетет сеть от центра паутины согласно выбранной цели и конфигурации), сетевых организациях, проектах и их преимуществе – все относительно. Главное – кто является основным выгодополучателем/собственником создаваемой конструкции, а, значит, важно то, в чьих интересах будет реализован результат тех или иных действий,

т.е. речь идет о стратегическом видении перспективы. Все остальное – детали тактических действий Гаранта.

В то же время, любая сложная система (социально-экономическая, политическая, предприятия и т.п.) имеет собственную сложившуюся структуру, зависящую от исторического пути развития. Концептуальная схема развития услуг/института услуг в «экономике знаний» представлена на рис. 2. При осуществлении изменений (трансформационных процессах) всегда имеет место «трение» – трансакционные издержки (возникающие ввиду разных факторов – сопротивления новому, не понимания, отсутствия действенных механизмов, норм и т.п.), связанные с необходимостью ее регулирования, координации и т.п. – т.е. управления системой.

Отсутствие или недоработанность какого-либо элемента института влечет за собой «сбои» в его функционировании, либо – вообще институт работать не будет, что еще раз подчеркивает важность институционального планирования, проектирования и дизайна. Развитие государства, знаний и знаниевых услуг в наше время требует применения новых подходов и механизмов управления. Старая система управления уже не отвечает потребностям прогресса и реализации инновационного пути развития. Для достижения перспективных целей, решения задач, выполнения планов и стратегии необходимо создать новую структуру управления, которая соответствовала бы всем этим требованиям. Современное развитие требует смены подходов и применения новых механизмов, чтобы обеспечить реализацию инновационного пути развития, который способствовал бы прогрессу во всех сферах и обеспечивал процветание государства и достижение высоких результатов в области знаний и знаниевых услуг.

Следует отметить, что современный термин «сфера услуг» представляет собой обобщающую категорию, характеризующую часть экономики постиндустриального экономического уклада, сложившуюся ввиду достаточно развитой современной инфраструктуры. Так, в экономике развитых стран мира значительную часть – более 60% по числу занятых

приходится именно на сферу услуг. К сфере услуг теперь принято относить «…культуру, образование, здравоохранение, бытовое обслуживание, пассажирский транспорт и связь, рекреационные услуги, общественное питание» [226, с. 423]. Но это то, о чем «принято» говорить, а есть еще – например, продажа данных, модерирование игр, эккаунтов в соцсетях, самих соцсетей (доступ или отказ в доступе к информации), обслуживание виртуального «мира», который еще сам не полностью сформирован, а тем более – еще менее осознан потребителем. Возможно, в будущем эти сферы также будут включены в категорию услуг. С развитием технологий и изменением потребностей людей, услуги такого рода становятся все более релевантными. Например, продажа данных и обслуживание виртуального мира являются новыми видами услуг, которые возникли в результате развития информационных технологий и интернета. Модерирование игр и эккаунтов в соцсетях также стали важными услугами, поскольку с ростом числа пользователей возникла необходимость обеспечить безопасность и поддержку в онлайн-среде. Возможно, со временем их значение будет признано и включено в классификацию услуг.

Обратим внимание на следующую детализацию прибыли, опубликованную компанией Vizio за первый квартал 2021 г. Компания производит телевизоры, саундбары и сопутствующие устройства. Прибыль от их продажи составила 48,2 млн дол США, а прибыль от работы бизнес-подразделения, которое специализируется на продаже данных для рекламодателей о действиях пользователей составила 38,4 млн дол США, что составляет 79,7% прибыли от основной производственной деятельности Vizio. Информация собирается и накапливается ввиду оснащения телевизоров Vizio вшитой в платформу SmartCast специальной технологии – системы Platform+, позволяющей осуществлять сбор данных о действиях пользователей. Из отчета также следует, что полученная Vizio прибыль от продажи данных рекламодателям демонстрирует значительный рост на 152% в первом квартале 2021 г. по сравнению с аналогичным периодом 2020 г. [273]. Следовательно,

на реализации услуг компания заработала прибыль, которая по размеру сопоставима с прибылью, полученной ею от основной производственной деятельности. Это свидетельствует о росте роли услуг и интересе производителей к ним.

В.В. Жириновский обращал внимание на целесообразность для развития России использовать мобилизационный тип экономики. Термин «мобилизация» (фр. mobilization, лат. mobilis – подвижный) в словарном определении имеет три значения, два из которых имеют военизированный подтекст – «…перевод вооруженных сил государства или отдельных их частей с мирного положения на военное и приведение их в полную боевую готовность; призыв военнообязанных запаса на действительную военную службу», а третий – более широкий смысл – «…привлечение трудящегося населения или определенных отраслей народного хозяйства для выполнения каких-л. заданий» [225, с. 455].

Один из персонажей романа Р. Брэдбери рассуждая о значимости и важности информации (в частности книг) и знаний подчеркивает «…кто знает, кто может стать целью начитанного человека?» [32, с. 180]. И это верно, т.к. проведя мобилизацию ученых, всего научного сообщества, поставив им четкие цель и задачи, можно быть уверенным, что эти задачи будут решены, причем эффективным и оригинальным способом, о чем свидетельствует вся история недавнего, по историческим меркам, русского/советского прошлого.

В этой связи необходимо наладить учет, контроль и анализа в части имеющихся человеческих ресурсов, капитала и потенциала в сфере науки, научных знаний, образования. В количественном смысле – человеческий ресурс, в коммерческом плане – человеческий капитал, обладающий потенциалом: реализованным/не реализованным/частично реализованным, способным приносить пользу, включая прибыль.

Концепция развития института услуг в экономике знаний представлена на рис. 1.7.

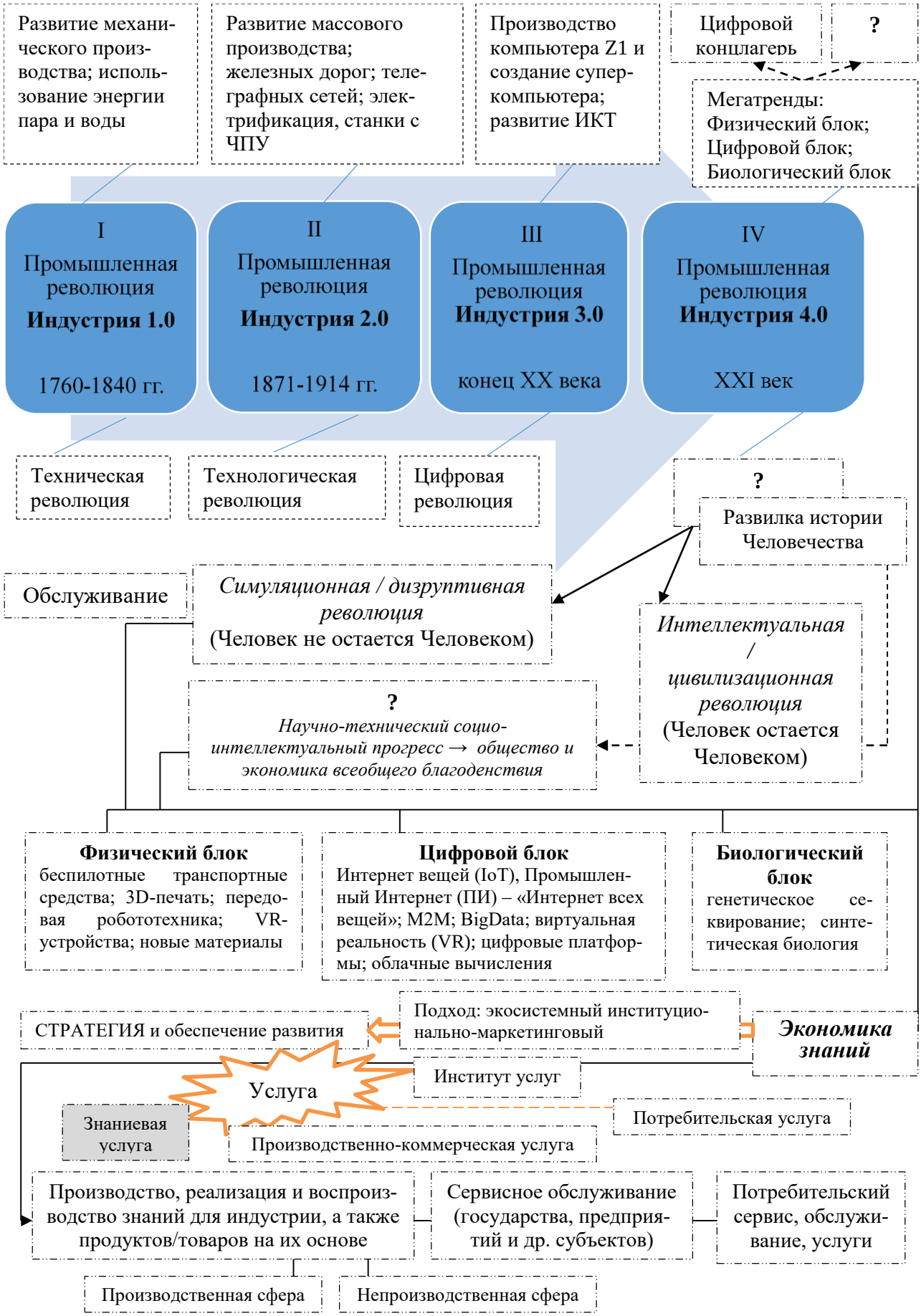


Рисунок 1.7 – Концепция развития института услуг в экономике знаний,

авторская разработка

Сложность использования знаниевого капитала в том, что: для его формирования и развития необходимы условия; знания должны подпитываться, обмениваться/обсуждаться – чтобы достичь истины; они не имеют границ/предела и могут быть доработаны, переработаны, что стимулирует появление новых знаний; знания неотделимы от его носителя – человека и осуществлять контроль весьма сложная задача (какое решение будет принято, как базовое; когда, в каком месте, кем). Пример, в глобальном масштабе капиталистического общества, где «жульничество» и манипуляции (в т.ч. с общественным сознанием) – норма для отдельных «элит», приведенных к власти крупным олигархическим капиталом, желавшим осуществлять глобальный контроль, в т.ч. над НТП, «собирая» у себя научные разработки, достижения – знания и «переманивая» отдельных ученых – за деньги и престиж (а это уже маркетинг) не смогли уследить за прорывом российского военно-промышленного комплекса, хотя результаты научных и опытно-конструкторских работ представлялись на различных площадках, освещались в выступлениях главы государства, а также в Интернете. Все это было манипулятивно представлено в большинстве западных СМИ и в сети Интернет, как «мультики Путина», что не соответствует действительности, т.е. виден обратный эффект, когда манипуляция сыграла негативную роль против ее создателей, уверовавших в собственную ложь. Следовательно, не все и не всё покупается, и продается; мало кто из западных «режиссеров» глобалистического мира ожидал, что российское общество консолидируется в сложных условиях вокруг своего лидера – Главы государства – В.В. Путина. Это еще раз подчеркивает правильность оценки А.И. Фурсова, что «…мы для них не просто чужие, а чуждые» [250].

Вся наука должна быть мобилизована под руководством Гаранта – главы государства через РАН на решение главных для государства текущих и перспективных задач. Иными словами, научные исследования должны быть организованы и управляемыми таким образом, чтобы в стране сформировалась система, а не «куча» в сфере науки и образования, как

главного поставщика квалифицированных, научных кадров и знаний, целенаправленная интегрированная деятельность которых приносила бы результаты, которые непосредственно воплощались бы в реальную практическую деятельность собственного государства, удовлетворения, прежде всего, потребности собственного народа и союзников. Фактически связка «наука–практика» является основой создания экосистемы, где продуцируются знания, воплощающиеся на практике, а позитивный результат такого взаимодействия становится виден всему обществу и другим субъектам/странам глобального мирового сообщества. Наука и управление ею в национальном (государственном) масштабе не должна быть отдана в частные руки – бизнесу. Частный бизнеса вне независимости от его размера (крупный, средний, малый) должен конкурировать между собой, а не с государством, выполняя функцию зарабатывания денег. Следовательно, целесообразно использование такой формы взаимодействия между государством и частным бизнесом, как государственно-частное партнерство (ГЧП). Однако, следует четко институционализировать систему взаимодействия, разграничить права, в т.ч. право собственности (владения и управления ею), создать действенные механизмы реализации ….

Следовательно, следует согласиться с мнением А.И. Фурсова, что «…XXI век выиграют те силы, которые смогут создать новую науку о человеке, об обществе и, вообще, о мире, и которые смогут создать новое образование, соответствующее этой новой науке. Это необходимое, хотя и недостаточное условие для победы» [250]. Следовательно, возникает необходимость в поведенческих науках – «поведенческая» экономика и т.д., междисциплинарных исследованиях, реализующих потребность в адекватных текущему времени знаниях и позволяющих формировать будущее в необходимом для его дизайнера/ов формате, где дизайнерами выступают истинно прогрессивные силы во главе с Россией.

Таким образом, на основании проведенных исследований установлено, что любая страна, заботящаяся о своей независимости, субъектности должна

выстраивать свою экономику, основываясь на понимании первостепенной значимости промышленного производства, для развития которой в условиях экономики знаний важное место занимает институт услуг. Кроме того, можно утверждать, что проблемы использования знаниевого каптала можно нивелировать в виртуальной среде, а также с помощью искусственного интеллекта, что непосредственно порождает еще более глубокие проблемы, опасные уже для всего человечества. Для России целесообразно использовать мобилизационный подход к управлению экономикой и знаниями в «экономике знаний», развивая собственный институт услуг при мобилизационной стратегии управления.

Предложенная концепция предполагает превращение услуг в основной инструмент экономики знаний. В рамках этой концепции услуги рассматриваются как основное средство передачи знаний и инноваций, а также создания и распространения новых знаний.

Одним из ключевых элементов концепции является развитие образования. Образование рассматривается как средство формирования и передачи знаний, а также развития критического мышления и навыков, необходимых для успешной работы в «экономике знаний». Особое внимание уделяется развитию высшего образования и его доступности для всех слоев населения.

Вторым элементом концепции является инновационный потенциал. Инновации рассматриваются как ключевой фактор развития «экономики знаний». Для стимулирования инноваций необходимо создание условий для их развития, в том числе поддержка и финансирование инновационных проектов, развитие инфраструктуры и технологической базы.

Третий элемент концепции – информационная структура. Информация является основным ресурсом экономики знаний, поэтому необходимо обеспечение доступа к информации, ее публикацию и распространение. Важную роль играют сетевые технологии и информационные технологии в создании и распространении знаний.

Четвертым элементом концепции является институциональная структура. Она включает в себя правовые и организационные механизмы, которые регулируют и стимулируют развитие экономики знаний. Это может включать налоговые льготы и стимулы для инноваций, правовую защиту интеллектуальной собственности, создание специализированных организаций и институтов, занимающихся поддержкой и развитием экономики знаний.

Таким образом, концепция развития услуг/института услуг в «экономике знаний» предлагает использовать услуги в качестве основного инструмента экономики знаний и при этом развивать образование, инновации, информационную и институциональную структуры, необходимые для успешного функционирования экономики знаний.

Выводы по разделу 1

Исследование теоретических основ становления экономики знаний и услуг позволило прийти к следующим выводам.

В работе установлена высокая степень актуализации интереса к «экономике знаний» на основе анализа интернет-запросов пользователей глобальной сети Интернет по ключевым словам «экономика знаний», структуре похожих запросов, а также структуре региональной популярности запроса. Обращено внимание на инновации, как сложном социальном процессе. Осознание складывающейся системы взаимосвязи, взаимозависимости и взаимообусловленности во всех процесса в мире привело к необходимости обращения внимания на «знание» как единицы измерения и собственности, непосредственно влияющего на все аспекты жизнедеятельности в реальном мире, который все больше стал подвержен влиянию виртуального.

Показана закономерность диалектического развития социально-экономических систем, к которым относится и государство и выделены признаки этапов развития общества к «экономике знаний», к которому и пришло современное общество.

Дана сущностная характеристика социально-экономических систем от рабовладения до постиндустриального этапа – экономики знаний, позволяющая понять объект присвоения и отражающая факт того, что в основе динамики лежат научные достижения и изобретения, имеющие особое влияние на жизнь человечества через внедрение нового способа производства. Исследованы особенности промышленных революций до Индустрии 4.0, постоянной автоматизацией традиционных производственных процессов и практик с использованием современных интеллектуальных технологий, которая не является таковой.

Исследованы сущностные элементы экономики знаний, критериальные составляющие понятия «интеллект» и обосновано, что лишь отчасти искусственный интеллект можно называть таковым. Проанализирована сущность «экономики знаний», построена структурная ее модель и дано авторское определение института услуг в экономике знаний.

Исследована сущность современной среды функционирования субъекта хозяйствования; влияние глобализационных процессов и определены предпосылки институционализации развития «экономики знаний» как институциональной экономики, в которой «экономика знаний» представляется как институт и как инструмент воздействия, влияющим на развитие человека, общества, природы и экономики. Исследование базисных элементов и институциональной структуры экономики знаний позволило прийти к следующим выводам: экономика знаний является институтом и инструментом в развитии современного общества и базируется, согласно версии Всемирного банка, на четырех элементах: образование, инновационный потенциал, информационная и институциональная структура. Движущей силой экономики знаний является

человек – личность, однако возникает проблема развития системы образования, в том числе его элитарного сегмента. Выстраивание институциональной структуры экономики знаний требует четкого и однозначного понимания ее сути, механизмов и технологий ее формирования. Разработана концепция развития услуг/института услуг в «экономике знаний».

Экономика знаний может быть структурирована, как двуединое целое интеграции двух направлений, а именно: экономика, основанная на знаниях, т.е. «инновационная экономика» и экономика самих знаний, где важной составляющей является знаниевая услуга. Сами услуги целесообразно подразделить на: знаниевые услуги (продукт интеллектуального труда исполнителя (предоставителя услуги), удовлетворяющий потребность заказчика (получателя услуги), имеющая ценность и цену, по которой достигнуто соглашение договаривающихся сторон (сторон взаимодействия); сервисные услуги (деятельность, продуктом которой является обслуживание, в т.ч. самой виртуальной среды и в виртуальной среде).

Разработана концепция развития института услуг в экономике знаний, базирующаяся на исторической хронологии промышленных революций как основы индустриального развития современный этап которого представляет собой цивилизационную революцию и характеризуется экономикой знаний, где базовой единицей являются услуги (знаниевые, производственно-коммерческие, потребительские), которые в своей совокупности являются составляющими института услуг, что позволяет разработать стратегию обеспечивающую развитие, базирующуюся на экосистемно-институциональном подходе, поддерживаемую маркетингом;

Основные результаты исследования отражены в работах [106,76; 74,77,78,95,104].

РАЗДЕЛ 2 ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМЫ УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

2.1 Анализ проблемы смысла и выбора вектора развития науки как услуги в экономике знаний

Наука обычно не рассматривалась как услуга, хотя ее использование в широком смысле всегда служило на благо государству, общества, конкретному человеку, как члену общества, где «человек» поставлен в центр внимания (пример, в эпоху построения социалистического и коммунистического общества в СССР и в странах социалистического лагеря); достижения науки – инновации являлись двигателями прогресса (конечно же исходя из целеполагания). Однако, за последние годы внедрение новой техники и технологий, использования достижений междисциплинарных исследований влияния на психику человека, позволивших на практике применить технологии по управлению человеческими массами, выращиванию человека-потребителя и т.п. требует более глубокого осмысления не только роли современной науки, но и ее значения, как современного института, что и определяет актуальность темы исследования.

Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует, что в исследованиях ученых рассмотрены вопросы формирования теоретического базиса и моделей развития [8,13,159,162,147,194], автоматизированной обработки данных, накопления информации и управления ею [56,57,133-138,258], информационных войн [211,231].

Наука всегда являлась фундаментом, основой для развития страны, которая обладала научным потенциалом и могла создать условия для ее развития, а также развития субъектов хозяйствования на ее достижениях.

В исследованиях А.В. Ставицкого, со ссылкой на мнение проф. А.А. Ирхина, отмечается, что «…в основе современной конкуренции ведущих держав мира лежат два основных пространства борьбы – борьба за ресурсы и

конкуренция за смыслы и идеи, которые формируют власть над умами народов и целых цивилизаций» [231, с. 674].

Наука представляет собой систему знаний «…о закономерностях развития природы, общества и мышления, а также отдельную отрасль таких знаний…» [201, с. 239]. Известны естественные, гуманитарные, технические науки. Наука – базис *объективных* знаний для развития, а цель – получить такие объективные знания для заказчика исследований.

Развитие сопровождается институциональными изменениями и может быть:

- Эволюционным;
- Революционным;
- Стагнационным.

В исследованиях Н.Ю. Возияновой обосновано, что по характеру институциональные изменения следует классифицировать как [57, с. 134]: инновационные (инкрементные либо прорывные); стагнационные и дегресионные.

В основе любых изменений, в т.ч. институциональных, всегда лежат объективные знания, т.е. непредвзятые, не обязательно несущие сиюминутный результат или прибыль. Следовательно, любая страна, которая обладает достаточным научным потенциалом, поддерживающая и развивающая его вкладывается в развитие фундаментальной науки, проведение фундаментальных исследований даже «…несмотря на то, что они зачастую не являются рентабельными» [249].

В исследованиях С.П. Расторгуева справедливо отмечено, что «… если собственные спутники, собственные АТС собственные компьютеры. собственное сетевое и системное программное обеспечение слишком дороги для страны, то это значит, что собственная безопасность ей тем более не по карману» [211, с. 147].

В словарном определении «услуга» трактуется как «…действие, приносящее пользу, помощь другому лицу» [201, с. 475]. В основе – «…польза

другому лицу…» – заказчику услуги и, если другое лицо не видит пользы исходя из своего целеполагания, то такие действия не должны осуществлять (т.е. научные исследования, которые не принесли пользы – положительного результата – не нужны, какими бы объективными они небыли). Следовательно, цель – получение пользы заказчиком услуги/научной услуги.

Наука как услуга – действие, приносящее пользу, помощь другому лицу (в достижении их целей) на основе использования системы знаний о закономерностях развития природы, общества и мышления, а также отдельных отраслей таких знаний.

Для услуги характерными являются следующие свойства: неотделимость от источника; неосязаемость; непостоянство качества; несохраняемость.

Восприятие услуги ее потребителем не однородно (рисунок 2.1), что связано с ее сложностью и многомерностью.

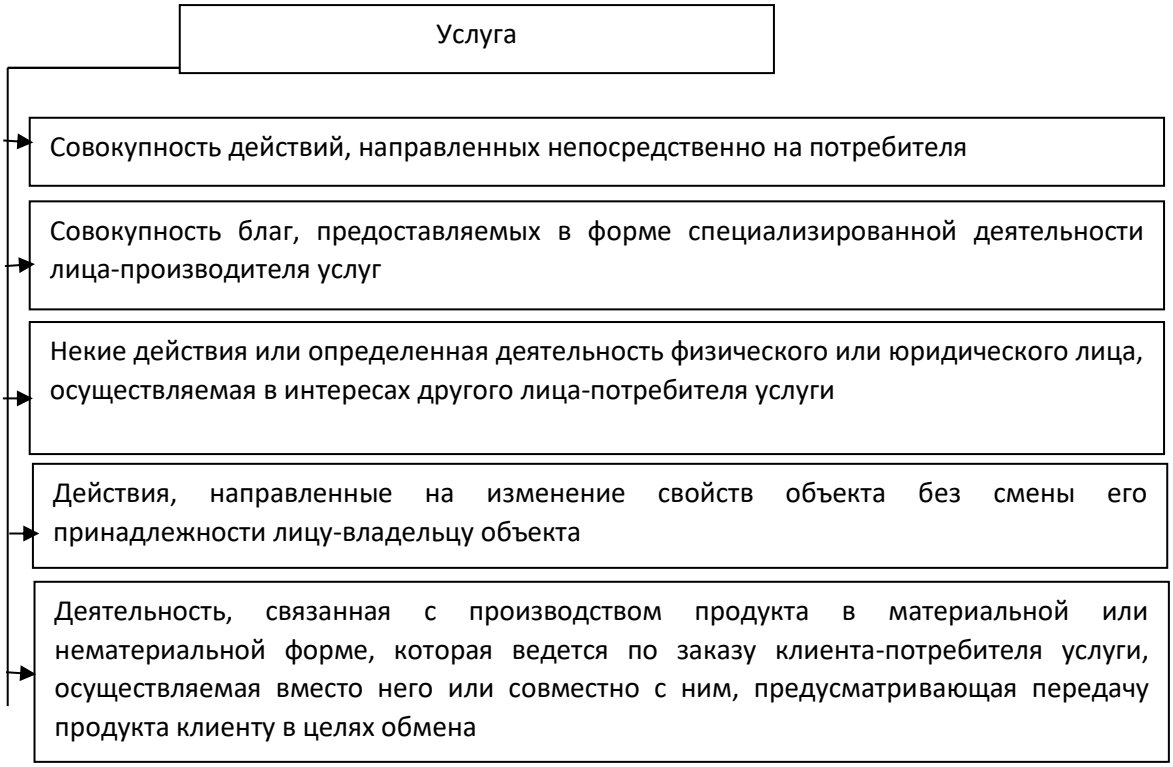


Рисунок 2.1 – Восприятие услуги потребителем, *составлено по данным* [244]

Следует отметить, что современный термин «сфера услуг» представляет собой обобщающую категорию, характеризующую часть экономики постиндустриального экономического уклада, сложившуюся ввиду достаточно развитой современной инфраструктуры. Так, в экономике развитых стран мира значительную часть – более 60% по числу занятых приходится именно на сферу услуг. К сфере услуг теперь принято относить «…культуру, образование, здравоохранение, бытовое обслуживание, пассажирский транспорт и связь, рекреационные услуги, общественное питание» [226]. Однако, с нашей точки зрения такой подход является весьма спорным, т.к. оказание медицинской помощи и обеспечение обязательного образовательного процесса не может быть услугой; считаем, что критерием услуги в таком случае может стать ее платность относительно ее заказчика. Однако, платность не дает гарантии качества – профессионализма и профессиональных качеств лиц, оказывающих такие услуги. Следовательно, существенное, а точнее определяющее значение имеет четкость определения смысла каждой используемой категории. В этой связи следует подчеркнуть, что правд может быть много, а истина – одна. В рамках государств все терминологические значения определены в законодательных и подзаконных актах (кодексах, законах, постановлениях и др.).

В современную эпоху экономики знаний именно человек, а не предприятие, сегодня становится «черным ящиком» (в терминологии новой институциональной экономической теории) и главным объектом научных исследований и экспериментов, требующих уже междисциплинарных исследований. Это многогранный объект исследования и существо, обладающее рядом особенностей, психическими свойствами, а главное – душой, которыми не обладает машина (души у машин нет). Его персональные действия в составе группы («массовые») не одинаковы, как и система фреймированных взглядов и принимаемых им решений. Следовательно, для разных целей управления (человеком/массой) нужны глубокие исследования

в разных аспектах потребностей исходя из целеполагания заказчика и/или исследователя.

Человек подвержен изменчивости, неопределенности, конкуренции и соперничеству. С одной стороны, он обладает позитивными качествами согласующимися с библейскими канонами, а с другой – деструктивными, вызывающими разрушительные действия (жадность, глупость, самонадеянность и др.). В известной притче о талантах сказано, что «…всякому имеющему дастся и приумножится, а у неимеющего отнимется и то, что имеет…» (Евангелие от Матфея, глава 25 [114]; Евангелие от Луки, глава 19 [113]). Иеромонах Иов (Гумеров) подчеркивает, что «…притча о талантах применима не только к каждому человеку, но и к отдельному народу и человечеству в целом … и как легко увидеть здесь нарастающую в современном мире агрессивную антихристианскую настроенность» [55]. Таким образом, пророческие библейские слова – «… у неимущего отымется и то, что имеет» – становятся понятными и даже пророческими сегодня, в «экономике знаний».

Поставив науку на службу народа и достижения целей СССР показал ее роль и практическую значимость, как базиса или фундамента для развития, как системы поиска новых эффективных решений и возможностей, реализуемых в практику на научной основе.

Как показали исследования [31,260,264], СССР – пример возможного построения «общества всеобщего благоденствия», где грамотность достигла 97%, рост числа образованных людей-граждан страны Советов составляла боле половины, что привело к качественному прорыву в 60-70-х гг. XX века. Примеры тому: полет в космос и развитие космической отрасли; развитие науки и исследований, которые внедрялись в практику (в производственной сфере; в непроизводственной сфере); исследование человека, его способностей и возможностей мозга – институт мозга (им. Бехтерева); обезьяний питомник – исследовательский центр в Сухуми и др.); освоение «мирного атома» – атомный ледокол «Ленин», атомные электростанции –

Запорожская АЭС и Балаковская АЭС и др.; масштабное строительство – БАМ (Байкало-Амурская Магистраль), поднятие целины – реализация комплекса мероприятий по освоению целинных земель (1954-165 гг.) для увеличения производства зерна в СССР – освоены и введены в оборот обширные целинные земельные ресурсы Казахстана, Поволжья, Урала, Сибири, Дальнего Востока, Крыма; построены Сталинградская ГЭС, Братская ГЭС, Волго-Донской канал, Главный Туркменский канал и др.; разработаны новые технологии (для производства, для обслуживания, новые товары, услуги для населения и др.). Именно наука, поставленная во главу принимаемых решений и действий в рамках страны, дала возможность осуществить задуманные проекты и планы, в кратчайшие сроки, являясь главным движущим элементом структуры управления социалистическим обществом, страной в целом и их развитием.

Капиталистический срой, основанный на регулирующей «руке рынка» и саморегулировании (основной принцип: выживает – сильнейший), усиленный наследственностью правящего класса (должности по наследству) показал свою несостоятельность, пагубность ряда действий (например, социальных экспериментов – парада «цветных революций», движения за семьи без детей «чайлд-фри» и др.). Им выгодна автоматизация всех процесса для облегчения отслеживания результатов (конкуренцию никто не отменял – и систем тоже капиталистической и социалистической), внедрения стандартного мышления (ЕГ, тесты), что должно привести к отсутствию прорывных моделей и технологий у других для обеспечения собственного превосходства (привлечение ученых работать на те или иные государства, корпорации и т.д. – пример, гранты, НКО). Автоматизация и роботизация хорошо, но для чего – для поиска истинного знания или для выполнения индивидуального заказа т.е. услуги. Следует подчеркнуть, что цели заказчика (как научных исследований, так и услуг) могут быть разными, иметь разный смысл и не обязательно соответствовать декларируемым целям, распространяемым в качестве информации для широкой массы. Поэтому сам ученый должен обладать не только глубокими знаниями, но и нравственными качествами, т.е. то, что

называют «иметь стержень», основанный на воспринятых им ценностях. В СССР пришли к этой необходимости, чтобы строить общество «равных возможностей», реализуя принцип «от каждого по способностям, каждому – по труду». Отметим, что в современных условиях заказчиком может быть:

- Государство, финансируя научные исследования;
- Частный бизнес;
- Частно-государственные структуры.

В конечном итоге – это вопрос финансирования и собственности на получаемый результат даже при совпадении целеполагающей составляющей. Например, в СССР еще со второй половины пятидесятых годов прошлого столетия советскими учеными проводились научные исследования в части автоматизации производства [224]; создания электронных цифровых и вычислительных машин [133-135,138]; программирования для обеспечения эффективного управления [57,136,137]; автоматизированной обработки информации [56,258].

Принцип – выживает сильнейший – не в достаточной мере адекватен, т.к. основной принцип, который следует из закона эволюции гласит: «выживает самый приспособленный». Подмена понятий и манипуляция знаниями становились все слаженнее, когда в стране/странах, например, бывшего СССР и соцлагеря, образование и образованность все крепли и расширялись.

Ведомому большинству («широким массам») – легче что-то внушить, особенно, когда в руках СМИ и Интернет в помощь. Игра на психологии – люди доверчивы и трусливы в своем большинстве (испытывают страх перед неизвестным, бояться нового), легко поддаются панике, следуют за ведущим, который предлагает любой, даже самый плохой выход в неизвестной, но уже наступившей реальности. Но если ведущий не один, а несколько (опять пример систем капиталистической и социалистической), тогда возникает боязнь поражения уже у слабого ведущего, который конкурирует с более сильным и умным другим претендентом на эту роль. Возникает борьба за

право быть ведущей силой – т.е. рынок, а для победы нужна объединяющая идея, воспринятые идеалы, ценности. Западный идеал – деньги не является таковым, т.к. переключение внимания всех на обладание количеством денег, при делении целевой аудитории – богатые, на правах сильного отберут любые другие «сильные». Таким образом однополярный мир, который хотела создать для себя правящая элита ЕС и мира, показала свою несостоятельность. Биполярная система становится абсолютно необходимой как противовес. И предложение идеалов – мирного существования, основанных на библейских принципах жизни, сохранение семьи, как его института, – наиболее понимаемая и приемлемая для большинства (всех слоев общества в любой стране, любого вероисповедания и т.д.), т.е. нужна гармония.

Как показала практика, право «включения станка» для печатания денег не делает страну авторитетной (отсюда важность и значимость различных союзов и межгосударственных объединений), количество обладаемых денег – не делает человека счастливым, а касательно страны – как совокупности людей, и персонально человек – социальное существо, испытывающий потребность в общении и признании его достоинств.

В этой связи роль науки только усиливается и возрастает. В основе – междисциплинарные исследования, на уровне нанотехнологий, но нацеленные на социальные аспекты – объект человек (персонификация). Наука становится услугой для общества в целом, для развития стран, бизнеса.

Нужны и услуги для науки – различные центры коллективного пользования, бизнес-инкубаторы, коллайдеры, Big Data и алгоритмы обработки данных и т.п. Однако, не следует упускать из вида, что всегда есть владелец данных; владелец алгоритмов, способных оценивать такие данные; владелец технологий и т.п. Необходима целая инфраструктура, а также те, кто производит, обслуживает уже тех, кто занимается наукой, научными исследованиями, а также производит услуги. *Производство услуг* – комплекс субъектов и мероприятий по их осуществлению за заказчика услуг. Развитие различных рынков и ниш становится неотъемлемой составляющей развития

современного мира. Например, рынок инноваций; рынок менеджеров – отсюда необходимость сбора данных, мониторинга и анализа их результатов и первенства (различные рейтинги от рейтинговых агентств). Бизнес «гоняется» за результативными и креативными менеджерами (система наемных управляющих), способными принимать нестандартные решения, организовать работу по заданному плану, обеспечивая тем самым конкурентные преимущества и прибыль для предприятия/компании. Следовательно, в экономике знаний, где основу составляют услуги, возникает потребность в знании человеческой психологии – чтобы нанять и удержать ценного для предприятия менеджера (чтобы он создал команду, способную реализовать задуманный план и т.п.). Но возникает проблема уже более высокого уровня – создания стратегии. Как отобрать ценного менеджера на рынке ценных менеджеров; как отобрать из предлагаемых ими планов действий (стратегий) лучшую, которой и будет следовать предприятие в течение нескольких лет (не будет ли утверждаемая стратегия убыточной), где гарантии будущего – их никто не может дать. Т.к. самые лучшие планы «разбиваются» о действительность – жадность собственника, некомпетентность персонала и др. – косвенный результат – уход ценного менеджера из компании (это часто описывается в СМИ). Уход также разный – в связи с выполненными задачами – тогда появляются в СМИ статьи о высвобождающемся менеджере – это его PR; уход ввиду невыполнения задачи – антиPR, предупреждение для руководителей бизнеса о его неспособности, некомпетентности – статьи могут погубить карьеру такого менеджера (но это конкурентная борьба). Бизнес обращается к авторитетным с их точки зрения Агентствам – возникает рынок авторитетных Агентств. На любом рынке всегда есть правила игры – институты, зная механизм работы всегда к ним можно приспособиться. Но чем сложнее система, инфраструктура – тем меньше людей знают о действиях в ней и это имеет определенные преимущества, т.к. тем самым осуществляется регулирующие воздействия –

снижается объем выборки (кто входит в состав лучших менеджеров, как попасть в рейтинг, на радар рейтинговых агентств и т.п.).

Наука как услуга – это наука по заказу (не для всех), обслуживающая исключительно определенную категорию собственников, финансирующих ее и результат. То есть не изучение объективной реальности, а на основе знаний ученых ее подстраивание под поставленные задачи того, кто финансирует науку/исследования.

Научные знания, полученные не в векторе заказа становятся не нужными (это уже не наука, т.е. все, что не в векторе – не будет иметь финансирования и распространения в СМИ, включая научные журналы и литературу). Следовательно, возникает также необходимость в инфраструктуре, позволяющей развивать науку и научные знания, которая стала бы адекватной сложившимся условиям внешней и внутренней среды, удовлетворяя разнообразные потребности. Причем, для самой науки также нужны услуги.

Задача сохранения науки не как услуги, а как базиса объективных знаний для развития – государственная задача, а не частного капитала, во имя Человечества становится не просто актуальной, но объективно необходимой, т.к. мир не терпит пустоты. Чтобы Человечеству выжить, как виду нужны объективные, а не, «заказные» знания; нужны соответствующие стратегии развития и соответствующая им инфраструктура.

Исследования показали, что проблема смыслов актуализируется с развитием «экономики знаний», а, следовательно, все последующие действия будут основываться на целеполагании субъектов принятия решений, для которых вырабатываются соответствующие научно обоснованные варианты стратегий и тактических действий по реализации тех или иных стратегий. Роль науки в современном обществе играет все более важную роль, особенно с усилением расслоения общества и выбором пути развития, основанного на глобалистическом или ультраглобалистическом подходе. В обоих случаях ключевым элементом являются знания и использование информационно-коммуникационных технологий.

Глобализация требует постоянного обновления и расширения имеющихся знаний для того, чтобы быть в курсе последних международных трендов и событий. Ультраглобализм, в свою очередь, подразумевает еще более глубокое и всеобъемлющее внедрение знаний в различные сферы жизни.

В условиях растущей конкуренции и быстро меняющейся информационной среды, использование информационно-коммуникационных технологий становится необходимостью. Они помогают нам получать доступ к актуальной информации, обмениваться знаниями с коллегами по всему миру и работать более эффективно.

Один из важных аспектов развития современного общества – это развитие экономики знаний. Оно предполагает смещение акцентов с производства материальных товаров на создание, использование и распространение знаний. Экономика знаний требует от нас постоянного обучения и развития, чтобы быть востребованными и успешными в современном мире.

Таким образом, роль науки, знаний и использования информационно-коммуникационных технологий становится все более существенной в условиях расслоения общества и выбора пути развития. Мы должны постоянно развиваться и совершенствоваться, чтобы быть готовыми к вызовам современного мира и достичь успеха в нем.

Экономика знаний представляет собой новую форму экономики, которая отличается от привычной и традиционной модели. Главной особенностью данной экономики является высокая степень специализации и более глубокое разделение труда и управления. Это связано с растущей потребностью в услугах, которые основаны на знаниях и интеллектуальных навыках.

Понятие «экономика знаний» возникло в связи с ускоренными темпами современной жизни. В современном мире, где информация становится все более доступной и меняется быстрее, требуется новый подход к экономическим процессам. Рутина и повседневность, характерные для старой

экономики, уже не способны эффективно соответствовать требованиям современной жизни.

Экономика знаний основывается на инновациях и исследованиях, на постоянном создании новых знаний и их применении в практике. Центральной ролью становится производство и распространение знаний, а также их использование для создания ценности и роста экономики. Образование, наука, IT-технологии и другие интеллектуальные отрасли становятся неразрывно связанными с экономическими процессами.

Известно, что XXI век – век больших скоростей, а использование услуг позволяет преодолеть временные рамки, ограничивающие процесс реализации «целеполагания/действие», обеспечивая видимый его результат в реальном времени. С такой точки зрения, услуги являются неотъемлемой составляющей реальной жизни, обеспечивая прогресс, делая жизнь человека –потребителя-пользователя комфортной при использовании достижений науки и техники, не обременяя его сложными знаниями.

Услуги в таком понимании могут быть разного уровня, исходя из сложности воплощенного в них труда, знаний и компетенций:

- Простые (оказание услуг уровня бытовых: B2B, B2C – ремонт, уборка, парикмахерские, маникюр/педикюр, прачечные и химчистки, ритуальные и др.)
- Сложные (обслуживание производств B2B, консультирование, маркетинг и т.п.; информационные услуги – B2C2G; B2C – сферы деятельности, обеспечивающие социальную стабильность в обществе – торговля, туризм и др.)
- Сверхсложные (системообразующие: B2B, B2G – услуги и сферы деятельности; разработки – наука, как двигатель НТП; обеспечение обороноспособности, экономической мощи государства и т.п.

Как отмечают Л.Д. Кривега, Е.В. Сухарева «…экономика 21-го века преобразуется в экономику знаний и как никогда прежде вознаграждает за

знания, а все больше рабочих мест будут требовать наличия высшего образования. Новая экономика способна создавать в большом количестве высокооплачиваемые рабочие места для них работников. …. Экономике 21-го века нужна и инфраструктура 21-го века – современные бизнес центры, транспорт и порты, высокоскоростные поезда и быстрый интернет» [154].

Действительно, с одной стороны – это рабочие места, т.е. занятость (удовлетворение потребности человека в деятельности, приносящей пользу); с другой – статистические наблюдения позволяют «заинтересованным лицам» осуществлять контроль над уровнем развития собственной и других стран через отслеживание вектора прилагаемых усилий, воплощенных в сферах приложения «знаний», реализуемых через услуги, а также осуществлять явное или скрытое управление развитием, работая с психикой отдельного человека и «человеческой массой». Например, «подсказки» в сети Internet: 45 самых востребованных услуг в 2023 году [191]; Биржа фриланс услуг Zitwork [370] и др.

Услуги также могут быть сервисными/обслуживающими, усиливающими степень доверия (например, рейтинги, отчеты консалтинговых компаний, разнообразных международных комиссий и т.п.). Особенно такой учет и контроль важен также для принятия решений, для наднациональных структур и на глобальном уровне. Такие услуги связаны с информацией (с работой с ней) – ее накоплением, обработкой и представлением. Основываясь на принципах систематизации, группировки и обладая соответствующими знаниями и профессиональными навыками, которые отрабатываются годами и десятилетиями, специалисты способны за сухими цифрами видеть процессы, явления, тренды и т.д., что обеспечивает своевременное принятие адекватных управленческих решений на разном уровне. Подобно тому, как контроль может быть: предварительным, текущим и последующим, так и принимаемые решения могут носить: превентивный, оперативный или реагирующий характер. В современном мире, где информация и знания играют ключевую роль, важно иметь эффективное управление развитием в сфере «экономики

знаний». Для достижения этой цели, становится необходимым использование концепта развития услуг в рамках экосистемного институционально-маркетингового подхода.

Экосистемно-институциональный концепт развития услуг в «экономике знаний» является комплексным подходом, объединяющим различные аспекты управления. Этот подход базируется на понимании того, что в «экономике знаний» исключительно важно создание благоприятной среды для развития услуг, а также координация действий всех участников экосистемы, которая предполагает: интеграцию акторов (для успешного развития услуг в «экономике знаний» необходимо обеспечить сотрудничество и взаимодействие всех участников экосистемы, включая государственные учреждения, образовательные и научные организации, индустрию и потребителей. Только через интеграцию всех акторов можно достичь оптимальных результатов); создание благоприятной институциональной среды (для успешного развития услуг в «экономике знаний» необходимо создать благоприятную институциональную среду, которая будет стимулировать инновации, поощрять конкуренцию и обеспечивать защиту прав интеллектуальной собственности. Только при наличии такой среды возможно стремительное развитие услуг); применение маркетинговых стратегий (в рамках концепта развития услуг в «экономике знаний» маркетинг играет важную роль. С помощью маркетинговых стратегий можно эффективно продвигать услуги и привлекать новых потребителей. Кроме того, маркетинговые исследования позволяют выявить потребности и требования клиентов, что помогает адаптировать услуги под их нужды и предпочтения); обеспечение постоянного развития и инноваций (развитие услуг в «экономике знаний» требует постоянных инноваций и усовершенствований. Только благодаря постоянному развитию можно сохранять конкурентоспособность на рынке и отвечать на изменения потребительских предпочтений).

Таким образом, экосистемно-институциональный концепт развития услуг в экономике знаний представляет собой комплексный подход, который

позволяет эффективно управлять процессами в сфере «экономики знаний». Применение которого, способствует созданию благоприятной среды для развития услуг, интеграции акторов, использования маркетинговых стратегий и постоянному инновационному развитию.

Следовательно, для управления развитием в «экономике знаний» целесообразно использовать экосистемно-институциональный концепт развития услуг в экономике знаний, представленный на рис. 2.1.

Таким образом, знания и информация имеют ценность. Кроме того, они является не бесплатным благом, т.е. имеют цену. Это усиливает роль услуг, связанных со знаниями. Т.к. между знанием и незнанием лежит информированность (осведомленность), что приводит к росту трансакционных издержек для ее обеспечения, регулирования и координации, от, следовательно, «знаниями» можно и нужно управлять. Создание системы управления знаниями и услугами с ними связанными – важный и сложный процесс, который должен базироваться на реализации основных шести функций управления (организация, планирование, учет, контроль, анализ, регулирование); быть институционализированным для практического использования, а также для целей менеджмента – должен использовать маркетинговый подход и современный инструментарий обслуживания (интернет-, мобильные-, цифровые-, информационно-коммуникационные- и иные технологии, Big Data и др.).

Когда речь идет о товарном производстве, необходимо обратить внимание на трудовую теорию стоимости, предложенную Карлом Марксом. В соответствии с этой теорией основным источником стоимости товара является труд, вложенный учеными, специалистами и другими работниками. Однако, в контексте современной экономики, можно заметить, что эти виды труда все больше и больше концентрируются в категории «услуга».

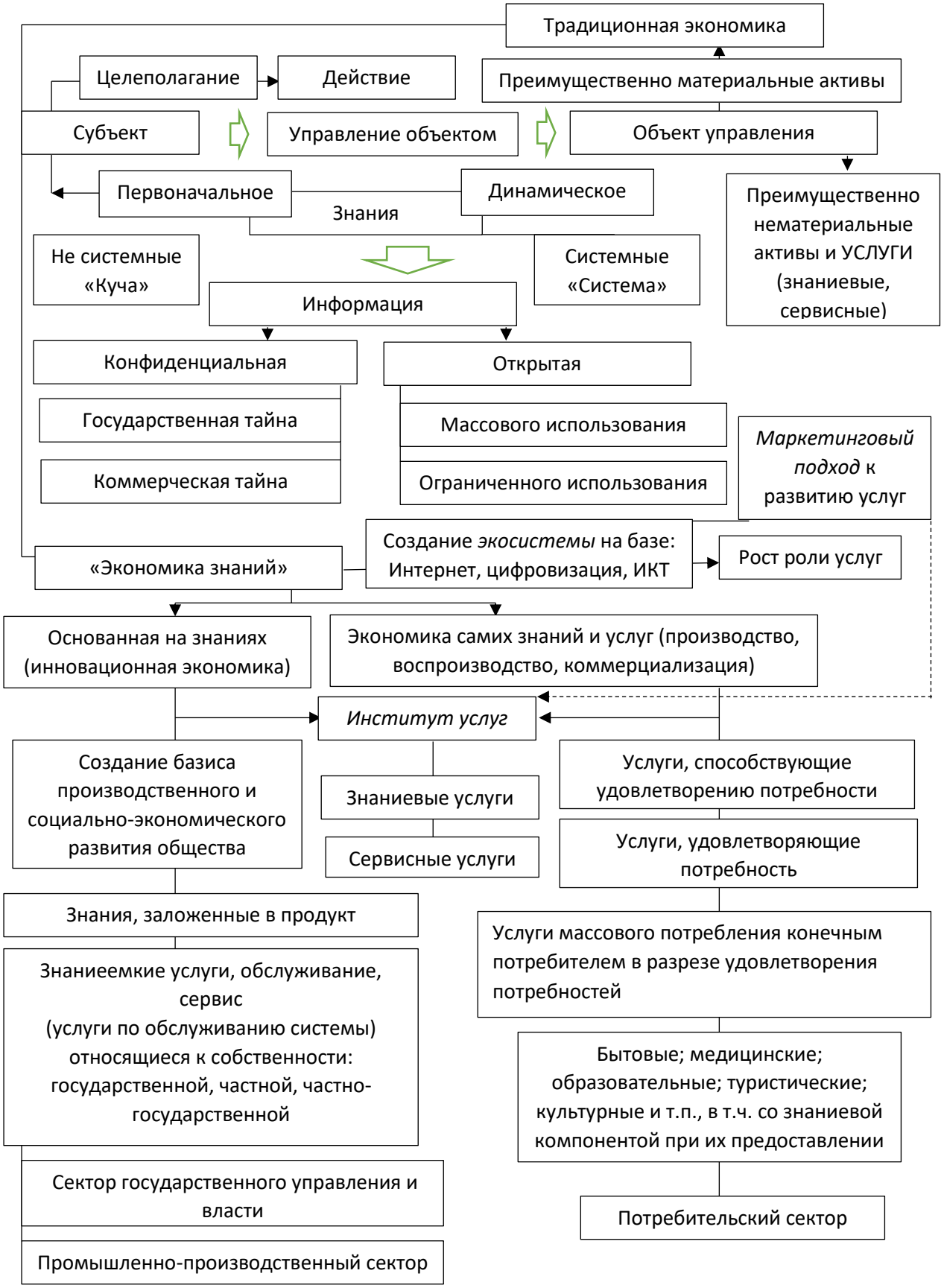


Рисунок 2.1 – Экосистемно-институциональный концепт развития услуг в экономике знаний, *авторская разработка*

Изначально Маркс разработал теорию стоимости, основанную на предположении о том, что стоимость товара определяется количеством затраченного на него общественно необходимого труда. Именно труд технических специалистов, ученых и других квалифицированных работников признавался им первоисточником получения стоимости товаров.

Однако, с течением времени, процессы производства все больше сосредотачивались на услугах. Труд ученых и специалистов, хотя и остается основным фактором, внесшим вклад в стоимость товарных продуктов, теперь уже не так очевидно связан с физическими товарами. Он стал частью категории «услуга», которая стала все более значимой в современной экономике. Следовательно, в современном мире мы видим переход от фокуса на товарном производстве к увеличению роли услуг. Однако, следует помнить о начальных основах, заложенных в трудовой теории стоимости К. Маркса, и определении труда ученых и специалистов как первоисточника получения стоимости товаров. Именно эволюция категории «услуга» позволяет нам лучше понять современные экономические процессы и их влияние на общественное производство и потребление.

Вполне логично, что изначально был кто-то, кто придумал идею, собрал данные, обобщил и обработал ее – т.е. провел исследование; разработал механизм реализации идеи – планы, структуры, чертежи и т.п., а потом последовал этап воплощения, который также был сложным, пока не было налажено индустриальное производство, которое теперь стало понятным, рутинным, признанным как результат научно-технического прогресса. Следовательно, услуги целесообразно подразделять на знаниевые и сервисные.

Введем и дадим определение знаниевой услуге. *Знаниевая услуга* – продукт интеллектуального труда исполнителя (предоставителя услуги), удовлетворяющий потребность заказчика (получателя услуги), имеющая ценность и цену, по которой достигнуто соглашение договаривающихся сторон (сторон взаимодействия).

Как показали исследования [110, 246, 267], знаниевые услуги могут предоставляться в форме: обучения/переобучения/переподготовки (через ЦДПО, повышение квалификации и др.); научных исследований и разработок (выполнение хоздоговорных тем; финансируемых госбюджетных тем – государственных заданий и др.); трансфера результатов научных исследований, их коммерциализации; специализированных оценок, экспертиз; консультирования; составления аналитических отчетов, прогнозов, рейтингов, комментариев и т.п.; составление текстов докладов, презентаций; подготовки тезисов, статей, монографий, рецензий; проведения аудита, маркетингового обслуживания и т.п.; проведения тренингов, семинаров, форумов, конкурсов, выставок и др. В целом, знаниевые услуги должны реализовываться на платной договорной основе. Отметим, что знания и знаниевые услуги также требуют управления, а также менеджмента и маркетинга. Управление – это установление целеполагания и задач; менеджмент – это выполнение поставленных целей и задач наемными специалистами-менеджерами; маркетинг – одна из важных функций менеджмента, направленная на обеспечение реализации (нужности, востребованности и т.д.) продукта на рынке. Следовательно, необходимо создавать не просто системы, а взаимосвязанные системы, чтобы обеспечить сам процесс, а также востребованность будущих результатов труда, воплощенных в будущем продукте деятельности, т.е. нужны экосистемы и стратегии, как общий не детализированный план действий. Этот план дробится на более мелкие части – частные стратегии, реализуемые менеджерами того или иного уровня, в сферу ответственности, которых входит маркетинг, в сферу реализации которого входит как работа на «рынке», так и превентивная работа с «рынком».

Таким образом возникает необходимость в формировании полноценных институтов, включающих: нормы и правила – кодифицированные (писанные) и не кодифицированные (неписанные); механизмы реализации норм и правил – сложившиеся и установленные порядки взаимодействия, считающиеся

«правильными» в рамках установленных и работающих норм и правил; гарантов – установление/учреждение ответственных лиц (исполнителей стратегии; определение их иерархии, соподчиненности, сферы действий, компетенций); ответственность – установление/закрепление сферы ответственности (кто и за что отвечает исходя из имеющихся полномочий, круга обязанностей и возможности совершать действия), а также степень ответственности (начиная от порицания и заканчивая уголовно преследуемыми деяниями).

Исследования показывают [3, 5, 20, 324], что в наше время, в период развития экономики знаний, услуги играют все более значимую роль. Особенно важны знаниевые и сервисные услуги, а также человеческий фактор, который рассматривается как капитал в системе воспроизводства. На основании этого, был разработан экосистемный институционально-маркетинговый концепт, который способствует развитию услуг в сфере экономики знаний. Это позволяет более эффективно обеспечивать потребности и ожидания современного общества, которые становятся все более сложными и разнообразными. Данный концепт учитывает важность взаимодействия между различными участниками рынка услуг, а также необходимость создания устойчивой экосистемы, которая будет способствовать долгосрочному развитию и процветанию сектора услуг в «экономике знаний».

На основании проведенных исследований установлено, что в «экономике знаний» усиливается роль услуг (знаниевых услуг и сервисных услуг), а также человека, который рассматривается в системе воспроизводства как капитал. Обоснован экосистемно-институциональный концепт, позволяющий обеспечить развитие услуг в экономике знаний.

2.2 Исследование рынка знаниевых услуг в современной нестабильной институциональной среде

Одной и важных черт предоставления услуг, в т.ч. знаниевых, является их возмездный характер, что имеет особе значение в капиталистическом обществе развитие, которого проявляется в настоящее время. Современная институциональная среда характеризуется как нестабильная [4], что требует ее глубокого изучения с целью формирования адекватных решений как со стороны предприятий, так и граждан и в этой связи знаниевые услуги будут только расширяться. Классификации позволяют систематизировать знания об объекте исследования, а именно – знаниевых услугах, что и определяет актуальность рассматриваемой темы.

Для составления актуальной классификации знаниевых услуг, с целью более детального изучения потребностей населения в актуальных и необходимых знаниях, необходимых для успешной предпринимательской деятельности, составлена анкета для опроса, которая направлена на выявление тех областей знаний, которые наиболее востребованы у предпринимателей и могут способствовать эффективному ведению бизнеса.

Чтобы достичь поставленных целей, проведем опрос среди различных категорий населения, исследуя их потребности в различных областях знаний, таких как маркетинг, финансы, управление персоналом, технологии и другие. Также анализируются данные из открытых источников, таких как статистические данные, исследования рынка и экспертные мнения, чтобы получить более полное представление о текущих трендах и потребностях предпринимателей. Это позволит нам определить наиболее важные и актуальные знания, которые необходимы для создания и развития успешного бизнеса.

Анкетирование было проведено дистанционным методом рассылки анкет и методом личного интервью. Аудитория респондентов охватила 500 человек. Исследование организовано с целью изучения потребностей

населения ДНР в получении актуальных и необходимых знаний для осуществления предпринимательской деятельности. В анкете было предложено выбрать один или несколько ответов, а также была предоставлена возможность формулировки своего варианта ответа. Установочно-целевое обоснование анкеты приведено в Приложении Б, образец анкеты и результаты опроса – в Приложении В и Г.

Половозрастная структура опрошенных представлена на рисунках 2.3 и 2.4. В анкетирование приняли участие 355 женщин и 145 мужчин, преимущественно возрастом от 36 до 55 лет, однако лица до 18 лет также отвечали на вопросы анкеты (51 чел.), как и респонденты в возрасте от 18 до 25 лет (67 чел), от 26 до 35 лет (85 чел) и старше 55 лет (29 чел).

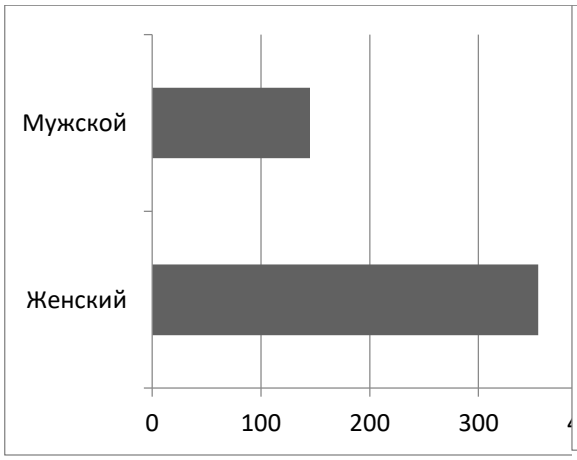


Рисунок 2.3 – Распределение респондентов по половому признаку

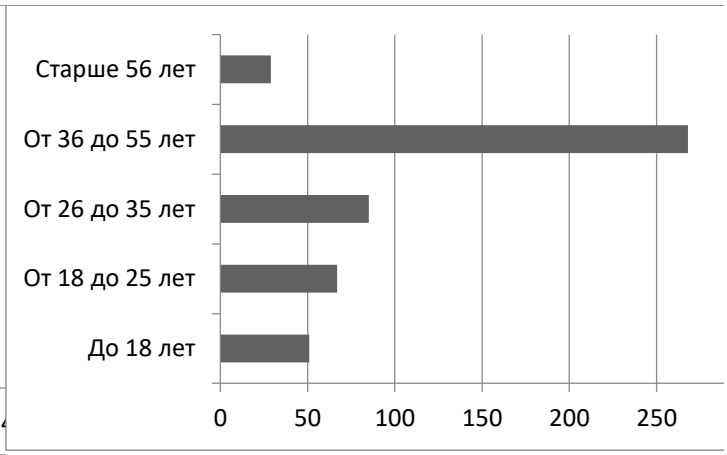


Рисунок 2.4 – Возрастная структура опрошенных

Исследование образованности и социального положения (рис. 2.5-2.7) показало, что большинство респондентов работают в определенной сфере (торговля, услуги и т.п.), обучающиеся и служащие, также в опросе приняли участие 62 предпринимателя. У значительной доли опрошенных есть высшее, среднее профессиональное и неоконченное высшее образование. Необходимо

отметить, что среди них более трети работают не по полученной в результате обучения специальности.

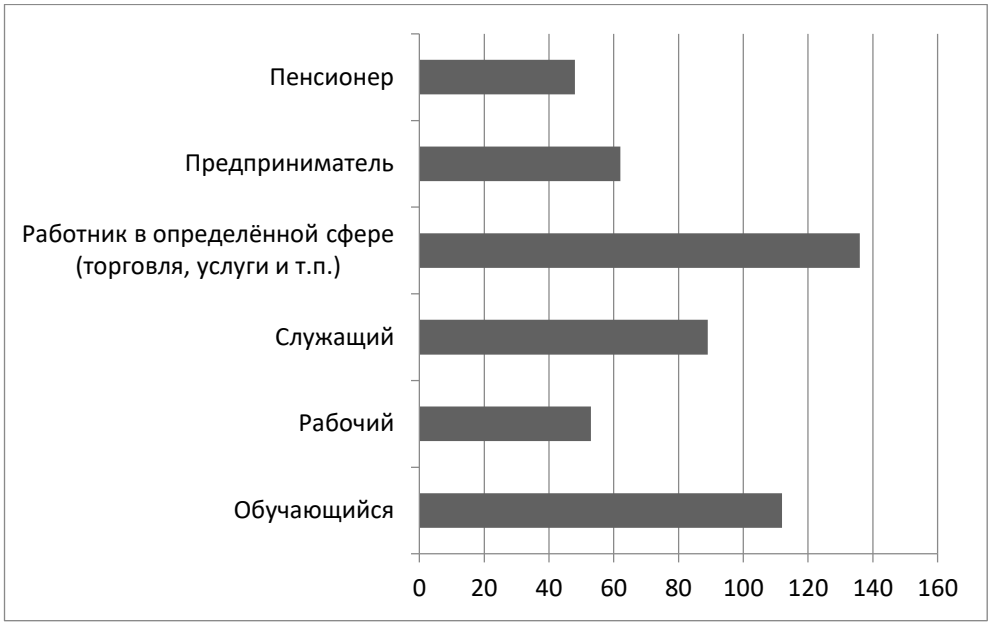


Рисунок 2.5 – Распределение ответов опрошенных по их социальному положению

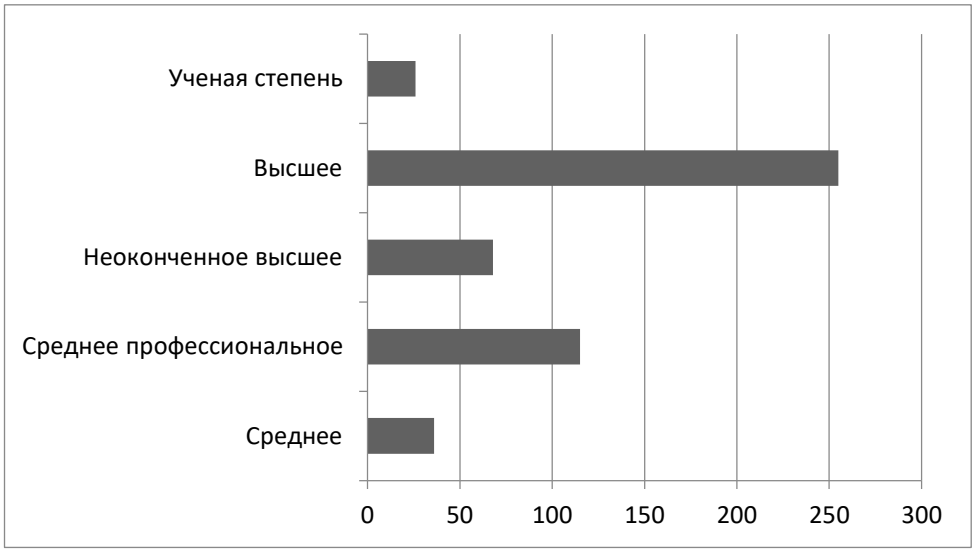


Рисунок 2.6 – Структура полученного образования у респондентов

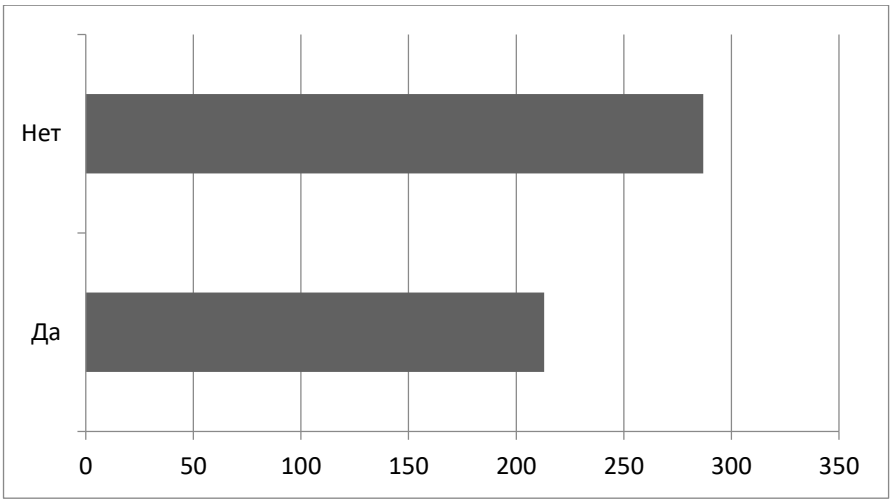


Рисунок 2.7 – Результаты ответов опрошенных по соответствию направленности их образования актуальному месту работы

Интересы и предпочтения целевой аудитории распределились следующим образом (рис. 2.8-2.11): опрошенным наиболее интересны торговля, сфера технических наук и ценообразование; из конкретных навыков и знаний аудитории нужны инновации и зарубежный опыт в сферах их деятельности и особенности методов и приемов; по формату получения знаний респондентам интересны индивидуальные консультации и онлайн-курсы, при чем по временным затратам они готовы учиться только по выходным.

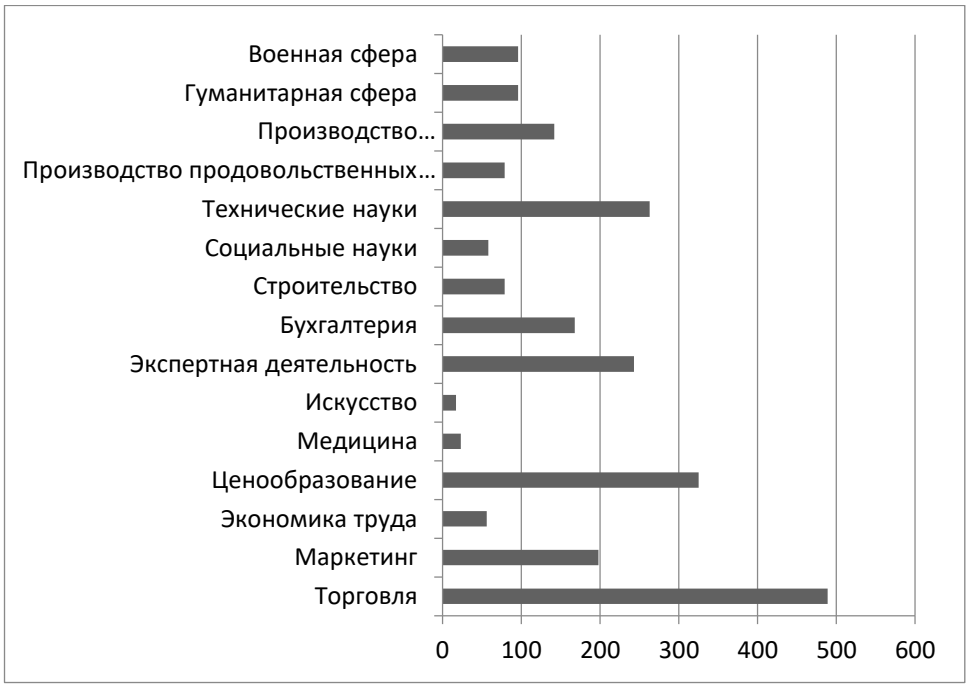


Рисунок 2.8 – Структура интересов опрошенной аудитории

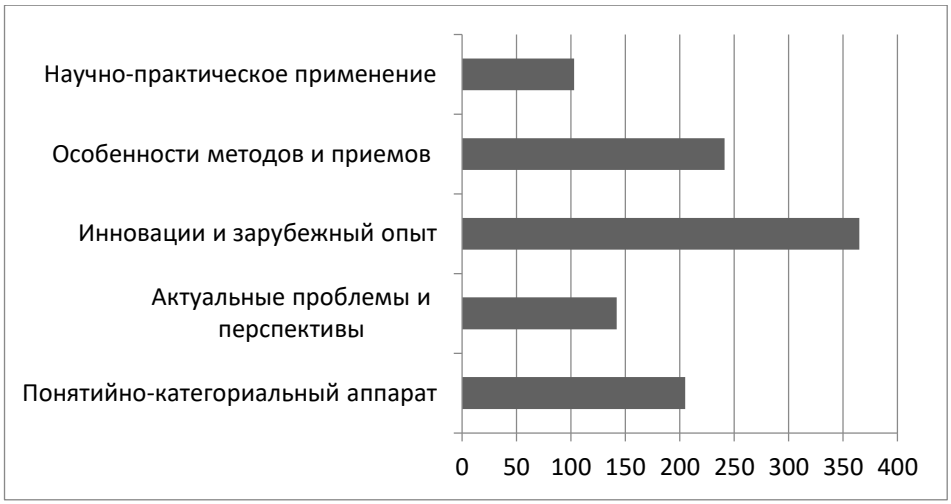


Рисунок 2.9 – Результаты конкретных навыков и знаний, которые хотели бы приобрести в своей сфере деятельности анкетируемые

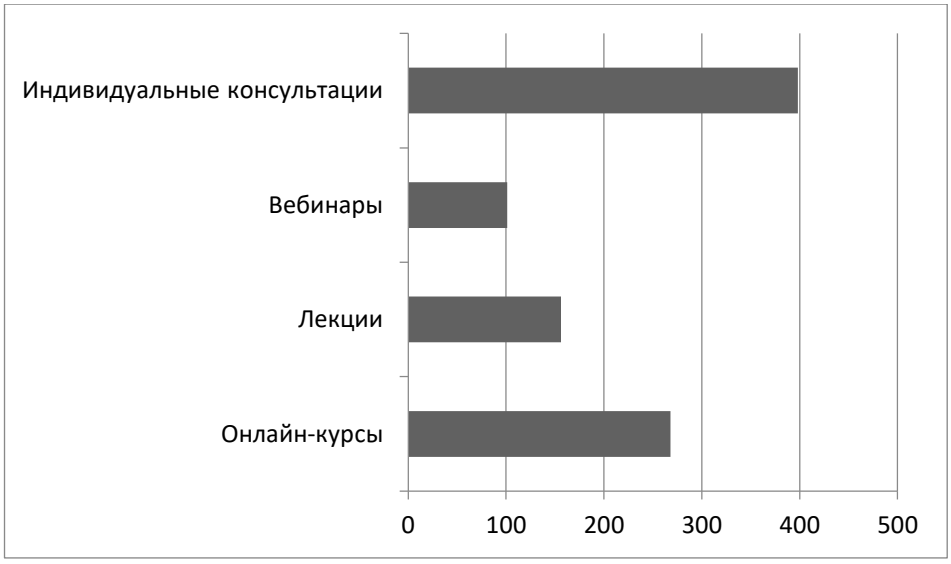


Рисунок 2.10 – Видовая структура наиболее интересующих форм обучения

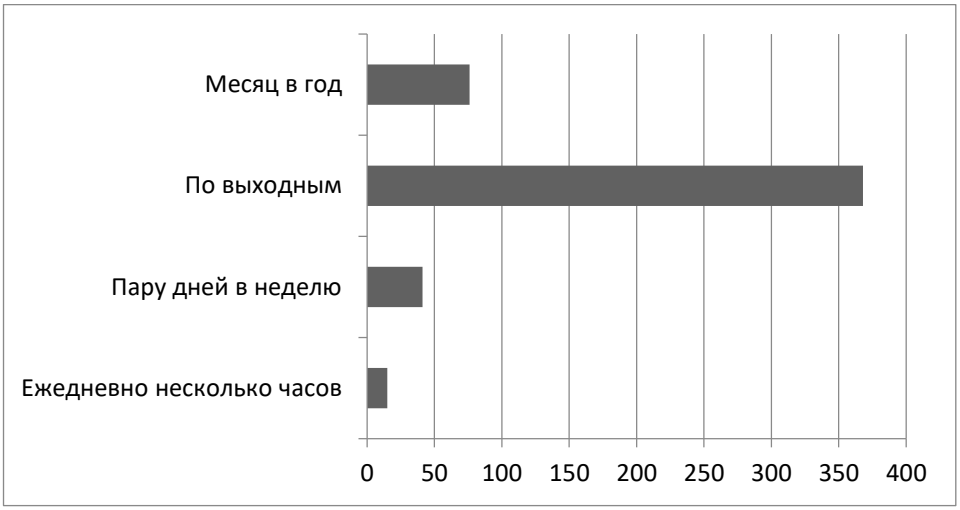


Рисунок 2.11 – Распределение ответов респондентов по частоте их готовности временных затрат на обучение

Опыт обучения опрошенных оставляет желать лучшего (рис. 2.12-2.14), поскольку более 75% респондентов после окончания обучения больше не принимали участие в образовательных программах или курсах. К самообразованию опрошенная аудитория как готова, так и не готова с оговоркой, что они считают самообразование неэффективным. По формату обучения респондентов для них был наиболее полезен и эффективен очный как индивидуальный, так и коллективный.

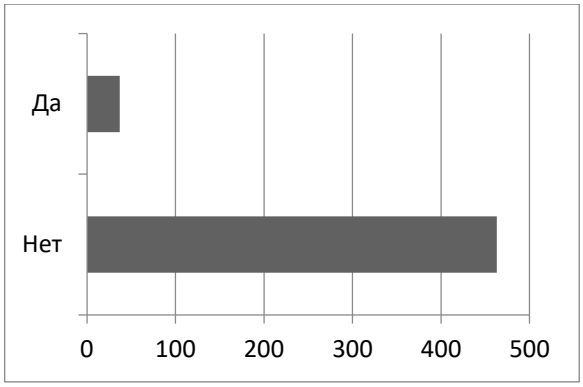


Рисунок 2.12 – Распределение ответов по участию опрошенных в образовательных программах после окончания обучения

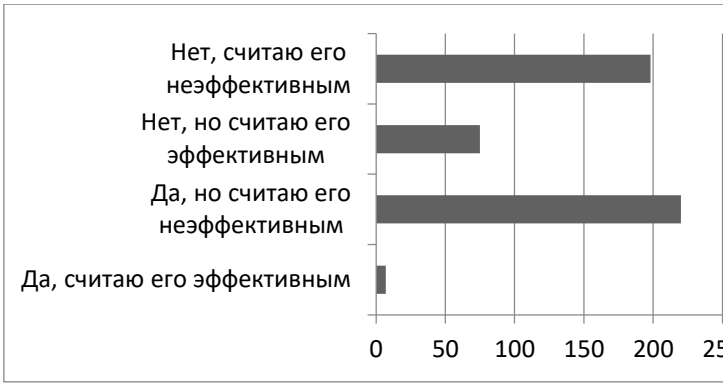


Рисунок 2.13 – Мнения респондентов о самообразовании и готовности его применить

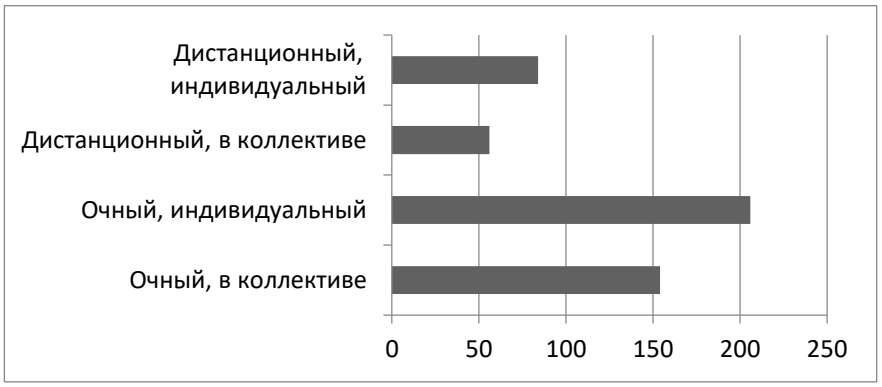
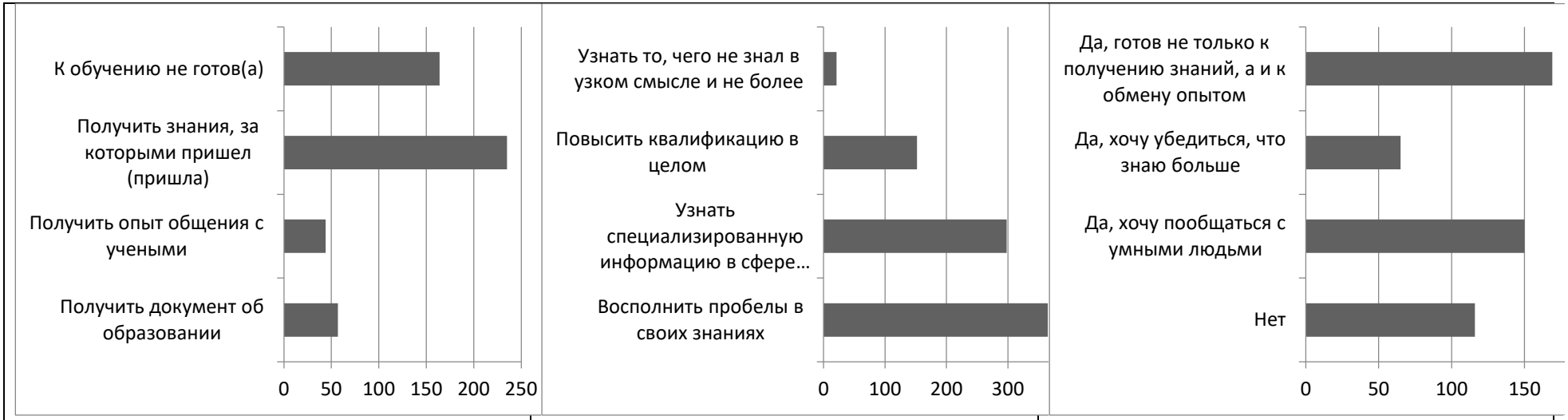


Рисунок 2.14 – Выбор участников анкетирования по форме обучения и взаимодействия с преподавателями

Анкетирование позволило определить ожидания и цели целевой аудитории в сфере экономики знаний (рис. 2.15). Большинство опрошенных видят своей целью получить знания, за которыми пришли, а на втором месте – ответы существенного количества респондентов, которые вообще не готовы к обучению.



А) Структура ответов респондентов по целям их возможного обучения в будущем	Б) Структура ответов респондентов по ожидаемым результатам их возможного обучения в будущем	В) Ответы об конкретных ожиданиях относительно преподавателей или методики обучения
Г) Причинная структура мотивации к обучению у респондентов	Д) Структура ответов о факторах, влияющих на их выбор образовательных программ или курсов	Е) Результаты ответа на вопрос об особенных потребностях опрошенных в процессе обучения

Рисунок 2.15 – Ответы респондентов по определению ожиданий и целей ЦА в сфере экономики знаний

Также анкетируемые идут на обучение за документом об образовании и опытом общения с учеными. Кроме этого, большая часть из опрошенных ожидают восполнения пробелов в своих знаниях и получения специализированной информации в сфере своей деятельности. Относительно преподавателей или методики обучения ожидания анкетируемых распределились следующим образом (по уменьшению количества ответов): готовы не только к получению знаний, а и к обмену опытом; хотят пообщаться с умными людьми; хотят убедиться, что знают больше. Преимущественное большинство опрошенных изъявляют желание учиться по причине упадка их предпринимательской деятельности.

Среди факторов, оказывающих влияние на выбор образовательных программ или курсов, ключевыми опрошенные обозначили стоимость обучения и удаленность образовательной организации, далее по значимости они отметили наличие опыта практической деятельности у преподавательского состава и материально-техническую оснащенность образовательного процесса.

Необходимо отметить, что аудитория респондентов отметила скорее отсутствие особенных потребностей в обучении, однако 24 человека имеют таковые (вызванные заболеваниями опорно-двигательного аппарата и желудочно-кишечного тракта). Инклюзивная направленность образовательного процесса имеет важное значение при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Предложенные в анкете классификационные особенности знаниевых услуг нашли отклик у опрошенной аудитории. Все предложенные критерии, как подтвержденные респондентами, будут использованы в авторской интерпретации классификации знаниевых услуг (рис. 2.16).

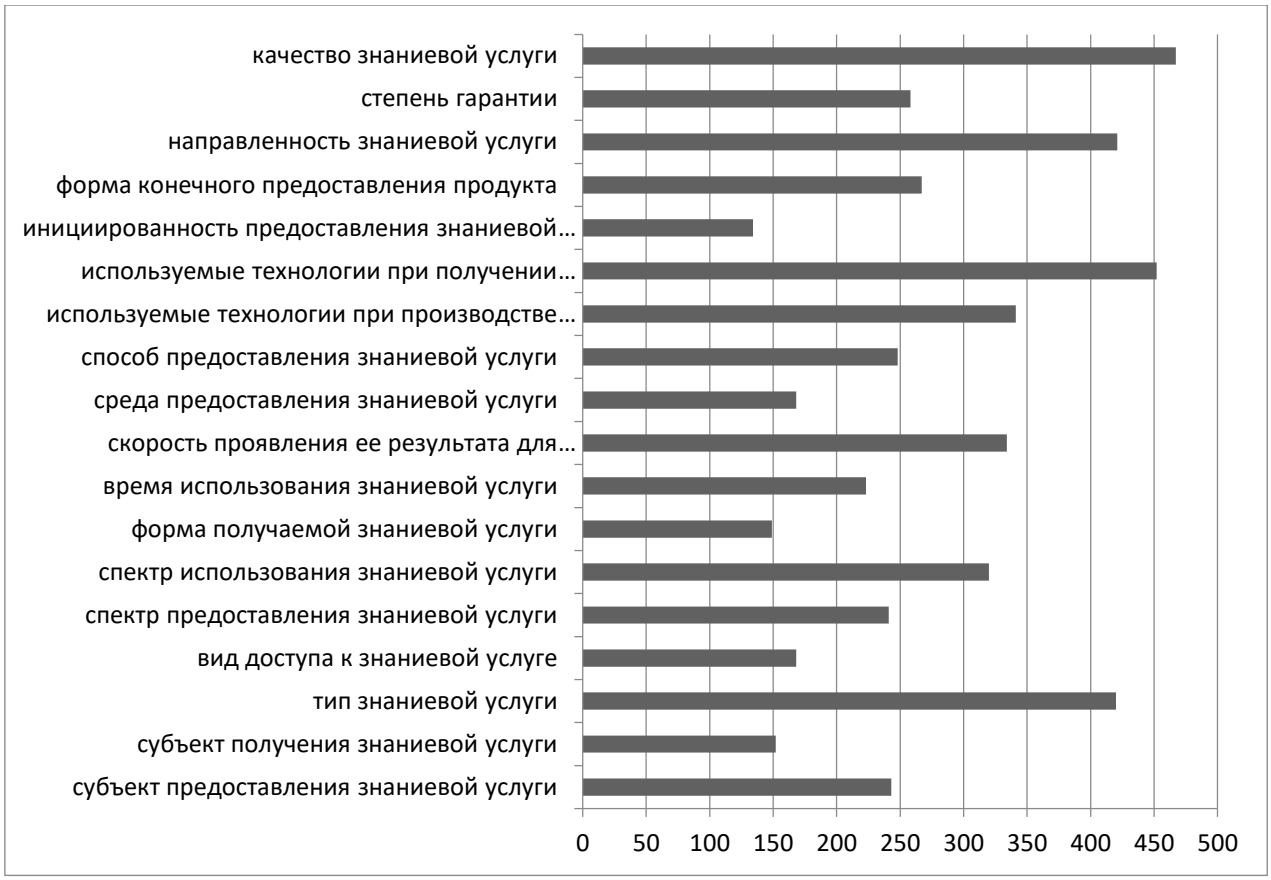


Рисунок 2.16 – Распределение ответов опрошенных по классификационным особенностям знаниевых услуг

Исследование опыта предпринимательской деятельности среди анкетируемых показало, что преимущественно у них отсутствует такой опыт, а при открытии предпринимательства у большинства его также не было, но было профильное экономическое образование (рис. 2.17-2.18).

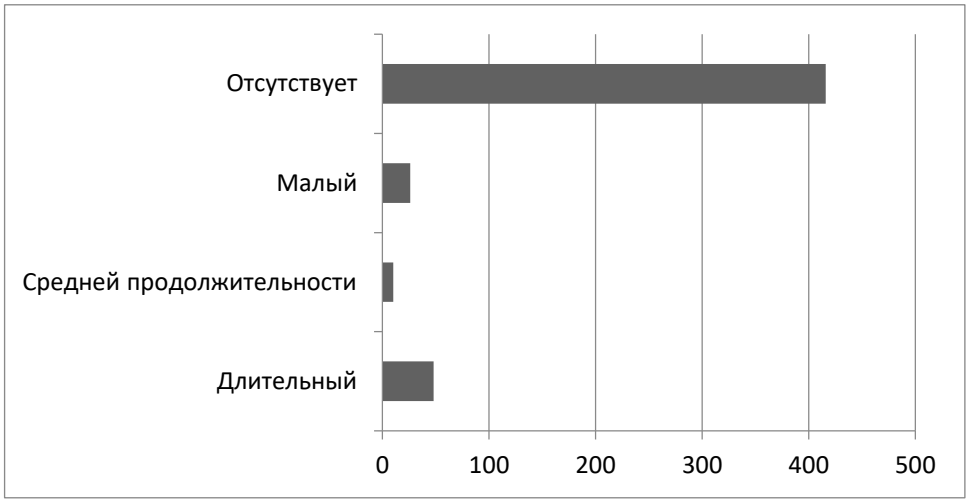


Рисунок 2.17 – Структура ответов анкетируемых по их опыту в предпринимательской деятельности

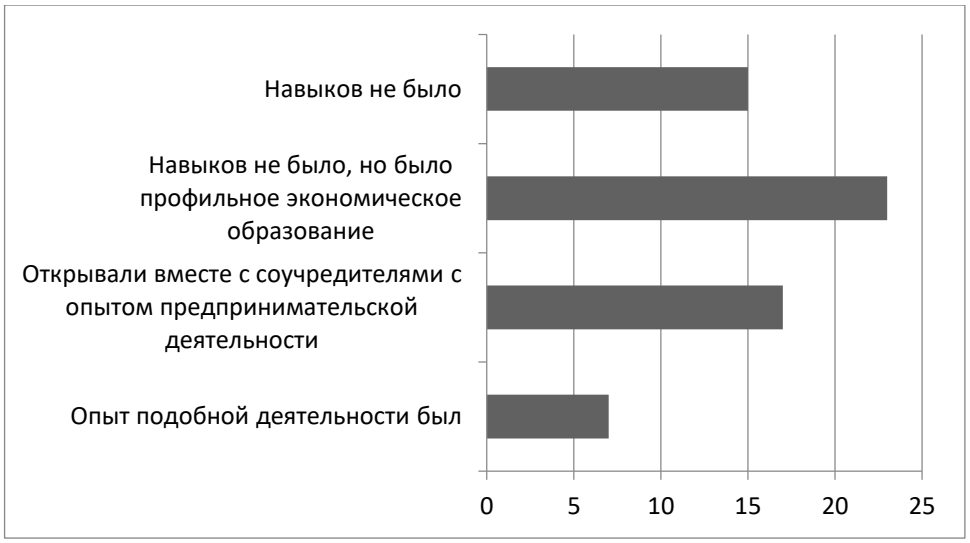


Рисунок 2.18 – Ответы опрошенных об их предпринимательских навыках при открытии предпринимательской деятельности

Причины неудачи, которые обозначены респондентами, говорят о том, что на пути к достижению своей цели в предпринимательской деятельности отрицательное влияние оказала нестабильное положение в государстве, конкуренция и отсутствие опыта принятия решений в критических ситуациях (рис. 2.19-2.20). А накопление предпринимательского опыта затрудняется первоначальным отсутствием банковской инфраструктуры, а затем интеграция в нее в процессе вхождения Донецкой Народной Республики как нового субъекта в состав Российской Федерации и взаимодействие с поставщиками.

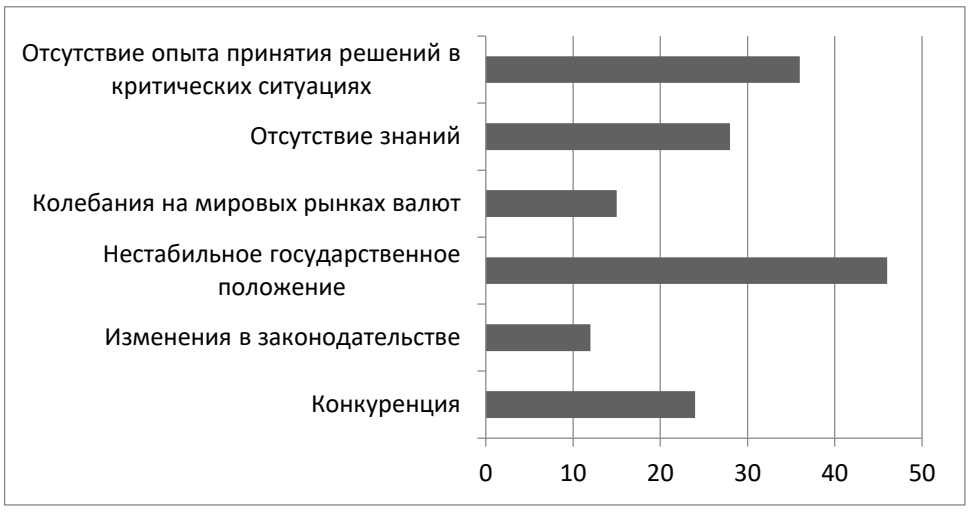


Рисунок 2.19 – Структура препятствий или сложностей, с которыми столкнулись респонденты на пути к достижению цели

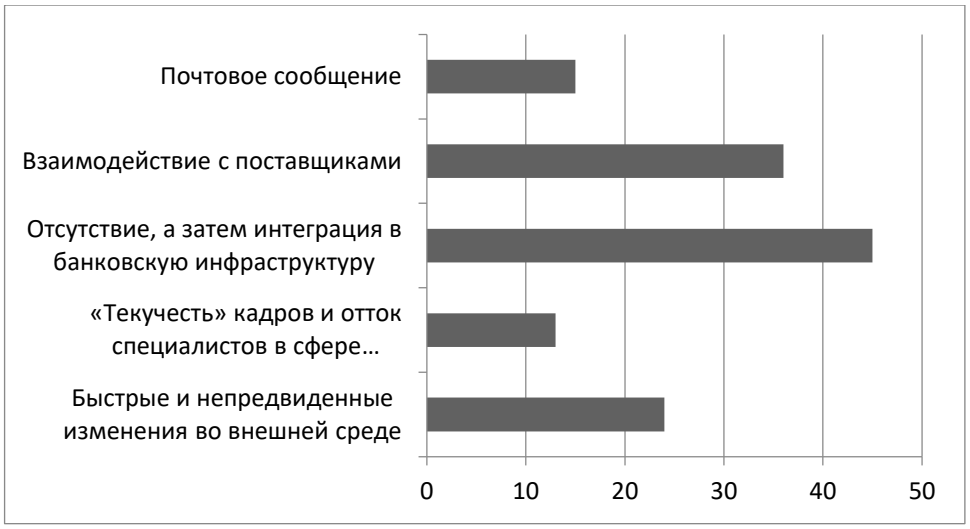


Рисунок 2.20 – Ответы опрошенных по их трудностям при накоплении предпринимательского опыта

Из факторов успешного предпринимательства анкетируемые указали специальные знания в нужной сфере, знание потребностей потенциальных клиентов и накопленный эффективный предпринимательский опыт, хотя и отрицательный опыт можно считать за основу «как не нужно» (рис. 2.21). Большинству респондентов не хватило для достижения цели их предпринимательской деятельности специальных знаниевых ресурсов, т.е. либо своих знаний, либо консультаций с профессиональными сотрудниками. И навыками для успешного ведения предпринимательства они считают образованность, ответственность и старательность (рис. 2.22-2.23).

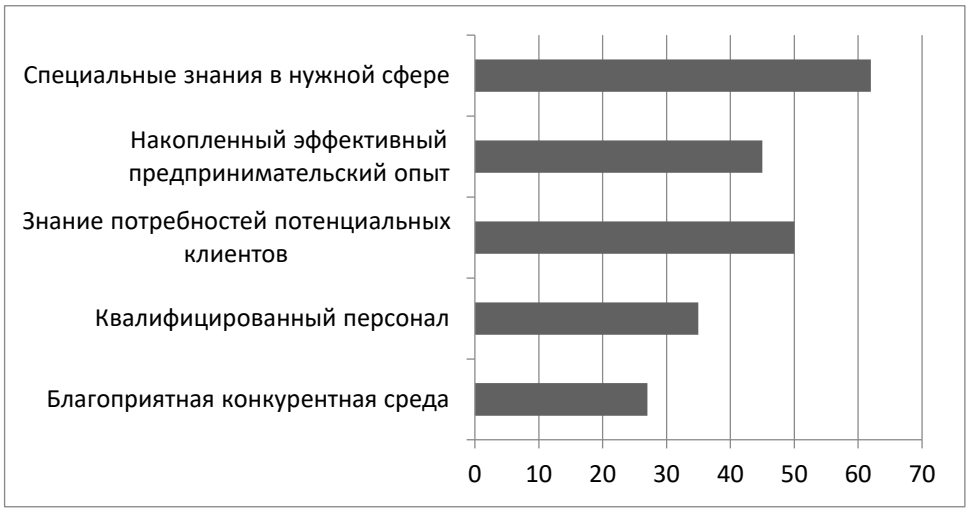


Рисунок 2.21 – Структура ответов респондентов по ключевым для успешного предпринимательства факторам

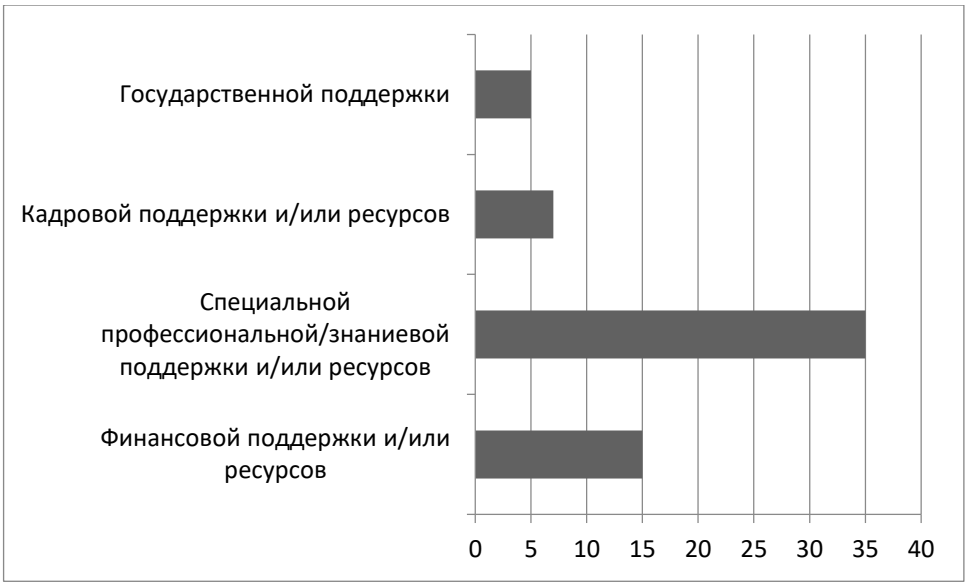


Рисунок 2.22 – Причинная структура ответов анкетируемых о нехватке тех или иных ресурсов в осуществлении предпринимательской деятельности

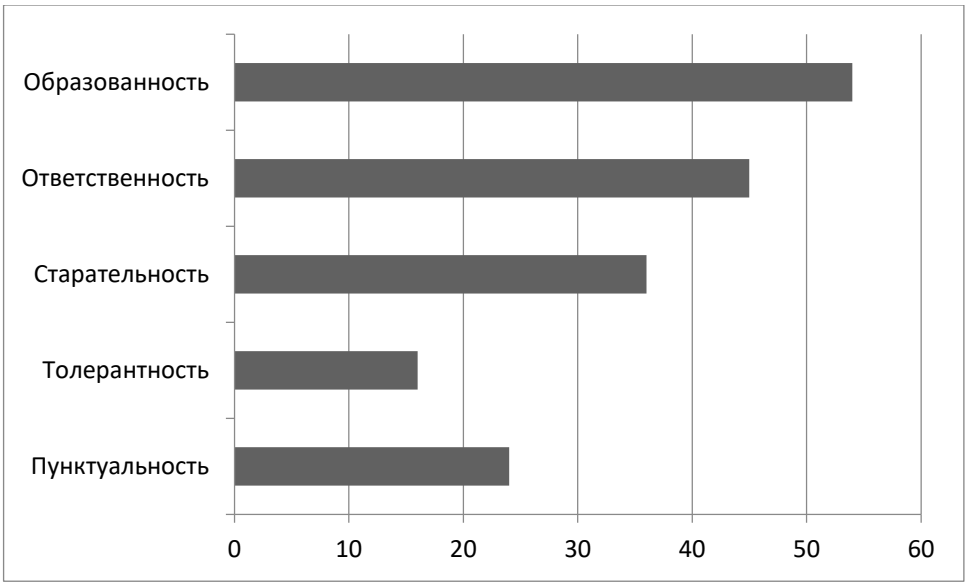


Рисунок 2.23 – Распределение мнений опрошенной аудитории о личностных качествах, необходимых для успешного предпринимательства

В качестве прогнозов на будущее респонденты считают, что для преодоления препятствий и достижения своей цели в предпринимательстве они готовы корректировать стратегию развития предприятия, повысить квалификацию и даже взять кредит на развитие (рис. 2.24-2.26). Для развития своих навыков и знаний анкетируемые указали следующие области знаний: бухгалтерия, маркетинг и риск-менеджмент, а управление персоналом нашло

отклик у наименьшего количества опрошенных. При этом респонденты ожидают от образовательной организации для успешного ведения предпринимательства консультации по оценке рисков и рекомендациях по работе с ними, а также разработку обоснованной стратегии на будущую предпринимательскую деятельность.



Рисунок 2.24 – Распределение ответов опрошенных о их готовности к определенным мерам для достижения целей в предпринимательстве

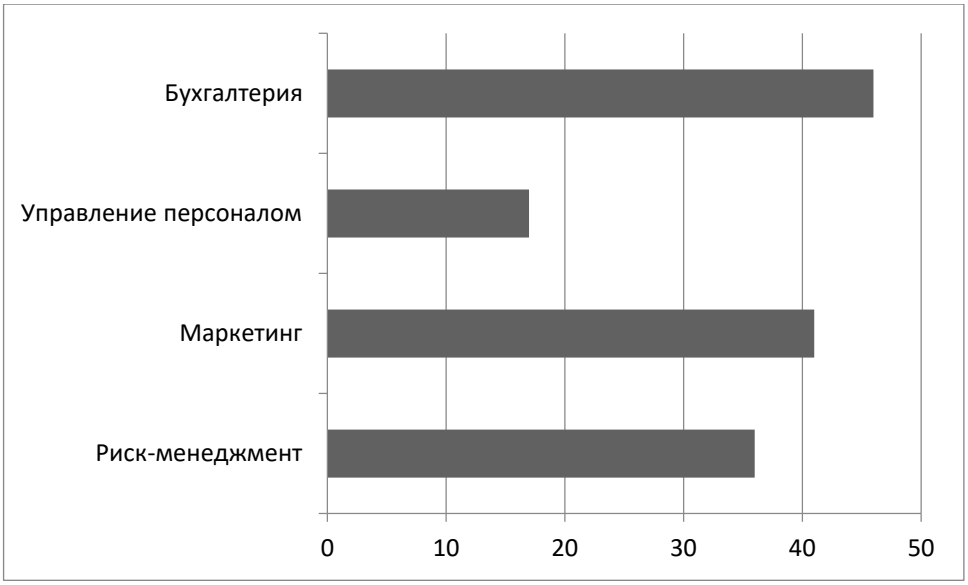


Рисунок 2.25 – Структура ответов респондентов по областям знаний, необходимым для развития своих навыков в предпринимательстве

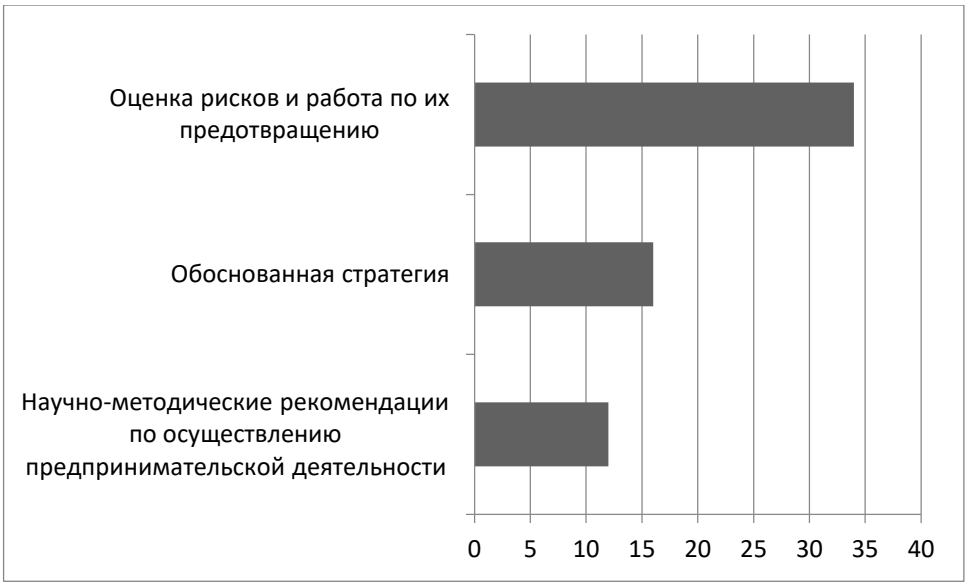


Рисунок 2.26 – Видовая структура ожидаемой помощи от образовательных организаций для улучшения процесса предпринимательской деятельности

Полученные данные систематизированы, проанализированы и представлены в виде детального отчета (Приложение Г). Полученные результаты исследования повлияли на составление классификационных особенностей знаниевых услуг.

Институциональная среда играет важное значение, т.к. способствует/препятствует развитию, что обосновывается в теории институтов [338] и новой институциональной теории [251] и связано с трансакционными издержками. Институциональная среда «…институты и механизмы обеспечения и гарантирования их функционирования, в котором формируется система, что ограничивает возможное поведение индивидов через санкции» [51, с. 141].

Составляющими институциональной среды являются: нормы и правила социального и экономического поведения в обществе; функционирование его политической ми других системы; установленные базовые правовые нормы и т.п. Однако, в условиях трансформации самого капиталистического строя, что сопровождается кризисами и войнами, направленными на передел собственности и сфер влияния ведущих мировых игроков, возникает проблема

формирования нового порядка, основанного на корректировке базовых экономических предпосылок новым реалиям и приведение философии менеджмента и знаний, включая знаниевые услуги, к реальному их месту в жизнедеятельности общества и экономики, развивающейся в его недрах.

А. Чулок отмечает, что «…проблема в том, что многие из базовых экономических предпосылок сейчас не работают, а философия менеджмента и философия консалтинга была основана на устаревших базовых экономических предпосылках» [268].

Вопросам изучения нестабильной институциональной среды посвящены работы ряда отечественных и зарубежных экономистов. Исследования показали, что нестабильность институциональной среды проявляется в следующем:

- изменяемость норм и правил;
- отсутствие правил или механизмов их реализации;
- внедрение чуждых или чужеродных правил, норм, механизмов, которые делают функционирование системы реципиента нестабильной, непредсказуемой.

Следовательно, если говорить о стабильности или нестабильности институциональной среды, то речь идет о способности системы возвращаться/не возвращаться к ее «стабильному» положению или тому положению, которое принято, как исходное (стабильное). Проявляться может такое состояние через вытеснение (неприятие) чужеродных норм, даже введенных на уровне норматива или законодательном; отсутствующие законодательные механизмы могут быть восполнены на практике, как и отсутствующие правила, которые могут быть неписанными, но выполняться.

В исследованиях А. Чулок отмечается, что «…если в прошлом веке и до этого был суверенитет производителя, то сейчас мы переходим к суверенитету потребителя» [268]. Следовательно, сфера услуг как для бизнеса, так и для потребителя будет лишь возрастать. Бизнесу необходимо понимание того, куда лучше инвестировать ограниченные ресурсы (денежные и временные), а

потребителю – иметь соответствующие знания и представления о том, что есть и что является востребованным в настоящем времени, как этим пользоваться и что будет востребованным в текущем и перспективном времени, чтобы соответствовать запросам бизнеса (если это касается знаний, умений, навыков).

Следует отметить, что за последнее время увеличилось количество исследований, в которых признается все большая значимость для целей развития предприятий «…роли человеческого капитала и экономики знаний в современном обществе». В то же время практически не обсуждается «… собственно проблематика данной сферы экономики…» [274]. Между тем знания выступают специфическим продуктом человеческой деятельности, где участниками возникающих на практике взаимоотношений выступает значительное число субъектов. Следовательно, такой новый продукт человеческой деятельности как знание и связанные с ним услуги уже «…с трудом вписывается в привычные модели рыночного оборота» [274]. Трудность вызывает сложность на начальном этапе подсчитать отдачу по результату; неосязаемость получения выгоды (когда не понятно – все сложно, а когда становится понятным – услуга получена, но нет желания ее оплачивать). Следовательно, фактически речь идет о присвоении добавленной стоимость (по К. Марксу), но в рамках уже умственного труда, т.е. неоплаченный присваиваемый труд перетекает в сферу умственного труда.

Экономика знаний – это разветвленная и многогранная область, охватывающая не только фундаментальную и прикладную науку, но также спектр других сфер, где знания накапливаются и активно используются. В современном мире, где информация стала одним из важнейших ресурсов, экономика знаний оказывает огромное влияние на развитие общества и повышение его конкурентоспособности.

Одним из ключевых аспектов экономики знаний является научная деятельность. Фундаментальная наука стремится к расширению познаний о мире, исследованию закономерностей и основ, лежащих в основе различных

явлений. Прикладная наука, в свою очередь, использует полученные знания для разработки новых технологий, улучшения процессов и создания инноваций. Именно создание и применение новых технологий и является одной из ключевых составляющих экономики знаний.

Однако экономика знаний не ограничивается только научной деятельностью. Образование, как исходный источник знаний, играет важную роль в экономике знаний. Качество образования определяет уровень подготовки специалистов и их способность внедрять новые знания в практику. Образовательные учреждения, начиная с детского сада и заканчивая вузом, являются местами, где знания формируются и передаются последующим поколениям.

Нацеленное накопление и использование знаний также происходит в различных организациях и институтах, включая исследовательские лаборатории, инновационные предприятия, информационные центры и библиотеки. Они становятся центрами, где различные специалисты работают над решением современных проблем и созданием новых знаний.

Помимо этого, экономика знаний включает в себя сферы, где знания непосредственно используются для взаимодействия с клиентами. Сюда входят такие области, как услуги здравоохранения, консалтинг, информационные технологии, креативные индустрии и другие, где специалисты обладают специфическими знаниями и навыками, необходимыми для выполнения своей работы. В целом, экономика знаний является динамичной и растущей сферой, которая играет ключевую роль в современной экономике. Накопление, использование и передача знаний стимулируют инновационные процессы и способствуют развитию общества в целом. Благодаря экономике знаний люди во многих областях достигают новых высот и создают новые возможности для себя и окружающих [274].

В словарной трактовке термин «классификация» употребляется как «…распределение предметов, явлений и понятий по классам, отделам, разрядам в зависимости от их общих признаков» [225, с. 325]. Классификации

используются с одной стороны – как процедура, позволяющая сгруппировать по определенным признакам изучаемое явление, а с другой – для описания результата такого процесса [234].

При помощи построения классификации решаются несколько важных задач:

- *Задача 1* – осуществление группировки и представления всей имеющейся совокупности элементов/знаний об изучаемом явлении;
- *Задача 2* - представление в удобном для использования, сгруппированном виде наиболее полной информации об объекте изучения.

Классификация знаниевых услуг – распределение знаниевых услуг по классификационным признакам, составляющим их топологию, которые определены как нечто целое на основе выделения характерных элементов для современного уровня их реализации.

Как показали проведенные нами исследования в основу классификации знаниевых услуг должны быть положены следующие признаки:

- субъект предоставления/получения;
- тип знаниевой услуги;
- степень доступа к знаниевой услуге;
- спектр предоставления и использования знаниевой услуги;
- форм получаемой знаниевой услуги;
- временя пользования знаниевой услугой;
- скорость проявления ее результата для получателя знаниевой услуги;
- среда предоставления знаниевой услуги;
- способ предоставления и охват получения знаниевой услуги;

- используемые технологии для при производстве и получении знаниевой услуги;
- форма инициирования предоставления знаниевой услуги;
- форма конечного предоставления продукта;
- направленность знаниевой услуги;
- степень гарантии, определяемая со стороны государства;
- качество знаниевой услуги.

Основы классификации знаниевых услуг представлены в табл. 2.1.

Таблица 2.1 – Классификация знаниевых услуг в экономике знаний

Классификационный признак		Элементы классификации признака
1	По субъекту	Предприятия
		Частные лица
		Частно-государственные
2	По типу	Профессиональная
		Не профессиональная
3	По степени доступа	Общего доступа
		Конфиденциальные
4	По спектру предоставления и использования	Широкого спектра
		Узкоспециализированные
5	По форме	Точечного дополнения
		Процессного сопровождения
		Продуктового сопровождения
6	По времени пользования	Краткосрочная
		Среднесрочная
		Длительного пользования
7	По скорости проявления для получателя	Одномоментного получения (сразу)
		Требующая подготовки ответа
8	По среде предоставления	В виртуальной среде
		В реальной среде
		Комбинированная
9	По способу предоставления и охвату	Персонифицированные
		Массовые/групповые
10	По используемым технологиям	Интернет
		Цифровые
		Традиционные

Продолжение таблицы 2.1

Классификационный признак		Элементы классификации признака
11	По форме инициирования предоставления услуг	На договорной основе (устный, письменный)
		Заказ
		Подписка
12	По форме конечного предоставления продукта	Методики
		Проекты
		Акты
		Экспертизы
		Заключения
13	По направленности	Познавательные
		Развлекательные
		Обучающие
14	По степени гарантии	Лицензируемые
		Не лицензируемые
15	По качеству	Качественные
		Не качественные

Составлено автором

Предложенная классификация носит основополагающий характер; она может быть дополнена либо уточнена исходя из быстро меняющихся условий функционирования субъектов и объектов, а также реальных трансформационных процессов, проистекающих в обществе.

В любом случае предложенная классификация вносит вклад в научное знание, т.к. позволяет акциентировать внимание как управляющей подсистемы в целом, так и отдельных предприятий, и частнопрактикующих субъектов, предоставляющих такие услуги адекватно реагировать на текущие и перспективные процессы, происходящие в мире и обществе, связанные с необходимостью и желанием реципиентов получения знаниевых услуг.

На основе проведенных исследований установлено, что вопросы институционализации самих знаниевые услуги приобретают все большее значение; возникает необходимость их экономического изучения; исследована институциональная среда и определены ее особенности; дано определение термину «классификация знаниевых услуг» и предложены основы классификации самих заниевых услуг.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на формирование подходов, позволяющих создать соответствующую инфраструктуру для реализации выявленных резервов развития рынков знаниевых услуг и обеспечения их соответствующими институтами с последующим их маркетинговым сопровождением и фреймированием.

В современном обществе возрастает значение институционализации знаниевых услуг, что приводит к необходимости проведения экономических исследований в этой области. Изучение институциональной среды выявило характерные черты ее нестабильности. Эти черты проявляются в изменяемости норм и правил, а также в отсутствии правил или механизмов их реализации. Еще одним фактором является внедрение чуждых или чужеродных правил, норм и механизмов, которые делают работу системы реципиента нестабильной и непредсказуемой. В рамках данного исследования было предложено определение термина «классификация знаниевых услуг» и основы классификации самих знаниевых услуг по 15 признакам.

2.3 Моделирование развития науки, общества и экономики на ее основе в экономике знаний

В экономике знаний информация как совокупность полезных сведений, данных и знаний, становится важнейшим ресурсом, обеспечивающим ее владельцу конкурентные преимущества. Воспроизводство знания и его распределение становится насущной проблемой государства, требующей создания эффективной инфраструктуры, задача которой обслуживать, создавать фундамент для ее развития, упрощать взаимоотношения, связанные с производством и реализацией научных знаний и продуктов, обеспечивая эффективность возникающего потока. Изучение вопросов моделирования развития науки и общества на основе экономики знаний является важной задачей в современных рыночных условиях. Эта тема является актуальной и

важной для обеспечения безопасности, а также обеспечения конкурентоспособности общества, государства. В современном мире, где знания становятся неотъемлемым ресурсом, развитие и экономика основываются на инновационных и научных достижениях. Осознание важности моделирования развития государства, его экономики на основе знаний позволяет обществу прогнозировать и приспосабливаться к изменениям в науке и обеспечивать устойчивый рост и прогресс, что и обуславливает актуальность рассматриваемого вопроса.

Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует, что в работах ряда ученых рассмотрены вопросы теоретического обоснования развития, психологических аспектов угроз [37,57,220]; информационного воздействия, роли СМИ, информационных войн в т.ч. в мире науки [231,252,256].

Базовыми понятиями, используемыми при проведении исследования стали следующие: «наука», трактуемая как «…область человеческой деятельности, направленная на выработку и систематизацию объективных знаний о действительности» [179]; «услуга», трактуемая как «…действие, приносящее пользу, помощь другому лицу» [201, с. 475]; «модель» – условий образ объекта исследования; «моделирование» – процесс формирования модели объекта исследования.

Исследования показали, что в эпоху построения социалистического общества не стоял остро вопрос об отслеживании внедрения авторских разработок, научных идей и исследований, так как вся система имела плановый характер и предприятия, которые занимались их внедрением находились в ведении того или иного министерства или ведомства, которые как раз и являлись заказчиками разработок для решения производственных задач, стоящих перед производством и обществом. В современных условиях вопрос внедрения и использования научных разработок переходит в разряд проблем, так как отслеживание и обеспечение правовой защиты интеллектуальной собственности научных исследований связано с ростом

транзакционных издержек – мониторинга, контроля информации и обеспечения ее защиты и т.п. В связи с нестабильностью и неопределенностью внешней среды функционирования субъектов хозяйствования ДНР и ЛНР, что подчеркнуто в работах А.А. Азаряна [5], Д.Э. Возиянова [46], Р.Н. Лепы [160,161], Н.В. Коваленко [143], возникает необходимость в формировании целостного механизма системы научных исследований, основанного на системных, научных и институциональных принципах, который должен включать следующие составлные элементы (табл. 2.2):

- организацию научных исследований;
- обеспечение защиты их результатов;
- распространение информации о проводимых исследованиях и полученных результатах;
- осуществление коммерциализации научных продуктов;
- подготовку кадров для их внедрения, обслуживания и использования.

Цель такого механизма является повышение эффективности научных исследований в условиях изменения и развития условий внешней среды, а его реализация поможет организациям и ученым/субъектам научной деятельности организовать свою работу и оптимизировать бизнес-процессы для достижения поставленых задач. Особенно это важно для регионов с особым статусом (ДНР и ЛНР), которым необходимы «…институциогнальные инструменты повышения конкурентоспособности…» [147, с. 20-25] и сохранен научный потенциал – ученые. Научные разработки играют важную роль во всех сферах жизнедеятельности общества, от медицины и технологий до экономики и экологии, в связи с чем, важно, чтобы проводимые исследования были научно обоснованными, доказаными, надежными и доступными для все участников рынка. Таким образом, развитие науки и организация системы научных исследований – взаимосвязанные элементы и включают множество аспектов, начиная от планирования и проведения исследований, защиты результатов, распространения информации и коммерциализации продуктов, и заканчивая

подготовкой высококвалифицированных научных кадров для их внедрения и использования на практике.

Таблица 2.2 – Мехнаизм развития науки и системы научных исследований

Элементы механизма	Характеристика элементов
Организация научных исследований	Разработка и осуществление поставленных перед ученым планов и содержания исследований, формирование рабочей группы, а также подбора и обучения квалифицированных специалистов для проведения исследований. Кроме того, предусматривается создание специальных лабораторий, научно-исследовательских центров и институтов, обеспечение ими необходимого оборудования и материально-технической базы.
Защита интеллектуальной собственности	Одно из ключевых направлений данного механизма, который включает в себя защиту научных исследоаний и поддержку авторских прав авторов, а также проведение экспертизы и патентного поиска для установления уникальности полученных результатов исследования.
Распространение информации о проводимых исследованиях и их результатах	Имеет важное значение в популяризации научной деятельности ученых и обеспечении прозрачности и доступности полученных знаний в обществе. Публикация научных статей, тезисов, докладов, создание научных публикаций и баз данных, что способствует распространению и обмену научной информацией в «экономике знаний».
Коммерциализация научных продуктов/ исследований	Важный этап в процессе теоретического и практического использования результатов научных исследований/продуктов, а также их внедрения на действующем рынке. Включает: трансфер технологий, создание и продажу исследований, патентование новых изобретений и пропаганду инноваций.
Подготовка кадров для их внедрения, обслуживания и использования	Важная составляющая механизма, предусматривающая подготовку высококвалифицированных кадров, способных эффективно внедрять, обслуживать и использовать полученные научные разработки в практическую деятельность (обучение студентов, аспирантов, докторанто, в проведение профессиональных вебинаров, курсов и тренингов, обучение предпринимательским и управленческим навыкам, а также разработку индивидуальных планов развития кадров.

Составлено автором

Представленный механизм определяет возможности для эффективной работы и внедрения научных достижений в реальную жизнь, принося пользу в развитие общества и способствуя повышению эффективности научно-технического прогресса.

Современные реалии показали, что нужны «сильные» управленцы государственного масштаба (составляющие вершину власти), чтобы сохранить свою страну, бизнес и развитие цивилизации как таковой. Поэтому в западных элитных университетах теперь глубоко изучают труды Маркса, Ленина и Сталина. Хотя для широкой публики в сети Интернет – все громче заявления об «ужасах» социалистического строя, отсутствии науки тогда и др., что не соответствует действительности. Общество расслаивается гораздо глубже: научить грамоте – не сложно, но научить думать, анализировать, изобретать – человека, запрограммированного на то, чтобы не задумываться, т.е. выращенного человека-потребителя – практически трудная или невозможная задача. Раз есть человек-потребитель, значит есть и создатель материальных и иных благ для него. Таким образом, неизменным остается то, что основу составляет собственность на средства производства; само производство, которое уже давно поделено.

Человеку-потребителю, чтобы он не задумывался, достаточно создавать «тепличные», благоприятные условия «состояния/ощущения удовлетворенности», постоянно предлагать какие-то блага цивилизации, направленные на управление его решениями, и тогда им (человеком-массовым) легко управлять, особенно через использование Интернет, информационно-коммуникационные и цифровые технологии. Эффективные технологии, модели надо еще создать, встроить в создаваемую общую «картину мира» и экономические отношения. Эффективность – соотношение произведенных по поводу каких-либо действий затрат к получаемому результату.

Присвоение чужого труда для целей личного обогащения частного владельца – становится все более трудной задачей, особенно при

образованных и консолидированных членах общества, в том числе научного сообщества. Социальные эксперименты в современном обществе играют важную роль. Однако, некоторые из этих экспериментов вызывают определенные вопросы и привлекают к себе особое внимание. В частности, насаждение феминизма и гомосексуализма, на пример, в западном обществе, преподносимое как стремление к равноправию, предоставлению свободы выбора и т.п., включая детей. Следовательно, наряду со сложными вопросами социально-экономического характера, встают также нравственные стандарты в области воспитания подрастающего поколения граждан страны. Например – возникновение споров вокруг факта того, что дети были свидетелями умерщвления и расчленения жирафа в одном из социальных экспериментов западных стран. Эти дебаты поднимали вопрос о пределах того, что может быть показано детям, как это повлияет на их психику, какие впечатления, эмоции должны остаться в их молодых умах и для чего. Действительно, тестирование в научных исследованиях является неотъемлемой частью процесса получения знаний и развития общества. Однако, возникает вопрос о границах этого тестирования, т.к. защита прав и благополучия испытуемых должна носить приоритетный характер. Важно обеспечить добровольное участие и защиту интересов каждого участника, чтобы предотвратить любые негативные последствия. Отметим, что целью западных социальных экспериментов является создание управляемого человека-потребителя.

В.В. Путин в своих выступлениях неоднократно подчеркивал, что забота о формировании собственного общества и его ценностей имеет решающее значение для будущего России и всего прогрессивного человечества [35,208].

Скорее всего, социальные эксперименты будут продолжать вызывать дебаты и разногласия в обществе. Однако, вместе с этим, они предлагают нам возможность лучше понять и развивать наш мир, а также задуматься о значимых вопросах, которые требуют нашего внимания и действий. Задача социальных экспериментов заключается в создании прогрессивного и устойчивого будущего для всех нас.

Распад СССР, как основы противовеса капиталистической системы, лишь отсрочил кризис системы Западного мира, но не исключило его, о чем свидетельствует практика. При этом был построен его дублер, только на капиталистических идеях – ЕС, демонстрирующий несостоятельность, т.к. усложнение любой системы требует научной ее организации и управления.

Отметим, что руководство качественно отличается от менеджмента. Нужно выстроить не только систему, но институционализировать ее. Сформировать полноценные институты; фреймировать их. Под фреймом следует понимать «…способ мышления, соотнесения внешней информации с существующими правилами, механизмами, выбранными за базу» [51, с. 71], а фреймирование – процесс и результат формирования фреймов, обеспечивающих конвенционализацию в используемых понятиях и обеспечивающих взаимодействие. Отсутствие хотя бы одного из элементов полноценного института делает его работу неполноценной или вообще невозможной. Полноценный институт включает:

Нормы и правила;

Механизмы их реализации;

Наличие гарантов и ответственности за их невыполнение.

Методы руководства и менеджмента включают в себя различные подходы, в достаточной мере описанные в работах Р. Акоффа [6,9]. При этом наиболее эффективным среди них отмечается метод убеждения. В отличие от метода страха и наказания, убеждение основывается на внушении идеи, логическом обосновании и предоставлении информации, которая способна влиять на поведение других людей. В исследованиях А.Л. Шамиса [269], В.П. Шейнова [272] обоснованы пути моделирования мышления и возможности осуществления скрытого манипулирования человеком, что усиливает важность роли знания при использовании метода убеждения, особенно в сфере социального управления. Для реализации задач управления в современном обществе, включая использование социальных сетей и Интернета, необходимо иметь достаточно глубокие знания в различных сферах, что позволяет

субъекту управления анализировать информацию, понимать причинно-следственные связи и предлагать комплексные решения.

Так как социальные сети и Интернет стали неотъемлемой частью жизни современного человека, то они предоставляют собой инструмент обмена информацией, воздействия на общественное мнение и проведения социальных и политических кампаний. Но эффективное использование этих инструментов связано с особенностями их влияния на человека и группы людей, а также с наличием реальных и потенциальных рисков. В контексте социального управления через социальные сети и Интернет, знания становятся ключевым инструментом, помогающим разрабатывать стратегии воздействия на целевую аудиторию, предлагать аргументы, анализировать реакцию аудитории и корректировать подходы в соответствии с изменяющимися условиями и целеполаганием субъекта управления [210,211,215]. Следовательно, убеждение с использованием знаний является более эффективным методом руководства, особенно в сфере социального управления. Комбинирование глубоких знаний с использованием социальных сетей и Интернета позволяет достигать поставленных целей субъекта управления, формировать общественное мнение и реализовывать конструктивные изменения в обществе.

Воспроизводство знания и его распределение становится насущной проблемой государства, требующей создания эффективной инфраструктуры, задача которой обслуживать, создавать фундамент для ее развития, упрощать взаимоотношения, связанные с производством и реализацией научных знаний и продуктов, обеспечивая эффективность возникающего потока.

При формировании института услуг в экономике знаний, с учетом его знаниевой и сервисной компоненты, важную роль должна отводиться целевому фактору (целевой аудитории, решению целевой задачи, проблемы, ответа на вызовы и угрозы). Для достижения успеха в любой сфере деятельности, знания играют важную роль при наличии их системности, что обеспечивается и поддерживается в государстве через сформированную в нем

систему образования и науки, а также инфраструктуру, обеспечивающую развитие института услуг в экономике знаний. На ВУЗы, университеты возложена задача подготовки высококвалифицированных кадров. Причем задача высшего образования – не просто давать знания, информацию, обеспечить процесс ее наилучшего усвоения и удержания студентами – будущими специалистами, но и сформировать умения эффективного использования в практической деятельности, так как пассивное накопление знаний не является достаточным условием научного успеха. Исследование мирового опыта ассимиляции науки и практики показало рост интереса к практико-ориентированному и проектному образованию [311,315,316,337, 339,341,362,368].

С нашей точки зрения ключевым фактором обеспечения научно-производственного успеха будет выбор нишевого подхода в реализации знаний, основанного на ясном понимании исследователем занимаемой им научной области. На актуальность использования нишевого подхода в бизнесе и в маркетинге обращено внимание в работах Ф. Котлера [151], А. Сетивана, Х. Картаджайя [150], М. Ньюмейера [182], но с нашей точки зрения он может быть использован в сфере знаниевых услуг. Подход с нишевым характером предполагает сосредоточение на определенной области научных знаний, глубокое изучение проблематики исследований и особенностей при выборе конкретных задач для решения. Такой подход позволяет ученому стать экспертом в выбранной им области и обеспечить более качественные и персонализированные пути решения проблемы, в которой четкое понимание занимаемой ниши позволяет специалисту определить, какие задачи он может решать своими разработками. Именно путем решения задач осуществляется применение знаний на практике и достижение реальных результатов науных исследований. Кроме того, нишевый подход предоставляет возможность более глубоко проникнуть в особенности выбранной проблематики и использовать свои знания, опыт и освоенные компетенции наиболее эффективно, что позволяет не только обеспечивать более качественное решение научных задач,

но и быть конкурентоспособным специалистом на рынке труда, следовательно, знания должны быть системными, а подход к их реализации должен носить нишевый характер. Комбинация представленных факторов способствует достижению высоких научных результатов и приводит к успеху в выбранной сфере деятельности исследования. Таким образом, наработка системных знаний представляет собой сложный процесс, требующий постоянного обновления и расширения полученной информации, как теоретической, так и практической, которая включает в себя постоянный добор актуальных научных знаний, изучение предметной области исследования и применение полученных результатов на практике, благодаря чему можно достичь высокого уровня экспертизы и стать специалистом в своей области.

Уже сегодня отмечается существование платформ, распространяющих «знание» – это особенность современной эпохи – эпохи «экономики знаний». Знания и информация становятся ценностью, ограниченным ресурсом, владение которым будет в дальнейшем составлять конкурентное преимущество субъекта владения ими. Электронное обучение и дистанционное образование, электронные книги, тесты и др. – для широких масс, а элитные знания можно получить только в реальном времени и при реальном взаимодействии с высокопрофессиональным преподавателем, способным доходчиво объяснить, глубоко знающий предмет и имеющий практический опыт; читая реальные источники и обсуждая их, понимая смысл, умея формулировать мысль – свою позицию и отстаивать ее.

Проблема в том, что «ненужные» знания распространяются так же быстро (исходя из целеполагания их распространителей и психологических качеств реципиента – человека-потребителя). В этой связи возникает проблема контроля и контроля качества знаний и услуг, оказываемых на их основе. Следовательно, перед государством стоит важная задача – обучения граждан работать с информацией и знаниями. Для этого нужно выработать систему мер, создать инфраструктуру пропаганды, PR, поднять престиж ученого,

исследователя, что требует системности в действиях, четкой стратегии и неуклонной воли при ее реализации. Общество, которое не сумеет приспособиться к новым условиям экономики знаний – обречено. Искусственный интеллект просто вытеснит человечество, как «вирус».

Нужна четкая модель развития науки в государстве:

- Приоритетные направления фундаментальных и прикладных исследований;
- Поисковые исследования (недалекого будущего);
- Перспективные исследования (далекого будущего).

На пути к достижению поставленных научных целей, важно фреймировать горизонты планирования, чтобы определить, что следует считать текущей, далекой и недалекой перспективой поставленных задач исследования (табл. 2.3).

Таблица 2.3 – Фреймирование горизонтов в планировании будущего

Горизонт планирования	Характеристика
Текущее будущее	Охватывает период, который находится ближе всего к настоящему времени, например, в течение нескольких месяцев, годов или даже нескольких лет, что предусматривает ориентирование на непосредственные цели и задачи, которые требуют решения в ближайшем времени.
Далекое будущее	Охватывает период времени, который исходит из текущего плана и простирается на временные рамки, находящиеся далеко впереди, например, период в несколько лет, десятилетий или даже поколений, следовательно, учитываются стратегические планы и долгосрочные видения, которые помогут нам достичь амбициозных целей.
Недалекое будущее	Находится посередине между текущим и далеким горизонтом планирования, данный период, предусматривает временные рамки в несколько месяцев, полугодий или один-два года, следовательно, необходимо сосредотачиватся на планах и задачах, которые не являются срочными, но требуют внимания и ресурсов в ближайшей перспективе.

Составлено автором

Фреймирование горизонтов планирования помогает структурировать действия и принимать осознанные решения, которые позволяют осознавать, что нужно делать прямо сейчас, что запланировать на будущее и какие шаги предпринять для достижения долгосрочных целей, в конечном счете, это ориентирует на пути развития и прогресса, помогая строить успешное будущее.

Особую значимость для развития науки имеет наличие научных школ, которые функционируют не на бумаге, а реальных – в которых есть не один-два последователя – защищенных кандидатов и докторов наук. Следует отметить, что на подготовку ученого уходит при благоприятных условиях 20-26 лет (обучение в школе, университете, аспирантуре и докторантуре).

Васильев М.В. справедливо заметил «…чтобы любое знание способно было уцелеть в веках, для него должна быть создана соответствующая ему структура из его носителей … Наличие учеников – это наличие определенной структуры, определенной «жизненной силы» того или иного знания. Для того чтобы внести в мир новое знание, требуется внести в мир носителей этого знания» [37, с. 161]. Обеспечение передачи знаний, эффективной работы научных школ – системная задача.

Организационно-экономический механизм формирования стратегии развития института услуг в экономике знаний (рис. 2.27).

В исследованиях С.П. Расторгуева отмечено, что «… сегодняшнее время, как и сегодняшнее пространство, уже давно поделено. В нем нет места для «случайных» систем. Целенаправленные информационные воздействия нацелены в первую очередь на формирование завтрашнего и послезавтрашнего времени и уже во вторую очередь – завтрашнего пространства» [212, с. 145]. Любая система находится в состоянии непрекращающейся борьбы за право существования и отстаивает его выходя победителем. Кроме того, системы изменяются ввиду обучения, трансформаций, позволяющих ей подстроится под текущий момент с учетом влияния внешних и внутренних факторов. При этом «…если знания – это

структура, то новая информация – это изменение структуры» [211, с. 88]. Следовательно, степень изменения структуры должна быть прямо пропорциональной новизне информации, чтобы поддерживать стабильность ее частей. В противном случае устойчивые неконтролируемые модификации структуры приведут к ее демонтажу, если ослабнут ее ключевые элементы. Кроме того, «…в любой информационной самообучающейся системе, как правило, чаще активизированы те процессы и высвечены те данные, которые являются наиболее значимыми для текущего состояния системы» [211, с. 150].

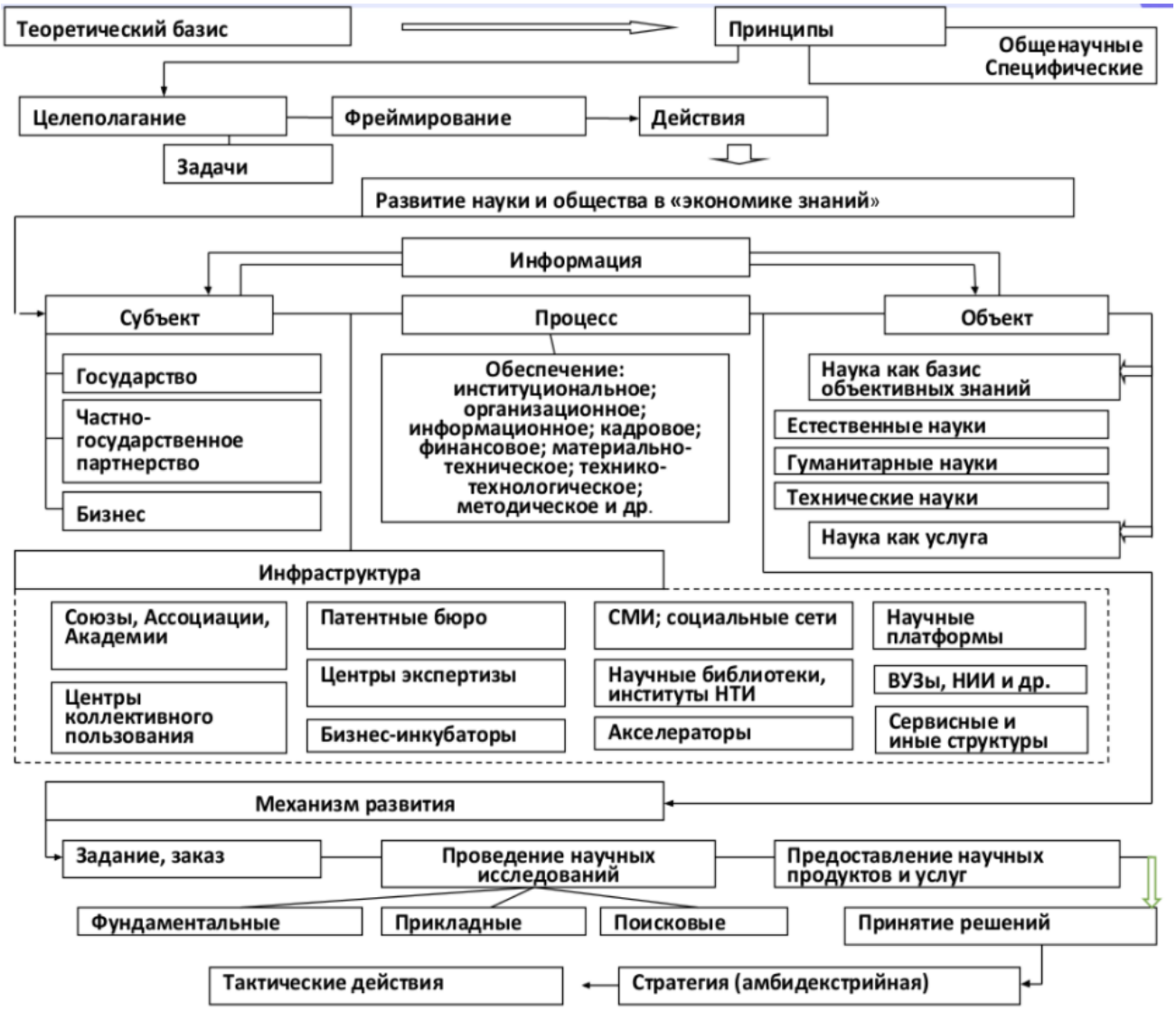


Рисунок 2.27 – Организационно-экономический механизм формирования стратегии развития института услуг в экономике знаний, *авторская разработка*

В работах А.М. Харитонова проведен анализ информационных войн в мире науки на примере норманизма и антинорманизма [252, с. 716-726], свидетельствующий о ценности и неоднозначности науки для общества и ее результатов, ее значимости и неоднозначности, как объекта научных исследований, включая его «человеческую» составляющую, где человек не фактор, а именно составляющая, его часть. В этой связи особое внимание следует уделить смыслам, как основополагающему элементу целеполагания и действия. Особая значимость в этом процессе принадлежит СМИ. Так, Т.А. Цецхладзе подчеркивает, что «…СМИ, являясь одним из главных механизмов формирования общественного мнения, влияют на массовое сознание и создают определенные стереотипы того ли иного явления, события, предмета» [256, с. 297]. Таким образом, человек с его ограниченной рациональностью по Г. Саймону [220], одновременно являясь субъектом и объектом воздействия (в зависимость от выполняемой им роли), является производителем и потребителем информации, знаний и т.п.

В исследованиях А.В. Савицкого со ссылкой на лауреата Нобелевской премии Г. Беккера подчеркивается, что «…инвестиции в человеческий капитал для общества и государства являются в долгосрочной перспективе наиболее выгодными, этот вопрос для будущего страны является едва ли не решающим, т. к. в современных условиях человеческий капитал становится главным условием формирования и развития инновационной экономики знаний следующего этапа развития человечества» [8, с. 668]. Следовательно, именно «человеческий капитал» является неизменным мерилом обеспечения развития для любого государства и общества. Таким образом, любое дело требует самоотдачи. Если знаниевая компонента общества переходит на рыночные рельсы, то ее целесообразно рассматривать с нескольких позиций:

- знания как общее или общественные блага – «…совокупность товаров и услуг, которые предоставляются населению на безвозмездной основе за счет финансовых средств государства» [277], т.е. благо – для потребителей (тот минимальный набор умений и навыков, позволяющий

потребителю использовать/потреблять знаниеемкие товары, участвовать в воспроизводственном процессе на уровне исполнителя);

- знание как продукт – товар, позволяющий создавать предприятие, управлять им, руководить процессом – имеет стоимость, причем высокую, иначе предприятие обречено на банкротство. В мире бизнеса выживает сильнейший, т.е. тот, кому не надо объяснять ценность знаний, умений и навыков, как для того, чтобы являться специалистом, так и для того, чтобы формировать и использовать бизнес-модели – идеи, которые кто-то должен уметь понять, реализовывать, оценивать и вносить предложения по совершенствованию. В этом смысле чистый потребитель/исполнитель будет больше приносить вреда предприятию, чем пользы.
- знание как знание-товар – различного рода программное обеспечение, сервисы, технологии, основанные на алгоритмах и интернете и т.п. – хорошо в поделенном мире, но в условиях конкуренции и переключения на идентичность будут являться объектом борьбы за контроль над ними и их переходом в собственность.

На основе реализации системного и институционального подходов предложено авторское видение развития науки и общества на ее основе в «экономике знаний», где науке отводится ключевое место, как базису, позволяющему не только продуцировать объективные знания, служащими основой для принятия адекватных решений, но и обеспечивающими конкурентные преимущества их владельцу. Считаем, что приоритет во владении такими знаниями должен оставаться за государством. В условиях рынка также наука может быть использована и как услуга. Причем, для развития самой науки в современном динамичном мире также нужны услуги, создаваемые через развитие инфраструктуры, что позволит снижать трансакционные издержки и способствовать поддержанию конкурентных преимуществ для бизнеса и в сфере частно-государственного партнерства.

Выводы по разделу 2

Во втором разделе «Исследование системы услуг в экономике знаний» отражены результаты анализа проблемы смысла и выбора вектора развития знаниевых услуг; классификации знаниевых услуг, а также моделирования механизма развития института услуг в экономике знаний.

Установлено, что в экономике развитых стран мира значительную часть – более 60% по числу занятых приходится именно на сферу услуг. К сфере услуг теперь принято относить культуру, образование, здравоохранение, бытовое обслуживание, пассажирский транспорт и связь, рекреационные услуги, общественное питание. При этом важное значение имеет восприятие услуги потребителем. Исследована проблема использования науки как услуги в экономике знаний. Но чем сложнее система, инфраструктура – тем меньше людей знают о действиях в ней и это имеет определенные преимущества, т.к. тем самым осуществляется регулирующие воздействия – снижается объем выборки (кто входит в состав лучших менеджеров, как попасть в рейтинг, на радар рейтинговых агентств и т.п.).

Предложен экосистемный-институциональный концепт развития услуг/института услуг в экономике знаний.

Установлено, что вопросы институционализации самих знаниевые услуги приобретают все большее значение; возникает необходимость их экономического изучения. Определены черты нестабильности институциональной среды, проявляющиеся в: изменяемости норм и правил; отсутствии правил или механизмов их реализации; внедрении чуждых или чужеродных правил, норм, механизмов, которые делают функционирование системы реципиента нестабильной, непредсказуемой. Дано определение термину «классификация знаниевых услуг»; предложены основы классификации самих заниевых услуг в разрезе 15-ти признаков.

На основе реализации системного и институционального подходов предложено авторское видение развития науки и общества на ее основе в

«экономике знаний», где науке отводится ключевое место, как базису, позволяющему не только продуцировать объективные знания, служащими основой для принятия адекватных решений, но и обеспечивающими конкурентные преимущества их владельцу. Приоритет во владении такими знаниями должен оставаться за государством. В условиях рынка также наука может быть использована и как услуга. Причем, для развития самой науки в современном динамичном мире нужны услуги, создаваемые через развитие инфраструктуры, что позволит снижать трансакционные издержки и способствовать поддержанию конкурентных преимуществ для бизнеса и в сфере частно-государственного партнерства.

Основные результаты исследования отражены в работах [106,91,86,88,69,79,80,81,82].

РАЗДЕЛ 3 МОНИТОРИНГ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

3.1 Институциональная трансформация форм университетов в «экономике знаний»

Развитие экономики знаний, в которой сами знания, относятся к человеку – человеческому капиталу, становятся ключевым фактором развития не только предприятий, но и целых экономических систем, а широкое повсеместное развитие информационной среды способствует его распространению и быстрой передаче, изменило среду функционирования сферы высшего образования и его носителей – университетов. Уже утрачивают актуальность традиционные концепции, характерные для мейнстрима, базирующиеся на принципах максимизации выгод, получаемых из ограниченных ресурсов, при том, что все больше внимания следует уделять стратегиям, механизмам и способам такого неисчерпаемого ресурса как знания, информация и средства их передачи, требующих новых концептуальных решений, связанных с их продуцированием и использованием, что определяет актуальность темы исследования. Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует, что в научных работах зарубежных и отечественных ученых рассмотрены вопросы развития экономики знаний, ее особенностей и проявлений [64,11,130,168,174,275,303,308,319]; изучаются трансформационные процессы в системе образования, соответствующие становлению и развитию «экономики знаний» [68,178,235,340,330,20]. Однако вопросы институциональной трансформации форм университетов в экономике знаний требуют более глубокого исследования как с точки зрения теории, так и практики их реализации.

Экономика знаний трактуется как «…экономика, рост и конкурентоспособность которой обеспечиваются созданием,

распространением и применением знания в форме высокотехнологичной продукции и услуг» [308, с. 110]. Тема экономики знаний неразрывно связана с образованием и его важнейшим носителем – университетом. Университеты, в их классической форме, в настоящее время переживают кризис, являя собой проблему «блеска и нищеты». Под университетом следует понимать высшее учебное (Старой Европы, Северной Америки, РФ и др.) заведение как представителя «западной традиции высшего образования».

По мнению П. Стефанова, современные университеты «…находятся в противоходе с тенденцией развития капиталистической экономики» [278]. Пока капитализм выстраивал массовое производство, университеты реализовывали селекционный отбор, создавая элитарность носителей знаний. В период после Второй мировой войны капитализм перешел к «уникализации производства», а университеты вошли в период массовизации знаний. В настоящее время университеты находятся в «противофазе» относительно общего контекста современной капиталистической экономики.

Таким образом, возникает ситуация, когда единство и противоположность проявления двух тенденций (табл. 3.1), которые накладываются друг на друга, действуют в разных направлениях и характеризуются:

- разрушением системы коллегиального управления университетами;
- профессионализацией университетов.

Как следует из табл. 3.1, в запросах университетов, как работодателей, преобладают позиции, имеющие административный характер. Для эффективного функционирования современный университет нуждается в расширении списка профессий. И если раньше университет представлялся как место, как храм науки и просвещения, где проводятся исследования и обучаются студенты, получая знания, которые актуальны сегодня, и формируется задел для осуществления научной работы на благо предприятий и организаций, куда придут работать выпускники вуза, то сегодня вузы

превращаются в бизнес-структуры, требующие штата менеджеров, способных организовать, рекламировать и пиарить университет и его продукты (читаемые курсы, направления подготовки и т.п.), чтобы привлечь внимание абитуриентов и заработать деньги.

Таблица 3.1 – Тенденции и характеристики их проявления в развитии современных университетов

Тенденции	Характеристика проявлений
Разрушение системы коллегиального управления университетами	Университет больше не является автономной организацией, которая способна убедительно обосновывать, защищать академическую свободу доступными ему средствами. Преподавательский корпус больше не является единой корпорацией. Есть профессора-«звезды» и «серые лошадки» преподавательского состава, с которыми заключены, как правило, частичные контракты. Такого рода внутренняя конфликтогенность вуза ведет к существенной и углубляющейся депрофессионализации большей части преподавательского состава. Депрофессионализация заключается в том, что основной частью академической профессии является способность защищать академическую свободу и рассматривать ее как основу присвоения научной степени, производства знаний и т.д.
Профессионализация университетов	Мониторинг сайтов в разделе «Вакансии университета» и сайта hh.ru показал, что индексируются следующие позиции: фандрайзер, помощник руководителя, документовед, библиотекарь, юрисконсульт, начальник Центра приглашения и приема и т.д. При этом в списке практически отсутствуют вакансии научных сотрудников, старших преподавателей, доцентов, профессоров.

Составлено по данным [13]

Профессионализация и депрофессионализация университетов – две разные модели их развития, работающие в разных направлениях, то есть «…на разрыв университета и академической идентичности» [278], которой по факту

уже не существует. В современных условиях ее нельзя сформулировать непротиворечивым образом для того, чтобы привести в единство, «…одновременно охватить и тех, кто занимается по старинке преподаванием и исследованием, и тех, кто «юридически консультирует», «фандрайзит», помогает руководителям, «документоведит» и т.д.» [278]. В результате возникает ситуация, когда внутри университета оформляется две разные университетские культуры, две разные институциональные модели, то есть - это два разных типа организации (университет как депрофессионализированная академия и профессиональный университет), которые слабо связаны между собой. Однако руководству вуза необходимо определиться с выбором, а, следовательно, и последующими действиями, которые повлечет за собой сделанный выбор.

Терминологический анализ показывает, что «университет» представляет собой «…высшее учебное заведение, объединяющее в своем составе несколько факультетов» [225, с. 713], в то время как «академия» имеет несколько трактовок: «…наименование разнообразных учреждений и обществ научного, учебного и художественного характера», а также «…высшие научные учреждения» [225, с. 29]. Следовательно, с институциональной точки зрения, уклон на получение знаний для профессии отличает университет как вуз, в то время как акцент на научную составляющую (наличие научных школ; проведение научных исследований в различных направлениях; высокая экспертность в различных областях знаний и высокие стандарты обучения) характеризует академию как вуз.

Под *депрофессионализированной академией* следует понимать классический университет, в котором осуществляется «…face-to-face контакт людей, совместно ищущих истину и считающих, что поиск этой истины … отличительное свойство университетских занятий» [278].

Профессиональный университет – фактически фирма в идеале – по производству и реализации знаний.

Еще в 1960-е гг. американские экономисты В. Баумол и В. Боуэн [340], обсуждая здравоохранение, образование, исполнительское искусство, обозначили их как социальные сервисы. Услуги, которые характеризуются возрастающими издержками при нерастущей производительности труда – это основная проблема образования и многих других сегментов социального государства. Сегодня это очень дорого стоит и будет дорожать в дальнейшем по мере массовизации. В то же время производительность труда не растет или растет неочевидным образом. То, с чем приходится работать (неважно кому – бизнесмену или преподавателю), – это проблема сокращения издержек. В исследованиях [289,301,304,311] обращено внимание на проблему снижения государственного финансирования и потребности изыская ресурсов для развития университетов. Государственное финансирование высшей школы в развитых странах сокращается или по меньшей мере стагнирует и денежные средства нужно искать.

Основные направления из состава общих стратегических решений, которые практикует профессиональный университет, обобщены в табл. 3.2.

Таблица 3.2 – Направления стратегических решений профессиональных университетов

Направление	Характеристика направления
Проведение кадровой зачистки	Вытеснение «чистых» преподавателей, всех тех, кто по-прежнему считает, что вместе искать истину – это самое главное, что никаких внешних забот по отношению к преподаванию и исследованиям нет и быть не может, что преподаватель не должен обладать специфическими компетенциями фандрайзера и т.д. Фандрайзинг (от англ. Fundraising) – «…процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов (человеческих, материальных, информационных и т.д.), которые организация не может обеспечить самостоятельно и которые являются необходимыми для реализации определенного проекта или своей деятельности в целом» [245]. Таких преподавателей вытесняют из университета, очень жестко «зачистят» кадры в максимально короткие сроки.

Продолжение таблицы 3.2

Направление	Характеристика направления
Ускоренное развитие инфраструк-туры поддержи-вающих профессий	Например, в российских университетах, таких как Европейский университет, нет такой профессии как research administrator – ведущий научных проектов, который не является преподавателем, но выполняет важные поддерживающие функции. Это проблема характерна не только для российских университетов. Во многих университетах мира пока нет четкой номенклатуры инфраструктурных профессий – студенческий сервис, юрисконсульт, спортивный тренер, сотрудник офиса трансфера технологий и пр. Ее нужно постепенно формировать, переходить к концепции профессионального университета как инфраструктурно насыщенной организации, в том числе с точки зрения номенклатуры профессий, которые в нем есть.
Агрессивная война за время и пространство граждан	Агрессивный захват куска, который собственно университетским не является. Весьма показательно слово «больше»: «больше, чем образование», «больше, чем университет», – здесь оно является ключевым. Например, университет ИТМО и его слоган «Это больше, чем университет». Или девиз университета «Синергия»: «Это больше, чем образование». Экстенсивная технология развития, которая в пределе за счет использования онлайн-курсов предполагает, что учебным становится не только и не столько то время, которое люди проводят в аудитории, а то время, когда они едут в метро, когда едут и смотрят ролики, которые у них открываются на смартфоне. Иными словами, нужно занять все время под учебу человека. Даже то время, когда он спит.
Агрессивная борьба за новые аудитории	Например, пенсионеры. Вся катавасия вокруг обучения в течение всей жизни – сделать так, чтобы в университете можно было учиться с четырех до 84 лет без всяких проблем. Это инвалиды, лесбиянки, гомосексуалы, депривированные группы граждан – все, кого раньше по каким-то причинам игнорировали. Все милы, прекрасны и нужны университету. Профессиональный университет вообще ни от кого не отказывается – это один из критериев профессионализма.
Снос институцио-нальных форм	Упразднение кафедр и выстраивание университетов вокруг образовательных программ, которые имеют модульную структуру. Эти модули могут перекидываться между программами, они имеют межпрограммный характер. Все, что

Окончание таблицы 3.2

Направление	Характеристика направления
внутренней организации	можно рассматривать как бастионы внутренней организации (это не только кафедры, но и профсоюзы, ученые советы), упраздняется. В этом смысле университет ИТМО пропагандирует, что все сотрудники и студенты принимают решения. Понятно, почему это пропагандирую: если все принимают решения, то ученый совет как отдельный орган и не нужен. Его нужно растворить в общей массе «всех принимающих решение».

Составлено по данным [278]

Следовательно, направления стратегических решений профессиональных университетов включают проведение кадровой зачистки, ускоренное развитие инфраструктуры поддерживающих профессий, агрессивную войну за время и пространство граждан, агрессивную борьбу за новые аудитории и снос институциональных форм внутренней организации. Приведенные выше направления играют важную роль в развитии и совершенствовании профессионального образования, освоения компетенций, способствуя адаптации университетов к быстро меняющимся экономическим и социальным условиям.

В целом, стратегические решения профессиональных университетов направлены на создание благоприятной научной среды, готовящей высококвалифицированных специалистов, способных эффективно работать в современном и динамичном мире.

Переход к построению профессиональных университетов сопряжен с определенными рисками. В словарном определении термин «риск» трактуется как «…возможность опасности, неудачи» [201, с. 412]. Их следует учитывать, и при возможности – нивелировать. Во-первых, такой переход может привести к прогрессирующему неравенству внутри университетского сообщества. Расширение предложения профессионального образования может привести к тому, что некоторые структурные подразделения или отдельные дисциплины

получат гораздо больше внимания и ресурсов, тогда как другие могут оказаться отстраненными или недофинансированными, что в свою очередь может создать непропорциональное распределение возможностей для обучающихся и преподавателей и разрушить гармонию, свойственную университетской среде. Во-вторых, потенциальный риск также связан с прекращением выстраивания профессионального университета из-за необходимости вложения средств и отсутствия немедленной прямой финансовой отдачи. В-третьих, переход к профессиональным университетам может привести к размыванию картинки стейкхолдеров, связанных с высшей школой или формированием экономики знаний.

Риски, связанные с переходом к построению профессиональных университетов, систематизированы и отражены в табл. 3.3.

Таблица 3.3 – Риски, связанные с переходом к построению профессиональных университетов

Риски	Характеристика риска
Прогрессирующее неравенство внутри университета	Если все принимают решения, то получается так, что среди них выделяются те, кто обладает достаточной компетенцией и информацией, чтобы эти решения принимать более или менее доказательно. Всем остальным отводится роль пассивных статистов, потому что они не обладают в сравнении с ректором или его советником по стратегическим вопросам достаточным объемом информации. Это прогрессирующее неравенство внутри университета, прогрессирующая концентрация управленческих ресурсов внутри очень небольшого круга лиц – заметно меньшего, чем когда-либо раньше в университетах при всем том, что университеты никогда не были образцом демократии. Это не парламент, это всегда boys club – место, где доминируют пожилые белые мужчины. Сейчас это не совсем пожилые, не совсем белые и не совсем мужчины, но круг их все уже и уже.
Прекращения выстраивания профессионального университете из-	Еще один риск связан с тем, что все вышеперечисленные решения не дают немедленной прямой финансовой отдачи университету. Более того, на первом этапе они требуют больше денег, а не меньше. Создание полноценной онлайн-программы

Продолжение таблицы 3.3

Риски	Характеристика риска
за необходимости вложения средств и отсутствия немедленной прямой финансовой отдачи университету	(все знают, что запущена национальная российская онлайн-платформа) – стоит больших денег. Пока она выглядит чрезвычайно убого. Все эти решения, инфраструктурные сервисы, онлайн-курсы и пр. первоначально весьма затратны. Основной выбор заключается в том, что если мы хотим строить профессиональный университет, в среднесрочной перспективе он будет стоить дороже, чем академия или классический университет. Невозможно дешево создать профессиональный университет.
Размывание картинки стейкхолдеров, связанных с высшей школой или формированием экономики знаний	С одной стороны, все, что направлено на построение профессионального университета, не гарантирует, что он сохранит статус места, где производятся знания. Они могу производиться в исследовательских департаментах корпораций, гаражах, социальных сетях – по выражению Питера Галисона, в любых trading zones. Университет не является в этом смысле привилегированным местом. Даже если его пересобрать как фирму, как профессиональное место, это не значит, что он начнет производить знания. С другой стороны, все те, кто претендует на то, что занимается производством знаний, сегодня в университет не очень хотят прийти. Почему образовательные проекты выпускников не идут в вузы? Не очень понятно, зачем идти в это место, которое утратило статус ностальгического объекта травматической или полутравматической привязанности к профессорам, которые читали скучные лекции, и приобрело характер фирмы. Университеты, которые не способны больше обратиться к эффективной стороне переживаний выпускников, имеют мало шансов привлечь их рациональностью своих стратегий, потому что на этом поле они пока еще слабые игроки.

Составлено по данным [278]

Следует подчеркнуть, что если университеты начнут концентрироваться исключительно на профессиональных аспектах в образовательном процессе, это может привести к ослаблению академической и интеллектуальной компоненты образования, что в свою очередь, может негативно отразиться на

постоянстве исследований и научных открытий, которые являются одним из ключевых факторов прогресса общества.

В целом, как показали проведенные нами исследования, переход к построению профессиональных университетов может открыть новые возможности и способы развития, однако, также несет риски, которые важно учитывать и оптимизировать. Следовательно, необходимо обеспечить сбалансированность в предоставлении образовательных услуг и поддержке различных аспектов академической и профессиональной сферы, чтобы обеспечить успешную трансформацию высшего образования.

Направления стратегических решений и риски, связанные с переходом к построению профессиональных университетов представлены на рис. 3.1.



Рисунок 3.1 – Направления стратегических решений и риски, связанные с переходом к построению профессиональных университетов, *авторская разработка*

Следует отметить, что пока обсуждается вопрос о формате университетов как депрофессионализированной академии или переходе к построению профессиональных университетов, требующих затрат и ломающих академические стереотипы, прослеживается и еще одна тенденция, связанная с тем, что компании создают собственные корпоративные структуры по обучению – корпоративные университеты, появляются новые профессии (например, руководитель проекта по работе с вузами, менеджер по работе с ВУЗами, менеджер по развитию направления, менеджер учебных программ и др.). Данные профессии представлены в табл. 3.4.

Таблица 3.4 – Мониторинг вакансий (г. Москва, РФ)

Вакансия	Опыт работы	Компания
Руководитель корпоративного университета	Более 6 лет	З/п не указана АО Россельхозбанк Международная, г. Москва, Пресненская набережная, 10с2
Руководитель проекта создания корпоративного университета	3-6 лет	З/п не указана ПАО «Промсвязьбанк» Павелецкая, г. Москва, Дербеневская набережная
Руководитель корпоративного университета	3-6 лет	З/п не указана MYBOX г. Москва, Варшавское шоссе, 9с1Б
Руководитель проекта по работе с вузами	1–3 года	Rendez-vous. Центральный офис Селигерская, г. Москва, Дубнинская улица, 75А
Менеджер учебных программ	1–3 года	От 40 000 до 55 000 руб. на руки ЧОУ ДПО «Институт артбизнеса и антиквариата»
Директор университета наставничества (социальная онлайн-школа)	1–3 года	З/п не указана Общ. орг. МОО «Объединение наставников», г. Москва
Бизнес-тренер корпоративного университета	1–3 года	З/п не указана «НИКАМЕД», г. Москва, Бумажный проезд, 14, с2
Тайный покупатель в РОО «Центр защиты прав потребителей в сфере торговли и услуг»	не указан	З/п 2 000 руб./день РОО «Центр защиты прав потребителей в сфере торговли и услуг» г. Москва

Продолжение таблицы 3.4

Вакансия	Опыт работы	Компания
Менеджер по работе с вузами/менеджер по развитию направления	не указан	З/п 100 000 руб. Полная занятость «Галактика» г. Москва
Менеджер факультета права	1–3 года	З/п не указана Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» г. Москва, Китай-город, Большой Трехсвятительский переулок, 3

Составлено по данным [318]

Так, например, в обязанности руководителя проекта по работе с вузами компании Rendez-vous входит: выстраивание и поддержание отношений с вузами, подписание соглашений о сотрудничестве; развитие HR-бренда работодателя среди студентов (мероприятия, направленные на развитие положительного имиджа компании как работодателя); организация и участие в ярмарках вакансий; проведение интервью со студентами; взаимодействие со студентами (курирование студентов, трудоустроенных в компанию); ведение аналитической отчетности по проделанной работе. Однако ВУЗы пока не в полной мере осуществляют подготовку специалистов в разрезе запрашиваемых предприятиями вакансий, т.к. запросы работодателей по отношению к специалистом постоянно изменяются.

Вакансии, которые предлагаются компаниями, требуют от соискателей необычного мышления и креативности, а также «результата», который сами предприятия зачастую себе четко не представляют. В этой связи для выпускника/претендента на вакансию существует другой путь – погружение в глубины своей профессии, основательное изучение ее тонкостей и умение собирать данные и знания с целью использования их, когда это необходимо. Исследования [119,148,167,155,164,173,175] показали, что претенденты на вакансии должны либо обладать креативным мышлением, чтобы отвечать на вызовы современного бизнеса, либо обладать широкими и глубокими

профессиональными знаниями, чтобы компилировать их в соответствии с запросами предприятий, что повышает ценность классического университетского образования.

В этой связи ВУЗам следует более тесно сотрудничать с представителями бизнеса, чтобы узнавать их потребности и вносить необходимые изменения в образовательные программы. Это позволит выпускникам быть более подготовленными к требованиям рынка труда, удовлетворять запросы работодателей и быть успешными при выстраивании карьеры.

Таким образом, совместные усилия ВУЗов и предприятий целесообразны для обеспечения соответствия образования требованиям реального рынка.

Для более детального анализа был проведен мониторинг вакансий по Донецкой Народной Республике, который представлен в табл. 3.5.

Таблица 3.5 – Мониторинг вакансий (ДНР)

Сайт	Адрес сайта	Вакансии
Свежие вакансии ДНР	https://rabotadnr.com/	Охранники, продавцы, продавцы-консультанты, банщики, IT-специалисты, уборщики, повара, автомаляры, баристы, реализаторы
Республикан-ские вакансии	https://rabotadnr.com/job/vacancy/respublikanskie-vakansii	Уборщик служебных помещений (от 4890 руб./мес.), на военную службу по контракту в артиллерийский дивизион ГСАДн, заказчик: sandomir4ik (15000 руб./мес.); юрисконсульты, программисты, пресс-секретари, бухгалтеры, учителя (средняя зарплата 7000-8500 руб./мес.); преподаватели математики, английского, чешского, польского, немецкого; репетиторы (16000 р./мес.); переводчики (англ.). Преподаватель англ. по Skype – 8500-8900

Составлено по данным [214,222]

Как следует из табл. 3.5, в ДНР требуются: охранники, продавцы, продавцы-консультанты, банщики, IT-специалисты, уборщики, повара, автомаляры, баристы, реализаторы, контрактники на военную службу, а также пресс-секретари, бухгалтеры, учителя и репетиторы. Заработная плата варьируется от 4890 руб./мес. (уборщик служебных помещений) до 15000 руб./мес. (на военную службу по контракту в артиллерийский дивизион ГСАДн, 16000 руб./мес. (для преподавателей и репетиторов).

В интернете все больше появляется публикаций о преимуществах онлайн-образования, всевозможных онлайн-курсах, предоставляющих различные сертификаты об их окончании. При этом однобоко освещаются преимущества, и критикуются как классическое университетское образование, так и профессионализм преподавателей, что наносит в идеологическом плане большой ущерб, как для ВУЗов, так и для будущих специалистов. На этот факт обращено внимание А. Просековым [207], Н.В. Коваленко [144], Н. Сорокиной [229]. Конечно это проявление элементов конкурентной борьбы и маркетинговых ходов для продвижения своего продукта (курсов, системы высшего образования западного образца и т.п.), но молодежь не готова к фильтрации такой информации, что явно подрывает основы сложившейся системы образования в стране. И ВУЗам надо заботиться как о транслировании своего бренда, так и о соответствии образовательных программ духу времени, подверженному влиянию инновационных разработок.

Группа футурологов на основе опроса экспертов и проведенного ими анализа экономических прогнозов, сформировала рейтинг самых востребованных профессий следующего десятилетия. По мнению Томаса Фрейя, более 60 % этих специальностей еще не существует [359]. В табл. 3.6 представлены наиболее распространенные футорологические профессии, а также возможности «ДОННУЭТ» в их подготовке при базовом уровне компетенции.

Таблица 3.6 – Наиболее распространенные футорологические профессии и возможности «ДОННУЭТ» в их подготовке при базовом уровне компетенции

Профессия	Базовая возможность подготовки в ДонНУЭТ	Комментарии
Консультант по продуктивности	+	Специальность на стыке менеджмента, маркетинга, HR и экономики.
Корпоративный дезингрессор	+	Специалисты, задача которых – создать атмосферу стартапа и даже организованного хаоса, моду на который вводят в последнее время IT-компании, такие как Google и Valve. Многие крупные компании переживают времена застоя, бороться с которым стану специально обученные люди.
Трейдер альтернативных валют	+	Специальность которая возникнет на стыке экономике с информационными технологиями. По мере роста популярности криптовалют, таких как биткоин и его конкуренты, появятся новые отрасли финансового менеджмента и инвестиций.
Управляющий аккаунтами в социальных сетях	+	Профессия возникнет на основе всплеска популярности социальных сетей. Управляющий будет выполнять волю держателя аккаунта в социальных сетях после смерти владельца согласно заранее оставленных указаниям. Уже появились первые компании, предлагающие такие услуги. Профессия станет такой же привычной, как сегодня нотариус или адвокат.
Личный цифровой куратор	+	Такие специалисты будут помогать ориентироваться в информационном хаосе Интернета. Задача кураторов – составлять для заказчиков набор приложений и информационных ресурсов.
Специалист по лечению сетевой и гаджет-зависимости	-	Тотальное проникновение Интернета уже сегодня вызывает множество психологических проблем, преодолеть которые помогут такие специалисты.

Продолжение таблицы 3.6

Профессия	Базовая возможность подготовки в ДонНУЭТ	Комментарии
Архитектор виртуальной реальности	-	Создание виртуальных объектов, не уступающим по правдоподобности реальным потребуют компетенций и навыков не только в программировании и дизайне, но и в архитектуре и инженером ремесле.
Управляющий дронами	-	Распространение дронов – маленьких беспилотных летательных аппаратов в ближайшие годы совершит революцию в сфере доставки. Через несколько лет практически все мелкие доставки, которых большинство, станут осуществляться не наземным транспортом, а при помощи дронов, которыми надо управлять. Профессия станет не менее распространенной, чем профессия водителя.
Эксперт и специалист по 3D-печати	-	Крупная инновация 3D-печать спровоцирует появление новой профессии. Эксперты будут создавать шаблоны, по которым владельцы трехмерных принтеров смогут производить продукцию у себя дома. Специалисты-печатники – собирать под заказ товары, которые слишком сложны для домашних 3D-принтеров.

Составлено автором по данным [359]

Следовательно, уже сейчас необходимо учитывать в сфере образования инновационный характер тенденций, особенности будущих профессий и возможность подготовки таких специалистов. Это даст возможность ВУЗу быть конкурентоспособными на рыке образовательных услуг, для выпускников – стать востребованными в инновационной экономике, а для страны – обеспечит экспорт трудовых ресурсов.

Как показали исследования, поставленная перед ВУЗами задача по подготовке специалиста и гражданина имеет актуальный характер, как в настоящем, так и в будущем [164,167,189]. В эпоху «экономики знаний»

учебные заведения должны стремиться к большей гибкости, чтобы успешно соответствовать появляющимся потребностям и запросам. Развитие технологий и образовательных практик требует от ВУЗов активного участия в процессе реагирования на новые требования и предоставления актуальных знаний и навыков [153,221,189].

Современные ВУЗы должны быть способными опережать происходящие изменения, а не только не отставать от них. Для этого необходимо предусмотреть различные инструменты и методы, которые помогут вузам адекватно реагировать на возникающие потребности. Гибкость ВУЗов подразумевает готовность адаптироваться к новым производственным и социально-экономическим условиям, изменять свои программы обучения, разрабатывать современные курсы и предлагать обучение по новым направлениям.

В исследованиях Г.А. Красновой [153] подчеркивалось, что одним из важных аспектов достижения гибкости вузов является развитие активной и практико-ориентированной методологии обучения. Данный подход позволяет студентам заниматься не только теоретическим изучением предмета, но и получать прикладные знания, которые смогут применить в реальных ситуациях. Также необходимо внедрять современные и эффективные технологии обучения, такие как дистанционное обучение и онлайн-курсы, чтобы решать потребности студентов, особенно в условиях быстрого «устаревания знаний».

Отвечая на подобные вызовы, ВУЗы могут активно участвовать в формировании новых требований на рынке труда и создавать новые рабочие места для выпускников [196,209,241,253,263,288,310]. Более гибкие вузы способны поддерживать высокое качество образования и удовлетворять потребности студентов и работодателей. Следовательно, повышение гибкости ВУЗов является ключевым фактором в успешном сопровождении эпохи «экономики знаний». Успех ВУЗов в будущем будет зависеть от их

способности адекватно реагировать на появляющиеся потребности и запросы, опережая изменения и активно внедряя инновации в сфере образования.

Таким образом, исследование вопросов институциональной трансформация форм университетов в «экономике знаний» позволило определить сущность, тенденции и характеристики их проявления в развитии современных университетов; проведен мониторинг вакансий по г. Москва, РФ и г. Донецк, ДНР, выявлены особенности, учет которых будет способствовать выбору и формированию стратегий взаимодействия со стейкхолдерами. Предложены систематизированные характеристики институциональной трансформации форм современных университетов как депрофессионализированной академии и профессионального университета, определены их различия в части моделей организации и реализации стратегий развития.

На сложившемся рынке труда наблюдается тенденция к созданию собственных корпоративных структур по обучению ведущими компаниями, что не всегда эффективно, но позволяют формировать кадровый потенциал внутри организации. Исследования показали, что компании склонны заказывать обучение и тренинги для своих сотрудников в университетах или/ и специализированных фирмах [315,322], что позволяет экономить на трансакционных издержках. Например, «ДОННУЭТ» в течение 2016-2022 гг. систематически выполнялись заказы предприятий ДНР (ООО «Первый Республиканский Супермаркет»; ГП «Республиканская топливная компания»; ОО «Народный контроль»; ООО «Крокодил» и др.) по повышению квалификации сотрудников, проведению тренингов, что подчеркивает ценность знаниевых услуг даже в нестабильной среде.

Определение направлений стратегических решений и рисков, связанных с этим процессом, является одним из ключевых шагов. Компании сталкиваются с необходимостью создания новых профессий, таких как руководитель проекта по работе с вузами, менеджер по работе с ВУЗами, менеджер по развитию направления, менеджер учебных программ и т.д. Это

позволяет эффективно координировать деятельность университетов и обеспечить развитие новых образовательных программ.

В рамках данного исследования был проведен мониторинг вакансий по г. Москва, Российская Федерация, и г. Донецк, Донецкая Народная Республика. Анализ показал, что в России наметился тренд на создание корпоративных университетов, которые становятся неотъемлемой частью компаний. Данный процесс включает в себя эффективное взаимодействие со структурами высшего образования, представленными различными вузами.

Построение профессиональных университетов и развитие собственных кадровых ресурсов позволяют компаниям наращивать конкурентные преимущества и успешно адаптироваться к быстро меняющемуся рынку труда. Вместе с тем, данный процесс не лишен рисков и требует грамотного управления, а также понимания специфики работы с вузами и образовательными программами.

В целом, переход к построению профессиональных университетов является важным шагом в развитии компаний и обеспечении их потенциала в долгосрочной перспективе. Анализ рыночных тенденций и определение стратегических решений являются неотъемлемой частью успешной реализации данного процесса.

3.2 Мониторинг развития рынков знаниевых услуг в омниканальной институциональной среде

Возникновение феноменов экономики знаний и цифровой экономики взаимосвязано между собой и опосредовано образованием, и его профессионализацией, основанной на научной составляющей как базисе, что лишь подчеркивает закономерности современного технологического развития, а также необходимость обеспечения управления этим развитием и потребность в институционализации. В этой связи необходимы

исследования, позволяющие с одной стороны осуществлять мониторинг и анализ текущего состояния развития этого феномена, а с другой – осуществление целенаправленных действий на основе принятой в стране политики, позволяющей в долгосрочной перспективе получать стабильный желаемый результат, что и определяет актуальность темы исследования.

Вопросам развития коммуникационной стратегии учреждений дополнительного профессионального образования в условиях цифровизации, маркетинговым аспектам формирования взаимоотношений, исследованию внешней информационной среды как части маркетинговой среды образовательного учреждения посвящены работы Н.Ю. Возияновой [50,47], И.Е. Дорониной [110], И.В. Чугункиной [267], О.В. Филипповой [246]; цифровой экономики, электронного образования в условиях цифровой трансформации – З. Мамедьярова [170], Г.А Красновой, Г.В. Можаевой [153]; исследованию поколенческих особенностей и аспектов в коммуникационных процессах – А. Андреевой [14], К. Лазаревой [157]. Однако, требуют дополнительного изучения вопросы, связанные с изучением рынков знаниевых услуг в омниканальной институциональной среде.

Современная стадия развития человечества имеет ряд названия – новая экономика, экономика знаний, информационная эра, экономика, основанная на знаниях. Главной особенностью является то, что человек – основной реципиент любой информации – находится сразу в двух средах онлайн и офлайн, причем одновременно. Такая его позиция соответствует маркетинговому термину омниканальность, характеризующаяся интеграцией в единой системе различных коммуникационных каналов, обеспечивающих непрерывность коммуникационного процесса. Исходя из трактовки институциональной среды в институциональной теории как совокупности основополагающих правил (политических, социальных и юридических), образующих базис для производства, обмена и распределения следует уточнить определение омниканальной институциональной среды.

Омниканальная институциональная среда – действующая система основополагающих правил, объединяющая онлайн и офлайн среды, составляющая основу для осуществления производства, обмена и распределения.

Омниканальность знаниевых услуг можно определить как интегрированную систему коммуникационных каналов, обеспечивающих непрерывность коммуникационного процесса, составляющую главный принцип работы и основу клиентского сервиса во взаимосвязи со структурной его архитектурой.

Следует отметить, что новая экономика, которая в связке «экономика – общество» характеризуется как «общество знаний» в терминологии [306,367], используемой в отчетах ООН, Всемирного Банка и ЮНЕСКО. При этом, до сих пор не выработано единообразного термина, который бы характеризовал такой период современного социально-экономического развития. С нашей точки зрения экономика знаний должна рассматриваться как институт и инструмент в связке «государство – экономика – общество»:

- как инструмент – это целевое средство воздействия на объект (существующий в той или иной форме) его преобразование или создание, в значительной степени определяющее и влияющее на развитие человека, общества, природы и экономики.
- как институт – это совокупность норм и правил, механизмов их реализации, гарантов и ответственности при их не исполнении, создавшихся в условиях развития супериндустриального общества и переходу к обществу самообслуживания по Э. Тоффлеру.

В исследованиях З. Мамедьярова отмечается, что «…попытки различных стран поддерживать инновации и экономический рост пока не выявили единого успешного подхода…», при этом «…институциональная среда в сфере цифровых технологий остается фрагментированной» [170].

Цифровой принято называть экономику, основанную на информационно-коммуникационных технологиях, принципы регулирования которой в разных странах остаются пока различными.

Основу экономики знаний, как это следует из подхода, реализуемого Всемирным Банком [367], составляют четыре взаимосвязанных элемента:

- образование;
- инновационный потенциал;
- информационная инфраструктура;
- институциональная инфраструктура.

Образование играет ключевую роль в развитии экономики знаний и формировании человеческого капитала. Квалифицированные и образованные работники становятся двигателем инноваций и создают новые знания, которые являются основой для экономического роста субъекта хозяйствования, т.к. именно профессиональное образование способствует формированию навыков и компетенций, необходимых для решения сложных задач и принятия эффективных управленческих решений. В исследованиях С.Б. Алексеева обращено внимание на важность «…стратегического потенциала предприятия как комплексной научно обоснованной идеи использования внешних и формирования внутренних возможностей предприятия в области достижения стратегических целей» [10, с. 14]. При этом инновационный потенциал является одним из основных факторов, который определяет успех предприятия в экономике знаний. Внедрение новых идей, технологий и методов производства стимулирует рост производительности труда и конкурентоспособности субъекта хозяйствования.

Исследования [271,328,329] показали, что инновации могут охватывать различные аспекты экономической деятельности, такие как: создание новых продуктов и услуг, улучшение существующих процессов и внедрение новых технологий; удовлетворение потребностей и ожиданий потребителей, а также решать социальные и экологические проблемы.

Отметим, что одним из ключевых преимуществ инновационного потенциала является возможность создания новых рабочих мест. Разработка и внедрение новых технологий и процессов производства требуют квалифицированных специалистов, что способствует росту спроса на рабочую силу в инновационных отраслях экономики. Это, в свою очередь, улучшает занятость и уровень жизни населения. Кроме того, инновационный потенциал способствует созданию новых отраслей экономики [26,205,328,329]. Внедрение новых идей и технологий позволяет открыть новые рынки, которые ранее были недоступны. Это создает новые возможности для бизнеса и позволяет развиваться компаниям, которые активно внедряют инновации. Развитие инновационного потенциала имеет долгосрочное значение для экономики в целом. Это помогает создавать устойчивый рост и улучшение конкурентоспособности страны на международной арене. Страны с развитым инновационным потенциалом способны привлекать инвестиции, талантливых специалистов и новые бизнес-возможности.

Однако, для достижения максимального результата, необходима поддержка со стороны государства и бизнес-сообщества. Нужны инвестиции в научно-исследовательские работы и развитие образования, чтобы обеспечить квалифицированных специалистов и научить их применять новые знания и технологии. В целом, инновационный потенциал играет существенную роль в развитии современной экономики. Он стимулирует рост производительности, создает новые рабочие места и способствует развитию новых отраслей. Поэтому, вложение в развитие инноваций является важным шагом для обеспечения устойчивого развития и процветания общества.

С.Б. Алексеев также подчеркивал важность информационной инфраструктуры [10, с. 17] в «…архитектуре формирования стратегического потенциала предприятия», т.к. она играет важную роль в обеспечении доступа к знаниям и информации. Современные технологии позволяют быстро обмениваться информацией и получать доступ к огромному объему знаний, что способствует развитию и распространению новых идей, инноваций и

технологий. Эпохи создания и распространения контента представлены в табл. 3.7

Институциональная инфраструктура также является неотъемлемой частью экономики знаний. Система правовых и нормативных актов, институты и организации, а также правила и процедуры, регулирующие экономическую деятельность, создают благоприятную среду для инноваций и развития знаний. Устойчивая и эффективная институциональная инфраструктура способствует развитию экономических отношений, привлечению инвестиций и развитию предпринимательства. Таким образом, основа экономики знаний состоит из образования, инноваций, информационной инфраструктуры и институциональной инфраструктуры. Взаимосвязь и взаимодействие этих элементов позволяют создавать устойчивую и развивающуюся экономику, основанную на знаниях и инновациях.

Таблица 3.7 – Эпохи создания и распространения контента

«Эпоха»	Создание контента	Распространение контента
Докомпьютерная эра / Мейнфреймы	Неприменимо	Физическое распространение
Персональные компьютеры	Инструменты создания контента	Рост эффективности хранения, но никаких изменений в способах распространения
Интернет	Примитивное таргетирование, агрегирование контента и поисковый маркетинг	Виртуальное распространение, близкая к нулю себестоимость расширения аудитории
Социальные сети	Продвинутое таргетирование контента, основанное на информации из профилей пользователей, активности друзей и рекомендациях	Социальное распространение движется от друга к другу, и, таким образом, не рассматривается как спам

Источник [212]

Мировая практика показывает [246,267,281,288,315], что непрерывное обучение и ДПО становится мощной индустрией с расширяющейся аудиторией и предложением продуктов. Все шире используются возможности обучения с использование интернет- и мобильных технологий. Влияние новых технологий на создание и распространение контента представлено на рис. 3.2.

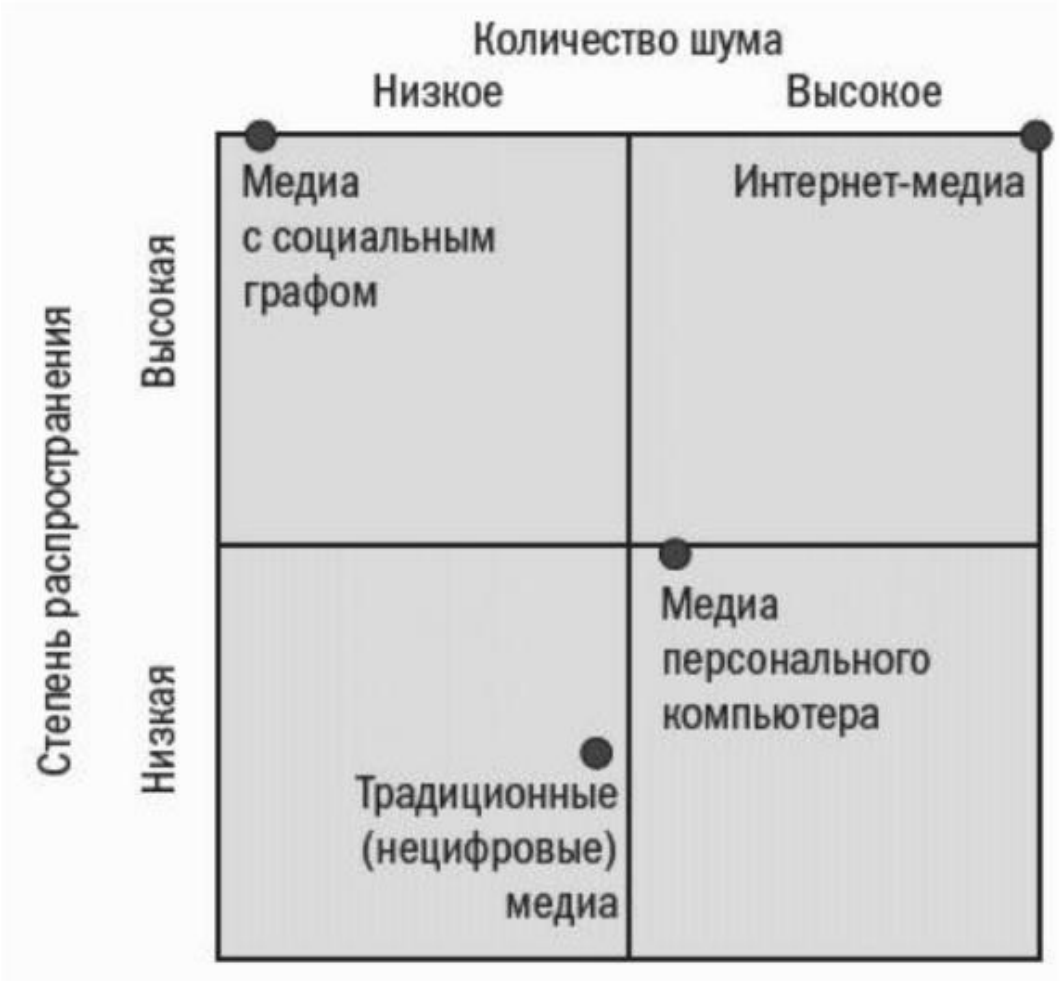


Рисунок 3.2 – Влияние новых технологий на создание и распространение контента (источник [212])

Как показали исследования [123,153,246] и данные результатов работы по изучению рынка онлайн-образования и образовательных технологий, проведенные совместно изданиями: East-West Digital News; Rusbase; Russia Beyond The Headlines с участием Фонда общественного мнения; агентства Comscore; digital-платформы VB Profiles, а также «Нетологией Групп», ФРИИ,

Высшей школой экономики, мировой рынок образования (согласно рейтингу лидеров рынка образования по оценке Smart Runking, рис. 3.3) составляет $4,5–5,0 трлн., и по прогнозам к 2020-2024 гг. увеличится до $6–7 трлн. При этом удельный вес онлайн-образования составляет около 3% ($165 млрд.).



Рисунок 3.3 – Рейтинг лидеров рынка образования по оценке Smart Runking

Источник edtechs.ru

В свою очередь онлайн-образование в РФ за последние несколько лет увеличилось, что связано с пандемией (новой коронавирусной инфекцией) и

доступностью образовательных платформ по разным отраслям образования (рис. 3.4)

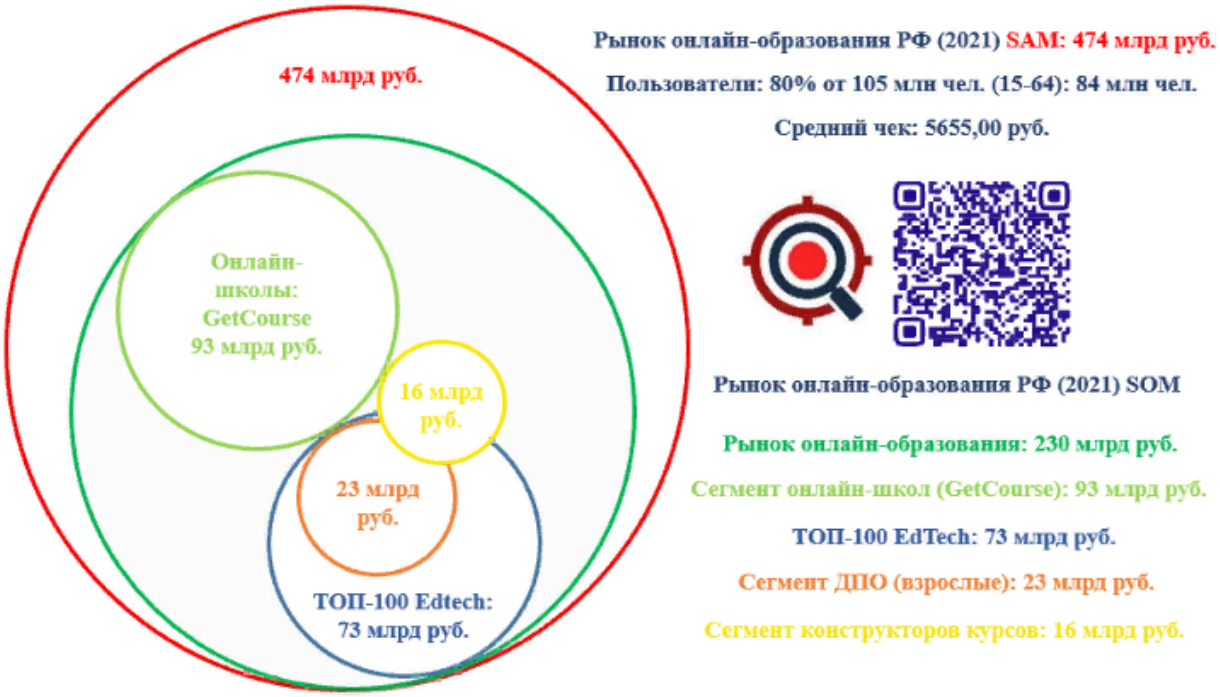


Рисунок 3.4 – Онлайн-образование (объем рынка РФ) PAM-TAM-SAM-SOM, @ruchkov.alex

За последние несколько лет в Российской Федерации наблюдается заметный рост интереса к онлайн-образованию. Эта тенденция является неотъемлемой частью широких изменений, которые происходят в сфере образования в целом. С каждым годом все больше людей осознают преимущества и удобства получения знаний через интернет.

Одной из основных причин такого популярности является доступность онлайн-образования. Все, что требуется для начала обучения, - это наличие интернет-соединения и устройства, способного отображать контент. Это особенно важно для тех, кто живет в отдаленных регионах, где доступ к обычным учебным заведениям ограничен или отсутствует. Кроме того, онлайн-обучение позволяет гибко планировать свое время, избегая необходимости посещать лекции или семинары в определенное время. Динамика рынка РФ за последние годы показывает рост в данной сфере, что

подчеркивает актуальность среди потребителей в выборе онлайн-образования (рис. 3.5).



Рисунок 3.5 – Онлайн-образование (динамика рынка РФ) @ruchkov.alex

Структура рынка онлайн-образования России в 2019 году и прогнозные значения на 2023 год по данным маркетингового агентства «Liberty Marketing» представлены на рис. 3.6.

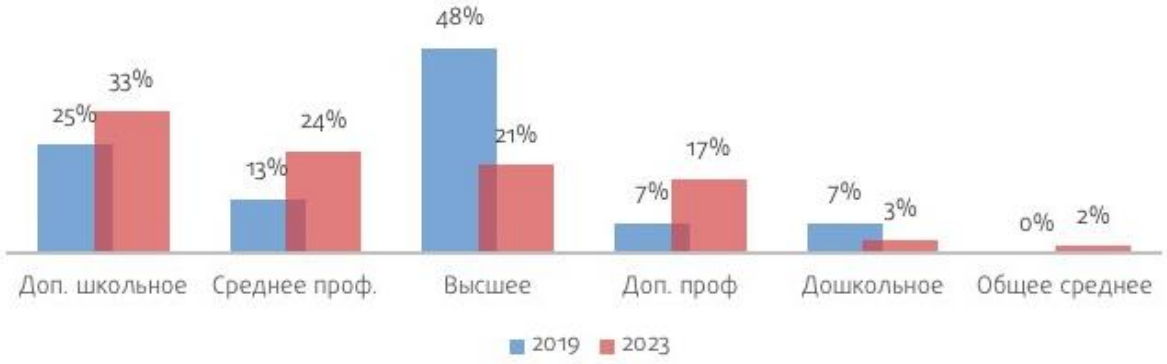


Рисунок 3.6 – Структура рынка онлайн-образования России в 2019 году и прогнозные значения на 2023 год по данным маркетингового агентства «Liberty Marketing», 2020, @ruchkov.alex

Неоспоримым преимуществом онлайн-образования также является возможность быстрого обновления учебных материалов. В сфере информационных технологий изменения происходят настолько быстро, что классические учебники не всегда могут поспевать за ними. В то время как

физические книги могут быть устаревшими еще до своего печатного издания, онлайн-образование предоставляет возможность оперативно вносить изменения в учебные программы и материалы, обеспечивая студентам актуальную информацию.

Кроме того, онлайн-образование позволяет студентам обучаться на собственном темпе. Каждый человек имеет свой натуральный ритм обучения, поэтому возможность изучать материалы в удобное для себя время позволяет студентам лучше усваивать информацию и эффективно использовать свое время, так самыми популярными сферами образования у обучающихся программ дополнительного профессионального онлайн-образования являются (рис.3.7):

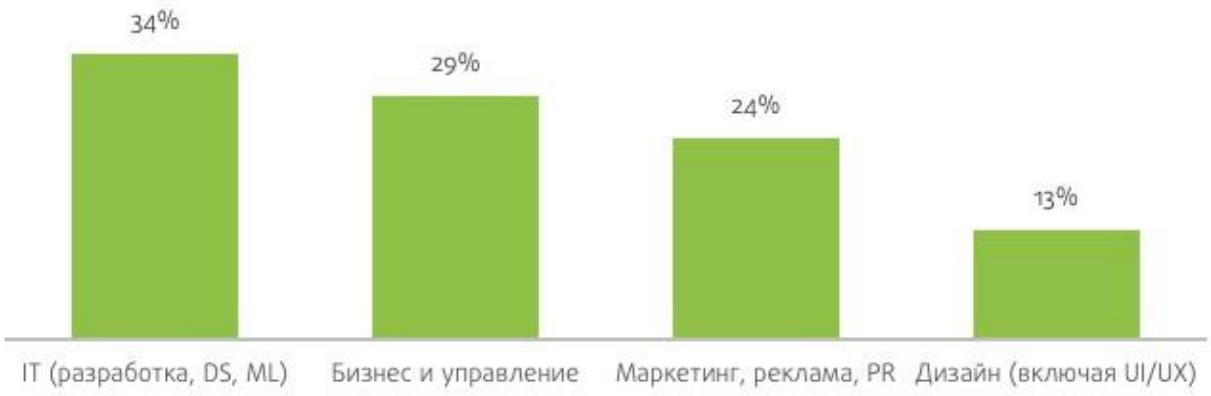


Рисунок 3.7 – Популярные сферы образования у обучающихся программ дополнительного профессионального онлайн-образования в 2019 году по данным маркетингового агентства «Liberty Marketing», 2020, @ruchkov.alex

Отмечается устойчивая динамика цифрового его сегмента, рост которой ежегодно прибавляет по 5% и по прогнозам мировых аналитиков к 2024 г. превысит $240 млрд. (при приросте в 17% в год).

Онлайн образование становится трендом в мировом образовательном пространстве, как в дошкольном, так и школьном – общим среднем образовании (в 2015 г. в американские стартапы К-12 было вложено $741 млн.; в январе-марте 2016 г. 62% приходилось на развитие подобных стартапов в

китайском EdTech; ниша «цифровых классов» в индийском EdTech является крупнейшим сегментом и к середине 2016 г. оценивалась в $1 млрд.). В высшем и среднем профессиональном образовании в США все большее распространение получает использование онлайн форм. Так, в 2015 г. в вузах США обучалось 18,6 млн. студентов, из которых 29% (5,4 млн.) осуществляли обучение онлайн или частично. Особенностью является то, что значительная часть американских колледжей и университетов осуществляет дистанционное профессиональное обучение с выдачей дипломов, например, Бостонский университет, Университет штата Пенсильвания, Университет Индианы [50,300,301]. Получение дополнительного профессионального образования относится к сегменту профессионального и навыкового обучения, для которого функционирует также значительное количество образовательных платформ (например, Udemy), агрегаторов (например, Degreed и SkilledUp), сервисов (например, LRNGO), в свою очередь российские образовательные сервисы также пользуются спросом среди платформ (рис. 3.8).

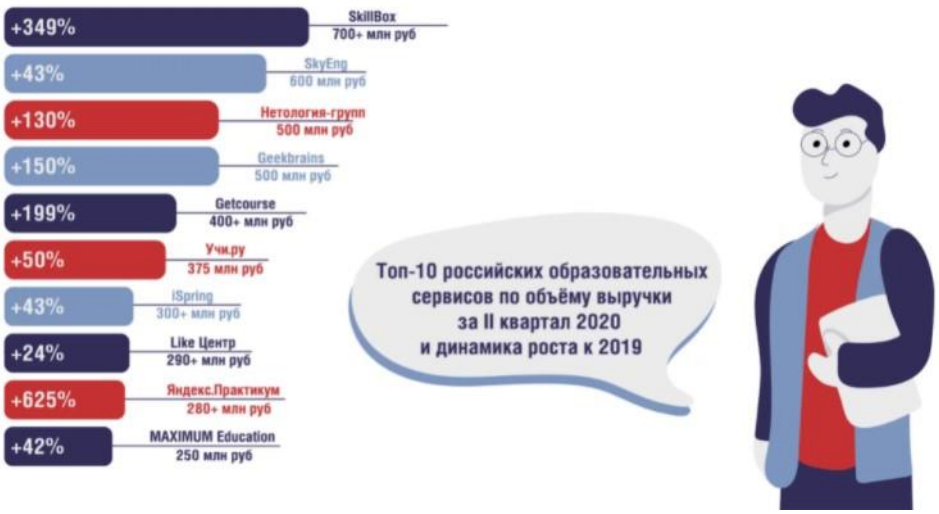


Рисунок 3.8 – Как изменился EdTech и что его ждет, Skillbox, 2021, по данным Smart Ranking, TalentTech, @ruchkov.alex

Заметными игроками рынка высшего образования и навыкового профессионального обучения являются: облачная платформа – 2U, онлайн-

платформа – PLURALSIGHT, MOOC-площадка – UDACITY, маркетплейс образовательных курсов – UDEMY.

В части b2b сегмента особую значимость имеют IT-решения LMS (Learning Management System), представляющие собой разновидность платформ для электронного обучения, где лидерами являются EdModo и Moodle. Однако, за послание годы наблюдается сокращение доли этой ниши ввиду обострения конкуренции и снижения удовлетворенности заказчиков. Так, «…44% компаний в ближайшие два года планируют сменить поставщика LMS» [47,123], а по данным исследований компании Brandon Hall Group 42% международных компаний намерены в 2017 г. увеличить свои бюджеты по внедрению и осуществлению поддержки EdTech-решений, предназначенного для корпоративного обучения.

Особой подкатегорией высшего и дополнительного профессионального образования (т.е. навыкового профессионального обучения) являются MOOC-платформы (MOOC – Massive open online courses) в виду роста популярности массовых онлайн-курсов. Так, в 2016 г. аудитория слушателей онлайн-курсов составила 35 млн. человек, что свидетельствует о расширении их признания в карьерно-возрастной категории. Лидерами являются MOOC-платформы edX и Coursera, которые также являются инноваторами в развитии своих бизнес-моделей.

Отдельно отметим, что динамика рынка онлайн-образования в России продолжает быть положительной. Эта тенденция не только отвечает потребностям обучения в цифровую эпоху, но и помогает преодолеть географические и временные ограничения. Онлайн-образование стало незаменимым инструментом в стремлении людей к постижению новых знаний и расширению возможностей для личного и профессионального развития, об этом свидетельствует рейтинг EdTech-команий России по итогам 2020 г. по оценке Smart Ranking (рис. 3.9).

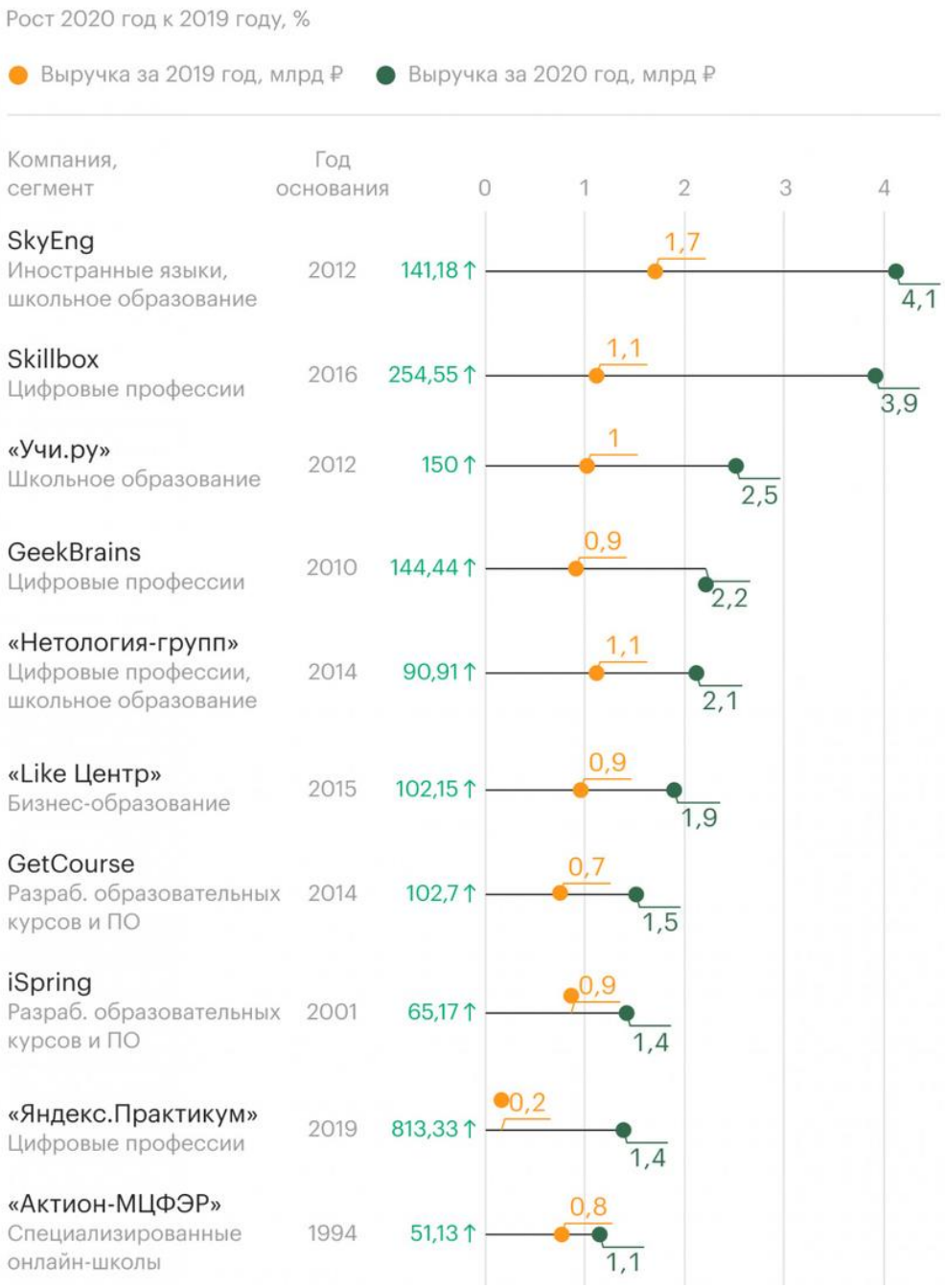


Рисунок 3.9 – Рейтинг EdTech-команий России по итогам 2020 г. по оценке Smart Ranking, 2021

Наибольший интерес интернет аудитории направлен на изучение иностранных языков (более 30%) и психологии и эзотерики, а также образовательным практикам по личностному росту. В свою очередь, профессиональная подготовка, по рейтингу средних чеков за онлайн образование, занимает четвертую позицию (рис. 3.10).



Рисунок 3.10 – Рейтинг средних чеков за онлайн образование по данным о платежах через Яндекс кассу за 2018 г., Яндекс Деньги 2019

Объем аудитории онлайн-образования по направлениям образовательных программ и траты, отражены в структуре объема аудитории (тыс. чел) и трат (млрд. руб) на онлайн-образование по направлениям образовательных программ по данным репрезентативного телефонного опроса, по результатам которого отмечен рост заинтересованности в получении образования по новым специальностям, преимущественно связанными с IT-технологиями (рис. 3.11).

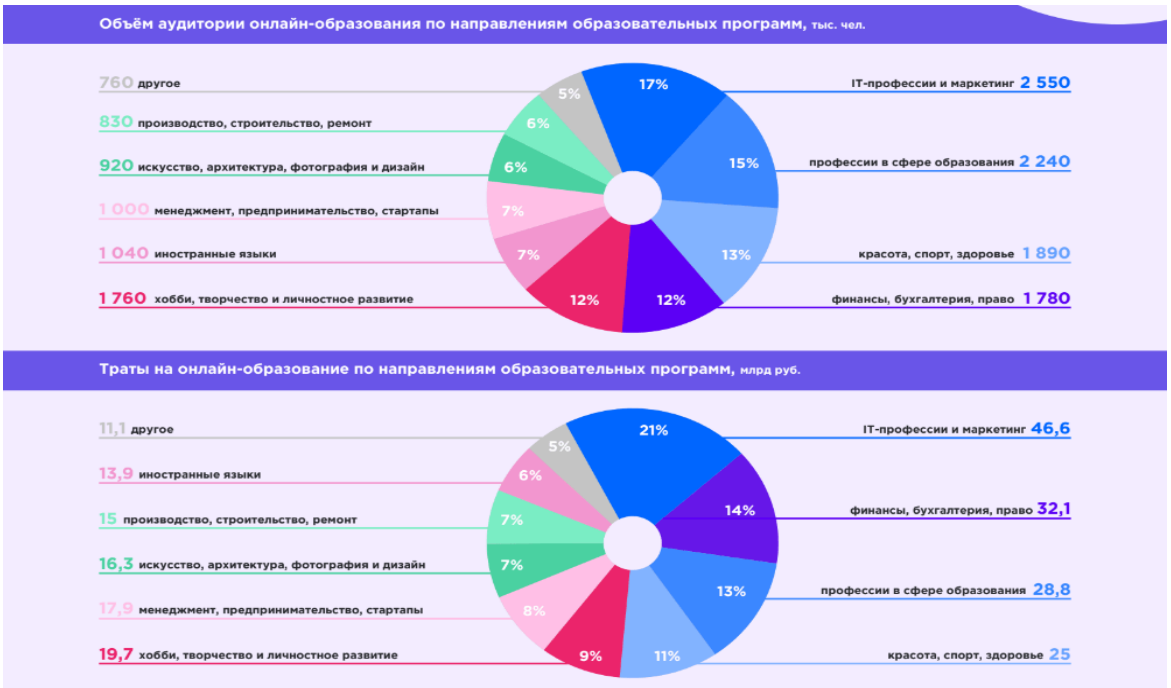


Рисунок 3.11 – Структура объема аудитории (тыс. чел) и трат (млрд. руб) на онлайн-образование по направлениям образовательных программ по данным репрезентативного телефонного опроса, 2022 г.

По данным репрезентативного телефонного опроса, был составлен портрет потребителя онлайн-образования, который отражен на рисунке 3.12.

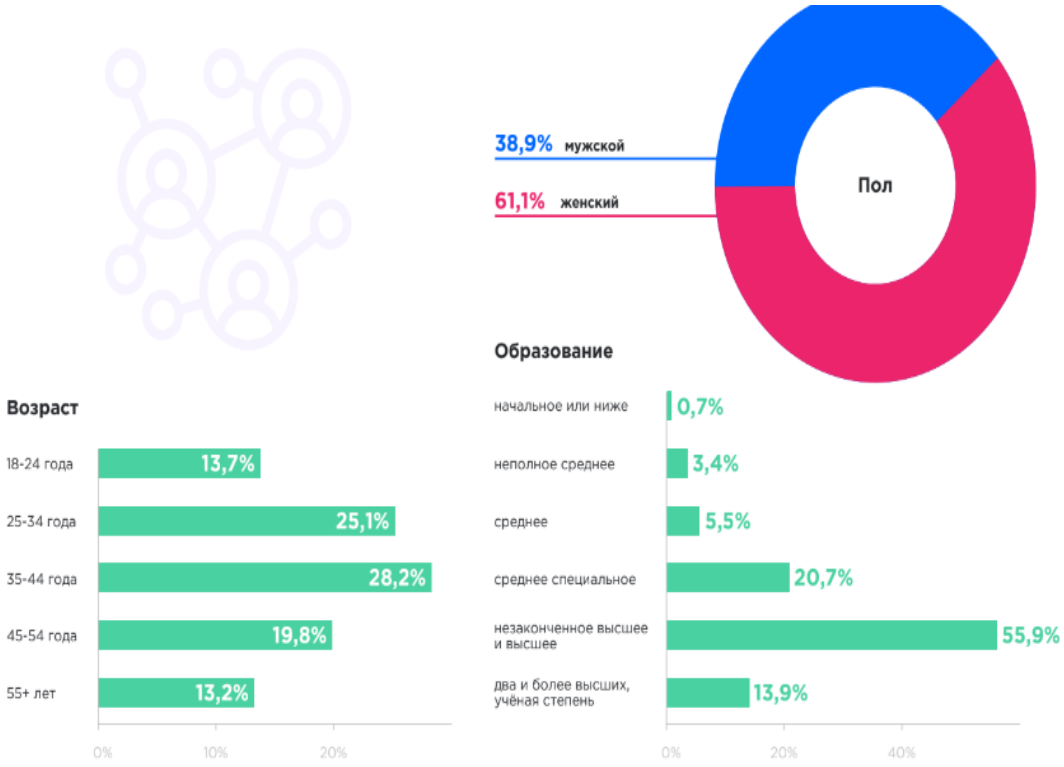


Рисунок 3.12 – Портрет потребителя онлайн-образования по данным репрезентативного телефонного опроса в январе 2022 г.

Как показали исследования [47, 153, с. 32] механизм бизнес-моделей, реализуемых МООС основывается на демонстрации и/или адаптации готового контента, а также на его собственном производстве; использовании пользовательского контент. К числу основных способов монетизации следует отнести продажу образовательных программ, курсов, роликов, подписки на определенный период, дополнительных услуг в форме консультаций, проверки заданий и т.п., а также баз данных пользователей рекламодателям; реализация дополнительных платных сервисов, предусмотренных для хранения цифрового материала, предоставление площадок для онлайн-взаимодействия; набор персонала и обучающихся.

Потенциальный резерв для развития рынка знаниевых услуг заключен также в выполнении заказов по научным разработкам для предприятий

(выполнение т.н. хоздоговорной тематики – в терминологии, имеющей исторический окрас социалистического общественного строя). Однако, нужны маркетинговые и институциональные усилия, объединенные в интересах государства, поддерживаемые им, чтобы фреймировать полезность получения систематических знаниевых услуг и возведение их в степень потребности.

Еще одним потенциальным резервом развития рынка знаниевых услуг является использование потенциала «седых денег» – целевой группы потребителей-пенсионеров, которые должны быть адаптированы к использованию быстро развивающихся информационно-коммуникационных технологий, Интернета, различных гаджетов. Работа с ними требует отдельно разрабатываемых и следуемых потребностей, с учетом теорий поколений и интереса, возрастной психологии и др.

На важность учета поколенческого аспекта при выстраивании взаимоотношений, маркетинге обращено внимание в исследованиях О.В. Филипповой [246, с. 47-49].

Так, дети – самый ценный ресурс для любой страны, не говоря о родителях, для которых они «самые лучшие» и тезис: «Все лучшее – детям» был, остается и будет актуальным во все времена и для всех народов. В то же время, дети также являются потребителями и покупателями (правда, через своих старших, обычно, родственников – родителей, бабушек/дедушек и т.п.). Дети общаются, ходят в дошкольные и учебные заведения разного уровня, что создает некую культуру, к которой они, обычно, хотят принадлежать. Окружение, семья, конечно, играют изначально главенствующую роль в становлении ребенка. Однако, «поколение Альфа» (Alpha) – дети, родившиеся после 2010 включая 2025 гг., как отмечает Марк МакКриндл, не только «…несмотря на юный возраст, «альфы» уже довольно активно влияют на своих родителей и мир вокруг» [14], но их пока мало изучают, что является большим недостатком для развития «экономики знаний» или экономики, основанной на инновациях и креативе.

Поколение Alpha (дети миллениалов) – активные интернет-пользователи. Исследования показали, что верхние строчки рейтинга YouTube занимают детские каналы: например, на втором месте по популярности в мире находится канал Checkgate, публикующий анимационные обучающие ролики для младшего поколения. Эксперимент The Pew Research Center свидетельствует о том, что детские ролики бьют все другие типы контента по просмотрам. Согласно исследованию Университета Айовы, к двум годам 90% современных детей обладают минимальными навыками использования планшета. Каждый пятый из поколения Alpha имеет планшет в возрасте 3-4 лет, почти каждый второй – в возрасте 5-7 лет, по данным Ofcom. В основном гаджеты используются для видеоигр, просмотра мультфильмов и смешных видео. Это значит, что современные дети обладают большой долей самостоятельности при выборе контента [157]. Следовательно, с одной стороны – «поколение Альфа» является самым материально обеспеченным, технологически подкованным, а с другой – именно то, каким образом и что конкретно будет заложено в их сознание, как базовый стержень морали и бытия, – составит всю будущность общества.

Термин «информационные технологии» характеризуется как «…множество взаимосвязанных научных и технических областей знания, которые изучают и применяют на практике методы создания, обработки, хранения, защиты и передачи информации с помощью вычислительной техники» [30]. Использование информационных технологий – мощный рычаг воздействия на человека, тем более ребенка. Информационные войны, которые с развалом СССР, не только не прекратились, но и усилились, как показала практика, оказывают влияние на понимание тех или иных вопросов уже взрослыми людьми, формируя и корректируя их взгляды, принципы и нормы морали, общественное и экономическое поведение. Можно себе представить, что можно «вложить» ребенку, используя маркетинговые, НЛП и психо-технологии. Исследования, проведенные на основе данных Forbes Life [157] показали, что с поколением Alpha формируется новая детская

интернет-культура (табл. 3.8), знания о которой должны использоваться при формировании и реализации знаниевых услуг, формирующих базу для системной политики страны, направленной на продуманное (запланированное) их вовлечение в будущем.

Таблица 3.8 – Направления формирования детской интернет-культуры

Направления		Характеристика направлений
1	Создают новые типы контента	В «детском интернете» наиболее распространенными являются следующие форматы: пранки, челленджи, анпакинги, DIY, ситкомы и стримы
2	Анпакинг как новый код роскоши	Анпакинг – распаковка игрушек и других детских товаров – становится одним из самых популярных видов видеоконтента среди поколения Alpha и младших Z
3	Эмоции важнее смысла	Поколение Alpha и младшие Z выбирают абсурдно-юмористический контент, даже если в нем совсем мало смысла. По данным Ofcom, смешные ролики – второй по популярности тип видео (53%) среди пользователей в возрасте от 5 до 8 лет
4	Свобода сочетать и микс разных форматов, сюжетов, персонажей – норма для поколения Alpha и младших Z	«Столкновение» нескольких вселенных – часть жизни нового поколения детей. Они легко сочетают героев из разных мультфильмов, видеоигр или мемов и создают с их помощью новую историю
5	Пугающий контент вызывает интерес	Как и все предыдущие поколения, современные дети увлекаются «страшилками» – от городских легенд до фильмов ужасов. Большой популярностью пользуются хоррор-игры. Загадки и мистика вызывают большой интерес у подрастающего поколения, что порождает новые типы онлайн-активности
6	Alpha и младшие Z активно вовлекают родителей в онлайн-пространство	несмотря на то, что гаджеты являются неотъемлемой частью мира, родителям все еще есть чему поучиться у собственных детей. Поколение Alpha и младшие Z любят делить свой онлайн-опыт с родителями. Исследования говорят о том, что семейные привычки медиапотребления постепенно становятся отличительной чертой современного воспитания
7	Дети без прикрас транслируют в интернет все, что их беспокоит	следуя за кумирами времени Катей Клэпп и Марьяной Ро, дети публикуют свои влоги в интернете. В них они делятся повседневными событиями жизни и, в отличие от взрослых, не пытаются приукрасить свою реальность. Дети наивно делятся переживаниями, рассказывают о своих буднях, транслируя это в онлайн, но часто не получают отдачи. Они хотят быть увиденными и услышанными

Составлено по данным [157]

Анализ данных таблицы показывает, что, с одной стороны использование информационных технологий в детской среде является благом, а также и неизбежным злом XXI века, т.к. выращивание подрастающего поколения – основа благополучия и мощи страны. Однако, воспитание и принципы закладываются именно в детском возрасте и то, что воспримет ребенок всецело лежит на родителях и взрослых, представителей власти того или иного государства (если оно вообще планирует существовать на карте мира).

Ряд западных экспертов полагал, что «серой, безликой массой» легко управлять, на историческая правда такова, что несмотря на деятельность многочисленных западных НКО даже на территории стран бывшего СССР, различные западные «благодетели» ничего кроме развала, уничтожения имевшихся позитивных наработок не привнесли – все было нацелено на разрушение, но в замен ничего не построено. Следовательно, русский характер, который формировался всегда на принципах деления и четкого понимания сути добра и зла, сочувствия и бесстрашия, способности к самопожертвованию – основа развития, закладывающаяся с детского возраста. Обращает внимание и то, что растет число исследований, проводимыми западными организациями, фондами и т.д. (и на их деньги) именно российского и русскоговорящего пространства, что свидетельствует именно о том, насколько 30-летний опыт развала образования и экономики в странах на постсоветском пространстве дает свои результаты.

Одним из направлений работы с детьми является создание детских развивающих центров, которые могут быть как государственными, так и не государственными. Причем методологическая и методическая поддержка должна осуществляться исключительно через государство, реализуя государственные интересы, а, значит, должны быть разработаны стратегические программы. Аудитория – от двух до 13 лет. Сочетание учебы, где учитель/преподаватель/педагог – источник знаний, авторитет и игровой формы закрепления знаний и поощрения «смекалки», как способа

поддержания интереса, развития креативности и лидерских качеств у детей, формирующих у них руководительскую и предпринимательскую «жилку». Растить будущих специалистов, инноваторов и бизнесменов для страны надо с раннего возраста. Причем ранее выявление талантов, способностей и их развитие, трансформация в знания, понимание и навыки – как составляющих будущих профессиональных компетенций, требует модернизации системы образования, архитектуры поддержки инноваций и науки, что позволит выявить и сопроводить детскую креативность и инициативность в условиях инновационной экономки.

Кроме того, рынки могут быть расширены за счет менее институционализированных и фреймированных направлений знаниевых услуг: медицины (телемедицина, консультации через интернет и т.п.); торговли, включая сферу питания (консультации, практико-ориентированное обучение и т.п.); искусства. В основу подхода к формированию механизма обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг должны быть положены: системный подход; омниканальность; определение стратегической перспективы (включая институционализацию целей, задач, процесса, принципов, инфраструктурных составляющих) и маркетинговая поддержка. Важным субъектом в реализации должны стать университеты, т.к. именно они могут дать свой зонтичный бренд, но их организационная структура должны претерпеть трансформацию, которая позволит проводить систематические и целенаправленные, а не точечные исследования, наиболее эффективного использовать имеющийся потенциал в разных направлениях реализации знаниевоых услуг.

На основе проведенных исследований установлено, что знаниевые услуги все больше становятся омниканальными и реализуются в омниканальной институциональной среде, которая находится в стадии формирования. Установлено, что наибольшее развитие получили знаниевые услуги, оказываемые в сфере образования; исследованы целевые аудитории и выявлены перспективные направления развития рынков знаниевых услуг.

Предложен подход, позволяющий сформировать механизмы инновационного развития отраслей сферы услуг. Дан ряд определений.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на формирование подходов, позволяющих создать соответствующую инфраструктуру для реализации выявленных резервов развития рынков знаниевых услуг и обеспечения их соответствующими институтами с последующим их маркетинговым сопровождением и фреймированием.

3.3 Научно-методический подход к оценке рисков предприятий в экономике знаний

Оценка рисков является неотъемлемой частью предпринимательской деятельности. В условиях постоянных изменений и неопределенности, предприниматели сталкиваются с многочисленными рисками, которые могут повлиять на успешность и долгосрочное развитие их бизнеса. Понимание и грамотная оценка этих рисков являются ключевыми факторами для принятия информированных решений и достижения поставленных целей.

Основной целью оценки рисков в предпринимательской деятельности является выявление и анализ потенциальных угроз и возможностей, связанных с конкретной предпринимательской инициативой. Это позволяет предвидеть возможные негативные последствия и разработать эффективные стратегии по их минимизации или предотвращению. Оценка рисков также помогает определить необходимые ресурсы и меры, которые позволят снизить вероятность возникновения проблем и повысить шансы на успех.

Основные этапы оценки рисков включают в себя идентификацию рисков, анализ их вероятности и возможного воздействия, оценку последствий и выбор наиболее эффективных стратегий управления рисками. Идентификация рисков предполагает выявление всех возможных угроз и

возможностей, связанных с данным бизнес-проектом или деятельностью. Это может включать факторы внешней среды, такие как экономические, политические и социальные изменения, а также внутренние факторы, такие как уровень конкуренции, технические проблемы или недостаток финансирования.

После этого производится анализ вероятности и воздействия каждого выявленного риска на бизнес. Это позволяет определить их значимость и приоритетность для дальнейшего управления. Оценка последствий рисков позволяет определить возможные финансовые, операционные и репутационные потери, которые могут возникнуть в случае их реализации.

На последнем этапе осуществляется выбор наиболее эффективных стратегий управления рисками. Это может быть разнообразные меры, направленные на снижение вероятности возникновения рисков (например, маркетинговые исследования, диверсификация портфеля продуктов) или уменьшение их воздействия (например, страхование, разработка планов контингенции). Каждая стратегия должна быть тщательно проработана и адаптирована к конкретным условиям и потребностям предпринимательской деятельности.

Оценка рисков в предпринимательской деятельности позволяет предпринимателям создать устойчивую и открытую для роста и развития компанию. Она способствует принятию обоснованных решений, повышает конкурентоспособность и помогает избежать нежелательных ситуаций. Важно помнить, что оценка рисков – это динамический процесс, который требует постоянного мониторинга и анализа с целью обеспечения долгосрочной устойчивости и успеха бизнеса.

Оценка рисков в экономике знаний является неотъемлемой частью эффективного управления знаниями и инновациями в организации. В такой экономике ключевым активом становятся знания, информация и интеллектуальная собственность, которые могут быть источником

конкурентного преимущества и успеха на рынке. Динамический процесс оценки рисков подразумевает следующие шаги и действия:

1. Мониторинг: постоянное отслеживание новых тенденций, технологий, изменений в законодательстве и рынке, а также исследование конкурентной среды. Это позволяет рано обнаружить потенциальные угрозы и возможности, связанные с знаниями и инновациями.

2. Анализ: систематическое исследование, оценка и интерпретация данных, собранных в результате мониторинга. Анализ рисков включает оценку вероятности и влияния различных событий и факторов на бизнес, а также определение их потенциальных последствий.

3. Идентификация рисков: определение и классификация конкретных рисков, связанных с знаниями и инновациями в организации. Риски могут быть связаны с такими аспектами, как утрата ключевых сотрудников, неправильное использование информации, неудачные инновационные проекты и др.

4. Оценка рисков: определение степени важности и вероятности каждого идентифицированного риска. Оценка проводится на основе доступных данных, экспертных оценок, статистической информации и т.д.

5. Разработка стратегии управления рисками: разработка и реализация мер по снижению и управлению рисками, связанными с знаниями и инновациями. Это может включать в себя разработку стратегий по управлению инновациями, обучению персонала, защите интеллектуальной собственности, укреплению организационной культуры и т.д.

6. Мониторинг и адаптация: постоянное отслеживание и оценка эффективности принятых мер и стратегий. Если возникают новые риски или ситуации, требующие дополнительных действий, необходимо адаптировать стратегию управления рисками в соответствии с новыми условиями.

Оценка рисков в экономике знаний – важный инструмент для обеспечения долгосрочной устойчивости и успеха бизнеса. Она позволяет субъекту хозяйствования адекватно реагировать на изменения внутренней и

внешней среды, минимизировать риски и использовать знания и инновации как источник конкурентного преимущества.

В этих условиях предприятиям целесообразно осуществлять оценку и накапливать информацию о рисках, привести свою организационную структуру и структуру управления в соответствие с требованиями и вызовами постоянной неопределенности, становящейся не только новой реальностью, но и новой нормальностью. В организационном плане следует создать специальную службу, подчиненную заместителю генерального директора или управляющему, в обязанности которого входит и развитие организационных структур. Структурное и организационное обособление вопросов совершенствования управления современным предприятием обосновывается сложностью и специфичностью решаемых задач, требующих глубоких знаний и опыта специалистов, профессионально владеющих методами и средствами управления, имеющими глубокие знания в сфере экономики, организации, кибернетики, системотехники, психологии, маркетинга и др. Такая служба должна иметь обособленный статус и являться штабным органом. Ее главная задача – способствование оптимизации организационной структуры с использованием науки, возможностей организации и проведения собственных научных исследований для решения задач предприятия.

Следовательно, необходимо согласиться с мнением В. Белошапка и И. Нудьга, что «…наиболее значимые резервы повышения управленческой результативности функционирующих субъектов хозяйствования находятся в плоскости совершенствования организационного дизайна» [71, с. 115]. Также в исследовании отмечается, что в результате неэффективности организационного дизайна предприятия, не сбалансированности полномочий и ответственности управляющего звена также возникают риски:

- Перерасхода человеческого ресурса;
- Неэффективного использования материальных ресурсов;
- Неэффективного использования временных ресурсов;
- Возникновению упущенных возможностей п работе с рынками.

В структуре управления предприятием важная роль отведена менеджерам/руководителям, которые и принимают управленческие решения, в т.ч. решения, связанные с рисками. Причем, сами руководители «…не всегда ведут себя рационально…», что объясняется с точки зрения институциональной экономики «ограниченной рациональностью» человека по Сайману. В исследованиях В. Белошапка и И. Нудьга указывается, что М. Ке де Ври с западными коллегами установили дисфункциональное лидерство в менеджменте, которые характеризует недостаточную результативность менеджера и связана со следующим [71, с. 32-33]:

- Недостаточностью соответствующих знаний и навыков;
- Отсутствием способности решить именно конкретную задачу;
- Не желанием решить возникшую задачу.

В. Белошапка и И. Нудьга разработали «треугольник менеджера» на основе изучения отечественной и зарубежной практики. Гранями треугольника являются:

- Знания /навыки (10%);
- Способности (30%);
- Позиция/установки (60%).

В треугольнике каждая грань «…имеет различную степень важности с точки зрения своего влияния на результаты» [71, с. 33], но достаточно точно отображает особенности, связанные с работой менеджеров высшего звена, как соотношение 10:30:60.

Следовательно, недостаточную результативность менеджера/руководителя также следует рассматривать как элемент риска для субъекта хозяйствования.

Для эффективной работы менеджеров/руководителей требуется информационное и методическое обеспечение, включая и методики, позволяющие оценивать риски.

Предложенный нами подход к исследованию рисков и их оценке включает анализ ключевых факторов, влияющих на риск, учет особенностей знаний и инноваций, анализ текущей ситуации на действующем рынке и конкурентных преимуществ предпринимательских структур, что позволяет более точно определить вероятность возникновения рисков и их возможные последствия. На основе результатов исследования и разработанного подхода к изучению рисков, предпринимательские структуры, работая в сфере экономики знаний могут принимать более обоснованные решения и разрабатывать более эффективные стратегии управления предприятием и рисками, что в свою очередь помогает снизить потенциальные убытки и повысить их конкурентоспособность на рынке.

Таким образом, научно-методический подход к оценке рисков предприятий в экономике знаний с практической точки зрения позволяет субъектам хозяйствования иметь более полное представление о рисках, с которыми они сталкиваются, и принимать обоснованные решения на основе объективной оценки. Это помогает снизить неопределенность и повысить уровень управляемости в условиях быстро меняющейся среды, где знания являются одним из ключевых активов успеха.

Научно-методический подход к оценке рисков предпринимательской деятельности в условиях перехода к экономике знаний предполагает последовательность из шести шагов. Вначале производится определение и структуризация рисков предпринимательской деятельности на микроуровне. Это позволяет выявить и категорировать риски, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия. Затем проводится аналогичный процесс на макроуровне, где анализируются риски, присущие всей экономике в целом.

Следующим шагом является определение номенклатуры рисков, которые будут подвергнуты детальному анализу. Это важно для того, чтобы исследование было максимально полным и информативным.

Далее следует оценка рисков на микроуровне предпринимательской деятельности с применением метода экспертных суждений. Эксперты в

установленной области высказывают свое мнение относительно возможных рисков и их вероятности. На основе этих суждений производится итоговая оценка рисков.

Аналогичным образом проводится оценка рисков на макроуровне предпринимательской деятельности. Эксперты анализируют риски, связанные с экономической политикой, финансовой сферой, рыночными условиями и другими макроэкономическими факторами. После этого производится обработка полученных результатов, их анализ и разработка мероприятий по контролю и нивелированию рисков. Важным этапом является выработка стратегии реагирования на выявленные риски, а также их управление для достижения максимальной эффективности (рис. 3.13).

Рассмотрим подробнее предложенный научно-методический подход к оценке рисков предпринимательской деятельности в условиях перехода к экономике знаний:

1. Определение и структуризация рисков предпринимательской деятельности на микроуровне.

На микроуровне, то есть на уровне отдельного предприятия, существует множество рисков, которые могут повлиять на его деятельность и успешность. Группы наиболее распространенных рисков: финансовые риски микроуровня; риски связанные с рынком; операционные риски; юридические риски; технологические риски; репутационные риски; социокультурные риски; риски связанные с сотрудниками; риски связанные с международными операциями.



Рисунок 3.13 – Научно-методический подход к оценке рисков предпринимательской деятельности в условиях перехода к экономике знаний, *авторская разработка*

2. Определение и структуризация рисков предпринимательской деятельности на макроуровне.

На макроуровне, предприятие может столкнуться с рисками, которые оно не может контролировать, например, их можно сгруппировать следующим образом: демографические риски; финансовые кризисы макроуровня; политические риски; торговые риски; социальные риски; экологические риски; технологические риски; валютные риски; экономические риски.

На макроуровне предприятие может столкнуться с демографическими рисками, которые связаны с изменениями в населении и его структуре, такими как снижение численности рабочей силы или изменение потребительских предпочтений. Финансовые кризисы макроуровня могут возникнуть из-за

нестабильности на финансовых рынках, глобальных экономических рецессий или снижения инвестиционной активности. Политические риски связаны с изменениями в политической ситуации, такими как изменение законодательства, конфликты или санкции. Торговые риски возникают из-за изменений в торговой политике, протекционистских мер или торговых войн. Социальные риски связаны с социальными изменениями, такими как демонстрации, протесты или изменения в общественном мнении. Экологические риски возникают из-за изменений в окружающей среде, таких как климатические изменения, природные катастрофы или строгая экологическая политика. Технологические риски связаны с изменениями в технологической сфере, такими как новые конкурентные технологии или кибератаки. Валютные риски возникают из-за изменений курсов валют, что может существенно повлиять на издержки или доходы предприятия. Экономические риски связаны с изменениями в экономической ситуации, такими как инфляция, безработица или снижение роста ВВП.

3. Определение номенклатуры рисков для дальнейшего анализа.

Конкретизация перечня рисков представлена в табл. 3.10.

Таблица 3.10 – Конкретизация перечня рисков

Конкретизация перечня рисков микроуровня:	Конкретизация перечня рисков макроуровня:
1. Потеря доходов	1. Рецессия
2. Нехватка ликвидности	2. Инфляция
3. Повышение затрат	3. Девальвация валюты
4. Неспособность выплатить долги и/или привлечь финансирование	4. Общий экономический спад
5. Низкая эффективность производства	5. Снижение покупательской способности
6. Сбои в работе с поставщиками	6. Изменение спроса на продукцию и/или услуги предприятия
7. Технико-логистические сбои	7. Кризисы на рынке кредитования и банковские кризисы
8. Несоблюдение законодательства	8. Изменения в законодательстве
9. Нарушения условий контрактов	
10. Возможные судебные иски	

Продолжение таблицы 3.10

Конкретизация перечня рисков микроуровня:	Конкретизация перечня рисков макроуровня:
11. Уязвимость информационной безопасности 12. Проблемы с инфраструктурой 13. Зависимость от устаревших технологий 14. Ущерб для репутации предприятия (недобросовестная практика, скандалы, низкое качество продукции и/или обслуживания) 15. Изменения в законодательстве 16. Политическая нестабильность 17. Социокультурные тренды 18. Отток квалифицированных сотрудников 19. Низкая мотивация сотрудников 20. Проблемы в управлении персоналом 21. Риск снижения средней производительности труда 22. Риск снижения предельно допустимой производительности труда 23. Риск роста средних издержек (производства/обращения) 24. Риск потерь предельной нормы прибыли 25. Риск ловушки «постоянных затрат» 26. Риск займовой ловушки	9. Геополитические конфликты 10. Нестабильность правительства 11. Торговые войны 12. Введение таможенных пошлин 13. Расширение санкционных списков 14. Социальные напряжения 15. Проблемы с рабочей силой, 16. Природные катастрофы 17. Экологические ограничения 18. Возникновение киберугроз 19. Колебания валютных курсов 20. Старение населения

Составлено автором

4. Оценка рисков микроуровня предпринимательской деятельности методом экспертных суждений.

4.1 рассчитаем коэффициент весомости для каждого из рисков (в табл. 10 экспертов выражаю свои мнения по поводу наименее важного риска «1 балл» до наиболее важного – «26 баллов», далее рассчитывает долю важности для каждого из рисков). Результаты анализа представлены в табл. 3.11.

Таблица 3.11 – Коэффициенты весомости рисков микроуровня предпринимательской деятельности

Микроуровень	эксперт №1	эксперт №2	эксперт №3	эксперт №4	эксперт №5	эксперт №6	эксперт №7	эксперт №8	эксперт №9	эксперт №10	Всего	Среднее	Коэффициент весомости
Потеря доходов	15	20	20	4	6	4	19	26	23	18	155	15,5	0,043
Нехватка ликвидности	4	16	12	11	18	21	24	12	12	5	135	13,5	0,038
Повышение затрат	21	15	24	6	22	16	13	4	7	8	136	13,6	0,038
Неспособность выплатить долги и/или привлечь финансирование	20	3	15	3	22	11	2	19	12	9	116	11,6	0,032
Низкая эффективность производства	20	19	24	26	21	3	9	2	14	11	149	14,9	0,042
Сбои в работе с поставщиками	14	6	10	5	10	13	18	6	9	23	114	11,4	0,032
Технико-логистические сбои	13	22	10	17	6	2	11	23	23	22	149	14,9	0,042
Несоблюдение законодательства	22	18	13	22	23	5	3	17	8	26	157	15,7	0,044
Нарушения условий контрактов	25	1	22	13	10	2	2	2	16	1	94	9,4	0,026
Возможные судебные иски	13	5	15	14	7	2	11	16	26	15	124	12,4	0,035
Уязвимость информационной безопасности	17	5	11	5	1	26	21	20	2	23	131	13,1	0,037
Проблемы с инфраструктурой	6	16	2	12	9	10	11	15	4	6	91	9,1	0,025
Зависимость от устаревших технологий	8	18	12	16	15	9	25	9	17	13	142	14,2	0,040
Ущерб для репутации предприятия (недобросовестная практика, скандалы, низкое качество продукции и/или обслуживания)	26	6	2	6	3	24	26	21	21	21	156	15,6	0,043
Изменения в законодательстве	20	26	6	15	3	19	1	18	25	14	147	14,7	0,041
Политическая нестабильность	24	12	1	23	12	6	3	10	9	4	104	10,4	0,029
Социокультурные тренды	9	22	18	9	17	21	16	13	22	12	159	15,9	0,044
Отток квалифицированных сотрудников	26	16	7	25	24	9	4	22	9	15	157	15,7	0,044
Низкая мотивация сотрудников	23	19	10	25	2	21	8	11	14	21	154	15,4	0,043
Проблемы в управлении персоналом	3	20	11	26	13	9	23	7	25	6	143	14,3	0,040
Риск снижения средней производительности труда	1	16	18	9	6	20	22	17	6	9	124	12,4	0,035
Риск снижения предельно допустимой производительности труда	2	24	19	6	24	25	15	12	10	21	158	15,8	0,044
Риск роста средних издержек (производства/обращения)	8	18	26	20	7	1	25	22	18	15	160	16	0,045
Риск потерь предельной нормы прибыли	23	16	6	8	17	5	9	19	14	25	142	14,2	0,040
Риск ловушки «постоянных затрат»	19	6	14	9	3	21	19	19	9	11	130	13	0,036
Риск займовой ловушки	13	18	1	17	10	23	25	21	18	15	161	16,1	0,045
Итого												358,8	1,000

Коэффициенты весомости рисков микроуровня предпринимательской деятельности – это инструмент, позволяющий количественно оценить степень влияния потенциальных рисков на успешность бизнеса. Они вычисляются на основе опыта и экспертного мнения специалистов, которые анализируют различные аспекты деятельности предпринимателя и его окружения.

Однако оценка влияния рисков микроуровня предпринимательской деятельности не ограничивается только вычислением коэффициентов весомости. Это сложный процесс, включающий в себя множество факторов. Кроме того, каждая ситуация требует индивидуального подхода и учета специфики бизнеса.

Важно отметить, что оценка рисков микроуровня предпринимательской деятельности не является статическим инструментом. Она должна проводиться регулярно и актуализироваться с учетом изменений внешней среды и внутренних условий. Только так можно обеспечить эффективное управление рисками и предотвратить потенциальные угрозы для бизнеса. Далее нам необходимо оценить экспертным методом каждый риск.

4.2 оцениваем экспертным методов каждый риск с дальнейшим определением среднего балла среди 10 экспертов (5-балльная шкала: от 1 – не выражено для предприятия до 5 – очень выражено для предприятия). Рассчитываем оценку для каждого риска перемножая средний балл на коэффициент весомости, таким образом, получая оценку риска с учетом его весомости по мнению экспертов. Данные приведены в табл. 3.12.

Таким образом, оценка рисков микроуровня предпринимательской деятельности методом экспертных суждений является важным инструментом для успешного и продуктивного управления бизнесом. Ее использование позволяет предпринимателям более точно определить возможные угрозы и рассмотреть стратегии их минимизации. Это, в свою очередь, способствует повышению стабильности и конкурентоспособности предпринимательской деятельности.

Таблица 3.12 - Оценка влияния рисков микроуровня предпринимательской деятельности

микроуровень	эксперт №1	эксперт №2	эксперт №3	эксперт №4	эксперт №5	эксперт №6	эксперт №7	эксперт №8	эксперт №9	эксперт №10	Всего	Средняя	Коэф. вес.	Оценка
Потеря доходов	3	1	5	3	2	1	2	1	4	4	26	2,6	0,043	0,112
Нехватка ликвидности	2	3	4	1	3	2	2	1	3	1	22	2,2	0,038	0,084
Повышение затрат	4	3	1	2	2	2	5	5	2	3	29	2,9	0,038	0,110
Неспособность выплатить долги и/или привлечь финансирование	2	1	5	5	3	2	5	2	3	1	29	2,9	0,032	0,093
Низкая эффективность производства	5	5	4	3	4	2	2	1	5	5	36	3,6	0,042	0,151
Сбои в работе с поставщиками	4	3	3	2	5	5	3	1	4	3	33	3,3	0,032	0,106
Технико-логистические сбои	1	1	1	4	2	2	2	5	3	2	23	2,3	0,042	0,097
Несоблюдение законодательства	2	2	1	3	5	5	2	1	1	4	26	2,6	0,044	0,114
Нарушения условий контрактов	1	3	3	4	3	1	5	1	2	3	26	2,6	0,026	0,068
Возможные судебные иски	3	1	4	3	3	5	3	4	2	3	31	3,1	0,035	0,109
Уязвимость информационной безопасности	3	3	4	2	1	5	2	1	2	4	27	2,7	0,037	0,100
Проблемы с инфраструктурой	2	2	3	3	1	4	5	1	3	4	28	2,8	0,025	0,070
Зависимость от устаревших технологий	4	3	1	4	1	3	1	4	5	3	29	2,9	0,040	0,116
Ущерб для репутации предприятия (недобросовестная практика, скандалы, низкое качество продукции и/или обслуживания)	4	5	5	2	5	5	1	3	2	1	33	3,3	0,043	0,142
Изменения в законодательстве	1	1	3	1	2	2	5	5	5	4	29	2,9	0,041	0,119
Политическая нестабильность	5	2	2	1	1	1	4	3	4	3	26	2,6	0,029	0,075
Социокультурные тренды	1	2	1	1	2	1	1	5	4	3	21	2,1	0,044	0,092
Отток квалифицированных сотрудников	4	2	2	2	4	1	1	5	1	5	27	2,7	0,044	0,119
Низкая мотивация сотрудников	3	2	4	5	3	1	1	3	2	2	26	2,6	0,043	0,112
Проблемы в управлении персоналом	3	2	1	5	5	3	3	3	3	1	29	2,9	0,040	0,116
Риск снижения средней производительности труда	5	3	2	1	5	5	4	1	3	3	32	3,2	0,035	0,112
Риск снижения предельно допустимой производительности труда	4	5	1	1	5	5	3	5	5	1	35	3,5	0,044	0,154
Риск роста средних издержек (производства/обращения)	3	4	2	2	1	5	5	3	4	4	33	3,3	0,045	0,149
Риск потерь предельной нормы прибыли	4	4	4	5	5	2	3	5	5	4	41	4,1	0,040	0,164
Риск ловушки «постоянных затрат»	3	4	5	1	3	3	3	2	3	1	28	2,8	0,036	0,101
Риск займовой ловушки	4	3	1	4	5	5	3	2	2	1	30	3,0	0,045	0,135
Итого оценка рисков микроуровня для конкретного предприятия														2,918

5. Оценка рисков макроуровня предпринимательской деятельности методом экспертных суждений.

Одной из важных задач предпринимательской деятельности является оценка и анализ рисков, связанных с ее осуществлением. В рамках данного исследования проведена оценка рисков макроуровня предпринимательской деятельности методом экспертных суждений.

5.1 рассчитаем коэффициент весомости для каждого из рисков (в таблице 10 экспертов выражаю свои мнения по поводу наименее важного риска «1 балл» до наиболее важного – «26 баллов», далее рассчитывает долю важности для каждого из рисков) (табл. 3.12).

5.2 оцениваем экспертным методов каждый риск с дальнейшим определением среднего балла среди 10 экспертов (5-балльная шкала: от 1 – не выражено для предприятия до 5 – очень выражено для предприятия). Рассчитываем оценку для каждого риска перемножая средний балл на коэффициент весомости, таким образом, получая оценку риска с учетом его весомости по мнению экспертов (табл. 3.13).

В ходе исследования были выявлены коэффициенты весомости рисков микроуровня предпринимательской деятельности, которые позволяют определить их влияние на общую картину рисков и успешность предпринимательской деятельности в целом. При оценке влияния рисков микроуровня предпринимательской деятельности были учтены такие факторы, как недостаток квалифицированных кадров, нестабильность рынка сбыта, финансовые риски, изменения в законодательстве и другие.

Проведенное исследование имеет важное практическое значение, поскольку позволяет предпринимателям объективно оценить риски, связанные с осуществлением их предпринимательской деятельности, и разработать эффективные стратегии по их минимизации. Это, в свою очередь, способствует повышению уровня успешности предпринимательства в целом и содействует стабильному экономическому развитию.

Таблица 3.12 – Коэффициенты весомости рисков макроуровня предпринимательской деятельности

макроуровень	эксперт №1	эксперт №2	эксперт №3	эксперт №4	эксперт №5	эксперт №6	эксперт №7	эксперт №8	эксперт №9	эксперт №10	Всего	Среднее	Коэффициент весомости
Рецессия	8	4	5	15	14	9	19	19	4	8	105	10,5	0,050
Инфляция	17	12	16	18	19	5	4	10	7	11	119	11,9	0,056
Девальвация валюты	18	19	10	14	12	2	5	16	13	14	123	12,3	0,058
Общий экономический спад	18	12	18	8	6	16	18	20	18	6	140	14,0	0,066
Снижение покупательской способности	2	10	9	10	12	11	17	6	1	10	88	8,8	0,042
Изменение спроса на продукцию и/или услуги предприятия	17	2	11	5	2	5	16	2	7	1	68	6,8	0,032
Кризисы на рынке кредитования и банковские кризисы	19	6	5	19	7	18	4	18	9	13	118	11,8	0,056
Изменения в законодательстве	11	3	11	5	1	2	10	3	11	14	71	7,1	0,033
Геополитические конфликты	19	8	9	2	7	8	4	9	6	6	78	7,8	0,037
Нестабильность правительства	19	8	16	3	12	1	15	4	7	17	102	10,2	0,048
Торговые войны	4	2	7	9	17	17	18	10	17	9	110	11,0	0,052
Введение таможенных пошлин	20	20	16	16	6	18	7	17	7	10	137	13,7	0,065
Расширение санкционных списков	18	14	9	16	20	7	10	15	18	5	132	13,2	0,062
Социальные напряжения	12	3	4	12	20	10	4	17	8	11	101	10,1	0,048
Проблемы с рабочей силой,	13	4	3	9	12	11	11	13	13	10	99	9,9	0,047
Природные катастрофы	10	13	14	15	14	2	16	12	17	17	130	13,0	0,061
Экологические ограничения	15	12	9	1	6	2	15	17	5	14	96	9,6	0,045
Возникновение киберугроз	14	3	9	19	7	5	20	1	6	20	104	10,4	0,049
Колебания валютных курсов	4	3	14	6	3	18	11	20	4	20	103	10,3	0,049
Старение населения	7	14	11	13	19	5	6	4	1	16	96	9,6	0,045
Итого												212	1,000

Таблица 3.13 - Оценка влияния рисков макроуровня предпринимательской деятельности

макроуровень	эксперт №1	эксперт №2	эксперт №3	эксперт №4	эксперт №5	эксперт №6	эксперт №7	эксперт №8	эксперт №9	эксперт №10	Всего	Среднее	Коэф. вес.	Оценка
Рецессия	2	3	4	1	5	2	1	4	1	3	26	2,6	0,050	0,130
Инфляция	2	5	1	4	2	4	5	1	2	2	28	2,8	0,056	0,157
Девальвация валюты	5	2	4	1	1	5	4	2	5	1	30	3,0	0,058	0,174
Общий экономический спад	2	1	5	5	4	1	3	2	2	4	29	2,9	0,066	0,191
Снижение покупательской способности	2	5	5	2	5	2	2	5	4	3	35	3,5	0,042	0,147
Изменение спроса на продукцию и/или услуги предприятия	5	5	2	3	3	3	3	4	4	5	37	3,7	0,032	0,118
Кризисы на рынке кредитования и банковские кризисы	1	5	2	2	1	2	3	2	2	5	25	2,5	0,056	0,140
Изменения в законодательстве	2	1	5	2	1	2	2	1	4	2	22	2,2	0,033	0,073
Геополитические конфликты	3	1	4	3	5	4	4	4	1	4	33	3,3	0,037	0,122
Нестабильность правительства	2	2	1	4	5	1	4	2	3	5	29	2,9	0,048	0,139
Торговые войны	5	2	5	2	4	2	1	3	2	1	27	2,7	0,052	0,140
Введение таможенных пошлин	5	3	3	3	2	1	4	4	1	5	31	3,1	0,065	0,202
Расширение санкционных списков	5	1	1	2	2	5	4	1	2	1	24	2,4	0,062	0,149
Социальные напряжения	3	3	1	2	3	4	2	3	5	2	28	2,8	0,048	0,134
Проблемы с рабочей силой,	3	5	3	5	2	2	5	1	5	5	36	3,6	0,047	0,169
Природные катастрофы	5	1	1	2	2	2	3	3	4	1	24	2,4	0,061	0,146
Экологические ограничения	4	5	4	2	5	2	2	2	2	5	33	3,3	0,045	0,149
Возникновение киберугроз	1	4	4	5	4	1	4	4	4	2	33	3,3	0,049	0,162
Колебания валютных курсов	5	4	2	5	5	2	4	2	3	5	37	3,7	0,049	0,181
Старение населения	3	2	3	3	5	5	5	4	1	5	36	3,6	0,045	0,162
Итого оценка рисков макроуровня для конкретного предприятия														2,986

Таким образом, предложенный метод оценки рисков макроуровня предпринимательской деятельности позволяет предпринимателям с достаточной точностью определить влияние рисков микроуровня на их бизнес, что способствует принятию обоснованных решений и повышению эффективности предпринимательской деятельности в целом.

6. Обработка результатов, их анализ и разработка мероприятий по вовлечению выявленных резервов и контролю рисков, их нивелированию.

Обработка результатов, анализ и разработка мероприятий по вовлечению выявленных резервов и контролю рисков, их нивелированию являются важными этапами в процессе управления и улучшения результативности предпринимательской деятельности в условиях перехода субъектов хозяйствования к экономике знаний.

Каждое предприятие может столкнуться с разными комбинациями рисков микро- и макроуровня в зависимости от его сферы деятельности, масштабов и места нахождения. Схема действий этапа включает четыре составляющие (табл. 3.14).

Таблица 3.14 – Составляющие шага 6 «Обработка результатов, их анализ и разработка мероприятий по вовлечению выявленных резервов и контролю рисков, их нивелированию» и их характеристика

Составляющие шага 6	Характеристика
Обработка результатов	После получения результатов исследования или выполнения проекта необходимо провести их систематизацию и анализ. Это включает в себя: - Сортировку данных и их структурирование для более удобного анализа. - Использование статистических методов для определения важных трендов, корреляций и причинно-следственных связей. - Построение графиков, таблиц и других визуальных представлений результатов для лучшего понимания данных.

Продолжение таблицы 3.14

Составляющие шага 6	Характеристика
Анализ результатов	После обработки результатов необходимо провести их анализ с целью выявления основных проблем и вызывающих их факторов. Анализ результатов поможет определить, что именно нужно улучшить, и на какие области и ресурсы следует сосредоточиться. Важно также исследовать преимущества и достижения, чтобы использовать их в будущей работе.
Разработка мероприятий	На основе анализа результатов необходимо разработать мероприятия для улучшения ситуации. Это может включать: - Идентификацию конкретных целей и задач, которые требуется достичь. - Определение требуемых ресурсов (финансовых, временных, человеческих и т. д.). - Разработку плана действий и установку сроков для выполнения мероприятий. - Определение ответственных лиц, которые будут отвечать за реализацию мероприятий.
Контроль и нивелирование	После реализации мероприятий необходим контроль для оценки их эффективности. Это включает: - Сравнение фактических результатов с поставленными целями и задачами. - Использование индикаторов и метрик для измерения прогресса. - Интервальное обновление данных и мониторинг ситуации. - Нивелирование проблем, которые могут возникнуть в процессе реализации мероприятий, и принятие корректирующих действий.

Составлено автором

Таким образом, научно-методический подход к оценке рисков предпринимательской деятельности в условиях перехода к «экономике знаний» включает несколько этапов: определение и структуризация рисков на

микро- и макроуровне, оценка рисков с помощью экспертных суждений, обработка результатов, их анализ и разработка мер по контролю и нивелированию рисков. Предложенный подход позволяет хозяйствующим субъектам более детально изучить и понять риски своей деятельности, а также принять эффективные меры для управления ими.

Следует отметить, что в условиях нестабильности внешней среды предприятием целесообразно концентрировать внимание не на минимизации риска, а на его оптимизации. Оптимальный риск определяется как «…такой уровень риска, который позволяет предприятию максимизировать свой потенциал и достичь поставленных целей, при этом минимизируя возможные негативные последствия» [146, с.58]. Для оценки рисков используются различные методы, включая экспертные оценки, анализ и моделирование данных.

Использование знаниевых услуг, таких как консультации специалистов, обучение персонала, анализ данных и информационные технологии, является важным элементом данного подхода. Они позволяют предприятию активно использовать имеющиеся знания для принятия обоснованных решений и сокращения возможных рисков.

Таким образом, разработка и применение научно-методического подхода к оценке рисков предприятий в «экономике знаний» способствует повышению эффективности предпринимательской деятельности и управлению рисками, что является важным фактором успешного развития субъектов хозяйствования в условиях нестабильной внешней среды.

Выводы по разделу 3

В третьем разделе «Мониторинг развития института услуг в экономике знаний отражены результаты исследования институциональной трансформации форм университетов в экономике знаний; мониторинга

состояния и выявление резервов развития рынков знаниевых услуг; оценки рисков предприятий в экономике знаний.

Установлено, что в настоящее время университеты находятся в «противофазе» относительно общего контекста современной капиталистической экономики. И возникает ситуация, когда единство и противоположность проявления двух тенденций, которые накладываются друг на друга, действуют в разных направлениях, что характеризуются: разрушением системы коллегиального управления университетами и профессионализацией университетов. Определены направления стратегических решений и риски, связанные с переходом к построению профессиональных университетов. Проведен мониторинг вакансий по г. Москва, РФ и г. Донецк, ДНР. Тенденция по России свидетельствует о том, что компании создают собственные корпоративные структуры по обучению – корпоративные университеты, появляются новые профессии – руководитель проекта по работе с вузами, менеджер по работе с вузами, менеджер по развитию направления, менеджер учебных программ и др.

Установлено, что знаниевые услуги все больше становятся омниканальными и реализуются в омниканальной институциональной среде, которая находится в стадии формирования. Установлено, что наибольшее развитие получили знаниевые услуги, оказываемые в сфере образования; исследованы целевые аудитории и выявлены перспективные направления развития рынков знаниевых услуг. Рынки могут быть расширены за счет менее институционализированных и фреймированных направлений знаниевых услуг: медицины (телемедицина, консультации через интернет и т.п.); торговли, включая сферу питания (консультации, практико-ориентированное обучение и т.п.); искусства. В основу подхода к формированию механизма обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг должны быть положены: системный подход; омниканальность; определение стратегической перспективы (включая институционализацию целей, задач, процесса, принципов, инфраструктурных составляющих) и маркетинговая поддержка.

Важным субъектом в реализации должны стать университеты, т.к. именно они могут дать свой зонтичный бренд, но их организационная структура должны претерпеть трансформацию, которая позволит проводить систематические и целенаправленные, а не точечные исследования, наиболее эффективного использовать имеющийся потенциал в разных направлениях реализации знаниевоых услуг.

Предпринимательская деятельность всегда сопряжена с рисками, в т.ч. связанными с невозвратом вложенных денег, упущенными выгодами, временем, возникновением долгов и др. В этой связи возрастает роль знаний и использования знаниевых услуг в потенциале предприятия, разработки методологический подход к оценке рисков. Разработан научно-методический подход к оценке рисков предприятий в «экономике знаний», включающий последовательную реализацию шести шагов. Применение подхода позволяет оценивать риски, зоны риска, которые дополнены критерием – оптимальный риск.

Основные результаты исследования отражены в работах [106,83,97,98,84,85,89,92,103].

РАЗДЕЛ 4 АНАЛИЗ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

4.1 Развитие предпринимательства на инновационной основе и проблема формирования человеческого капитала в экономике знаний

Современная экономика уже давно функционирует на институциональных принципах, объясняемых новой экономической теорией, причем, вне зависимости от степени и глубины понимания ее основ руководителями разных уровней. Системность и систематичность действий руководителей, фреймированность задач и способов их реализации, в совокупности со знаниевой компонентой, присущей человеку и осуществляемой им или машинами (искусственным интеллектом), созданным по его замыслу, обосновывает многовариантность и разнообразие решений, что и составляет основу конкуренции в современном мире. Предпринимательство, как базовый элемент экономической системы, является ее двигателем, движущей силой во все времена и какой бы размер не имело предприятие (крупное, среднее, малое), именно сохранение предпринимательского духа его руководителя составляет основу его лидерства, эффективности и конкурентоспособности. В то же время, человек ограниченно рационален и в этой связи развитие предпринимательства на инновационной основе непосредственно увязывается с возникновением и необходимостью поиска решения проблемы формирования человеческого капитала в «экономике знаний» и разработки общей и частных стратегий инновационного развития экономики вообще и предпринимательских структур в частности, что определяет актуальность темы исследования.

Развитие предпринимательства на инновационной основе является одним из ключевых факторов экономического роста и процветания. Инновации способствуют созданию новых товаров, услуг и технологий, что

позволяет предприятиям стать более конкурентоспособными и эффективными.

В экономике, основанной на знаниях, особое значение приобретает человеческий капитал – знания, навыки, опыт и технологическая готовность людей. Человеческий капитал является ключевым ресурсом для инноваций и предпринимательства. Он позволяет предпринимателям генерировать идеи, применять новые подходы и создавать ценность.

Однако существуют ряд проблем, связанных с формированием и развитием человеческого капитала в экономике знаний. Некоторые из них:

1. Ограниченный доступ к образованию и развитию навыков. В некоторых регионах и странах существуют неравенства в образовании и ограниченные возможности для получения высококачественного образования и развития навыков. Это может препятствовать развитию предпринимательства и инноваций.

2. Недостаток финансирования для инноваций. Развитие инновационной деятельности требует значительных инвестиций и финансирования. Однако предпринимателям, особенно начинающим, может быть трудно получить доступ к капиталу и финансированию для реализации своих инновационных идей.

3. Отсутствие институциональной поддержки и стимулов. Для развития предпринимательства и инноваций необходима поддержка государства, наличие благоприятных правовых и регуляторных условий, налоговых льгот и других стимулов. В некоторых случаях отсутствие такой поддержки может оказаться препятствием для развития инноваций.

4. Недостаточная связь между образованием и рынком труда. Инновационное предпринимательство требует высококвалифицированных специалистов и специализированного обучения. Однако существуют проблемы в связи между образовательными учреждениями и рынком труда, что приводит к несоответствию требований рынка и навыков выпускников.

Для решения этих проблем необходимо уделить больше внимания развитию образования и обучению, созданию благоприятных условий для инноваций и предпринимательства, а также улучшению взаимодействия между образовательными учреждениями, бизнесом и государством. Это позволит создать и поддержать экосистему, способствующую развитию инновационного предпринимательства и эффективному использованию человеческого капитала.

Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует, что в исследованиях зарубежных и отечественных ученых рассмотрены вопросы становления экономики знаний, институционализации развития экономики, предпринимательства и предпринимательских структур [34,51,44,333,308,352]; теории развития и практики становления инновационного предпринимательства [25,26,33,43,118,181,199,209,213,263]. Однако вопросы развития предпринимательства на инновационной основе и исследования проблемы формирования человеческого капитала в «экономике знаний», требуют более глубокого изучения, как с теоретической, так и практической точек зрения.

Экономика знаний характеризует экономику «…рост и конкурентоспособность которой обеспечиваются созданием, распространением и применением знания в форме высокотехнологичной продукции и услуг» [333, с. 110], т.е. тип экономики, основанной на инновациях. Инновации могут быть подразделены по разным критериям исходя из целеполагания субъекта управления, но в наиболее общем и фундаментальном виде они могут быть классифицированы как: технологические, технические и организационные. Однако, следует отметить, что инновации не однородны по содержанию и возможным последствиям и их предприятиям важно отслеживать и разделять на инкрементные, полу-инкрементные, радикальные и прорывные [51, с. 233]. «Для компаний фокус на усовершенствование в существующей бизнес-парадигме коварен риском не заметить появления «подрывной инновации», которая похоронит всю отрасль,

изменив правила конкуренции в ней» [26]. Креативность бизнес-модели и инновационность – это не просто составляющие успеха современного бизнеса, а, с нашей точки зрения, это фундаментальные блоки, которые являются основой предпринимательства и характеризуют предприимчивость руководителя (как правило основателя бизнеса), т.е. его способность выявить, а иногда и создать, нишу для развития бизнеса, предложив рынку – потребителю новый товар/услугу (т.е. целостный, готовый продукт, а не «сырье»).

Объемы инвестиций ведущих стран мира в инновационное развитие (рис. 4.1) характеризуются неравномерностью (лидируют США, а Россия входит в десятку лидирующих стран мира).

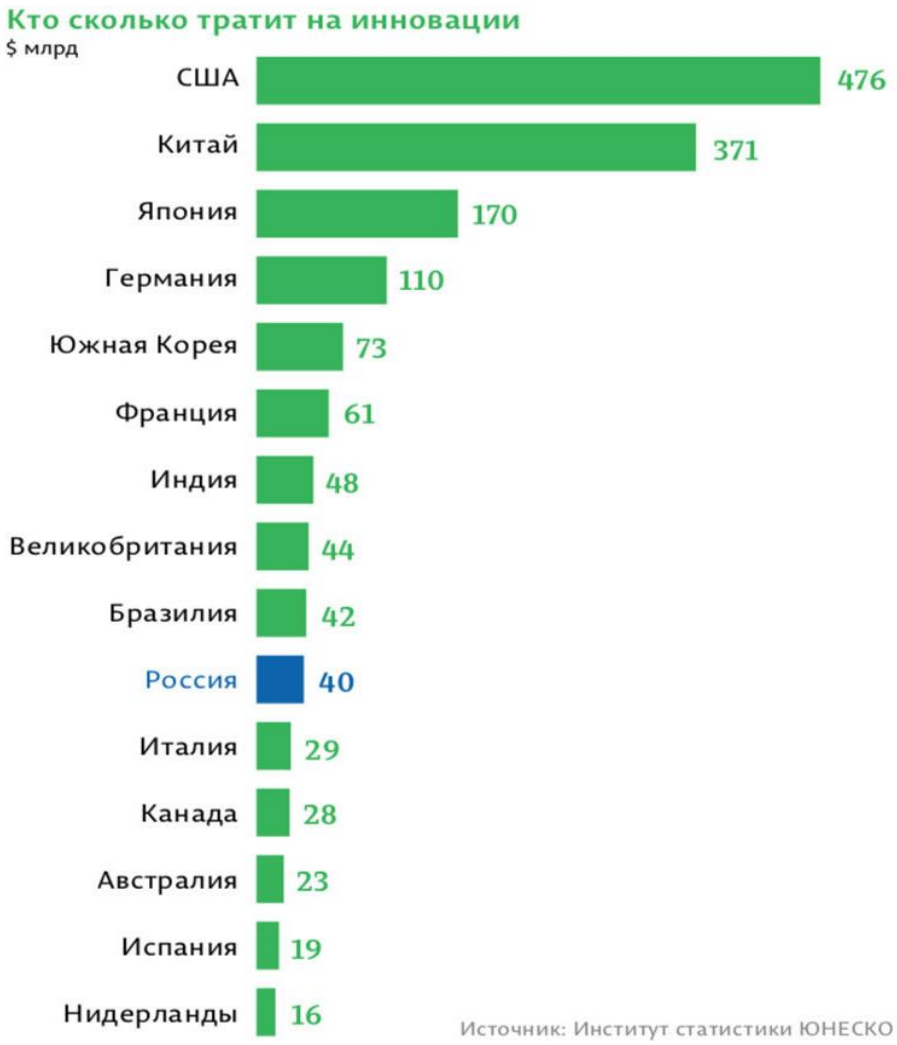


Рисунок 4.1 – Объемы инвестиций ведущих стран мира в инновационное развитие, *(данные источника [26])*

Согласно проведенному анализу объемов инвестиций ведущих стран мира в инновационное развитие и установлена их неравномерность: лидируют США (476 млрд дол США), Китай США (371 млрд дол США), Япония США (170 млрд дол США), а Россия входит в десятку лидирующих стран мира (40 млрд дол США). В России технологические инвестиции, осуществляемые организациями по отраслям и сферам деятельности, характеризуются неравномерностью, что следует из их удельного веса: промышленное производство – 9,6%, сфера услуг – 6,3%, сельское хозяйство – 3,1%, строительство – 1,1%.

Следует обратить внимание, что Запад (или еще появился термин в научном обороте – «Глобальный Север» [333]) всегда проявлял повышенный интерес к русским, а потом советским, теперь российским и стран бывшего СССР, научным разработкам, исследованиям, (как результатам работы научных школ), исследователям и изобретателям, которые далеко не всегда находили заслуженную долю позитивного внимания у т.н. «мировой научной общественности», имеющей хороший навык коммерциализации и фиксирования прав (например, на статьи, опубликованные в ряде зарубежных издательств и СМИ, в т.ч. электронных). Этот процесс продолжается и сейчас, только в несколько измененном виде – появились различные рейтинги, проекты – типа открытая наука (ЮНЕСКО) и др. По понятным причинам лидерство в подобных рейтингах принадлежит странам «глобального Севера». С нашей точки зрения изощренность способов получения доступа к научным результатам и разработкам, которые классифицированы как «научное сырье», хорошо прослеживается в предлагаемой ЮНЕСКО концепции Открытой науки.

В России технологические инвестиции, осуществляемые организациями по отраслям и сферам деятельности, характеризуются неравномерностью, что следует из их удельного веса (рис. 4.2). Однако, следует отметить, что отечественные научные школы и наука, развивающаяся в том числе в связке «наука-производство» всегда славилась своими людьми – учеными,

изобретателями, которые не просто осваивали бюджеты, а решали поставленные задачи, зачастую с минимальным бюджетом и высоким качеством и отдачей. И отечественному бизнесу следует перенять практику постановки цели (на благо общества/государства и себя) и нахождения способов их решения собственными/отечественными силами ученых, изобретателей, конструкторов, а не смотреть, как у других якобы хорошо получается, само собой. Это не так.



Рисунок 4.2 – Доля организаций по отраслям и сферам деятельности, осуществляющих технологические инвестиции, *(данные источника [26])*

Как показали исследования [25,44,63,168,118,209,213,263,308,316,317] во многих странах мира, как и России руководители крупных предпринимательских структур (компаний) отдают предпочтение аккумулированию исследовательского потенциала внутри предприятия, создавая исследовательские центры или R&D-центры, лаборатории, корпоративные университеты.

Создание исследовательских центров позволяет компаниям контролировать процесс исследования и разработки новых технологий и

продуктов. Это также позволяет им сохранять конфиденциальность и защищать интеллектуальную собственность.

Внутренние исследовательские центры могут быть фокусированы на различных областях, таких как информационные технологии, биотехнология, энергетика, транспорт и др. Они обычно состоят из специалистов высокого уровня и имеют доступ к различным ресурсам и оборудованию.

Сотрудничество с университетами и научными институтами также является популярным способом для компаний аккумулировать исследовательский потенциал. Это может включать совместные исследовательские проекты, обмен научными кадрами, проведение семинаров и тренингов и т.д. Такое партнерство позволяет компаниям получать доступ к академическим ресурсам и экспертизе, а также укреплять связи с научным сообществом.

Разработка и использование R&D-центров, лабораторий и корпоративных университетов позволяет компаниям быть в лидирующей позиции в своей отрасли, разрабатывать инновационные продукты и технологии, привлекать и удерживать квалифицированных специалистов, улучшать конкурентоспособность и расширять свои возможности на рынке.

Их цель создание – разработок, встроенных в производственный процесс, которые дадут в конкретном или обозримом будущем максимальный финансовый, имиджевый и репутационный эффект и обеспечат им как минимум конкурентоспособность, а как максимум – недосягаемость для конкурентов, а значит, лидерство. Это особенно важно в условиях интернетизации, цифровизации и сервисизации современной жизни и экономики, в условиях нацеленности действий предприятий на потребителя и его средства, обеспечения его внимания, лояльности, а лучше – приверженности. Современные технологии позволяют покупателям получать доступ к продуктам, работам и услугам без привязки к территориальным границам. Интернет позволяет покупателям искать и приобретать товары и услуги из любой точки мира. Онлайн-платформы, такие как интернет-

магазины, позволяют пользователям заказывать товары и получать их доставку в любую страну или регион.

Также цифровые платежные системы и виртуальные кошельки делают процесс оплаты еще более удобным и безопасным. Покупатели могут производить платежи в разных валютах и совершать транзакции глобально.

Благодаря этим возможностям, покупатели могут с легкостью приобретать товары и услуги, которые ранее были ограничены географически. Это не только расширяет выбор покупателя, но и способствует развитию международной торговли и экономического сотрудничества.

Во все времена развитие любой страны непосредственно связано с людьми, выбором векторов и определением приоритетов, замысла и смысла тех или иных действий или отказа от них. Именно люди для любой страны важный и ценный ресурс. Подчеркнем, что люди – это ресурс, который целесообразно еще сформировать как капитал. Человеческий капитал не целесообразно в полной мере ассоциировать с капиталом неодушевленным, т.к. человек может работать с разной отдачей (степенью полезности), а наносить вред – более значительный, чем простая сумма его действий, оцениваемая как разница между доходом получаемым предприятием и стоимостью его труда. Например, после работы (в нерабочее время) заниматься подрывной деятельностью, участвуя в выполнении работ для НКО, финансируемых Западом, распространяя токсичную информацию через блог, соцсети и т.п. Отсюда качество человеческого капитала играет существенную роль для страны и общества в целом. Следовательно, ресурс – *человеческий ресурс*, становится капиталом, когда приносит пользу – выгоду, доход при его реализации (использовании), что соответствует определенному качеству. *Качество человеческого капитала* – совокупность минимально допустимых требований к человеку (гражданину/работнику/сотруднику) определяющих его гражданскую пригодность и характеризующихся его убеждениями и компетенциями, полезность от использования которых превышает затраты на его подготовку как специалиста и получаемую отдачу от его деятельности.

Качество перерастает в количественный результат, когда действия индивида осознанны и нацелены на благо общества, предприятия, страны. В основе должны лежать: идеология и убеждения человека как единицы их носителя; осознанные действия, компетенции и компетентность. Через поиск и осознание смыслов (например, смысла жизни) человек получает возможность понять, принять/отвергнуть предлагаемые варианты действий, направления развития и т.п. через осознание сути и механизмов, способов реализации, позволяющих ему расставить жизненные и/или бизнес-приоритеты и выбрать способы достижения цели. Понимание того, что есть «хорошо и плохо», «правда и ложь», «Родина и чужбина», «слава и бесславье», «честь и предательство», могут ли деньги быть идеологией общества и к чему приводит манипулирование общественным сознанием, осуществляемое в рамках не прекращающейся идеологической войны Запада, особенно в цифровой век; где грань между объективной критикой, критиканством, халатностью, демократией, либерализмом и предательством – являются основными акцентами в подготовке современного специалиста.

В этой связи формирование человека-созидателя, человека-гражданина страны, а не пользователя, через познание им смыслов, через размышления и осознание пути развития и возможных векторов для достижения цели на основе максимальной реализации его потенциала и интеллекта – задача государственной важности. В словарном определении сущность интеллекта трактуется как «…общая способность к познанию и решению проблем, которая объединяет познавательные способности: ощущение, восприятие, память, представление, мышление, воображение, а также внимание, волю и рефлексию» [127]. Следовательно, интеллект человека и его интеллектуальные способности позволяют сформировать целеполагание, осуществить планирование необходимых ресурсов, разработать стратегии достижения цели и тактические способы их реализации, что является основой конкуренции. Ученый и преподаватель, предприниматель и бизнесмен, руководитель и менеджер – это не синонимичные понятия, а термины, в своей

основе имеющие четкое разграничение и смысл, а, следовательно, характеризующие различные способности выполнять те или иные функции, устанавливать цели и решать соответствующие задачи. И, наверное, приходит время этот смысл вспомнить и отрегулировать действие системы для достижения целей развития страны. В противном случае, страну ожидает сначала стагнация, а затем регрессионное движение, неминуемо приводящее не только к негативным, но и трагичным результатам.

На основе проведенных исследований и данных [26,43,293,335,359], обосновано, что драйвером развития всегда была и остается наука, позволяющая через знания, их концентрацию найти способы решения поставленных задач, создать новую технику и технологии, позволяющие упростить, улучшить жизнь человека и ее качество, осуществлять управление и защиту национальных интересов страны и ее партнеров. Примером тому Россия и ее действия за последние 15 лет.

Следует отметить, что наука непосредственно связана с образованием, т.к. вырастить ученого (кандидата, доктора наук) – задача, горизонт реализации которой составляет 20-30 лет с учетом максимального использования возможностей и потенциала человека и благоприятных обстоятельств. Отметим, что инвестиции в науку и научные разработки приоритетно осуществляются государством и предпринимательским сектором, а в ДНР инвестирование в науку и научные разработки – минимальные. Следовательно, Республика и предпринимательство пока обходятся «старыми», собственными знаниями, не заинтересованы в анализе и обосновании инновационных и нестандартных решений в той или иной сфере, включая отсутствие системности и стратегического видения развития, разработку технологических решений, продуктов и т.п. В этих условиях научная общественность реализует собственные исследования, в большей степени основанные на интуитивном выборе векторов и самостоятельном опыте проведения прикладных и фундаментальных исследований (по мере возможности). Это прослеживается из анализа работы диссертационных

советов и публикаций ученых, т.к. ученый имеет потребность в проведении исследований; поддержании своей компетентности и экспертности вне зависимости от создания либо не создания государством благоприятной для реализации исследовательской деятельности среды. Причем, для ученого важно постоянство в осуществлении научной работы, т.к. «простой» компенсировать уже нельзя. Конечно же речь идет о той части ученых, которые реально способны генерировать реализуемые идеи, а не о писателях, занимающихся критиканством, пере формулированием очевидных фактов, переводом в собственной интерпретации иностранных источников, которые в неадаптированной форме к имеющейся в стране институционально-экономической среде не могут даже служить ориентиром для дальнейшего ее развития. В условиях, когда скорость принятия решения и время на обработку данных составляет ценность, применение искусственного интеллекта становится необходимостью. Для эффективного использования искусственного интеллекта в рамках Республики целесообразно сформировать стратегию его внедрения, а также обеспечить законодательную поддержку механизмов его использования.

Стратегия внедрения искусственного интеллекта в Республике должна быть разработана с учетом специфики ее экономики, образования, социальной сферы и других отраслей. Она должна определять основные направления применения искусственного интеллекта, а также цели, задачи и этапы внедрения.

Стратегия внедрения искусственного интеллекта может включать следующие моменты:

1. Анализ потенциала и перспектив применения искусственного интеллекта в различных отраслях экономики Республики. Это позволит определить, какие конкретные задачи и функции могут быть решены с помощью искусственного интеллекта, исследовать возможные преимущества и риски его применения.

2. Определение конкретных целей и задач внедрения искусственного интеллекта в Республике. Например, это может быть улучшение качества образования, повышение эффективности государственного управления, развитие инноваций в различных отраслях экономики и т.д.

3. Разработка плана внедрения искусственного интеллекта с определением этапов его реализации, временных рамок и необходимых ресурсов. Важно определить приоритетные направления внедрения, чтобы не только достичь конечной цели, но и учесть особенности развития разных секторов экономики и общественной жизни.

4. Определение механизмов поддержки искусственного интеллекта со стороны государства. Это может включать разработку соответствующего законодательства, создание специализированных органов управления искусственным интеллектом, финансовую поддержку проектов в этой сфере, содействие образованию и науке, разработку этических принципов и стандартов в использовании искусственного интеллекта и т.д.

5. Организация информационно-разъяснительной работы и обучения для широкой общественности. Важно, чтобы все граждане имели представление о возможностях и рисках использования искусственного интеллекта, чтобы избежать недоверия и неправильного восприятия этой технологии.

Обеспечение законодательной поддержки механизмов использования искусственного интеллекта также является важным аспектом. Законодательство должно учитывать особенности искусственного интеллекта, его применение и потенциальные риски. Это может включать разработку законов о защите данных и приватности, этических принципов использования искусственного интеллекта, ответственности за возможные ошибки и проблемы, связанные с его применением, и так далее. Законодательная поддержка также может способствовать развитию инновационной инфраструктуры и улучшению бизнес-климата для разработчиков искусственного интеллекта.

В целом, стратегия внедрения искусственного интеллекта и законодательная поддержка являются важными компонентами для эффективного использования этой технологии в Республике. Они помогут развивать искусственный интеллект в соответствии с потребностями и особенностями страны, а также обеспечивать его этичное и безопасное применение.

Исследование вопросов развития предпринимательства на инновационной основе в контексте необходимости решения проблемы формирования человеческого капитала в «экономике знаний» позволило акцентировать внимание руководителей разных уровней (государства, предприятий) на не синонимичности ряда терминов, которые широко используется в современном научном, нормативном и экономическом обороте; уточнить термины «человеческий капитал» и ввести понятие «качество человеческого капитала».

Решение проблемы формирования человеческого капитала в «экономике знаний» необходимо по нескольким причинам:

1. Конкурентоспособность. В экономике знаний основным источником конкурентных преимуществ является человеческий капитал. Люди с высоким уровнем знаний, навыков и компетенций способны создавать новые идеи, инновации и приводить к росту производительности. Решение проблемы формирования человеческого капитала позволяет улучшить конкурентоспособность страны или организации.

2. Технологический прогресс. В экономике знаний непрерывное обновление знаний и умений необходимо для адаптации к быстро меняющимся технологиям и инновациям. Отсутствие подготовленного человеческого капитала может привести к отстающему развитию и упущению шансов на внедрение новых технологий.

3. Рост продуктивности. Люди с высоким уровнем знаний и навыков обычно продуктивнее и эффективнее в своей работе. Инвестиции в образование и развитие кадров позволяют повысить уровень продуктивности

и эффективности работы, что в свою очередь способствует росту экономики и процветанию общества.

4. Социальное развитие. Образование и развитие человеческого капитала играют важную роль в социальном развитии. Высококвалифицированные и образованные люди имеют больше возможностей для самореализации, лучшего уровня жизни и социальной мобильности. Решение проблемы формирования человеческого капитала способствует созданию более справедливого и равноправного общества.

В целом, решение проблемы формирования человеческого капитала является ключевым фактором для успешного развития экономики знаний и достижения конкурентных преимуществ на мировой арене.

Таким образом, проанализировано развитие предпринимательства на инновационной основе, а также проблема формирования человеческого капитала в экономике знаний. Проведен анализ объемов инвестиций ведущих стран мира в инновационное развитие и установлена их неравномерность. В России технологические инвестиции, осуществляемые организациями по отраслям и сферам деятельности, характеризуются неравномерностью, что следует из их удельного веса: промышленное производство – 9,6%, сфера услуг – 6,3%, сельское хозяйство – 3,1%, строительство – 1,1%. Доказано, что отечественные научные школы и наука, развивающаяся в том числе в связке «наука-производство» всегда славилась своими людьми – учеными, изобретателями, которые не просто осваивали бюджеты, а решали поставленные задачи, зачастую с минимальным бюджетом и высоким качеством и отдачей. И отечественному бизнесу следует перенять практику постановки цели (на благо общества/государства и себя) и нахождения способов их решения собственными/отечественными силами ученых, изобретателей, конструкторов.

Отечественный бизнес имеет огромный потенциал для развития и инноваций, и перенятие практики постановки целей и нахождения решений с помощью отечественных ученых, изобретателей и конструкторов может

значительно усилить его конкурентоспособность и вклад в общество и государство.

Многие зарубежные компании уже успешно применяют подобные практики, и в результате получают значительные преимущества на рынке. Перенятие этой методологии позволит отечественному бизнесу увеличить их эффективность и влияние на различные сферы жизни общества, такие как экология, здравоохранение, образование и другие.

Кроме того, такой подход способствует развитию отечественной науки и инноваций. Вклад отечественных ученых, изобретателей и конструкторов в решение сложных задач существенно повышает уровень страны в мировом научном и технологическом сообществе. Бизнес, в свою очередь, может использовать разработки и технологии этих специалистов для своего развития, что способствует созданию устойчивой национальной экономики.

Таким образом, перенятие практики постановки целей и нахождения решений собственными/отечественными силами ученых, изобретателей, конструкторов является важным шагом для отечественного бизнеса. Это позволит ему не только повысить свою эффективность и конкурентоспособность, но и внести значимый вклад в развитие общества и государства.

4.2 Академическое предпринимательство, его институциональные особенности и векторы архитектуры моделей развития в экономике знаний

В современных условиях расширяющейся глобализации, цифровизации практически всех сфер человеческой жизни, инновационный аспект развития выдвигается на передний план в части задач, связанных с развитием предпринимательства, в том числе на основе знаниевой компоненты. Основу

инноваций составляют научные исследования и их результаты, которые должны быть коммерциализированы.

В исследованиях зарубежных и отечественных ученых рассмотрены вопросы инновационного развития, аспекты создания инноваций, их трансфера и коммерциализации [26,51,248], становления академического предпринимательства [25,116,253,312,355,366,368,369], институциональные вопросы развития и формирования моделей в «экономике знаний» [48,285,307,326,342,362]. Однако вопросы развития академического предпринимательства, его институциональных особенностей, исследования векторов моделей развития в «экономике знаний», требуют более глубокого изучения, как с теоретической, так и практической точек зрения.

Институционализация представляет собой «…процесс превращения каких-либо отношений в институты…» [126], которые являются ограничениями, «…развернутыми в систему правил, норм, процедур, законов, организаций, учреждений и т.п. и свернутые в одно понятие» [51, с. 65]. То есть институционализация является формой организации отношений, в которых установлены определенные нормы и правила, есть механизмы по которым эти нормы и правила должны реализовываться, а также субъекты – участники отношений, несущие ответственность за их выполнение. Институционализация – это процесс создания институтов и установление норм и правил, которые регулируют отношения между людьми или организациями. В рамках институционализации определены конкретные нормы и правила, которые должны соблюдаться всеми участниками отношений. Также предусмотрены механизмы и способы, по которым эти нормы и правила должны быть реализованы и применены. В случае нарушения норм и правил участники отношений несут ответственность за свои действия или бездействие. В общем смысле, институционализация является важным инструментом для поддержания порядка, стабильности и эффективности в различных областях жизни общества.

В исследованиях М.В. Васильева отмечено, что «…любое знание способно было уцелеть в веках…» только тогда, когда «…создана соответствующая ему структура из его носителей. Наличие учеников – это наличие определенной структуры, определенной «жизненной силы» того или иного знания. Для того чтобы внести в мир новое знание, требуется внести в мир носителей этого знания» [37].

Университеты, как центры не только передачи знаний, но и их производства, должны способствовать распространению знаний для коммерческого их использования, являясь в определенной мере гарантами их качества и практической применимости. Если ученый хочет помочь людям, он должен помочь, прежде всего, себе.

В экономической литературе, как показали исследования, не выработано единообразное понимание сущности академического предпринимательства, что усложняет разработку дальнейших моделей и практической реализации взаимодействия. Одни исследователи подходят к академическому предпринимательству с точки зрения коммерциализации научных исследований и технологий, другие подчеркивают его связь с инновационной деятельностью и созданием новых продуктов или услуг на основе научных достижений.

Третья группа ученых рассматривает академическое предпринимательство как способ применения знаний и навыков, полученных в академической сфере, для решения социальных или экономических проблем.

Отсутствие единого определения и понимания академического предпринимательства создает препятствия для его развития и применения на практике. Отсутствие четких моделей и понимания усложняет создание необходимых инфраструктурных условий, разработку правового и организационного окружения, а также препятствует формированию подходящей системы стимулов и мотивации для ученых и исследователей.

Для того чтобы разработать эффективные модели и практически реализовать взаимодействие академической и предпринимательской сферы,

необходимо провести дальнейшие исследования и достичь консенсуса в определении и понимании академического предпринимательства. При этом важно учитывать разнообразие контекстов и условий, в которых может развиваться академическое предпринимательство, а также обеспечить участие всех заинтересованных сторон, включая ученых, предпринимателей, управленческий персонал высшего образования и государственных органов. Трактовка сущности термина «академическое предпринимательство» представлено в табл. 4.1.

Таблица 4.1 – Сущность академического предпринимательства

Автор	Источник	Определение
Райт М.	Wright M. Academic entrepreneurship, technology transfer and society: where next? J. Technol. Transf., 2014, no. 39, pp. 322-334.	Процесс коммерциализации инноваций, разработанных учеными университетов и научно-исследовательских институтов
Гримальди Р., Кенней М	Grimaldi R., Kenney M., Siegel D. S., Wright M. 30 years after Bayh-Dole: reassessing academic entrepreneur-ship. Research Policy, 2011, no. 40, pp. 1045-1057.	Процесс коммерциализации научно-исследовательских разработок
Хегай Е.В., Филаткина М.Д., Филаткина И.Д.	Хегай Е.В. Академическое предпринимательство как основной механизм трансфера технологий / Е.В. Хегай, М.Д. Филаткина, И.Д. Филаткина // Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект : М-лы VI Междунар. науч.-практ. конф.. Под ред. В.Л. Василенка, 2016. – С. 268-272.	

Продолжение таблицы 4.1

Автор	Источник	Определение
Базельт Х.	Bathelt H. Social foundations of regional innovation and the role of university spin-offs: the case of Canada's technol-ogy triangle. Industry and Innovation, 2011, no. 17, pp. 459-486.	Деятельность, связанная с созданием малого инновационного предприятия или spin-off компании; Широкий спектр деятельности по передаче знаний
Фирсова С.П.	Фирсова С.П. Трансфер технологий как фактор инновационного развития технического университета // Казанский педагогический журнал. 2011. № 1. С. 54-60.	Сложный процесс, успешная реализация которого зависит от множества факторов…
Наби Г.	Nabi G. From student to entrepreneur: towards a model of graduate entrep-reneurial career-making. Journal of Education and Work, 2010, vol. 3, pp. 22-38.	Основной способ экономического развития и повышения конкурентоспособности страны и региона
Занг Дж.	Zhang J. Why do some US universities generate more venture-backed academic entrepreneurs than others? Venture Capital, 2009, vol. 11, pp. 133–162.	
Сикула А.Ф.	Sikula A.F. The professor as an artist, a scientist, and an entrepreneur . The Teacher Educator, 2010, vol. 3, pp. 23-44.	Удовлетворение потребностей вуза или отдельного академического предпринимателя
Вуд М.С.	Wood M.S. A process model of academic entrepreneurship. Business Horizons, 2011, no. 54, pp. 153-161.	

Окончание таблицы 4.1

Автор	Источник	Определение
Шэйн С.	Shane S. In search of fertile soil. Dnepropetrovsk, Balance Business Books Publ., 2005. – 240 p.	Участие ученых в коммерциализации их разработок; деятельность ученого, не входящая в его повседневные обязанности в университете
Белкин В., Бабак Л., Хегай Е., Филаткина И.	Белкин В. Развитие академического предпринимательства в некоторых странах АТР (по материалам научных публикаций) / В. Белкин, Л. Бабак, Е. Хегай, И. Филаткина // Известия ДВФУ, Экономика и управление. – 2016. №2 (78). – С. 99-111.	
Жуков С.А.	Жуков С. А. Академічне підприємництво як фактор підвищення ефективності підприємств і формування інноваційного потенціалу економіки України / С. А. Жуков // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія : Економічні науки. - 2017. - Вип. 33. - С. 65-74.	Способ передачи знаний и технологий от научной и образовательной сфер к частному бизнесу…

Составлено автором по данным [368,312,253,285,248,337,369,355,366,351,25,116]

Таким образом, как показали исследования (данные табл. 4.1), ученые сходятся во мнениях в части того, что академическое предпринимательство рассматривается как:

- процесс коммерциализации, участие в этом процессе
- деятельность, связанная с созданием малого инновационного предприятия

- деятельность, не входящая в текущие обязанности ученого по передаче знаний
- удовлетворение потребностей вуза, академического предприятия
- способ повышения конкурентоспособности страны, развития, зависящий от ряда факторов; передачи знаний и технологий от научной и образовательной сфер к частному бизнесу

Следовательно, единого мнения по поводу понимания сути академического предпринимательства пока не выработано.

Проблема в том, что в университетах (как и в НИИ и др. научных организациях и учреждениях) концентрация ученых, а вместе с ними и «точечных», отдельных знаний (не собранных в единую систему, т.е. существующих в неявной форме и/или о них нет широкой известности) велика, но нет системности в их реализации. Процесс создания из отдельных знаний научного продукта требует концентрации сил ученого (исследователя) и ему просто некогда думать о способе получения выгод по реализации его продукта. Предприятия, отдельно взятый руководитель, предприниматель концентрируется на реализации одной идеи – как сейчас принято – «проекте». Концентрация его усилий, т.е. действий, соразмерных ситуации, обычно приводит к какому-то результату – предприятие начинает работу. Проблема в том, что системных знаний как управлять предприятием в современных условиях, характеризующихся как нестабильная внешняя среда – VUCA-среда, а также механизмов маркетинговой поддержки и т.п., что определяется как системные управленческие и организационные знания, у него нет. В совокупности желание – энтузиазм, разбивается в ряде случаев о реальность, что приводит к нежизнеспособности используемой предпринимателем модели, придуманной им и частично реализованной в практически наличествующем предприятии. В этой связи открывающиеся предприятия не доживают до 1-3-летнего возраста. Следовательно, предприниматели зачастую даже не понимают, что не идея была «плохой», а не было достаточно

знаний, знаниевой поддержки, которую можно было получить несколькими способами:

- самостоятельно доучиться – если есть четкое понимание чему именно и у кого;
- использовать консультанта и/или консультационные услуги – если те, к кому обращается предприниматель, способны оказать такие услуги в реальности, что проверяется, обычно, практическим путем, который не всегда может оказаться положительным;
- обратиться в университет для выполнения хоздоговорных тем, что не часто практикуют предприятия и предприниматели, что связано с отсутствием институционализированной «привычки» к таким действиям.

Как было отмечено в разделе 2, с помощью анкетирования определили ожидания и цели целевой аудитории в сфере экономики знаний. Большинство опрошенных видят своей целью получить знания, за которыми пришли, а на втором месте – ответы существенного количества респондентов, которые вообще не готовы к обучению. Также анкетируемые идут на обучение за документом об образовании и опытом общения с учеными. Кроме этого, большая часть из опрошенных ожидают восполнения пробелов в своих знаниях и получения специализированной информации в сфере своей деятельности. Относительно преподавателей или методики обучения ожидания анкетируемых распределились следующим образом (по уменьшению количества ответов): готовы не только к получению знаний, а и к обмену опытом; хотят пообщаться с умными людьми; хотят убедиться, что знают больше. Преимущественное большинство опрошенных изъявляют желание учиться по причине упадка их предпринимательской деятельности. Среди факторов, оказывающих влияние на выбор образовательных программ или курсов, ключевыми опрошенные обозначили стоимость обучения и удаленность образовательной организации, далее по значимости они отметили наличие опыта практической деятельности у преподавательского состава и

материально-техническую оснащенность образовательного процесса. Данные проведенного исследования подчеркивают актуальность взаимодействия сектора предпринимательства с высшими учебными заведениями в подготовке высококвалифицированного персонала заинтересованного в развитии организации и приобретении необходимых компетенций в профессиональной сфере.

Инертность предпринимателей, предприятий в части совместной работы на основе реализации научного подхода в действиях субъектов хозяйствования, использования знаний специалистов, профессионально занимающихся научными исследованиями имеет институциональную основу и исторически сложившийся стереотип мышления об академичности знаний (т.е. не имеющих практической ценности), что в действительности не так. Но именно такой подход насаждался, начиная с 1990-х годов, периода распада СССР, различными СМИ, а затем и в среде Интернет. В тоже время западные фирмы широко используют именно знаниевую компоненту в своей деятельности, что приносит им не только брендовую известность, технологическое первенство, но и значительный доход, пока иные лишь обсуждают нужны ли ученые в их деятельности и для чего они могут быть нужны. Достаточно вспомнить ряд научных фильмов, которые показываются по каналу Discovery, в которых эксперты и исследователи – доктора наук, кандидаты и магистры в отраслях знаний из известных университетов (чаще всего, таких как Массачусетского, Стэндфордского) рассказывают о проводимых ими исследованиях для тех или иных компаний, например, изготовляющих кроссовки, спортивную форму, предметы для дома и др. Тем самым показывая свою профпригодность, заботу о человеке, качестве выпускаемых ими товаров, особенных свойствах и т.п. , подтвержденных экспертами.

Термин «академический» (производ. от слова «академия») трактуется как «… придерживающийся установленных традиций, канонов, свойственных академизму; чисто теоретический, не имеющий практического значения;

образцовый» [225, с. 29]. То есть образцовое предпринимательство, основанное на определенных канонах и традициях проведения научных изысканий и деятельности по их воплощению в реальную жизнь и ведения бизнеса на основе предприимчивости, что и должно характеризовать сущность *академического предпринимательства*.

Академическое предпринимательство – система отношений в части эксплуатации института услуг в «экономике знаний», позволяющая создать образцовое предпринимательство, основанное на определенных канонах и традициях проведения научных изысканий и деятельности по их воплощению в реальную жизнь и ведения бизнеса на основе предприимчивости.

Делиться опытом и знаниями, передавать опыт, работать к коллективах (крупных) для советского человека было нормой всегда, что не было характерным для Запада и всей капиталистической системы. Поэтому, новаторство, наставничество/менторство и другие известные для советского человека практические навыки управления предприятиями и народным хозяйством, совместного труда, реализуемого на научной и системной основе, вновь открыты на Западе и, естественно, не отражаются, как заимствованные, в ряде научных работ западных ученых.

Можно предположить, что уже возникла потребность в «свежих» идеях, которые можно перерабатывать как «научное сырье» и давать им жизнь, используя наличие избыточных финансовых средств в западном глобаризированном мире, спровоцировало идею ЮНЕСКО по созданию проекта «Открытая наука», к которому должны присоединиться все страны – участницы ООН [306]. В исследованиях Л.П. Клеевой, С.В. Максимова обращено внимание на нежелательные негативные последствия в виде «…эксплуатации и приватизации научных данных глобального Юга глобальным Севером» [139]. В экономической литературе [334] термины «глобальный Север» и «глобальный Юг» используются с давних пор для обозначения «…все возрастающего экономического, технологического и культурного разрыва между относительно небольшим числом развитых и

подавляющим большинством развивающихся стран» [139, с. 27]. Детальное изучение предлагаемого ЮНЕСКО проекта позволяет выявить уже сейчас существующие аспекты его проявления, заложенные еще с 1990-х годов различными фондами и европейскими программами (например, «Темпус», «Эразмус Мундус», Edulink и др.), ученые глобального «Юга» (к которым относятся станы СНГ, развивающиеся страны) ориентированы на опубликование результатов своих исследований в журналах издательских монополий – Elsevier Editor Systems (EES), Springer Editor Manager, Wiley-Blackwell Author Services и др., что весьма удобно для глобального «Севера», т.к. сокращают трансакционные издержки (поиска информации) и предоставляют их на удобном для прочтения/понимания языке (английском) для западных специалистов, еще и за деньги авторов статей/работ. Кроме того, следует обратить внимание, что при опубликовании результатов исследований в рекомендуемых журналах (издательствах и СМИ, включая их электронные версии) авторами передаются права на них, и правообладатель согласно проекта «Открытая наука», способен самостоятельно ограничить доступ к научным результатам и тем самым контролировать глобальные научные результаты, обеспечивая глобальному Северу право управления «…оборотом научных знаний» [139, с. 26].

Делиться результатами проведения исследований для ученых – естественный процесс. Во все времена ученые осведомляли научную общественность о своих идеях, ходе, этапах и результатах проводимых исследований и ссылки на авторов свидетельствовали о значимости и заинтересованности других ученых в изучаемой проблеме. Для этого результаты исследований публиковались в научных журналах (рекомендованных ВАК – для концентрации и удобства поиска информации, обеспечения уровня качества, т.к. работы рецензировались учеными-экспертами в той или иной проблематики), а авторы получали авторский гонорар от издательства журнала за публикацию своих работ в нем. Однако, особенно остро вопрос собственности на разработки не стоял, хотя ученые

старались запатентовать их, что делалось в рамках НИИ или университетов. Однако, в современных условиях вопрос обеспечения права собственности становится очевидным и насущным, ввиду возможности получения роялти и дивидендов для отдельных лиц, являющихся правообладателями при условии правильного оформления такого права. Это касается, например, разрабатываемых курсов, тренингов, методик обучения и преподавания, которые не являются объектом патентования. Научные разработки являются основой для прогресса и инноваций, обеспечение права собственности на них становится важным и актуальным вопросом. Право собственности на научные разработки означает возможность владеть, использовать, распоряжаться и обезопасить результаты научно-исследовательской деятельности.

Один из основных аспектов обеспечения права собственности на научные разработки – это юридическая защита интеллектуальной собственности. Это может включать получение патентов, авторских прав, коммерческой тайны и других форм юридической защиты. Это позволяет создателям научных разработок иметь эксклюзивные права на их использование и получение выгод от них.

Однако, в современных условиях существует ряд сложностей и вызовов в обеспечении права собственности на научные разработки. Например, быстрое развитие информационных технологий и интернета способствует быстрому и широкому распространению научных исследований, что может создавать проблемы с их защитой и контролем.

Также, вопрос патентной защиты на научные разработки может быть сложным и требует длительного и затратного процесса. В некоторых случаях, научные разработки могут быть слишком абстрактными или сложными для получения патента, что создает риск их незаконного использования или копирования.

Другой аспект обеспечения права собственности на научные разработки – это международное сотрудничество и законодательство. Существуют различные международные соглашения и организации, которые регулируют

интеллектуальную собственность и способствуют защите прав научных разработок.

Таким образом, в современных условиях обеспечение права собственности на научные разработки является важным и сложным вопросом. Необходимо развивать и совершенствовать механизмы юридической защиты, стремиться к международному сотрудничеству и законодательству, чтобы создатели научных разработок могли защитить свои права и получить выгоды от своих трудов.

Также не стоял остро вопрос об отслеживании внедрения авторских научных идей и разработок, т.к. вся система имела плановый характер и предприятия, которые внедряли их находились в ведении того или иного министерства или ведомства, которые как раз и заказывали разработки для решения насущных задач, стоящих перед производством или обществом. В современных условиях вопрос внедрения и использования идей переходит в разряд проблем, т.к. отслеживание и обеспечение правовой защиты научных разработок связано с ростом трансакционных издержек – издержек мониторинга, контроля информации и обеспечения ее защиты и т.п. Следовательно, в современных условиях, характеризующихся неопределенностью, нестабильностью внешней среды, необходим целый механизм, простроенный на системной и научной основе, который бы включал организацию, проведение научных исследований, обеспечение защиты результатов, распространение информации о проводимых исследованиях и их результатах, осуществлял коммерциализацию их и подготавливал кадры, как для внедрения, так и обслуживания, и потребления таких научных продуктов.

По мнению А. Ващенко, «…у современного университета три главные задачи [39]:

- учить;
- вести научную деятельность;
- воспитывать.

Учить – это основная задача университета, которая заключается в обеспечении высокого уровня образования студентов. Университет должен предоставлять качественное и актуальное образование, развивать у студентов навыки критического мышления, аналитического мышления и навыки работы в коллективе.

Вести научную деятельность – это еще одна важная задача университета. Университеты должны быть активно вовлечены в научные исследования, проводить собственные научные проекты, публиковать научные статьи, участвовать в конференциях и семинарах. Также важно, чтобы студенты были вовлечены в научную деятельность, чтобы они могли приобретать практические навыки и опыт в своей области.

Воспитывать – это еще одна необходимая задача университета. Университет должен способствовать формированию личности студента, его профессионального и межличностного развития. Воспитание в университете должно направляться на развитие моральных ценностей, этики, общественной ответственности и сознательного гражданства.

Таким образом, университету нужно уделять достаточное внимание всем этим задачам, чтобы обеспечить полноценное и качественное образование, создать условия для научной деятельности и воспитать молодое поколение.

Однако, среди указанных задач, которые нацелены на процесс, нет задач, нацеленных на результат – на внедрение, на окончание процесса – создание специалиста, на ментальном уровне «привязанного» к университету, приносящего ему доход – репутационный, финансовый и др., распространяющего идеи, заложенные преподавателями в рамках традиций и школ именно этого университета, к которым он (этот специалист) обращается постоянно, где бы он ни работал, какую бы должность он не занимал, а тем более, если он становится руководителем предприятия, предпринимателем.

Как показывают исследования [19,38,145,148,176,188,189,192,195,197] целеполагание университетов исходя из потребностей современного общества должны включать:

- побуждение к предпринимательству и самозанятости;
- развитие знаний, технологий и организационных решений;
- инициирование партнерства и сетевых связей с бизнесом.

То есть предпринимателя надо «выращивать» и это становится одной из важных задач университетов. Причем следует понимать, что ученый, изобретатель, инноватор и предприниматель, как следует из практики, представляют собой разных людей. Самой трудной задачей при «выращивании» предпринимателя, ложащейся на вузы является создание «нового» специалиста, который бы либо сочетал в себе все эти качества, либо умел собрать, организовать и руководить командой из разных специалистов для достижения максимального результата работы предприятия и получения прибыли в условиях «экономики знаний». Для этого необходимо либо максимально приблизить их понимание и взаимодействие для работы в команде в рамках предприятия; либо, при наличии таких качеств у обучающего, сформировать его, как действующего предпринимателя или самозанятого специалиста-выпускника вуза. Зачастую ВУЗы и НИИ концентрируются на процессе – идее, воплощении замысла, использовании различных технологический возможностей и средств, но при этом игнорируется механизм монетизации, сфера рынка и маркетинга. Идея, как воплощение интеллектуального замысла, зачастую не рассматривается ее разработчиками в рыночных категориях и, поэтому, может не являться ценной для практики бизнеса. В связи с этим, возникает иллюзия, связанная с «улучшениями», «совершенствованием» идей, но стимулируемая наградами в различных конкурсах, не имеющих воплощения в бизнесе.

Круговорот знаний (рис. 4.3) представляет собой бесконечный, периодически повторяющийся процесс по воспроизводству знаниевой компоненты.

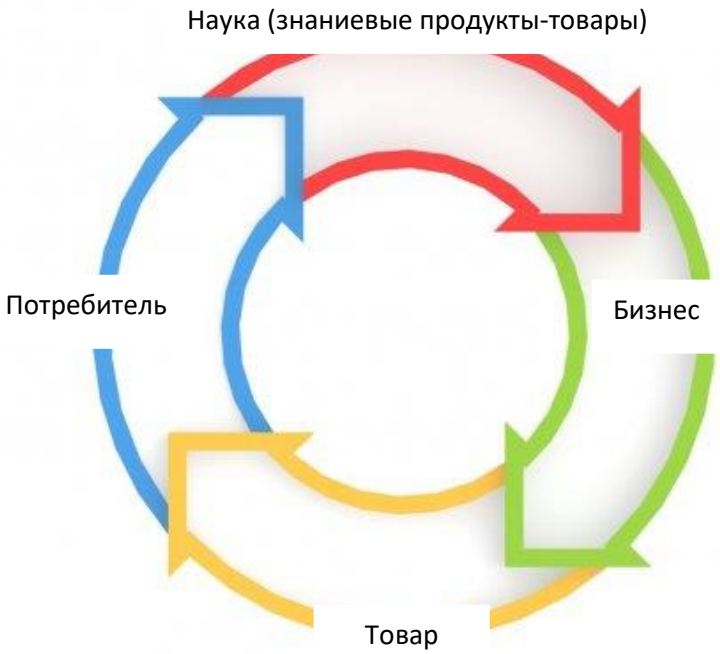


Рисунок 4.3 – Круговорот знаний, *авторская разработка*

Круговорот знаний начинается с научных исследований, которые приводят к созданию новых знаний и технологий. Эти знания могут быть применены в бизнесе для создания новых товаров и услуг. Бизнес использует эти знания и разрабатывает новые инновации, которые затем становятся доступными потребителям в виде товаров и услуг.

Потребители используют товары и услуги, получая новые знания и опыт. Они также могут предоставлять обратную связь, которая влияет на развитие науки и бизнеса. Новые знания, полученные от потребителей, могут стать основой для новых научных исследований, и процесс начинается снова.

Таким образом, круговорот знаний является непрерывным и взаимодействующим процессом между наукой, бизнесом, товарами и потребителями. Он позволяет постоянно совершенствовать и развивать знания, что приводит к появлению новых инноваций и улучшению качества жизни.

Векторы архитектуры моделей развития академического предпринимательства представлена на рис. 4.4.

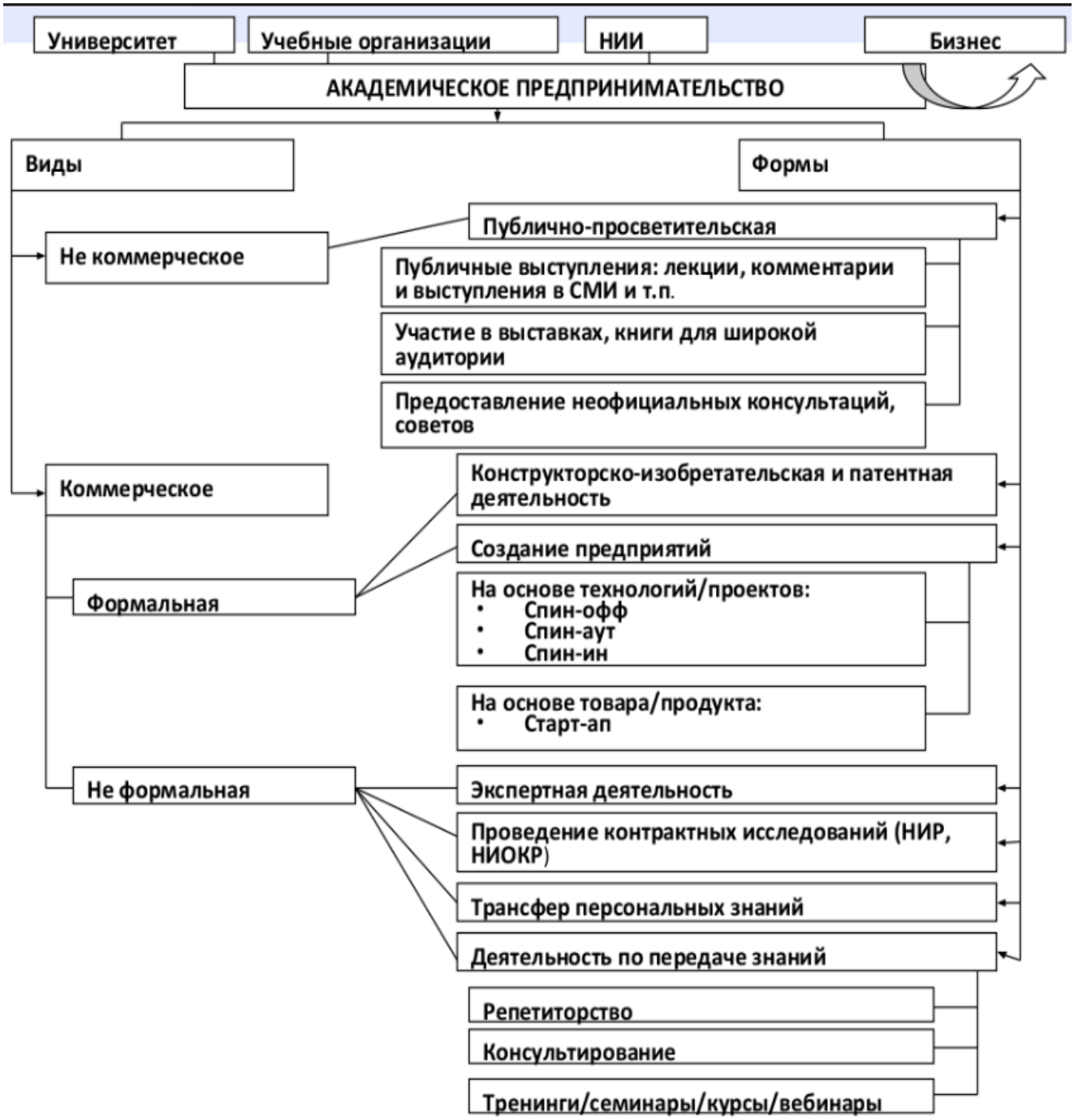


Рисунок 4.4 – Модель архитектуры академического предпринимательства, *авторская разработка*

Под *векторами архитектуры моделей развития академического предпринимательства* следует понимать направления, которые могут быть использованы при проектировании и построении моделей для целей развития такого предпринимательства на основе его видов и форм.

Таким образом, векторами архитектуры (искусства проектирования и строительства) моделей развития академического предпринимательства могут быть, как отдельные виды и формы деятельности, так и комплексные решения. Сами решения зависят от имеющихся ресурсов, возможностей и реализуемых целей, а также наличия стратегического видения работы и, конечно же, наличия человеческого каптала.

Исследование академического предпринимательства его институциональных особенностей и векторов моделей развития в экономике знаний позволило уточнить сущность дефиниции «академическое предпринимательство», его выявить особенности, которые связаны с исторической ретроспективой и носят институциональный характер; определить сущность и предложить схему векторов архитектуры моделей развития академического предпринимательства.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на изучение вопросов, связанных с формированием механизмов развития предпринимательства и структур, созданных на его основе в условиях «экономики знаний».

4.3 Архитектоника знаниевых услуг в потенциале предприятия в экономике знаний

Экономика, основанная на знаниях – «экономика знаний», включает не просто знаниевую компоненту, а базируется на инновациях разного типа, вида, уровней. Это приобретает особенную важность и значение в современных условиях, когда широко используется Интернет, различные технологии, связанные с ним и/или сформированные на его основе. Так же, следует учитывать тенденцию повсеместного расширения сервисизации и цифровизации экономики. Риск и предпринимательство тесно

взаимосвязанные понятия. Предпринимательская деятельность всегда сопряжена с рисками, в т.ч. связанными с невозвратом вложенных денег, упущенными выгодами, временем, возникновением долгов и др. В этой связи возрастает роль знаний и использования знаниевых услуг в потенциале предприятия, разработки методологический подход к оценке рисков. Важно осознавать, что предпринимательская деятельность неразрывно связана с неопределенностью и возможностью неудачи. Однако, правильное использование знаний может существенно снизить риски и повысить успех бизнеса.

Использование знаний позволяет предпринимателю более точно оценивать потенциальные риски, а также выявлять возможности для сокращения или устранения этих рисков. Знания также помогают в разработке стратегий и методов, которые могут уменьшить последствия возможных неудач и убытков.

Оценка рисков является неотъемлемой частью предпринимательской деятельности. Методологический подход к оценке рисков предполагает систематическое и структурированное изучение потенциальных угроз и вероятности их возникновения. Это позволяет предпринимателю принять информированные решения о том, каким образом снизить риски и улучшить шансы на успех.

Использование знаниевых услуг, таких как консультации специалистов, участие в обучающих программах и семинарах, также помогает предпринимателю получить дополнительные знания и навыки, необходимые для успешного управления рисками. Это может включать в себя изучение методов финансового анализа, маркетинговых исследований, анализа конкурентов и других ключевых аспектов бизнеса.

Таким образом, предпринимательская деятельность требует подготовки и использования знаний для оценки и управления рисками. Применение методологических подходов и использование знаниевых услуг помогают

предпринимателям минимизировать убытки и повышать вероятность успеха своего предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует, что вопросам развития предпринимательства, рискам и архитектонике культуры управления посвящены исследования О.И. Волкова, В.Я. Позднякова, Е.П. Моргуновой [276], Д.Э. Возиянова [44], В.А. Орловой [185], Е.В. Цветковой, И.О. Арлюковой [255], А. Чулок [268]; вопросам управления предприятием, его финансовым аспектам, финансовому менеджменту – Е.С. Стояновой, М.Г. Штерн [232], В.И. Терехина [247]. Однако, риски и подходы к их оценке для субъектов хозяйствования/предприятий в «экономике знаний» требуют дополнительного исследования.

Развитие субъектов хозяйствования /предприятий как закономерный результат эволюции (относительно даже каждого отдельно взятого субъекта хозяйствования) может иметь различные векторы своего движения, приводящие к различным результатам. Так, основными результатами деятельности предприятий являются показатели, характеризующие объем деятельности (например, для производственных предприятий – объем выпуска продукции; для торговых предприятий – объем реализации товаров, т.е. розничный товарооборот; для предприятий сферы услуг – объем реализованных услуг и т.д.) и, соответственно, прибыль предприятия. Однако, на деятельность предприятий оказывают влияние различные факторы, действие которых может носить различный характер:

- позитивный – стимулировать развитие;
- негативный – препятствовать развитию;
- стагнационный – способствовать проявлению застойных процессов.

Позитивные факторы включают в себя такие элементы, как развитие новых технологий, улучшение инфраструктуры, доступность капиталовложений, повышение уровня образования и квалификации трудовых ресурсов, стабильность политической и экономической ситуации.

Негативные факторы могут включать в себя экономические кризисы, изменения в законодательстве, ухудшения социально-экономической ситуации, недостаток инвестиций и финансирования, сосредоточение ресурсов и власти в руках небольшой группы.

Стагнационные факторы включают в себя отсутствие инноваций, неэффективное использование ресурсов, низкую конкуренцию, ограниченные рыночные возможности, недостаток предложения и спроса на товары и услуги.

Изменение влияния этих факторов на деятельность предприятий может сказаться на их развитии и результативности работы. Поэтому важно учитывать и анализировать все эти факторы при разработке стратегии и принятии управленческих решений.

В современных условиях следует дополнить перечень указанных факторов еще и *дегрессионными факторами*, характеризующими некую трендовость, показывающую «постепенное уменьшение, снижение» объекта исследования. Чтобы выявить дегрессионные факторы необходим системный и систематически проводимый мониторинг.

Для выявления дегрессионных факторов необходимо систематически проводить мониторинг. Для этого можно использовать следующие шаги:

1. Определить целевые показатели: определить, какие показатели и метрики используются для измерения эффективности системы или процесса.

2. Установить базовую линию: установить начальные значения показателей, чтобы иметь отправную точку для сравнения данных в будущем.

3. Собрать данные: регулярно собирать данные о показателях, которые вы выбрали на предыдущем шаге. Это может включать в себя использование автоматического сбора данных, опросы, интервью, наблюдение и другие методы сбора информации.

4. Анализ данных: проанализировать собранные данные, чтобы идентифицировать любые изменения или тренды, которые могут указывать на наличие дегрессионных факторов. Это может включать в себя использование статистических методов, визуализацию данных и сравнение с базовой линией.

5. Определить потенциальные дегрессионные факторы: на основе анализа данных определить потенциальные дегрессионные факторы, которые могут оказывать негативное влияние на систему или процесс.

6. Провести расследование: если идентифицированы потенциальные дегрессионные факторы, проведите дальнейшее расследование, чтобы подтвердить их наличие и определить причины их возникновения.

7. Принять меры по устранению: разработать и внедрить меры по устранению или снижению влияния выявленных дегрессионных факторов.

8. Продолжать мониторинг: продолжать систематически проводить мониторинг показателей и данных, чтобы оценивать эффективность принятых мер и выявлять новые дегрессионные факторы.

Регулярный мониторинг является ключевым элементом в выявлении дегрессионных факторов и обеспечивает возможность своевременного реагирования на них для поддержания эффективности системы или процесса.

Деятельность предприятий всегда непосредственно связана с риском. В словарном определении термин «риск» трактуют как «…возможность, опасность, неудача…» [201, с. 412]. Однако, каждое предприятие имеет собственный уникальный набор преимуществ, заключенный в его потенциале, под которым принято понимать – потенциал (лат. potentia – сила, возможности) совокупность имеющихся средств, «…всех имеющихся возможностей, … в какой-либо области или сфере…» [203]. В основе потенциала предприятия всегда находится «человеческая» составляющая – прежде всего руководитель/основатель предприятия. Его мысли, идеи лежат в основе как создания самого предприятия, так и реализуются при формировании организационной структуры самого предприятия, подборе кадров и др. элементов, связанных с выбором и соответственно, с риском.

В исследованиях О.И. Волкова, В.Я. Позднякова, Е.П. Моргуновой подчеркивается решающая роль экономистов предприятий, задача которых найти, предложить такую систему работы предприятия, в которой все имеющиеся у предприятия средства и ресурсы не просто использованы в

полном объеме, но и обеспечивают получение прибыли предприятия, как закономерного результата его финансово-хозяйственной деятельности. Отмечается, что «…профессиональный менеджер, экономист как основные лица в структуре хозяйственного управления обязаны обладать достаточным комплексом знаний и реальных процессах, и механизмах производства и обращения товаров, позволяющим избежать ошибок и гарантировать успех дела» [276, с. 8]. Следовательно, возрастает важность полноты институционализации всех процессов на предприятии, включая знаневую компоненту – процесс создания, накопления и реализации знаний, имеющихся как на предприятии, так и вне его непосредственного влияния.

Существует несколько причин, почему полнота институционализации всех процессов, включая знаниевую компоненту, становится все более важной на предприятии.

Во-первых, современный бизнес-мир стал сильно конкурентным и динамичным. Чтобы остаться конкурентоспособным, предприятие должно обладать всеми необходимыми знаниями и навыками. Институционализация знаний позволяет создать систему, которая гарантирует, что все необходимые знания доступны и используются на предприятии в полной мере.

Во-вторых, знания и опыт являются ценным активом для предприятия. Полная институционализация процессов создания, накопления и реализации знаний позволяет более эффективно использовать эти активы и получать высокий уровень результативности и производительности.

В-третьих, знания могут находиться не только внутри предприятия, но и за его пределами. Взаимодействие с внешней средой становится все более важным для предприятия, и институционализация знаниевой компоненты позволяет легко и эффективно осуществлять обмен знаниями как внутри, так и вне предприятия.

Наконец, полнота институционализации всех процессов на предприятии, включая знания, способствует обеспечению стабильности и надежности его работы. Институционализация позволяет создать систему,

которая не зависит от отдельных сотрудников и сможет выполнять задачи и достигать результатов независимо от изменений в персонале.

Таким образом, возрастает важность полноты институционализации всех процессов на предприятии, включая знаневую компоненту, чтобы обеспечить конкурентоспособность, эффективное использование знаний, легкий обмен знаниями и стабильную работу предприятия.

Знаниевую компоненту/систему предприятия можно охарактеризовать как совокупность имеющихся в его распоряжении:

- Человеческого капитала (профессиональные работники предприятия);
- Доступа к знаниями внутри и вне предприятия;
- Инфраструктуры предприятия, способствующей накоплению, производству знаний, их внедрению.

Важным элементом знаниевой компоненты предприятия является человеческий капитал, то есть наличие квалифицированных и опытных работников, способных генерировать, использовать и передавать знания. Они являются основным источником знаний в предприятии и играют решающую роль в его развитии.

Кроме того, предприятию необходим доступ к знаниям как внутри, так и вне компании [297,332,344,346,350]. Внутренние знания могут быть накоплены и систематизированы с помощью технологий управления знаниями, а также могут быть переданы между сотрудниками через обучение и обмен опытом. Внешние знания включают в себя научные исследования, рыночные данные, информацию о конкурентах и тенденциях в отрасли. Получение таких знаний может осуществляться через сотрудничество с внешними партнерами, участие в отраслевых конференциях и изучение специализированной литературы.

Инфраструктура предприятия также играет важную роль в формировании и использовании знаний. Это может быть информационная система, позволяющая управлять и обрабатывать данные, базы данных,

содержащие знания и опыт, и другие инструменты, способствующие накоплению и передаче знаний внутри предприятия.

В целом, знаниевая компонента/система предприятия включает в себя людей, их знания и опыт, доступ к внешним и внутренним знаниям, а также инфраструктуру, способствующую порождению и использованию знаний.

Проведенные исследования позволяют констатировать, что в рамках предприятий необходимо формировать новый тип организационной культуры управления, в которой знаниевая составляющая не на словах, а на деле приобретает ценность и понимание ее значимости во всей институционализированной системе. Следовательно, знаниевая услуга может быть, как внешний, так и внутренней для предприятия относительно места ее производства. Она связана с разделением и пониманием целей, роли и задач:

- Системы управления предприятием (роль, задачи руководителей по иерархической структуре предприятия, отраженные в положениях об отделах или иных структурных подразделениях, должностных инструкциях и др. регламентах предприятия);
- Структурных подразделений, оказывающих услуги внутри предприятия (консультации, разработка инструктивных и методических материалов для предприятия и др.);
- Инновационных подразделений (занимающихся инновациями как для внутреннего использования на предприятии, так и для внешней его деятельности – новые продукты, предлагаемые предприятием к продаже и реализации на целевом рынке).

Таким образом, речь идет о том, что предприятия должны усовершенствовать свою культуру управления соответственно новому этапу развития общества, техники и технологий – экономике знаний/услуг [9,11,52,146,163,198,228,236,286]. Однако, следует напомнить, что общественный строй, определяющий всю сущность общества – капитализм. Все отношения и способ получения прибыли в условиях развития капитализм описаны К. Марксом в его работе «Капитал». Для настоящего этапа развития

характерным является именно то, что присвоение неоплаченного труда реализуется через «неоплаченность» именно умственного труда, который и служит источником для получения прибавочного продукта в материальной его форме.

Знаниевая культура управления – культура управления, в которой умственный труд, креативность и инновационное мышление, являющиеся источниками получения прибыли в новых условиях получили бы достойную оценку, институционализированную в рамках предприятия, подкрепленные соответствующей его архитектоникой и дизайном.

В современных условиях последствий коронакризиса, VUCA- и гик-среды «…в лидерах находятся компании, которые сделали ставку на цифровизацию (не только на изучение потребительских паттернов, но и на формирование новых потребительских паттернов и продвижение продуктов с новыми свойствами) и поняли, что новые технологии могут сильно поменять социум» [268]. В исследованиях [232,247] как и в экономической теории доказано, а на практике установлено, что «неопределенность» сопровождает любое предпринимательство, а некая доля риска служит «…необходимым условием получения дохода…» при реализации предпринимательской деятельности. При этом известно, что высокий уровень риска сопровождает высокие величины получаемого дохода субъектом хозяйствования. Также известна и другая зависимость – высокий уровень ликвидности снижает уровень риска для предприятия. Следовательно, предприятие должно определить и сбалансировать неизбежность возникновения риска и желание оградиться от его негативного влияния, т.е. найти и поддерживать его оптимальную величину (оптимальный уровень – риска, ликвидности и доходности).

Как показали исследования [247,255], используется зонирование рисков в форме рассчитываемых уровней диапазонов величин, а именно: допустимых (не превышающих размер прибыли предприятия), критических (превышающих размер ожидаемой прибыли и даже размер расчетной выручки

от реализации) и катастрофических (равных или превышающих расчетную величину имущественного состояния субъекта хозяйствования), которые могут быть дополнены оптимальными, т.е. диапазоном нормального предпринимательского риска, связанного либо с их отсутствием – нахождением в без рисковой зоне или нахождением в зоне допустимых рисков, не превышающих четвертой части их величины.

Для изучения рисков на микроуровне целесообразно использовать упрощенный способ оценки предпринимательского риска на основе мониторинга показателей микроэкономического риска, используя предложенную карту (табл. 4.2).

Таблица 4.2 – Карта оценки предпринимательского риска в краткосрочном векторе развития субъекта хозяйствования

Риски и показатели	Коррелирующие показатели					
	Численность, чел.			Объем деятельности (производства /реализации), тыс. руб.		
	1	…	n	1	…	n
Риск снижения средней производительности труда	1	1	1			
Риск снижения предельно допустимой производительности труда	1	1	1			
Риск роста средних издержек (производства/обращения)				1	1	1
Риск потерь предельной нормы прибыли				1	1	1
Риск силы воздействия операционного рычага (риск ловушки «постоянных затрат»)				2	2	2
Риск силы воздействия финансового рычага (риск займовой ловушки)				2	2	2
Уровень кумулятивного эффекта (возникает от сопряжения операционного и финансового рычагов)				2	2	2
Величина затрат/издержек, общий				4	4	4
Величина условно постоянных затрат/издержек				4	4	4
Величина условно переменных затрат/издержек				4	4	4
Выручка от реализации				4	4	4

Продолжение таблицы 4.2

Риски и показатели	Коррелирующие показатели					
	Численность, чел.			Объем деятельности (производства /реализации), тыс. руб.		
	1	…	n	1	…	n
Величина валовой маржи				3	3	3
Величина прибыли				3	3	3
Рентабельность, пороговая				3	3	3
Рентабельность нематериальных активов				3	3	3
Запас финансовой прочности				3	3	3
%-ты за кредит				4	4	4
Прибыль балансовая				4	4	4
Величина нематериальных активов				4	4	4
1 – обобщенный показатель (на основе кривой риска, по видам) 2 – обобщенный показатель (расчет по известным формулам) 3 – промежуточный показатель (расчет по известным формулам) 4 – данные первичной и бухгалтерской/финансовой отчетности предприятия						

Составлено авторами по данным [232,247,255]

Исследования показали, что риски могут возникать на разных уровнях и в этой связи их принято подразделять на:

- макроэкономические (например, инфляционные/дефляционные, дисконтирования и валютного риска);
- мезоэкономические (например, инвестиционные, банковские);
- микроэкономические (возникающие у предприятий и предпринимательских структур).

На макроэкономическом уровне риски связаны с общим состоянием экономики и могут включать инфляционные риски (повышение цен на товары и услуги), дефляционные риски (падение цен), риски валюты (изменение курсов валют) и риски дисконтирования (изменение процентных ставок на рынках капитала).

На мезоэкономическом уровне риски связаны с конкретной отраслью или сектором экономики. Инвестиционные риски могут включать недостаток финансирования, изменения законодательства, риски связанные с изменением рыночной конъюнктуры. Банковские риски связаны с возможностью невозврата кредитов или проблемами с ликвидностью.

На микроэкономическом уровне риски возникают внутри предприятий и предпринимательских структур и могут быть связаны с нестабильностью спроса, конкуренцией, управлением ресурсами и технологическими рисками.

Общей целью управления рисками является минимизация потенциальных негативных последствий, связанных с эти рисками, и обеспечение устойчивости и успешности бизнеса.

Данные рейтингов, например, Forbes, позволяющие мониторировать капитализацию компаний-лидеров, свидетельствуют о том, что все они (например, Airbnb, Apple, Microsoft, Uber и др.) рисковали, но «…сделали ставку на мегатренды». То есть компании в свое время инвестировали в продукты и технологии будущего, имеющие длинные жизненные циклы, которые восприняты потребителем и приносят им доход в настоящем.

Отметим, что могут возникать так называемый эффект «институциональной ловушки». В исследованиях А. Чулок отмечено, что «…инвестиции, сделанные в прошлую технологическую парадигму, новые тренды могут просто закрыть … бизнесы» [268], что является большим вызовом для компаний и предпринимателей, т.к. возникает необходимость в изменении как применяемых инвестиционных стратегий, так и самих реализуемых бизнес-моделей при этом «…будущее стало настолько неопределенным, быстрым и неструктурированным, что лучше что-то взять себе в инвестиционный портфель, чем не взять» [268].

Предприятиям целесообразно осуществлять оценку и накапливать информацию о рисках, привести свою организационную структуру и структуру управления в соответствие с требованиями и вызовами постоянной

неопределенности, становящейся не только новой реальностью, но и новой нормальностью.

Оценка и накопление информации о рисках позволяет предприятиям быть готовыми к возможным угрозам и проблемам, которые могут возникнуть в будущем. Это позволяет им разрабатывать и реализовывать эффективные стратегии управления рисками.

Организационная структура и структура управления должны быть гибкими и адаптируемыми к изменяющимся условиям и требованиям. В условиях постоянной неопределенности предприятия должны быть способными быстро реагировать на изменения во внешней среде, а также принимать эффективные решения.

Новая реальность и новая нормальность требуют от предприятий умения приспосабливаться к быстро меняющемуся миру и быстро адаптироваться к новым условиям. Это может включать в себя изменение бизнес-моделей, внедрение новых технологий, разработку новых продуктов и услуг, а также переориентацию ресурсов и капитала.

Целесообразно также разрабатывать механизмы мониторинга рисков и их изменений, чтобы предприятия могли своевременно реагировать на новые угрозы и осуществлять корректировку своих стратегий управления рисками.

В целом, предприятиям следует осознавать, что постоянная неопределенность является неотъемлемой частью современного бизнеса, и для успешного функционирования они должны быть готовы к постоянному изменению и адаптации. Оценка рисков и адаптация структур управления являются ключевыми компонентами, которые помогут предприятиям достичь устойчивого развития и преуспеть в сложных условиях. С этой целью следует создать специальную службу, подчиненную зам. генерального директора или управляющему, в обязанности которого входит и развитие организационных структур.

Подчеркнем, что структурное и организационное обособление вопросов совершенствования управления современным предприятием обосновывается

сложностью и специфичностью решаемых задач [7,10,28,20,23,45,53,54,67], требующих глубоких знаний и опыта специалистов, профессионально владеющих методами и средствами управления, имеющими глубокие знания в сфере экономики, организации, кибернетики, системотехники, психологии, маркетинга и др. Такая служба должна иметь обособленный статус и являться штабным органом. Ее главная цель – способствование оптимизации организационной структуры с использованием науки, организации и проведения собственных научных исследований для решения задач предприятия.

Главная задача специальной службы на предприятии состоит в том, чтобы помочь оптимизировать организационную структуру предприятия. Это может быть достигнуто путем применения научных методов, организации и проведения собственных научных исследований.

Специальная служба может проводить анализ текущей организационной структуры предприятия с помощью научных методов и инструментов. Это может включать в себя исследование рабочих процессов, структурирование отделов и должностей, оценку эффективности коммуникации и взаимодействия внутри предприятия и т.д.

На основе таких исследований специальная служба может разрабатывать рекомендации по оптимизации организационной структуры. Это может включать в себя предложения о перераспределении задач и функций между различными подразделениями, создание новых отделов или изменение существующих, улучшение коммуникационных потоков и обмена информацией, а также повышение эффективности работы предприятия в целом.

Дополнительно, специальная служба может заниматься разработкой и внедрением собственных научных исследований для решения специфических задач предприятия. Это может включать в себя исследование рынка, анализ конкурентов, анализ потребностей и предпочтений клиентов, изучение новых технологий и методов производства и т.д.

В целом, главная задача специальной службы на предприятии заключается в оптимизации организационной структуры предприятия, что, в свою очередь, способствует улучшению эффективности и конкурентоспособности предприятия.

На основе проведенного исследования установлено, что в «экономике знаний» архитектоника знаниевых услуг в потенциале предприятия включает в себя следующие основные элементы:

1. Знания: это основной ресурс в «экономике знаний». Предприятия должны обладать и организовывать знания, чтобы достичь конкурентного преимущества. Эти знания могут быть как формальными, так и неформальными, и должны быть удерживаемыми, передаваемыми и используемыми для создания ценности.

2. Управление знаниями: предприятия должны иметь систему управления знаниями, чтобы эффективно использовать и максимизировать свой знаниевый потенциал. Эта система включает в себя сбор, организацию, хранение, передачу, обновление и использование знаний внутри предприятия.

3. Обучение и развитие: предприятия должны инвестировать в обучение и развитие своих сотрудников, чтобы развить их знания и навыки, необходимые для успешной работы в «экономике знаний». Это может включать как формальное обучение (например, семинары, курсы и тренинги), так и неформальное обучение (например, менторство, обмен опытом и самообучение).

4. Информационные технологии: предприятия должны использовать информационные технологии для поддержки управления знаниями и сбора, организации, хранения, передачи и обновления знаний. Это может включать в себя использование баз данных, систем управления содержимым, средств электронного обучения и других технологий.

5. Сетевые отношения: предприятия должны развивать сетевые отношения и партнерства с другими предприятиями, учебными учреждениями, исследовательскими институтами и другими ключевыми

заинтересованными сторонами. Это позволяет им обмениваться знаниями, опытом и ресурсами, а также создавать коллективный интеллект и инновации.

Архитектоника знаниевых услуг в потенциале предприятия представлена на рис. 4.5.



Рисунок 4.5 – Архитектоника знаниевых услуг в потенциале предприятия, *авторская разработка*

Архитектоника знаниевых услуг в экономике знаний представляет собой систематическую организацию и структурирование процессов создания, передачи и использования знаний в рамках экономической деятельности. Экономика знаний – это концепция развития, основанная на использовании знаний и информации как основных ресурсов для достижения инноваций, роста и конкурентоспособности.

В рамках архитектоники знаниевых услуг выделяются следующие составляющие:

1. Знаниевые ресурсы: это информация, опыт, навыки, технологии, интеллектуальная собственность и другие активы, которые могут быть использованы для создания знаниевых услуг.

2. Инфраструктура: включает в себя технологическую базу, сетевые системы и инструменты, которые обеспечивают эффективную передачу знаний и доступ к ним. Это может быть облачная инфраструктура, базы данных, системы управления знаниями и учебные платформы.

3. Производство знаниевых услуг: включает в себя процессы создания, организации и предоставления знаний, такие как исследования, разработка новых технологий, образование и тренинги, консультационные услуги, создание интеллектуальной собственности и т. д.

4. Распространение знаний: включает в себя активности по диффузии и обмену знаниями между различными участниками экономики знаний. Это могут быть публикации, конференции, семинары, образовательные курсы, проекты совместной работы и т. д.

5. Использование знаний: включает в себя применение знаний в различных сферах деятельности, таких как бизнес, наука, образование, технологии и др. Это может включать в себя инновационные процессы, оптимизацию бизнес-процессов, разработку новых продуктов и услуг, повышение конкурентоспособности и эффективности.

Архитектоника знаниевых услуг основывается на принципах организации и управления знаниями, цифровой трансформации, инноваций и сотрудничества между различными участниками экономики знаний. Она способствует развитию интеллектуального потенциала общества, повышению качества жизни, созданию новых предпринимательских возможностей и устойчивому экономическому росту.

В целом, архитектоника знаниевых услуг в экономике знаний направлена на создание, организацию и управление знаниями в предприятии,

чтобы повысить его конкурентоспособность и создать ценность для клиентов и заинтересованных сторон.

На основе проведенных исследований установлено, что знаниевые услуги могут иметь место как система и внутри предприятия, что требует четкого понимания их сущности, роли и значения, а, значит, институционализации на уровне субъекта хозяйствования; архитектоники исследованы вопросы архитектоники знаниевых услуг в потенциале предприятия и выявлена потребность в формировании новой знаниевой культы управления; предложен научно-методический подхода к оценке рисков предприятия. Исследованы риски, зоны риска, которые дополнены критерием – оптимальный риск; разработан подход к исследованию рисков, а также оценки для предпринимательских структур, функционирующих в «экономике знаний». Дан ряд определений.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на изучение механизмов развития субъектов хозяйствования в условиях экономики услуг, разработку методического обеспечения, архитектуры и дизайна управления и формирования знаниевой культуры управления.

Выводы по разделу 4

В четвертом разделе «Анализ институционализации развития предпринимательства и услуг в экономике знаний» проведено исследование развития предпринимательства на инновационной основе и проблема формирования человеческого капитала в экономике знаний; исследовано академическое препирательство, а также архитектоника знаниевых услуг в потенциале предприятия в экономике знаний.

Исследование вопросов развития предпринимательства на инновационной основе в контексте необходимости решения проблемы формирования человеческого капитала в «экономике знаний» позволило

акцентировать внимание руководителей разных уровней (государства, предприятий) на не синонимичности ряда терминов, которые широко используется в современном научном, нормативном и экономическом обороте; уточнить термины «человеческий капитал» и ввести понятие «качество человеческого капитала». Определено, что для развития экономики в условиях современных кризисов целесообразно развивать академическое предпринимательство. Инвестиции в науку и научные разработки приоритетно осуществляются государством и предпринимательским сектором, а в ДНР инвестирование в науку и научные разработки – минимальные. Следовательно, Республика и предпринимательство пока обходятся «старыми», собственными знаниями, не заинтересованы в анализе и обосновании инновационных и нестандартных решений в той или иной сфере, включая отсутствие системности и стратегического видения развития, разработку технологических решений, продуктов и т.п. В этих условиях научная общественность реализует собственные исследования, в большей степени основанные на интуитивном выборе векторов и самостоятельном опыте проведения прикладных и фундаментальных исследований (по мере возможности). Это прослеживается из анализа работы диссертационных советов и публикаций ученых, т.к. ученый имеет потребность в проведении исследований; поддержании своей компетентности и экспертности вне зависимости от создания либо не создания государством благоприятной для реализации исследовательской деятельности среды. В условиях, когда скорость принятия решения и время на обработку данных составляет ценность, применение искусственного интеллекта становится необходимостью. Для эффективного использования искусственного интеллекта в рамках Республики целесообразно сформировать стратегию его внедрения, а также обеспечить законодательную поддержку механизмов его использования.

Для развития академического предпринимательства определены векторы архитектуры моделей, под которыми следует понимать направления,

которые могут быть использованы при проектировании и построении моделей для целей развития такого предпринимательства на основе его видов и форм. Векторами архитектуры (искусства проектирования и строительства) моделей развития академического предпринимательства могут быть, как отдельные виды и формы деятельности, так и комплексные решения. Сами решения зависят от имеющихся ресурсов, возможностей и реализуемых целей, а также наличия стратегического видения работы и, конечно же, наличия человеческого каптала. Определено, что знаниевая компонента/система предприятия характеризуется совокупность имеющихся в его распоряжении: человеческого капитала (профессиональные работники предприятия); доступа к знаниями внутри и вне предприятия; инфраструктуры предприятия, способствующей накоплению, производству знаний, их внедрению. Для предприятий предложена карта, позволяющая оценивать уровень и динамику предпринимательского риска в краткосрочной перспективе, а также разрабатывать стратегии с учетом микроэкономического риска.

Основные результаты исследования отражены в работах [106,96,72,73,75,93,107].

РАЗДЕЛ 5 ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

5.1 Организационно-информационный дизайн института услуг в экономике знаний

Одной и важных черт предоставления услуг, в т.ч. знаниевых, является их возмездный характер, что имеет особе значение в капиталистическом обществе развитие, которого проявляется в настоящее время. Современная институциональная среда характеризуется как нестабильная, что требует ее глубокого изучения с целью формирования адекватных решений как со стороны предприятий, так и граждан и в этой связи знаниевые услуги будут только расширяться. Президент РФ В.В. Путин на ПМЭФ-2022 отметил, что «… открытость, опора на предпринимательские свободы, сбалансированная макроэкономическая политика и социальная справедливость должны стать принципами новой экономической политики» [208] Н. Цехомский – первый заместитель председателя госкорпорации ВЭБ.РФ, также подчеркнул важность человека, отметив, что «…в соответствии с целями, обозначенными в майских указах главы государства, именно человек вышел на первый план» [180]. При этом возрастает важность проектного финансирования, развития человека как капитала, малого и среднего предпринимательства, государственно-частного партнерства/ГЧП (контрактов с властью), эффективного функционирование институтов развития.

В экономике знаний, где информация и знания являются основными ресурсами и факторами производства, возрастает необходимость в формировании организационно-информационного дизайна института услуг.

Организационно-информационный дизайн института услуг включает в себя разработку и внедрение системы организации информационных процессов, которая позволяет эффективно управлять информацией в рамках предоставления услуг. Он включает в себя различные аспекты, такие как

организация и управление информационной инфраструктурой, управление информационными активами, разработка и внедрение информационных систем и технологий.

В условиях экономики знаний институт услуг играет важную роль в предоставлении новых, инновационных услуг, основанных на знаниях. Однако, успешность этих услуг напрямую зависит от эффективного управления информацией. Необходимо уметь собирать, хранить, анализировать и использовать информацию, чтобы разрабатывать и предоставлять услуги, отвечающие потребностям и ожиданиям клиентов.

Организационно-информационный дизайн института услуг помогает сделать это возможным. Он позволяет создавать системы, которые интегрируют информацию из различных источников и преобразуют ее в ценную и полезную информацию для принятия управленческих решений. Такие системы помогают управлять знаниями и интеллектуальными активами, оптимизировать процессы предоставления услуг, повышать эффективность и качество услуг. В экономике знаний возрастает необходимость в формировании организационно-информационного дизайна института услуг. Он играет важную роль в управлении информацией и знаниями, что является ключевым фактором успеха в предоставлении услуг в данной экономической сфере.

В экономике знаний может быть реализован как разрушительный, так и созидательный характер развития. Л.В. Клыков подчеркивал, что «…лучшим ученым мира сегодня ясно, что происходящее событие в истории всегда были и есть тесно взаимосвязаны, ничего не происходит случайно, и при должных знаниях можно делать потрясающий точные прогнозы о том, что нас ждет» [165]. Наиболее эффективные системы имеют природный, естественный характер (экосистемы). Они гармоничны, экологичны, созидательны (понятны, красивы/элегантны, достаточно просты в использовании). При выборе созидательного характера развития, где Человек признан ценностью должен реализовываться созидательный принцип. Социальная

несправедливость – одна из негативных граней современного общества, преодоление которой должно решаться через работу системы «социальных лифтов» и фильтров. Услуги, связанные с осуществлением работы такой системы находятся в сфере: образования (детский сад, среднюю школу, вуз, те или иные профессиональные курсы), культуры (музыкальные, художественные школы), спорта (спортивные секции, спортивные школы) и др.

Организационно-информационный дизайн института услуг в «экономике знаний» включает в себя разработку и реализацию структуры и процессов информационной системы, которая обеспечивает эффективное функционирование института услуг.

В основе организационно-информационного дизайна лежит следующий подход: анализ бизнес-процессов (Определение основных задач и целей института услуг в «экономике знаний». Исследование и описание текущих бизнес-процессов, выявление их проблем и узких мест); разработка информационной модели (Создание модели, которая отображает основные бизнес-процессы института услуг в «экономике знаний». Включение в модель информации о потоках данных, ролях и ответственностях сотрудников, методах работы); разработка информационной системы (Создание системы, которая включает в себя программное обеспечение, аппаратное обеспечение и коммуникационную инфраструктуру. Выбор, установка и настройка необходимого оборудования и программного обеспечения); разработка информационных процедур (Создание процедур и правил, которые определяют, как информация будет использоваться в рамках института услуг в «экономике знаний». Включение в эти процедуры регламентов и инструкций по работе с информацией); внедрение и поддержка информационной системы (Установка и запуск информационной системы, обучение сотрудников работе с ней, поддержка и модернизация системы в дальнейшем); оценка эффективности (Систематическое измерение и анализ результатов работы информационной системы. Определение показателей эффективности и

принятие мер для их улучшения). Организационно-информационный дизайн института услуг в «экономике знаний» позволяет оптимизировать бизнес-процессы, улучшить доступ к информации, повысить эффективность работы и улучшить качество предоставляемых услуг.

Значительный вклад в исследование рынка и развитие теории рынка внесен известными экономистами У. Джевонсом (он ввел понятие «ценность»: меновая, потребительская и др.), Ф. Котлером, А. Маршаллом, А. Хайек и др. (табл. 5.1). В ряде исследований [1,5,61,131,239] отмечается, что объективной основой развития рыночного механизма является многообразие форм собственности с доминированием частного капитала. В этой связи важным является тот факт, что для успешной работы на рынке предприятию необходимы стратегии, соответствующие как реализуемой им модели деятельности, так и требованиям времени, чтобы быть успешным в конкурентной борьбе. Под стратегией принято понимать общий не детализированный план действий предприятия, который может носить долгосрочный, среднесрочный или краткосрочный характер. Однако, учет в стратегиях временного фактора становится затруднительным ввиду нестабильности среды функционирования рынка. В исследованиях Н.Ю. Возияновой обращено внимание на важность «стратегирования», как непрерывного процесса выработки и корректировки плана работы предприятия для достижения им поставленных целей и решаемых на каждом отрезке времени задач, а также – на «архитектонике» как искусстве построения системы, включающей спектр знаний, объединенных в единое целое идеей, научностью основ [51, с. 58].

Особенность современных предприятий/субъектов хозяйствования состоит в том, что они должны:

- уметь адаптироваться к быстро меняющимся условиям внешней и внутренней среды;
- стратегически реагировать на изменения;

- стратегически видеть возможности собственного развития в сложившихся и будущих условиях.

Таблица 5.1 – Векторы рассмотрения рынка в теориях

Вектор рассмотрения рынка		Сущность рынка
Как группы	У. Джевонс	«…группа людей, вступающих в деловые отношения и заключающих крупные сделки по поводу любого товара»
	Ф. Котлер	«…совокупность существующих и потенциальных покупателей товара, подчеркивая особую роль покупателей»
Как равновесие	А. Маршалл	«…предельные издержи, под которой понимались издержки производства последней единицы определенного товара»
Как передаточное устройство для использования информации	А. Хайек	«…сложное передаточное устройство, позволяющее с наибольшей полнотой и эффективностью использовать информацию, рассеянную среди бесчисленного множества индивидуальных агентов»
Как «отношение» между участниками процесса обмена	Д.С. Норт, Р. Коуз, С. Чанг	«…взаимодействие продавцов и покупателей, каждый из которых самостоятелен в своих действиях» «…система отношений между спросом и предложением» «…совокупность отношений товарного обмена» «…сфера обмена, которая связывает в единый механизм производителей и потребителей товаров»

Составлено автором по данным [7,9,314,293,298,338]

Основой развития, т.е. позитивно направленного движения, является умение пользоваться знаниями, уже имеющимися на предприятии, а также способствование их приросту. Проблемными вопросами являются выработка

методологических подходов к изучению процессов и явлений, характеризующих концептуальные направления и институциональную структуру в развитии внутренней торговли страны.

Основой рационального функционирования любой отрасли является ее развитие. Однако само понятие развития требует уточнения. Проведенные нами исследования позволяют сформулировать развитие как совокупность изменений, безотносительную к получаемому результату. Этот тезис базируется на том, что развитие характеризуется ростом тех или иных показателей, выделенных аналитиком в виде критериев измерения и оценивания. Изменение показателей определяется их ростом, снижением или отсутствием изменения. Причем, рост показателей по выделенным критериям не обязательно свидетельствует о положительных изменениях объекта (т.е. они могут характеризовать и отрицательные черты развития объекта исследования). Это подтверждает возможность классифицировать развитие на инновационное развитие; стагнационное развитие и дегрессионное развитие [51, с. 134]. Следовательно, развитие, как категория, показывает аналитику вектор изменений.

Развитие сопровождается институционализацией отношений и их фреймированием, то есть, как отмечает Н. Возиянова, установлением способа мышления, соотнесения внешней информации с существующими правилами, принятыми за основу [51, с. 71]. Отметим, что институт рассматривается нами с позиции новой институциональной теории, то есть «институт, включая людей». В соответствии с теорией институциональной архитектоники, предложенной А. Гриценко [60], любой институт характеризуется целью и действием, а также фреймированием норм и правил взаимодействия [251,289,338]. Институт всегда имеет контур, который ограничивает сущностное его восприятие. Под контуром института мы понимаем совокупность ограничений, то есть правил действия, заложенных в этом институте. Для развития, исходя из целеполагания, будут выбраны соответствующие тактические действия, что позволит выстраивать

необходимую систему ограничений, то есть контур, в рамках которого можно производить любые действия позволит формировать различные институты и предлагать их на выбор, что создает рынок институтов. Те институты, которые лучше спроектированы, будут признаны, то есть фреймированы. В любом случае, развитие института связано с постановкой цели или целей, в зависимости от субъекта целеполагания и связано с издержками [10,15,16]. Этот субъект должен фактически разработать стратегию и организовать ее реализацию.

Однако, как показали исследования, стратегия практически всегда требует координационных действий и не документов под названием «стратегия», а стратегирования. Нами предложено использовать для корректировки целей в соответствии с изменяющимися институциональными условиями теоретический подход действия стратегического механизма развития, основанного на «Петле Бойда». Этапами стратегирования должны стать: постановка цели; остановка; оценивание состояния; корректировка цели или путей ее достижения, причем этот процесс должен быть непрерывным. Стратегирование определено нами как процесс выработки стратегии, ее мониторинг и анализ состояния объекта и среды, обеспечивающий выработку координационных воздействий для корректировки цели или путей ее достижения. Стратегирование связано с будущим, а оно в свою очередь может быть: неизбежным; невозможным; иметь пространство сценариев (возможные варианты изменений и последствий) для объекта исследования и анализа.

Организационный механизм стратегирования знаниевых услуг в экономике знаний представлен на рис. 5.1.

Следует отметить, что никакое проектирование развития не приведет к желаемому результату, если нет системы оценки и инструментов, позволяющих ее осуществить.

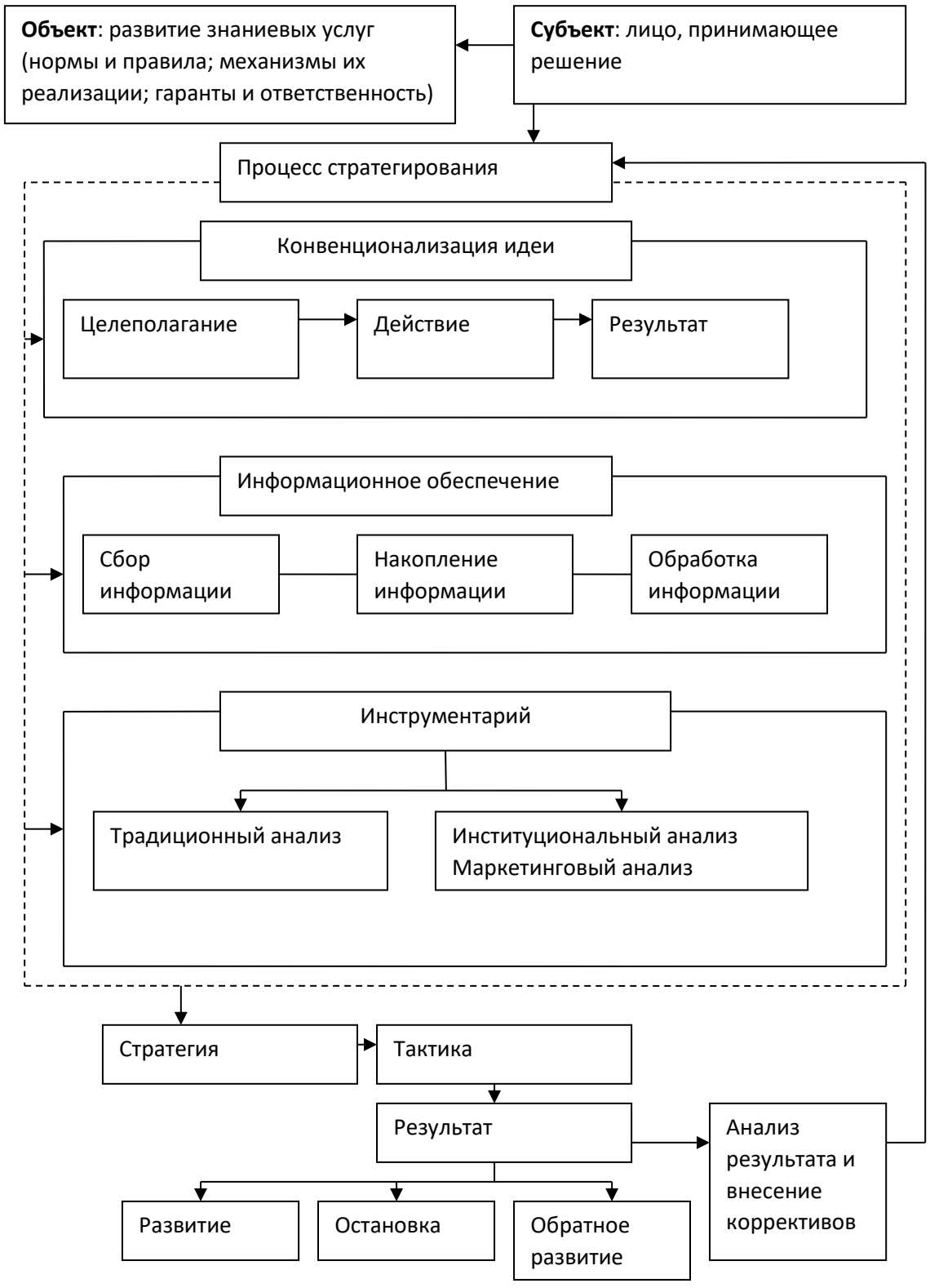


Рисунок 5.1 – Организационный механизм стратегирования знаниевых услуг, *авторская разработка*

Предприятия также могут реализовывать созидательный либо разрушительный принцип своего развития исходя из имеющихся ресурсов,

подходов к управлению и менеджменту, сложившейся организационной структуры и культуры, отношения человеку, обществу, званиям.

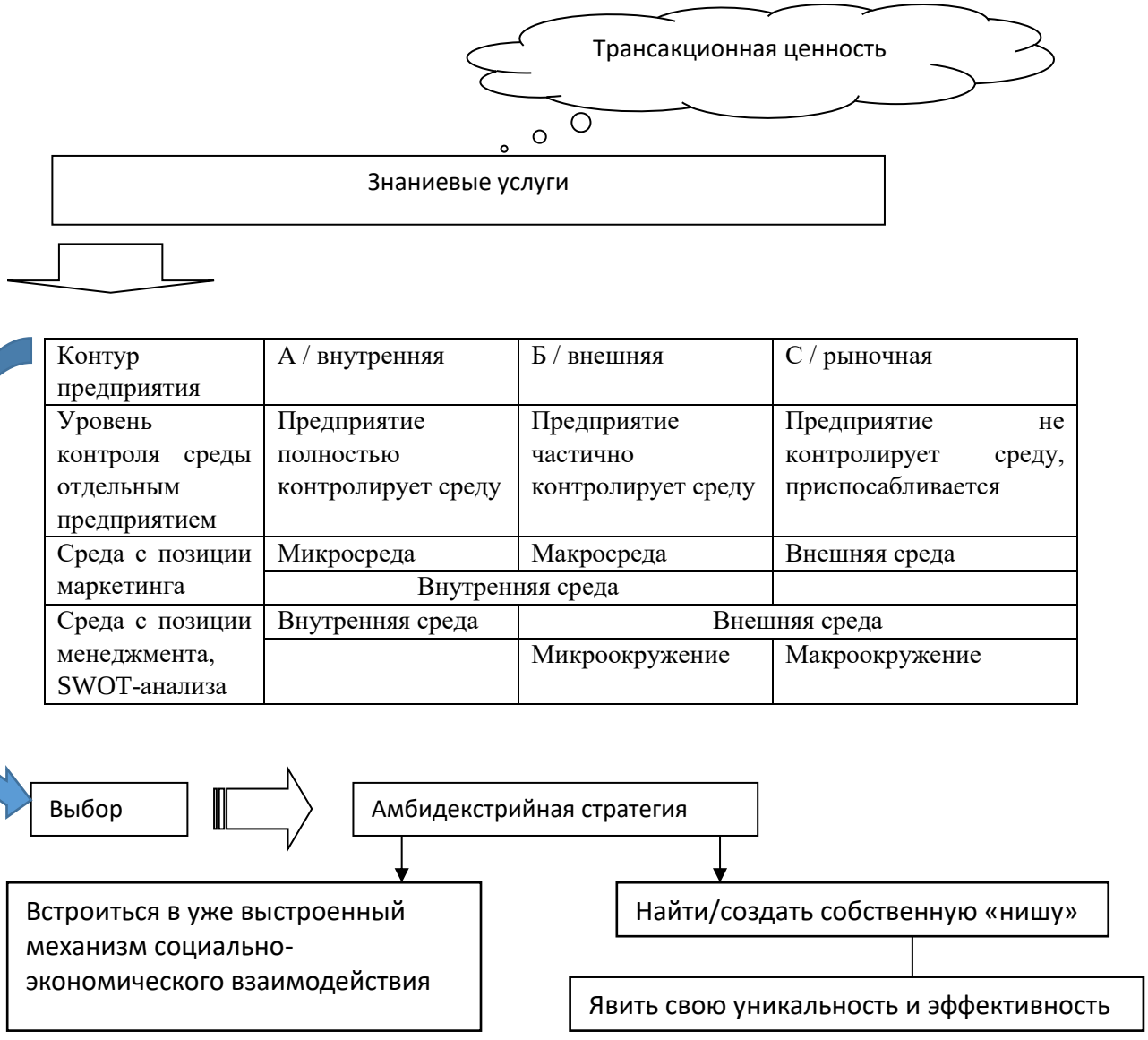
Реализация созидательного принципа развития предприятия заключается в стремлении к постоянному росту и улучшению производственных процессов, качества продукции, условий труда, отношений с партнерами и клиентами. В основе созидательного принципа лежит стремление к инновациям, поиск новых решений и возможностей для развития компании.

Разрушительный принцип развития предприятия, напротив, основан на сохранении статус-кво, отсутствии стремления к развитию и инновациям. Предприятие, реализующее разрушительный принцип, может упускать возможности для роста и развития, игнорировать изменения на рынке и потребности клиентов, что может привести к ухудшению конкурентоспособности и, в конечном итоге, к снижению прибыльности и выживаемости предприятия.

Выбор между созидательным и разрушительным принципом развития предприятия зависит от многих факторов, включая стратегию компании, ресурсы, возможности для роста и инноваций, а также от культуры и ценностей предприятия. Важно учитывать, что разрушительный принцип может быть опасен для долгосрочного успеха компании, поэтому многие предприятия стремятся реализовывать созидательный принцип в своем развитии.

Мониторинг может проводиться в системе: выполнено/не выполнено. Объединение в арсенале исследователя инструментов традиционного и институционального анализа позволит учитывать влияние человеческого фактора. Для того чтобы выстроить стратегию (базовую, начальную) она должна быть спроектирована. Важно, что при выборе «структурообразующего метода» нужна политическая воля, как требует ее и полная модернизация научных институтов, которые в лучшей своей части были сформированы еще в прошлом веке и так и остались заточенными под прошлый век.

В стратегическом анализе обычно принято изучать две среды – внутреннюю и внешнюю, но их три – есть еще рыночная среда, и, следует отметить, что делятся они (среды) в маркетинге и в менеджменте по-разному. Разработана схема влияния знаниевых услуг с позиции контуров предприятия, помогающая сделать выбор в реализуемых им стратегиях (рис. 5.2).



Контур предприятия	А / внутренняя	Б / внешняя	С / рыночная
Уровень контроля среды отдельным предприятием	Предприятие полностью контролирует среду	Предприятие частично контролирует среду	Предприятие не контролирует среду, приспосабливается
Среда с позиции маркетинга	Микросреда	Макросреда	Внешняя среда
	Внутренняя среда		
Среда с позиции менеджмента, SWOT-анализа	Внутренняя среда	Внешняя среда	
		Микроокружение	Макроокружение

Рисунок 5.2 – Схема влияния знаниевых услуг с позиции контуров предприятия в «экономике знаний», *авторская разработка*

Носителями знаний на предприятии являются сотрудники – персонал, который с одной стороны должен быть грамотно расставлен на ключевых

позициях, а с другой – непрерывно воспроизводится. Воспроизводство знаний на предприятии может осуществляться как через системы внутреннего обучения, оказания знаниевых услуг внутри предприятия, так и через обращение предприятия за такими услугами ко внешним их носителям (образовательным и научным учреждениям, различным Центрам, экспертам и т.п.).

В организационном плане в условиях капиталистического способа производства предприятие должно либо уметь соответствовать – адаптироваться к имеющимся условиям; либо изыскивать возможности оказывать влияние на среду; либо создавать или выбирать «нишу» рынка для развития своей деятельности.

Рынок, характеризуется тем, что представляет собой систему взаимосвязанных элементов (политических, организационных, социальных, экономических) опосредующих действия субъектов хозяйствования и потребителей/покупателей для совершения операций обмена продукта (товара/услуги) на деньги. Рынок носит как вполне реальный, так и виртуальный характер, т.е. функционирует в реальной и виртуальной среде через применение различных Интернет и информационно-коммуникационных технологий, что непосредственно подразумевает взаимосвязь предприятия с иными субъектами деятельности, оказывающими ему различного рода сервисные услуги. Доля сервисных услуг для предприятий имеет тенденцию к росту, как растут и трансакционные его издержки.

В исследованиях Д.С. Нортона и Дж.Дж. Воллиса отмечается, что превалирующий неоинституциональный подход «…полностью игнорирует наличие трансакционных услуг» [338, с. 115], которые могут оказываться как в рамках предприятия, так и в рамках целевых рынков. В этой связи трансакционные издержки следует рассматривать не просто как затраты, понесенные предприятием в тот или иной период времени, а как связанные с осуществлением продуктивной деятельности предприятия. Следует подчеркнуть, что трансакционные издержки имеют единую экономическую

природу вне зависимости от формы и источников возникновения. В этой связи рост трансакционного сектора (сектора услуг) обусловливает в совокупности с процессом институционализации снижать неопределенность, а также влиять на трансформационные издержки предприятий. В то же время сектор трансакционных услуг и эффективная его работа способна снижать удельный вес трансакционных издержек предприятия в общем объеме его затрат, что также связано с необходимость внедрения в организационную его структуру подразделения, способного заниматься вопросами развития, анализом и предоставлением знаниевых услуг в нескольких направлениях: для принятия управленческих решений; для координации, сопровождения, поддержания и адаптации текущего производственного процесса.

Знаниевые услуги могут снижать трансакционные издержки в случае, когда предприятие получает доступ к специализированным знаниям и экспертизе. Это позволяет предприятию избежать необходимости самостоятельно искать, адаптировать и применять новые знания, что может быть дорого и затратно по времени. Вместо этого, предприятие может обратиться к эксперту или консультанту, который уже обладает нужными знаниями и опытом.

Однако, в случае трансформационных издержек, знаниевые услуги могут нести трансакционную ценность. Трансформационные издержки связаны с изменениями и инновациями в предприятии. Внедрение новых знаний может требовать значительных усилий и ресурсов для преобразования и адаптации предприятия. В такой ситуации, знаниевые услуги могут иметь высокую стоимость, так как требуют интенсивной работы над преобразованием и изменением текущих процессов и структуры предприятия.

Таким образом, знаниевые услуги могут иметь разный эффект на трансакционные и трансформационные издержки предприятия в зависимости от контекста и потребностей организации.

Трансакционная ценность знаниевых услуг – совокупность полезных эффектов, выраженных в прямых и косвенных выгодах, получаемых

предприятием при реализации института знанивевых услуг и осуществления качественных трансакций с его помощью.

Трансакционная ценность является комплексным и динамичным понятием: она создается, а не просто существует, что также связано с трансакционными издержками; изменяется во времени (создание, поддержание и адекватное изменение при необходимости институтов, также сопряжено с трансакционными издержками); предполагает наличие или создание взаимосвязи между участниками процесса в форме цепочек взаимодействия или даже в форме создания экосистем, создающих ценность, что требует институционализации, конвенционализации и фреймирования на уровне всех участников взаимодействия.

Таким образом, важной задачей стратегии рыночного участия субъекта хозяйствования является установление и поддержание адекватного взаимодействия предприятия со всеми его стейкхолдерами и участниками производственно-технологического и торгового процесса.

На основе проведенных исследований установлено, что векторы рассмотрения рынка изменялись в направлении отношенческого подхода; работа предприятий в современных условиях развития экономики знаний требует не просто выработки стратегий, а стратегирования; предложен организационный механизм стратегирования знаниевых услуг; разработана схема влияния знаневых услуг с позиции контуров предприятия; определено, что знаниевые услуги могут быть реализованы как во внешнем контуре предприятия, так и во внутреннем; дано определение «трансакционная ценность знаниевых услуг».

Разработана модель организационных действий для развития услуг/института услуг в экономике знаний, предусматривающая признание Человека ценностью; необходимость формирования «Человеческого капитала»; создание условий для качественной работы социальных лифтов и фильтров; реализацию амбидектийной модели и обеспечение маркетинговой поддержки (рис. 5.3).

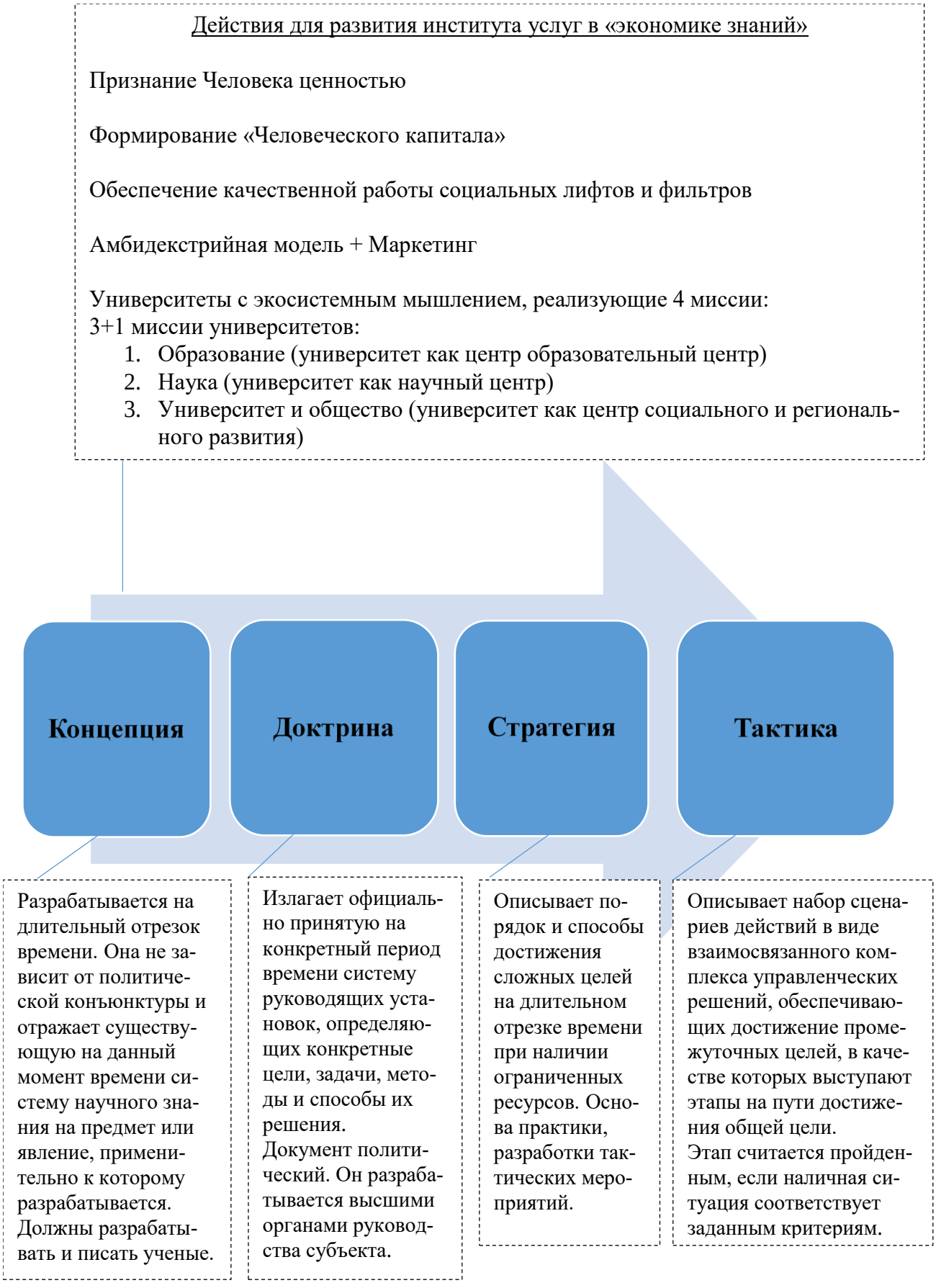


Рисунок 5.3 – Модель организационных действий для развития услуг/института услуг в экономике знаний, *авторская разработка*

Особая роль при таком подходе должна быть отведена университетам [21,22,149,167,173,188,190,196,242,325], как социальным институтам, имеющим собственные стратегии, которые интегрированы со стратегией и иными документами, принятыми в стране, реализуя Три миссии Университета. В новых условиях нарастания кризисных явлений и вызовов требуется иной подход – мобилизационный – привлечение трудящегося населения или определенных отраслей народного хозяйства для выполнения каких-либо заданий. В этой связи необходимо наладить учет, контроль и анализа в части имеющихся человеческих ресурсов, капитала и потенциала в сфере науки, научных знаний, образования. В количественном смысле – человеческий ресурс, в коммерческом плане – человеческий капитал, обладающий потенциалом [279, с. 36-42]: реализованным/не реализованным/частично реализованным, способным приносить пользу, включая прибыль. Сложность использования знаниевого капитала в том, что: для его формирования и развития необходимы условия; знания должны подпитываться, обмениваться/обсуждаться – чтобы достичь истины; они не имеют границ/предела и могут быть доработаны, переработаны, что стимулирует появление новых знаний; знания неотделимы от его носителя – человека и осуществлять контроль весьма сложная задача (какое решение будет принято, как базовое; когда, в каком месте, кем). Для современных условий необходима стратегия для выработки стратегии субъекта в «экономике знаний», в качестве которой предлагается основываться на амбидекстрийности. Амбидекстрия как качество подлежит развитию [12].

Амбидекстрийная стратегия – это выбор субъектом равного следования сразу нескольким стратегиям, через комбинирование и совмещение различных элементов (ресурсов, подходов, методов и способов) стратегии и инструментария (иногда считающихся несовместимыми), позволяющих эффективно достигать цели нестандартным способом. Предложена карта особенностей стратегии работы команд-амбидекстров (таблица 5.2).

Таблица 5.2 – Карта особенностей стратегии работы команд-амбидекстров

Ключевые элементы	Виды стратегий	
	«Масштаб и продуктивность»	«Скорость и креативность»
Стратегическая установка	Стоимость – прибыль	Инновации – рост
Приоритетные задачи	Операционные, эффективность	Адаптивность, новые товары/услуги
Тип инноваций	Инкрементные	Прорывные
Компетенции	Операционные	Предпринимательские
Организационная структура	Формализованная	Адаптивная
Контроль	Показатели	Дескриптивные ориентиры
Вознаграждение	Эффективность	Рост/развитие
Организационная культура	Эффективность, низкий уровень риска, качество, клиенты	Принятие рисков, скорость, гибкость, экспериментирование
Стиль руководителя	Автократический	Визионерский
Стиль руководства	Иерархический/приказной	Ангажированный/вовлеченный

Составлено автором

В «экономике знаний» которая основана на использовании информации и знаний как основных ресурсов, существуют определенные базовые особенности элементов рынка, которые необходимо учитывать при выборе и формировании стратегии. Некоторые из таких особенностей включают:

1. Знания как основной ресурс: В экономике знаний знания являются ключевым ресурсом, так как они могут быть использованы для создания новых продуктов и услуг. Поэтому при формировании стратегии необходимо учитывать доступность и качество знаний, а также возможности их привлечения и удержания.

2. Быстрое развитие технологий: Технологии являются важным элементом «экономики знаний», так как они позволяют эффективно использовать знания. Однако, технологии быстро развиваются, поэтому при выборе стратегии необходимо учитывать возможности и готовность к внедрению новых технологий.

3. Глобализация: В экономике знаний границы становятся менее значимыми, так как знания и информация могут быть переданы через интернет и другие коммуникационные средства. Поэтому при формировании стратегии необходимо учитывать международную конкуренцию и возможности участия в глобальных сетях и проектах.

4. Инновации: Инновации являются ключевым элементом экономики знаний, так как позволяют создавать новые продукты, услуги и бизнес-модели. Поэтому при выборе стратегии необходимо учитывать возможности и готовность к инновациям, а также способы их стимулирования и управления.

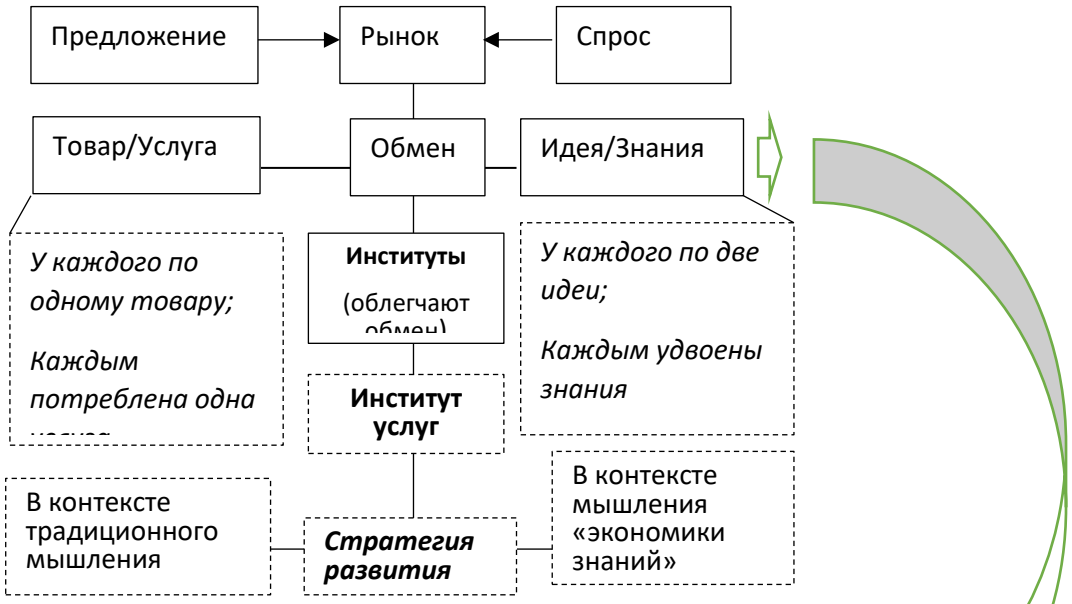
5. Человеческий капитал: В экономике знаний уровень образования, навыки и таланты работников играют важную роль. Поэтому при формировании стратегии необходимо учитывать не только доступность квалифицированного персонала, но и способы его привлечения, развития и удержания.

Эти особенности рынка могут варьироваться в различных отраслях и регионах. Поэтому при выборе и формировании стратегии в «экономике знаний» необходимо проводить анализ конкретной ситуации и учитывать особенности рынка, на котором действует организация.

Разработана схема базовых особенностей элементов рынка, требующих учета при выборе и формировании стратегии в «экономике знаний» (рис. 5.4).

Однако следует отметить, что использование инноваций и достижений цивилизации имеет дуалистичный характер и отрицательно коррелирует со способностями индивида к нестандартным решениям. Так, Ю.Н. Харари отмечал, что «…возьмите карты Google или Waze. С одной стороны, они усиливают человеческие способности – вы можете быстрее и легче добраться

до места назначения. Но при этом вы перекладываете власть на алгоритм и теряете способность находить свой путь» [313].



Варианты	Идея (+) – хорошая (-) – плохая	Возможности (креативные и ресурсные)	Результат
1	+	+	+
2	-	+	? Поле вариантов
3	+	-	
4	-	-	-

Рисунок 5.4 – Схема базовых особенностей элементов рынка, требующих учета при выборе и формировании стратегии в экономике знаний, *авторская разработка*

Проведенные исследования позволили обосновать подход, позволяющий сформировать организационно-информационный дизайн института услуг в «экономике знаний». Обоснована целесообразность использования амбидекстрийной стратегии, которой дано определение, а

также разработана карта особенностей стратегии работы команд-амбидекстров.

Таким образом, предложены рекомендации по моделированию организационно-информационного дизайна института услуг в «экономике знаний». Разработан организационный механизм стратегирования знаниевых услуг как непрерывного процесса координации и регулирования процесса реализации стратегии в современной нестабильной среде, а также схема влияния знаниевых услуг с позиции контуров предприятия, нацеливающая на выбор стратегии. Сформирована модель организационных действий для развития услуг/института услуг в экономике знаний. Предложена амбидекстрийная стратегия для выработки стратегии субъекта и карта особенностей стратегии работы команд-амбидекстров. Сформирована схема базовых особенностей элементов рынка, требующих учета при выборе и формировании стратегии в экономике знаний.

5.2 Стратегия и инструментарий экосистемно-институционального развития института услуг в экономике знаний

Развитие института услуг непосредственно связано с достижениями в науке, технике, технологиях, где происходят процессы цифровизации и цифровой трансформации, затрагивающие все сферы жизнедеятельности современного человека и общества. Естественно, что система образования и образовательные услуги являются фундаментом для всей системы жизнедеятельности человека. При этом важное место в этой системе отводится университету как социальному институту, а в современных условиях уже ставшим социально-экономическим институтом. В таких условиях нужна стратегия, а также соответствующий инструментарий для реализации экосистемно-институционального развития института услуг в «экономике знаний».

Вопросом исследования аспектов развития новой парадигмы в сфере образования, проблем реализации трех миссий университета посвящены работы Е. Ерохиной [115]; Н.М. Паньковой [8], С.Э. Сорокина [10], М. Хованской [254]; исследованию проблем институционализации развития, развитию взаимоотношений, коммуникационных аспектам – Д.Э. Возиянова [45,46], А.Н. Германчук [61,62], И.В. Чугункиной [50,267]. Однако, требуют дополнительного изучения вопросы, связанные непосредственно с формированием стратегии, целесообразным для использования инструментарием для реализации экосистемно-институционального развития института услуг в «экономике знаний».

Исследования [49,109,160,164,190,207,227,254,335] показали, что формируется новая парадигма, где важная роль отводится человеческму капиталу [112,240,241,304,357]. Для современных условий необходима стратегия для выработки стратегии субъекта в «экономике знаний», в качестве которой предлагается основываться на амбидекстрийности. Амбидекстрийность у человека характеризуется способностью равного использования обоих полушарий головного мозга, а у субъекта хозяйствования – способность вырабатывать и в равной мере следовать нескольким стратегиям, которые определены им как главные. Причем как для человека, так и для субъекта хозяйствования качество амбидекстрийности может быть и выработанным (т.е. приобретенным).

Амбидекстрия как результат или процесс использования сделанного выбора в пользу «обоюдоправильных» стратегий, которым следует субъект в равной мере способствует уникальности и конкурентоспособности. Для каждого субъекта (предприятия, организации) «..будет оптимальной своя модель соединения нескольких стратегий. Выбор модели – это и есть амбидекстрия» [12].

Амбидекстрийная модель стратегия для разработки стратегии формирования и развития института услуг в «экономике знаний» – системно организованная, институционально обеспеченная, конвенционально

реализуемая, фреймированная модель, определяющая порядок и способы реализации целей и задач (общих и частных) игроков/команд-амбидекстров, с учетом их креативности, многообразия факторов среды и вариантов достижения общей единообразно понимаемой цели за счет использования традиционных и новых/нетрадиционных инструментов и их комбинирования.

Основываясь на схеме базовых особенностей элементов рынка, требующих учета при выборе и формировании стратегии в «экономике знаний», разработана модель экосистемы как сети взаимоотношений/сетевого взаимодействия и амбидекстрийных стратегий ее участников, где основная роль должна быть отведена Университетам-амбидекстрам.

Университеты-амбидекстры являются организациями, которые имеют свою собственную модель соединения нескольких стратегий. Это позволяет им эффективно работать с различными видами команд, которые внутри себя также содержат два вида команд.

В основе таких университетов лежит идея построения гибкой организационной структуры, которая позволяет быстро и эффективно реагировать на изменения внешней среды. Команды внутри университетов-амбидекстров работают над разными задачами и стратегиями, но при этом взаимодействуют между собой и объединяют свои усилия с помощью оптимальной модели соединения стратегий.

Организационный механизм университета-амбидекстра позволяет командам эффективно взаимодействовать и сотрудничать, несмотря на различные задачи и стратегии. Он создает условия для обмена знаниями, опытом и ресурсами между командами, что способствует эффективности работы всего университета.

Дизайн университета-амбидекстра также играет важную роль в его успешной работе. Он включает в себя определение целей и стратегий, разработку структуры организации, а также создание подходящих систем и процессов для работы команд. Дизайн обеспечивает согласованность и взаимодействие между различными командами, что способствует достижению

общих целей университета. В целом, университеты-амбидекстры представляют собой организации, которые успешно объединяют в себе несколько видов команд и стратегий. Они создают модель соединения стратегий, разрабатывают организационный механизм и дизайн, чтобы обеспечить эффективную работу команд, а также достижение общих целей университета (рис. 5.5).

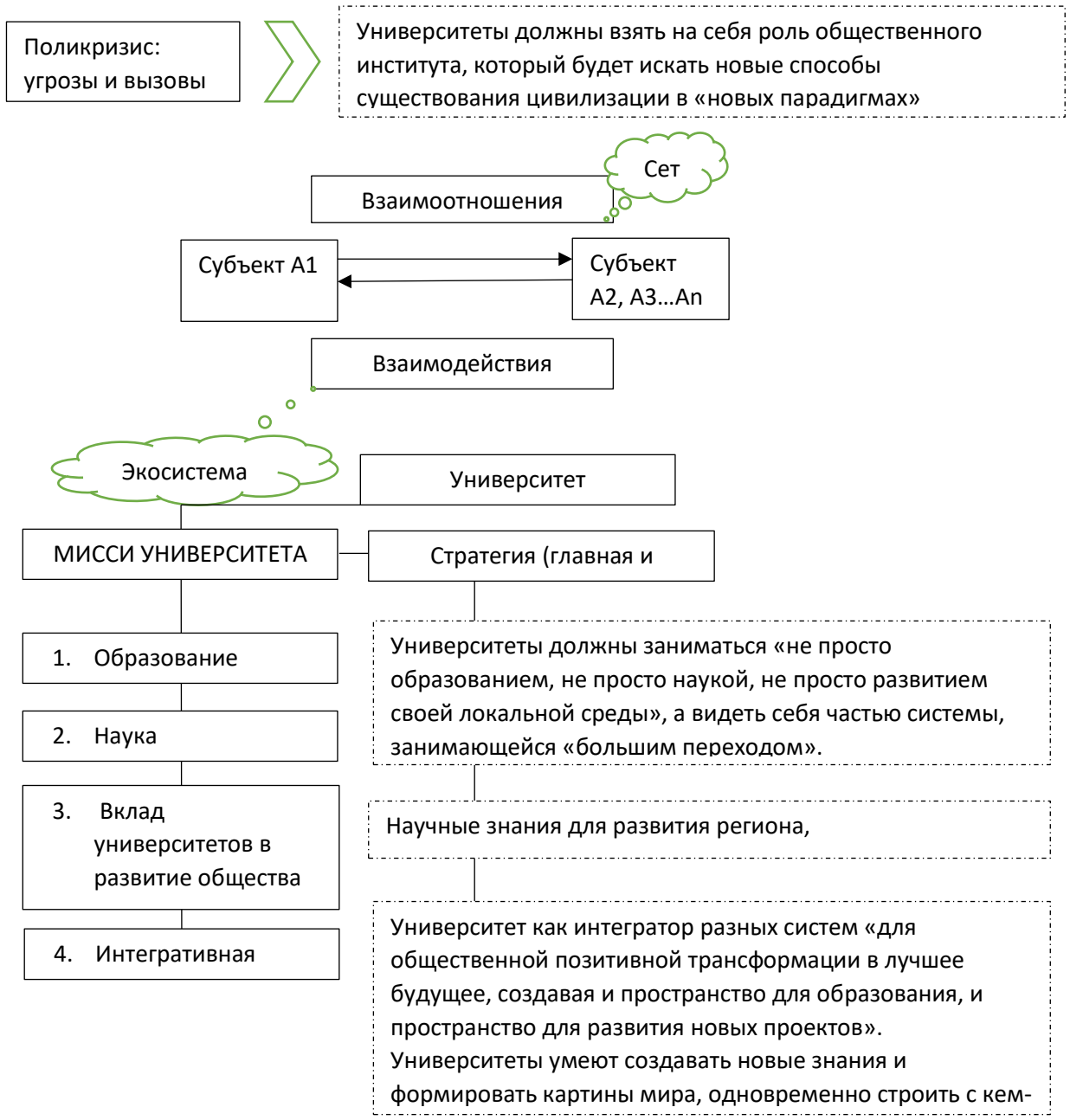


Рисунок 5.5 – Модель экосистемы как сети взаимоотношений/сетевого взаимодействия и амбидекстрийных стратегий ее участников, *авторская разработка*

Для этого целесообразно применять амбидекстийную модель стратегирования (непрерывного процесса формирования, координации и регулирования) и одноименную стратегию для разработки и последующей реализации общей стратегии развития (формируемой через применение мобилизационного управления на уровне государства, межгосударственных структур) с учетом реализации распределенного управления по уровням (территорий, организаций, предприятий и т.п.), объединенных в экосистему игроков/команд-амбидекстров и потребителей (которые являются потребителями-пользователями), что требует широкомасштабной маркетинговой работы на всех уровнях, направлениях (целевых), средах (онлайн, офлайн, омниканальной) с применением Интернета, ИКТ, разнообразного инструментария и сочетания их комплексов [295,296,299,322].

Широкомасштабная маркетинговая работа на всех уровнях университета включает в себя разработку и реализацию стратегий и тактик маркетинга, направленных на привлечение и удержание студентов, повышение их уровня удовлетворенности и лояльности.

На уровне университета целевые направления маркетинговой работы могут включать увеличение количества поступающих студентов, повышение качества образовательных программ, улучшение репутации университета, привлечение иностранных студентов и другие.

Чтобы достичь этих целей, маркетинговая работа может быть проведена в различных средах – онлайн, офлайн и омниканальной.

В онлайн-среде можно применять такие инструменты, как создание и оптимизация сайта университета, проведение рекламных кампаний в поисковых системах и социальных сетях, разработка и распространение электронных писем и рассылок, использование контент-маркетинга, настройка таргетированной рекламы и другие.

В офлайн-среде маркетинговая работа может включать организацию и участие в выставках и конференциях, создание печатных материалов (брошюр, плакатов, флаеров), участие в ярмарках работодателей, организацию

и проведение офлайн-мероприятий, направленных на привлечение и просветительскую работу с потенциальными студентами.

Использование омниканального подхода предполагает комбинацию онлайн и офлайн инструментов, чтобы обеспечить максимальную эффективность маркетинговых усилий [15,182].

Для осуществления этой работы необходимо применение Интернета, информационно-коммуникационных технологий и разнообразного инструментария [361-365], который включает в себя CRM-системы, аналитические инструменты для измерения эффективности маркетинговых кампаний, социальные сети, поисковые системы и другие ресурсы.

Комплексное сочетание всех этих инструментов и сред позволяет эффективно разрабатывать, реализовывать и контролировать маркетинговые стратегии и тактики на всех уровнях университета и в различных направлениях.

Университет – социальный институт и его центральное место в экосистеме обосновано поливекторностью взаимосвязей (реальных и потенциальных) и традиционно выполняемыми функциями, которые уже усвоены обществом, т.е. институционализированы и фреймированы, что сокращает трансакционные издержки: издержки внедрения и частично – издержки использования института.

Профессиональное образование и подготовка студентов [230,305,320]: Один из главных принципов университета – обеспечить качественное профессиональное образование и подготовку студентов. Университет предлагает различные программы и курсы, чтобы студенты могли получить необходимые знания, навыки и опыт для своей будущей карьеры. Такая миссия помогает студентам полностью раскрыть свой потенциал и стать успешными профессионалами в своей области.

Научные исследования [166,229]: Университеты также являются важными центрами научных исследований. Они поддерживают активную научно-исследовательскую деятельность и финансируют проекты, которые

могут привести к новым открытиям и инновациям. Научные исследования позволяют университету быть величайшим центром интеллектуального развития и способствуют продвижению науки и технологий.

Общественный вклад [175,177,207,227]: Университеты имеют обязательства перед обществом, в котором они находятся, и стремятся внести свой вклад в его развитие и процветание. Они осуществляют социальные, культурные и экономические инициативы, чтобы поддержать своих студентов, местное сообщество и более широкую общественность. Некоторые университеты также предоставляют образовательные программы и услуги для местных жителей, чтобы помочь им повысить свои квалификации и улучшить их жизненные условия.

Традиционно университеты реализовывали две основные функции – образовательно-воспитательную и научную, что позволяло сформировать гражданина и профессионала, способного решать возникающие в процессе его трудовой деятельности задачи разного типа сложности. Впоследствии университеты, как центры научных исследований, все больше стали являть свою полезность для территориального сообщества (взаимосвязь с предприятиями – хозтемы; выполнение заданий органов власти и управления различного уровня; участие в организации и проведении мероприятий и т.п., зачастую на безвозмездной основе). Так, сложились три миссии университета, которые впоследствии стали оцениваться через соответствующий одноименный рейтинг [335, 149]. Кроме того, университеты реализовывают собственные проекты, направленные на привлечение внимания к ним властных и предпринимательских структур, а также на выращивание будущих абитуриентов, демонстрируя свою социальную ответственность и возможности (программа двойных дипломов, сетевое обучение во взаимосвязи с предпринимательской деятельностью и др.). Но, такая работа в рамках Федерального уровня должна иметь уже иную организационную структуру, включая и совершенствование оргструктуры самих университетов, а также носить системно-институциональный характер в разрезе местного

сообщества, чему должна способствовать цифровизация и цифровая трансформация общества в целом, местного сообщества и университетов в частности. Следовательно, работа в рамках третьей миссии университета пока слабо институционализирована и не фреймирована, т.к. многие университеты до сих пор действуют в рамках старой логики (нет четкого представления методологии своих действий, стратегий и результата) и старой оргструктуры, которая не подходит к задачам, которые следует решать при реализации этой миссии.

Это означает, что третья миссия университета на данный момент не имеет ясной и официально установленной организационной структуры и целевых ориентиров [227]. В то же время, работа в рамках этой миссии может проводиться на уровне отдельных инициатив и проектов без четкого определения структуры управления и стратегии.

Неинституционализированная работа в рамках третьей миссии может иметь ряд негативных аспектов. Во-первых, отсутствие ясных рамок и руководства может привести к неэффективному использованию ресурсов и разрозненным усилиям. Во-вторых, отсутствие фреймворка может затруднить оценку результатов и достижение поставленных целей.

Для достижения более успешных результатов и более эффективной работы в рамках третьей миссии университета необходимо институционализировать эту работу и установить соответствующие структуры и процессы. Это может включать в себя создание специальных подразделений или центров, которые отвечают за реализацию третьей миссии, разработку стратегии и планов действий, назначение ответственных лиц и создание механизмов оценки результатов.

Такая институционализация позволит университету более эффективно использовать свои ресурсы и связи с внешней средой, проводить более систематическую работу в рамках третьей миссии и реализовывать свои социальные и экономические обязательства.

К тому же в условиях цифровизации, цифровой трансформации в экономике и обществе, широкого распространения ИКТ при росте потребности в непосредственном общении выкристаллизовывается и четвертая миссия университета – интегративная – Университет как интегратор различных систем.

Четвертая миссия университета основывается на омниканальной логике его взаимодействия со сткйкхолдерами и участниками экосистемы, где используются новые технологии и инновации через сети контактов и контрактов реализуются проекты и осуществляется их коммерциализация.

В этой миссии университет должен стремится создать омниканальную платформу для взаимодействия со своими заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) и участниками экосистемы. Эта платформа основывается на использовании новых технологий и инноваций, таких как искусственный интеллект, блокчейн, интернет вещей и т.д.

Ее целью является обеспечение эффективной коммуникации и сотрудничества между университетом, бизнесом, государством и другими участниками экосистемы. На этой платформе университет создает сеть контактов и контрактов, которые позволяют реализовать проекты и осуществить их коммерциализацию.

Процесс коммерциализации проектов происходит через использование различных стратегий и инструментов, таких как партнерство с индустрией, создание стартапов, лицензирование технологий и другие [150,152,289]. Университет также предоставляет поддержку своим студентам и исследователям в процессе коммерциализации и реализации их идей [237,270,327,339,341,353,354]. Омниканальная логика подразумевает интеграцию различных каналов коммуникации и взаимодействия, таких как онлайн-платформы, социальные сети, события, конференции и т.д. Это позволяет участникам экосистемы взаимодействовать с университетом в любое время и из любой точки мира.

В целом, четвертая миссия университета основывается на создании инновационной экосистемы, где новые технологии и идеи могут быть превращены в коммерчески успешные проекты через эффективное взаимодействие и сотрудничество между университетом и его заинтересованными сторонами. Разработан механизм реализации четвертой миссии университета как интегратора разных систем (рис. 5.6).

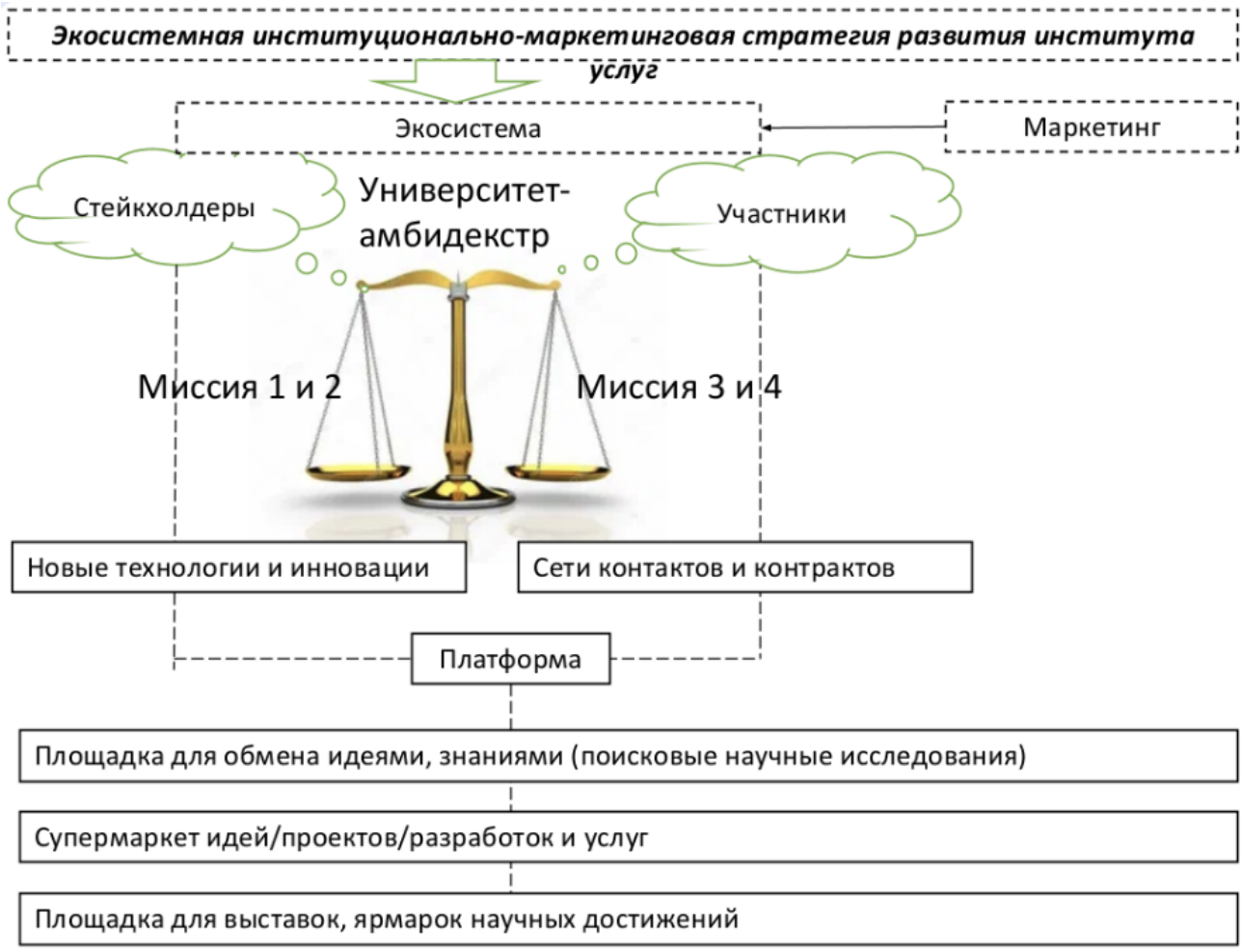


Рисунок 5.6 – Механизм реализации четвертой миссии Университета как интегратора разных систем, *авторская разработка*

В «экономике знаний», маркетинговые инструменты влияния должны использоваться для распространения и продвижения знаний, информации и экспертизы. Основная цель этих инструментов заключается в привлечении внимания и заинтересованности целевой аудитории, привлечении новых клиентов или пользователей, а также удержании уже существующих. Эти

инструменты могут включать в себя различные виды рекламы, PR-кампании, социальные сети, контент-маркетинг, электронные письма и другие средства коммуникации.

Одна из основных задач маркетинговых инструментов в экономике знаний – разработка и реализация стратегии продвижения информации и знаний, чтобы они были доступны и привлекательны для целевой аудитории, так к примеру, маркетинговая кампания может использоваться для привлечения внимания к новому продукту, проекту или услуге, который основан на знаниях и экспертизе (проектов, связанных с социальным продвижением молодежи [171,216,218]), кроме того, маркетинговые инструменты могут быть использованы для создания имиджа эксперта в определенной области и установления авторитета, например, блоги, статьи или лекции могут помочь установиться как эксперту в своей сфере и привлечь внимание целевой аудитории.

Также, маркетинговые инструменты могут помочь в распространении знаний и информации, особенно с помощью онлайн-медиа [151, с. 315-320], так, с помощью социальных сетей и видеосервисов можно делиться знаниями и экспертизой с широкой аудиторией. В целом, маркетинговые инструменты в экономике знаний являются важной частью стратегии распространения и продвижения знаний и экспертизы, а также способом установить себя как эксперта в своей области, которые предоставляют возможность эффективно обращаться к целевой аудитории и расширять свою видимость и влияние в сфере, основанной на знаниях.

Один из механизмов действия маркетинговых инструментов влияния в экономике знаний – это создание и продвижение ценности. Маркетинговые инструменты предоставляют возможность подчеркнуть уникальность и ценность знаний, продукта или услуги, что может быть достигнуто путем использования таких инструментов, как создание привлекательных и информативных маркетинговых материалов, проведение публичных

выступлений, демонстрация экспертизы и деление знаний с целевой аудиторией.

В исследованиях А.Н. Германчук [62] отмечена важность реализации ценностно-ориентированного подхода в деятельности субъекта. Создание и продвижение ценности является важным механизмом действия маркетинговых инструментов в экономике знаний, так как знания становятся ключевым ресурсом, компании должны уметь создавать и продвигать ценность своих товаров или услуг, следовательно, создание ценности в «экономике знаний» означает, что компания должна предложить потребителям что-то уникальное и полезное [59,62, с. 45-60]. Это может быть новый продукт или услуга, инновационные технологии или подходы к решению проблем. Важно, чтобы компания обладала экспертными знаниями и навыками, которые позволяют ей создавать такую ценность.

Продвижение ценности включает в себя использование различных маркетинговых инструментов для привлечения внимания и заинтересованности потребителей, в которых компания может использовать рекламу, пиар, социальные медиа, влияние лидеров мнений и другие подходы, чтобы донести свою ценность до своей целевой аудитории и убедить ее купить или воспользоваться предлагаемым продуктом или услугой.

В «экономике знаний» особое значение приобретает и само знание о ценности, которую предлагает компания, следовательно, потребители все более чаще осознают свои потребности и становятся информированными и требовательными, в связи с чем, компания должна активно коммуницировать свою ценность, образовывать и сознательно влиять на свою целевую аудиторию, чтобы она оценила и признала эту ценность. Таким образом, создание и продвижение ценности являются важными механизмами действия маркетинговых инструментов в экономике знаний, в котором компания, успешно использующая данные инструменты, может выделиться на рынке и привлечь больше клиентов, что способствует ее росту и развитию.

Другой механизм действия маркетинговых инструментов в «экономике знаний» – это формирование и поддержка лояльности клиентов или пользователей. Маркетинговые инструменты позволяют создать долгосрочные отношения с клиентами и убедить их в ценности и надежности знаний, продукта или услуги. Это может быть достигнуто через такие инструменты, как программа лояльности, персонализированный подход к обслуживанию клиентов, предоставление дополнительных бонусов или привилегий для постоянных клиентов. Экономика знаний представляет собой специфическую сферу экономики, где значение знаний и информации становится ключевым фактором производства и создания ценности. В этой среде маркетинговые инструменты также играют важную роль в формировании и поддержке лояльности клиентов или пользователей [59, с. 79-80].

В экономике знаний, субъекты хозяйствования могут использовать разнообразные маркетинговые инструменты для привлечения и удержания клиентов. Одним из таких инструментов является создание уникального и ценного контента, который может быть предоставлен клиентам или пользователям. Это может включать в себя написание статей, публикации на блоге, видеоуроки, вебинары и другие формы контента, которые помогут распространить знания и информацию в отрасли. Маркетинговые инструменты, такие как SEO (поисковая оптимизация) и социальные медиа, могут быть использованы для продвижения этого контента и его доставки до целевой аудитории.

Еще одним маркетинговым инструментом, который может быть использован в экономике знаний, является создание сообществ и мест для обмена знаниями и опытом. Это могут быть форумы, группы в социальных сетях, вебинары и другие онлайн-платформы, где клиенты или пользователи могут общаться друг с другом, задавать вопросы, делиться своими знаниями и находить решения для своих проблем. Это создает прочные связи между

клиентами или пользователями и брендом или организацией, что способствует формированию лояльности.

Кроме того, маркетинговые инструменты в экономике знаний также включают персонализацию и индивидуализацию предложений для клиентов или пользователей [167]. Это может включать создание персонализированных контентных предложений, рекомендаций и рекламы, которые отражают интересы и потребности каждого отдельного клиента или пользователя. Такие инструменты, как аналитика данных и искусственный интеллект, могут быть использованы для сбора и анализа информации о клиентах или пользователях, чтобы создать более точные и релевантные предложения.

В итоге, маркетинговые инструменты в «экономике знаний» направлены на формирование и поддержку лояльности клиентов или пользователей, путем предоставления им ценного контента, развития сообществ и персонализации предложений. Это помогает организациям удерживать существующих клиентов и привлекать новых, а также создавать долгосрочные отношения с ними [61, с. 136-139].

Важный механизм действия маркетинговых инструментов в экономике знаний – это создание и поддержка сильного бренда. Маркетинговые инструменты помогают строить и укреплять имидж компании или эксперта в определенной области знаний. Это может быть достигнуто через такие инструменты, как разработка логотипа и фирменного стиля, проведение рекламных кампаний, создание активных профилей в социальных сетях и участие в индустриальных мероприятиях. В экономике знаний, создание и поддержка сильного бренда осуществляется с помощью маркетинговых инструментов, которые направлены на установление и укрепление имиджа компании или продукта. Первоначально, компания должна провести исследование рынка и выяснить потребности и предпочтения своей целевой аудитории. На основе этих данных она может разработать свою уникальную позицию и ценностное предложение, которые будут отличать ее от конкурентов.

Маркетинговые инструменты для создания и поддержки сильного бренда представлены в табл. 5.3. Все эти инструменты маркетинга могут совместно использоваться для создания и поддержки сильного бренда в «экономике знаний». Сильный бренд помогает компании установить и удержать лидирующую позицию на рынке, привлечь новых клиентов и создать лояльность существующей аудитории.

Таблица 5.3 – Маркетинговые инструменты для создания и поддержки сильного бренда

Инструмент	Характеристика инструмента
Реклама	компания может использовать рекламу для позиционирования своего бренда и продвижения своих продуктов или услуг. Реклама может быть размещена на телевидении, радио, впечатлена в печатных изданиях или промо-материалах, а также размещена онлайн.
Публичные отношения (PR)	компания может использовать PR-активности, чтобы повысить осведомленность о своем бренде и построить доверие к своей аудитории. Это может включать публикации пресс-релизов, организацию медиа-мероприятий, участие в выставках и конференциях и т.д.
Маркетинг в социальных сетях	компания может использовать социальные сети для коммуникации с целевой аудиторией, установления взаимодействия и растиражирования своего бренда. Это включает создание профилей на популярных платформах социальных сетей и регулярное публикацию контента, который заинтересует и привлечет целевую аудиторию
Контент-маркетинг	компания может использовать контент-маркетинг, чтобы создать и поддержать сильный бренд. Это может включать создание оригинального контента (статей, видео, бложений и т.д.), который предоставляет ценную информацию или развлекает аудиторию.
Отношения с клиентами	компания должна поддерживать хорошие отношения с клиентами, чтобы укрепить свой бренд. Это включает обеспечение высокого качества обслуживания клиентов, эффективное управление отзывами и жалобами, а также предоставление дополнительных плюшек и лояльностных программ.

Составлено автором

Инструменты влияния – совокупность психотехнологий, технико-технологических средств и способов воздействия на человека, позволяющая

осуществлять управление им через воздействие на его сознание и поведение в заданном ракурсе для достижения поставленных целей.

В целом, маркетинговые инструменты влияния в «экономике знаний» использованы для эффективного распространения и продвижения знаний, информации и экспертизы, чтобы привлечь и удержать клиентов, повысить их лояльность и укрепить имидж компании или эксперта в определенной области. Механизм действия маркетинговых инструментов влияния в «экономике знаний» представлен на рисунке 5.7.

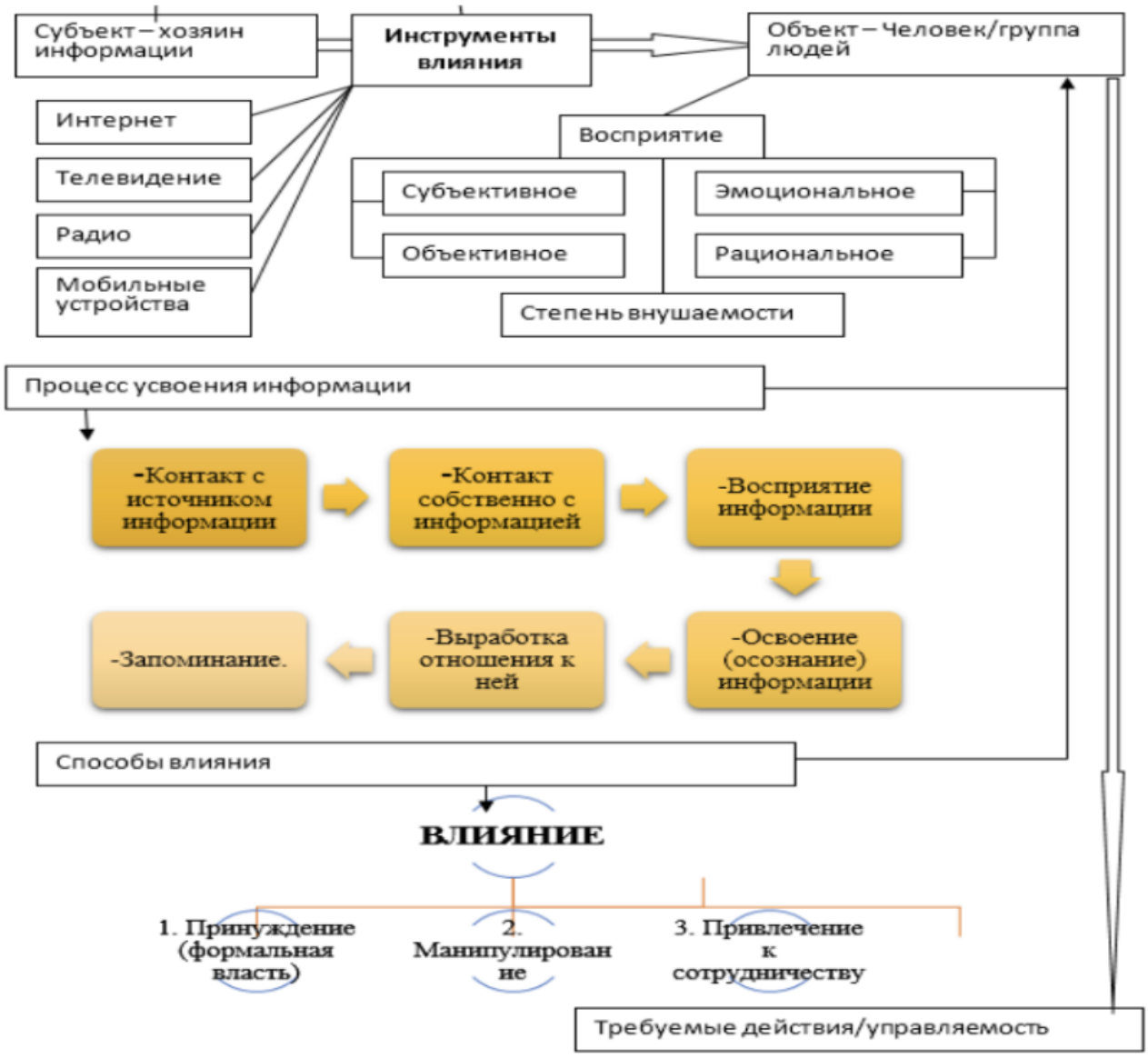


Рисунок 5.7 – Механизм действия маркетинговых инструментов влияния в «экономике знаний», *авторская разработка*

Исследования [49,50,59,61] показали важность комплексного маркетингового взаимодействия субъектов взаимоотношений. Возникает необходимость реализации маркетингового подхода в рамках взаимодействия и выстраивания отношений между Университетом и участниками экосистемы.

Маркетинговый подход взаимодействия между Университетом и участниками экосистемы может быть основан на принципе мерчандайзинга «объясни – покажи – сделай». Этот принцип предполагает следующие шаги:

1. Объяснение - реклама + PR (цель: информированность + выработка стойких убеждений). Университет должен ясно объяснить свои цели, ценности и преимущества своим потенциальным участникам экосистемы. Это может включать в себя описание программ, услуг, ресурсов и возможностей, которые предлагает Университет. Важно донести эти информацию таким образом, чтобы потенциальные участники понимали, как они могут воспользоваться предлагаемыми Университетом возможностями.

2. Показ – как это работает, что надо, кто, что может и должен делать (цель: конвенциональное понимание процесса и результата, их фреймирование, позволяющие непосредственно использовать предлагаемые конструкции взаимодействия и продукты). Университет должен продемонстрировать свою компетентность и экспертность в своей сфере деятельности. Это может быть достигнуто через публикации научных статей, проведение конференций и семинаров, участие в проектах и исследованиях, а также через предоставление консультаций и экспертных мнений. Цель - убедить потенциальных участников в том, что Университет является надежным и авторитетным партнером, готовым предоставить им полезную информацию и поддержку.

3. Сделай: – где и как конкретно (цель: практическая деятельность, использование на практике). Университет должен предоставить конкретные возможности для участия в экосистеме. Это может включать в себя программы стажировок, партнерство с коммерческими организациями, организацию

совместных исследовательских проектов, доступ к академическим ресурсам и технологиям Университета, поддержку в получении финансирования и др. Цель - создать стимул для потенциальных участников присоединиться к экосистеме Университета и активно участвовать в ее развитии.

Маркетинговый подход, основанный на принципе мерчандайзинга «объясни – покажи – сделай», поможет Университету установить прочные отношения с участниками экосистемы, повысить свою видимость и привлекательность, а также сформировать долгосрочные партнерства для развития и инноваций.

Особая значимость принадлежит коммуникациям (инструментарию и средствам донесения нужной информации, в нужное время и место, по всем доступным каналам). Коммуникации имеют особую значимость в различных сферах деятельности, принятие решений основывается на информации, и коммуникации являются средством передачи нужной информации в надлежащем виде и в нужное время. Коммуникационные инструменты, такие как электронная почта, телефонные звонки, видеоконференции и социальные сети, позволяют нам быстро и эффективно обмениваться информацией и взаимодействовать друг с другом.

Кроме того, коммуникации играют важную роль в формировании общественного мнения и влияют на процессы принятия решений в политике. Средства массовой информации, такие как телевидение, радио и интернет, позволяют распространять информацию массам людей и мобилизовать их.

В образовании и науке коммуникации играют роль передачи знаний и идей. Лекции, учебники, научные статьи – все это является средствами коммуникации, которые помогают обмениваться информацией и распространять новые открытия и идеи. Способность эффективно общаться позволяет нам выражать свои мысли и эмоции, слушать других и устанавливать эмоциональную связь. Таким образом, коммуникации являются основным инструментарием и средствами передачи информации в современном мире. Они играют важную роль во всех сферах деятельности и

помогают взаимодействовать с другими людьми, влиять на окружающую среду.

Следовательно, маркетинговое сопровождение стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний включает в себя ряд действий и мероприятий, направленных на популяризацию и продвижение услуг института, привлечение потенциальных клиентов и установление долгосрочных партнерских отношений.

Анализ рынка и конкурентов. Необходимо провести исследование рынка, чтобы определить сегменты, где институт услуг может успешно конкурировать. Также важно изучить конкурентов, их предложения и цены, чтобы разработать уникальное предложение института.

Разработка брендинга и корпоративного стиля. Создание качественного брендинга и корпоративного стиля поможет проекту выделиться на рынке и создать узнаваемую имиджевую картину.

Создание сайта и продвижение в интернете. Сайт института услуг должен быть удобным для пользователей, содержать информацию о предоставляемых услугах, ценах, контактных данных. Также необходимо провести поисковую оптимизацию и продвижение сайта в интернете для привлечения целевой аудитории.

Организация рекламных кампаний и мероприятий. Рекламные кампании и мероприятия позволят привлечь внимание к институту услуг, представить его преимущества и привлечь новых клиентов. Реклама может быть организована на уличных щитах, в местных СМИ, на радио, в социальных сетях и других медиа-платформах.

Создание партнерских отношений. Важно установить партнерские отношения с другими организациями, ведущими свою деятельность в «экономике знаний», чтобы привлекать взаимоисключающих клиентов. Например, можно установить партнерство с университетами, образовательными компаниями или профессиональными сообществами.

Анализ эффективности маркетинговых мероприятий. Важно систематически анализировать результаты маркетинговых мероприятий, чтобы определить их эффективность и внести коррективы в стратегию развития института услуг.

В целом, маркетинговое сопровождение стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний должно быть комплексным и охватывать различные аспекты продвижения и продаж услуг. Это поможет институту привлечь клиентов, создать устойчивую конкурентоспособность и достичь своих целей развития.

Маркетинговое сопровождение стратегии становления и развития института услуг в «экономике знаний» представлено на рис. 5.8.

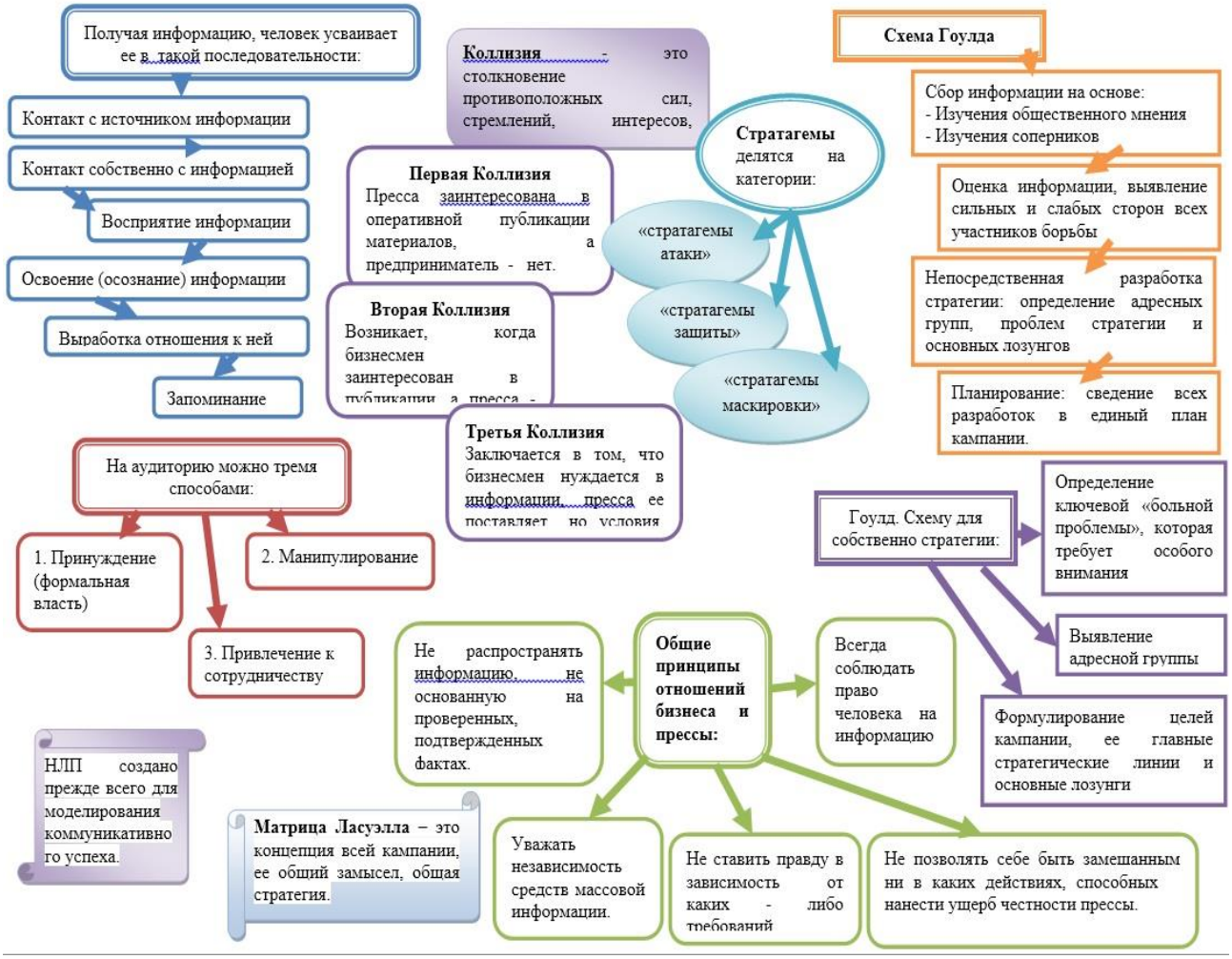


Рисунок 5.8 – Маркетинговое сопровождение стратегии становления и развития института услуг в «экономике знаний», *авторская разработка*

В рамках экосистемы следует сформировать новую организационную структуру, культуру и институты, нацеленные на взаимодействие, на обмен знаниями и достоверной информацией, что достигается через использование маркетинга, где особая роль должна быть отведена PR и паблисити.

На основе проведенных исследований установлено, что для развития института услуг в современной быстро цифровизирующейся среде целесообразно применять стратегию экосистемно-институционального развития. Стратегия должна иметь маркетинговое сопровождение, чтобы обеспечить ее фреймированность. Разработана методология формирования стратегии и инструментарий экосистемно-институционального развития института услуг в экономике знаний. Обоснована ключевая роль университетов-амбидекстров, а также выстраиваемых взаимоотношений государственно-частного партнерства с их участием. Сформирована модель экосистемы как сети взаимоотношений/сетевого взаимодействия и амбидекстрийных стратегий ее участников. Обоснована четвертая миссия университета – интегративная (как интегратор различных систем). Доказано, что именно университет в виду своей территориальной стабильности, исторической значимости, омниканальности деятельности, наличия человеческого капитала, компетенций и потенциала, а также с учетом его реализации третьей миссии, способен стать площадкой, объединяющей различные системы в целях осуществления позитивной общественной трансформации для создания лучшего будущего. Предложен механизм реализации четвертой миссии университета. Обоснована необходимость использования маркетингового подхода и инструментария на всех этапах реализации стратегии; значимость инструментов влияния. Предложен механизм действия маркетинговых инструментов влияния в экономике знаний.

Выводы по разделу 5

В пятом разделе «Формирование стратегии развития института услуг в «экономике знаний»» отражает авторский подход к осуществлению организационно-информационного дизайна института услуг в «экономике знаний»; разработке стратегии и инструментарий экосистемно-институционального развития института услуг в «экономике знаний».

Установлено, что в «экономике знаний» может быть реализован как разрушительный, так и созидательный характер развития. Наиболее эффективные системы имеют природный, естественный характер (экосистемы). Они гармоничны, экологичны, созидательны (понятны, красивы/элегантны, достаточно просты в использовании). При выборе созидательного характера развития, где Человек признан ценностью должен реализовываться созидательный принцип. Разработан организационный механизм стратегирования знаниевых услуг в «экономике знаний».

Причем, предприятия также могут реализовывать созидательный либо разрушительный принцип своего развития исходя из имеющихся ресурсов, подходов к управлению и менеджменту, сложившейся организационной структуры и культуры, отношения человеку, обществу, званиям. Разработана схема влияния знаниевых услуг с позиции контуров предприятия, помогающая сделать выбор в реализуемых им стратегиях.

Разработана модель организационных действий для развития услуг/института услуг в «экономике знаний», предусматривающая признание Человека ценностью; необходимость формирования «Человеческого капитала»; создание условий для качественной работы социальных лифтов и фильтров; реализацию амбидекстрийной модели и обеспечение маркетинговой поддержки. Особая роль при таком подходе должна быть отведена университетам, как социальным институтам, имеющим собственные

стратегии, которые интегрированы со стратегией и иными документами, принятыми в стране, реализуя Три миссии Университета. В новых условиях нарастания кризисных явлений и вызовов требуется иной подход – мобилизационный – привлечение трудящегося населения или определенных отраслей народного хозяйства для выполнения каких-л. заданий. В этой связи необходимо наладить учет, контроль и анализа в части имеющихся человеческих ресурсов, капитала и потенциала в сфере науки, научных знаний, образования. В количественном смысле – человеческий ресурс, в коммерческом плане – человеческий капитал, обладающий потенциалом: реализованным/не реализованным/частично реализованным, способным приносить пользу, включая прибыль. Сложность использования знаниевого капитала в том, что: для его формирования и развития необходимы условия; знания должны подпитываться, обмениваться/обсуждаться – чтобы достичь истины; они не имеют границ/предела и могут быть доработаны, переработаны, что стимулирует появление новых знаний; знания неотделимы от его носителя – человека и осуществлять контроль весьма сложная задача (какое решение будет принято, как базовое; когда, в каком месте, кем).

Для современных условий необходима стратегия для выработки стратегии субъекта в «экономике знаний», в качестве которой предлагается основываться на амбидекстрийности.

Разработана схема базовых особенностей элементов рынка, требующих учета при выборе и формировании стратегии в «экономике знаний», а также модель экосистемы как сети взаимоотношений/сетевого взаимодействия и амбидекстрийных стратегий ее участников, где основная роль должна быть отведена Университетам-амбидекстрам. Для этого целесообразно применять амбидекстийную модель стратегирования (непрерывного процесса формирования, координации и регулирования) и одноименную стратегию для разработки и последующей реализации общей стратегии развития (формируемой через применение мобилизационного управления на уровне государства, межгосударственных структур) с учетом реализации

распределенного управления по уровням (территорий, организаций, предприятий и т.п.), объединенных в экосистему игроков/команд-амбидекстров и потребителей (которые являются потребителями-пользователями), что требует широкомасштабной маркетинговой работы на всех уровнях, направлениях (целевых), средах (онлайн, офлайн, омниканальной) с применением Интернета, ИКТ, разнообразного инструментария и сочетания их комплексов.

Разработан механизм реализации четвертой миссии университета как интегратора разных систем.

Обоснована необходимость реализации маркетингового подхода в рамках взаимодействия и выстраивания отношений между Университетом и участниками экосистемы и осуществления маркетингового сопровождения становления и развития института услуг в «экономике знаний».

Основные результаты исследования отражены в работах [106, 99,100,101,108,102,105].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертационной работе представлено комплексное решение проблемы теоретического обоснования, разработки методологических положений и методических рекомендаций по формированию стратегии становления и развития института услуг в экономике знаний, что позволяет сделать следующие выводы:

1. Исследован генезис становления экономики знаний и услуг, их теоретический базис, что позволило выявить тенденцию роста интереса к этому феномену, установить признаки этапов развития общества в экономике знаний, дать сущностную характеристику социально-экономических систем от рабовладения до постиндустриального этапа – экономики знаний, построить модель-схему процесса формирования и реализации знания. На основе выделения критериальных составляющих термина «интеллект» и логического анализа доказана лишь условная возможность отнесения искусственного интеллекта к таковому.

2. Исследована глобализация экономики и технологические инновации как предпосылки формирования и развития экономики знаний. Доказано, что экономика знаний является инструментом и институтом. Раскрыта сущность современной «среды» функционирования субъекта хозяйствования, которая заключается в сложных взаимосвязях и взаимодействиях между субъектами взаимодействия, информацией, правовым полем, финансовыми ресурсами и технологическими инновациями, а саму среду следует рассматривать как институциональную, маркетинговую, цифровую, офлайн и онлайн. Сформирована структурная модель экономики знаний и услуг/института услуг.

3. Исследованы базисные элементы и институциональная структура экономики знаний. Выявлены и охарактеризованы предпосылки институционализации развития экономики знаний, где взаимодействия опосредованы отношениями в «обществе знаний», в котором создана

соответствующая институциональная среда и структура с учетом реализации новых технологий и различного рода инноваций, институционализация которой начата через внедрение гламурной экономики, цифровой экономики и развития экономики совместного потребления с ее элементами: экономикой сотрудничества, гик-экономикой, экономикой доступа, экономикой по требованию. Разработана концепция развития услуг/института услуг в экономике знаний.

4. Исследована наука как услуга в экономике знаний, проведен анализ проблемы смыслов, обоснована важность выбора вектора развития. Установлено, что экономика знаний представляет собой новую форму экономики, которая отличается от привычной и традиционной модели. Главной особенностью такой экономики является высокая степень специализации и более глубокое разделение труда и управления, что непосредственно связано с растущей потребностью в услугах, которые основаны на знаниях и интеллектуальных навыках. Экономика знаний основывается на инновациях и исследованиях, на постоянном создании новых знаний и их применении в практике. Центральной ролью становится производство и распространение знаний, а также их использование для создания ценности и роста экономики. Образование, наука, IT-технологии и другие интеллектуальные отрасли становятся неразрывно связанными с экономическими процессами. Определены три уровня услуг (простые, сложные, сверхсложные), исходя из сложности воплощенного в них труда и компетенций. Предложен экосистемно-институциональный концепт развития услуг/института услуг в экономике знаний.

5. Исследована потребность в знаниевых услугах на основе проведенного анкетирования, позволившего изучить мнения и запросы населения ДНР в получении актуальных и необходимых знаний для осуществления предпринимательской деятельности. Под классификацией знаниевых услуг следует понимать распределение знаниевых услуг по классификационным признакам, составляющим их топологию, которые

определены как нечто целое на основе выделения характерных элементов для современного уровня их реализации. На основе проведенного анкетирования разработана классификация знаниевых услуг в современной нестабильной институциональной среде в разрезе пятнадцати признаков. Предложенная классификация носит основополагающий характер; она может быть дополнена либо уточнена исходя из быстро меняющихся условий функционирования субъектов и объектов, а также реальных трансформационных процессов, проистекающих в обществе.

6. Проведено моделирование развития науки, общества и экономики на ее основе в экономике знаний. Разработан организационно-экономический механизм формирования стратегии развития института услуг в экономике знаний, элементами которого являются: субъект и объект взаимодействия, процесс которого опосредован информацией и обеспечен институционально, организационно, кадрово, финансово, материально-технически, технико-технологически, методически и т.п.; создана инфраструктура, включающая Союзы, Ассоциации, Академию наук, Центры коллективного пользования, Патентные бюро, Центры экспертизы, Бизнес-инкубаторы, СМИ и социальные сети, Научные библиотеки, институты НТИ, Акселераторы, Научные платформы, ВУЗы, НИИ и др. научные структуры, Сервисные и иные структуры; механизм развития, включающий задание/заказ на проведение исследований; собственно выполнение исследований и предоставление научных продуктов и услуг. Обосновано, что именно «человеческий капитал» является неизменным мерилом обеспечения развития для любого государства и общества. Если знаниевая компонента общества переходит на рыночные рельсы, то ее целесообразно рассматривать с нескольких позиций: знания как общее или общественные блага; знание как продукт; знание как знание-товар.

7. Проанализирована институциональная трансформация форм университетов в экономике знаний и определены тенденции в развитии современных университетов, проявляющиеся в разрушении системы коллегиального управления университетами и их профессионализацией.

Профессионализация и депрофессионализация университетов – установлено, что это две разные модели их развития, работающие в разных направлениях. Определено, что под депрофессионализированной академией следует понимать классический университет, а под профессиональным университетом – фактически фирму по производству и реализации знаний. Исследованы направления стратегических решений профессиональных университетов, а именно: проведение кадровой зачистки, ускоренное развитие инфраструктуры поддерживающих профессий, агрессивная война за время и пространство граждан, агрессивная борьба за новые аудитории и снос институциональных форм внутренней организации. Исследованы риски, связанные с переходом к построению профессиональных университетов. Проведен мониторинг вакансий по г. Москва и г. Донецк и выявлено наличие запросов со стороны университетов, свидетельствующее о спецификации их деятельности в рыночных условиях, а от предпринимательского сектора – наличие потребности в новых профессиях, специфичности навыков. Установлено, что 60% футурологических профессий еще не существует; проанализированы возможности ДОННУЭТ в их подготовке при базовом уровне компетенции.

8. Проведен мониторинг развития рынков знаниевых услуг в омниканальной институциональной среде. Установлено, что непрерывное обучение и дополнительное профессиональное образование становятся мощной индустрией с расширяющейся аудиторией и предложением продуктов. В обучении используются возможности интернет- и мобильных технологий; оценено влияние новых технологий на создание и распространение контента; проведен анализ мирового рынка образования, который составляет $4,5–5,0 трлн., а по прогнозам к 2020-2024 гг. увеличится до $6–7 трлн. При этом удельный вес онлайн-образования составляет около 3% ($165 млрд.). Заметными игроками рынка высшего образования и навыкового профессионального обучения являются: облачная платформа – 2U, онлайн-платформа – PLURALSIGHT, MOOC-площадка – UDACITY, маркетплейс образовательных курсов – UDEMY. В части b2b сегмента особую

значимость имеют IT-решения LMS (Learning Management System), представляющие собой разновидность платформ для электронного обучения, где лидерами являются EdModo и Moodle. Динамика рынка онлайн-образования в России продолжает быть положительной. Эта тенденция не только отвечает потребностям обучения в цифровую эпоху, но и помогает преодолеть географические и временные ограничения. Установлены резервы развития рынка знаниевых услуг, связанные с использование потенциала, заключенного в выполнении заказов по научным разработкам для предприятий/организаций/учреждений территории; «седых денег» – целевой группы потребителей-пенсионеров, а также детей. Исследованы и обобщены направления формирования детской интернет-культуры поколения Alpha, сгруппированные в семь блоков. Установлено, что рынки могут быть расширены за счет менее институционализированных и фреймированных направлений знаниевых услуг: медицины; торговли, включая сферу питания; искусства, а важным субъектом в их реализации должны стать университеты в разрезе их специализации и компетенции.

9. Разработан научно-методический подход к оценке рисков предприятий в экономике знаний. В условиях постоянных изменений и неопределенности, предприниматели сталкиваются с многочисленными рисками, которые могут повлиять на успешность, конкурентоспособность и долгосрочное развитие их бизнеса. Определено, что целью оценки рисков в предпринимательской деятельности является выявление и анализ потенциальных угроз и возможностей, связанных с конкретной предпринимательской инициативой. Основные этапы оценки рисков включают в себя идентификацию рисков, анализ их вероятности и возможного воздействия, оценку последствий и выбор наиболее эффективных стратегий управления рисками. Обоснован научно-методический подход к оценке рисков предпринимательской деятельности в условиях перехода к экономике знаний, включающий реализацию шести последовательно выполняемых шагов, позволяющих произвести их оценку на макро- и микроуровнях (18

групп риска) и в разрезе предложенной номенклатуры рисков: 20 рисков для макроуровня и 26 рисков для микроуровня. Описана методика применения подхода. Практическое значение предложенного научно-методического подхода состоит в том, что он позволяет предпринимателям объективно оценить риски, связанные с осуществлением их предпринимательской деятельности, и разрабатывать эффективные стратегии с учетом их минимизации.

10. Проанализировано развитие предпринимательства на инновационной основе, а также проблема формирования человеческого капитала в экономике знаний. Проведен анализ объемов инвестиций ведущих стран мира в инновационное развитие и установлена их неравномерность: лидируют США (476 млрд дол США), Китай США (371 млрд дол США), Япония США (170 млрд дол США), а Россия входит в десятку лидирующих стран мира (40 млрд дол США). В России технологические инвестиции, осуществляемые организациями по отраслям и сферам деятельности, характеризуются неравномерностью, что следует из их удельного веса: промышленное производство – 9,6%, сфера услуг – 6,3%, сельское хозяйство – 3,1%, строительство – 1,1%. Доказано, что отечественные научные школы и наука, развивающаяся в том числе в связке «наука-производство» всегда славилась своими людьми – учеными, изобретателями, которые не просто осваивали бюджеты, а решали поставленные задачи, зачастую с минимальным бюджетом и высоким качеством и отдачей. И отечественному бизнесу следует перенять практику постановки цели (на благо общества/государства и себя) и нахождения способов их решения собственными/отечественными силами ученых, изобретателей, конструкторов.

11. Исследовано академическое предпринимательство, его институциональные особенности и векторы архитектуры моделей развития в экономике знаний. Университеты, как центры не только передачи знаний, но и их производства, должны способствовать распространению знаний для коммерческого их использования, являясь в определенной мере гарантами их

качества и практической применимости. Исследована сущность академического предпринимательства и уточнено его определение как система отношений в части эксплуатации института услуг в экономике знаний, позволяющая создать образцовое предпринимательство, основанное на определенных канонах и традициях проведения научных изысканий и деятельности по их воплощению в реальную жизнь и ведения бизнеса на основе предприимчивости. Исследованы векторы архитектуры моделей развития академического предпринимательства. Под векторами архитектуры моделей развития академического предпринимательства следует понимать направления, которые могут быть использованы при проектировании и построении моделей для целей развития такого предпринимательства на основе его видов и форм. Разработана модель – Архитектура академического предпринимательства, включающая его виды (не коммерческое и коммерческое – формальная и неформальная) и формы (публично-просветительская; конструкторско-изобретательская и патентная; создание предприятий; экспертная деятельность; проведение контрактных исследований; трансфер персональных знаний; деятельность по передаче знаний).

12. Рассмотрена архитектоника знаниевых услуг в потенциале предприятия в экономике знаний. Доказано, что знаниевая компонента/система предприятия – совокупность имеющихся в его распоряжении: человеческого капитала (профессиональные работники предприятия); доступа к знаниям внутри и вне предприятия; инфраструктуры предприятия, способствующей накоплению, производству знаний, их внедрению. Знаниевая услуга может быть, как внешней, так и внутренней для предприятия относительно места ее производства. Она связана с разделением и пониманием целей, роли и задач, которым дана характеристика. Определено, что знаниевая культура управления – культура управления, в которой умственный труд, креативность и инновационное мышление, являющиеся источниками получения прибыли в новых условиях, получили бы достойную

оценку, институционализированную в рамках предприятия, подкрепленную соответствующей его архитектоникой и дизайном. Установлено, что высокий уровень риска сопровождается высокой величиной получаемого дохода субъектом хозяйствования.

13. Предложены рекомендации по моделированию организационно-информационного дизайна института услуг в экономике знаний. Разработан организационный механизм стратегирования знаниевых услуг как непрерывного процесса координации и регулирования процесса реализации стратегии в современной нестабильной среде, а также схема влияния знаниевых услуг с позиции контуров предприятия, нацеливающая на выбор стратегии. Сформирована модель организационных действий для развития услуг/института услуг в экономике знаний. Предложена амбидекстрийная стратегия для выработки стратегии субъекта и карта особенностей стратегии работы команд-амбидекстров. Сформирована схема базовых особенностей элементов рынка, требующих учета при выборе и формировании стратегии в экономике знаний.

14. Разработана методология формирования стратегии и инструментарий экосистемно-институционального развития института услуг в экономике знаний. Обоснована ключевая роль университетов-амбидекстров, а также выстраиваемых взаимоотношений государственно-частного партнерства с их участием. Сформирована модель экосистемы как сети взаимоотношений/сетевого взаимодействия и амбидекстрийных стратегий ее участников. Обоснована четвертая миссия университета – интегративная (как интегратор различных систем). Доказано, что именно университет в виду своей территориальной стабильности, исторической значимости, омниканальности деятельности, наличия человеческого капитала, компетенций и потенциала, а также с учетом его реализации третьей миссии, способен стать площадкой, объединяющей различные системы в целях осуществления позитивной общественной трансформации для создания лучшего будущего. Предложен механизм реализации четвертой миссии

университета. Обоснована необходимость использования маркетингового подхода и инструментария на всех этапах реализации стратегии; значимость инструментов влияния. Предложен механизм действия маркетинговых инструментов влияния в экономике знаний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдокушин, Е.Ф. Новая экономика: теория и практика : монография / Е.Ф. Авдокушин. – М.: Изд-во: Магистр, 2016. – 368 с.

2. Азаренко, Н.Ю. Комплексная модель оценки качества жизни населения региона (на примере Брянской области) / Н.Ю. Азаренко, В.В. Ковалевский В.В., Т.Э. Сергутина // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. – 2016. – № 4. – С. 220-224.

3. Азарян, Е.М. Организационно-экономический механизм функционирования и регулирования потребительского рынка : дис. ... д-ра экон. наук : 08.02.03 / Е. М. Азарян; Донец. гос. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. − Донецк, 2003. – 462 с.

4. Азарян, А.А. Стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды: автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / А.А. Азарян; ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского». − Донецк, 2021. – 43 с.

5. Азарян, А.А. Стратегии развития сферы услуг: теория, методология и практика : монография / А.А. Азарян. – Донецк: Цифровая типография, 2020. – 340 с.

6. Акофф, Р.Л. Искусство решения проблем / Р. Акофф / Пер. с англ. под ред. Е. Г. Коваленко [Для научных библиотек]. – М.: Мир, 1982. – 224 с.

7. Акофф, Р.Л. О целеустремленных системах / Р. Акофф, Ф. Эмери / Пер. с англ. под ред. И. А. Ушакова. – М.: Советское радио, 1974. – 272 с.

8. Акофф, Р.Л. Планирование в больших экономических системах / Пер. с англ. Г. Б. Рубальского. Под ред. И. А. Ушакова. – М.: Советское радио, 1972. – 223 с.

9. Акофф, Р.Л. Акофф о менеджменте / Р.Л. Акофф; пер. с англ. Л.А. Волковой. – СПб.: Питер, 2002. – 448с.

10. Алексеев, С.Б. Формирование стратегического потенциала торгового предприятия : автореферат дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / С.Б. Алексеев; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Донецк, 2015. – 45 с.

11. Алексеева, Н.И. Стратегическое планирование экономического поведения торгового предприятия в условиях кризиса : автореферат дис. … д-ра экон. наук : специальность 08.00.05 / Н.И. Алексеева; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Донецк, 2018. – 43 с.

12. Амбидекстр это анатомические особенности или гармоничная работа обоих полушарий / Apteka 24 Chasa [сайт] – URL: https://apteka24chasa.ru/ambidekstr-eto.html

13. Ангелина, И.А. Теоретико-методологические основы развития государственного финансового контроля : автореферат дис. ... д-ра экон. наук : специальность 08.00.10 / И.А. Ангелина; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Донецк, 2015. – 44 с.

14. Андреева, А. Разница поколений: какие они – Generation Z и идущие следом «альфы»? / А. Андреева // РБК [сайт]. – 19.04.2021. – URL: https://trends.rbc.ru/trends/futurology/5dfcabbf9a7947a532b7f9a5 (дата обращения 03.05.2021)

15. Апенько, С.Н. Ключевые факторы успешности реализации проектов трансформации университетов / С.Н. Апенько, Г.З. Ефимова // Вопросы управления. – 2022. – № 6 (79). – 80-91.

16. Апенько, С.Н. Специфика реализации проектов трансформации в университетах и работа проектной команды / С.Н. Апенько, Г.З. Ефимова, М.Ю. Семенов // Высшее образование России. – 2023. – Т. 32. - № 4. – С. 42-64.

17. Апенько, С.Н. Формирование и развитие команд стратегических проектов трансформации университетов: методологические подходы / С.Н. Апенько, Г.З. Ефимова, М.Ю. Семенов // Образование и наука. 2023. – Т. 25. - № 4. – С. 37-69.

18. Афоризмы [сайт]. – URL: https://aforizm.org/aforizmy/5475-vsya-nasha-zhizn-igra-a-lyudi-v-nej-aktjory

19. Беганская, И.Ю. Взаимодействие образовательных учреждений высшего профессионального образования с внешними стейкхолдерами как направление повышения конкурентоспособности образовательной организации / Беганская И.Ю., Морозова В.К.// Конкурентоспособность национальных экономик и регионов в контексте глобальных вызовов мировой экономики : сборник научных трудов / под. ред. Т. В. Ворониной, А. Б. Яценко ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2019. – 542 с. – С. 246-261.

20. Беганская, И.Ю. Контроллинг как инновационная система управления для предприятий сферы услуг в экономике знаний / И.Ю. Беганская // Торговля и рынок. Вып. № 4 (68) , т. 1, 2023.

21. Беганская, И.Ю. Организация системы государственного управления образованием / И.Ю. Беганская, Яковенко А.Р. // Менеджер. – 2020. - № 3 (93). – С. 23-28.

22. Беганская, И.Ю. Система управления высшим профессиональным образованием: структура и принципы функционирования / И.Ю. Беганская, Морозова В.К. // Сб. Науч. работ серии «Государственное управление» . Вып. 20: Экономика и управление народным хозяйством / ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2020. – С. 6-14.

23. Беганская, И.Ю. Стратегия управления конкурентоспособностью компании / И.Ю. Беганская, С.Н. Науменко // Конкурентоспособность предприятий, региона, национальной экономики на международных рынках в контексте инвестиционно-инновационного развития : сб. науч. трудов / ГОУ ВПО «ДонНУ» . – Донецк, 2020. – С. 145-154.

24. Бек, У. Что такое глобализация? / У. Бек. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – 304 с.

25. Белкин, В. Развитие академического предпринимательства в некоторых странах АТР (по материалам научных публикаций) / В. Белкин, Л.

Бабак, Е. Хегай, И. Филаткина // Известия ДВФУ, Экономика и управление. – 2016. – №2 (78). – С. 99-111.

26. Белкина, А. Как развиваются инновации в России / А. Белкина // Ведомости& [сайт]. – 09.10.2019 : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/10/09/813027-razvivayutsya-innovatsii (дата обращения 23.05.2021).

27. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество : опыт социального прогнозирования / Даниел Белл ; Пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. - Москва : Academia, 2004 (ОАО Можайский полигр. комб.). - 783, [3] с.

28. Берталанфи, К.Л. Общая теория систем / К.Л. фон Берталанфи. – Нью-Йорк: Джордж Бразиллер, 1969. – 136 с.

29. Большой толковый словарь русского языка / Кузнецов С.А. (ред.). – СПб.: Норинт, 2000. – 1536 с.

30. Бондаренко С. IN-уроки / IT-уроки от С. Бондаренко. – URL: http://it-uroki.ru/uroki/urok-1-chto-takoe-it.html (дата обращения 03.05.2021)

31. Брежнев, Л.И. Малая земля. Возрождение. Целина (сборник) / Л.И. Брежнев. – Л.: Лениздат, 1981. – 480 С.

32. Брэдбери, Р. 451 градус по Фаренгейту / Рэй Брэдбери. – ЭКСМО, 2019. – 200 с.

33. Булатов, А.В. Проблемы и перспективы развития инновационного предпринимательства в России / Булатов А.В., Гуремина Н.В. : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://scienceforum.ru/2016/article/2016024956

34. Быкова, Т.С. Инновационный бизнес в России: проблемы и перспективы Т.С. Быкова : [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.econorus.org/consp/files/fpqg.doc (дата обращения 12.05.2021).

35. В.В. Путин. Россия сосредотачивается – вызовы, на которые мы должны ответить, Известия, 16.01.2012 г.

36. Валентина Матвиенко призвала поддержать инициативы молодежи новых регионов / RG. RU [сайт]. 02.02.2023 // https://rg.ru/2023/02/02/stavte-vysokie-planki.html

37. Васильев, М.В. Психологический аспект кибернетической угрозы / М.В. Васильев // Информационные войны как борьба геополитических противников, цивилизаций и различных этосов. – Сб. трудов Всероссийск. науч. конф. (Новосибирск, 26-27.04.2018) / под науч. ред. В.Ш. Сабирова; СибГУТИ. – Новосибирск, СибГУТИ, 2018. – С. 151-161.

38. Ващенко, В.И. Инновационность и инновационное образование / В.И. Ващенко // Alma Mater. – 2000. – № 5. – С. 15-18.

39. Ващенко, А. Мы пытаемся научить студентов «включать свои мозги» и анализировать факты / ЯСНО : Новости юга России [сайт] 25.09.2017 : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://yasnonews.ru/news/obchestvo/41900_aleksandr_vashchenko_my_pytaemsya_nauchit_studentov_vklyuchat_svoi_mozgi_i_analizirovat_fakty/ (дата обращения: 12.08.2021).

40. Великая Хартия Университетов. – Болонья, Италия, 18.09.1988. – URL: https://bolognaby.org/images/Library/Magna_Carta_Universitatum_ru.pdf

41. Виц, Б. Демокрит / Б. Виц. – М.: Мысль, 1979. –212 с.

42. Владимир Яблонский. В России сложились неэффективные модели социального лифта, Российская Газета, 14.11.2011 г.

43. Влияние технологий искусственного интеллекта на экономику и бизнес / Taviser: Государство. Бизнес. ИТ [сайт]. – 11.11.2019 : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://www.tadviser.ru/index.php/

44. Возиянов, Д.Э. Развитие малого и среднего бизнеса в сфере торговли в Донецком регионе : дис. ... к-та экон. наук : 08.00.05 / Д.Э. Возиянов; ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского». − Донецк, 2018. – 212 с.

45. Возиянов, Д.Э. Методика формирования стратегии экосистемного цифрового маркетинга в предприятии ритейла в условиях неопределенности

будущего / Д.Э. Возиянов // Сборник научных работ серии «Экономика». – 2022. – Вып. 27. – С. 108-123.

46. Возиянов, Д.Э. Цифровой маркетинг в розничной торговле: теоретические основы, мониторинг, инновации : монография / Д.Э. Возиянов / ГО ВПО «Донецкий нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского»; каф. маркетинга и торгового дела. – Донецк: ФЛП Кириенко С.Г., 2023. – 381 с.

47. Возиянова, Н.Ю. Внешняя информационная среда как часть маркетинговой среды учреждения среднего профессионального образования / Н.Ю. Возиянова, И.Е. Доронина // Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право. Сборник научных трудов. – 2019. – С. 328-332.

48. Возиянова, Н.Ю. Институциональные особенности и стратегические перспективы поддержки предпринимательства в сфере торговли в условиях санкционной политики / Н.Ю. Возиянова, Д.Э. Возиянов // Общество, экономика и право в процессе развития. Сб. науч. статей по материалам XI междунар. науч.-практич. форума. Под редакцией А.А. Паршиной, В.Н. Харченко. – 2019. – С. 31-39.

49. Возиянова, Н.Ю. Механизм формирования «нового» бренда ДНР: проблемы институализации и управления / Н.Ю. Возиянова // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. – 2020. – № 3 (33). – С. 78-82.

50. Возиянова, Н.Ю. Развитие коммуникационной стратегии учреждений дополнительного профессионального образования в условиях цифровизации / Н.Ю. Возиянова, И.В. Чугункина // Вестник Института экономических исследований. – 2020. – № 1 (17). – С. 79-87.

51. Возиянова, Н.Ю. Внутрішня торгівля України: теоретичний базис, моніторинг, моделі розвитку : монографія / Н.Ю. Возіянова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 517 с.

52. Возиянова, Н.Ю. Смена парадигмы управления и развития субъектов хозяйствования в условиях цифровизации и коронакризиса / Н.Ю. Возиянова, А.Н. Германчук, Д.Э. Возиянов // Трансформация моделей корпоративного управления в новых экономических реалиях : материалы Междунар. науч.- практ. конф. (Екатеринбург, 20 ноября 2020 г.) / науч. ред. И.Н. Ткаченко; отв. за вып. М.В. Евсеева ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2020. – 202 с. - С. 126-133.

53. Возиянова, Н.Ю. Современные тенденции управления и прогноз в сфере услуг в условиях нестабильной внешней среды / Н.Ю. Возиянова, А.А. Азарян // Экономика, бизнес, инновации: проблемы, тенденции и перспективы развития : монография / Под общ. ред. Г.Ю. Гуляева. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – 106 с. – С. 52-64.

54. Возиянова, Н.Ю. Стратегия адаптации предприятий и других хозяйственных образований сферы услуг к условиям конкурентной нестабильной рыночной среды / Н. Ю. Возиянова, А. А. Азарян // Менеджер. –2019. – № 4 (90). – С. 149-161.

55. Вопросы к священнику – Отвечает Иеромонах Иов (Гумеров) / Православие. РУ [сайт]. 03.10.2006. – URL: https://pravoslavie.ru/6852.html

56. Воробьев Е.И. Автоматизация обработки информации и управления в здравоохранении / Е.И. Воробьев, А.И. Китов. – М.: Издательство «Советское радио»,1976. – 272 с.

57. Воробьев, Е.И. Введение в медицинскую кибернетику / Е.И. Воробьев, Китов А.И. –М.: Издательство «Медицина», 1977. – 287 с.

58. Геополитические интересы глобальных акторов в Причерноморье: исторические аспекты и региональная безопасность / Беганская И.Ю., Черная Л.В., Кулешова Л.В., Малик М.А. / [в моногр.] Социализация государственной экономической политики : выбор Донбасса как необходимость : коллективная монография / Минобрнауки ДНР, ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» ; под общ. ред. Л. Б. Костровец. – Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2022. – 703 с. – С. 106-134.

59. Германчук, А.Н. Миссия предприятия как основа планирования на предприятии / А.Н. Германчук, Ю.А. Кулькова // Современные тенденции развития и перспективы внедрения инновационных технологий в машиностроении, образовании и экономике. – 2017. – Т. 3. № 1 (2). – С. 241-243.

60. Гриценко, А.А. Наука й мистецтво інституціонального будівництва. Інституціональні аспекти дослідження перехідної економіки / А.А. Гриценко // Інституціональна архітектоніка та механізми економічного розвитку: матеріали наукового симпозіуму. – Х.: ХНУ, 2005. – С. 21- 31.

61. Германчук, А.Н. Стратегическое партнерство в системе управления взаимоотношениями бизнес-субъектов / А.Н. Германчук // В сборнике: Экономика и современный менеджмент: теория и практика. Материалы международной научно-практической конференции. В 2-х частях. Под общей редакцией В.Н. Узунова. – 2017. – С. 134-140.

62. Германчук, А.Н. Теория и методология формирования системы трейд-маркетинга : монография / А.Н. Германчук. – Донецк: ФЛП «Кириенко», 2019. – 392 с.

63. Глазьев, С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. – М.: Влад-Дар, 1993. – 310 с.

64. Говорова, Н.В. Экономика знаний: европейские реалии и перспективы. //Современная Европа. –2006. – № 4. – С.110-119.

65. Грибоедов, А.С. Горе от ума — 2-е изд., доп. — М.: Наука, 1987, действие II, явление 2.

66. Грудзинский, А.О. Концепция проектно-ориентированного университета / А.О. Грудзинский // Университетское управление: практика и анализ. – 2003. – № 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-proektno-orientirovannogo-universiteta

67. Дафт, Р. Менеджмент : монография / Р. Дафт; [пер. с англ.] – 6-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 864 с.

68. Денисова, О.В. Трансформация системы высшего образования России в условиях формирования «экономики знаний» : дис. ... канд-та экон. наук : 08.00.01 / / О.В. Денисова; ФГАОУ ВПО «Волгоградский государственный университет», 2013. – 202 с.

69. Дещенко, А.Ю. «Экономика знаний» и услуг: экосистемный институционально-маркетинговый концепт развития / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Инновационное развитие экономики. – № 3 (75). – 2023, май - июнь. – С. 12-25.

70. Дещенко, А.Ю. «Экономика знаний»: базисные элементы и институциональная структура / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2020. – Вып. 3(55). – С.219-227.

71. Балошапка, В. «Управленческая результативность: системный взгляд на работу и развитие менеджеров». Учебник для практикующих менеджеров / В. Балошапка, И. Нудьга / Под ред. В.А. Белошапки. – К.: Издательство «Агентство «Стандарт», 2007. – 270 с.

72. Дещенко, А.Ю. Академическое предпринимательство: институциональные особенности и векторы архитектуры моделей развития в «экономике знаний» / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2021. – Вып. 4(60) – Т.1. – С. 57-68.

73. Дещенко, А.Ю. Архитектоника знаниевых услуг в потенциале предприятия и научно-методический подход к оценке рисков / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2022. – Вып. 3 (63) – Т.2. – Ч.2. – С. 58-62.

74. Дещенко, А.Ю. Влияние глобальных трансформаций на социально-экономическое развитие национальных экономик / А.Ю. Дещенко // Донецкие чтения 2021: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: сб. науч. трудов по матер.VI Междунар. науч. конф. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2021.– Т.5. – Ч.3. – С.131-133

75. Дещенко, А.Ю. Глобализация как закономерный этап интернационализации хозяйственной жизни / А.Ю. Дещенко // Наука, инновации и образование: проблемы и перспективы: сб. науч. трудов по матер.

2 –й Междунар. науч.-практ. конф. – Токио: Изд. группа CPN, 2021. – С.420-427

76. Дещенко, А.Ю. Глобализация экономики и технологические инновации как предпосылки формирования и развития экономики знаний / А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2020. – Вып. 4(56). – Т 1. – С.84-93.

77. Дещенко, А.Ю. Глобальное моделирование устойчивого социально-экономического развития / А.Ю. Дещенко // Современная мировая экономика: вызовы и реальность: матер.IV Междунар. науч.-практ. конф. – Донецк: ГОУ ВПО ДОННТУ, 2021. – С. 61-64.

78. Дещенко, А.Ю. Глобальное устойчивое развитие с точки зрения системно-синергетического подхода / М.В. Фомина, А.Ю. Дещенко // Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы: сб. трудов по матер.XVI Междунар. науч.-практ. конф.– Донецк: ДОННТУ, 2021. – С. 348-352.

79. Дещенко, А.Ю. Глобальное устойчивое развитие: к вопросу о трансформации в постпандемийный период / А.Ю. Дещенко // Географические и экономические исследования в контексте устойчивого развития государства и региона: матер. III Междунар. науч.-практ. конф. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2021.– С. 284-287.

80. Дещенко, А.Ю. Глобальные трансформации на рынке труда и проблема востребованности выпускников / М.В. Фомина, В.В. Приходько, А.Ю. Дещенко // Актуальные проблемы и перспективы трудоустройства выпускников образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования: матер. XV Междунар. научно-практ. конф.– Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2021. – С. 133-136.

81. Дещенко, А.Ю. Государственное регулирование в условиях глобализации / М.В. Фомина, А.Ю. Дещенко // Налоговая система в условиях современных трансформаций: матер. XXI Междунар. науч.-практ. интернет-конф. – Донецк: ДОННУЭТ, 2021. – С.207-210.

82. Дещенко, А.Ю. Государственное регулирование национальной экономики в условиях глобализации: проблемы и перспективы / А.Ю. Дещенко //

Вестник Донецкого национального университета. Серия В «Экономика и право». – 2021. – № 4. – С. 107-113.

83. Дещенко, А.Ю. Институциональная трансформация форм университетов в «экономике знаний» / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2019. – Вып. 4 (52). – Т.2. – С. 50-60.

84. Дещенко, А.Ю. Информационные технологии и особенности поколения «Альфа» в «Экономике знаний» / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Современные информационные технологии: матер. IV Республ. науч. интернет-конф. – Донецк: ГО ВПО«ДонНУЭТ», 2021. – С. 112-115.

85. Дещенко, А.Ю. Инфраструктура «экономики знаний»: модели и риски модификации университетов / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // «Экономика, менеджмент, предпринимательство: актуальные проблемы теории и практики управления»: материалы IV Республиканской научно-практической конференции, 14 апреля 2021 г. / Отв. ред. В.Н. Тисунова. – Луганск: Изд-во ЛГУ им. В. Даля, 2021. – 378 с. – С. 290-293.

86. Дещенко, А.Ю. Классификация знаниевых услуг в современной нестабильной институциональной среде / А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2023. – Вып. 1 (65). – С. 105-112.

87. Дещенко, А.Ю. Модели устойчивого развития национальных экономик в условиях глобализации / А.Ю. Дещенко // Европейские научные дискуссии: сб. трудов по матер.11-й Междунар. науч.-практ. конф.– Рим: Региональное издательство, 2021. – С. 304-311

88. Дещенко, А.Ю. Моделирование развития науки, общества и экономики на ее основе в «экономике знаний» / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2022. – Вып. 1 (61). – С. 44-52.

89. Дещенко, А.Ю. Модификации университетов в инфраструктуре «экономики знаний» / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Проблемы профессионализации управленческих кадров в контексте устойчивого развития Луганской Народной Республики: материалы круглого стола, 18 мая 2021 г. / Отв. ред. В.Н. Тисунова. – Луганск: Изд-во ЛГУ им. В. Даля, 2021. – 174 с. – С. 41-44.

90. Дещенко, А.Ю. Наука как базис развития и наука как услуга в «экономике знаний» (глава 3.1) / Н.Ю. Возиягнова, А.Ю. Дещенко // Стратегии социально-экономического развития: философско-мировоззренческие и прикладные исследования ; коллективная научная монография. – Москва: АНО ЦЭМИ, Архонт, 2022. – 336 с. – С. 179-198.

91. Дещенко, А.Ю. Наука как услуга в «экономике знаний»: анализ проблемы смысла и выбора вектора развития / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2021. – Вып. 3(59). – Т.2. – Ч.2. – С. 46-54.

92. Дещенко, А.Ю. Преобразование университетов в условиях формирования инновационной экономики / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Педагогика и психология: теория и практика: науч. журнал. – Волгоград: Научное обозрение, 2021. – № 1 (21). – С. 10-15.

93. Дещенко, А.Ю. Проблема формирования человеческого капитала и стратегические векторы институциональной трансформации общественного сектора экономики (раздел 3, параграф 3.1) / Н.Ю. Возиянова, А.Н. Германчук, А.Ю. Дещенко // Институциональная трансформация общественного сектора в целях повышения качества человеческого капитала : монография / под общ. ред. проф. О. С. Белокрыловой ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2021. – 178 с. – С. 82-100.

94. Дещенко, А.Ю. Проблемы и стратегические перспективы развития экономики на основе цифровизации, услуг и знаний / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом: Материалы XIV международной научно-практической конференции 27-28 мая 2022 г. / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск: 2022. – 252 с. – С. 16-24.

95. Дещенко, А.Ю. Процесс экономической глобализации: сущность, тенденции, последствия (глава 2) / А.Ю. Дещенко // Формирование геоэкономической стратегии развития региона в период пандемии коронавируса ;

коллективная научная монография. – Донецк: ФЛП Кириенко, 2021. – 251 с. – С.52-59.

96. Дещенко, А.Ю. Развитие предпринимательства на инновационной основе и проблема формирования «человеческого капитала в «экономике знаний» / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2021. – Вып. 2(58). – С. 46-53.

97. Дещенко, А.Ю. Развитие рынков знаниевых услуг в омниканальной институциональной среде: мониторинг состояния и выявление резервов / А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2022. – Вып. 4 (64) –Т.2. –Ч.2. – С. 33-42.

98. Дещенко, А.Ю. Риски и подход к их оценке для предпринимательских структур в «экономике знаний» / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Современные тенденции развития математики и ее прикладные аспекты –2021: матер. X Междунар. науч.-практ. интернет-конф. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2021. – С. 22-25.

99. Дещенко, А.Ю. Стратегирование развития знаниевых услуг во внутреннем и внешнем контурах предприятия как трансакционная ценность / А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2023. – Вып. 2 (66). – С. 100-109.

100. Дещенко, А.Ю. Стратегические перспективы и проблемы развития экономики на принципах цифровизации, услуг и знаний / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2022. – Вып. 2 (62). –С. 64-75.

101. Дещенко, А.Ю. Стратегия и инструментарий экосистемно-институционального развития института услуг в «экономике знаний» / А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – №3(67), Т.1. – 2023. – С. 132-140.

102. Дещенко, А.Ю. Сущностный анализ государственно-частного партнерства для оценки потенциала использования в масштабных социально-экономических проектах / П.С. Ювко, А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. – 2022. – Вып. 4 (60). – Т.2 – Ч.2 –С. 225-234.

103. Дещенко, А.Ю. Экономика знаний и дополнительное профессиональное образование в цифровой институциональной среде / Н.Ю.

Возиянова, О.В. Филиппова, А.Ю. Дещенко // Информационное пространство Донбасса: проблемы и перспективы: матер. III Республ. с междунар. участием науч.-практ. конф. , 30 окт. 2020 г. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2020. – С. 199-201.

104. Дещенко, А.Ю. Экономика знаний как институт и инструмент развития современных социо-экономических систем (глава 3) / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития: коллективная научная монография. – Донецк: ООО «НПП «Фолиант», 2019. – 562 с. – С. 149-171.

105. Дещенко, А.Ю. Экономика знаний: проблемы и институционализация развития / А.Ю. Дещенко // Севергеоэкотех–2020: матер. XXI Междунар. молод. науч. конф. – Ухта: УГТУ, 2020. – Ч. 4. – С. 120-122.

106. Дещенко, А.Ю. Экономика знаний: теория, практика, моделирование : монография А.Ю. Дещенко. – Донецк: ФЛП Кириенко С.Г., 2023. – 361 с.

107. Дещенко, А.Ю. Экономическая безопасность и развитие предпринимательских структур в экономике знаний / Н.Ю. Возиянова, А.Ю. Дещенко // Актуальные проблемы правового, экономического и социально-психологического знания: теория и практика: сб. науч. трудов по матер. V Междунар. науч.-практ. конф. – Донецк: Цифровая типография, 2021. – Т.3. – Секция 3. – С. 446-452.

108. Дещенко, А.Ю. Организационно-информационный дизайн института услуг в «экономике знаний» / А.Ю. Дещенко // Торговля и рынок. - №4(68), Т.1. – 2023. – С. 89-96.

109. Донец, Л.И. Организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний : автореферат дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Л.И. Донец; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Донецк, 2020. – 40 с.

110. Доронина, И.Е. Маркетинговая деятельность в учреждениях среднего профессионального образования: дис. ... к-та экон. наук : 08.00.05 /

И.Е. Доронина; ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. − Донецк, 2020. – 197 с.

111. Друкер, П.Ф. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества : монография / П.Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2007. – 336 с.

112. Дьяченко, М.А. Современные концепции формирования интеллектуального капитала специалиста в императивах экономики знаний / М.А. Дьяченко. – Волгоград: Изд-во: ВолГу, 2009. – 54 с.

113. Евангелие от Луки, глава 19/ Русская Православная Церковь [Официальный сайт Московского Патриархата]. – URL: http://www.patriarchia.ru/bible/lk/19/

114. Евангелие от Матфея, глава 25 / Русская Православная Церковь [Официальный сайт Московского Патриархата]. – URL: http://www.patriarchia.ru/bible/mf/25/

115. Ерохина, Е. Будущее образования: что предсказывали эксперты в 2021 году / Е. Ерохина / «Образование» Skillbox Media : он-лайн журнал [сайт] 23.12.2022. – URL: https://skillbox.ru/media/education/budushchee-obrazovaniya-chto-predskazyvali-eksperty-v-etom-godu/

116. Жуков, С. А. Академічне підприємництво як фактор підвищення ефективності підприємств і формування інноваційного потенціалу економіки України / С. А. Жуков // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія : Економічні науки. – 2017. – Вип. 33. – С. 65-74.

117. Журавлев, В.А. Пассионарный университетский менеджмент / В.А. Журавлев, Н.С. Ладыжец // Университетское управление: практика и анализ. – 2003. – № 1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/passionarnyy-universitetskiy-menedzhment

118. Зигмунт Бауман: глобализация. Последствия для человека и общества : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://gtmarket.ru/laboratory/basis/4985/4988.

119. Ильинский, И.М. Между Будущим и Прошлым: Социальная философия Происходящего / И.М. Ильинский. – М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2006. – 664 с.

120. Ильинский, И.М. Об экономической природе современного отечественного образования / И.М. Ильинский // Высшее образование в России. – 2004. – №9. – С. 39-52.

121. Ильинский, И.М. Об элитарным образовании / И.М. Ильинский // Знание. Понимание.Умение. – 2005. – № 4. – С. 6-13.

122. Ильинский, М.И. Директива на все времена. Американские цели в отношении русского мира / И.М. Ильинский // Литературная газета. № 17 (6460) от 30.04.2014.

123. Инвесторы видят потенциал в рынке онлайн-образования и образовательных технологий : [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://open-education.net/professional/investory-vidyat-potentsial-v-rynke-onlajn-obrazovaniya-i-obrazovatelnyh-tehnologij/

124. Инновационный потенциал : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://normative_reference_dictionary.academic.ru/22812

125. Институты, институциональная структура и права собственности : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: http://www.mirkin.ru/_docs/_dumnaya/net02.pdf

126. Институционализация / Википедия. Свободная энциклопедия : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/институционализация (дата обращения: 12.08.2021).

127. Интеллект : Википедия. Свободная энциклопедия : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/ителлект (дата обращения: 22.05.2021). (16)

128. Информационная инфраструктура : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/].

129. Как выглядит четвертая промышленная революция? /ТЕХНОРИД [сайт] 25.04.2020. – URL: https://dzen.ru/a/XqNb_jmesi4IIPoP

130. Каморджанова, Н.А. XXI век: современные технологии подготовки экономических кадров / Под ред. Каморджановой Н.А. – М.: Изд-во: «Проспект», 2018. – 83 с.

131. Картаджайя, Х. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому. Технологии продвижения в интернете / Хермаван Картаджайя, Айвен Сетиаван, Филип Котлер. – М.: Изд-во: Бомбора, 2019. – 224 с.

132. Кирьянов, О. Книга, режущая глаз Пентагону: военные предали огню мемуары подполковника армии США // «Российская газета» – Федеральный выпуск №5296 (217)

133. Китов, А.И. «Электронные вычислительные машины» / Китов А.И., Криницкий Н.А. – М.: Издательство Академии наук СССР, 1958, (второе издание 1965). – 132 с.

134. Китов, А.И. «Электронные цифровые машины и программирование» / Китов А.И., Криницкий Н.А. – М.: Издательство «ФИЗМАТГИЗ», 1961, 572 с.

135. Китов, А.И. «Элементы программирования» (для электронных вычислительных машин) / А.И. Китов, Н.А. Криницкий, П.Н. Комолов : Под редакцией А.И. Китова. – М.: Издательство Артиллерийской инженерной академии, 1956. – 286 с.

136. Китов, А.И. Программирование информационно-логических задач / А.И. Китов. – М.: Издательство «Советское радио», 1967. – 328 с.

137. Китов, А.И. Программирование экономических и управленческих задач / А.И. Китов. – М.:, Издательство «Советское радио», 1971. – 371 с.

138. Китов, А.И. Электронные цифровые машины / А.И. Китов. – М.: Издательство «Советское радио», 1956. – 276 с.

139. Клеева, Л.П., Максимов С.В. «Открытая» наука: критический анализ нового проекта ЮНЕСКО / Л.П. Клеева, С.В. Максимов // Российское конкурентное право и экономика. – 2021. –№ 1 (25). – С. 22-29.

140. Клейнер, Г.Б. Стратегия предприятия / Г.Б. Клейнер. – М.: Дело, 2008. – 568с.

141. Клейнер, Г.Б. Эволюция институциональных систем / Г.Б. Клейнер. – М.: Наука, 2004. – 240 с.

142. Коваленко, Л. Что такое характер человека — черты, виды, типы и сила характера / Л. Коваленко / КтоНаНовенького [сайт] 23.07.2021. – URL: https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/harakter-chto-ehto-takoe-cherty-tipy-vidy-haraktera-cheloveka.html

143. Коваленко, Н.В. Особенности развития малого и среднего предпринимательства в Луганской народной Республике / Н. В. Коваленко, Т. А. Сулейманова // Экономический вестник Донбасского государственного технического университета. – 2020. – № 4. – С. 26-30.

144. Коваленко, Н.В. Анализ методологических подходов к оценке человеческого капитала в условиях инновационной экономики / Н. Г. Брюхина, Н. В. Коваленко // Экономический вестник Донбасского государственного технического института. – 2020. – № 6. – С. 13-22.

145. Коваленко, Н.В. Взаимосвязь между механизмами обеспечения устойчивости и адаптации в контексте инновационного развития предприятий / Н. Г. Брюхина, Н. В. Коваленко // Экономический вестник Донбасского государственного технического института. – 2021. – № 9. – С. 23-29.

146. Коваленко, Н.В. Влияние интеллектуального капитала и распространения знаний на динамику производительности труда в условиях региональных ресурсных ограничений / М. М. Мархайчук, Н. В. Коваленко, А. С. Чекунов, Н. Г. Брюхина // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – 2020. – № 4(96). – С. 51-60.

147. Коваленко, Н.В. Институциональные инструменты повышения конкурентоспособности регионов с особым статусом / Н. В. Коваленко, Ю. А. Оникийчук // Экономический вестник Донбасского государственного технического университета. – 2020. – № 4. – С. 20-25.

148. Коваленко, Н.В. Особенности формирования компетенций работников инновационного типа / Н. В. Коваленко, Н. Г. Брюхина // Экономический вестник Донбасского государственного технического университета. – 2019. – № 1. – С. 12-17.

149. Конференция «Третья миссия университета» в Москве собрала экспертов из 23 стран / MosIur [сайт] 03.12.2018// https://mosiur.org/news/

150. Котлер, Ф. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения / Ф. Котлер, А. Сетиаван, Х. Картаджайя. Пер с англ. А. Горман. – М.: ООО «Издательство «Эксмо», 2022. – 250 с.

151. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экс пресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.

152. Кошелев, Р.С. Экономика знаний / Р.С. Кошелев // Вестник науки и творчества, 2020. – С. 22-26.

153. Краснова, Г.А. Электронное образование в эпоху цифровой трансформации / Г.А Краснова, Г.В. Можаева. – Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2019. – 200 с.

154. Кривега, Л. Д. Особенности становления нового мирового порядка / Л. Д. Кривега, Е. В. Сухарева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 8 (88). — С. 1232-1235. — URL: https://moluch.ru/archive/88/17415

155. Кудрин Алексей ВШЭ дала рецепт обновления российской экономики «Ведомости», 03.04.2013. – № 57 (3319).

156. Кулебякин, А.А. Институты экономики знаний: проблема соответствия институциональной системы и потребностей развития / А.А. Кулебякин // Социальные и гуманитарные знания. 2016. Том 2, № 1. – С. 20-26.

157. Лазарева, К. Поколение Alpha: чем дети миллениалов отличаются от всех нас / К. Лазарева // FORBS [сайт]. – 03.12.2019. – URL: https://www.forbes.ru/forbeslife/388639-pokolenie-alpha-chem-deti-millenialov-otlichayutsya-ot-vseh-nas (дата обращения 03.05.2021)

158. Ленин (В.Ульянов). Собрание сочинений- Т. XVIII – Пролетариат у васти. – Ч. 1, 1921 г. – М.: государственное издательство, 1925. – 444 с. , с. 18.

159. Лепа, Р.Н. Механизм активизации процессов инновационного развития экономики Донецкой Народной Республики / Р.Н. Лепа, Курносова О.А., Белоброва Н.В., Высоцкий А.Е. // Вести Автомобильно-дорожного института. – 2021. – № 3 (38). – С. 43–53.

160. Лепа, Р.Н. Научно-технологический потенциал нового Донбасса / Р.Н. Лепа, Половян А.В., Гриневская С.Н. // Тенденции и перспективы развития. Ежегодник. – 2021. – С. 357–360.

161. Лепа, Р.Н. Параметры инновационного развития экономики Донецкой Народной Республики / Р.Н. Лепа, Гриневская С.Н. // Многовекторное управление соци-ально-экономическими системами: теория и практика: монография [Е.П. Мельнико-ва, О.И. Чорноус и др.]; под ред. Е.П. Мельниковой, О.И. Чорноус. - Донецк: ГОУВПО «ДОННТУ», 2021. – С. 19–24.

162. Лепа, Р.Н. Подходы к формированию стратегии развития промышленного предприятия при переходе к экономике знаний / Р.Н. Лепа, Белоброва Н.В. // Вестник Института экономических исследований. – 2019. – № 2(14). – С. 5–12.

163. Лепа, Р.Н. Становление экономики знаний: мировой и отечественный опыт / Р.Н. Лепа, Белоброва Н.В. // Вести Автомобильно-дорожного института. – 2020. – № 2(33). – С. 94–108.

164. Лукша, П. «Мы присутствуем при зарождении новой парадигмы»: об экосистемах в образовании / «Образование» Skillbox Media : он-лайн журнал [сайт] 04.03.2021 // https://skillbox.ru/media/education/interview_pavel_luksha/

165. Клыков, Л. «Новый мировой порядок – трансформация мира» – новый прогноз академика Льва Клыкова / Дзен : статьи [сайт] 22.12.2022. – URL: https://dzen.ru/a/Y6QgvKQiZykZcsbY?utm_referer=www.yandex.kz

166. Майер, Г.В. О критериях Исследовательского университета / Г.В. Майер // Университетское управление: практика и анализ. – 2003. – № 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-kriteriyah-issledovatelskogo-universiteta

167. Малыгина, В.Д. Парадигмальный взгляд на инклюзивное поведение общества / В.Д. Малыгина, К.А. Антошина // ЦИТИСЭ. № 4(26) 2020 Экономические науки. – URL: https://ma123.ru/ru/2020/10/

168. Макаров, В.Л. Микроэкономика знаний : монография / В.Л. Макаров, Г.Б. Клейнер. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. – 204 с.

169. Макаров, В.Л. Экономика знаний: уроки для России / В.Л. Макаров // ВЕСТНИК РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК, 2003. – Том 73. – № 5. – 450 с. – URL: http://www.labrate.ru/articles/makarov_knolege-economy-2003.htm

170. Мамедьяров, З. Цифровая экономика и пути ее развития / З. Мамедьяров : [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&cat=mcat&&mcat=189&type=news&newsid=3957

171. Матвиенко: жители новых регионов должны увидеть, что в России работают социальные лифты / ТАСС [сайт]. 02.02.2023 // https://tass.ru/obschestvo/16946655

172. Махлуп, Ф. Производство и распространение знаний в США. Нью-Джерси: Prenceton. 1962. 283 с.

173. Международный опыт реализации государственной социальной политики: возможности имплементации в ДНР / Беганская И.Ю., Кулешов А.Э. / [в моногр.] Социализация государственной экономической политики : выбор Донбасса как необходимость : коллективная монография / Минобрнауки ДНР, ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» ; под общ. ред. Л. Б. Костровец. – Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2022. – 703 с. – С. 73-85.

174. Мезоэкономика: элементы новой парадигмы : монография / Под ред. В.И. Маевского, С.Г. Кирдиной-Чэндлер. – М.: ИЭ РАН, 2020. – 392 с.

175. Месяц, Г.А. Инновационный университет: антеграция академических ценностей и предпринимательской культуры / Г.А. Месяц, Ю.П. Полохов, А.И. Чучалин, Б.Л. Агранович, В.Н. Чудинов // Междунар. сипоз.: «Инновационный университет и инновационное образование: модели, опыт, перспективы» (Москва, 27–28 мая 2003 г.). – С. 5-6.

176. Мишед, Л. Университеты Европы / Л. Мишед // Alma Mater. – 1991. – № 9. – С. 85-90.

177. Модель компетенций команд проектов развития университетов: межстрановый анализ / С.Н. Апенько // Гуманитарные науки. – 2023. – № 216 (3). – С. 418-427.

178. Муромцева, А.К. Высшее образование в условиях становления экономики знаний: императивные изменения /А. К. Муромцева // Вестник Кузбасского государственного технического университета, 2014 : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/vysshee-obrazovanie-v-usloviyah-stanovleniya-ekonomiki-znaniy-imperativnye-izmeneniya/viewer

179. Наука : [Електронний ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/

180. Николай Цехомский: «Мы поставили во главу угла качество жизни человека» / Эксперт-online [сайт] 15.06.2023. – URL: https://dzen.ru/a/ZItk176Fak2OTljO?utm_referer=www.yandex.kz

181. Никсон, Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности / Ф. Никсон : Пер. с англ.. – М.: Издательство стандартов, 1990. – 231 с.

182. Ньюмейер, М. Манифест другого маркетинга / Марти Ньюмейер. – М.: Изд-во: «Манн, Иванов и Фербер», 2015. – 192.с.

183. Образование : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/

184. Овенден, Р. Сожжение книг. История уничтожения письменных знаний от античности до наших дней / Ричард Овенден. – СПб.: Питер, 2022. – 384 с.

185. Орлова, В.О. Малий бізнес в Україні: сучасний стан, тенденції розвитку та стратегічні вектори модернізації : монографія / В.О. Орлова. – Донецьк: ТОВ «Східний видавничий дім», 2013. – 525 с.

186. Павлова, О.Н. Экономика знаний. – СПб: Университет ИТМО, 2017. – 123 с.

187. Панов, В. Симулятор безумия. Как Четвертая промышленная революция превратит Homo Sapiens в Homo Servus? / В. Панов. – ЭКСМО, 2023. – 220 с.

188. Панькова, Н.М Миссия университета / Н.М. Панькова // Перспективы Науки и Образования. – № 1. – 2013. – С. 4-13.

189. Панькова, Н.М. Идея университета в современной образовательной парадигме / Н.М. Панькова // Известия Томского политехнического университета. – 2007. – № 7. – С. 163-166.

190. Панькова, Н.М. Миссия университета / Н.М. Панькова // Перспективы Науки и Образования. – 2013. - № 1. – С. 4-13.

191. Партнеркин франшизы [сайт]. – URL: https://f.partnerkin.com/blog/allinfo/vostrebovanii_yslugi

192. Тисунова, В. Н. Маркетинг в системе управления конкурентоспособностью образовательных учреждений / В. Н. Тисунова, А. А. Резник // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. – 2020. – № 5(35). – С. 149-155.

193. Тисунова, В. Н. Нейротехнологии: важность в условиях Четвертой промышленной революции и этические вопросы / В. Н. Тисунова // Торговля и рынок. – 2021. – № 3(59). – С. 165-169.

194. Тисунова, В. Н. Управление информатизацией сферы образования региона на основе сервисной модели / В. Н. Тисунова // Вестник

Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2019. – № 4. – С. 245-250.

195. Тисунова, В. Н. Подходы к профессионализму высококвалифицированных кадров в управленческой деятельности / В. Н. Тисунова, А. А. Резник // Педагогика и психология: теория и практика. – 2021. – № 1(21). – С. 98-103.

196. Тисунова, В. Н. Стратегические направления формирования организационной культуры образовательной организации / В. Н. Тисунова // Вестник Луганского государственного университета имени Владимира Даля. – 2022. – № 8(62). – С. 196-199.

197. Петенко И.В. Отраслевая наука как составляющая инновационного развития / И.В. Петенко // Сб.науч.тр. Донбасс-2020.- Изд-во: Санкт-Петербург: Безопасность, 2020.- С.242-247.

198. Тисунова В.Н. Стратегия инноваций в деятельности предприятий SPA-услуг ДНР в условиях становления экономики знаний // Торговля и рынок. Вып. № 4 (68) , т. 1, 2023.

199. Пиннинго, И.П. Новая технология как организационное нововведение / И.П. Пинниго // Новая технология и организационные структуры. – М.: Экономика, 1990. – С. 21-30.

200. Политолог Федорова: В стране работают кадровые и социальные лифты для молодежи / ВЗГЛЯД : делвая газета [сайт]. 24.06.2023 // https://vz.ru/news/2023/6/24/1217958.html

201. Поповцев, И.Ю. Толковый словарь русского языка для школьников / И.Ю. Полповцев. – М.: «Аветон», 2006 . – 512 с.

202. Потенциал / Википедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB

203. Потенциал : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: http://www.psychologies.ru/glossary/15/potentsial/

204. Почему инвесторы видят потенциал в российском рынке онлайн-образования и образовательных технологий : [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vc.ru/flood/23296-edtech-investigation

205. Прайд, В. Феномен NBIC-конвергенции. Реальность и ожидания / В. Прайд, Д.А. Медведев // Философские науки, 1/2008. – С. 97-116.

206. Промышленный переворот в Англии в XVIII столетии / А. Тойнби. Пср. с англ. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – 352 с.

207. Просеков, А. «Университет преобразуется в нечто совершенно другое» / А. Просеков / «Образование» Skillbox Media : он-лайн журнал [сайт] 24.12.2022 // https://skillbox.ru/media/education/tsitata-nedeli-universitet-preobrazuetsya-v-nechto-sovershenno-drugoe/

208. Путин назвал ключевые принципы новой российской экономической политики / РБК [сайт] 17.06.2022. – URL: https://www.rbc.ru/economics/17/06/2022/62ac88969a7947c64123f0c9

209. Пшеславская, Н.М. Развитие инновационного предпринимательства – путь в рыночную экономику / Н.М. Пшеславская //

210. Райветт, П. Исследование операций. Пособие для административно-управленческих работников / П. Райветт, Р. Акофф / Сокр. пер. с англ. В. Я. Алтаева. – М.: Мир, 1966. – 143 с.

211. Расторгуев, С.П. Информационная война / С.П. Расторгуев. – М. : Радио и связь, 1999. – 416 с.

212. Расторгуев, С.П. Формула информационной войны / С.П. Расторгуев. – М.: Изд-во «Радио и связь»,1999. – 222 с.

213. Рахимова, С.А. Комплексная характеристика инновационного предпринимательства: от эволюции к современности / С.А. Рахимова : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://articlekz.com/article/8713 (дата обращения 21.05.2021).

214. Республиканские вакансии : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://rabotadnr.com/job/vacancy/respublikanskie-vakansii

215. Ривз, Мартин. Стратегии тоже нужна стратегия / М. Ривз, К. Хаанес, Д. Синха ; [пер. с англ. под редакцией А. Лазурского, Г. Милова]. – Москва : Эксмо, 2016. – 272 с.

216. Романова, К.С. Социальные лифты и фильтры / К.С. Романова // Дискурс-ПИ: VII Российский философский конгресс, 2015. – С. 30-34.

217. Роутти, Й. Формирование экономики знаний (на примере Финляндии) // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 6. – С. 47–54.

218. «Россия – страна возможностей»: как создают и развивают социальные лифты / РИА Новости [сайт]. 07.12.2020 // https://ria.ru/20201207/sotslifty-1587587783.html

219. Савченко, Е.В. Институциональная экономика / Е.В. Савченко. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2007. – 84 с.

220. Саймон, Г. Рациональность как процесс и продукт мышления [Электронный ресурс] / Г. Саймон // THESIS, 1993. – Вып.3. – URL: http://ecsocman.hse.ru/data/629/779/1217/3_1_2simon.pdf

221. Сапир, Е.В. О перспективах формирования евразийской экономики знаний на пространстве Евразийского экономического союза / Е.В. Сапир, Е.А. Сидорова // Вестник РУДН. Серия Международные отношения. 2015, Том 15, № 3. – С 212-224.

222. Свежие вакансии ДНР // https://rabotadnr.com/

223. Семенова, Ю.А. Глобализация сегодня: становление нового социального хронотопа / Ю.А. Семенов // Сумма философии, – С. 215-216.

224. Сессия академии наук СССР по научным проблемам автоматизации производства 15-20 октября 1956 года. Научные проблемы телемаханизации производственных процессов / Под ред. А. В. Топчиев. – М.: Издательство Академии Наук СССР, 1957.

225. Словарь иностранных слов / Под ред. И.В. Лехина и проф. Ф.Н. Петрова, изд. 4-е, перераб. и доплн. – М.: Изд-во иностранных и национальных словарей, 1954. – 853 с.

226. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцев. – 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999. – 479 с.

227. Сорокин, С.Э. «Третья миссия» университетов: социально-философский анализ : дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11 / С.Э. Сорокин; ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова» − Архангельск, 2020. – 417 с.

228. Сорокин, П. Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений / Питирим Сорокин / Пер. с англ., СПБ: РХГИ, 2000. – 1056 с. – С. 747–748.

229. Сорокина, Н. Предпринимательский университет (Шведский опыт) / Н. Сорокина // Высшее образование в России. – 2002. – № 3. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskiy-universitet-shvedskiy-opyt

230. Социальный лифт / Skysmart [сайт]. 28.07.2023// https://skysmart.ru/articles/obshestvoznanie/socialnyj-lift

231. Ставицкий, А.В. Онтологические основы информационной войны в контексте Большой игры против России / А.В. Савицкий // Информационные войны как борьба геополитических противников, цивилизаций и различных этосов. – Сб. трудов Всероссийск. науч. конф. (Новосибирск, 26-27.04.2018) / под науч. ред. В.Ш. Сабирова; СибГУТИ. – Новосибирск, СибГУТИ, 2018. – 820 с. – С. 664-677.

232. Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент для практиков: Краткий профессиональный курс / Е.С. Стоянова, М.Г. Штерн. – М.: Перспектива, 1998. – 240 с.

233. Структура : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/,

234. Субботин, А.Л. Классификация / А.Л. Субботин, В.Л. Абушенко, В.А. Бочаров, В.А. Эдельман / Гуманитарный портал: Концепты [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2002. –2022 (после-дняя редак-ция: 18.11.2022). – URL: https://gtmarket.ru/concepts/6879

235. Сухарев, О.С. Стратегия развития науки, образования и производства : монография / О.С. Сухарев. – М.: Ленанд. – 2014. – 144 с.

236. Тарасенко, Ф.П. Патриарх системного мышления и системной практики в управлении. Памяти расселла акоффа (12. 02. 1919 29. 10. 2009) / Ф.П. Тарасенко // ПУСС. 2009. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/patriarh-sistemnogo-myshleniya-i-sistemnoy-praktiki-v-upravlenii-pamyati-rassella-akoffa-12-02-1919-29-10-2009.

237. Тарасов, А. Социальные лифты и фильтры / А. Тарасов / Дзен : статьи [сайт] 26.02.2021. – URL: https://dzen.ru/a/YDEWu3Vu6zHwdqXY?utm_referer=www.yandex.kz

238. Теслинов, А.Г. Концептуальное проектирование сложных решений / А.Г. Теслинов. – СПб.: Питер, 2009. – 288 с.

239. Толмачев О.М. Особенности логистического управления производством наукоемкой продукции в условиях турбулентно изменяющейся мировой экономики / О.М. Толмачев // Модернизации. Инновации. Развитие. (МИР). Научно-практический журнал. – 2015. – Том 6. – № 2. – С. 90–100.

240. Толмачев, О.М. Политэкономический аспект категории «человеческий капитал» / О.М. Толмачев, Л.Н. Борисенкова // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2015. – Выпуск 3. Часть I. – С. 167-173.

241. Толмачев, О.М. Факторы формирования и развития человеческого капитала в инновационной экономике / О.М. Толмачев, Л.Н. Борисенкова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2014. – № 2. – С. 65-71.

242. Трусова, К. Три миссии университета / К. Трусова / Журналист онлайн [сайт]. – URL: https://journonline.msu.ru/articles/note/tri-missii-universiteta/

243. Уильямсон, О.И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация / Науч. ред. и вступ, статья В. С. Катькало. – С-Пб.: Лениздат; CEV Press, 1996. − 702 с.

244. Услуга : [Електронний ресурс]. Режим доступа: // https://ru.wikipedia.org/wiki/

245. Фандрайзинг : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/399143

246. Филиппова, О.В. Маркетинг взаимоотношений в деятельности центра дополнительного профессионального образования: дис. ... к-та экон. наук : 08.00.05 / О.В. Филиппова; ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. − Донецк, 2020. – 274 с.

247. Финансовое управление фирмой / под ред. В.И. Терехина. – М.: ОАО «Экономика», 1998. – 275 с.

248. Фирсова, С.П. Трансфер технологий как фактор инновационного развития технического университета // Казанский педагогический журнал, 2011. – № 1. – С. 54-60.

249. Фундаментальная наука : [Електронний ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/

250. Фурсов, А. «XXI век выиграет тот, кто сможет создать новую науку о человеке, об обществе» / А. Фурсов. – URL: https://www.business-gazeta.ru/article/538417

251. Фуруботн, Э. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории : монография / Э. Фуруботн, Р. Рихтер; пер. с англ. / под ред. В.С. Катькало, Н.П.Дроздовой. – СПб.: Издат. дом Санкт-Перербугр. гос. ун-та, 2005. – XXXIV + 702с.

252. Харитонов, А.М. Информационные войны в мире науки на примере норманизма и антинорманизма / А.М. Харитонов // Информационные войны как борьба геополитических противников, цивилизаций и различных этосов. – Сб. трудов Всероссийск. науч. конф. (Новосибирск, 26-27.04.2018) /

под науч. ред. В.Ш. Сабирова; СибГУТИ. – Новосибирск, СибГУТИ, 2018. – 820 с. – С. 716-726.

253. Хегай, Е.В. Академическое предпринимательство как основной механизм трансфера технологий / Е.В. Хегай, М.Д. Филаткина, И.Д. Филаткина // Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект : М-лы VI Междунар. науч.-практ. конф.. Под ред. В.Л. Василенка, 2016. – С. 268-272.

254. Хованская, М. Нужен ли сейчас диплом о высшем образовании для успешной карьеры? / М. Хованская / «Образование» Skillbox Media : он-лайн журнал [сайт] 11.07.2022. – URL: https://skillbox.ru/media/education/nuzhen-li-seychas-diplom-o-vysshem-obrazovanii-dlya-uspeshnoy-karery/

255. Цветкова, Е.В. Риски в предпринимательской деятельнорсти : Учеб. пособ. /Е.В. Цветкова, И.О. Арлюкова. – СПб.: ИВЭСП, Знание, 2002. – 64 с.

256. Цецхладзе, Т.А. Образ России в корейских СМИ (на примере информационного агентства «Йонхап» / Т.А. Цехлидзе // Медиасреда, 2017. – № 12. – С. 296-302.

257. Циолковский, К.Э. Тяжесть исчезла (Фантастический очерк,) / К.Э. Циолковский; пред. и под ред. Н. Моисеева. 2-е изд. М.; Л.: Госмашметиздат, 1934. –112 с.

258. Цифровая вычислительная техника и программирование (Выпуск №1) / Сборник научных статей под редакцией А.И. Китова. – М.: Издательство «Советское радио», 1966. – 182 с.

259. Чепуренко, А.Ю. Как и зачем обучать студентов предпринимательству / А.Ю. Чепуренко // Вопросы образования / Educational Studies Moscow. 2017. № 3. – С. 250-276.

260. Черниченко, Ю.Д. Богатство целины – народу: Очерки / Ю. Черниченко., С. Любимов. – М.: Советская Россия, 1960.

261. Четвертая промышленная революция : [Електронний ресурс]. Режим доступа: https://alphapedia.ru/w/Fourth_Industrial_Revolution

262. Чирков, Ю.Г. Ожившие химеры / Ю.Г. Чирков; худож.: В. Радаев, Ю. Мартыненко. – М.: Детская литература, 1991. – 238 с.

263. Читанова, С.О. Развитие инновационного предпринимательства в Казахстане: тенденции и перспективы / Читанова С.О., Садуллаева А.П. : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://articlekz.com/article/15306 (дата обращения 21.05.2021).

264. Чмыхало, А.И. Три весны : роман / А. И. Чмыхало. – Красноярск : Красноярское книжное издательство, 1969. – 379 с.

265. Что такое социальный лифт? / PSR Group : полезный портал [сайт] 08.06.2023. – URL: https://psk-group.su/znacheniya/cto-takoe-socialnyi-lift

266. Чтобы понять любую систему, надо понять главный объект присвоения в данной системе / А.И. Фурсов: интервью. – URL: https://koppel.pro/diary/chtoby-ponyat-lyubuyu-sistemu-nado-ponyat-glavnyy-obekt-prisvoeniya-v-dannoy-sisteme-17126

267. Чугункина, И.В. Маркетинговые стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования: дис. ... к-та экон. наук : 08.00.05 / И.В. Чугункина; ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. − Донецк, 2019. – 210 с.

268. Чулок, А. Базовые предпосылки экономики будущего / А. Чулок // Издательский дом «ПостНаука». – [официальный сайт]. – 2012-2021 : URL: https://postnauka.ru/video/82498

269. Шамис, А.Л. Пути моделирования мышления / А.Л. Шамис. – М.: КомКнига, 2006. – 332 с.

270. Шангареев, Т. Современное рабство, или как работают социальные фильтры / Т. Шангареев // Электронный минбар [сайт]. 23.03.2018. – URL: https://e-minbar.com/vobektive/sovremennoe-rabstvo-kak-rabotayut-sotsialnye-filtry

271. Шваб, К. Четвертая промышленная революция / Клаус Шваб. – «Эксмо», 2016. – 138 с.

272. Шейнов, В.П. Скрытое манипулирование человеком (Психология манипулирования) / В.П. Шейнов. – М.: ООО «Издательство АТС», Мн.: Харвест, 2006. – 816 с.

273. Щипакин, К. Почти половина прибыли Vizio первого квартала 2021 года пришла от рекламы и сбора данных / К. Щипакин / STEREO&Video : новости [site] 13.05.2021. – URL: https://stereo.ru/news/vizio-makes-money-on-ads-and-data

274. Экономика знаний – нераскрытый потенциал / РоссКонгресс [сай] 20.06.20215. – URL: https://roscongress.org/sessions/ekonomika-znaniy-neraskrytyy-potentsial/about/

275. Экономика знаний: Коллективная монография / Отв. ред. д-р экон. наук, проф. В.П. Колесов. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 432 с.

276. Экономический атлас предприятия (фирмы) / Под ред. проф. О.И. Волкова, проф. В.Я. Позднякова, доц. Е.П. Моргуновой. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2002. – 192 с.

277. Экономический словарь : [Електронний ресурс]. Режим доступа: http://www.vedomosti.ru/glossary/econ_dict

278. Экспертный семинар «Экономика знаний – нераскрытый потенциал Петербурга» : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: http://contextfound.org/events/y2015/m10/n108

279. Яковец, Т.А. Разносторонность трактовок понятия «капитал» и его сущность с точки зрения бухгалтерского (финансового) учета / Т.А. Яковец // Международный бухгалтерский учет. – № 28 (274). – 2013. – С. 35-43.

280. Яндекс МЕТРИКА [сайт]. – URL: https://yandex.ru/project/metrica/product?utm_medium=search&utm_source=yandex&utm_campaign=26029950&utm_term=%

281. Anissimov, M. Accelerating Future. 2005. http://www.acceleratingfuture.com/

282. Audretsch, D. B., Thurik A. R. Capitalism and Democracy in the 21st Century: From the Managed to the Entrepreneurial Economy. Journal of Evolutionary Economics. 2000. Vol. 10. No 1-2, pp. 17-34.

283. Baez, J. Subcellular Life Forms. UCR. 2005. December 21. http://math.ucr.edu/home/baez/subcellular.html

284. Bainbridge, W. Massive Questionnaires for Personality Capture / / Social Science Computer Review. 2003. № 21 (3). C 267 - 280.

285. Bathelt, H. Social foundations of regional innovation and the role of university spin-offs: the case of Canada's technol-ogy triangle. Industry and Innovation, 2011, no. 17, pp. 459-486.

286. Beii, D. Coming of Post-Industrial Society. A Venture in Social Forecasting. – N.Y.: Basic Books, 1973. – 507 p.

287. Bell, G. and Gray J. Digital Immortality. Communications of the ACM. 2001. № 44 (3). P. 28 - 31.

288. Belyaeva T., Laskovaya A., Shirokova G. Obuchenie predprinimatelstvu i formirovanie predprinimatelskikh namereniy studentov: rol natsionalnoy kultury [Teaching Entrepreneurship and Developing Entrepreneurial Intentions in Students: The Role of National Culture]. Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta, 2016. No 1, pp. 59-86.

289. Bercovitz J., Feldman M. P. Entrepreneurial Universities and Technology Transfer: A Conceptual Framework for Understanding Knowledge-based Economic Development. Journal of Technology Transfer. 2006. Vol. 31. No 1, pp. 175-188.

290. Boissoneault, L. A Brief History of Book Burning, From the Printing Press to Internet Archives / Lorraine Boissoneault / Smithsonian Magazine [site]/ August 31, 2017. – URL: https://www.smithsonianmag.com/history/brief-history-book-burning-printing-press-internet-archives-180964697/?webSyncID=b7121931-7a47-b0c5-aeb1-31e58eb71079&sessionGUID=474be2b8-53a4-52ee-ae89-746dc6ce8a44

291. Building knowledge economies : advanced strategies for development (English). WBI Development Studies Washington, D.C. : World Bank Group : [eResource] – Access Mode: http://documents.worldbank.org/curated/en/918571468183891451/Building-knowledge-economies-advanced-strategies-for-development

292. Cable, Vincent. The World's New Fissures: Identities in Crisis / Vincent Cable // London: Demos, 1996. P. 20, 22.

293. Capital in Entrepreneurship: A Meta-Analysis of Entrepreneurship Education Outcomes // Journal of Business Venturing. 2019. Vol. 28. No 2, pp. 211–224.

294. Castoriadis, Cornelius. La crise des sociétés occidentales / Cornelius Castoriadis // La montée de l'insignifiance. Paris: Seuil, 1996. P. 14–15.

295. Charles, D. Universities and Territorial Development: Reshaping the Regional Role of UK Universities. Local Economy. 2003. Vol. 18. No 1, pp. 7-20.

296. Collinge, f. Prion Diseases of Humans and Animals: Their Causes and Molecular Basis. Neuroscience Annual Review. 2001. № 24. P. 519 - 520.

297. Cruz N., Escudero A., Barahone J., Leitao F. The Effect of Entrepreneurship Education Programmes on Satisfaction with Innovation Behavior and Performance // Journal of European Industrial Training. 2009. Vol. 33. No 3, pp. 198-214.

298. Davis L., North D. Institutional Change and American Economic Growth. Cambridge. 1971. – 190 p.

299. De Faoite D., Henry C., Johnston K., Van Der Sijde P. Education and Training for Entrepreneurs: A Consideration of Initiatives in Ireland and The Netherlands // Education + Training. 2003. Vol. 45. No 8/9, pp. 430-438.

300. Decter M., Bennett D., Leseure M. University to Business Technology Transfer – UK and USA Comparisons // Technovation. 2007. Vol. 27. No 3, pp. 145-155.

301. Development: Reshaping the Regional Role of UK Universities // Local Economy. Vol. 18. No 1, pp. 7-20.

302. Digital Economy Report 2019: Printed at United Nations, Geneva – 1910922 (R) – July 2019 – 379 p.

303. Education Today. The OECD Perspective.-OECD, 2009 : [eResource] – Access Mode: http://www.oecd.org

304. Etzkowitz H., Webster A., Gebhardt C., Cantisano Terra B. R. The Future of the University and the University of the Future: Evolution of Ivory Tower to Entrepreneurial Paradigm // Research Policy. 2000. Vol. 29. No 2, pp. 313-330.

305. Fayolle A., Gailly B., Lassas-Clerc N. Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programmes: A New Methodology // Journal of European Industrial Training. 2006. Vol. 30. No 9, pp. 701-720.

306. First draft of the UNESCO Recommendation on Open Science [Electronic resource] : [eResource] – Access Mode: – Режим доступа: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374837 (дата обращения: 12.08.2021).

307. Frankel M., Chapman A. Human Inheritable Genetic Modifications: Assessing Scientific, Ethical, Religious, and Policy Issues. AAAS. September. Washington, 2000. http://www.aaas.org/spp/sfrl/projects/germline/report.pdf

308. Fransmen, M. Infomramation, Knowledge,vision and theories of the firm //Technology, organization, and competitiveness: Perspectives on industrial and corporate change / Ed. by G. Dosi, D.J.Teece,J. Chytry Oxford, 1998. –150 p.

309. Freitas, R. Economic Impact of the Personal Nanofactory. Nanotechnology Perceptions / / A Review of Ultraprecision Engineering and Nanotechnology. 2006. № 2. May. P. I l l - 126. Pearce D. Wirehead Hedonism Versus Paradise Engineering. BLTC. Wireheading.com. retrieved on October 3. 2007. http://www.wireheading.com/

310. Gibb, A. Do We Really Teach (Approach) Small Business in the Way We Should? // H. Klandt, J. Mugler, D. Müller-Böling (eds) Internationalizing Entrepreneurship Education and Training. FGF Entrepreneurship Research Monographien. Bd. 6. Köln, Dortmund: Eul-Verlag. 1996. P. 3-20.

311. Gibb, A. In Pursuit of a New «Enterprise» and «Entrepreneurship» Paradigm for Learning: Creative Destruction, New Values, New Ways of Doing Things and New Combinations of Knowledge // International Journal of Management Reviews. 2002. Vol. 4. No 3, pp. 233-269.

312. Grimaldi, R. 30 years after Bayh-Dole: reassessing academic entrepreneur-ship /R. Grimaldi, M. Kenney, D. S. Siegel, M. Wright // Research Policy, 2011, no. 40, pp. 1045-1057.

313. Harari, Yuval Noah : Quotes / Popular Quotes & Sayings at List-Quotes.com [site]. – URL: https://list-quotes.com/ru/

314. Henrik von Wright, Georg. The crisis of social science and the withering away of the nation state / Georg Henrik von Wright // Associations. 1997. № 1. P. 49–52.

315. Henry C., Hill F., Leitch C. Entrepreneurship Education and Training: Can Entrepreneurship Be Taught? Part I // Education + Training. 2005a. Vol. 47. No 2, pp. 98-111.

316. Henry C., Hill F., Leitch C. Entrepreneurship Education and Training: Can Entrepreneurship Be Taught? Part II // Education + Training. 2005b. Vol. 47. No 3, pp. 158-169.

317. Hochberg L.R., Serruya M. D., Friehs G. M., Mukand J. A., Saleh M., CaplanA. H, Branner A., Chen D., Penn R.D., Donoghue J.P. Neuronal Ensemble Control of Prosthetic Devices by a Human with Tetraplegia / / Nature. 2006. P. 164-171. http://www.nature.com/nature/ journal/v442/n7099/abs/nature04970.html

318. hh.ru – Работа найдется для каждого : [eResource] – Access Mode: https://hh.ru/vacancy/

319. Houghton, J., Sheehan, P. A Primer on the Knowledge Economy.- Centre for Strategic Economic Studies, Victoria University, 2000.

320. J’son & Partners Consulting: Рынок онлайн-образования в России и в мире: 2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynok-onlayn-obrazovaniya-vrossii-i-mire-20161206051155;

321. Jean-Paul Fetoussi / Europe: le commencement d'une aventure. // Le Monde. 1997.29 Août.

322. Johannisson, B. University Training for Entrepreneurship: Swedish Approaches // Entrepreneurship and Regional Development. 1991. Vol. 3. No 1, pp. 67-82.

323. Jonoska N., Karl S.A., Saito M. 1999. Three Dimensional DNA Structures in Computing. Biosystems 52(1): 143 — 153.

324. Katz, J. A. The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education // Journal of Business Venturing. 2003. Vol. 18. No 2, pp. 283-300.

325. Kerr, C.A. The uses of the University / C.A. Kerr. – Cambridge. – Mass.: Harvard University Press. – 1982. – 204 p.

326. Klodt, H. The Essence of the New Economy / H. Klodt // Kiel Discussion Papers № 375. Kiel Institute for World Economics. – Kiel, 2001. – 15 p.

327. Kuratko, D.F. The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and challenges // Entrepreneurship Theory and Practice. 2005. Vol. 29. No 5, pp. 577-597.

328. Kurzweil, R. The singularity is near: when humans trascend biology / Ray Kurzweil. – N.Y.: Viking Penguin, a member of Penguin Group (USA) Inc., 2005. – 417 p.

329. Letters N., Macdonald J. et al. Medium Scale Integration of Molecular Logic Gates in an Automaton / / Nano Letters 6 (11). 2006. http://pubs, acs.org/cgi-bin/ab st rac t. eg i/nalefd/2006/6/il 1/abs/nl0620684.html

330. Marginson, S. The Knowledge Economy and Higher Education: A System for Regulating the Value of Knowledge.-OECD, 2009 : [eResource] – Access Mode: http://www.oecd.org

331. Markram, H. The Blue Brain Project / / Nature Neuroscience Review. 2006. 7 (2) P. 153 - 160.

332. Martin B., McNally J.J., Kay M. J. Examining the Formation of Human Capital in Entrepreneurship: A Meta-Analysis of Entrepreneurship Education Outcomes. Journal of Business Venturing. 2013. Vol. 28. No 2, pp. 211-224.

333. Melucci, Alberto. Challenging Codes: Collective Action in the Information Age / Alberto Melucci // Cambridge University Press, 1966. P. 150.

334. Milanovic, Branko. Global Income Inequality: What It Is and Why it Matters / Branko Milanovic // Policy Research Working Paper; №. 3865. World Bank, Washington, DC. : [eResource] – Access Mode: https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/8344 (дата обращения: 12.08.2021).

335. MosIur: The Three University Missions // www. mosiur.org

336. Mowery D., Sampat B. Universities in National Innovation Systems // J. Fagerberg, D. C. Mowery (eds) The Oxford Handbook of Innovation. Oxford: OUP. 2005. P. 209-239.

337. Nabi, G. From student to entrepreneur: towards a model of graduate entrep-reneurial career-making / G. Nabi // Journal of Education and Work, 2010, vol. 3, pp. 22-38.

338. North, D.C. Institutions, Institutional Change, and Economic Perfomance / D. C. North. – Cambridge: Cambridge University Press, 26 oct. 1990. – 152 p.

339. Oosterbeek H., van Praag M., Ijsselstein A. The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation // European Economic Review. 2010. Vol. 54. No 3. P. 442-454.

340. Performing Arts: The Economic Dilemma - A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music and Dance (Studies / Twentieth Century Fund) Paperback – 22 Sept. 1968.

341. Peterman N., Kennedy J. Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship // Entrepreneurship Theory and Practice. 2003. Vol. 28. No 2, pp. 129-144.

342. Philpott K., Dooley L., O'Reilly C., Lupton G. The Entrepreneurial University: Examining the Underlying Academic Tensions // Technovation. 2011. Vol. 31. No 4, pp. 161-170.

343. René Passat. Ces promesse des technologies de l'immatériel. // Le monde diplomatique. 1997. Juillet. P. 26.

344. Roos, J., Krogh, v. G. Organizational Epistemology / Johan Roos, Georg von Krogh. – N.Y: Link, 1995. – 214 p.

345. Sarasvathy, S.D. Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency // Academy of Management Review. 2001. Vol. 26. No 2, pp. 243-263.

346. Schumpeter, J. On the Concept of Social Value / J. Schumpeter // Quarterly Journal of Economics. – 1908. – 23. – P. 213–232.

347. Schwab, K. COVID-19: The Great Reset / Klaus Schwab, Thierry Malleret. – Publisher : ISBN Agentur Schweiz (July 9, 2020). – 280 p.

348. Sennett, Richard. Something in the city: the spectre of uselessness and the search for a place in the world / Richard Sennett // Times Literary Supplement. 1995.22 September. P. 13.

349. Sept pièces du puzzle néolibéral: la quatriéme guerre mondiale a commencé. // Le Monde diplomatique. 1997. AÔut. P. 4–5.

350. Shane S., Venkataraman S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research // Academy of Management Review. 2000. Vol. 25. No 1, pp. 217-226.

351. Shane, S. In search of fertile soil. Dnepropetrovsk, Balance Business Books Publ., 2005. – 240 p.

352. Shepherd, D.A. Educating Entrepreneurship Students about Emotion and Learning from Failure // Academy of Management Learning and Education. 2004. Vol. 3. No 3, pp. 274-287.

353. Shirokova, G. Teaching Entrepreneurship in Russia: Factors of Developing an Entrepreneurial Spirit in Students // Biznes-obrazovanie. 2012. No 1, pp. 35-40.

354. Shirokova G., Tsukanova T., Bogatyreva K. University Environment and Student Entrepreneurship: The Role of Business Experience and Entrepreneurial Self-Efficacy / Voprosy obrazovaniya / Educational Studies Moscow. 2015. No 3, pp. 171-207.

355. Sikula, A.F. The professor as an artist, a scientist, and an entrepreneur / A.F. Sikula // The Teacher Educator, 2010, vol. 3, pp. 23-44.

356. The knowledge-based economy / Organization for Economic Cooperation and Development [site]. – URL: www.oecd.org.

357. Thorow, L. Inverstment in Human Capital. Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1970.

358. Toffler, Alvin. The Third Wave, 1980. Тоффлер, Элвин. Третья волна. Перевод на русский язык: А. Мирер, И. Москвина-Тарханова, В. Кулагина-Ярцева, Л. Бурмистрова, К. Бурмистров, Е. Комарова, А. Микиша, Е. Руднева, Н. Хмелик. – М., 2004. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. – 27.01.2011 : [Электорнный ресурс] – Режим доступа: https://gtmarket.ru/laboratory/basis/4821

359. Trends Shaping Education.-OECD, 2008 : [eResource] – Access Mode: http://www.oecd.org

360. Tuchman, Barbara W/ 1980/ The Book. A Lecture Presented at the Library of Congress. Washington, D.C.: Library of Congress

361. Turing, A. Computing Machinery and Intelligence / / Mind. 1950. LIX(236). C. 433 — 460. http://www.abelard.org/turpap/turpap.htm

362. Urbano D., Guerrero M. Entrepreneurial Universities: Socioeconomic Impacts of Academic Entrepreneurship in a European Context // Economic Development Quarterly. 2013. Vol. 27. No 1, pp. 40-55.

363. Vinge, V. The Technological Singularity. Presented at VISION-21 Symposium. March. 1993. P. 30 - 31.

364. Weaver K. M., Dickson P. H., Solomon G. Entrepreneurship and Education: What Is Known and What Is Not Known about the Links between Education and Entrepreneurial Activity // Ch. Moutray (ed.) The Small Business

Economy: A Report to the President. SBA Office of Advocacy. Washington. 2006. P. 113-156.

365. Wolpaw J. R. et al. Brain-Computer Interface Technology / / A Review of the First International Meeting. 2000. IEEE Transactions on Rehabilitation Engineering. № 8 (2). P. 164 - 173.

366. Wood, M.S. A process model of academic entrepreneurship / M.S. Wood // Business Horizons, 2011, no. 54, pp. 153-161.

367. World Bank. Building Knowledge Economies: Advanced Strategies for Development. WBI Development Studies. Washington, DC: World Bank. 2007.

368. Wright, M. Academic entrepreneurship, technology transfer and society: where next? / M. Wright // J. Technol. Transf., 2014, no. 39, pp. 322-334.

369. Zhang, J. Why do some US universities generate more venture-backed academic entrepreneurs than others? / J. Zhang // Venture Capital, 2009, vol. 11, pp. 133–162.

370. ZitWork [сайт]. – URL: https://zitwork.com/?ref=398&yclid=13105058006862659583

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Структура региональной популярности запроса «экономика знаний»

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Евразия	6565	99%
Россия	6091	99%
Центральный федеральный округ	1987	93%
Москва и Московская область	1302	99%
Приволжский федеральный округ	1204	107%
Москва	894	109%
Южный федеральный округ	681	120%
Сибирский федеральный округ	616	96%
Северо-Западный федеральный округ	553	81%
Уральский федеральный округ	523	103%
СНГ	426	115%
Санкт-Петербург и Ленинградская область	384	89%
Санкт-Петербург	323	97%
Дальневосточный федеральный округ	287	126%
Краснодарский край	211	83%
Волгоградская область	205	228%
Казахстан	203	175%
Республика Татарстан	197	142%
Ростовская область	190	109%
Северо-Кавказский федеральный округ	181	96%
Нижегородская область	175	97%
Челябинская область	164	123%

Продолжение приложения А

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Свердловская область	152	75%
Беларусь	136	79%
Республика Башкортостан	126	90%
Волгоград	123	251%
Городской округ Волгоград	123	251%
Ростов-на-Дону	121	154%
Городской округ Ростов-на-Дону	121	154%
Пермский край	119	125%
Казань	115	179%
Городской округ Казань	115	179%
Омская область	113	169%
Новосибирская область	110	77%
Ульяновская область	108	254%
Приморский край	105	187%
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	101	170%
Кемеровская область (Кузбасс)	98	111%
Донецкая область	97	195%
Омск	94	183%
Городской округ Омск	94	183%
Самарская область	93	70%
Краснодар	92	111%
Екатеринбург	92	85%
Муниципальное образование Екатеринбург	92	85%
Городской округ Краснодар	92	111%
Нижний Новгород	89	82%

Продолжение приложения А

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Городской округ Нижний Новгород	89	81%
Красноярский край	87	79%
Тюменская область	84	123%
Новосибирск	82	78%
Городской округ Новосибирск	82	78%
Белгородская область	81	129%
Оренбургская область	81	123%
Ульяновск	81	288%
Городской округ Ульяновск	81	288%
Воронежская область	80	76%
Пензенская область	78	158%
Пермь	78	149%
Городской округ Пермь	78	149%
Ставропольский край	74	85%
Минская область	73	108%
Челябинск	69	108%
Челябинский городской округ	69	108%
Иркутская область	66	76%
Воронеж	65	98%
Городской округ Воронеж	65	98%
Смоленская область	62	172%
Пенза	58	197%
Городской округ Пенза	58	197%
Республика Крым	57	57%
Алтайский край	56	74%

Продолжение приложения А

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Уфа	56	92%
Городской округ Уфа	56	92%
Ярославская область	55	94%
Республика Дагестан	55	128%
Томская область	53	150%
Самара	53	80%
Минск	53	120%
Городской округ Самара	53	80%
Донецк	51	249%
Красноярск	50	83%
Городской округ Красноярск	50	83%
Удмуртская Республика	49	91%
Хабаровский край	48	119%
Ставрополь	48	155%
Тюмень	48	103%
Городской округ Тюмень	48	103%
Городской округ Ставрополь	48	155%
Брянская область	47	100%
Саратовская область	46	51%
Владивостокский городской округ	46	160%
Владимирская область	45	69%
Чувашская Республика	45	106%
Томск	45	200%
Городской округ Томск	45	200%
Узбекистан	44	151%
Астраханская область	44	153%

Продолжение приложения А

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Акмолинская область	44	217%
Смоленск	44	226%
Городской округ Смоленск	44	226%
Кировская область	43	93%
Оренбург	42	139%
Ханты-Мансийск	42	684%
Кемерово	42	167%
Городской округ Оренбург	42	138%
Кемеровский городской округ	42	167%
Городской округ Ханты-Мансийск	42	684%
Махачкала	41	231%
Городской округ Махачкала	41	231%
Курская область	40	86%
Орловская область	40	127%
Белгород	40	175%
Городской округ Белгород	40	175%
Калужская область	39	80%
Ярославль	39	117%
Городской округ Ярославль	39	117%
Амурская область	38	184%
Тульская область	37	58%
Алматинская область	36	145%
Астрахань	35	171%
Хабаровск	35	145%
Нур-Султан	35	230%
Всеволожский район	35	106%

Продолжение приложения А

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Городской округ Астрахань	35	171%
Городской округ Хабаровск	35	145%
Липецкая область	33	68%
Архангельская область	33	89%
Луганская область	33	123%
Алматы	33	161%
Одинцовский район	33	116%
Забайкальский край	32	105%
Ташкент	32	175%
Курск	31	112%
Орёл	31	162%
Городской округ Курск	31	112%
Городской округ Орёл	31	162%
Европа	30	47%
Сахалинская область	30	213%
Владивосток	30	110%
Саратов	30	63%
Городской округ Саратов	30	63%
Костромская область	29	116%
Чебоксары	29	113%
Киров	29	101%
Барнаул	29	88%
Балашиха	29	104%
Городской округ Балашиха	29	104%
Городской округ Чебоксары	29	113%
Городской округ Киров	29	100%
Городской округ Барнаул	29	88%

Продолжение приложения А

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Республика Мордовия	28	108%
Ижевск	28	90%
Иркутск	28	80%
Городской округ Ижевск	28	90%
Городской округ Иркутск	28	80%
Тамбовская область	27	73%
Тверская область	26	49%
Кострома	26	173%
Городской округ Кострома	26	173%
Тула	25	81%
Саранск	25	167%
Новокузнецк	25	128%
Химки	25	134%
Городской округ Тула	25	76%
Городской округ Химки	25	133%
Новокузнецкий городской округ	25	128%
Городской округ Саранск	25	167%
Гомельская область	24	92%
Ивановская область	23	60%
Благовещенск	23	261%
Владимир	23	92%
Набережные Челны	23	118%
Городской округ Красногорск	23	96%
Городской округ Владимир	23	92%
Городской округ Набережные Челны	23	118%
Городской округ Благовещенск	23	261%
Мурманская область	22	79%

Продолжение приложения А

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Республика Коми	22	76%
Республика Хакасия	22	125%
Липецк	22	79%
Южно-Сахалинск	22	297%
Городской округ Липецк	22	79%
Городской округ Южно-Сахалинск	22	297%
Рязанская область	21	40%
Карагандинская область	21	177%
Сочи	21	58%
Раменский район	21	101%
Городской округ Сочи	21	58%
Новгородская область	20	85%
Тобольск	20	480%
Городской округ Тобольск	20	480%
Калуга	19	90%
Тверь	19	77%
Домодедово	19	200%
Городской округ Домодедово	19	200%
Городской округ Калуга	19	87%
Городской округ Тверь	19	77%
Азия	18	43%
Псковская область	18	78%
Восточно-Казахстанская область	18	184%
Рязань	18	55%
Тамбов	18	104%
Симферополь	18	73%
Тольятти	18	68%

Продолжение приложения А

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Армавир	18	328%
Городской округ Армавир	18	328%
Городской округ Тольятти	18	68%
Городской округ Рязань	18	55%
Городской округ Тамбов	18	104%
Городской округ Симферополь	18	73%
Республика Калмыкия	17	259%
Брянск	17	65%
Одинцово	17	151%
Городской округ Люберцы	17	75%
Городской округ Брянск	17	65%
Городское поселение Одинцово	17	151%
Вологодская область	16	34%
Калининградская область	16	44%
Республика Карелия	16	68%
Республика Марий Эл	16	81%
Брестская область	16	75%
Петрозаводск	16	121%
Магнитогорск	16	108%
Таганрог	16	132%
Стерлитамак	16	173%
Пушкинский район	16	81%
Магнитогорский городской округ	16	108%
Городской округ Стерлитамак	16	173%
Петрозаводский городской округ	16	121%
Городской округ Таганрог	16	132%
Красногорск	15	110%

Продолжение приложения А

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Арзамас	15	328%
Красноуфимск	15	1 066%
Реутов	15	234%
Городской округ Мытищи	15	67%
Арзамасский район	15	328%
Городской округ Реутов	15	234%
Городской округ Красноуфимск	15	1 066%
Республика Адыгея	14	108%
Ямало-Ненецкий автономный округ	14	74%
Западно-Казахстанская область	14	350%
Калининград	14	61%
Луганск	14	104%
Люберцы	14	92%
Раменское	14	196%
Нижнекамск	14	187%
Городской округ Калининград	14	61%
Городское поселение Раменское	14	196%
Азербайджан	13	245%
Кабардино-Балкарская Республика	13	77%
Чеченская Республика	13	110%
Нальчик	13	147%
Златоуст	13	264%
Королёв	13	103%
Городской округ Истра	13	97%
Щёлковский район	13	98%

Продолжение приложения А

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Златоустовский городской округ	13	264%
Городской округ Королёв	13	103%
Городской округ Нальчик	13	147%
Таджикистан	12	159%
Республика Северная Осетия — Алания	12	70%
Республика Бурятия	12	47%
Херсонская область	12	398%
Новороссийск	12	100%
Баку	12	332%
Орск	12	182%
Ленинский район	12	69%
Городской округ Новороссийск	12	100%
Городской округ Орск	12	180%
Павлодарская область	11	162%
Хорезмская область	11	1 489%
Улан-Удэ	11	70%
Сургут	11	65%
Мытищи	11	66%
Подольск	11	62%
Городской округ Подольск	11	62%
Городской округ Улан-Удэ	11	70%
Городской округ Сургут	11	65%
Республика Саха (Якутия)	10	43%
Могилёвская область	10	53%
Иваново	10	48%

Окончание приложения А

Регионы/города	Показов в месяц	Региональная популярность
Вологда	10	53%
Караганда	10	155%
Обнинск	10	160%
Усть-Каменогорск	10	229%
Макеевка	10	140%
Городской округ Егорьевск	10	221%
Солнечногорский район	10	74%
Городской округ Обнинск	10	160%
Городской округ Иваново	10	48%
Городской округ Вологда	10	53%

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Установочно-целевое обоснование анкеты

Целевая установка	Вопрос	Варианты ответов
Половозрастная структура	1. Ваш пол	Женский Мужской
	2. Ваш возраст	До 18 лет От 18 до 25 лет От 26 до 35 лет От 36 до 55 лет Старше 56 лет
Образованность и социальное положение	3. Ваше социальное положение	Обучающийся Рабочий Служащий Работник в определённой сфере (торговля, услуги и т.п.) Предприниматель Пенсионер
	4. Какое у Вас образование	Среднее Среднее профессиональное Неоконченное высшее Высшее Ученая степень
	5. Вы работаете по специальности, которую получили во время обучения?	Да Нет Ваш вариант_____
Интересы и предпочтения целевой аудитории	6. Какие темы и области знаний вам наиболее интересны?	Торговля Маркетинг Экономика труда Ценообразование Медицина Искусство Экспертная деятельность Бухгалтерия Строительство Социальные науки

Продолжение приложения Б

Целевая установка	Вопрос	Варианты ответов
		Технические науки Производство продовольственных товаров Производство непродовольственных товаров Гуманитарная сфера Военная сфера
	7. Какие конкретные навыки или знания вы хотели бы приобрести в вашей сфере деятельности?	Понятийно-категориальный аппарат Актуальные проблемы и перспективы Инновации и зарубежный опыт Особенности методов и приемов Научно-практическое применение
	8.Какой формат предпочитаете для получения знаний?	Онлайн-курсы Лекции Вебинары Индивидуальные консультации Ваш вариант_____
	9. Как много вы готовы уделять времени обучению?	Ежедневно несколько часов Пару дней в неделю По выходным Месяц в год Ваш вариант_____
Опыт обучения	10. Участвовали ли вы ранее в каких-либо образовательных программах или курсах? Если да, то какие?	Нет Да Какие именно_____

Продолжение приложения Б

Целевая установка	Вопрос	Варианты ответов
	11. Готовы ли Вы к самообразования и насколько считаете его эффективным?	Да, считаю его эффективным Да, но считаю его неэффективным Нет, но считаю его эффективным Нет, считаю его неэффективным
	12. Какой формат обучения вам был наиболее полезен и эффективен?	Очный, в коллективе Очный, индивидуальный Дистанционный, в коллективе Дистанционный, индивидуальный
Ожидания и цели	13. Какие конкретные цели вы хотели бы достичь с помощью обучения?	Получить документ об образовании Получить опыт общения с учеными Получить знания, за которыми пришел (пришла) К обучению не готов(а)
	14. Какой результат или пользу вы ожидаете получить от обучения?	Восполнить пробелы в своих знаниях Узнать специализированную информацию в сфере своей деятельности Повысить квалификацию в целом Узнать то, чего не знал в узком смысле и не более
	15. Есть ли у вас конкретные ожидания относительно преподавателей или методики обучения?	Нет Да, хочу пообщаться с умными людьми Да, хочу убедиться, что знаю больше

Продолжение приложения Б

Целевая установка	Вопрос	Варианты ответов
		Да, готов не только к получению знаний, а и к обмену опытом
	16. Что мотивирует вас на обучение?	Упадок предпринимательской деятельности В предпринимательстве все хорошо, заскучал(а) Постоянная тяга к познанию нового
	17. Какие факторы влияют на ваш выбор образовательных программ или курсов?	Стоимость обучения Удаленность Вид собственности образовательной организации Квалификация преподавательского состава Наличие опыта практической деятельности у преподавательского состава Материально-техническая база Отзывы выпускников Ваш вариант_____
	18. Есть ли у вас какие-либо ограничения или особые потребности, которые следует учесть при разработке программы обучения?	Да Нет Ваш вариант_____

Продолжение приложения Б

Целевая установка	Вопрос	Варианты ответов
Классификационные особенности знаниевых услуг	19. По Вашему мнению, по каким критериям могут отличаться знаниевые услуги?	□ субъект предоставления знаниевой услуги; □ субъект получения знаниевой услуги; □ тип знаниевой услуги; □ вид доступа к знаниевой услуге; □ спектр предоставления знаниевой услуги; □ спектр использования знаниевой услуги; □ форма получаемой знаниевой услуги; □ время использования знаниевой услуги; □ скорость проявления ее результата для получателя знаниевой услуги; □ среда предоставления знаниевой услуги; □ способ предоставления знаниевой услуги; □ используемые технологии при производстве знаниевой услуги; □ используемые технологии при получении знаниевой услуги; □ инициированность предоставления знаниевой услуги;

Продолжение приложения Б

Целевая установка	Вопрос	Варианты ответов
		форма конечного предоставления продукта; □ направленность знаниевой услуги; □ степень гарантии; □ качество знаниевой услуги.
Опыт предпринимательской деятельности	20. Каков ваш опыт в предпринимательстве?	Длительный Средней продолжительности Малый Отсутствует
	21. Какими предпринимательскими навыками вы обладали при открытии предпринимательской деятельности?	Опыт подобной деятельности был Открывали вместе с соучредителями с опытом предпринимательской деятельности Навыков не было, но было профильное экономическое образование Навыков не было
Причины неудачи	22. С какими препятствиями или сложностями вы столкнулись на пути к достижению вашей цели?	Конкуренция Изменения в законодательстве Нестабильное государственное положение Колебания на мировых рынках валют Отсутствие знаний Отсутствие опыта принятия решений в критических ситуациях Ваш вариант_____

Продолжение приложения Б

Целевая установка	Вопрос	Варианты ответов
	23. Каковы ваши основные трудности при накоплении предпринимательского опыта?	Быстрые и непредвиденные изменения во внешней среде «Текучесть» кадров и отток специалистов в сфере предпринимательства Отсутствие, а затем интеграция в банковскую инфраструктуру Взаимодействие с поставщиками Почтовое сообщение Ваш вариант_____
Факторы успешного предпринимательства	24. Какие факторы вы считаете ключевыми для успешного предпринимательства?	Благоприятная конкурентная среда Квалифицированный персонал Знание потребностей потенциальных клиентов Накопленный эффек-тивный предпринима-тельский опыт Специальные знания в нужной сфере
	25. Какой поддержки или ресурсов Вам не хватило для достижения цели?	Финансовой поддержки и/или ресурсов Специальной профессио-нальной/знаниевой поддержки и/или ресурсов Кадровой поддержки и/или ресурсов Государственной поддержки Ваш вариант_____

Окончание приложения Б

Целевая установка	Вопрос	Варианты ответов
	26. Какие навыки или знания вы считаете необходимыми для успешного ведения предпринимательства?	Пунктуальность Толерантность Старательность Ответственность Образованность Ваш вариант_____
Прогнозы на будущее	27. Какие шаги вы собираетесь предпринять, чтобы преодолеть препятствия и достичь своей цели в предпринимательстве?	Корректировки стратегии развития предприятия Оценка рисков Повышение квалификации Изучение опыта конкурентов Взятие кредита Ваш вариант_____
	28. Какие области вы считаете необходимыми для развития своих навыков и знаний?	Риск-менеджмент Маркетинг Управление персоналом Бухгалтерия Ваш вариант_____
	29. Какую поддержку или помощь вы ожидаете от образовательной организации для успешного ведения предпринимательства?	Научно-методические рекомендации по осуществлению предпринимательской деятельности Обоснованная стратегия Оценка рисков и работа по их предотвращению Ваш вариант_____

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Доброго времени суток!

Обращаемся за помощью в проведении исследования в сфере экономики знаний, с целью изучения потребностей населения в получении актуальных и необходимых знаний для осуществления предпринимательской деятельности. В анкете Вы можете выбирать один ответ на каждый из вопросов. Для удобства обработки результатов, просьба, Ваш выбор обозначать ×, ответов может быть несколько.

1. Ваш пол
□ Женский
□ Мужской

2. Ваш возраст
□ До 18 лет
□ От 18 до 25 лет
□ От 26 до 35 лет
□ От 36 до 55 лет
□ Старше 56 лет

3. Ваше социальное положение
□ Обучающийся
□ Рабочий
□ Служащий
□ Работник в определённой сфере (торговля, услуги и т.п.)
□ Предприниматель
□ Пенсионер

4. Какое у Вас образование
□ Среднее
□ Среднее профессиональное
□ Неоконченное высшее
□ Высшее
□ Ученая степень

5. Вы работаете по специальности, которую получили во время обучения?
□ Да
□ Нет
Ваш вариант_____

6. Какие темы и области знаний вам наиболее интересны?
□ Торговля
□ Маркетинг
□ Экономика труда
□ Ценообразование
□ Медицина

 Искусство
 Экспертная деятельность
 Бухгалтерия
 Строительство
 Социальные науки
 Технические науки
 Производство продовольственных товаров
 Производство непродовольственных товаров
 Гуманитарная сфера
 Военная сфера

7. Какие конкретные навыки или знания вы хотели бы приобрести в вашей сфере деятельности?
 Понятийно-категориальный аппарат
 Актуальные проблемы и перспективы
 Инновации и зарубежный опыт
 Особенности методов и приемов
 Научно-практическое применение

8. Какой формат предпочитаете для получения знаний?
 Онлайн-курсы
 Лекции
 Вебинары
 Индивидуальные консультации
Ваш вариант_____

9. Как много вы готовы уделять времени обучению?
 Ежедневно несколько часов
 Пару дней в неделю
 По выходным
 Месяц в год
Ваш вариант_____

10. Участвовали ли вы ранее в каких-либо образовательных программах или курсах? Если да, то какие?
 Нет
 Да
Какие именно_____
11. Готовы ли Вы к самообразования и насколько считаете его эффективным?
 Да, считаю его эффективным
 Да, но считаю его неэффективным
 Нет, но считаю его эффективным
 Нет, считаю его неэффективным
12. Какой формат обучения вам был наиболее полезен и эффективен?
 Очный, в коллективе
 Очный, индивидуальный

□ Дистанционный, в коллективе
□ Дистанционный, индивидуальный

13. Какие конкретные цели вы хотели бы достичь с помощью обучения?
□ Получить документ об образовании
□ Получить опыт общения с учеными
□ Получить знания, за которыми пришел (пришла)
□ К обучению не готов(а)

14. Какой результат или пользу вы ожидаете получить от обучения?
□ Восполнить пробелы в своих знаниях
□ Узнать специализированную информацию в сфере своей деятельности
□ Повысить квалификацию в целом
□ Узнать то, чего не знал в узком смысле и не более

15. Есть ли у вас конкретные ожидания относительно преподавателей или методики обучения?
□ Нет
□ Да, хочу пообщаться с умными людьми
□ Да, хочу убедиться, что знаю больше
□ Да, готов не только к получению знаний, а и к обмену опытом

16. Что мотивирует вас на обучение?
□ Упадок предпринимательской деятельности
□ В предпринимательстве все хорошо, заскучал(а)
□ Постоянная тяга к познанию нового

17. Какие факторы влияют на ваш выбор образовательных программ или курсов?
Стоимость обучения
□ Удаленность
□ Вид собственности образовательной организации
□ Квалификация преподавательского состава
□ Наличие опыта практической деятельности у преподавательского состава
□ Материально-техническая база
□ Отзывы выпускников
Ваш вариант_____

18. Есть ли у вас какие-либо ограничения или особые потребности, которые следует учесть при разработке программы обучения?
□ Да
□ Нет
Ваш вариант_____

19. По Вашему мнению, по каким критериям могут отличаться знаниевые услуги?

 субъект предоставления знаниевой услуги;
 субъект получения знаниевой услуги;
 тип знаниевой услуги;
 вид доступа к знаниевой услуге;
 спектр предоставления знаниевой услуги;
 спектр использования знаниевой услуги;
 форма получаемой знаниевой услуги;
 время использования знаниевой услуги;
 скорость проявления ее результата для получателя знаниевой услуги;
 среда предоставления знаниевой услуги;
 способ предоставления знаниевой услуги;
 используемые технологии при производстве знаниевой услуги;
 используемые технологии при получении знаниевой услуги;
 инициированность предоставления знаниевой услуги;
 форма конечного предоставления продукта;
 направленность знаниевой услуги;
 степень гарантии;
 качество знаниевой услуги.

20. Каков ваш опыт в предпринимательстве?
 Длительный
 Средней продолжительности
 Малый
 Отсутствует

21. Какими предпринимательскими навыками вы обладали при открытии предпринимательской деятельности?
 Опыт подобной деятельности был
 Открывали вместе с соучредителями с опытом предпринимательской деятельности
 Навыков не было, но было профильное экономическое образование
 Навыков не было
22. С какими препятствиями или сложностями вы столкнулись на пути к достижению вашей цели?
 Конкуренция
 Изменения в законодательстве
 Нестабильное государственное положение
 Колебания на мировых рынках валют
 Отсутствие знаний
 Отсутствие опыта принятия решений в критических ситуациях
Ваш вариант_____

23. Каковы ваши основные трудности при накоплении предпринимательского опыта?
 Быстрые и непредвиденные изменения во внешней среде
 «Текучесть» кадров и отток специалистов в сфере предпринимательства

 Отсутствие, а затем интеграция в банковскую инфраструктуру
 Взаимодействие с поставщиками
 Почтовое сообщение
Ваш вариант_____

24. Какие факторы вы считаете ключевыми для успешного предпринимательства?
 Благоприятная конкурентная среда
 Квалифицированный персонал
 Знание потребностей потенциальных клиентов
 Накопленный эффективный предпринимательский опыт
Специальные знания в нужной сфере

25. Какой поддержки или ресурсов Вам не хватило для достижения цели?
 Финансовой поддержки и/или ресурсов
 Специальной профессиональной/знаниевой поддержки и/или ресурсов
 Кадровой поддержки и/или ресурсов
 Государственной поддержки
Ваш вариант_____

26. Какие навыки или знания вы считаете необходимыми для успешного ведения предпринимательства?
 Пунктуальность
 Толерантность
 Старательность
 Ответственность
 Образованность
Ваш вариант___ _____

27. Какие шаги вы собираетесь предпринять, чтобы преодолеть препятствия и достичь своей цели в предпринимательстве?
 Корректировки стратегии развития предприятия
 Оценка рисков
 Повышение квалификации
 Изучение опыта конкурентов
 Взятие кредита
Ваш вариант_____

28. Какие области вы считаете необходимыми для развития своих навыков и знаний?
 Риск-менеджмент
 Маркетинг
 Управление персоналом
 Бухгалтерия
Ваш вариант_____

29. Какую поддержку или помощь вы ожидаете от образовательной организации для успешного ведения предпринимательства?

 Научно-методические рекомендации по осуществлению предпринимательской деятельности

 Обоснованная стратегия

 Оценка рисков и работа по их предотвращению

Ваш вариант_____

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Результаты анкетирования

Вопрос	Варианты ответов	Ответы	Всего ответов
1. Ваш пол	Женский	355	
	Мужской	145	500
2. Ваш возраст	До 18 лет	51	
	От 18 до 25 лет	67	
	От 26 до 35 лет	85	
	От 36 до 55 лет	268	
	Старше 56 лет	29	500
3. Ваше социальное положение	Обучающийся	112	
	Рабочий	53	
	Служащий	89	
	Работник в определённой сфере (торговля, услуги и т.п.)	136	
	Предприниматель	62	
	Пенсионер	48	500
4. Какое у Вас образование	Среднее	36	
	Среднее профессиональное	115	
	Неоконченное высшее	68	
	Высшее	255	
	Ученая степень	26	500
5. Вы работаете по специальности, которую получили во время обучения?	Да	213	
	Нет	287	
	Ваш вариант_____	0	500
6. Какие темы и области знаний вам наиболее интересны?	Торговля	489	
	Маркетинг	198	
	Экономика труда	56	
	Ценообразование	325	

Продолжение приложения Г

Вопрос	Варианты ответов	Ответы	Всего ответов
6. Какие темы и области знаний вам наиболее интересны?	Медицина	23	
	Искусство	17	
	Экспертная деятельность	243	
	Бухгалтерия	168	
	Строительство	79	
	Социальные науки	58	
	Технические науки	263	
	Производство продовольственных товаров	79	
	Производство непродовольственных товаров	142	
	Гуманитарная сфера	96	
	Военная сфера	96	2332
7. Какие конкретные навыки или знания вы хотели бы приобрести в вашей сфере деятельности?	Понятийно-категориальный аппарат	205	
	Актуальные проблемы и перспективы	142	
	Инновации и зарубежный опыт	365	
	Особенности методов и приемов	241	
	Научно-практическое применение	103	1056
8.Какой формат предпочитаете для получения знаний?	Онлайн-курсы	268	
	Лекции	156	
	Вебинары	101	
	Индивидуальные консультации	398	
	Ваш вариант_____	0	923

Продолжение приложения Г

Вопрос	Варианты ответов	Ответы	Всего ответов
9. Как много вы готовы уделять времени обучению?	Ежедневно несколько часов	15	
	Пару дней в неделю	41	
	По выходным	368	
	Месяц в год	76	
	Ваш вариант_____	0	500
10. Участвовали ли вы ранее в каких-либо образовательных программах или курсах? Если да, то какие?	Нет	463	
	Да	37	
	Какие именно_____	повышение квалификации	500
11. Готовы ли Вы к самообразования и насколько считаете его эффективным?	Да, считаю его эффективным	7	
	Да, но считаю его неэффективным	220	
	Нет, но считаю его эффективным	75	
	Нет, считаю его неэффективным	198	500
12. Какой формат обучения вам был наиболее полезен и эффективен?	Очный, в коллективе	154	
	Очный, индивидуальный	206	
	Дистанционный, в коллективе	56	
	Дистанционный, индивидуальный	84	500
13. Какие конкретные цели вы хотели бы достичь с помощью обучения?	Получить документ об образовании	57	
	Получить опыт общения с учеными	44	
	Получить знания, за которыми пришел (пришла)	235	
	К обучению не готов(а)	164	500

Продолжение приложения Г

Вопрос	Варианты ответов	Ответы	Всего ответов
14. Какой результат или пользу вы ожидаете получить от обучения?	Восполнить пробелы в своих знаниях	365	
	Узнать специализированную информацию в сфере своей деятельности	298	
	Повысить квалификацию в целом	152	
	Узнать то, чего не знал в узком смысле и не более	21	836
15. Есть ли у вас конкретные ожидания относительно преподавателей или методики обучения?	Нет	116	
	Да, хочу пообщаться с умными людьми	150	
	Да, хочу убедиться, что знаю больше	65	
	Да, готов не только к получению знаний, а и к обмену опытом	169	500
16. Что мотивирует вас на обучение?	Упадок предпринимательской деятельности	413	
	В предпринимательстве все хорошо, заскучал(а)	63	
	Постоянная тяга к познанию нового	24	500
17. Какие факторы влияют на ваш выбор образовательных программ или курсов?	Стоимость обучения	336	
	Удаленность	321	
	Вид собственности образовательной организации	45	
	Квалификация преподавательского состава	162	

Продолжение приложения Г

Вопрос	Варианты ответов	Ответы	Всего ответов
17. Какие факторы влияют на ваш выбор образовательных программ или курсов?	Наличие опыта практической деятельности у преподавательского состава	244	
	Материально-техническая база	201	
	Отзывы выпускников	163	
	Ваш вариант_____	0	1472
18. Есть ли у вас какие-либо ограничения или особые потребности, которые следует учесть при разработке программы обучения?	Да	24	
	Нет	476	
	Ваш вариант_____	0	500
19. По Вашему мнению, по каким критериям могут отличаться знаниевые услуги?	Ø субъект предоставления знаниевой услуги;	243	
	Ø субъект получения знаниевой услуги;	152	
	Ø тип знаниевой услуги;	420	
	Ø вид доступа к знаниевой услуге;	168	
	Ø спектр предоставления знаниевой услуги;	241	
	Ø спектр использования знаниевой услуги;	320	
	Ø форма получаемой знаниевой услуги;	149	
	Ø время использования знаниевой услуги;	223	
	Ø скорость проявления ее результата для получателя знаниевой услуги;	334	

Продолжение приложения Г

Вопрос	Варианты ответов	Ответы	Всего ответов
19. По Вашему мнению, по каким критериям могут отличаться знаниевые услуги?	Ø среда предоставления знаниевой услуги;	168	
	Ø способ предоставления знаниевой услуги;	248	
	Ø используемые технологии при производстве знаниевой услуги;	341	
	Ø используемые технологии при получении знаниевой услуги;	452	
	Ø инициированность предоставления знаниевой услуги;	134	
	Ø форма конечного предоставления продукта;	267	
	Ø направленность знаниевой услуги;	421	
	Ø степень гарантии;	258	
	Ø качество знаниевой услуги.	467	5006
20. Каков ваш опыт в предпринимательстве?	Длительный	48	
	Средней продолжительности	10	
	Малый	26	
	Отсутствует	416	500
21. Какими предпринимательскими навыками вы обладали при открытии предпринимательской деятельности?	Опыт подобной деятельности был	7	
	Открывали вместе с соучредителями с опытом предпринимательской деятельности	17	

Продолжение приложения Г

Вопрос	Варианты ответов	Ответы	Всего ответов
	Навыков не было, но было профильное экономическое образование	23	
	Навыков не было	15	62
22. С какими препятствиями или сложностями вы столкнулись на пути к достижению вашей цели?	Конкуренция	24	
	Изменения в законодательстве	12	
	Нестабильное государственное положение	46	
	Колебания на мировых рынках валют	15	
	Отсутствие знаний	28	
	Отсутствие опыта принятия решений в критических ситуациях	36	
	Ваш вариант_____	0	161
23. Каковы ваши основные трудности при накоплении предпринимательского опыта?	Быстрые и непредвиденные изменения во внешней среде	24	
	«Текучесть» кадров и отток специалистов в сфере предпринимательства	13	
	Отсутствие, а затем интеграция в банковскую инфраструктуру	45	
	Взаимодействие с поставщиками	36	
	Почтовое сообщение	15	
	Ваш вариант_____	0	133

Продолжение приложения Г

Вопрос	Варианты ответов	Ответы	Всего ответов
24. Какие факторы вы считаете ключевыми для успешного предпринимательства?	Благоприятная конкурентная среда	27	
	Квалифицированный персонал	35	
	Знание потребностей потенциальных клиентов	50	
	Накопленный эффективный предпринимательский опыт	45	
	Специальные знания в нужной сфере	62	219
25. Какой поддержки или ресурсов Вам не хватило для достижения цели?	Финансовой поддержки и/или ресурсов	15	
	Специальной профессиональной/знаниевой поддержки и/или ресурсов	35	
	Кадровой поддержки и/или ресурсов	7	
	Государственной поддержки	5	
	Ваш вариант_____	0	62
26. Какие навыки или знания вы считаете необходимыми для успешного ведения предпринимательства?	Пунктуальность	24	
	Толерантность	16	
	Старательность	36	
	Ответственность	45	
	Образованность	54	
	Ваш вариант_____	0	175

Продолжение приложения Г

Вопрос	Варианты ответов	Ответы	Всего ответов
27. Какие шаги вы собираетесь предпринять, чтобы преодолеть препятствия и достичь своей цели в предпринимательстве?	Корректировки стратегии развития предприятия	26	
	Оценка рисков	13	
	Повышение квалификации	18	
	Изучение опыта конкурентов	16	
	Взятие кредита	18	
	Ваш вариант_____	0	91
28. Какие области вы считаете необходимыми для развития своих навыков и знаний?	Риск-менеджмент	36	
	Маркетинг	41	
	Управление персоналом	17	
	Бухгалтерия	46	
	Ваш вариант_____	0	140
29. Какую поддержку или помощь вы ожидаете от образовательной организации для успешного ведения предпринимательства?	Научно-методические рекомендации по осуществлению предпринимательской деятельности	12	
	Обоснованная стратегия	16	
	Оценка рисков и работа по их предотвращению	34	
	Ваш вариант_____	0	62

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Справки о внедрении результатов диссертационной работы

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА
АДМИНИСТРАЦИЯ ВОРОШИЛОВСКОГО РАЙОНА ГОРОДА ДОНЕЦКА
Идентификационный код 51003706
83001, г. Донецк, ул. Артема, 74
E-mail: voroshilov.district@mail.ru
Приемная: (062) 338-14-20, 335-00-59 (факс)
№ 1958/01.02-12исх
На № 30.08.2023

В диссертационный совет
Д 02.2.008.03 при ФГБОУ ВО
«Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

СПРАВКА О ВНЕДРЕНИИ

результатов диссертационной работы

Дещенко Александры Юрьевны

«СТРАТЕГИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ»

Сформулированный в диссертации Дещенко А.Ю. научно-методологический подход к моделированию экосистемы как сети взаимоотношений/сетевого взаимодействия и амбидекстрийных стратегий ее участников, учитывающий наличие поликризиса, т.е. угроз и вызовов, требующих сочетания мобилизационного управления в сфере образования и науки и распределенного управления субъектов экосистемы, имеет практическую ценность.

Представленные рекомендации позволят реализовать государственно-частное партнерство участников такой экосистемы через совместно формируемые и реализуемые стратегии развития, а также обеспечить эффективную маркетинговую их поддержку.

Заместитель главы администрации
Ворошиловского района г. Донецка А.Ю. Бондаренко

Продолжение приложения Д

Донецкая Народная Республика
КОЛЛЕКТИВНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ
«ОБЛАСТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ РЫНОЧНОЙ ТОРГОВЛИ И УСЛУГ ДОНЕЦКОГО ОБЛПОТРЕБСОЮЗА»

ДНР, 283052, г. Донецк. б-р. Шевченко, д.74
тел.(062) 304-51-59, Код ОГРН *1229300019079*.ИК 13485683, р/с *2600435820100* в Центральном республиканском банке ДНР код банка 400019

Исх № 2307-01/11-1 от 27.07.2023.

В диссертационный совет Д 02.2.008.03
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы
Дещенко Александры Юрьевны
«СТРАТЕГИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ИНСТИТУТА УСЛУГ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ»

Руководством КП «Областное управление рыночной торговли и услуг Донецкого облпотребсоюза» были рассмотрены предложения Дещенко А.Ю. по использованию предложенного научно-методологического подхода к формированию стратегии развития института услуг в условиях рынка, учитывающего особенности обмена товаров/услуг и идеями/знаниями, а также контекст мышления в традиционной логике и логике «экономики знаний», приняты к внедрению.

Реализация указанных предложений имеет практическую ценность, т.к. позволяет учитывать возникающее поле вариантов и возможностей при разработке стратегических и тактических действий на рынке.

Директор Л.В. Носова

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА «ОБЛАСТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ РЫНОЧНОЙ ТОРГОВЛИ И УСЛУГ ДОНЕЦКОГО ОБЛПОТРЕБСОЮЗА» идент.код 13485683 город ДОНЕЦК

Продолжение приложения Д

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«ЦЕНТР ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОНОМИКЕ И УПРАВЛЕНИИ»
Местонахождение: РФ 283054, ДНР, г.о. Донецкий, г. Донецк, ул. Экономическая, д. 15
ОГРН 1229300110929, ИНН 9309016612.

№ 17 от "23" августа 2023 г.

СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы
Дещенко Александры Юрьевны на тему
«Стратегия становления и развития института услуг в экономике знаний»

Заслуживают внимания научно-практические рекомендации А.Ю. Дещенко относительно целесообразности реализации университетом четвертой миссии – интегративной, а также предложенный механизм ее реализации, в котором университет выступает в качестве интегратора – связующего звена в работе разных систем между стейкхолдерами и участниками экосистемы, являясь платформой, объединяющей площадки для обмена идеями, знаниями, проведения исследований; супермаркетом идей/проектов/разработок и услуг, а также предоставляя площадки для выставок и ярмарок научных достижений.

Справка выдана для представления в диссертационный совет Д 02.2.008.03 при ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

Директор
ООО «Центр инновационных технологий в экономике и управлении» Т.А. Данилко

Продолжение приложения Д

Донецкая Народная Республика
ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«УДК-ДОН»

ДНР, 283014, г. Донецк. ул. Дзержинского, д.64
тел.(062) 326-66-72, Код ОГРН 122930066269.ИК 38923680, р/с 2600217840101 в Центральном республиканском банке ДНР код банка 400019

Исх № 119/2 от 12.07.2022г.

СПРАВКА
о внедрении результатов диссертационной работы Дещенко А.Ю. на тему «Стратегия становления и развития института услуг в экономике знаний»

Предложения Дещенко А.Ю., касающиеся научно-методического подхода к оценке рисков предпринимательской деятельности в условиях перехода к «экономике знаний», включающего систему шагов по определению и структурированию рисков предпринимательской деятельности на макро- и микроуровнях, систематизированных в девять групп на каждом уровне с конкретизацией номенклатуры рисков для последующего их анализа имеют практическую ценность. Их реализация позволяет предприятию осуществлять разработку мероприятий по их контролю и нивелированию.

Справка выдана для представления в диссертационный совет Д 02.2.008.03 при ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

Директор ООО «УДК-ДОН» Е.А. Жукова

Продолжение приложения Д

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНОБРНАУКИ РОССИИ)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»
(ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»)

ул. Щорса, 31, г. Донецк, 283048 Тел.: +7 (856) 342-90-40 Факс: +7 (856) 304-83-16 Эл. почта:info@donnuet.ru

30.08.2023 № 02.01/1197

на № _____ от _____

СПРАВКА О ВНЕДРЕНИИ

результатов диссертационной работы Дещенко Александры Юрьевны на тему «Стратегия становления и развития института услуг в экономике знаний»

Научные результаты диссертационной работы докторанта, к.э.н., доцента кафедры международной экономики А.Ю. Дещенко внедрены в учебный процесс ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» и используются при чтении лекций по дисциплинам «Глобализация экономики и международный инновационный процесс» и «Маркетинг услуг», а также при проведении практических занятий, написании курсовых, выпускных квалификационных работ для обучающихся направлений подготовки 38.03.01 Экономика.

Проректор по учебно-методической работе Л.В. Крылова