

Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики

Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

На правах рукописи



Донец Любовь Ивановна

**ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ ЗНАНИЙ**

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства)

Диссертация
диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Экземпляр диссертации идентичен по
содержанию с другими экземплярами, которые
были представлены в диссертационный совет

Научный консультант:
доктор экономических наук, профессор,
Азарян Елена Михайловна

И.о. ученого секретаря
диссертационного совета Д 01.004.01
д.т.н., доцент



Донецк-2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
Раздел 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ БАЗИС И ОСОБЕННОСТИ КОНТЕКСТОВ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ ЗНАНИЙ.....	19
1.1 Институционально-эволюционное развитие предпринимательства.....	19
1.2 Особенности современных процессов и контекстов организации пред- принимательской деятельности и их ориентация на экономику знаний.....	34
1.3 Концепция организации предпринимательской деятельности на основе управления знаниями.....	54
Выводы по разделу 1.....	69
Раздел 2 КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	74
2.1 Концептуализация субъектно-объектной природы организации пред- принимательской деятельности.....	74
2.2 Потребностно-мотивационная сфера предпринимателя как активизи- рующий фактор организации предпринимательской деятельности.....	85
2.3 Мотивационный механизм организации предпринимательской деятельности.....	115
Выводы по разделу 2.....	139
Раздел 3 ДИАГНОСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ- СКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ ЗНАНИЙ.....	144
3.1 Мониторинг взаимодействия детерминантов организации предприни- мательской деятельности в Донецкой Народной Республике.....	144
3.2 Дескриптивные векторы организации предпринимательской деятель- ности на основе системы знаний.....	175
3.3. Влияние типологии поведения предпринимателей на организацию предпринимательской деятельности.....	183
Выводы по разделу 3.....	211
Раздел 4 МЕТОДОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ- СКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ ЗНАНИЙ.....	216
4.1 Система управления знаниями, интегрированная в организацию пред- принимательской деятельности с аргументацией основных и вспомога- тельных бизнес-процессов.....	216
4.2 Концептная парадигма организации предпринимательской деятельно- сти на основе системы знаний.....	237

Выводы по разделу 4.....	261
Раздел 5 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ЗНАНИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	266
5.1 Стратегия организации предпринимательской деятельности на основе системы.....	266
5.2 Оптимизация решений по организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний.....	291
5.3 Научно-методический подход к минимизации предпринимательского риска при организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний.....	308
Выводы по разделу 5.....	330
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	335
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	343
ПРИЛОЖЕНИЕ А Обзор научных подходов к сущностно-содержательной характеристике потребностей.....	381
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Структурный анализ мотивационной сферы личности.....	383
ПРИЛОЖЕНИЕ В Научно-практический подход к разработке системы управления знаниями в предпринимательских структурах.....	384
ПРИЛОЖЕНИЕ Г Оценка мотивационной направленности личности предпринимателя.....	385
ПРИЛОЖЕНИЕ Д Анализ мотиваторов организации предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике.....	389
ПРИЛОЖЕНИЕ Е Анализ мотивов организации предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике.....	393
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж Анализ детерминантов организации предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике.....	395
ПРИЛОЖЕНИЕ К Экономико-статистический анализ оценки типов поведения предпринимателей.....	400
ПРИЛОЖЕНИЕ Л Анализ технологических средств для системы управления знаниями.....	405
ПРИЛОЖЕНИЕ М Научно-методический инструментарий реализации концептной парадигмы организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями.....	406
Справки о внедрении результатов диссертационной работы.....	409

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В условиях трансформации социально-экономических процессов концептуализация современного видения организации предпринимательской деятельности находится в кругу наиболее актуальных научных и практических вопросов. Это объясняется тем, что в предпринимательстве, как ни в одном социально-экономическом явлении, сфокусировались разные направления развития рыночных отношений. Их исследование и внедрение охватывают широкий спектр проблем, решение которых становится первоочередной задачей на пути становления и развития экономики Донецкой Народной Республики. Поскольку предпринимательство участвует в соборности социально-экономической модели Донецкой Народной Республики, предпринимательская деятельность обеспечивает меры по формированию экономической стабильности, независимости и открытости Республики.

Предпринимательская деятельность представляет собой упорядоченный согласно определенным принципам вид деятельности. Поэтому вопросы организации предпринимательской деятельности приобретают актуальность в общем контексте исследования обозначенной проблемы.

Концепция управления знаниями стала теоретической базой политики социально-экономического развития всех сфер и отраслей экономики, раскрывая новую роль и место интеллекта человека в информационном обществе. Главным вектором решения предпринимательских задач становится генерация, интеграция и реализация знаний, что влечет за собой создание новой интеллектуальной основы организации предпринимательской деятельности.

Связь работы с научными программами, планами, темами.
Диссертационная работа выполнена согласно научным исследованиям ГО

ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по 6 госбюджетным темам, в т.ч.: «Рекомендации по организации и стратегии управления предприятиями малого бизнеса» (государственный регистрационный номер 0102u006092), в рамках которой разработаны рекомендации по совершенствованию стратегического управления предпринимательской деятельностью; «Управление стратегическими изменениями в контексте повышения конкурентоспособности предприятия» (государственный регистрационный номер 0113u00627) – разработаны концептуальные основы организации предпринимательской деятельности; «Формирование механизмов повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятий» (Г-2016-3) – предложен научно-методический подход к интегральной оценке эффективности решений при организации предпринимательской деятельности.

Материалы исследования использовались при выполнении 13 хоздоговорных тем, среди которых: «Разработка рекомендаций по формированию предпринимательских стратегий предприятия» – разработан системно-динамический механизм организации предпринимательской деятельности, базовым компонентом которой является система знаний; «Формирование предпринимательских стратегий в условиях конкурентной среды» – предложен научно-методический подход к определению стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний

Степень разработанности проблемы. Определяющее влияние на характер проведенного исследования оказали работы П. Друкера, Г. Кантильона, Дж. Кейнса, Ж. Сея, А. Смита, Ф. Уокера, Й. Шумпетера, в которых концептуальные положения предпринимательства получили свое дальнейшее развитие.

Проблематике современного развития предпринимательства и организации предпринимательской деятельности посвящены публикации Е.

Азарян, В. Агапеева, А. Асаула, А. Благодарного, А. Бусыгина, Н. Гончарова, Н. Думной, И. Комаринского, А. Коммисарова, В. Лялина, В. Назарова, О. Некрасовой, В. Орловой, К. Павлова, Ю.Петрушевского, А.Половяна, Н. Радионовой, Н. Рединой, О. Руденского, Н. Чумаченко. Вопросы предпринимательской деятельности в рамках развития экономики знаний рассматривают такие ученые, как Н. Абдикеев, Т. Андрусенко, А. Барышев, З. Брагина, Ю. Елдышев, В. Ефимов, В. Колесов, Е. Лапко, Н. Моргунова, Е. Попов, И.Пенькова. М. Румизен, О. Сагинова, И. Сурма, Д.Суслов, А. Тузовский, М. Ченцова, В. Ямпольский.

Несмотря на значительное количество исследований в данном направлении, до сих пор отсутствует концептуальная ясность в теоретических и практических разработках, касающихся решения проблемы влияния системы знаний на организацию предпринимательской деятельности. Отсюда возникает необходимость организации предпринимательской деятельности на основе создания и реализации системы знаний, что обусловило выбор темы диссертации, ее целевую установку и задачи.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является разработка теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по организации предпринимательской деятельности на основе создания и реализации системы знаний.

Для достижения поставленной цели сформулированы и решены следующие задачи:

обосновать институционально-эволюционное развитие различных форм предпринимательства;

сформировать современную парадигму организации предпринимательской деятельности, ориентированную на систему знаний;

разработать концепцию организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний;

усовершенствовать научно-методологический подход к формированию компетентностно-конститутивного базиса организации предпринимательской деятельности;

выявить ключевые элементы потребностно-мотивационной сферы предпринимателя, обеспечивающие организацию предпринимательской деятельности;

разработать мотивационный механизм организации предпринимательской деятельности;

определить детерминанты организации предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике;

разработать дескриптивный подход к модернизации организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний;

усовершенствовать научно-методологический подход к определению профиля поведения эффективного предпринимателя в процессе организации предпринимательской деятельности;

разработать научно-методологический подход к созданию системы знаний, интегрированных в организацию предпринимательской деятельности с аргументацией и характеристикой основных и вспомогательных бизнес-процессов;

разработать концептную парадигму организации предпринимательской деятельности в контексте создания системы знаний;

разработать научно-методический подход к идентификации фокуса организации предпринимательской деятельности в зависимости от стадии жизненного цикла создания системы знаний;

разработать модель формирования стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний;

разработать организационный механизм предпринимательского решения;

усовершенствовать научно-методический подход к минимизации

предпринимательского риска при организации предпринимательской деятельности.

Объект исследования – процессы организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний.

Предметом исследования являются теоретические, методологические и прикладные положения по организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. экономика предпринимательства) в части п. 8.1. Развитие методологии и теории предпринимательства; разработка методики организации предпринимательской деятельности в различных формах предпринимательства; п. 8.2. Экономические аспекты развития современного предпринимательства; п. 8.4. Предпринимательство в единстве его основных компонентов: личностные (способности предпринимателей к инновационной рискованной деятельности), экономические (эффективность), организационно-управленческие (инновационный стиль менеджмента); п. 8.8. Хозяйственные риски в предпринимательской деятельности (сущность, виды, риск-менеджмент).

Научная новизна полученных результатов заключается в разработке концепции предпринимательской деятельности, а также теоретико-методологических положений по организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, а именно:

впервые:

разработана концепция организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, которая представляет quintessence теоретико-методологических взглядов на идеи, цели, принципы, методологический инструментарий, определяющие эффективность предпринимательской деятельности за счет

интеллектуализации бизнес- процессов и их синхронизации с системой знаний, использование которой обеспечит комплексный подход к решению проблем организации предпринимательской деятельности в условиях динамичной предпринимательской среды;

разработан научно-методический подход к идентификации фокуса организации предпринимательской деятельности, базирующийся на стадиях жизненного цикла создания системы знаний, определении приоритетной комбинации кодификации и персонализации инновационного и коммуникационного компонентов системы знаний, который позволяет установить степень реализации знаний в соответствии с достигнутой стадией жизненного цикла и определить приоритетный фокус предпринимательских действий в дальнейшем;

научный подход к формированию компетентностно-конститутивного базиса организации предпринимательской деятельности, позволяющий установить взаимосвязь между дефинициями «личностный компонент» – «потребностно-мотивационная сфера» – «предпринимательская деятельность», согласно которому личностный компонент выступает обеспечивающей компетенционной основой организации предпринимательской деятельности, а потребностно-мотивационная сфера идентифицируется как движущий фактор ее активизации; использование данного подхода способствует согласованности предпринимательских действий на основе компетенций предпринимателя с учетом особенностей его потребностно-мотивационной сферы;

усовершенствованы:

концептная парадигма организации предпринимательской деятельности в контексте системы знаний, отличительная особенность которой заключается в комплексном подходе к влиянию системы знаний на архитектуру организации предпринимательской деятельности, включающей: мониторинг внешней предпринимательской среды;

диагностику функциональной организации предпринимательских структур; мотивацию предпринимательской деятельности; условия для достижения предпринимательских целей; определение долгосрочной и текущей политики предпринимательских структур; реализацию профессиональных и личных компетенций предпринимателя; использование данной парадигмы позволяет консолидировать действия всех структурных компонентов и направлений предпринимательской деятельности, обеспечивая условия для получения синергетического эффекта;

научно-методологический подход к созданию системы знаний, интегрированной в организацию предпринимательской деятельности, отличительная особенность которого заключается в следующем: в рамках дуалистического рассмотрения процесса создания знаний обоснована логика взаимосвязи системы знаний с внешними и внутренними потоками информации, структурными изменениями, другими бизнес-процессами; использование этого подхода способствует повышению эффективности организации предпринимательской деятельности на основе синхронизации системы знаний с другими бизнес-процессами предпринимательской деятельности;

мотивационный механизм предпринимательской деятельности, который, в отличие от существующих, устанавливает причинно-следственную связь между мотиваторами предпринимательской деятельности в сфере внешнего окружения и предпринимательской среды, потребностями и психологическими особенностями предпринимателя, его мотивационными ожиданиями и мотивационной направленностью, а также позволяет активизировать предпринимательскую деятельность и исключить неизбежность демотивации;

научно-методический подход к определению стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, которая, в отличие от существующих, формирует структурированную программу

преобразований с детализацией контекстных (степень охвата бизнес-процессов, характер движения знаний) и процессных (способ создания, использования и обмена знаниями) направлений организации предпринимательской деятельности и выявляет необходимость реконфигурации общей стратегии развития в соответствии с портфелем стратегий создания системы знаний; реализация данного подхода способствует обеспечению эффективности предпринимательской деятельности с учетом внутренних ресурсно-компетенционных возможностей;

научно-методический подход к интегральной оценке эффективности предпринимательских решений, который, в отличие от существующих, базируется на симбиозе ожидаемого дохода от предпринимательской деятельности с ожидаемыми рисками на основе определения базовых и первичных показателей и включает оценку вариантов развития события и способов их решения; практическое применение данного подхода способствует повышению эффективности предпринимательских решений, направленных на обеспечение интенсивности развития предпринимательской деятельности;

научно-методический подход к формированию комплексного механизма минимизации предпринимательского риска, который, в отличие от существующих, основывается на адаптации экономико-математических моделей расчета возникновения риска в ситуациях неопределенности к особенностям принятия предпринимательских решений, использование которого упорядочивает применение аналитических процедур по определению допустимого уровня риска, обеспечивает их координацию и контроль на основе симбиоза реинжиниринговых методов и когнитивной составляющей;

получили дальнейшее развитие:

научное обоснование институционально-эволюционного развития

различных форм предпринимательства, отражающее его функционально-компонентную структуру, что позволяет оптимизировать регулятивные механизмы с учетом многоаспектности факторов, влияющих на развитие предпринимательства;

определение личностного компонента организации предпринимательской деятельности, которое представлено через призму дихотомического понимания как: 1) качественный аспект всех экономических индикаторов, выступающих источниками развития и организации предпринимательской деятельности в социально-экономической системе; 2) совокупность когнитивных свойств предпринимателя, отражающих конечную результативность, эффективность организации предпринимательской деятельности;

определение мотивационного компонента организации предпринимательской деятельности в диалектическом взаимодействии сущностных характеристик как: 1) совокупность движущих сил, которые побуждают предпринимателя к деятельности, задают ее границы и формы, придают направленность на достижение определенных целей; 2) процесс сознательного выбора предпринимателем модели поведения, определяемой комплексным воздействием внешних и внутренних факторов;

научный подход к установлению взаимосвязи между дефинициями «предпринимательство», «система знаний», «организация предпринимательской деятельности», согласно которому предпринимательство идентифицируется как комплекс особых функций, выполняемых в экономике страны, направленных на развитие и совершенствование хозяйственного механизма, постоянное обновление экономики, создание инновационного поля; система знаний определяется как совокупность способов, методов и форм создания, хранения, распространения и использования знаний, а ситуационное сочетание создания упорядоченности и оптимальных отношений между структурными

и функциональными системами предпринимательства выступает обеспечивающей основой организации предпринимательской деятельности, позволяющей интегрировать сотрудничество между бизнесом, органами местного самоуправления и местными органами исполнительной власти;

дескриптивный подход к модернизации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, сущность которой заключается в определении приоритетной цели преобразований в диапазоне от акселерации инновационного развития предпринимательства до накопления интеллектуального капитала предпринимательских структур; использование данного подхода позволит предпринимателям усиливать конкурентные позиции в соответствии с динамикой изменения предпринимательской среды.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическое значение полученных результатов определяется актуальностью цели и задач исследования, а также достигнутым уровнем разработанности рассмотренных проблем, научной новизной, разработкой концепции организации предпринимательской деятельности, развитием теоретико-методологических положений по интеграции системы управления знаниями в организацию предпринимательской деятельности, расширением научных подходов к решению проблем организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний.

Практическая значимость полученных результатов заключается в том, что предложенные научные идеи, научно-методические подходы и выводы могут быть использованы при решении актуальных проблем совершенствования организации предпринимательской деятельности на основе создания и реализации системы знаний, разработке государственных программ развития предпринимательства в Донецкой Народной Республике, а также для повышения эффективности организации деятельности предпринимательских

структур. Наиболее существенную практическую ценность имеют методические подходы к: оптимизации основных параметров эффективности организации предпринимательской деятельности на основе создания и реализации системы знаний; формированию комплексного механизма минимизации предпринимательского риска; оценке мотивационного компонента организации предпринимательской деятельности; определению стратегии организации предпринимательской деятельности и др.

Выводы и рекомендации одобрены и внедрены в практику на государственном уровне и уровне общественных организаций: Министерством промышленности и торговли Донецкой Народной Республики (справка № 3731-02/43 от 03.02.2019 г.), Министерством доходов и сборов Донецкой Народной Республики (справка № 234-02/12 от 03.12.2019г.), Комитетом Народного Совета ДНР по бюджету, финансам и экономической политике (справка № 02/03-1 от 26.08.2019 г.), Общественной палатой Донецкой Народной Республики (справка 11/635.1 от 03.02.2016 г.). Отдельные предложения исследования использованы в деятельности предприятий г. Донецка: ООО «Промлитзавод» (справка № 147 от 27.10.2019 г.), ООО «ДонФрост» (справка № 948/43 от 14.03.2019 г.), ООО «РестСервис» (справка № 205 от 15.12.2018 г.).

Теоретико-методические результаты исследования используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин «Предпринимательство и бизнес-культура», «Бизнес-планирование», «Экономика малого бизнеса», «Формирование бизнес-моделей предприятия», «Обоснование хозяйственных решений и оценка рисков», «Управление знаниями» (справка № 11/1445 от 22.10.2019 г.).

Методология и методы исследования. Теоретической и методологической основой исследования являются концептуальные

положения фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных авторов по проблемам предпринимательства, организации предпринимательской деятельности, созданию и реализации системы знаний. Методологическую основу диссертационной работы составляет совокупность принципов, приемов научного исследования, общенаучных и специальных аналитических методов, позволивших решить поставленные задачи, комплексно исследовать интеграцию системы знаний в организацию предпринимательской деятельности. Информационная база исследования включает законодательные и нормативные акты, регулирующие хозяйственную деятельность предпринимательских структур, финансовую и статистическую отчетность, результаты аналитических обследований деятельности предприятий Донецкой Народной Республики.

В процессе исследования использованы следующие методы: структурно-логического, логико-когнитивного и семантического анализа (при обосновании категориального аппарата в сфере организации предпринимательской деятельности); системно-структурный метод (при формировании концептной парадигмы организации предпринимательской деятельности в контексте системы знаний); ретроспективного анализа (при обосновании институционально-эволюционного развития различных форм предпринимательства); структурно-логического анализа (при выделении компонентов в архитектонике организации предпринимательской деятельности); системного и комплексного анализа (при обосновании принципов реализации знаний в процессе организации предпринимательской деятельности); абстрактно-логический (при изучении необходимости системности модернизации предпринимательской деятельности на основе системы знаний); экспертной и рейтинговой оценки (при проведении комплексной оценки мотивационного компонента); экономико-математические (сравнительного многомерного анализа – при определении допустимого уровня риска предпринимательского решения, динамического

программирования и теории игр – при изучении параметров определения стратегии организации предпринимательской деятельности); теории нечетких множеств (при разработке когнитивной модели обоснования хозяйственных решений в процессе организации предпринимательской деятельности).

Положения, выносимые на защиту. По результатам исследования на защиту выносятся следующие основные положения:

1. Концепция организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний как квинтэссенционная теоретико-методологическая система принципов, подходов и взглядов на процесс сбалансированного сочетания детерминант предпринимательской деятельности и развития системы знаний.
2. Научно-методический подход к идентификации фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла создания системы знаний.
3. Научный подход к формированию компетентностно-конститутивного базиса организации предпринимательской деятельности.
4. Мотивационный механизм предпринимательской деятельности.
5. Научно-методологический подход к созданию системы знаний, интегрированной в организацию предпринимательской деятельности.
6. Научно-методический подход к определению стратегии предпринимательской деятельности на основе системы знаний
7. Концептная парадигма организации предпринимательской деятельности в контексте системы знаний.
8. Научно-методический подход к формированию комплексного механизма минимизации предпринимательского риска
9. Научно-методический подход к интегральной оценке эффективности решений в процессе организации предпринимательской деятельности
10. Конститутивные принципы становления и развития

предпринимательства

11. Определение дефиниций: «личностная компонента» и «мотивационная компонента» в диалектическом взаимодействии их сущностных характеристик.

12. Дескриптивный подход к модернизации предпринимательской деятельности на основе реализации системы знаний.

Степень достоверности и апробация результатов. Диссертационная работа является результатом самостоятельных научных исследований автора. Сформулированные и обоснованные научные положения, выводы и рекомендации получены соискателем самостоятельно на основании всестороннего исследования организации предпринимательской деятельности. Вклад автора в коллективно опубликованные работы конкретизирован в списке публикаций. Положения диссертационной работы докладывались и обсуждались на 22 научно-практических конференциях разного уровня: «Инновационная экономика в условиях глобализации: современные тенденции и перспективы» (2015 г., г. Минск); «Конкурентоспособность субъектов хозяйствования в условиях новых вызовов внешней среды: проблемы и пути решения» (г. Екатеринбург, 2017г.); «Инновационное развитие через рынок интеллектуальной собственности» (г. Москва, 2017 г.); «Теория и практика коммерческой деятельности» (г. Красноярск 2017 г.); «Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право» (г. Севастополь, 2017 г.); «Вишняковские чтения: Условия эффективности социально-экономического и культурного развития региона» (2017 г., г. Санкт-Петербург), «Управленческий конгресс» (г. Белгород, 2018 г.); «Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития» (г. Донецк, 2019 г.).

География публикаций: Донецк, Симферополь, Алушта, Киев, Днепрпетровск, Севастополь, Харьков, Санкт-Петербург, Москва, Тбилиси,

Красноярск, Пермь, Минск, Екатеринбург, Белгород.

Публикации. По результатам исследования опубликовано 67 работ, в том числе 10 монографий, из которых три личных, 25 статей в рецензируемых научных изданиях, 14 статей в научных изданиях РИНЦ, 6 статей в прочих изданиях, 17 тезисов в материалах конференций. Общий объем публикаций составляет 248,6 п.л., из которых 76,09 п.л. принадлежат лично автору.

Структура диссертационной работы определяется поставленной целью и соответствует логической последовательности решения определенных автором задач исследования. Диссертация состоит из введения, пяти разделов, заключения, списка литературы, содержащего 359 наименований, и приложений (объемом 37 страниц). Общий объем диссертации составляет 416 страниц.

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ БАЗИС И ОСОБЕННОСТИ КОНТЕКСТОВ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ ЗНАНИЙ

1.1 Институционально-эволюционное развитие предпринимательства

В мировой практике предпринимательство рассматривается как основной сектор рыночной экономики, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. Предпринимательство – это явление всемирное, глобальное, которое можно рассматривать в качестве исходной точки развития любой цивилизации, а скорее итогом усилий, как общества, так и самих предпринимателей. Именно этот сектор экономики представляет наиболее эффективную систему отбора талантливых и предприимчивых людей, позволяет создавать необходимую атмосферу конкуренции.

Среди ученых непрерывно ведутся дискуссии о путях становления предпринимательства и совершенствования механизмов функционирования предпринимательской среды, в ходе которых высказываются различные мнения и точки зрения, выдвигаются предложения учеными разных профессиональных направлений, различных научных школ, представителями предпринимательских структур и т.д.

Большой вклад в исследование проблем предпринимательства внесли ученые Е. Азарян [9], О. Акимова [11], А. Бусыгин [62], М. Ильчиков [160], В. Орлова [228] Н. Редина [205], А. Ревунов [267], И. Сорока [285] Н. Чумаченко [330], Й.Шумпетер [337] и др.. В своих исследованиях ученые раскрывают методологические основы предпринимательства как ведущего сектора развития экономики, проводят анализ динамики изменения предпринимательской среды, определяют факторы, обуславливающие структурные изменения и формы предпринимательской деятельности. Но среди большого ко-

личества предложений практически не рассматривается проблема предпринимательства как комплекса особых функций, выполняемых в экономике Донецкой Народной Республики, направленных на обеспечение развития и совершенствования хозяйственного механизма, постоянное обновление экономики хозяйствующих субъектов, создание инновационного поля деятельности. Именно это направление социально-экономического развития становится предметом исследования не только ученых, но и тех, кого интересует возможность практического внедрения идей, связанных с различными аспектами предпринимательства.

Попытки определить сущность предпринимательства и дефинировать это явление делались на протяжении нескольких веков. Но по мере их умножения каждая последующая не становилась менее актуальной по таким причинам:

во-первых, речь не шла о "единственно верном учении», которое должно было дать окончательный ответ на все вопросы;

во-вторых, каждое последующее определение вносило что-то новое, поскольку предпринимательство трансформировалось, приобретая новые черты, но сохраняя при этом неизменными базовые характеристики;

в-третьих, каждый исследователь рассматривал это сложное, динамичное и многоплановое явление с разных сторон, открывая новые особенности этого феномена.

Термин "предприниматель" был введен Кантильоном, которого можно назвать основателем теории предпринимательства. Он характеризовал предпринимателя как человека, который за определенную цену покупает средства производства, чтобы произвести продукцию и продать ее с целью получения доходов; но при этом, принимая на себя обязанности по расходам, не знает, по какой цене может осуществиться реализация. Кантильон рассматривал предпринимательство как особую функцию и подчеркивал элемент риска, который всегда присутствует в предпринимательской деятельности [48]. По

сравнению с определением, которое можно дать сегодня с позиций современных экономических знаний и опыта эволюции бизнеса, дефиниция Кантильона, на первый взгляд, кажется элементарной.

При более детальном рассмотрении становится ясно, что: во-первых, в основном цель предпринимательства остается той же – получение доходов; во-вторых, каждый предприниматель и сегодня неизбежно принимает на себя обязательства относительно расходов; в-третьих, предприниматель во все времена не знает, по каким ценам будет осуществляться реализация продукции.

Безусловно, трудно сравнивать предпринимателя времен Кантильона, который наугад выходит на рынок и незащищен перед стихией, с современным бизнесменом, в распоряжении которого богатый арсенал средств экономического прогнозирования. Но по-прежнему рынок остается уравнением со многими неизвестными, число которых по мере его эволюции уменьшается, но эта тенденция не опровергает, а подтверждает то правило, что для предпринимателей возможные цены и другие параметры внешней рыночной среды всегда трудно спрогнозировать.

В 1797 году Бодо увязывает между собой две категории, характеризующие дефиницию предпринимательства: категория риска и категория ответственности. Кроме того, автор привнес в процесс в качестве компонентных составляющих предпринимательства организацию планирование и контроль.

На протяжении XIX - XX веков в экономической теории проходила трансформация категории "предпринимательство". Различные преобразования и модификация этой категории обуславливались в зависимости от преобразований экономической реальности, модификации парадигмы и от изменения реального предпринимателя как субъекта экономической деятельности.

Опираясь на основные положения теории предпринимательства Кан-

тильона, в 1803 году Жан Батист Сэй, включив в содержание предпринимательской функции такие элементы: «... сочетание факторов производства (капитала и труда); сбор информации и накопления необходимого опыта (поскольку информация не может быть полной, а опытом можно воспользоваться и в неопределенных ситуациях); принятие решения и организация производственного процесса» [294, с.182]

Тем самым автор определил еще один аспект сущностно-содержательной характеристики предпринимателя – производственный. Имея личный опыт в сфере бизнеса, Ж.-С.Сей выделял предпринимателя как центральную фигуру процесса производства, который организует людей, эффективно использует ресурсы и распределяет полученные результаты. Предприниматель рассматривался им как четвертый фактор производства, наряду с землей, капиталом и трудом. По мнению автора, предпринимательская деятельность является формой производственных отношений и ее следует рассматривать как категорию, которая взаимодействует с другими экономическими категориями в системе объективных экономических законов. Таким образом, предприниматель, согласно теории Ж.Сэя «...выступает в качестве управляющего и координатора факторов производства, определен как лицо, которое берется, на свой риск и в свою пользу произвести какой-нибудь продукт» [17, с.19].

Общеизвестна роль А.Смита в анализе экономического процесса. Вместе с тем, по мнению экономистов, А. Смит не отводил главную роль бизнесмену, считая, что экономические процессы самоиницирующие и самоподдерживающие [284]. Автора отличала склонность к переоценке значения труда и недооценки бизнеса, в рамках которого осуществляется труд, а также попытка поставить знак равенства между владельцами капитала и бизнесменами. Смит верил в то, что при наличии капитала, труда и сырья бизнес возникает спонтанно

Попытку синтезировать определенные "границы" названных моделей со-

вершил Й.Шумпетер в своем классическом исследовании предпринимателя. Несмотря на смену парадигмы в трактовке предпринимательства, следующий этап в развитии этого понятия связывают именно с И Шумпетером. В книге "Теория экономического развития", изданной И.Шумпетером в 1912 году, автор, рассматривая экономику с точки зрения тенденции и равновесия, центральное место отводит фигуре предпринимателя, обосновывая это тем, что именно деятельность предпринимателя определяет форму и содержание всех трансформационных изменений в экономике, которые в ходе своего развития обеспечивают переход от одного равновесного состояния к другому.

Отличительной чертой предпринимателя автор считал возникновение новой функциональной роли предпринимателя, которая синтезировала появление различного рода новаций с умением осуществления новых комбинаций, что в конечном итоге обеспечивает инновационную активность экономической деятельности путем создания чего-то нового, существенно отличающегося от уже существующего.

Й.Шумпетер определял предпринимателя, прежде всего, как новатора, подчеркивал, что его задача состоит в том, чтобы «...реформировать и революционизировать предприятие путем внедрения изобретений, а в более общем смысле – через использование новых технологических возможностей для производства новых или прежних товаров, но новым методом, благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка готовой продукции – вплоть до самой реорганизации бывшей и создание новой отрасли промышленности» [337, с.186].

По большому счету, Й. Шумпетер первым среди исследователей в западной экономической науке рассмотрел фигуру предпринимателя как субъекта самостоятельного анализа. Его теория определила в качестве одного из ведущих принципов предпринимательства новаторскую активность предпринимателя, его способность адаптироваться к экономической конъюнктуре. Вместе с тем такая активность непроизвольно расшатывает традиционно

отлаженные механизмы экономической системы. Это объясняется тем, что предприниматель допускает определенную степень свободы в своей деятельности, вступая в многочисленные столкновения, связанные с возникающими противоречиями между статикой и динамикой в экономике, между традиционно принятым экономическим поведением и нетрадиционными его формами.

Концепции И.Шумпетера поражает своей прозорливостью в предвидении будущего. С неустойчивого социального феномена шумпетерианский "предприниматель" превратился во второй половине XX столетия в одну из центральных фигур хозяйственной деятельности.

Продолжая традицию Й. Шумпетера относительно синтеза его экономической функции и личностных особенностей, к которым, в первую очередь, отнесены интеллектуальные и волевые свойства, современные ученые обозначают неразрывную связь объективной экономической функции и субъективных свойств предпринимателя в категории "предпринимательства".

Если обратиться к современным определениям предпринимательства, рассматривая его с позиций сравнительного анализа, то его метаморфозы отражают изменения, которые произошли в процессе эволюции форм частной собственности, в технологических средствах производства и в методах управления на микро- и макроуровне. Основные элементы существования предпринимательства несколько изменились, переходя из области обязательного единоличного владения собственностью в сферу распределения и управления ею. Не отрываясь от владения собственностью абсолютно, предпринимательство и его владение потеряли жесткую определенность. Глубинный смысл предпринимательства сместился (относительно) из области собственности в сферу управления бизнесом.

Форму определенной теоретической концепции предпринимательство получило в XVIII веке, однако до сих пор имеют место его различные толкования. Трудности изучения предпринимательства специалисты связывают с

его собственным содержанием, многомерностью среды, в которой оно осуществляется, с разным отношением общественной мысли, различных социальных групп и т.д.. В экономической литературе понятие "предпринимательство" употребляется в двух общих значениях:

во-первых, предпринимательство рассматривается как определенный вид деятельности;

во-вторых, под предпринимательством понимается определенная общественная группа, объединяющая людей, которые занимаются предпринимательской деятельностью.

В современных условиях предпринимательство в Европе переживает расцвет. Растет число людей, которые считают, что у них есть возможности для организации своего дела, а предпринимательство само по себе становится средством самореализации. Для возрождения отечественного предпринимательства одной из важнейших проблем становится необходимость определения сущности этого явления и понимание того, кто может быть сегодня идентифицирован как предприниматель. Полной ясности в этом вопросе нет и среди западных теоретиков бизнеса.

Обращает на себя внимание тот факт, что расхождения во взглядах зарубежных и отечественных ученых-экономистов относительно трактовки понятия «предпринимательство», а также в выделении основных характерных черт и особенностей рассматриваемой дефиниции, имеют разную причинную обусловленность. Так, противоречивость взглядов отечественных ученых объясняется, прежде всего, недостаточной информированностью о процессах, которые происходят в сфере предпринимательства как сектора национальной экономики.

В начале 90-х годов, когда национальные экономики стран-республик бывшего Советского Союза делали только первые шаги в области рыночных преобразований, предпринимательской деятельностью начали заниматься многие производители тех или иных видов товаров и услуг. В этот период

многое делалось в первый раз, не имея ни опыта, ни конкретного образца, поскольку каждая страна на определенном этапе своего социально-экономического развития решала возникающие проблемы по-своему. Этот период, как считает В.Н.Гончаров, можно назвать «... периодом достаточной конкуренции <...>. Характерной особенностью этого периода является тот факт, что малым бизнесом начали заниматься люди, которые не имели для этого объективной основы; кроме того, по личностным особенностям многие из них не имели необходимых качеств и способности к предпринимательской деятельности, у многих не было специальных экономических знаний даже в минимальном объеме» [84, с.15].

Значительную роль в развитии малого бизнеса сыграло и изменение общих условий социально-экономического климата хозяйствования. Реформы в экономике, изменение форм и методов государственного регулирования, использование различных способов по значительному ослаблению прямого контроля над частным бизнесом заметно усилили конкурентный режим функционирования рынка. Малые предприятия появлялись даже в тех областях и сферах экономики, которые традиционно были монополизированные.

Вместе с тем достигнутый до 1999 года уровень развития предпринимательства в странах СНГ эксперты и практики оценивают как недостаточный для выполнения той роли, которую должен выполнять сектор малого бизнеса по ряду показателей, а именно:

по численности и объему собственности доля малых предприятий и кооперативов составила 10-15%, тогда как в развитых странах – от 50 до 80%;

по объему деятельности (производство товаров и услуг) малый бизнес настолько мизерный, что не может ни удовлетворить общественных потребностей, ни играть роль полноценного рыночного фактора, то есть влиять на достижение рыночного баланса и составить конкуренцию крупным монопольным государственным предприятиям (по численности малых предпри-

ятий, которые на 10 тыс. человек населения;

доля работающих в малом бизнесе составляет более 8% от численности всех работающих, тогда как в странах с рыночной экономикой – не менее, чем 50%;

вклад малого бизнеса в создании ВВП составляет 10-15% в сравнении с 60-80% в развитых странах [329].

Расхождение в определении сущности предпринимательства и его носителей начинается там, где возникают проблемы, связанные, с одной стороны, с владением, распоряжением и использованием собственностью, а с другой – с управлением нею, то есть в точке, где пересекаются интересы, функциональные роли и наслаиваются друг на друга экономико-психологические образы владельца и менеджера.

Относительное единство взглядов наблюдается по двум позициям: первая – владелец вне бизнеса, то есть обладатель капитала, который отошел от дела не является предпринимателем; вторая – независимый владелец-индивидуал, владелец-менеджер безусловно является предпринимателем.

Понимание сущности предпринимательства связано также с определением его роли в экономике разных уровней систем хозяйствования, которая выражается в следующем:

предпринимательство является движущей силой изменения структуры национальной экономики. Основным побудительным мотивом при этом выступает возможность получения прибыли. Предприниматель старается концентрировать свои действия на развитии перспективных направлениях хозяйственной деятельности, отдача от которых может превысить средние показатели;

предпринимательство создает необходимые условия для формирования конкурентной среды. Ориентируясь на получение прибыли, предприниматели стремятся к созданию конкурентных преимуществ, благодаря которым достигают устойчивую конкурентную позицию на рынке, стимулируя тем

самым активизацию других предприятий по поиску инновационных решений, направленных на разработку и реализацию конкурентных стратегий;

предпринимательство выступает своеобразным катализатором развития национальной экономики, оказывая существенное влияние на структурную перестройку в экономике, интенсификацию научно-технологических процессов, направленных на повышение производительности труда и, как следствие увеличение объемов производства и реализации товаров и услуг; гибко реагируя на изменения конъюнктуры потребительского рынка и др.;

предпринимательство ориентировано на ресурсосберегающие технологии, формы и способы организации деятельности, что способствует экономии использования национальных ресурсов. Это обусловлено, с одной стороны стремлением к сбалансированности доходов и затрат, а, с другой стороны, минимизацией рисков, которые является неотъемлемым атрибутом предпринимательской деятельности. Именно это обстоятельство вынуждает предпринимателя тщательно просчитывать целесообразность разрабатываемых проектов и предпринимательских решений, требует более ответственного и требовательного отношения к использованию всех видов ресурсов;

предпринимательство обеспечивает стимулы высокоэффективного труда. В большинстве случаев люди, которые имеют собственный бизнес, обладают более сильной мотивацией, как личной, так и мотивацией персонала. В этом случае выгода от качественного труда является одним из мотиваторов для всех участников предпринимательской деятельности. Ориентируясь на личную выгоду от продуктивности труда, субъекты предпринимательства одновременно обеспечивают дополнительные блага для экономики в целом.

При рассмотрении проблем развития предпринимательства, наиболее значимым становится вопрос определения критериев этого развития. Необходимость такого определения базируется на конститутивном положении общей методологии развития любого процесса или явления, а именно: перед

тем как оценивать событие, происходящее в национальной экономике иди отдельно взятых ее сферах и отраслях, или заниматься прогнозированием возможных результатов, надо исследовать контекст возникновения, становления или изменения данного события.

В этой связи, рассматривая предпринимательство как социально-экономическое явление, целесообразно использовать этапы его исторического развития, обусловленные социально-экономическими изменениями общества.

Первый этап относится ко времени эволюционного развития капитализма в России, когда так называемое российское предпринимательство выступало в качестве составной части общероссийских рыночных отношений.

Второй этап, связан с нэповским псевдоренессансом рыночных отношений, оказавшимся наряду с позитивом глобальной провокацией и ловушкой для деловых людей того времени.

Третий этап совпал с началом перестройки и подразделяется на два периода: советский и постсоветский. Последний можно назвать национальным только лишь условно, так как в его основе лежит не столько алгоритм национальной специфики возрождающейся инициативной экономической деятельности, сколько постсоциалистическая ментальность экс-советской теневой экономики интернационального толка.

Неправомерно отрицать мощный импульс, который придала перестройка альтернативным социализму формам экономической активности. Вместе с тем, если говорить о глубинных корнях современного предпринимательства, то они лежат в экономических пластах периода застоя. Именно этот генотип отечественного бизнеса во многом предопределяет современные пороки, которые восходят к прошлому. В эти годы по мере деградации режима стали появляться хозяйственные и правовые ареалы альтернативной экономической деятельности. В этих нишах стали зарождаться и набирать обороты полуполегалная и нелегалная предпринимательская деятельность.

Именно эти советские корни предопределили пороки постсоциалистического предпринимательства.

Недостатки нынешнего предпринимательства в значительной мере объясняются аналогом такого медицинского явления, как «сломанный ген», который является причиной аномалий в формировании органов по мере развития организма. Подобная причина лежит в основе наследственных деформаций отечественного предпринимательства. В определенной мере постсоциалистические генераторы деформаций предпринимательства в период самостоятельного экономического развития не только не были преодолены, но даже несколько усилены и модернизированы.

В современных условиях предпринимательство приобретает все больший вес. Всех, кто интересуется этой проблемой можно разделить, на две группы. Первая группа – это ученые и практические работники, которые рассматривают возможности развития предпринимательской деятельности в контексте общих трансформационных процессов, происходящих в стране. Они планируют свою деятельность и выходят с различными предложениями, руководствуясь стратегическим принципом планирования, ориентируясь на будущее. Ко второй группе можно отнести тех, кто непосредственно занимается предпринимательской деятельностью, или осознанно поддерживает ее развитие, исходя из сугубо индивидуальной мотивационной направленности, анализируя социально-экономическое положение, присущее в данный момент.

В этой связи неправомерно было бы рассматривать только один аспект, связанный с констатацией того факта, что экономика государства переживает тяжелый кризис. Хотя и попытка проигнорировать кризис как явление временное, которое никак существенно не влияет на то, какой вид примут новая модель отечественной экономики и национальная концепция предпринимательства, было бы не совсем корректно. Так, например, американские предприниматели, пережившие "большую депрессию", во всех последующих со-

псиологических опросах, посвященных анализу и динамике их мотивационных ожиданий, проявляли постоянство, ставя на первое место по степени своего мотивирующего значения потребности в безопасности, имея в виду при этом возможность гарантированного сохранения работы или предпринимательского статуса.

Общая архитектура предпринимательской деятельности, то есть ее разделение на отдельные структурные элементы и их группировка в определенные блоки по содержательной характеристике, в сфере производства делится на производственную предпринимательскую деятельность, в состав которой входит традиционная (классическая) предпринимательская деятельность и инновационная предпринимательская деятельность.

Практика хозяйствования дает много примеров того, что производственная предпринимательская деятельность может иметь основной или вспомогательный характер. Основными принято считать те виды предпринимательской активности, результатом которых является производство готовой к конечному потреблению продукции. Наряду с производственной предпринимательской деятельностью, целесообразно выделить и посредническую предпринимательскую деятельность как самостоятельный вид. Главной целью этого вида предпринимательства является интегрирование экономических интересов производителей и потребителей.

Как подчеркивает А.В.Бусыгин, в реальной жизни встречаются не только профессионально ориентированные предприниматели, то есть люди, которые сделали осознанный выбор, но и те, кто принимает подобное решение вынужденно. Осознавая ситуацию, в которой они оказались, такие люди ищут источники индивидуального дохода или источник больших, чем они имели, индивидуальных доходов. К такому источнику индивидуального дохода «...они обращаются не потому, что это соответствует их жизненному настроению, а потому, что другого равноценного источника они не видят. Вынужденность обращения к предпринимательской активности характеризу-

ется как уличное предпринимательство». [62, с.33]. Уличное предпринимательство, как правило, не предусматривает предварительного получения специальных знаний, профессиональной подготовки. Человек, который занимается уличным предпринимательством, пытается совмещать свои возможности с неявно выраженными потребностями дополнительного характера, которые присущи окружающей обстановке. Этот вид предпринимательства осуществляется по принципам разумности и рациональности. К наиболее распространенным типам уличного предпринимательства можно отнести следующие:

- перепродажа – приобретение товаров для его дальнейшей продажи по более высокой цене в условиях отсутствия у предпринимателя стационарного торгового помещения;
- производство кустарным способом товаров народного потребления и реализация их в местах массового скопления потребителей;
- предоставление сервисных услуг;
- "челночная" деятельность, связанная с перемещением товаров: покупая их в одном месте, "челнок" продает их в другом.

Итак, под уличным предприятием подразумевается целесообразная деятельность по продаже товаров и оказанию определенных услуг в ограниченном ассортименте и объеме или кустарное производство товаров для получения индивидуального дохода. При определении условий таких, как достаточный доход, решение об изменении направления деятельности, благоприятное внешнее окружение, предприниматель из категории уличного может перейти в категорию профессионально-ориентированного предпринимателя.

Таким образом, подводя итог различным подходам к определению предпринимательства, можно сделать такое умозаключение. Предпринимательство – это комплекс особых функций, выполняемых в экономике, направленный на обеспечение развития и совершенствования хозяйственного

механизма, постоянное обновление экономики хозяйствующих субъектов, создание инновационного поля деятельности.

В результате анализа различных научных направлений и подходов ученых-экономистов [8; 11; 62; 267; 337] к исследованию проблем предпринимательства выделены основные характеристики развития предпринимательства (рис. 1.2).

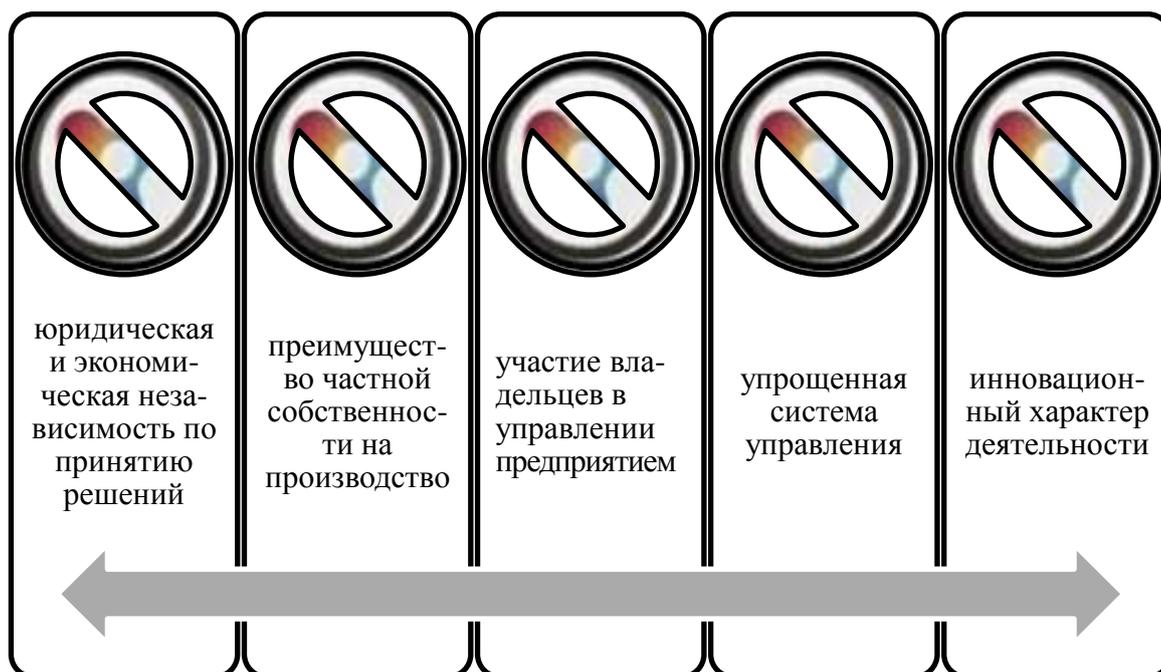


Рисунок 1.2 – Основные характерные особенности предпринимательской деятельности

Обобщено и систематизировано автором по источникам [8; 11; 62; 267; 337]

Безусловно, наличие элементов самостоятельности, инновационности в предпринимательской деятельности не вызывает возражений: поиск и реализация новых возможностей в генерировании и освоении новаторских идей, осуществлении нововведений является одним из существенных признаков предпринимательства. В то же время следует отметить, что целевая установка на получение прибыли не всегда является самоцелью, в определенных ситуациях это может быть максимизация объема продаж или экономического роста, но всегда при одном условии – определенной норме прибыли.

1.2 Особенности современных контекстов организации предпринимательской деятельности и их ориентация на экономику знаний

Обобщая различные научные разработки по классификации разделов науки управления, коллектив авторов под руководством Н.Г.Чумаченко, делает вывод о том, что «...наука управления должна рассматриваться как комплекс функциональных разделов: теоретические основы управления, теория организации, теория администрации, теория принятия управленческих решений, информационные системы управления, теория регулирования и контроля» [331, с.14-16].

Прежде, чем рассматривать теорию организации как один из функциональных разделов науки управления, следует отметить, что термин «организация» имеет разное смысловое значение (рис.1.3).

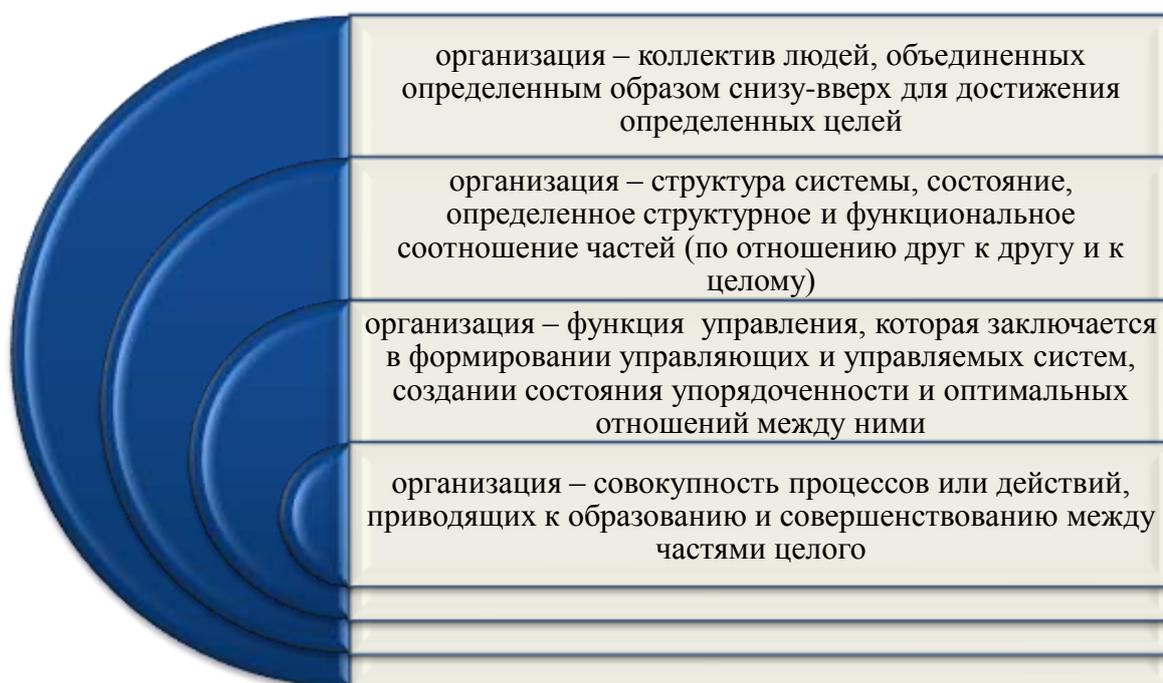


Рисунок 1.3 – Научно-теоретические трактовки дефиниции «организация»
 Обобщено и систематизировано автором по источникам [74; 138; 186; 211; 285; 331]

Авторский подход к определению дефиниции «организация предпринимательской деятельности» имеет дихотомический характер, а именно: 1) это процесс создания упорядоченности и оптимальных отношений между структурными и функциональными системами предпринимательской деятельности; 2) это структурное и функциональное соотношение бизнес-процессов по отношению друг к другу и к предпринимательской деятельности в целом.

В процессе развития страны, на определенном этапе, наступает момент, когда возникает противоречие между различными сторонами и элементами функционирующей системы. В зависимости от характера такого противоречия можно выделить три управленческие ситуации, обуславливающие определенные типы организации деятельности.

Первая ситуация: экономические структуры и хозяйственные формы обнаруживают свою историческую жизнеспособность и эффективность, но система управления, ее организационная структура и методы еще не отражают адекватно экономических и социальных преимуществ господствующего способа производства, не исчерпывают максимально его исторических возможностей и требуют своего совершенствования. Исторически управленческая ситуация первого типа сложилась в период расцвета капитализма, когда управленческая система достигла значительного уровня рационализации, когда новая организационная структура отдельных хозяйственных звеньев и методы управления разбили традиционную негибкость предыдущих структур.

Вторая ситуация характеризуется тем, что экономические структуры и хозяйственные формы объективно себя исчерпали, стали нежизнеспособными, но, благодаря совершенной системе управления, продолжают еще работать и обеспечивать определенный минимум экономической и социальной эффективности. Примером управленческой ситуации второго типа, на наш взгляд, может стать период административно-командной системы хозяйство-

вания.

Третья ситуация – когда экономические структуры и хозяйственные формы в рамках данной формации приобретают существенные изменения, радикальные сдвиги и тем самым вызывают необходимость таких же радикальных сдвигов в системе управления: либо коренного ее изменения или изменения отдельных ее элементов.

Если пользоваться данными определениями управленческих ситуаций, то в настоящее время экономика Донецкой Народной Республики переживает ситуацию третьего типа. Состояние государственной системы в ДНР такое, что она не может полностью контролировать все экономические и общественные процессы и управлять ими. Такая своеобразная ситуация и выступает одной из главных причин общего ухудшения социально-экономического положения в ДНР. Если рыночный механизм рассматривать как основополагающий базис предпринимательства, то изменения в экономических структурах и хозяйственных формах страны выступают одновременно и как следствие предпринимательской деятельности, и как условия для развития предпринимательства.

Это связано с тем, что организация предпринимательской деятельности рассматривается как «открытая система», то есть главные предпосылки результатов предпринимательской деятельности находятся во внешнем окружении. Иными словами, успех зависит от того, насколько удачно предпринимательство может приспособиться к своему внешнему окружению – экономическому, социально-психологическому, научно-техническому.

По истечении определенного периода времени предпринимательство станет главным фактором экономических преобразований в Донецкой Народной Республике, вследствие чего отпадет необходимость доказывать, что поддержка предпринимательства выгодна не только самим предприятиям, но и всей экономике в целом. Но пока еще предпринимательство находится на этапе становления и занимает небольшую часть в общей экономике страны, и

поэтому требует наряду с глубоким и тщательным исследованием со стороны ученых, разработки научно-практических рекомендаций и путей их реализации при активной поддержке со стороны государства. Одним из направлений в решении этой задачи является государственное регулирование трансформационных изменений в предпринимательской среде.

В современных экономических исследованиях выделяют несколько элементов предпринимательской среды: экономическое положение; политическая ситуация; правовая, социально-культурная; технологическая; географическая; институциональная; организационно-техническая среда. Среда и предприниматель активно взаимодействуют между собой. Более того, предприниматель пытается воздействовать на процесс изменений предпринимательской среды, формировать ее так, чтобы она соответствовала характеру его деятельности. Предпринимательская среда включает совокупность факторов, с которыми предприниматель сталкивается в повседневной и стратегической деятельности. Все, что существует вне предпринимательской структуры, может быть включено в это понятие, потому что все элементы предпринимательской среды могут влиять на функционирование предпринимательских структур, постановку их целей и формулирование задач, разработку общей стратегии, направленной на их решение, выбор способов и технологий принятия предпринимательских решений.

Предпринимательская среда априори не может быть стабильной. Это объясняется тем, что социально-экономическое развитие общественной формации, согласно законам диалектики, предполагает возникновение противоречий, которые порождают необходимость различного рода изменений. Поэтому предпринимателям необходимо не только знать свою среду "обитания" и природу изменений, но и уметь реагировать на эти изменения, поскольку неудачи в приспособлении к предпринимательской среде негативно влияют на организацию предпринимательской деятельности и бизнес в целом.

Предпринимательская среда в широком смысле представляет собой совокупность хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных условий, национальных и межгосударственных институциональных структур и других внешних условий, действующих в глобальном окружении предпринимателя. Системный анализ мирового опыта показывает, что эффективность развития, экономическая, политическая и социальная стабильность в стране напрямую зависят от степени свободы малого предпринимательства и условий, в которых развивается малый и средний бизнес. Если крупные предприятия выражают интересы страны, то интересы граждан представлены малым предпринимательством. Стабилизация экономической ситуации обычно осуществляется в условиях, когда результативность предпринимательской деятельности характеризуется значительными колебаниями. Современные факторы внешней экономической среды катализируют негативное воздействие ретро-причин и превосходят их по своему деформирующему влиянию. Среди таких факторов можно выделить следующие.

Первый фактор – отсутствие на протяжении начального периода возрождения национальной экономики последовательной прорыночной политики государства, реального рыночного курса, поддержанного силой государственной власти. Отсутствие подвижек к цивилизованному рынку обусловило соответствующее качество и имидж отечественного предпринимательства. Оно начало идентифицироваться с полулегальными секторами теневой экономики и в этом качестве определять облик постсоциалистической экономики.

Второй фактор – атмосфера политико-правовой нестабильности, отсутствие отвечающей рыночным стандартам экономико-правовой среды. Предпринимательство предполагает в качестве важнейшего условия своего существования уверенность в наличии долговременной перспективы и ее законодательной гарантии.

Третий фактор заключается в том, что вид отечественного предпринимательства определяется существующей в рамках национального инвестици-

онного поля атмосферой запределного риска. Этот риск экономический и внеэкономический. В такой обстановке предпринимателями пытаются стать не только склонные к этой деятельности люди, но и их антиподы, для которых полем деятельности является уголовно-экономическая среда.

Одной из причин аномального экономического риска является дефицит соответствующих правовых традиций, уважения к законам. Последнее среди прочего означает, что многих желающих стать предпринимателями останавливает прошлый опыт, когда можно было сразу потерять все. Никаких гарантий того, что это не может повториться в настоящее время, у них нет. А это, в свою очередь, связано с четвертым фактором, смысл которого сводится к тому, что, несмотря на официально провозглашенное право на собственность, граждане при этом не имеют законодательно защищенную частную собственность, гарантированную от ее отчуждения.

Еще одним специфическим фактором деформации и торможения развития цивилизованного предпринимательства является нарастание монополистических тенденций в сфере действия предпринимательских (особенно коммерческих) структур, в основе которых лежит противоправное совместительство, сращивания политической и хозяйственной предприимчивости в условиях переходной экономики. Аналогичность этих процессов, с точки зрения закономерностей развития монополистических тенденций в рыночной экономике последовательного эволюционного типа, заключается в том, что в числе других причин монополизм в такой экономике является естественной реакцией на чрезвычайное обострение конкурентной борьбы и порождается экономически обусловленным желанием субъектов предпринимательства другими бизнесами уйти от капиталоемкости конкуренции наиболее дешевым путем.

Становление цивилизованного предпринимательства возможно только при условии ликвидации влияния всех вышеуказанных факторов и причин, их порождающих.

Предпринимательская деятельность по своей природе чувствительна к условиям нестабильности и различных колебаний рыночной конъюнктуры. Именно поэтому предпринимательство требует формирования специфической среды, которое бы способствовало его динамичному развитию. Предпринимательская среда интегрирует в себе общественно-экономическую ситуацию, которая охватывает степень экономической свободы, наличие предпринимательского института, доминирование экономических связей рыночного типа, диапазон возможностей для формирования и использования капитала (финансовых ресурсов). Выход предпринимателя за пределы внутренней среды фирмы и образующих его эндогенных элементов означает принципиально новое качество свободы выбора. Это связано с тем, что в рыночной среде, его составляющих является экзогенные, практически не контролируемые элементы, имеющие скачкообразный характер по отношению к внутренней среде фирмы. Такое положение способствует появлению, с одной стороны, большей свободы предпринимательского выбора, но при этом одновременно прямо пропорционально растет количество моментов неопределенности, определенного риска. К числу экзогенных элементов относят: окружение, конкуренцию, институциональные факторы, правовую систему.

Результаты анализа научных работ [3; 181; 196; 242; 253; 256] свидетельствуют о том, что даже при наличии благоприятных внешних условий хозяйствования многие предприниматели терпят неудачу. Это обусловлено, прежде всего, недостатками и просчетами в деятельности самих предпринимателей. К группе основных внутренних факторов можно отнести: компетентность в предпринимательском менеджменте; опыт в выбранной сфере предпринимательской деятельности; контроль эффективности финансовой деятельности; достаточный размер собственного капитала; использование стратегического планирования; надлежащая организация учета, анализа и аудита; современный технико-организационный и экономический уровень производства.

В последнее десятилетие XXI века произошло изменение парадигмы развития социально-экономических систем, отличительной особенностью которых стало перемещение фактора человеческого прогресса в условие, цель и движущую силу развития. Концепция экономики знаний стала основной теоретической базой политики социально-экономического развития всех сфер и отраслей экономики, раскрывая новую роль и место интеллекта человека в информационном обществе, его влияние, как основной производственной силы, на развитие экономических систем в целом и предпринимательства, в частности.

В этом контексте знания выступают главным специфическим ресурсом в организации предпринимательской деятельности. Отличительным признаком экономики, ориентированной на знания является тот факт, что такая экономика, превращает знания в доход. Знания становятся самостоятельным фактором производства, который выступает основополагающим элементом его развития. Следует обратить внимание еще на одну особенность экономики знаний, в которой в отличие от всех предшествующих типов экономик вместо закона убывающей отдачи работает закон повышающейся отдачи. Это означает, что «...рост количества участников рынка и используемых производственных ресурсов не снижает отдачу от них после перехода через экстремум, как это было в индустриальной экономике, а наоборот повышает ее» [159, с.117].

Экономику знаний можно рассматривать и как «...высший этап развития инновационной экономики, <...> базой, фундаментом общества знаний или информационного общества» [56, с.14]. Такой подход не только обеспечивает широкое использование информационных ресурсов в предпринимательских структурах, но и порождает возникновение потребности в знаниях, как базисного компонента, обуславливающего организацию предпринимательской деятельности. В условиях глобализации, нарастающей конкурентной борьбы за рынки и стремительном развитии технологий основными ре-

сурсами развития предпринимательских структур во все большей мере становятся люди и знания, которыми они обладают, обеспечивая создание интеллектуального капитала организации. Это обусловлено динамикой социально-экономических изменений, происходящих в странах, причина которых кроется в повышении роли информации. Важной характеристикой современного общества становится информационная составляющая во всех сферах экономики и предпринимательства, что приводит к возникновению проблем, связанных с увеличением затрат времени на создание, обработку и хранение значительных информационных массивов о клиентах, партнерах, поставщиках, контрагентах компаний и др.

В этих условиях капитал в традиционном смысле слова, то есть в материально-вещественной и финансовой форме, постепенно перестает быть основой оценки стоимости предприятия, по крайней мере, с точки зрения его потенциальных инвесторов. Все чаще в качестве аргументов, с помощью которых решаются различные финансово-экономические задачи, выступают интеллектуальные активы. Отличительной чертой предпринимательства является не только количество интеллектуального капитала, но и постоянное сокращение так называемого «периода полураспада носителя интеллектуального капитала», т.е. времени, в течение которого система организационных, специальных и корпоративных знаний предпринимателя и его наемных работников остается неизменной.

Ряд авторов [275; 292; 310; 325], анализирующих современную экономику, рассматривают эту проблему с позиций изучения отдельных черт и проявлений формирующейся экономической системы, делая акцент на одной или нескольких ее особенностях. Это обстоятельство предопределяет круг исследуемых вопросов, а также направления исследования в рамках каждой из теорий. Так, в рамках теории информационной экономики в основном изучаются новые методы ведения бизнеса в электронно-цифровой среде и изменения в экономической сфере, связанные с появлением современных

технологий [292].

Что же касается вопросов, связанных с ролью образования и науки, с новым качеством экономического роста в долгосрочной перспективе, то они являются ядром нового общества в теории экономики знаний, а в других теориях, например, глобальной сетевой экономики, рассматриваются поверхностно [325]. Если исходить из того, что отмеченные аспекты составляют сущность концепции экономики знаний, то можно сделать вывод о том, что исследование формирования системы знаний является одной из основных конститутивных задач, решение которых обуславливает стратегические изменения в организации предпринимательской деятельности.

Знания стали объектом научных исследований таких ученых как Н. Абдикеев [1], З. Брагина [60], В. Ефимов [145], В. Колесов [177], Е. Лапко [195], М. Румизен [273], Д. Суслов [291], Л. Трофимова [302], И. Тупик [304], М. Ченцова [325] и др. В своих научных работах авторы раскрывают теоретико-методологические основы создания, передачи, хранения и использования знаний в практической деятельности, определяют критериальные признаки и предлагают классификацию знаний [145; 216; 273; 302; 304]; рассматривают особенности формирования знаний в контексте исследования экономики знаний [37; 177; 275; 325;] разрабатывают научно-методические подходы к созданию и управлению системой знаний на предприятиях и в организациях [22; 47; 290; 291; 304; 60]. Однако исследование современных векторов активизации предпринимательской деятельности на основе создания и реализации системы знаний не нашли должного отражения в научных трудах ученых и требуют более глубокого изучения.

Основным фактором экономического роста в развитых странах выступает «...не материальная, а интеллектуальная составляющая – знание человека, которые в конечном итоге, вызывают рост производительности труда и выступают определяющим фактором экономического роста в современных условиях» [195, с.9].

Использование знаний приумножает результаты хозяйственной деятельности гораздо эффективнее, чем применение любого другого производственного фактора. На постиндустриальном пространстве, важнейшим ресурсом оказывается не традиционное географическое пространство с закрепленными на нем производственными мощностями, а интеллект, не имеющий материальных границ и свободно перемещающийся путем использования информационных технологий.

Приоритетное значение знаний в организации предпринимательской деятельности объясняется их целевой функцией в условиях трансформационных изменений внешней среды. Создание системы знаний в процессе организации предпринимательской деятельности способствует достижению стратегических конкурентных преимуществ субъектов предпринимательства на основе создания и использования новых знаний. По мнению, П. Друкера, «...именно знания в современных условиях хозяйствования выступают не только экономическим ресурсом и доминирующим элементом, а также одним из источников достижения конкурентных преимуществ» [135, с.136].

Знания выступают в качестве основной движущей силы инновационной активности предпринимательской деятельности. Такое умозаключение базируется на следующих логических посылах. Предпринимательская среда содержит огромное количество данных, которые предприниматель получает в процессе организации предпринимательской деятельности в разных формах.

В результате обработки и интерпретации этих данных формируется информация, осмысление которой приводит к созданию знаний. Знания – это зафиксированная и проверенная практикой обработанная информация, которая может неоднократно использоваться для принятия предпринимательских решений; это продукт осознанной переработки информации, позволяющей предпринимателю целенаправленно получать желаемый результат, как материальный, так и нематериальный (рис.1.4).

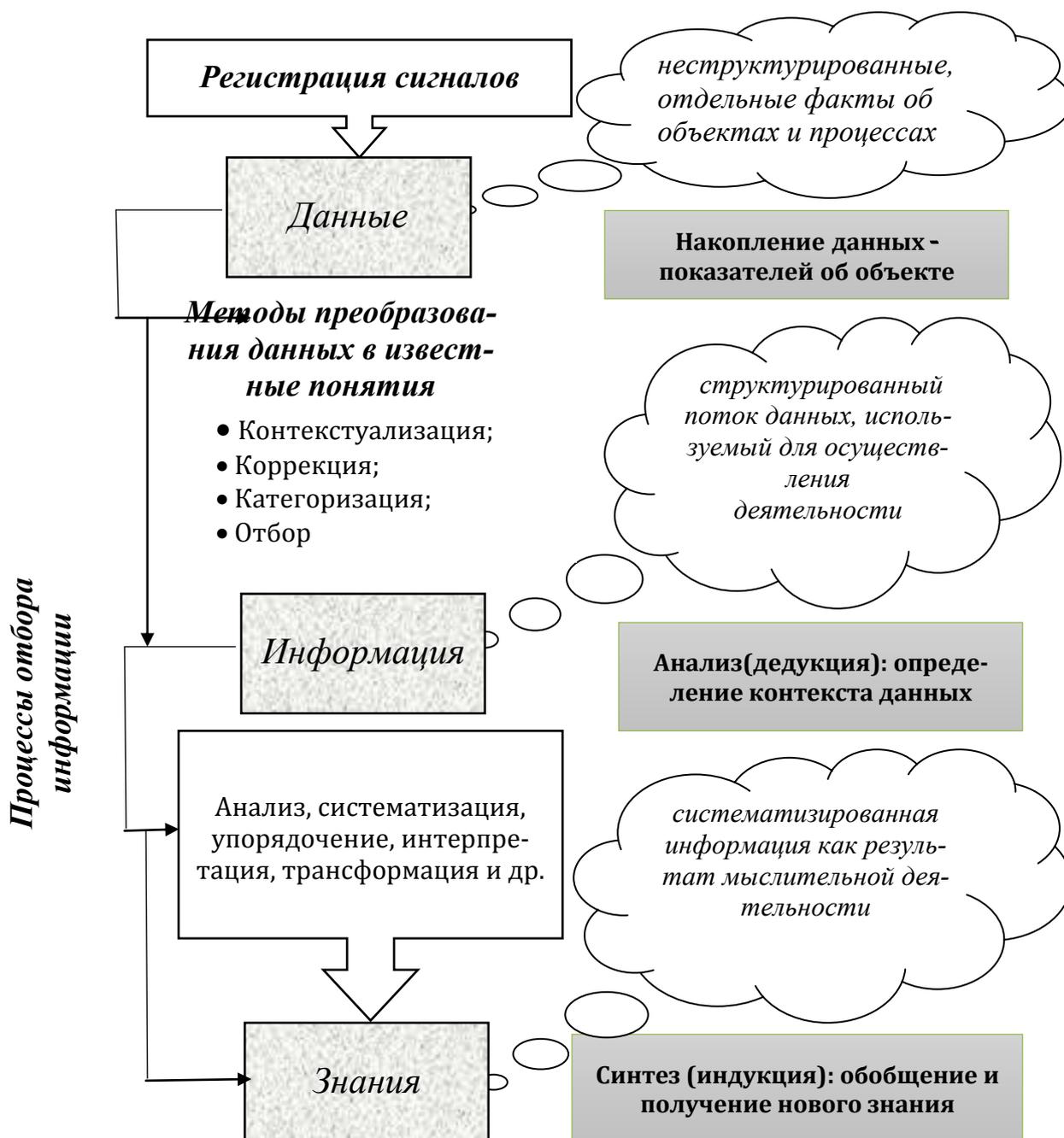


Рисунок 1.4 – Структурно-логическая схема создания знаний в предпринимательских структурах

Систематизировано и обобщено автором по источникам [22; 47; 145; 216; 273; 290; 302; 304; 60]

Поскольку одним из признаков, отражающих сущность понятия знания, является осмысление получаемой информации, то, следовательно,

знание можно рассматривать как продукт мыслительной деятельности человека, т.е. само по себе знание не может существовать без своего носителя – человека. Отсюда возникает еще одна сложность формирования системы знаний – опосредованность воздействий на процесс создания знаний, которая состоит не в управлении мыслями людей, а в концентрации внимания на способах создания, хранения и обмена знаниями с целью формирования и использования системы знаний в предпринимательской деятельности.

Знания лежат в основе компетенций, которые формируют конкурентные преимущества и обеспечивают успех на рынке; их значимость повышается также тем, что в условиях динамики изменений в технике и экономике необходимым становится понимание механизмов овладения знаниями и факторов, которые этому противодействуют [311].

Знания как ключевая и интегральная характеристика предпринимательской деятельности качественно меняют принципы и подходы к организации этого процесса. В ситуации, когда возникают проблемы организации предпринимательской деятельности, знания становятся базисным компонентом принятия управленческого решения.

Но это происходит в том случае, когда эти знания являются актуальными, нужными для предпринимательской деятельности. Актуальность знания получает широкое распространение внутри предпринимательской структуры, когда сотрудники получают к нему доступ, используют его для выполнения поставленных задач. «Однако спустя некоторое время актуальность знания начинает снижаться, его вытесняют новые знания <...>. Важный факт заключается в том, что актуальность знания никогда не может упасть до нуля, потому что однажды созданное знание когда-нибудь кому-нибудь обязательно пригодиться» [291, с.95].

На рисунке 1.5 представлен жизненный цикл формирования знаний в предпринимательских структурах.

Как видно из рисунка, этот процесс является непрерывным, т.к. потеря актуальности существующих знаний организации предпринимательской деятельности приводит к возникновению потребности в появлении новых знаний, что активизирует новый жизненный цикл их формирования. Стадия становления/обновления знаний является основной, т.к. требует осознания потребности в знаниях для организации предпринимательской деятельности, появление которой обусловлено стратегическими изменениями внешней и внутренней средой функционирования предпринимательских структур; установление источников их создания, определение форм хранения, обмена и передачи знаний.



Рисунок 1.5 – Схема жизненного цикла формирования знаний в процессе организации предпринимательской деятельности (авторская разработка)

Обязательным условием на этапе становления/обновления знаний является учет экономических и правовых аспектов, трансформация прав собственности на знания, которые могут переходить от личности к коллективу и обществу в свободной форме или форме интеллектуальной собственности, получать экономическое воплощение, превращаясь в интеллектуальный капитал и нематериальные активы предпринимательской структуры.

На стадии роста происходит непосредственное использование знаний в предпринимательской деятельности. На этом этапе знания дополняются и совершенствуются, происходит расширение и обновление знаний в соответствии с изменениями внешней и внутренней среды функционирования субъектов предпринимательства.

Стадия стабилизации предполагает распространение знаний в предпринимательской среде, где ими смогут пользоваться другие субъекты предпринимательства. Эта стадия характеризуется тем, что в предпринимательских структурах уже четко отработаны механизмы хранения, обмена и передачи знаний как внутри самой структуры, так и со стейкхолдерами рынка. Активно используются корпоративные знания, регулярно проводится аудит знаний, обеспечивающий диагностику востребованности имеющихся знаний и эффективность их использования в предпринимательской деятельности.

Значительное снижение востребованности знаний свидетельствует о переходе к стадии упадка, когда знания устаревают или утрачивают свою актуальность по причине изменений во внутренней или внешней среде функционирования субъекта предпринимательской деятельности.

В последнее время для создания системы знаний в процессе организации предпринимательской деятельности достаточно широко используется процессный подход, что обусловлено исследованием предпринимательства как сложной динамической системы, внутри которой протекает множество взаимосвязанных процессов, которые своими функциями определяют состояние всей системы в целом. Знания являются стратегическим активом при

организации предпринимательской деятельности, имеющим особую ценность с точки зрения повышения ее эффективности.

К логическим посылкам целесообразности создания системы знаний в предпринимательской деятельности можно отнести следующее:

- современные информационные и коммуникационные технологии обеспечат постоянный и надежный обмен идеями;
- управленческие решения будут приниматься более быстро и обоснованно и с меньшими затратами;
- укрепится сотрудничество посредством самоорганизующихся групп;
- знание о стейкхолдерах рынка повысят степень результативности взаимоотношений с ними;
- знания об изменениях предпринимательской среды и нормативно-правового поля повысят эффективность нововведений.

Созданная на основе создания и реализации знаний организационная структура позволит эффективно использовать систему управления знаний и, как следствие, получать максимально возможную выгоду от системы управления знаний с минимальными затратами.

Представим данную систему наглядно, схематически, используя интерпритацию физического принципа дисперсии света (рис. 1.6). Знания не рождаются сами по себе, они появляются в результате трансформации одних элементов информационного пространства в другие. Для того, чтобы знания работали и приносили прибыль предпринимателю, ими нужно управлять, другими словами, необходимо создать систему управления знаниями.

Первый шаг к пониманию управления знаниями – это дифференцировать их от данных и информация. Знание не является ни данными, ни информацией. Однако знание не может существовать без них. Новые знания создаются путем принятия существующих убеждений человека в сочетании с информацией, созданной на основе данных. Объединяя информацию с су-

существующими убеждениями человека, навыки и восприятие создают знания.

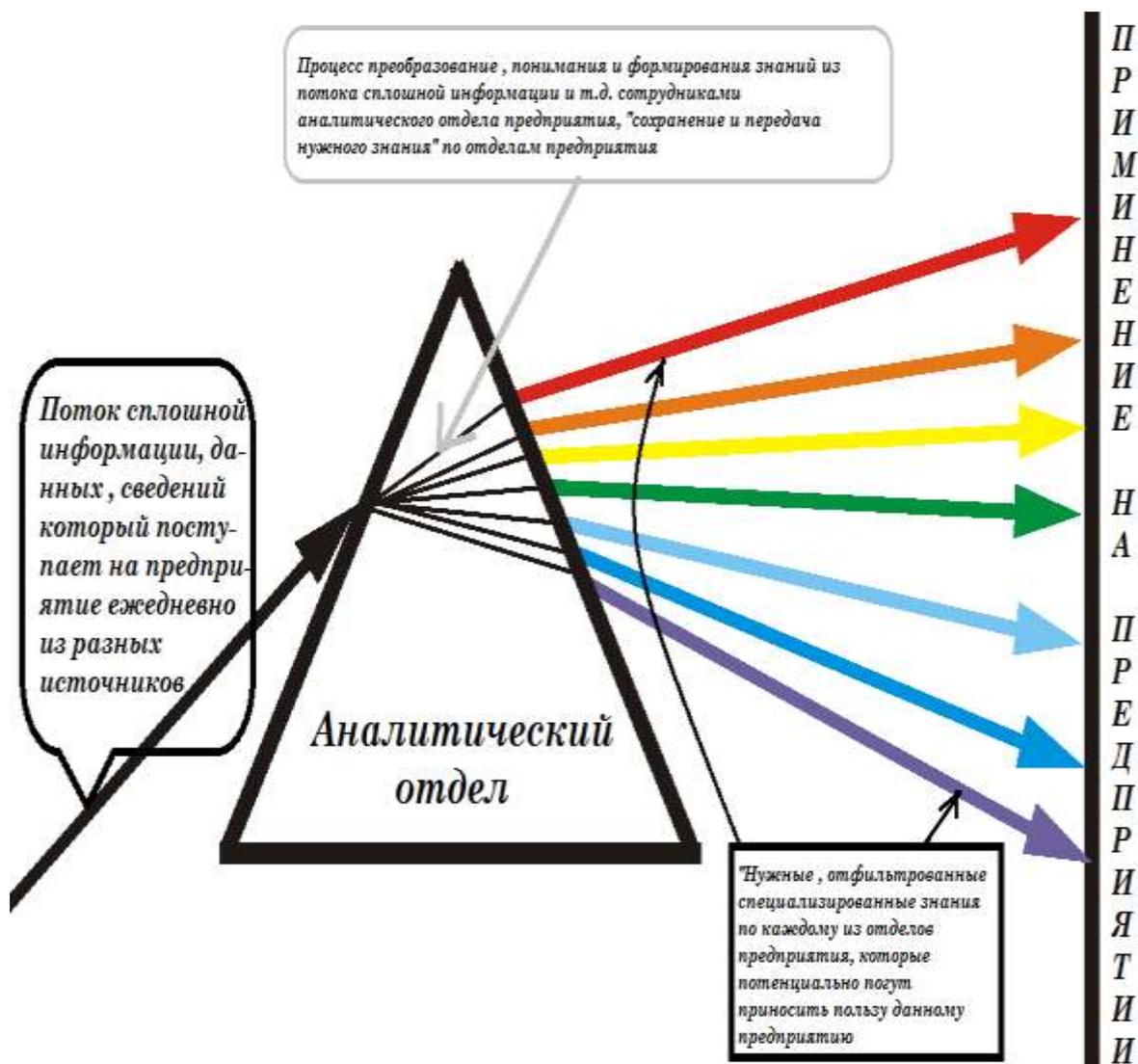


Рисунок 1.6 – Механизм создания знаний в предпринимательских структурах (авторская разработка)

По мнению группы специалистов [177], центральной проблемой при создании системы управления знаниями является необходимость внедрения информационных технологий. Поэтому внедрение информационных технологий в предпринимательской структуре определяется как одно из важнейших условий успешного управления знаниями. При этом выбор программно-

го обеспечения должен соответствовать потребностям предпринимательских структур и обеспечивать экономический эффект от внедрения проекта по разработке и внедрению информационных технологий. Существует два сценария управления знаниями: «кодификация» и «персонализация», которые различаются степенью использования информационных технологий. Кодификация предполагает обязательную формализацию тех знаний, которые особенно важны для предприятия, например, написание отчетов. Персонализация подразумевает непосредственное общение сотрудников на собраниях, совещаниях, во время деловых встреч и деловых бесед и т.п.

Каждый предприниматель решает самостоятельно, какой из двух сценариев целесообразно использовать при организации предпринимательской деятельности. Выбор сценария определяется рядом факторов, таких как:

- экономический характер предпринимательской деятельности;
- задачи управления знаниями, обусловленные базовой стратегией развития предпринимательской структуры;
- особенности корпоративной культуры;
- уровень социальной ответственности бизнеса;
- материально-техническая оснащенность предпринимательской структуры;
- профессионально-образовательный уровень сотрудников и др.

Как было отмечено ранее, информационные ресурсы выступают источником создания знаний. В процессе работы персонала с информационными ресурсами предпринимательских структур формируются организационные знания. Организационная составляющая системы управления и создания знаний выступает связующим звеном между системой знаний и всеми подразделениями предпринимательской структуры.

Система управления знаниями создаёт в предпринимательских структурах единое информационное пространство, организует совместную работу сотрудников для приобретения, представления и обмена знаниями, предос-

твляет доступ к единой базе знаний и создаёт условия для эффективного использования знаний персонала в общих интересах. Эта система организует управленческие действия на базе всех видов ресурсов предпринимательской структуры (рис.1.7).



Рисунок 1.7 – Схема обусловленности системы управления знаниями ресурсной базой предпринимательской деятельности

Систематизировано и обобщено автором по источникам [1; 22; 216; 280; 302; 304;]

Финансовые ресурсы выступают материальной составляющей в процессе управления знаниями, профессионально-грамотный финансовый менеджмент позволит эффективно использовать ресурсы в данной области. Знания, как нематериальный объект выступают одной из главных составляющих нематериальных активов предприятия. Создание знаний позволит предприятию получать дополнительный доход от собственных нематериальных активов. Материальные ресурсы выступают косвенным объектом создания знаний, т.е. в системе управления знаниями они выступают объектами, при помощи которых может воплощаться в жизнь часть созданных знаний. Информация и интеллектуальные активы предприятия рассредоточены в базах данных и знаний, хранилищах документов, сообщениях электронной почты, отчётах и, конечно, у персонала.

Необходимо организовать быстрый доступ к этим данным и знаниям, придав им удобную для использования и анализа форму.

Для использования этих ресурсов требуется набор специализированных продуктов, инструментов и платформ, что свидетельствует о необходимости создания системы управления знаниями с учетом стратегии развития предприятия, его конкурентной позиции, а также финансовой возможности предприятия [2].

Управление знаниями можно сравнить с организацией предпринимательской деятельности в целом. Деятельность предпринимательской структуры рассматривается как некий «организм», в основе функционирования которого лежит принцип синергетического эффекта. Управление знаниями – это комбинация отдельных аспектов управления персоналом, инновационного и коммуникационного менеджмента, а также использования новых информационных технологий в управлении организацией [280]. При создании системы управления знаниями первоначальным этапом выступает формирование кадров предприятия, т.к. люди формируют и обобщают данные и информацию, они выступают непосредственным источником создания и носи-

телями знаний. Любая предпринимательская структура зарождается на базе имеющихся знаний своих сотрудников, функционирует, используя и пополняя корпоративные знания, являясь одновременно и получателем, и источником такого рода знаний [302].

Система управления знаниями должно стать одним из ключевых процессов, в рамках которого предприниматели получают прибыль от объема знаний или интеллектуального капитала, находящегося в их распоряжении. Сама прибыль будет возникать в том случае, если предприниматель сможет применить знания для создания более эффективных процессов и дополнительной ценности для потребителя. Другими словами, можно сказать, что формирование системы управления знаниями – это процесс, в ходе которого сознательно создается, структурируется и используется база знаний в организации предпринимательской деятельности.

1.3 Концепция организации предпринимательской деятельности на основе управления знаниями

Генерация и интеграция имеющихся знаний влечет за собой создание новой интеллектуальной основы для организации предпринимательской деятельности – концепции управления знаниями. В задачу нового механизма организации предпринимательской деятельности входит систематическое создание, обновление, распространение и применение знаний с целью максимизации ее эффективности.

Управление знаниями как новая концепция возникло из понимания того факта, что направления конкуренции изменились и борьба за интеллектуальные ресурсы потеснила зависимость от природных ресурсов. Это понятие определяется как систематическое управление процессами, посредством которых знание идентифицируется, накапливается, распределяется и применя-

ется в организации для улучшения ее деятельности. В экономической литературе существуют различные подходы к определению управления знаниями. Рассмотрим некоторые из них.

– Управление знаниями – это процесс, в ходе которого мы сознательно создаем, структурируем и используем базу знаний нашей компании [310].

– Управление знаниями — технологический процесс работы с информационными ресурсами для обеспечения доступа к знаниям, их объединения и генерации нового знания с целью наращивания эффективности и потенциала деятельности коллектива людей [231].

– Управление знаниями (Knowledge Management) — процесс создания условий для выявления, сохранения и эффективного использования знаний и информации в сообществе [359].

– Управление знанием – это систематический процесс, благодаря которому знания, необходимые для успеха компании, создаются, сохраняются, распределяются и применяются [358].

Сейнер определяет управление знаниями как «...концепцию, в которой предприятие собирает, организует, разделяет и анализирует знания отдельных лиц и групп по всей организации таким образом, чтобы непосредственно повлиять на производительность...» (356, с.36).

С точки зрения А.Л.Гапоненко, управление знаниями – это «...систематические процессы, благодаря которым создаются, сохраняются, распределяются и применяются основные элементы интеллектуального капитала, необходимые для успеха организации; стратегия, трансформирующая все виды интеллектуальных активов в более высокую производительность, эффективность и новую стоимость» [229, с.246].

Применительно к предпринимательской деятельности управление знаниями можно рассматривать как стратегию, которая трансформирует все виды интеллектуальных активов в более высокую производительность и эффективность, в новую стоимость и повышенную конкурентоспособность. Нау-

читься управлять знаниями – это значит приобрести умения погружаться в мир понятий, категорий, оценок, методов, процедур, вариантов, технологий.

Проведенный детальный анализ литературных источников [2; 28; 60; 216; 231; 303] свидетельствует об отсутствии единого подхода к определению понятия системы управления знаниями экономического объекта и позволяет выявить настоятельную потребность в уточнении данного понятия. Понятие системы управления знаниями в литературных источниках трактуется по-разному: [41], как стратегия компании, которая направлена на своевременное предоставление знаний сотрудникам для повышения эффективности их работы; как ядро информационной системы предприятия или фирмы; как набор повторяемых на регулярной основе управленческих процедур, способствующих повышению эффективности сбора, хранения, распространения и использования ценной информации с позиций предприятия.

Ключом к управлению знаниями является передача нужных знаний персоналу в пределах группы людей и предпринимательской структуры в целом в нужное время. Приоритетная роль управления знаниями заключается в том, чтобы помочь сотрудникам лучше работать вместе, используя все возрастающие объемы информации и управляя ими. Выделяют три основных компонента управления знаниями:

- люди – им передается опыт для создания новых идей;
- процессы – нужны для совместного использования и распространения информации;
- технологии нужны для эффективной работы людей и процессов.

Люди, процессы и технологии – главные компоненты успеха предпринимательской деятельности. Люди решают проблемы, используя мозговой штурм, нововведения, творческие силы и знания, полученные из опыта. Совместная работа персонала приумножает знания, накапливаемые предприятием, и улучшает условия для достижения его конкурентных преимуществ. Следует обратить внимание также на то, что обязательным компонентом становится создание атмосферы коллективного творчества. Предприниматель-

ские решения в условиях возникновения непредвиденных обстоятельств или рискованных ситуаций, не достигнут практического результата без обеспечения творческой инициативы коллектива. Для поддержки сотрудника при его работе над нововведениями и стремлении к прогрессу, необходима технологическая инфраструктура, обеспечивающая условия для успешной коллективной работы, создания корпоративных знаний и быстрой практической выработки новых идей и решений.

Квинтэссенцией роли и значимости управления знаниями при организации предпринимательской деятельности является цель создания системы знаний в предпринимательских структурах, которая может быть определена «... как сокращение дефицита знаний путем их генерации, выявления и диффузии, и использование знаний для повышения конкурентоспособности субъекта» [145, с.31]. Если говорить об управлении знаниями как системе, то, на наш взгляд, приведенные трактовки следует рассматривать не как отдельные подходы к определению понятия, а как составляющие элементы системы управления знаниями.

Даже если предпринимательская деятельность принимает определенную шаблонную модель бизнес-процессов, то ее оргструктура начинает изменяться, приобретая свой уникальный вид. Процессы объединяются потоками объектов и данных, информация о которых формирует информационную базу и служит основой для создания системы знаний. Следовательно, модель бизнес-процессов без знаний внутри самого бизнес-процесса не несет должной значимости. Осознание решающей роли, которую играет управление знаниями в проведении изменений в организации предпринимательской деятельности, может стать жизненно важным этапом в подготовке и непосредственной реструктуризации организаций для решения проблем предпринимательства. В России крупные фирмы, как правило, представляют собой сложные бюрократические единицы, с массивным аппаратом управления, множеством подразделений, которым не понаслышке знакомы проблемы управления знаниями. Это обусловлено негибкой организационной структу-

рой, крупным масштабом документооборота, слабой мобильностью сотрудников, общим консерватизмом. Именно поэтому необходима такая система, которая будет координировать работу всей структуры, обеспечивая тем самым:

- достижение поставленных целей за счет роста интеллектуального капитала и эффективного его использования;
- повышение эффективности принимаемых решений; – создание предпосылок для появления инноваций;
- использование бенчмаркинга;
- обучение и мотивацию сотрудников;
- повышение эффективности всех процессов.

Решения обозначенной проблемы способствует использование инструментов управления знаниями, одним из которых может стать создание «обучающейся» организации, способной аккумулировать интеллектуальный капитал, распространять и передавать знания, обеспечивая стратегический успех предпринимательской деятельности. «Обучающаяся» организация – это не только организация, способная к самообучению, но и субъект управления, создающий предпосылки изменения потенциала знаний в окружающей среде, воспроизводящий другие «обучающиеся» организации. Она позволяет наиболее полно использовать синергетический эффект организационного знания, многократно усиливая сумму индивидуальных и коллективных его составляющих [147].

Цель управления знаниями сводится к созданию такой системы, которая обеспечит эффективный механизм сбора, анализа, обработки, хранения и использования информационных данных. Этот механизм носит название системы менеджмента знаний и представляет собой совокупность взаимодействующих и взаимозависимых элементов, относящихся к управлению знаниями (процессов, баз данных, программного обеспечения, организационных структур и пр.), и обеспечивает достижение поставленных целей.

Управление знаниями – это «... достаточно сложный многоэтапный процесс, имеющий собственный жизненный цикл. Как и любой процесс, и тем более сложный, он нуждается в осознанном управлении для обеспечения должной последовательности, согласованности, эффективности» [303, с.41]. К. Виг выделяет три взаимосвязанных уровня управления знаниями: бизнес, перспективный менеджмент и практические действия [359]. Эти три уровня характеризуют особенности управления знаниями в контексте организации предпринимательской деятельности (Рис.1.9).

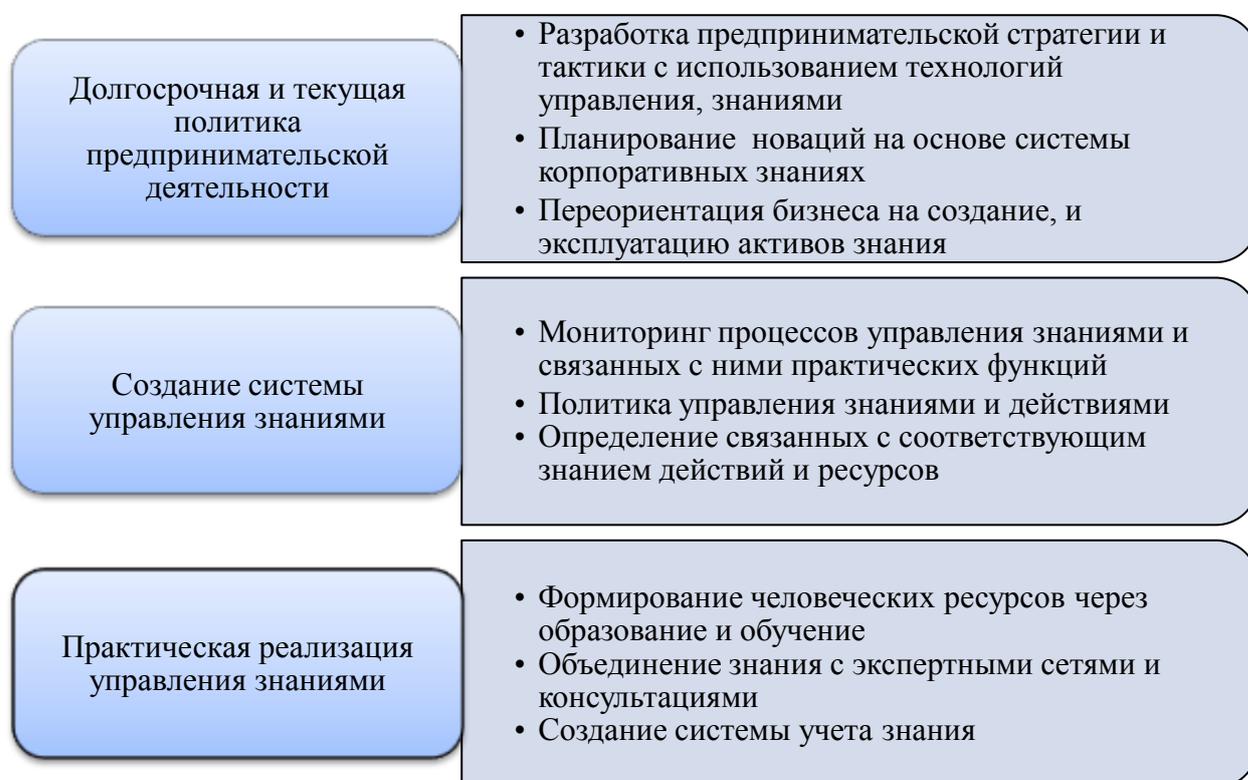


Рисунок 1. 9 – Уровни управления знаниями в контексте организации предпринимательской деятельности

Систематизировано и уточнено автором по источникам [225; 235;205]

Речь идет о наиболее полной реализации потенциала доступных для организации знаниях, начиная от разработки новых видов продукции и за-

канчивая новыми теориями организации производства (например, совместное предприятие), а также корпоративной стратегии в системе конкретных управленческих мероприятий. В частности, речь может идти о ресурсном обеспечении со стороны организации намеченных планов, осуществлении. Уровень создания системы управления знаниями предполагает мониторинг процессов управления знаниями и связанных с ними практических функций; разработку политики управления знаниями и действиями на основе самостоятельных или приобретения чужих разработок, а также определение связанных с соответствующим знанием действий и ресурсов.

Третий уровень – практическая реализация управления знаниями – отражает формирование соответствующего качества человеческих ресурсов через образование и обучение; объединение знания с экспертными сетями и консультациями; создание системы учета знания

Разделяя с автором правомерность данного подхода, предложен научно-методический подход к разработке системы управления знаниями (СУЗ) в предпринимательской деятельности, конститутивной основой которого является архитектура создания системы управления знаниями (рис.1.10).

Архитектура создания системы управления знаниями включает три последовательных блока: определение целей и задач СУЗ, проектирование организационной структуры и реализация знаний. Определение целей и задач создания системы управления знаниями в предпринимательских структурах обусловлено изменениями, происходящими во внутренней корпоративной среде и внешней предпринимательской среде. При этом уникальность принятых предпринимательских решений по определению целей и задач создания системы управления знаниями зависит, с одной стороны, от уровня осведомленности о внешней предпринимательской среде и внутренней корпоративной среде, а с другой стороны, - от чувствительности и готовности реагировать на изменения, происходящие внутри предпринимательской структуры и вне нее.

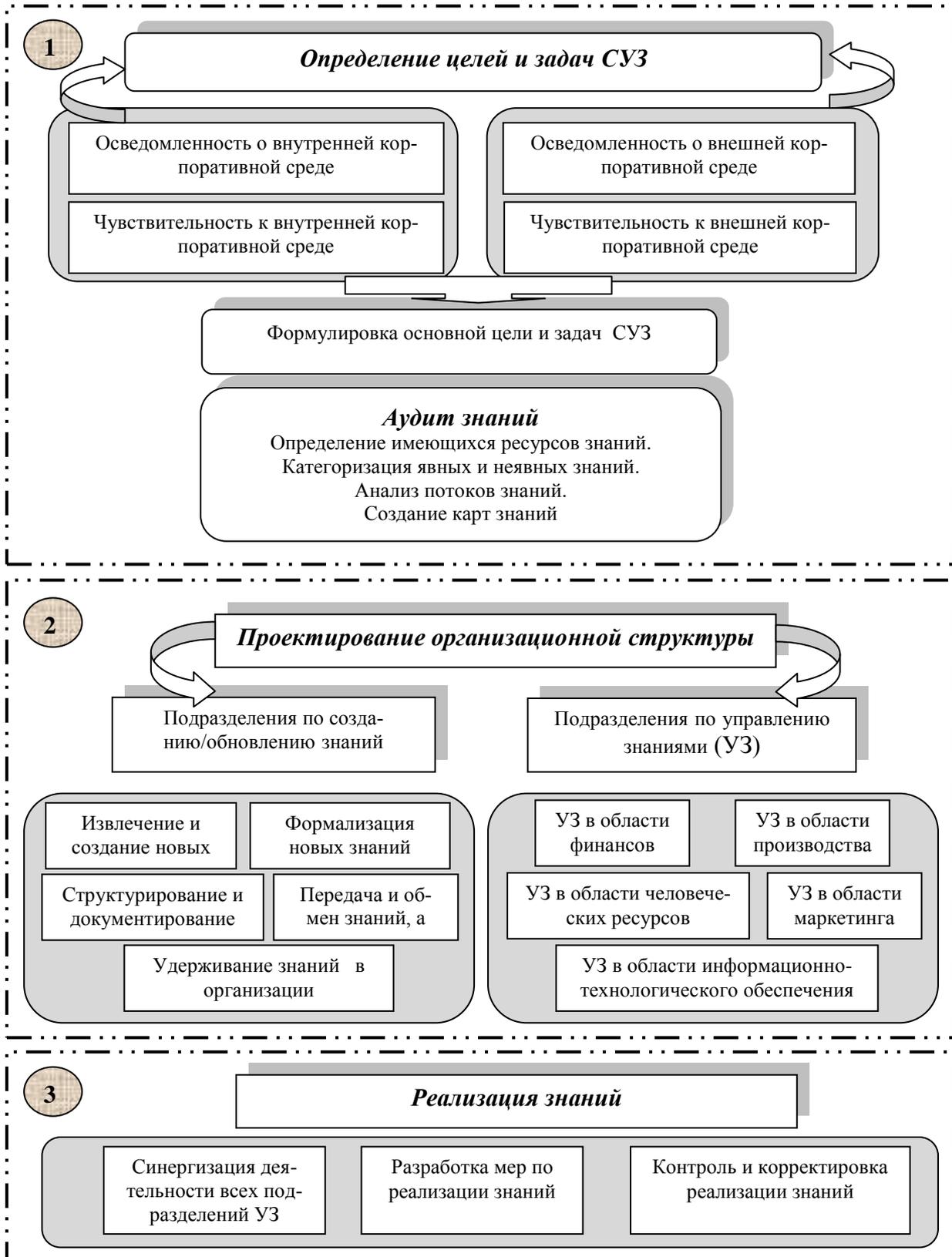


Рисунок 1.10 – Архитектоника создания системы управления знаниями в предпринимательских структурах (авторская разработка)

Для конкретизации задач СУЗ необходимо провести аудит знаний, начальным этапом которого является оценка и анализ имеющихся ресурсов знаний. Для этого целесообразно использовать Национальный стандарт Российской Федерации, в котором четко прописано, что «...систематический пересмотр знаний «...» проводится внутри организации. Часто включает идентификацию взаимодействий и коммуникацию знаний внутри одной организации или между организациями, командами и индивидуумами» [220, с 113]. В ходе проведения аудита знаний категоризация явных и неявных знаний организации и анализ потоков знаний, что позволяет установить нехватку или дублирование знаний, вывить наиболее востребованные в практике знания, установить причины, затрудняющие использование имеющихся знаний.

Завершающим этапом аудита знаний является визуализация его результатов в форме карты знаний, которая дает представление об имеющихся знаниях с различными уровнями детализации, например, какие знания необходимы для осуществления деятельности предпринимательской структуры в целом и для ее стратегических бизнес-единиц; кому из сотрудников какие знания требуются и какие знания у них есть; показывают знания и источники знаний, которые поддерживают основные бизнес-процессы; демонстрируют знания специалистов и их профессиональный профиль и т.п.

Вторым блоком архитектоники СУЗ является проектирование организационной структуры, основная цель которого заключается в создании подразделения по созданию/обновлению знаний и подразделения по управлению знаниями. Функциональные различия этих подразделений состоят в следующем Подразделение по созданию/обновлению знаний решает задачи, связанные с извлечением и созданием новых знаний, их формализацией, структурированием и документированием. Важным направлением деятельности этого подразделения является обеспечение передачи и обмена знаний, а также их удерживания в предпринимательской структуре, т.е. недопущение

ние «утечки» знаний как интеллектуального ресурса. Подразделение по управлению знаниями выполняет организационно управленческие функции и выступает координатором использования СУЗ при организации предпринимательской деятельности.

Практически ориентированным является третий блок СУЗ – реализация знаний, функциональное назначение которого состоит в синергизации действия первых двух блоков, разработке мер по реализации знаний, осуществлении контроля и корректировки их проведения. На основе проведенных исследований предложена авторская концепция организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, которая базируется на необходимости и возможности развития теории и методологии организации предпринимательской деятельности, ориентированной на экономику знаний. Исходным идеологическим утверждением данной концепции является то, что организация предпринимательской деятельности выступает движущим фактором ее адаптивного функционирования или развития в сочетании с системой знаний, обеспечивает стратегическую устойчивость предпринимательских структур в условиях динамичной предпринимательской среды. Исходя из этого, возникает необходимость в разработке такой концепции организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, в которой объектом исследования становится процесс организации предпринимательской деятельности; а предметом исследования – механизмы и инструменты организации предпринимательской деятельности на основе реализации знаний

На основе определения ключевых категорий концепции организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний (предпринимательская деятельность, организация, система знаний, личностный и мотивационный компоненты, парадигмальный подход, механизм, методология, стратегия, конститутивная компонента) предложено и структурировано ее компонентная база в разрезе теории и методологии (рис. 1.11).



Рисунок 1.11 – Компонентная база концепции организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний (авторская разработка)

В предложенной концепции организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний представлена совокупность взаимосвязанных теоретических основ организации предпринимательской деятельности; массив введенных понятий и утверждений; принципов и методологии.

Итак, для каждого уровня организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний и для каждого уровня развития предпринимательской структуры характерны собственные модели, методы, этапы, условия проведения и компоненты процесса преобразований, от чего, в конечном итоге, и зависит их эффективность и результативность.

Поэтому для каждой предпринимательской структуры главной целью организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний является обоснованный выбор указанных составляющих в соответствии с действующими или прогнозируемыми факторами бизнес-окружения и внутренней корпоративной среды.

Предложенная концепция структурно содержит эмпирическую базу; «теоретический базис», который объединяет теоретические основы и совокупность выведенных понятий (концептов) и утверждений; методологический аппарат, состоящий из принципов, логики и методов организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний. Указанные три элемента концепции организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний проецируются на практический базис, который находит отражение в концептуальном подходе и производных от него механизмах организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний.

Теоретическими основами организации предпринимательской деятельности стали выводы, законы экономической теории, теории организации, эволюционная, диалектическая, телеологическая теории, теория жизненного цикла, теории стратегического управления, а также парадигмальные подходы: процессный, организационно-управленческий; ситуационный и синергетический.

Согласно предложенной концепции методологическим базисом вы-

ступают общие и специфические принципы, методики и модели. К общим принципам отнесены взаимосвязанность и взаимовлияние на стратегию развития предпринимательской структуры; системность; научность; синергичность; компетентность; целостность; обратная связь; динамичность; гибкость; эффективность. В качестве специфических принципов выделены: ориентация на создание оптимального предложения по организации предпринимательской деятельности с использованием системы управления знаниями; ориентация на глобализационные тенденции развития предпринимательства, отраслевые особенности предпринимательской деятельности; динамичность изменения предпринимательской среды.

В процессе организации предпринимательской деятельности наряду с традиционной логикой необходимо учитывать неодинаковость в направлениях и уровнях организации предпринимательской деятельности, разных субъектов предпринимательства, их функции и задачи, обусловленные социально-экономическим состоянием общества, характером экономической деятельности, которые реализуются через использование принципов организации предпринимательской деятельности в конкретной предпринимательской среде (рис. 1.12).

Предложенные методики и модели составляют содержательную часть методологического базиса концепции организации предпринимательской деятельности на основе системы знаниями, а именно:

методика диагностики актуальных проблем организации предпринимательской деятельности;

методика обоснования системы управления знаниями, интегрированной в процесс организации предпринимательской деятельности;

методика определения мотивационной компоненты организации предпринимательской деятельности;

методика принятия решений в процессе организации предпринимательской деятельности в условиях меняющейся предпринимательской среды;

методика модернизации предпринимательской деятельности на основе реализации системы знаний;

методика выбора технологий управления знаниями для оптимизации организации предпринимательской деятельности

структурно-логическая модель организации предпринимательской деятельности на основе сравнительного многомерного анализа;

модель выбора стратегии управления риском.

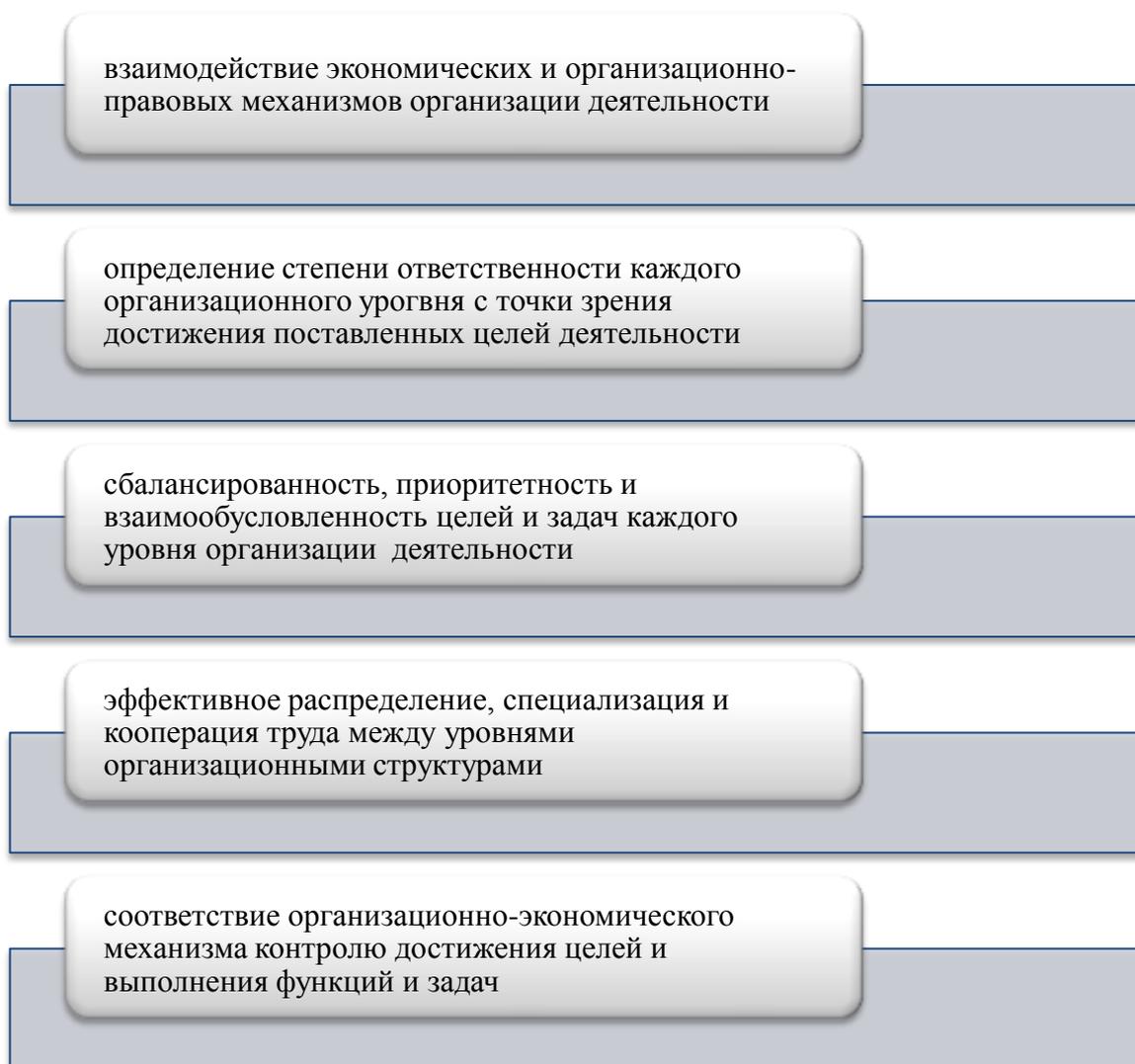


Рисунок 1.12 – Принципы, регулирующие организацию предпринимательской деятельности

Составлено автором по источникам [13; 43; 11; 157; 218]

Объективные особенности перехода на преимущественно интенсивный путь развития предпринимательства, усиление роли качественных факторов в достижении высоких результатов функционирования субъектов предпринимательства вызывают необходимость создания таких организационных структур, которые могли бы обеспечить не только отраслевую, но и их хозяйственную эффективность. На решение этой задачи ориентирована практическая компонента предложенной концепции организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний – «практический базис», который отражает научно-практический инструментарий повышения эффективности предпринимательской деятельности за счет интеллектуализации бизнес- процессов и их синхронизации с системой знаний, а именно:

- методические подходы по оптимизации основных параметров эффективности организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний;
- методический подход по формированию комплексного механизма минимизации предпринимательского риска;
- методический подход по оценке мотивационной компоненты организации предпринимательской деятельности;
- портфель стратегий формирования, передачи и использования знаний.

Таким образом, концепция организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, как конститутивный фактор адаптивного функционирования и развития предпринимательских структур, показывает, что именно система знаний выступает основой их стратегической устойчивости и достижения миссии в ситуации повышенного динамизма предпринимательской среды.

В условиях приоритетности экономики знаний в общей стратегии развития национальной экономики ДНР организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний направлена на получение устойчивого

эффекта адаптационного синергизма, который предусматривает взаимное усиление эффекта управления знаниями в организации предпринимательской деятельности с эффектом изменений предпринимательской среды и наоборот.

Выводы по разделу 1

В результате анализа теоретического базиса и особенностей контекстов организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний сделаны такие выводы.

1. Попытки определить сущность предпринимательства и дефинировать это явление делались на протяжении нескольких веков. Но каждая последующая трактовка сущности этого понятия не становилась менее актуальной, поскольку, во-первых, в своем эволюционном развитии предпринимательство трансформировалось, приобретая новые черты, но сохраняя при этом неизменными базовые характеристики; во-вторых, каждый исследователь рассматривал это сложное, динамичное и многоплановое явление с разных сторон, открывая новые особенности данного феномена.

2. По мере развития производства и общества, изменения условий жизнедеятельности и общей культуры философия предпринимательства не остается неизменной; она постоянно адаптируется к современным требованиям хозяйствования. Поэтому трудности изучения предпринимательства объясняются его собственным содержанием, многомерностью среды, в которой оно осуществляется, разным отношением общественной мысли различных социальных групп и т.д..

3. Понимание сущности предпринимательства связано также с определением его роли в экономике разных уровней систем хозяйствования, которая выражается в следующем: предпринимательство служит рычагом для изменения структуры экономики; развитие предпринимательства создает

благоприятную среду для конкуренции; предпринимательство можно считать катализатором экономического развития; предпринимательство способствует экономии использования всех ресурсов и обеспечивает стимулы высокоэффективного труда.

4. Генезис теоретических идей и когнитивный анализ дефиниций и принципиальных подходов к предпринимательству позволил сформулировать авторскую трактовку данного понятия: предпринимательство – это комплекс особых функций, выполняемых в экономике, направленный на обеспечение развития и совершенствования хозяйственного механизма, постоянное обновление экономики хозяйствующих субъектов, создание инновационного поля деятельности.

5. В результате анализа теории организации как одного из функциональных разделов науки управления, сформулирован Авторский подход к определению дефиниции «организация предпринимательской деятельности», которая имеет дихотомический характер, а именно: 1) это процесс создания упорядоченности и оптимальных отношений между структурными и функциональными системами предпринимательской деятельности; 2) это структурное и функциональное соотношение бизнес-процессов по отношению друг к другу и к предпринимательской деятельности в целом.

6. Изменение парадигмы современного развития социально-экономических систем обусловило необходимость трансформации национальной экономики в экономику знаний. Концепция экономики знаний стала основной теоретической базой политики социально-экономического развития всех сфер и отраслей экономики, раскрывая новую роль и место интеллекта человека в информационном обществе, его влияние, как основной производственной силы, на развитие экономических систем в целом и предпринимательства, в частности.

7. Результаты анализа различных аспектов концепции экономики знаний стали основанием для вывода о том, что исследование формирования системы знаний является одной из основных конститутивных задач, решение

которых обуславливает стратегические изменения в организации предпринимательской деятельности.

8. Обязательным условием формирования системы знаний является учет экономических и правовых аспектов, трансформация прав собственности на знания, которые могут переходить от личности к коллективу и обществу в свободной форме или форме интеллектуальной собственности, получать экономическое воплощение, превращаясь в интеллектуальный капитал и нематериальные активы предпринимательской структуры.

9. Процесс формирования системы знаний является непрерывным, т.к. потеря актуальности существующей системы знаний приводит к возникновению потребности в появлении новых знаний, что активизирует новый жизненный цикл формирования системы знаний.

10. Для того, чтобы знания приносили прибыль предпринимателю, ими нужно управлять, другими словами, необходимо разрабатывать систему управления знаниями, которая формирует в предпринимательских структурах единое информационное пространство, организует совместную работу сотрудников для приобретения, передачи и обмена знаниями, предоставляет доступ к единой базе знаний и создаёт условия для эффективного использования корпоративных знаний для достижения предпринимательских целей.

11. Применительно к предпринимательской деятельности управление знаниями можно рассматривать как стратегию, которая трансформирует все виды интеллектуальных активов в более высокую производительность и эффективность, в новую стоимость и повышенную конкурентоспособность. Научиться управлять знаниями – это значит приобрести умения погружаться в мир понятий, категорий, оценок, методов, процедур, вариантов, технологий.

12. К логическим посылкам целесообразности создания системы управления знаниями как основополагающего компонента организации предпринимательской деятельности отнесены следующие: современные информационные и коммуникационные технологии обеспечивают постоянный и надежный обмен идеями; управленческие решения принимаются более бы-

стро и обоснованно и с меньшими затратами; укрепляется сотрудничество посредством самоорганизующихся групп.

13. Контент-анализ различных взглядов и точек зрения ученых при определении дефиниции управления знаниями позволил сформулировать авторское понимание данного понятия, сущность которого состоит в следующем. Управление знаниями – это система управленческих воздействий на способы, методы и формы создания, хранения, распространения и использования знаний, нацеленная на эффективное решение целей и задач субъектов экономической деятельности.

14. Одним из основных элементов современного механизма организации предпринимательской деятельности является разработка системы управления знаниями. Результаты проведенного исследования позволили обосновать дуализм системы управления знаниями в организации предпринимательской деятельности: с одной стороны система управления знаниями выполняет обеспечивающие функции для протекания всех бизнес-процессов в предпринимательских структурах; с другой стороны управление знаниями как самостоятельный бизнес-процесс обеспечивается основными и вспомогательными бизнес-процессами предпринимательских структур.

15. В работе предложен научно-методический подход к разработке системы управления знаниями (СУЗ), конститутивной основой которого является архитектура создания системы управления знаниями при организации предпринимательской деятельности. Архитектура СУЗ включает три последовательных блока: первый – определение целей и задач СУЗ, обусловленное изменениями, происходящими во внутренней корпоративной среде и внешней предпринимательской среде, и аудит знаний; второй – проектирование организационной структуры и реализация знаний, целью которого является создание подразделений по созданию/обновлению знаний и по управлению знаниями; третий – реализация знаний, функциональное назначение которого состоит в синергизации действия первых двух блоков, разработке мер по реализации знаний, осуществлении контроля и корректировки их прове-

дения.

16. Предложенная концепция структурно содержит эмпирическую базу; «теоретический базис», который объединяет теоретические основы и совокупность выведенных понятий (концептов) и утверждений; методологический аппарат, состоящий из принципов, логики и методов организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний. Указанные три элемента концепции организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний проецируются на практический базис, который находит отражение в концептуальном подходе и производных от него механизмах организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний. Главная идея предложенной концепции состоит в следующем: основательная организации предпринимательской деятельности выступает движущим фактором ее адаптивного функционирования или развития; в сочетании с системой управления знаниями обеспечивает стратегическую устойчивость предпринимательских структур в условиях динамично-турбулентной предпринимательской среды.

Основные результаты раздела представлены в следующих публикациях:

[103, 109, 114, 116, 120, 123, 131, 134]

РАЗДЕЛ 2 КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1 Концептуализация субъектно-объектной природы организации пред-принимательской деятельности

Развитие в Донецкой Народной Республике рыночных форм хозяйствования создает новое социально-экономическое окружение для развития предпринимательской деятельности. Успехи или неудачи социально-экономических преобразований в экономике Республики во многом зависят от людей, которые будут осуществлять эти преобразования и управлять этим процессом. В связи с этим при организации предпринимательской деятельности важным становится учет индивидуально-психологических особенностей, личностных свойств и качеств предпринимателей, которые обусловлены требованиями современных вызовов экономического развития.

Именно в индивидуально – психологических особенностях предпринимателя кроется безграничный энергетический потенциал, способный активизировать деятельность в различных производственных и непроизводственных сферах. Поэтому, по нашему глубокому убеждению, любые проблемы, которые возникают на пути становления, развития и организации предпринимательской деятельности должны рассматриваться через призму человеческого фактора.

Как экономическое понятие “человеческий фактор” обобщает экономические аспекты всех особенностей и всех видов деятельности человека. В связи с этим целесообразно обратиться к структурным составляющим личности человека, которые определенным образом влияют на его поведение и выступают внутренними регуляторами предпринимательской деятельности.

Первичными составляющими и неотъемлемыми атрибутами теоретической трактовки человеческого аспекта в контексте социально – экономических процессов являются потребности и деятельность, результаты и затраты. Возможность их сравнения с самого начала заложена в человеческой природе, то есть в самой основе человеческого фактора как экономической категории. Модель человека в экономике всегда была слепком текущих представлений об эффективности – ее концепции и средств достижения. Чем шире цивилизованный подход экономической школы, тем больше человеческих качеств входит в поле зрения экономистов-теоретиков. Примером широкого подхода могут служить историческая школа, институционального и социально-экономического направлений. Чем более узкие представления об экономической эффективности, тем схематичнее человек, а иногда он вообще исчезает. Однако экономическая наука состоит не только из эконометрических моделей. Она всегда включала и будет включать также экономико-статистические исследования, разработку общих экономико-философских представлений об эффективности воспроизводства человека в разных системах отношений на всех известных случаях взаимодействия человека с окружающей его средой.

Высокий уровень абстрактной формализации в работах неоклассиков косвенно способствует жизнеспособности методов экономико-статистических исследований, в результате которых акцент делается на органическую связь количественного и качественного подходов, возможность вербальной передачи самого широкого спектра оценок и обобщений, включая полное использование интуиции и экспертных оценок. Немаловажен и большой «потенциал воздействия» такого рода работ на умы людей, занятых практической деятельностью и обучением. А это весьма важно, поскольку экономика, как и любая другая наука, оказывает конечное воздействие на жизнь только через интеллектуальный потенциал человека.

Стремительные экономические и организационные изменения последних лет показали, что именно разнородность и в то же время системность ка-

чества и состава рабочей силы играют решающую роль в процессе социально-экономического развития. Вследствие этого, проводя анализ места человека во всех производственных процессах, неправомерно ограничиваться только лишь такими понятиями, как количество работников или их занятость, тем более сводить анализ человеческого аспекта экономических проблем к рабочей силе материального производства, производственного персонала. Только вся совокупная рабочая сила, включающая также работников всех воспроизводственных сфер, отвечает содержанию понятия «человеческий фактор».

В начале XX столетия, когда в теории управления ведущей стала система Тейлора, несмотря на несколько узкий охват нею личностных особенностей, изменились взгляды на производительность труда, как полностью зависящей от производственных характеристик капитала, без связи с условиями труда и личностью работника. В последующие периоды методы интенсификации труда пополнились за счет включения социальных, психологических и других аспектов поведения человека.

Экономическая теория поведения человека сводится к анализу логических последствий гипотезы, касающейся рациональности человека. Проблема мотивации в этом случае полностью обходится, поскольку экономисты считают, что именно в реальном поведении человека (будь – то потребитель, работник, предприниматель, менеджер и т.п.) раскрываются его преимущества. При таком традиционном подходе обращают на себя внимание попытки ряда экономистов расширить абстрактную психологию экономического человека и ближе подойти к человеку реальному. Существует ряд экономических процессов, неотъемлемых от человека и органически вплетающихся в экономическую логику только вместе с ним.

Экстенсивные процессы, которые монотонно повторяют одно и то же в каждом последующем цикле, не содержат в себе особых экономических загадок. Проблемы современности, требующие своего разрешения, сосредото-

ны в динамике, то есть в процессах преобразований, которые в свою очередь формируются в результате творческой деятельности совокупной рабочей силы. В этом смысле можно сказать, что эквивалентом, отражающим расширение сферы труда за пределы производства, выступает понятие «деятельность».

В научной литературе деятельность интерпретируется либо в рамках идеалистических концепций, либо в естественнонаучных, материалистических по своей общей тенденции направлениях – как ответ на внешние воздействия пассивного субъекта, обусловленная его естественной организацией и обучением. Деятельность – это «реальная единица жизни, опосредованной психическим отражением, реальная функция которого состоит в том, что оно ориентирует субъекта в предметном мире, <...> система, включенная в систему отношений общества. Вне этих отношений человеческая деятельность вообще не существует» Однако было бы неправомерным определять деятельность исчерпывающей основой человеческого существования. Такое умозаключение базируется на следующих логических посылах. С одной стороны, цель является конститутивной компонентой деятельности и формируется осознанно человеком, осуществляющим эту деятельность. Вместе с тем основа самой цели находится вне деятельности, в сфере человеческих мотивов, интересов, ценностных ориентаций.

Соглашаясь с обозначенным определением деятельности, следует выделить основные ее характеристики:

представляя специфически человеческую форму активного отношения к окружающему, деятельность предусматривает разнообразие форм, включая разделение на репродуктивную и продуктивную;

если основой деятельности является осознанная цель, то основа этой цели находится вне этой деятельности;

рациональные компоненты деятельности неразрывно связаны с ценностными ориентациями человека, которые находятся вне деятельности, но

создают с первой диалектическое единство, которое и представляет собой форму существования деятельности.

В этой связи, с нашей точки зрения, предпринимательскую деятельность следует рассматривать, как форму взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности с окружающей средой, которая предоставляет возможность каждому предпринимателю вступать в реальный чувственный контакт с окружающими предметами, ощущать на себе их воздействие, одновременно подчиняя их своей воле, мышлению, способностям. Ведь уже в самой личностной характеристике предпринимателя как индивидуума заложена необходимость активного взаимодействия с внешним окружением, поскольку для того, чтобы добиться реализации поставленных задач, предприниматель должен выполнять определенные действия, производить необходимые средства.

Воздействуя на внешний мир, предприниматели, с одной стороны, изменяют его, а с другой – меняются сами. Отсюда то, что представляет собой личность предпринимателя, определяется его деятельностью, обусловленной уже достигнутым уровнем развития форм и способов ее организации. Таким образом, только в ходе развития таких отношений развивается отражение предпринимателями существующей реальности. Предприниматели, которые развивают свое материальное производство и свое общение с внешним окружением, изменяют вместе с данной действительностью одновременно и свое мышление, особенности которого реализуются в способностях к планированию, решению управленческих задач, производственных ситуаций и т.п.

На практике мы имеем дело с деятельностью конкретных людей, осуществляемой или в условиях открытой коллективности – совместно с другими людьми и во взаимодействии с ними, или один на один с окружающим предметным миром – за станком или письменным столом. Но «...в каких бы условиях и формах не протекала деятельность, какую бы структуру она не приобретала, ее нельзя рассматривать отдельно от общественных отношений,

от социально – экономической жизни общества. <...> Как именно она существует, определяется теми формами и способами материального и духовного общения, которые порождаются развитием производства, и которые не могут быть реализованы иначе, чем в деятельности конкретных людей» [197, с.82-83]. При этом не следует отрицать тот факт, что на деятельность каждого предпринимателя определенное влияние оказывают его общественный статус, индивидуальные обстоятельства, мировоззренческая позиция, мотивационная направленность и др.

По нашему мнению, не следует рассматривать общество только лишь как определенное внешнее окружение, к которому предприниматель должен приспособиться, чтобы не оказаться “неадаптированным”, и выжить во внешней социально-экономическом, политико-правовом окружении и в предпринимательской среде. В этом случае деятельность предпринимателя формируется в результате подкрепления, хотя и непрямого (например, через оценку коллектива). При этом не учитывается главное – то, что в социально-правовой среде предприниматель находит не просто внешние условия, к которым он должен приспособиться, но и что сами общественные обстоятельства несут в себе мотивы и цели его деятельности, пути и способы осуществления предпринимательской деятельности. Безусловно, это вовсе не означает, что предпринимательская деятельность только лишь персонифицирует отношения общества и его культуры. Существуют сложные связывающие их трансформации и переходы, так что никакое прямое сведение одного к другому неправомерно.

Если говорить об общей структурной схеме предпринимательской деятельности, то следует заметить, что она, как и любая деятельность, имеет кольцевую структуру, к основным блокам которой можно отнести: эффекторные контакты с предметными процессами, которые реализуют контакты с предметной средой, и обратные связи выходного афферентного образа (рис.2.1).



Рисунок 2.1 – Кольцевая структура деятельности [197]

Основной идеей в представленной схеме кольцевой структуры деятельности является то, что «...отражение предметного мира порождается не непосредственно внешним воздействием, а теми процессами, при помощи которых субъект вступает в практические контакты с предметным миром, и которые подчиняются его особенностям, связям, отношениям» [197, с.86].

Конститутивными элементами любой деятельности являются выполняемые действия как целенаправленный процесс, возникновение которых является следствием исторического изменения характера общественного труда, обусловленного сменой общественного строя.

Первоначально общественный труд стимулировался его продуктом, удовлетворяющим потребности каждого из участников общественного труда. Но с разделением труда стали появляться промежуточные, частные результаты, которые сами по себе не способны были удовлетворить потребно-

сти участников общественного труда. Таким образом, появляется неизбежная зависимость от результатов совместных действий, поскольку каждый из участников общественного труда мог удовлетворить свои потребности частью продукта их совокупной деятельности, связывающих их друг с другом общественными отношениями.

Отсюда можно сделать вывод о том, что «...тот промежуточный результат, которому подчиняются трудовые процессы человека, должны выделяться для него в субъективной форме представления. Это и есть выделение цели, которая в свою очередь определенным образом направляет и регулирует деятельность человека» [197, с 103].

Как было отмечено в разделе 1 диссертации (параграф 1.1), организация предпринимательской деятельности, с точки зрения авторского подхода, – это процесс создания упорядоченности и оптимальных отношений между структурными и функциональными системами предпринимательской деятельности. При этом, исходя из рассмотренной логики осуществления предпринимательской деятельности в контексте общей концепции выполнения любого вида деятельности, ориентирами организация предпринимательской деятельности являются трансформационные изменения внешнего окружения и внутренние регуляторы предпринимательской деятельности, которые выступают субъектно-объектным базисом организации предпринимательской деятельности.

В разделе 1 диссертационной работы (параграф 1.2) обосновано, что основной теоретической базой политики современного социально-экономического развития во всех сферах и отраслях экономики стала концепция экономики знаний, в контексте которой знания выступают главным специфическим ресурсом.

Концептуализация современного видения организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний требует обоснования кон-

ститутивной базы, определяющей векторы организации предпринимательской деятельности и источники ее активизации. С этой целью в работе предложено научное обоснование взаимосвязи ключевых для организации предпринимательской деятельности категорий, которые представляют собой триаду логически упорядоченных дефиниций: «личностный компонент», «потребностно-мотивационная сфера», «предпринимательская деятельность» (рис.2.2). Проведенный анализ научного дискурса субъектно-объектной природы организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний позволил выявить дихотомический характер личностного компонента, сущность которого состоит в следующем:

во-первых, экономические индикаторы, отражающие социально – экономический уровень развития общества, реализуются в принципах субъективности организации предпринимательской деятельности;

во-вторых, совокупность индивидуально-психологических особенностей протекания когнитивных процессов предпринимателя влияет на трансформационные процессы общества через результативность и эффективность организации предпринимательской деятельности.

В практике организации предпринимательской деятельности личностный компонент реализуется через профессиональные и личные компетенции предпринимателя. Формирование профессиональных компетенций определяется двумя факторами: выполнением социальной роли предпринимателя и его функциональными обязанностями, продиктованными требованиями, предъявляемыми к организации экономической и хозяйственной деятельности. В связи с этим целесообразно разделить профессиональные компетенции на ролевые и функциональные. Ролевые компетенции включают совокупность знаний, умений и навыков, определяющих модель поведения предпринимателя, ожидаемую в процессе организации и осуществления предпринимательской деятельности. деятельности в группах при выполнении определенных производственных задач..

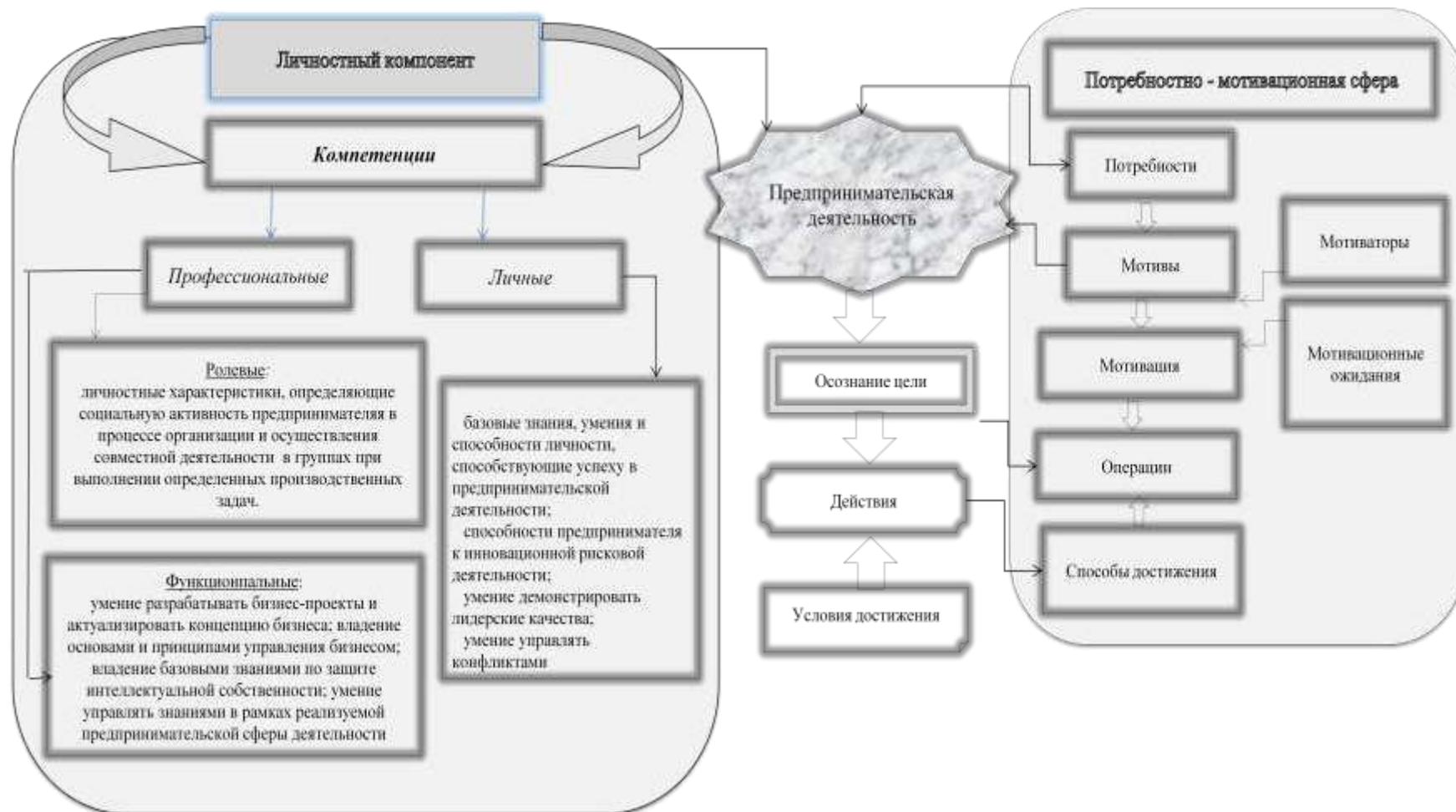


Рисунок 2.2 – Научно-методологический подход к формированию компетентностно-конститутивного базиса организации предпринимательской деятельности (авторская разработка)

базовые знания, умения и способности личности, способствующие успеху в предпринимательской деятельности;

способности предпринимателя к инновационной рискованной деятельности;

умение демонстрировать лидерские качества;

умение управлять конфликтами

Исследование многоаспектного проявления профессиональных и личных компетенций субъектов предпринимательской деятельности, позволили определить личностный компонент как основополагающий элемент компетентностно-конститутивного базиса организации предпринимательской деятельности.

При этом компетенция рассматривается как особый информационный ресурс, содержащий опыт, знания и навыки о способе организации и управления бизнес-процессами предпринимательской деятельности, определяющий достижение поставленных целей.

Данное умозаключение обосновано следующими аргументами. Для реального внедрения любых форм предпринимательской деятельности необходимы предприниматели-профессионалы, обладающие определенными личностными особенностями и уровнем образования, которые владеют искусством хозяйственного менеджмента, знаниями рыночной конъюнктуры, умением устанавливать взаимоотношения с поставщиками и покупателями и т.д.

Кроме того, учитывая особенности социально-экономических условий, которые сложились в настоящее время в ДНР, предприниматели должны действовать умело, со знанием дела в достаточно сложной предпринимательской среде, адаптируясь к трансформациям системы государственного регулирования.

2.2 Потребностно-мотивационная сфера как ведущая детерминанта обеспечения организации предпринимательской деятельности

Переход Донецкой Народной Республики к устойчивому развитию требует существенной перестройки методологических концепций по активизации предпринимательской деятельности граждан. Отсюда меняются взгляды, как на сам процесс предпринимательской деятельности, так и на обуславливающие ее факторы. Если рассматривать предпринимательскую деятельность как один из аспектов процесса экономических преобразований в Донецкой Народной Республике, то целесообразно будет обратить внимание на то, что предпринимателя следует рассматривать не просто как агента производства, а комплексно, то есть, как полноправного представителя всех стадий воспроизводственной цепи. В этой связи требует более детального рассмотрения источники активности личности предпринимателя, одним из которых являются потребности.

Изучение потребностей имеет многовековую историю и уходит своими корнями в недра философского знания. В результате дифференциации и дальнейшего развития науки это понятие стало объектом изучения многих отраслей знания (табл.А.1, Приложение А).

Потребности в их обобщенном виде определяются как состояние необходимости, дефицита в чем - то, которое испытывает организм человека. Если обратиться к словарю, то «...потребность является недостатком в чем - то, объективно необходимым для поддержания жизнедеятельности и развития организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом» [54, с.1059]. В психологии потребность определяется «...как состояние индивида, создаваемое испытываемой им нуждой в объектах, необходимых для его существования и развития, и выступающее источником его активности» [53, с.324].

Потребности наполняют реальным содержанием конечную экономическую оценку потребительской стоимости. Потребительские свойства могут откорректировать, дополнить стоимостные показатели, но не способны выполнить ключевые экономические функции настоящих и особенно перспективных потребностей.

Понятие потребности – термин, вокруг которого происходит бесконечная полемика, так как он содержит в себе элементы субъективного суждения, основанного иногда на морали или идеологии. Помимо жизненно важного минимума, воспринимаемого всеми, - который, однако, никто не пытается определить, - действительно ли необходимо разнообразить свой рацион питания, либо удовлетворить вкусам, путешествовать из любопытства или уделять время различным развлечениям?

Следует признать, что, по крайней мере, в том, что касается потребительских рынков, это вопросы не праздные, в особенности, если иметь в виду следующие факты: постоянное появление на рынке новых товаров и товарных марок, непрерывное яркое воздействие постоянно меняющейся рекламы, относительную стабильность удовлетворенности потребителя, несмотря на улучшение уровня жизни.

В этой связи особую позицию относительно определения потребностей занимают маркетологи. Известный ученый Ф.Котлер определяет потребность «...как состояние ощущаемой базовой неудовлетворенности, связанной с условиями существования <...> Это по своей сути определение родовой потребности, которая обусловлена человеческой природой и, следовательно, не создается обществом; она существует, будучи скрытой или выраженной» [184, с.144-145].

Проблема, связанная с удовлетворением потребностей и запросов потребителей не может вступать в противоречие с выводами классического анализа приоритета потребителя, являющегося краеугольным камнем рыночной экономики. По мнению Ж.-Ж. Ламбена, «...невозможно оправдать соци-

альную роль фирм по удовлетворению потребностей, если эти потребности создали сами же фирмы» [194, с. 234].

Однако, по нашему мнению, данное умозаключение может быть спорным. Попробуем это доказать. Для этого обратимся к началу онтогенетического развития личности, которое проходит каждый человек. С момента рождения генетически у каждого человека закладываются биологические потребности, удовлетворение которых дает ему возможность жить, продолжать свой род. В первые годы своей жизни ребенок удовлетворяет потребности в пище и питье или материнским молоком, или продуктом-заменителем. При этом не имеет никакого значения, в какой стране этот ребенок родился, в какой семье, в каком социально-экономическом окружении. Еда для всех младенцев одинакова. Но уже на втором году жизни и постепенно переходя с одного возрастного этапа к следующему ребенок, а позже и взрослый человек удовлетворяет этот вид потребностей по-разному. Это объясняется тем, что каждая семья имеет определенный уровень материального достатка, каждая семья имеет свои представления относительно «разумных потребностей», каждая семья живет и действует в определенном социально-экономическом контексте, обусловленном уровнем социально-экономического развития общества. В этом случае мы можем сделать вывод о том, что потребности развиваются даже тогда, когда осознанно не ставится цель по их формированию.

Если данный тезис принять в качестве исходной посылки, то логично будет сделать такое умозаключение. Поскольку потребности на протяжении онтогенеза формируются под влиянием системы действующих на них факторов, то становится возможным их развитие также и под влиянием осознанных действий, направленных либо на переориентацию потребностей, или на формирование определенной группы потребностей высшего уровня, то есть формированием потребностей можно управлять.

Пользуясь итоговым умозаключением относительно того, что в любом случае потребность действительно ощущается человеком, можно сделать

практический вывод об организации предпринимательской деятельности: производить необходимо тот товар, который способствует удовлетворению потребности потребителя, даже если эти потребности носят невероятный характер. Потребности генерируются желаниями, тем, что стало нормальным и естественным. Они включают то, что уже более не способствует удовлетворению, но без чего нельзя обойтись, поскольку это так называемое «кое-что» подпадает в сферу «нормальной». Именно динамика желаний объясняет аккумуляцию потребностей.

Потребность выступает как особое состояние психики индивида, ощущение им «напряжения», «неудовлетворенности», отражение несоответствия между внутренним состоянием и внешними условиями, благодаря которому осуществляется регулирование поведения, определяется направленность мышления, чувств и воли человека. Потребности личности находятся в системе иерархической зависимости, основу которой составляют витальные потребности (Рис. А.1, Приложение А).

Независимости от вида потребностей и их направленности все они обладают следующими признаками:

- потребности ориентированы на конкретный предмет, отражающий осознание определенного дефицита, нужды;
- смысловое наполнение потребностей определяется ситуацией, обстоятельствами средствами их удовлетворения;
- одни и те же потребности после их удовлетворения могут, спустя какое-то время возникать снова (рис.2.4).

Рассматривая потребности, как одну из дефиниций личностного компонента организации предпринимательской деятельности, следует обратить внимание на их дуалистический характер: с одной стороны, потребности предпринимателя определяются его биологической природой и дефицитом определенных условий для жизнедеятельности и средств его существования; с другой стороны – потребности детерминируют активность предпринимате-

ля, выступая активным компонентом его деятельности, направленной на преодоление имеющегося дефицита.

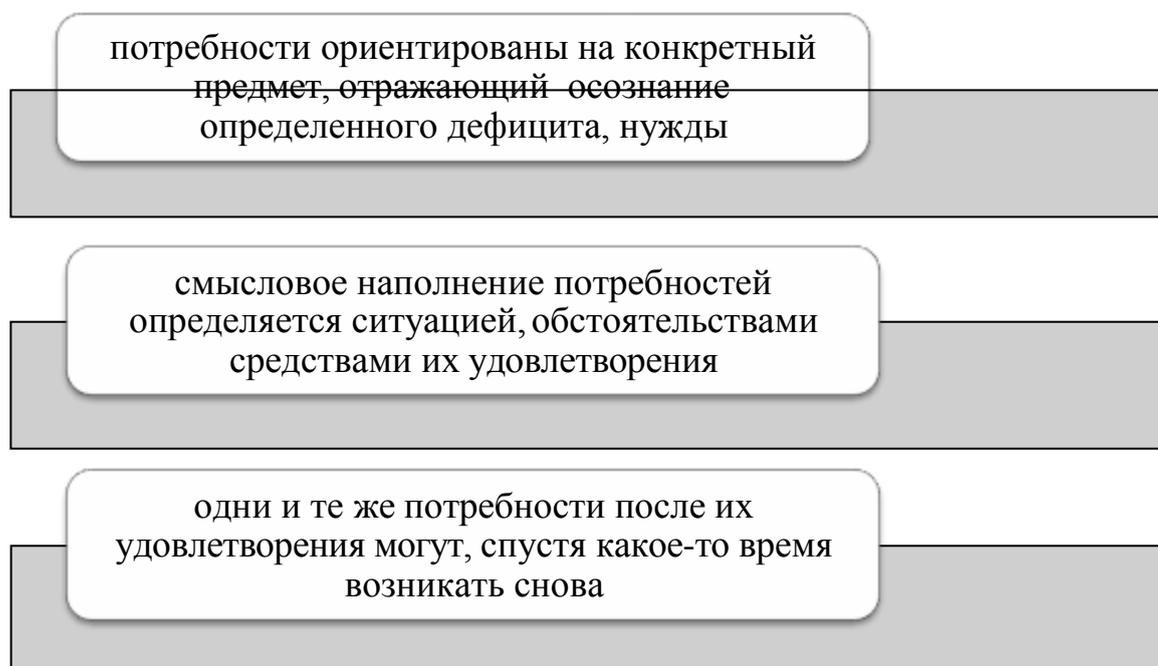


Рисунок 2.4 – Характерные признаки потребностей

Систематизировано и обобщено автором по источникам [47; 183; 194; 197]

Таким образом, можно сделать вывод о том, что потребности, как элемент личностного компонента организации предпринимательской деятельности, носят общественно-личностный характер, который отражается в устойчивых и наиболее значимых зависимостях предпринимательской деятельности от ценностных ориентаций, мотивационной направленности предпринимателя, а также под воздействием социально-экономических условий организации предпринимательской деятельности, обусловленной потребностями общества.

Согласно теории Дж. М. Кейнса, потребности общества и, прежде всего, экономических потребности, выступают основой общественного производства. Это обусловлено тем, что «...стремление населения потребить часть

своих возросших доходов будет стимулировать расширение производства до тех пор, пока новый уровень (и новое распределение) доходов не обеспечат возможностей для накопления из текущих доходов сбережений, величина которых соответствует увеличившимся размерам инвестиций <...> Люди склонны, как правило, увеличивать свое потребление с ростом доходов, но не в той же мере, в какой растет доход» [170, с.134-135].

Согласно концепции Кейнса, существуют потребности абсолютные и относительные. Абсолютные потребности рассматриваются в том смысле, что люди ощущают их, независимо от ситуации, в которой в этот момент оказываются другие люди. Относительные потребности, по мнению ученого, люди ощущают только тогда, когда удовлетворение возникшей потребности каким – то образом выделяет этого человека среди других и дает ему возможность ощутить себя более значимым, по сравнению с окружающими. Насыщение абсолютных потребностей, согласно подходу Кейнса, возможно, а относительных – нет.

Правомерность сделанного Кейнсом вывода относительно насыщения относительных потребностей можно подтвердить существующей психологической закономерностью развития личности, которая гласит о том, что каждый человек считает себя более значимым, чем окружающие его люди. Кроме того, каждый человек имеет определенный уровень притязаний, характеризующий степень развития того или иного вида потребностей на определенном этапе развития личности.

Разделяя позицию Кейнса относительно невозможности насыщения относительных потребностей, мы, тем не менее, не можем согласиться с тем, что такое утверждение не касается абсолютных потребностей. Для этого обратимся к еще одной психологической закономерности, которая непосредственно касается непрерывности развития потребностей: удовлетворение одной потребности автоматически порождает новую потребность, более высокого порядка. В свою очередь, степень необходимости развития этих потребно-

стей продиктована экономическим законом роста потребности, который отражает внутренне необходимые, существенные и постоянные взаимосвязи между производством и потреблением, потребностями и существующими возможностями их удовлетворения. Согласно этому закону непрерывное развитие потребностей является движущей силой экономического и духовного прогресса человечества, что, в свою очередь, стимулирует возникновение все новых и новых потребностей. Отсюда целесообразно будет заключить, что и абсолютные потребности всегда имеют свой уровень развития у каждого человека.

Таким образом, поскольку развитие потребностей остановить невозможно, то в каждый определенный момент человек обладает динамично развивающимся уровнем как абсолютных, так и относительных потребностей. Проблема развития потребностей и их влияния на поведение и деятельность людей в контексте экономической теории и практики занимала умы не одного поколения ученых. Так, например, свое понимание механизмов поведения людей в сфере экономики внесли представители маржиналистской теории, аппарат анализа которых основан на разной значимости каждого последующего приращения экономической величины, в том числе и материальных благ, потребляемых людьми.

В самом общем виде развитие человеческих потребностей «... начинается с того, что человек действует для удовлетворения своих элементарных, витальных потребностей, а далее отношение это обращается: человек удовлетворяет свои витальные потребности, чтобы действовать ради достижения целей, отвечающих его высшим потребностям» [198, с.12].

Если рассматривать потребности в их взаимосвязи с организацией предпринимательской деятельности, то очевидной становится их взаимообусловленность: потребности влияют на организацию предпринимательской деятельности так же сильно, как и сама предпринимательская деятельность влияет на формирование и развитие потребностей (рис.2.5). Проведенный

системный анализ различных теоретических подходов к определению классификации потребностей [25; 170; 198; 206; 227; 281] позволил выделить стержневые потребности – это экономические потребности, для удовлетворения которых необходимо общественное воспроизводство.



Рисунок 2.5 – Схема взаимообусловленности потребностей в предпринимательской деятельности (авторская разработка)

Условия возникновения и развития экономических потребностей формируются производством, которое, в свою очередь, испытывает влияние экономических потребностей как ориентира воспроизводственной деятельности. Социальная форма проявления и удовлетворения экономических потребностей определяется общественно-экономическим строем (Рис.2.8).

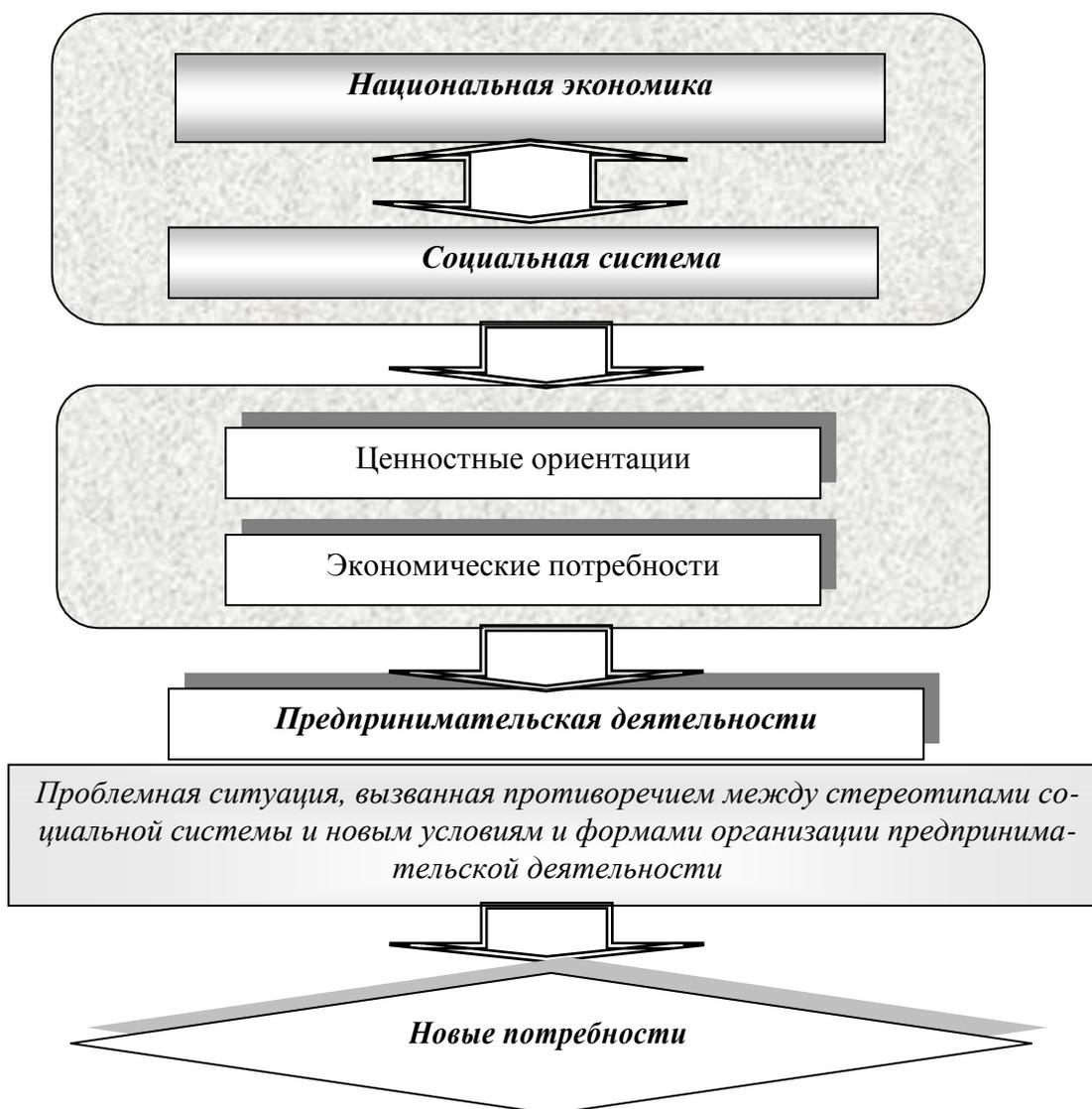


Рисунок 2.8 – Обусловленность развития потребностей социально-экономическими изменениями (авторская разработка)

Категория потребностей служит примером, который демонстрирует природу экономических явлений. Она выражает не просто количественно определенную совокупность товаров и услуг, которые фактически или предположительно поступают к потребителю или «необходимые» для него по определенным нормативно-плановым оценкам. Такого рода явления отражаются в показателях объема производства и потребления в прошлом, настоящем и

будущем экономических циклах, а также понятием «спрос». Стержнем потребности всегда выступает экономический мотив человека, возникающий при необходимости или желании употреблять продукцию, пользоваться услугой, приобретать объекты богатства материального, духовного или социального. С таким диалектическим пониманием потребности, как явления, включающего отношение человека к своему экономическому положению и окружению, связана обязательность расхождения, противоречия между желаниями и возможностями.

Именно на этой основе, в конечном итоге, формируются человеческие мотивы преодоления подобных противоречий, то есть в конкретной форме разного рода дефицитов, узких мест в производственном процессе и личном потреблении. В результате потребность превращается в основу экономической целенаправленности, выбора приоритетов, анализа хозяйственных механизмов.

Если на уровне экономической статики еще как-то можно примириться с потерей полноты экономического содержания, связанного с заменой потребности на другие понятия типа «спрос», то при переходе к возникновению в экономической системе различных нововведений, становится очевидной прямая практическая необходимость в понимании потребности как свойства экономического человека. При этом, наряду с влиянием человека на производительные силы в традиционной трактовке, существует потребительский потенциал человека и общества с собственным достаточно богатым содержанием – потребностями, приоритетами, ценностными ориентациями. Потребности в той мере, в какой они находятся в области экономических отношений, принимают форму экономических интересов, одной из которых выступает предпринимательская деятельность.

В экономической ситуации, когда наблюдается падение уровня жизни населения, очень важным становится удовлетворение первичных потребностей. Отсюда следует, что предприниматель должен не только стремиться к

удовлетворению собственных потребностей, но и стараться обеспечить определенный прожиточный уровень жизни каждого работника, исходя из стоимости потребительской корзины, не нарушая при этом финансового равновесия. В то время, когда перед людьми встает проблема физического выживания, физиологические потребности играют решающую роль. Однако неправомерно было бы недооценивать весомости вторичных потребностей. Без их удовлетворения невозможна максимальная отдача каждого работника. Хотя стимулирующее действие этих потребностей значительно меньше, чем физиологических, но постепенно, с развитием социально – экономических механизмов происходит постоянное увеличение влияния удовлетворения вторичных потребностей на результат труда. Со временем эти потребности станут играть решающую роль в побуждении человека к активной деятельности.

Вполне понятно, что положение человека в обществе не ограничивается только производственной деятельностью. Достаточно значимое место в жизни человека занимают потребности в физическом и духовном совершенствовании, творческой деятельности, культурном и эстетическом воспитании.

Развитие формирование потребностей предпринимателя – это процесс объективный, определяющийся воздействием общего экономического закона повышения потребностей. Государство в полной мере воздействует на процесс формирования потребностей через свою социально – экономическую политику. Однако, решающая роль остается все-таки за предпринимателем, поскольку, как уже было подчеркнуто выше, все предметное окружение в качестве которого выступает предпринимательская среда, имеет субъективное отражение и в большинстве случаев определяется совокупностью индивидуальных особенностей личности предпринимателя, его опытом, уровнем интеллектуального развития и т.д.

Одним из таких факторов, непосредственно влияющих на предпринимательскую деятельность в целом и экономическую активность предприни-

мателя, в частности, является система мотивов и способов их формирования как личностного компонента, а также их влияние на поведение и деятельность предпринимателя.

Проблемы мотивации рассматриваются в работах ученых О.Акимовой [11], Д.Богини [51], В. Горощенко [86], Е. Емельянова [106], А. Запорожца [154], Г. Кошарной [185], А. Леонтьева [198], А. Маслоу [206], Е. Минкова [215], И. Сороки [285], А. Улимбашева [308], Л. Шаминой [216] и др. .

В своих исследованиях авторы обосновывают влияние факторов внешней и внутренней среды на формирование мотивационной структуры личности; проводят сравнительный анализ понятий «мотив», «мотивация», «мотивирование»; предлагают методический инструментарий повышения эффективности стимулирования трудовой деятельности за счет усиления материальной, нематериальной, трудовой и статусной мотивации.

Ряд авторов [11; 36; 106; 185; 285], рассматривая проблемы мотивации в контексте развития предпринимательства, выделяют особенности и определяют векторы мотивации предпринимательской деятельности, проводят сравнительный анализ между мотиваторами предпринимателя-собственника и предпринимателя-менеджера. Вместе с тем вопросы определения внутренней архитектоники мотивационной сферы личности предпринимателя, способы и механизмы совершенствования мотивация предпринимательской деятельности в условиях экономического развития Донецкой Народной Республики требуют более глубокого исследования.

Мотив (от лат. *movere* — приводить в движение, толкать) — «...Повод, внутренний психологический источник или побудительная (подлинная) причина поведения человека, в отличие от его мотивировки; состояние внутреннего возбуждения, которое служит реальным источником поведения человека и побуждает его к действиям.» [222, с.219].

В современной науке существуют различные подходы к определению мотивов, которые существенно отличаются друг от друга. Как отмечают О.

Виханский и А. Наумов, мотивы «...имеют персонифицированный характер и зависят от множества внешних и внутренних, по отношению к человеку, факторов. Мотив побуждает к действию и определяет, что и как нужно будет сделать, оказывает воздействие на деятельность и поведение человека» [74, с.189]. При формировании мотива «...помимо функций побуждения и направления деятельности возникает особая смыслообразующая функция: он придает деятельности, действиям, целям, условиям деятельности определенный личностный смысл — осознанное внутреннее оправдание деятельности» [53, с.274].

В зарубежной психологии выделен ряд особенностей природы и функций мотива в регуляции поведения человека: побудительная и направляющая функция мотива отражена в теории бихевиоризма [309]; детерминация поведения человека неосознаваемыми мотивами раскрывается в психоанализе фрейдистской теории [319].

Источником развития мотива личности предпринимателя является процесс общественного производства материальных и духовных ценностей. В качестве таких потенциальных мотивов в онтогенезе выступают присущие обществу объективные ценности, интересы, идеалы, которые в случае их интериоризации личностью предпринимателя могут приобрести побуждающую силу и стать реально действующим мотивом. Такие мотивы выполняют функцию смыслообразования, то есть их возникновение обусловлено осознанием определенного смысла как самой предпринимательской деятельности, так и получения определенного эффекта от ее осуществления.

Функция смыслообразования связана с контролированием общей направленности личности предпринимателя, которое осуществляется мотивом не непосредственно, а через механизм «эмоциональной коррекции» поведения: эмоции оценивают личный смысл происходящих событий и в случае несоответствия этого смысла мотивам изменяют общую направленность деятельности предпринимателя. Эта мысль достаточно глубоко и детально ос-

вещена в исследованиях А.В.Запорожца [154]. По мнению автора, генетически исходным для человеческой деятельности является несовпадение мотивов и целей. Их совпадение, наоборот, является вторичным явлением: или результат приобретения самостоятельной побуждающей силы, или результат осознания мотивов, превращающих их в мотивы–цели.

Содержание мотива как понятия имеет дихотомическую природу, которая состоит в следующем. В отличие от целей, мотивы актуально не осознаются человеком: когда предприниматель осуществляет действия, то в этот момент, как правило, не осознает мотивы, побуждающие его к этим действиям. В то же время мотивы не отделены от сознания. Даже когда мотивы не осознаются, то есть, когда предприниматель не может объяснить, что именно побуждает его осуществлять те или иные действия, они все-таки находят свое отражение, но в особой форме – в форме эмоциональной окраски действия. Эта эмоциональная окраска выполняет специфическую функцию, требующую отличать понятие эмоции и понятие личностного смысла [38]. Между тем, их несовпадение не является первостепенным: скорее всего на более низких уровнях предметы потребности непосредственно «замечаются» эмоциями. Такое несовпадение возникает в результате раздвоенности функций мотивов, происходящей в ходе развития человеческой деятельности.

Применительно к предпринимательству подобная раздвоенность возникает как следствие того, что предпринимательская деятельность является полимотивированной, то есть одновременно отвечающей двум или нескольким мотивам. Это объясняется тем, что действия человека всегда объективно реализуют определенную совокупность отношений: от предметного мира до окружающих людей, общества, самого себя [197]. Например, предпринимательская деятельность общественно мотивирована, но она управляется также такими мотивами, как материальное вознаграждение, получение личной выгоды. Эти мотивы, хотя и существуют одновременно, но находятся в разных плоскостях.

Когда важная для личности предпринимателя по своему смыслу деятельность сталкивается в процессе ее осуществления с отрицательной стимуляцией, которая вызвала сильное эмоциональное переживание, личный смысл ее от этого не только не меняется, но и наблюдается своеобразная, быстро нарастающая психологическая дискредитация возникших эмоций. Этот достаточно хорошо известное явление заставляет задуматься над вопросом относительно соотношения эмоционального переживания и смыслового содержания в деятельности предпринимателя.

В настоящее время, когда интерес к проблемам, связанным с потребностно–мотивационной сферой личности предпринимателя возрастает в различных областях экономической науки, возникает настоятельная необходимость в анализе результатов, полученных представителями различных научных школ и направлений, а также поиске новых фактов, тенденций и закономерностей, объясняющих сложность поведения личности предпринимателя во всех формах его проявления.

Между понятиями мотивы и потребности существует тесная взаимосвязь. Потребности означают не что иное, как направленные мотивы, то есть направленные на определенный объект или определенное состояние. Л.С.Рубинштейн выразили эту мысль в более широкой формулировке: «Когда восприятие и мышление, поступки и познание выливаются в форму координированных действий, а потом уже начинает проступать образ цельной личности, то пояснение необходимо искать в индивидуально окрашенном действии мотивов...». [271, с.147].

Путь, который проходит развитие человеческих потребностей, начинается с того, что человек действует для удовлетворения своих потребностей, другими словами деятельность человека ориентирована на максимальное удовлетворение потребностей. Но по мере развития личности человека, изменения его статусно-ролевых функций, повышения уровня притязаний это соотношение видоизменяется: человек удовлетворяет свои потребности для

того, чтобы действовать. Такое изменение соотношения развития потребностей и деятельности происходит не само по себе, за ним кроется развитие их предметного содержания, то есть конкретных мотивов деятельности человека. Разные авторы, в зависимости от их мировоззренческих и методологических позиций, по-разному представляют сущность мотивов и их связь с потребностями человека.

Одной из наиболее распространенных теорий в экономической литературе является теория мотивации А. Маслоу, представляющая собой систематизацию человеческих потребностей, структурированной в определенной иерархической зависимости [206]. Стержневой идеей этой теории является идея об иерархичности потребностей, знание сущности которой, по мнению А. Маслоу, помогает объяснить причину изменения мотивов поведения человека в разные временные периоды или в различных сферах его деятельности. При этом автор постулирует существование иерархии потребностей, зависящей от фазы развития индивида, а именно:

- физиологические потребности – фундаментальные; будучи удовлетворенными, они перестают быть детерминирующим фактором мотивации и больше не влияют на поведение человека;
- потребности в безопасности – физическая безопасность, сохранность физической структуры организма, психологическая безопасность, консервация психической структуры личности; потребность в формировании личности, чтобы чувствовать ответственность за собственную судьбу;
- социальные потребности – ощущение потребности объединения в группу, взаимодействовать с себе подобными людьми, ощущение взаимопомощи, сопричастности и чувства общности;
- потребности в уважении – личное достоинство, уверенность в себе и собственная компетентность, потребность в признании и наличие социального статуса;
- потребности в самоактуализации – включают самореализацию и разви-

тие, потребность людей преодолеть самих себя, использовать все свои возможности, придать значение вещам и обнаружить их смысл существования.

Согласно концептуальному подходу Маслоу, удовлетворение «низших» потребностей является своеобразным толчком удовлетворения потребностей более высокого порядка. Иерархическая структура пирамиды потребностей не означает, что потребности определенного уровня могут быть удовлетворены только лишь после полного удовлетворения потребностей предыдущих рангов, гарантированным является регулярное их удовлетворение. Распределение потребностей по уровням, с точки зрения А.Маслоу, представляет собой динамичный процесс. Тем самым автор подчеркивает, что в данном случае речь идет об энергии, которая в большей или меньшей мере затрачивается на удовлетворение потребностей. В каком соотношении отдельные потребности присущи каждому индивиду, зависит от конкретной личности человека (рис.Б.1, Приложение Б).

Несмотря на широкую популярность теории мотивации А.Маслоу, его концепция имеет некоторые положения, требующие, на наш взгляд, пояснения. Если исходить из того, что процесс самореализации и самоопределения происходит на протяжении всего периода социализации личности, то спорным является утверждение автора о «фиксированном» уровне потребности в самоактуализации.

При этом следует отметить, что ни степень приближения к биологическим потребностям, ни степень принуждения и аффектогенности тех или других мотивов вовсе не означают наличие иерархических отношений между ними. Эти отношения определяются создающимися связями деятельности личности, их опосредованностью и поэтому являются релятивными. Этот тезис относится и к основному соотношению – соотношению смыслообразующих мотивов и мотивов-стимулов.

Мотивы, которые побуждают к предпринимательской деятельности и

одновременно придают ей личностный смысл, принято называть смыслообразующими. Другие, остро эмоциональные, даже аффективные, сосуществуют с ними, исполняя роль побуждающих факторов, лишены смыслообразующей функции, и их условно называют мотивами–стимулами. В структуре предпринимательской деятельности один мотив может выполнять функцию смыслообразования, а другой – функцию дополнительного стимулирования. Однако учитывая характер предпринимательской деятельности и ее целевую направленность, смыслообразующие мотивы занимают более значимую, приоритетную позицию.

Научный подход А.Н.Леонтьева [198] к определению мотивов и их места в жизни человека, с нашей точки зрения, имеет непосредственную связь со стимулированием предпринимательской деятельности. Целесообразность такой позиции можно аргументировать следующими положениями.

В параграфе 2.1 речь шла о деятельности в ее собирательном значении. В реальной жизни мы всегда имеем дело с отдельными видами предпринимательской деятельности, каждая из которых отвечает потребностям предпринимателя, направлена на удовлетворение этих потребностей и воссоздается вновь, возможно, уже в совершенно других изменившихся условиях. Отдельные конкретные виды предпринимательской деятельности различаются между собой по разным признакам: по организационно-правовой форме, по способам осуществления, по их эмоциональному напряжению, по их временным и пространственным характеристикам и т.д.

Но главное, что отличает один вид предпринимательской деятельности от другой, состоит в отличии предметов деятельности. Именно предмет предпринимательской деятельности и придает ей определенную направленность и выступает как действительный мотив. Предпринимательской деятельности без мотива не бывает; если речь идет о так называемой «немотивированной» предпринимательской деятельности, то в данном случае имеется в виду не наличие или отсутствие мотива, а степень его осознанности.

Другими словами, т.е. предпринимательская деятельность может иметь осознанный мотив или неосознанный (скрытый) мотив.

При рассмотрении особенностей мотивов организации предпринимательской деятельности целесообразно обратить внимание на гедонистические концепции, сущность которых состоит в том, что «...любая деятельность человека подчиняется принципу максимизации положительных и минимизации отрицательных эмоций. Отсюда достижение удовольствия и освобождение от страданий и составляют настоящие мотивы человека» [197, с.196-197]. Преувеличивая роль эмоциональных переживаний в регулировании деятельности, гедонистическая теория упрощает реальные отношения. В качестве аргумента для такого умозаключения можно использовать утверждение о том, что эмоции не выступают регулятором предпринимательской деятельности, а являются лишь отражением успешности результатов этой деятельности, своеобразным «механизмом» организации предпринимательской деятельности, основу которого составляют отношения между мотивами и успехом или возможностью успешного осуществления предпринимательской деятельности. При этом имеется в виду не оценочный анализ этих отношений, а их чувственное переживание. Отсюда следует, что разные виды и формы организации предпринимательской деятельности у конкретного предпринимателя могут приобретать разную эмоциональную окраску, равно как и одни и те же виды или формы организации предпринимательской деятельности у разных предпринимателей могут способствовать возникновению разных эмоциональных переживаний.

Успех предпринимательской деятельности, с точки зрения повышения ее результатов (повышение прибыли, увеличение доли рынка, усиление конкурентной позиции и др.), не всегда способствует возникновению положительной эмоции у предпринимателя, оно может породить и отрицательное переживание, связанное с тем, что со стороны личностного мотива предпринимателя достижение успеха психологически является поражением.

Если в общем виде потребности рассматривать как состояние дефицита, то желание ликвидировать возникающее нарушение равновесия между предпринимательскими потребностями и уровнем их удовлетворенности побуждает предпринимателя к определенным действиям. Отсюда очевидным становится неразрывность мотивов с активизацией личности предпринимателя, которая проявляется в определенном направлении.

Мотив имеет сложную внутреннюю структуру. С возникновением потребности после определения предмета ее удовлетворения появляется мотив, осознание которого происходит постепенно: сначала осознается причина эмоционального неудовлетворения, т.е. идентифицируется сама потребность; определяется, что необходимо человеку в данный момент; следующий этап – это осознание объекта или предмета, который может удовлетворить возникшую потребность; далее осознается, каким образом можно достичь желаемого, т.е. определяется способ удовлетворения возникшей потребности; крайним элементом является энергетический компонент мотива, который реализуется в реальной деятельности действиях и поступках, т.е. осознается, что нужно сделать в конкретной ситуации для снятия возникшей эмоциональной неудовлетворенности (рис.2.9)

Предметное содержание мотивов всегда, так или иначе, воспринимается, представляется предпринимателем. В этом отношении объект, побуждающий действовать, и объект, который выступает в качестве орудия или преграды, равноправны. Другое дело – осознание объекта в качестве мотива. Парадокс состоит в том, что мотивы открываются сознанию только объективно, путем анализа деятельности, ее динамики. Субъективно же они выступают только в своем побочном выражении – в форме переживания желаний, стремления к цели. Среди неосознанных мотивов в первую очередь, на наш взгляд, необходимо выделить установку.

Установка – это сформировавшаяся у предпринимателя готовность к определенному поведению, готовность положительно или отрицательно реа-

гировать на события, факты. Установка проявляется привычными суждениями, представлениями, поступками. Однажды выработанная она остается на более или менее длительное время.



Рисунок 2.9 – Внутренняя структура мотива

Систематизировано и обобщено автором по источникам [25; 154; 197; 271]

Эффекты установки непосредственно проявляются только при изменении условий осуществления предпринимательской деятельности. Содержание установки зависит от места объективного фактора, вызывающего эту установку, в структуре предпринимательской деятельности. В зависимости от того, на какой объективный фактор деятельности направлена установка (мотив, цель, условия деятельности), можно выделить три иерархических уровня регуляции предпринимательской деятельности: уровень смысловых, целевых

и операциональных установок (рис. 2.10). Смысловая установка выражает отношение предпринимателя к тем объектам деятельности, которые имеют личный смысл. Смысловые установки происходят от социальных и имеют три условно выделяемых компонента: информационный, эмоционально–оценочный и поведенческий.

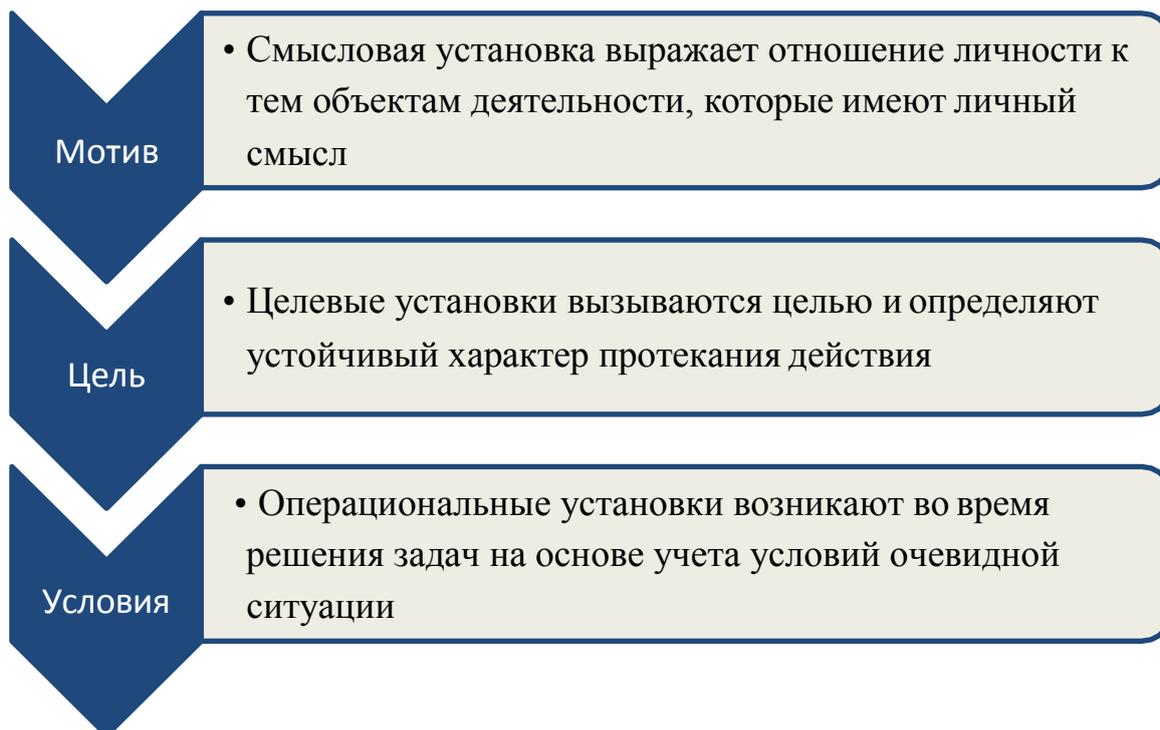


Рисунок 2.10 – Обусловленность установки от места объективного фактора в структуре предпринимательской деятельности

Систематизировано и обобщено автором по источникам [29; 307]

Информационный компонент выражается во взглядах человека на мир и образ того, к чему человек стремится; эмоционально–оценочный компонент, проявляется в симпатиях и антипатиях по отношению к значимым объектам; поведенческий компонент – это готовность действовать по отношению к объекту, который имеет особо личный смысл [29].

Благодаря смысловым установкам предприниматель приобщается к системе норм и ценностей социальной среды, в которой он осуществляет

свою предпринимательскую деятельность. Этот тип установки помогает сохранить ему свой статус в экстремальных ситуациях, способствуют его самоутверждению как личности.

Смысловые установки проявляются в стремлении предпринимателя привнести в существующую систему функционирования те знания, нормы и ценности, которые для него имеют личное смысловое значение. Возникнув в конкретной ситуации, эти установки могут проявиться при встрече предпринимателя с аналогичными объектами предпринимательской деятельности и определить свои действия и поступки в других сложных ситуаций. В отличие от целевых и операциональных установок, изменяющихся в процессе обучения под влиянием инструкций, распоряжений, приказов и т.д. изменение смысловых установок всегда обусловлено изменением самой предпринимательской деятельности.

Целевые установки обуславливаются целью и определяют устойчивый характер протекания предпринимательской деятельности. В случае прекращения предпринимательской деятельности целевые установки проявляются как динамичные тенденции. Операциональные установки имеют место во время обоснования предпринимательских решений на основе учета условий и обстоятельств возникновения ситуации и вероятного прогнозирования предпринимательской деятельности, опирающегося на прошлый опыт в подобных ситуациях.

Для активизации предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике проведено социологическое исследование по определению преимуществ тех или иных мотивов при организации предпринимательской деятельности. Для определения ведущих мотивов предпринимательской деятельности был использован метод Дельфи, сущность которого заключается в выявлении оценок определенных факторов независимыми экспертами. В качестве экспертов взяты предприниматели, занимающиеся

предпринимательской деятельностью не менее пяти лет и достигшие на рынке товаров и услуг высоких результатов. Эксперты оценивали каждый мотив по его степени влияния на организацию предпринимательской деятельности. Оценка проводилась по 5-ти бальной шкале. (Таблица 2.1).

Таблица 2.1 – Результаты экспертной оценки мотивов, обуславливающих активизацию предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике

п/п	Мотив	Оценка, баллы
1.	Мотив выгоды	4,5
2.	Мотив признания	4,2
3.	Мотив уверенности	3,9
4.	Мотив удобства	3,7
5.	Мотив самоуважения	3,1
6.	Мотив независимости	2,4
7.	Мотив удовольствия	2,0

Оценка ведущих мотивов организации предпринимательской деятельности осуществлялась путем ранжирования видов мотивов, получившие наибольшее количество предпочтений при проведении пилотажного исследования. Пилотажное исследование проводилось методом открытого анкетирования среди предпринимателей г. Донецка с использованием случайной выборки. На первом этапе обработки результатов экспертной оценки мотивов организации предпринимательской деятельности была проведена индивидуальная ранжировка мнений экспертов по исследуемому вопросу (Приложение К.1). При ранжировании мотивов организации предпринимательской деятельности наиболее значимый вид мотива организации предпринимательской

деятельности оценивался как 1 балл. По индивидуальным ранжировкам экспертов построена матрица обобщенной ранжировки видов мотивов организации предпринимательской деятельности (таблица 2.1)

Таблица 2.1 – Обобщенная ранжировка видов мотивов организации предпринимательской деятельности

Y =		O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	O ₆	O ₇
	O ₁	1	1	1	1	1	1	1
	O ₂	1	1	1	1	1	1	1
	O ₃	0	0	1	1	1	1	1
	O ₄	0	0	0	1	0	1	1
	O ₅	0	0	1	1	1	0	1
	O ₆	0	0	0	1	0	1	0
	O ₇	0	0	0	0	0	0	1

где O₁- мотив выгоды; O₂-мотив признания; O₃- мотив уверенности; O₄-мотив удобства; O₅-мотив самоуважения; O₆- мотив независимости; O₇ - мотив удовольствия.

Следовательно, $O_1 = O_2 > O_3 > O_4 = O_5 > O_6 > O_7$

В соответствие с построенной матрицей сделан вывод о том, что основными мотивами организации предпринимательской деятельности в ДНР являются мотив выгоды, мотив признания и мотив уверенности

Для определения степени значимости выявленных в ходе проведенного исследования основных мотивов организации предпринимательской деятельности была использована методика расчета рангового коэффициента конкордации Кендалла. Матрица преобразования рангов мотивов предпринимательской деятельности представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Матрица преобразования рангов мотивов предпринимательской деятельности

Мотив	Количество опрошенных предпринимателей, m												Сумма рангов, S	Вес, λ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Мотив выгоды	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	15	0,27
Мотив признания	1	2	1	3	1	1	2	1	1	1	2	1	17	0,21
Мотив уверенности	2	1	3	3	2	2	1	1	2	3	2	2	24	0,18
Мотив удобства	3	3	2	3	4	1	2	3	3	2	1	2	29	0,14
Мотив самоуважения	3	4	3	4	4	2	3	3	2	2	4	3	37	0,09
Мотив независимости	4	4	4	3	5	4	5	2	4	5	4	4	48	0,07
Мотив удовольствия	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	52	0,04
												222	1,0	
Коэффициент конкордации Кендалла												0,782		

Рассчитанное значение ($W = 0,782$) свидетельствует о высокой степени согласованности мнений экспертов. Методика проведения такого исследования может быть относительно универсальной, поскольку выводы после системного анализа, сделанные по результатам исследования одного предприятия не могут быть механически, автоматически перенесены в качестве практических рекомендаций для других предприятий.

Главные аргументы при формулировке выводов заключаются в том, что каждый человек имеет свои уникальные потребности, цели и мотивы; он живет и действует в определенных условиях, которые порождают проблемы, касающиеся конкретно личности. Кроме того, каждое предприятие имеет свои, присущие только ему характер деятельности, структуру организации и управления, общий социально-психологический климат, свою систему мето-

дов и средств воздействия на подчиненных и так далее. Каждое предприятие – это своеобразное "хозяйство" в хозяйстве, которое имеет свои традиции, обычаи и т.д. Поэтому может так случиться, что те выводы относительно использования особенностей мотивов и мотивационной направленности работников одного предприятия, если даже они дали положительный экономический эффект, могут не "сработать", если их внедрить на другом предприятии.

В условиях организации предпринимательской деятельности мотивационная сфера личности предпринимателя, отражающая мотивы, к сожалению, не всегда может найти свое адекватно воплощающее значение, и тогда предприниматели и другие участники предпринимательской деятельности начинают жить как бы «в чужой одежде». Это в свою очередь приводит к глубокому внутреннему противоречию. Ведь в отличие от жизни общества, жизнь предпринимателя не является «самоговорящей», то есть предприниматель не имеет собственного языка, производимых ним действий; осознание предпринимателем явлений действительности может осуществляться только путем усвоения «готовых» значений – знаний, понятий, взглядов, получаемых в процессе общения в тех или иных формах индивидуальной и массовой коммуникации.

Руководствуясь такой логикой рассуждений, можно сделать вывод о том, что предприниматель не просто «стоит» перед некой «витриной», где находятся мотивы, среди которых ему остается лишь сделать выбор. Эти мотивы – представления, понятия, идеи – не пассивно ждут его выбора, а энергично врываются в его связи с людьми, создавая круг реальной жизни и деятельности. Если предприниматель в определенных жизненных ситуациях и должен выбирать, то осуществляет это не между мотивами, а между сталкивающимися социально-экономическими и общественно-политическими условиями, которые путем этих мотивов выражаются и осознаются.

Поскольку предпринимательская деятельность неразделима с социумом, то следует обратить внимание на то, что предприниматель преследует

цель определенным образом повлиять на поведение других людей, объединенных в социум. Виды социальных мотивов могут быть различны. Наиболее важным из них является феномен, называемый социальной сопоставимостью. Это попытка человека анализировать и оценивать свои способности сравнивая их с другими людьми. Отсюда вытекают такие виды социальных мотивов взаимодействия как симпатия к другому человеку или влечение к нему.

Можно выделить несколько групп мотивов предпринимательской деятельности, образующих в совокупности единую систему. Это мотивы содержательности предпринимательской деятельности, ее общественной полезности, статусные мотивы, связанные с общественным признанием плодотворности предпринимательской деятельности, мотивы получения материальных благ, а также мотивы, ориентированные на определенную интенсивность работы.

Как было обосновано в параграфе 2.1, каждый человек имеет несколько групп потребностей, на базе которых возникают мотивы. В практике организации предпринимательской деятельности очень трудно акцентировать внимание на каком-то одном мотиве, выступающем вместе с другими индивидуальными свойствами как побудительная сила для организации предпринимательской деятельности. В этой связи в качестве мотивационного компонента организации предпринимательской деятельности целесообразно рассматривать определенную систему мотивов.

Устойчивая система мотивов или «...мотивационная направленность <...> определяет цели, которые ставит перед собой человек, стремления, которые ему присущи и выражается через систему отношений человека к внешнему окружению, представляющий собой такую триаду: отношение к другим людям как членам трудового коллектива, отношение к труду и его результатам, а также отношение к самому себе» [226, с.30]. Согласно этим критерияльным признакам выделено три типа мотивационной направленности предпринимателей: направленность на себя; направленность на взаимодействие с

другими людьми и деловая направленность.

Ориентация на себя характеризуется преимуществом мотивов личной выгоды, собственного благополучия, стремлением к первенству и престижу. Такой предприниматель чаще всего занят сам собой, своими чувствами, переживаниями и мало реагирует на потребности окружающих его людей. В предпринимательской деятельности видит, прежде всего, возможность удовлетворить свои потребности, независимо от интересов других людей.

Ориентация на взаимодействие с другими людьми проявляется в потребности общения с людьми, желании поддерживать с ними хорошие отношения. Деловая направленность или ориентация на выполнение задания отражает предпочтение мотивов, которые возникают как следствие увлечением предпринимательской деятельностью, стремлением к познанию, овладению определенными умениями и навыками, повышением профессиональных компетенций.

Каждая система организации предпринимательской деятельности, которая направлена на повышение эффективности и производительности деятельности может базироваться на определенном типе мотивационной направленности самого предпринимателя.

Используя данное умозаключение как исходную посылку, проведено исследование среди предпринимателей Донецкой Народной Республики, основной целью которого было определение ведущего типа мотивационной направленности у предпринимателей. Для проведения исследования использована методика, разработанная Н. Н. Обозовым и Г. Н. Щекиным (Приложение Г). Опрос проводился среди предпринимателей г.Донецка, в котором приняли участие 346 чел. При формировании выборочной совокупности для проведения социологического опроса использовался метод случайного выбора. Анализ результатов исследования, представленные на рисунке 2.11, свидетельствуют о том, что ведущее место занимает мотивационная направленность предпринимателей на себя (48%), несколько 42% от общего числа

предпринимателей, участвующих в опросе, имеют деловую мотивационную направленность и всего лишь у 10% предпринимателей преобладает мотивационная направленность на взаимодействие с другими людьми.

Наличие высокого показателя количества предпринимателей, которые имеют ярко выраженную мотивационную направленность на себя можно объяснить, во-первых, законом развития потребностей, а во - вторых, значимостью личной выгоды как ведущего мотива, побуждающего к активной предпринимательской деятельности.

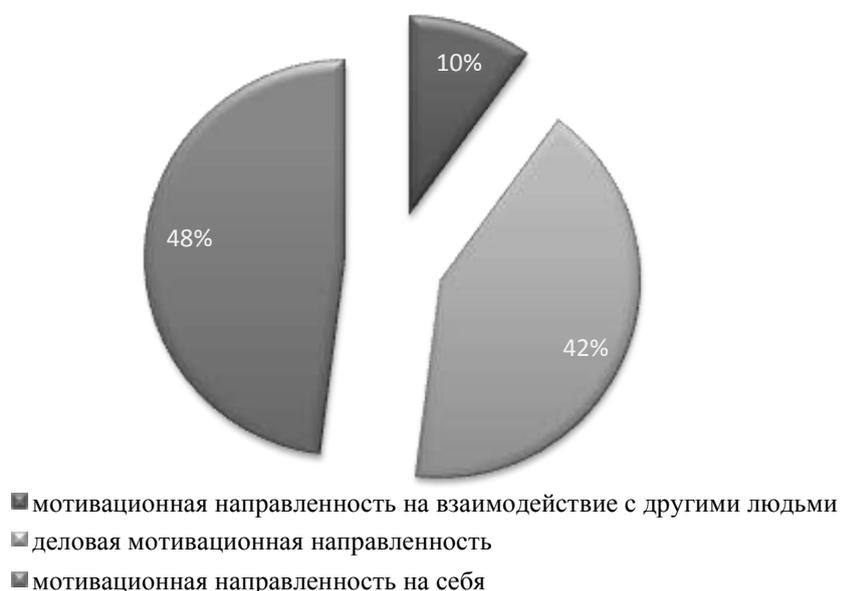


Рисунок 2.11 – Оценка мотивационной направленности предпринимателей

Достаточно высокий удельный вес предпринимателей, имеющих деловую мотивационную направленность, обусловлен двумя имеющимися фактами: во-первых, каждый предприниматель, под действием высокой степени ответственности за достижение поставленной общей стратегической цели и промежуточных целей предприятия должен заботиться о развитии и будущих перспективах своего предприятия; во-вторых, большинство предпринимате-

лей действительно "болеют" за будущее своего предприятия или фирмы и поэтому стремятся к достижению более устойчивой конкурентной позиции на рынке товаров и услуг, создать положительный имидж ведущей фирмы или предприятия на определенном рынке.

В связи с этим одной из характерных особенностей развития предпринимательской деятельности должна стать социальная ответственность предпринимателей перед обществом в целом и конкретным трудовым коллективом, в частности. Определение ориентации направленности мотивов предпринимательской деятельности может стать одним из индикаторов наличия способностей к предпринимательской деятельности. Это объясняется тем, что именно знание мотивов предпринимательского поведения позволяет определить наиболее глубокие причины и корни деловой активности людей.

2.3 Мотивационный механизм организации предпринимательской деятельности

Изучая проблему мотивов, необходимо, с нашей точки зрения, рассматривать ее в определенной последовательности, обусловленной системой вопросов регулирования предпринимательской деятельности. Отсюда логично будет предположить, что синтезирующим понятием, отражающим реальное практическое воплощение теории мотивации в практику предпринимательской деятельности, является «мотивационный механизм», адекватный рыночному механизму хозяйствования, который формируется в настоящее время в Донецкой Народной Республике. Создание такого механизма должно основываться на научных разработках.

Термин «мотивация» в широком смысле используется во многих научных сферах исследования, изучающих причины и механизмы целенаправ-

ленного поведения человека. Мотивация имеет ряд отличительных признаков в сравнении с понятием мотива. Результаты сравнительного анализа содержательных характеристик данных понятий убедительно доказывает правоту такого утверждения (Таблица 2.1).

Таблица 2.1 - Сравнительная характеристика дефиниций «мотив» и «мотивации»

Параметры.	Характеристика	
	Мотив	Мотивация
Отношение к структуре личности	Определенная внутренняя составляющая индивидуально-психологической сферы человека. Побуждают к деятельности и одновременно придают ей личный смысл – иногда остро эмоционально, даже аффективно	Непосредственное воздействие на конкретного субъекта с целью побуждения его к деятельности или к совершению поступка
Связь с потребностями	Связан с удовлетворением потребностей человека, которые имеют выражение переживания, хотения, желания, стремления к цели	Связана не с удовлетворением потребностей человека, а с его целями и задачами.
Зависимость от степени осознания	Осознанные и неосознанные	Осознанная
Направленность действия	Удовлетворение потребностей	Формирование мотивов
Влияние на поведение человека	Насколько бы сильным ни было влияние на эту личностную структуру со стороны внешнего окружения, оно не достигнет своего результата до тех пор, пока не произойдет определенная трансформация внутренней структуры мотива.	Находится в сфере внешнего окружения и представляет собой систему мероприятий, средств, приемов, воздействие которых способствует возникновению мотива

Источники [86; 154; 206; 215; 333]

Мотивация это непосредственное воздействие на конкретного субъекта с целью побуждения его к деятельности или к совершению поступка.

Мотивация находится в сфере внешнего окружения и представляет со-

бой систему мероприятий, средств, приемов, внедрение которых в практику с целью воздействия на человека, способствует возникновению конкретного мотива у конкретного человека.

Системный и сравнительный анализ различных концептуальных подходов к проблеме мотивации предпринимательской деятельности дал нам возможность сделать определенное умозаключение : мотивация предпринимательской деятельности – это совокупность стимулов в социальной, экономической и психологической сферах. Отсюда исследование мотивации предпринимательской деятельности должно носить комплексный характер. Такая комплексность базируется, прежде всего, на том, что мотивы предпринимательской деятельности формируются, с одной стороны, на основе человеческих потребностей, а, с другой, – на их формирование существенно влияют особенности предпринимательской среды, формирование которой определяется уровнем социально-экономического развития страны

Анализируя проблему мотивации в сфере предпринимательства, следует разделять два понятия: "мотивация предпринимательства" и "мотивация предпринимательской деятельности", поскольку отождествление этих понятий автоматически приводит к некорректности при разработке средств реализации побудительных механизмов, способствующих повышению эффективности развития предпринимательства и стимулирования предпринимательской деятельности. Обоснуем правомерность высказанной позиции.

Если исходить из классических определений предпринимательства, то его существенной чертой является наличие риска собственным капиталом. Поэтому, если говорить о мотивации предпринимательства, то для этого необходимо создать такие условия, чтобы каждый владелец капитала (или его части, если речь идет о коллективной форме собственности) был уверен, что его риск в определенной степени является оправданным. То есть предприниматель должен иметь в своем распоряжении систему надежной информации, которая даст ему возможность, перебирая различные варианты решений ос-

тановиться на одном. При выборе окончательного варианта решения, предприниматель, будет действовать по принципу "из двух зол надо выбрать меньшее», то есть тот вариант, от реализации которого степень риска будет как можно меньше. Отсюда мотивация предпринимательства тождественна развитию предпринимательства и все те условия и меры, способствующие развитию предпринимательства в Донецкой Народной Республике и которые достаточно подробно были рассмотрены в главе 1, могут быть квалифицированы как условия и способы мотивации предпринимательства в Республике.

В параграфе 2.1 обоснована мысль о том, что деятельность следует рассматривать как форму взаимодействия людей с внешним окружением, в результате чего человек получает возможность вступать в реальный контакт с окружающими объектами и людьми, чувствовать на себе их действие, одновременно подчиняя их своей воле. Синтезируя понятие деятельности с прилагательным "предпринимательская", можно определить такие черты как взаимодействие с окружающей обстановкой, направленное на удовлетворение личных потребностей, получение личной выгоды. Отсюда логично будет предположить, что стимулирующей силой для участников предпринимательской деятельности могут стать такие условия и меры, которые способствуют удовлетворению их потребностей или создающих возможность получить им личную выгоду.

Таким образом, мотивация предпринимательской деятельности включает в себя стимулирование всех ее участников, что позволяет поощрять их не только продуктивно работать, но и расширять сферу функционирования фирмы или предприятия, где они работают, создавать новые виды деятельности, повышать конкурентоспособность производимой продукции или услуг, завоевывать новые сегменты рынка.

Мотивация предпринимательской деятельности представляет собой единство двух процессов: с одной стороны, внутриличностный процесс самостоятельного формирования мотива как основания для поведения пред-

принимателя, а с другой стороны, побуждение себя и других участников предпринимательской деятельности к эффективному труду. Узловым пунктом, объединяющим оба аспекта мотивации, выступает вознаграждение за труд. Схематично структура мотивации предпринимательской деятельности представлена на рисунке 2.12.



Рисунок 2.12 – Структурно-логическая схема мотивации участников предпринимательской деятельности

Предпринимательской деятельностью человек начинает заниматься уже со сформированным сознанием и ценностными ориентациями. Он знает, какие интересы хотел бы реализовать посредством предпринимательской деятельности. Так формируется практический пласт сознания, обусловленный, с одной стороны, ценностными ориентациями предпринимателя, а с другой – конкретными обстоятельствами, обусловленными предпринимательской средой и требованиями, диктуемыми состоянием внешней и внутренней среды функционирования предприятия. Практические требования к предпринимательской деятельности обуславливают конкретную мотивацию, которая, в отличие от ценностного сознания, определяющего содержание и

перспективные цели предпринимательской деятельности, предопределяет в основном выбор путей и способов их реализации.

Результативность деятельности предпринимателя рассматривается как функция от взаимодействия способностей и мотивации. Если один из компонентов недостаточно выражен, предпринимательская деятельность потеряет эффективность. Так, достаточно способные люди часто отнюдь не являются лучшими в предпринимательской деятельности. В то же время люди с очень средними способностями, но имеющие сильную мотивацию, сопровождающуюся повседневными усилиями, добиваются значительных успехов. Исходя из основных социально-экономических характеристик рыночной экономики и адекватной ей модели предпринимательства, становится очевидным и то, что выбирая эти системы для отечественной экономики, автоматически выбирается и система мотивации предпринимательства, основанная на продвижении мотивации труда последователей с помощью мотивации предпринимательства лидеров.

Эта система предусматривает создание единого мотивационного механизма предпринимательства, в основу которого могут быть положены общие цели мотивирующих и мотивированных. При этом, конечно, говорить об общих целях предпринимателей и наемных работников, исключая серьезные причины, обуславливающие возникновение общих целей, вряд ли приходится. Делать попытку строить отношения социального партнерства на пустом месте и с помощью призывов было бы маниловщиной. Заманчиво было бы заложить основы такой общности, применив принцип объединения вокруг национальной идеи. Но годы социализма сформировали соответствующее сознание многих людей, в связи с чем приходится рассчитывать на то, что впоследствии отечественная модель рынка будет опираться на развитое национальное сознание, приоритет интересов нации над интересами отдельного человека [285, с. 141].

Каждому предпринимателю понятно, что любая его идея не может

быть реализованной, превращенной в практическую деятельность без квалифицированных специалистов, которые превращают идею в реальный товар или услугу. Наемного работника, как проводника идей предпринимателя также можно отнести к группе субъектов предпринимательского процесса. Именно от него зависит эффективность и качество реализации предпринимательской идеи. В этой связи возникает необходимость в создании команды единомышленников, обладающих необходимой квалификацией, поскольку реализация разработанного предпринимателем бизнес-плана предполагает наличие специалистов в различных сферах деятельности. Рассмотрим логические посылы, на которых базируется данное умозаключение. Деятельность предпринимательской структуры представляет собой совокупность стратегических бизнес-единиц, функционирование которых обеспечивается различными видами деятельности каждого его сотрудника. При этом источниками активности деятельности каждого сотрудника являются потребности и мотивы потребности и мотивы. Каждый сотрудник, включается в процесс, обеспечивающий предпринимательскую деятельность, под влиянием либо потребности в выполнении данной деятельности, либо вследствие глубокой убежденности в значимости этой деятельности или достаточно глубокого осознания выгоды ее выполнения. В любом случае, как при возникновении потребности, так и при осознании мотива значимости или выгоды выполняемой деятельности, у сотрудника появляются определенные стимулы, побуждающие его к активной деятельности.

Отсюда следует, что конститутивным механизмом организации предпринимательской деятельности является мотивационное стимулирование всех ее участников. Осуществление организации предпринимательской деятельности требует от предпринимателя знания особенностей мотивационной сферы, как своих подчиненных, так и деловых партнеров. При этом следует обратить внимание на то, что профессионально организованная деятельность предпринимателей, ориентированная на знания особенностей чисто психоло-

гических моментов мотивации труда, дает возможность избежать определенных затрат на материальное стимулирование работников.

Приведем конкретный пример. Как известно, одной из характерных социально – экономических черт нашего времени является динамичное изменение цен на продукты питания и товары народного потребления в сторону их повышения. Темпы роста цен на потребительские товары значительно опережают темпы повышения заработной платы. Такое несоответствие в темпах роста провоцирует появление ситуации, при которой часть людей не может удовлетворять свои материальные потребности на желаемом уровне их развития. Способом разрешения сложившейся ситуации, по нашему мнению, может стать создание предпринимателем условий, при которых его сотрудники будут четко понимать, что их заработная плата прямо зависит от объема и качества вложенного труда. Используются различные варианты и комбинации элементов организации заработной платы, ставок, окладов, сдельного приработка, доплат и надбавок, различных видов и размеров премирования. Так, малые предприятия предпочитают применять такую политику заработной платы, в которой оклады и ставки играют небольшую роль, более значимое влияние оказывают премии, которые зависят от успехов в работе и личных трудовых достижений работника.

Современные системы организации предпринимательской деятельности отличаются охватом всего персонала фирмы и подчиненных организаций, комплексным учетом квалифицированных физических, организационных, технико-экономических и других бизнес-компонент предпринимательской деятельности. Через промежуточные звенья – повышение квалификации, методы стимулирования, нормативы качества, производительность – организация предпринимательской деятельности влияет на планирование структуры и качества всех бизнес-процессов, обеспечивающих достижение долгосрочных стратегических целей предпринимателя. Акцент на рассмотрении всей совокупной рабочей силы порождает важные последствия, главным

из которых становится перемещение внимания в теории и практике из затратного аспекта – объем и интенсивность труда и стоимость продукции – на поиск конкретного выражения ее результатов.

Для таких категорий, как предприниматели, занятые в области интеллектуального труда, задача экономической выраженности их результатов составляет одну из самых актуальных, но до сих пор не решенную до конца экономическую проблему. Например, пока еще нельзя однозначно ответить, чем определяется рациональность выбора экономических приоритетов, пропорциональность, налаженность хозяйственного механизма, результативность исследований для предпринимателей. Важный шаг происходит уже тогда, когда практически осознается необходимость экономического увязывания труда предпринимателей не только с формальными и промежуточными, но и с конечными результатами их деятельности.

Работая с людьми, предпринимателю нужно создавать условия для реализации социальной политики государства, принимать научно обоснованные решения, охватывающие в зависимости от обстоятельств довольно внушительный или достаточно узкий временной диапазон (стратегические или оперативные решения). Для внедрения этих решений в жизнь ведущим средством является взаимопонимание предпринимателей с наемными работниками. Как показывает системный анализ полученных результатов социологического опроса, проведенного в ходе исследования, большинство предпринимателей считают, что производительность труда и общая предпринимательская активность в большинстве своем определяется качеством организации предпринимательской деятельности (Таблица Д.1 Приложение Д). Результатом исследования стало определение четырех ведущих задач по организации предпринимательской деятельности, решение которых выступает в качестве мотиваторов ее активности, являются такие условия-мотиваторы: создание условий для воспроизводства рабочей силы; создание условий для повышения инициативности сотрудников; создание условий для углубления

знаний, умений и навыков работников; создание условий, способствующих формированию национальной сознательности.

Анализ полученных результатов, представленный на рисунке 2.13, свидетельствует о том, что большая часть опрошенных (42%) считают, что ведущее место среди условий-мотиваторов организации предпринимательской деятельности является создание условий для воспроизводства рабочей силы; 26% опрошенных предпринимателей назвали в качестве ведущих условий-мотиваторов активизации процесса предпринимательской деятельности создание условий для повышения инициативы работников. пятый респондент на первое место по значимости ставит создание условий для формирования и углубления знаний, умений и навыков, развития личных интересов, склонностей.

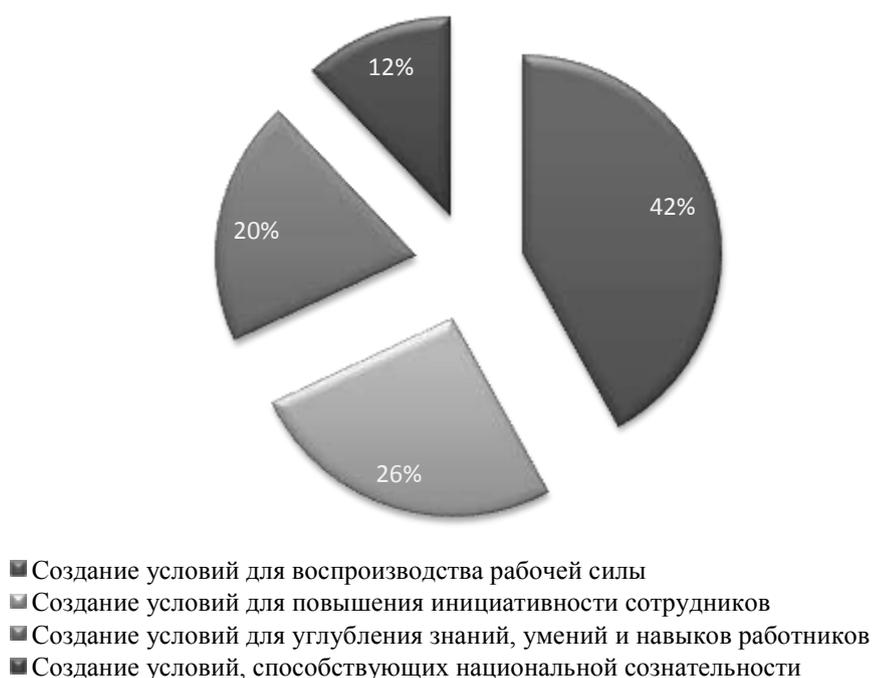


Рисунок 2.13 – Распределение условий-мотиваторов организации предпринимательской деятельности

Каждый И, наконец, 12% предпринимателей, принявших участие в опросе, отметили, что качество предпринимательской деятельности зависит от

уровня национальной сознательности сотрудников, а потому именно стремление предпринимателей к созданию условий, направленных на повышение этого уровня будет способствовать не только повышению производительности труда, но и оптимизации деятельности предпринимательской структуры в целом.

Стремление к личной выгоде по мере развития предпринимательской деятельности приводит параллельно к разрастанию общественного хозяйства. Речь идет об универсальном законе опосредования реализации экономической цели общества индивидуальной выгодой предпринимателя. Другими словами, осознанно добиваясь индивидуальной выгоды, предприниматель неосознанно, но при этом с неизбежностью закономерности работает на общественную пользу.

Именно этот тезис был положен в основу определения сущности предпринимательства через анализ его мотивации А. Смитом, по мнению которого, ориентируясь на личную выгоду, предприниматель "... преследуя свои собственные интересы, <...> более действенным образом служит интересам общества, чем тогда, когда стремится служить им » [284, с.53]. Связывая в единую логическую цепочку причинно-следственную зависимость между индивидуальной выгодой и общественной пользой, Смитом в основу была положена идея о «...детерминированности социального прогресса и общественного альтруизма индивидуальным эгоизмом». [284, с.154].

Этот закон действует как тенденция. Он определяет общее направление развития процессов, но при этом не отрицает возможности отклонений, задержек и временного движения назад. Такая закономерность рыночной экономики парадоксальным образом подтверждается с помощью метода доказательства от противного. Если взять социализм, то стремление воплотить в жизнь лозунг «работать на себя через труд на общество» закончилось тем, что не работали ни на общество, ни на себя. «...Попытка пойти против человеческой природы и экономических законов стало одной из причин краха

экономики, именно из-за отсутствия стимулов к предпринимательству» [285, с.143]. Результаты научного исследования свидетельствуют о том, что стимулятором участия в предпринимательской деятельности, является личная мотивационная направленность, выражающаяся в различных видах мотиваторов (Приложение Е).

Обращает на себя внимание тот факт, что только 36% предпринимателей, из общей численности тех, кто принимал участие в социологическом опросе, считает, что предпринимательская деятельность приводит к повышению материального благополучия. 34% респондентов, видят в развитии предпринимательской деятельности путь к решению проблемы занятости на рынке труда; 30% считают, что именно предпринимательская деятельность дает возможность выразить свою личность, самоутвердиться в обществе, занять определенный социальный статус. (Рисунок 2.14).

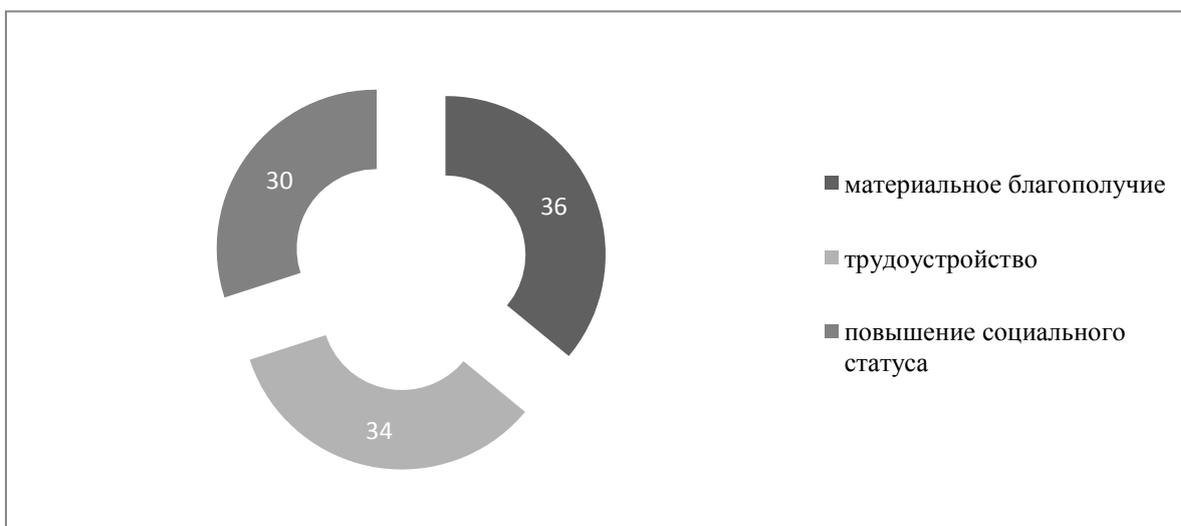


Рисунок 2.14 – Оценка мотиваторов предпринимательской деятельности в ДНР

Рассмотренные особенности мотивации, на наш взгляд, должны быть реализованы через призму уважения к личности. По нашему глубокому убе-

ждению, основной исходной точкой новой эффективной мотивационной системы предпринимательской деятельности должно стать уважение к человеку. Такая точка зрения составляет сущность всей философии цивилизованной мотивации и успешно реализуется на практике самыми прибыльными компаниями мира. Разработка и реализация конкретных программ уважения к человеку является обязательным условием прибыльной работы фирмы. Признание личности человека включает разнообразные приемы и методы: материальную компенсацию, денежные вознаграждения, политику полной занятости, большой размах профессионального обучения, общение всех и со всеми по именам, заботливое отношение к людям и оказание помощи в решении их проблем, информирование работников о делах фирмы, эмоциональные формы признания заслуг и т.д.

Продолжая обсуждение проблемы мотивации, целесообразно будет обратить внимание на то, что всем предпринимателям-владельцам присуща общая черта, которая выступает в качестве констатации мотивационного механизма: потребность в собственном деле как средстве реализации экономической активности. Но эта экономическая активность обусловлена уровнем развития экономических интересов, который в свою очередь зависит от того является ли предприниматель полным владельцем, или частичным, обладателем лишь небольшой доли капитала. Поскольку экономические интересы – это эмоциональное проявление потребностей личности, то имеет место умозаключение о том, что мотиваторы предпринимательства лежат не только в экономической плоскости заинтересованности предпринимателей, но и в их психологической сущности.

Как было отмечено в параграфе 1.1, характерными чертами деятельности предпринимателя является эффективное объединение всех видов ресурсов в единый процесс производства, новаторский подход, способность к риску. Но это теоретическое обобщение функций предпринимателя в целом. Но в жизни мы имеем дело с конкретными личностями, которым присущи опре-

деленные индивидуально-психологические черты, свойства, качества, которые имеют только им присущую систему потребностей, мотивационной направленности, свои ценностные ориентации и так далее. Поэтому при выполнении схожих функций каждый предприниматель дает свой ответ на вопрос: для чего, для кого, ради чего и ради кого он напрягает свое мышление, испытывает нервно-психические и физические напряжение, подвергается риску. Поэтому при определении мотивационного механизма предпринимательской деятельности базисным компонентом является психологический концепт, включающий познавательные потребности предпринимателя, его интересы, индивидуально-типологические особенности (рис.2.15).



Рисунок 2.15 – Психологический концепт мотивационного механизма предпринимательской деятельности (*авторская разработка*)

Интерес предпринимателя – это тот побудительный мотив, который выступает как связывающее звено между задатками и возможностями личности и новыми видами деятельности, возникающие в результате трансформационных процессов на рынке товаров и услуг. Исходя из того, что интересы являются эмоциональным проявлением познавательных потребностей, кор-

ректно будет предположить, что их возникновение и развитие обеспечиваются фактором новизны, в качестве которого выступают различные виды предпринимательской деятельности, разнообразие форм и средств ее организации на рынке товаров и услуг. Исходя из того, что мотив по своей сути является психологическим понятием, но действие его направлено на побуждение человека к определенному виду деятельности в соответствии с поставленной социально-экономической или какой-то другой целью, при его рассмотрении необходимо учитывать индивидуально-психологические особенности каждого участника предпринимательской деятельности, с одной стороны, а также особенности окружающей среды, с другой стороны.

С развитием в ДНР предпринимательских структур различных форм собственности, объединяющих различные экономические интересы различных социальных групп, все работники предприятия подвергаются влиянию предпринимательской мотивации через программу партнерства труда и капитала. В этом случае потребительская мотивация труда использует свою ограниченность для того, чтобы "достроить" себя с помощью мотивации предпринимательства в состояние стимулирующей достаточности. При этом эффективная мотивация труда с элементами мотивации предпринимательской деятельности повышает степень обоснованности социально-статусных достижений наемных работников. Мотивация предпринимательства в свою очередь в большей степени начинает ориентироваться на проблемы и взаимосвязь с мотивацией труда, повышая тем самым степень своей универсальности и эффективности. По своим проявлениям и функциям в регуляции поведения мотивирующие факторы могут быть разделены на три относительно самостоятельных группы, в зависимости от предмета анализа мотивации (Рисунок 2.16).

При рассмотрении основных мотивов, побуждающих предпринимателя к более продуктивной деятельности, целесообразно обратиться к концептуальной позиции Мак-Клейланда. Из трех выделенных им потребностей

(стремление к достижениям, социальные стремления и стремление к власти) он основное внимание уделил стремлению к достижениям и на этом построил теорию достижений. Под стремлениями к достижениям понимается достаточно стабильная способность предпринимателя организовывать свою деятельность, ориентируясь на динамически повышающийся результат.

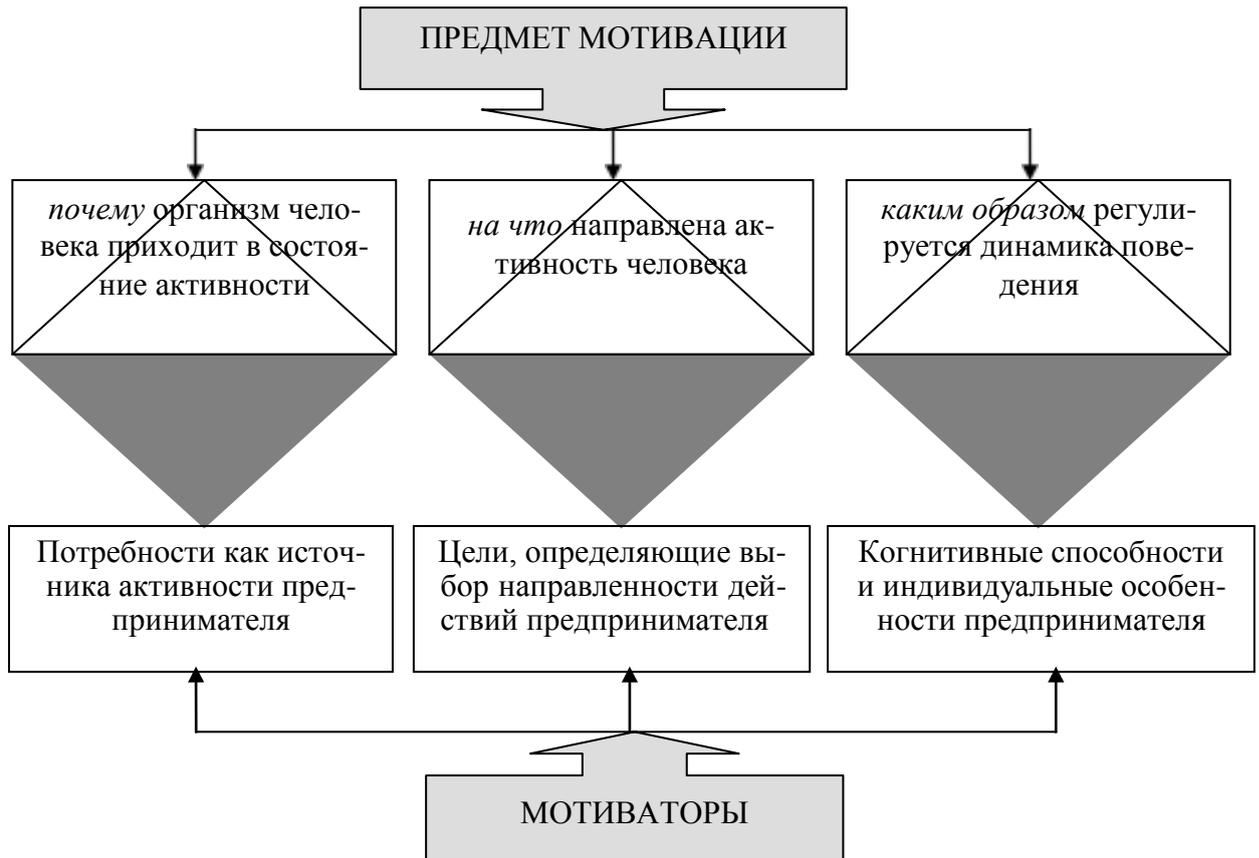


Рисунок 2.16 – Принципиальная схема взаимодействия мотиваторов предпринимательской деятельности с предметами мотивации (*авторская разработка*)

Мотивация достижений может проявляться по-разному: у одних предпринимателей она сильнее, чем у других. Результаты многочисленных наблюдением и их системного анализа свидетельствуют о том, что стремление к достижениям, как мотиватор действия, имеет определенный спектр выра-

жения в деятельности предпринимателей; это расхождение проявляется в том, что предприниматели, у которых превалирует мотивация на достижение, обладают такими ярко выраженными признаками организации предпринимательской деятельности :

- идут на обоснованный, с точки зрения приемлемости, продуманный риск;
- предпочитают формулировать и решать задачи средней степени сложности, но при этом отличающихся новизной содержания, требующих творческого подхода для их решения;
- концентрируют внимание больше на процессе организации предпринимательской деятельности, мониторинге ее результатов, чем на сотрудниках;
- требуют непосредственной обратной связи, частых оценок (собственных и сторонних) результатов труда, выявлении причин сбоев и остановок в процессе выполнения поставленных задач и оперативного их устранения.

Мотивация достижений является предпосылкой успешной деятельности предпринимателя. Для предпринимателей характерна более высокая мотивация достижений, чем для других профессиональных групп с соответствующим образованием, и предприниматели, которые достигли больших успехов, соответственно имеют более высокую мотивацию достижений, чем те, которые таких успехов не достигли. Но наряду с положительными моментами предприниматели, имеющие в качестве ведущего мотив достижений, могут неожиданно снизить свою предпринимательскую активность и даже совсем прекратят ее. Это связано с тем, что, чем выше уровень развития мотива достижений, тем больше вероятность влияния на деятельность предпринимателя определенного эмоционального состояния, возникающего у него при появлении непредвиденных препятствий на пути осуществления поставленной цели, который называется фрустрацией.

Фрустрацию по своему действию можно назвать внутренним "антимотиватором" предпринимательской деятельности. Фрустрация может вызывать существенные изменения в мотивации предпринимателя, побуждая его быть агрессивно-завистливым обвинителем всех и каждого, или, наоборот, побуждать его чувствовать себя обвиняемым во всем, лишним, никчемным и т.д. Фрустрация предпринимателя выступает как неосознанный фактор, побуждающий его к устойчивым формам реагирования в различных ситуациях. Склонность предпринимателя к фрустрации имеет свойство увеличиваться в случае, когда он оказывается в ситуации, где возникают трудности, которые он не может преодолеть

Следует обратить внимание на то, что особое место в мотивации предпринимательской деятельности занимает «самотивация» предпринимателя, его внутреннее самоощущение, которым предприниматель руководствуется при принятии решений, совершении действий, организации предпринимательской деятельности. Для успешной деятельности предпринимателю необходимо контролировать себя, обеспечивать режим, в котором его предпринимательская деятельность будет плодотворной. Именно из самотивации, на наш взгляд, рождаются другие виды мотивов, способствующие достижению предпринимательских целей и задач.

Появление новой парадигмы экономических отношений, когда происходит трансформация предпринимательской среды, социальных условий, порождает необходимость изменения структуры профессий и, прежде всего, экономического содержания занятости. При этом наблюдается переход от мотивационного механизма, построенного доминантно на идеологических основах к мотивационному механизму, основанному на социально-экономических принципах, результирующий вектор которых направлен на повышение жизненного уровня всего общества, оптимизации экономического и социального результатов предпринимательской деятельности.

Поскольку модель предпринимательства является подсистемой общей

модели национальной экономики, то в этой связи следует определить, какую мы хотим иметь рыночную экономику, и какие предполагаем параметры национальной модели предпринимательства. Если исходить из основных социально-экономических характеристик смешанной экономики и адекватной ей модели предпринимательства, то становится очевидным, что, выбирая эти системы для экономики Донецкой Народной Республики, автоматически осуществляется выбор системы мотивации предпринимательства. Эта система предусматривает создание единого мотивационного механизма труда и предпринимательства, в основу которого положены общие цели мотивированных и мотивирующих.

Мотивация предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике является достаточно сложной проблемой, для решения которой целесообразно сконцентрировать свое внимание на реализации таких задач:

- переориентация механизмов организации предпринимательской деятельностью на конечные результаты трудового процесса и нововведения;

- разработка альтернативных вариантов организации режимов работы с людьми с более гибкими параметрами;

- расширение стимулирующего инструментария и повышение роли инноваторской деятельности;

- формирование нового мышления персонала предприятия, которое бы стимулировало динамические изменения и предпринимательский стиль труда.

В той ситуации, которая сложилась в Донецкой Народной Республике, на наш взгляд, целесообразно использовать распространенную систему мотиваторов, которые бы могли обеспечить интенсивное развитие предпринимательства. Но главный упор, скорее всего, следует сделать на тех мотиваторах, которые в каждый определенный момент становятся более эффективными. К таким, мы считаем, можно отнести собственнические мотиваторы предпринимательства и мотиваторы труда, основанные на потребностях.

При этом следует отметить, что собственнические начала для мотивации предпринимательства выполняют ту же роль, что и первичные потребности для мотивации труда в условиях первоначального накопления капитала, становлении рыночной системы хозяйствования и соответствующей модели предпринимательства. Другими словами, первичные потребности предпринимательства лежат в сфере хранения и приумножения собственности. И пока они в достаточной мере не удовлетворены, любые мотиваторы предпринимательства работают не совсем эффективно или не работают вообще.

С нашей точки зрения, мотиваторы предпринимательства ориентированы на регуляцию поведения предпринимателей-собственников, для которых абсолютным мотивом является мотив приумножения собственности. Такое стремление, в первую очередь, иницируется у тех, кто является собственником еще до того, как приумножение собственности превратится из цели в результат. Речь идет о предпринимателях-собственниках, которые в отличие от владельцев-рантье не только имеют собственность, но и пользуются и распоряжаются нею, осуществляя предпринимательскую деятельность.

Особый предпринимательский интерес этих лиц, их индивидуальная экономическая выгода, как следствие интереса собственника очевидны. Это собственники-индивидуалы, представители малого и среднего бизнеса, которые являются единоличными владельцами своей собственности. Такие предприниматели-собственники в большинстве случаев являются менеджерами, управляющими своим бизнесом.

Кардинальные преобразования в сфере экономики определенным образом соизмеряются с заинтересованностью предпринимателей как стейкхолдеров в стратегических изменениях, направленных на активизацию предпринимательской деятельности. Учитывая тот факт, что в настоящее время одним из важнейших требований национальной экономики является создание эффективного мотивационного механизма предпринимательской деятельности, адекватного рыночному механизму хозяйствования, возникает необхо-

димось расширению и углублению спектра научных исследований по разработке мотивационного механизма организации предпринимательской деятельности.

Исходя из основных социально-экономических характеристик рыночной экономики и адекватной ей модели предпринимательства, в работе обосновано, что, выбирая модель развития отечественной экономики, одновременно выбирается и система мотивации предпринимательства. Эта система предусматривает создание единого мотивационного механизма организации предпринимательской деятельности. Предложенный в работе мотивационный механизм организации предпринимательской деятельности отражает целостное представление логической цепочки действий (рис.2.17).

Следуя логике рассмотрения особенностей мотиваторов предпринимательской деятельности, сделан вывод о том, что конститутивным элементом мотивационного механизма организации предпринимательской выступают собственнические мотиваторы, обеспечивающие стремление субъектов предпринимательской деятельности к удовлетворению материальных потребностей. Этот тезис не предполагает отказа от использования мотиваторов другого уровня, связанных с духовной и социальной сферами внешнего окружения и предпринимательской среды.

Как показал проведенный нами анализ факторов, имеющих существенное влияние на развитие предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике, наряду с экономическими факторами, определенное место занимает система мотивации этого процесса, когда механизм предпринимательства в Республике строится в основном на взаимообусловленности собственнических мотиваторов предпринимательства, основанных на стремлении к удовлетворения первичных потребностей. Этот тезис не следует понимать в том смысле, что надо отказаться от использования универсальных мотиваторов – несобственнических мотиваторов предпринимательства.

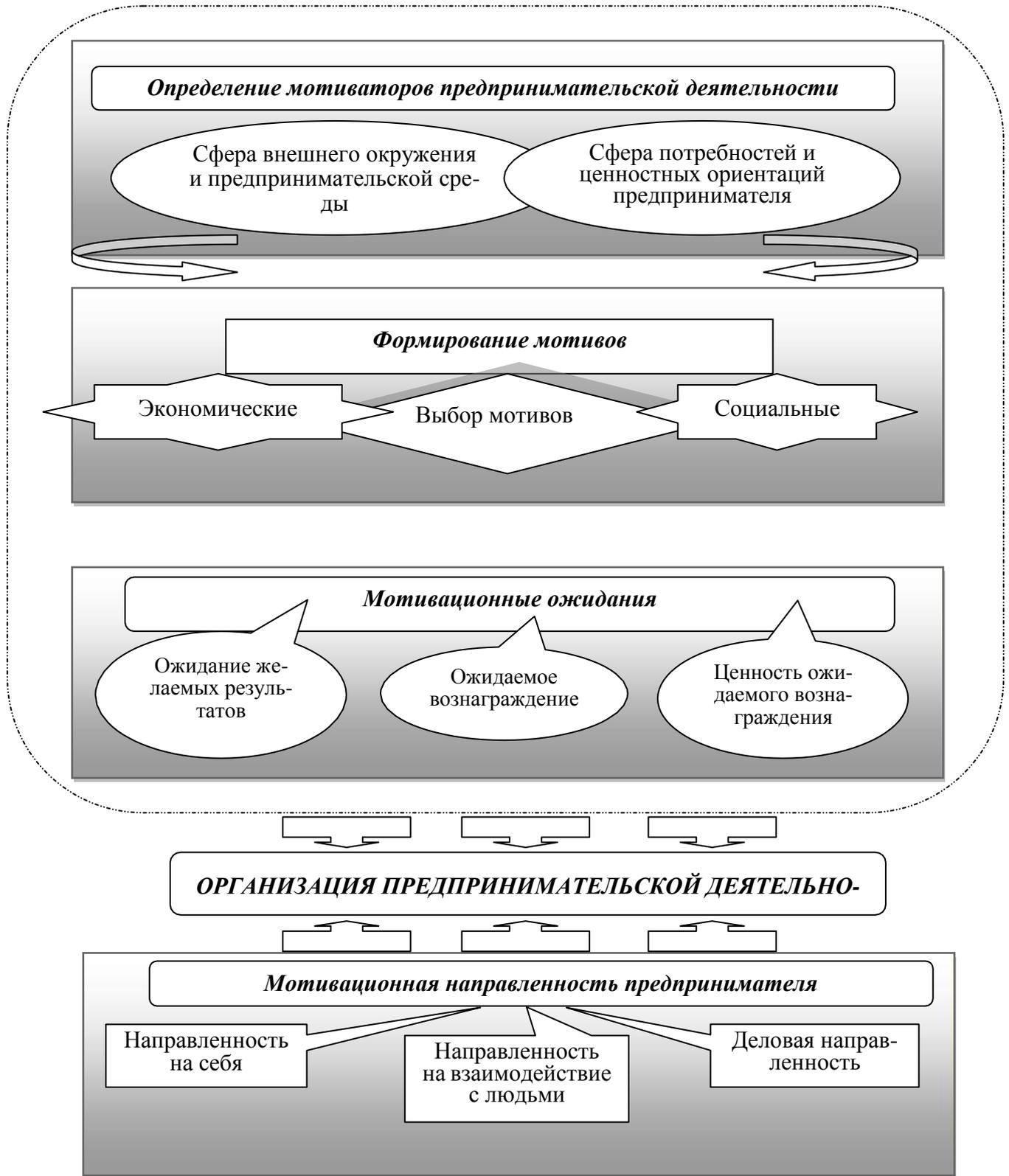


Рисунок 2.17 – Мотивационный механизм организации предпринимательской деятельности (авторская разработка)

По своим проявлениям и функциями в регуляции поведения изучения потребностей как источника активности личности мотивирующие факторы могут быть разделены на три относительно самостоятельных группы, в зависимости от предмета анализа мотивации.

Первая группа мотиваторов выделяется при анализе вопроса о том, *почему организм человека вообще приходит в состояние активности*. В этом случае особое внимание уделяется проблемам изучения потребностей как источника активности личности. Вторая группа мотиваторов выделяется, когда изучается вопрос, на что направлена активность человека, *ради чего делается выбор той или иной системы поведения и действия*. В этом случае исследуются, прежде всего, проявления мотивов как причин, определяющих выбор направленности поведения человека. Третья группа мотиваторов выделяется при решении вопроса о том, *каким образом осуществляется регуляция динамики поведения*. В этом случае главное внимание уделяется изучению проявления эмоций, субъективных переживаний и установок в поведении людей.

Чтобы определиться с выбором отечественной модели мотивации предпринимательства, целесообразно отделить из большого многообразия мотиваторов те, которые являются универсальными. Эти мотиваторы являются действенными побудительными стимулами – мотивами предпринимательской активности.

Правомерность такого умозаключения обусловлена следующими объективными обстоятельствами. Во-первых, в основе мотивации предпринимательской деятельности положен индивидуальный эгоизм в форме стремления к материальной выгоде. Действенность этого мотиватора обусловлена тем, что он оптимально ориентирован на реализацию сущности человека, которая характеризуется стремлением к удовлетворению первичных потребностей, а также потребностей в деятельности, самовыражения и самореализации личности. Одновременно в качестве главного мотиватора стремление к индиви-

дуальному экономическому успеху выступает гарантом эффективности предпринимательства.

Во-вторых, процесс развития и повышения эффективности предпринимательства рассматриваются не сами по себе, а в контексте постоянной зависимости от конъюнктуры рынка и мотиваторов потребительского поведения. Это объясняется тем, что в условиях рыночных форм хозяйствования путь к личному успеху предпринимателя лежит только через рынок, который выступает как социально-экономический институт, где личная выгода реализуется только в том случае, если ей предшествует реализация выгоды общественной.

При разработке путей усиления мотивации предпринимателей следует исходить из того, что практически очень трудно заменить их собственную мотивацию посторонней мотивацией. Иными словами, внутреннюю мотивацию деятельности предпринимателя очень сложно вызвать внешней. Однако можно создать в процессе предпринимательской деятельности ситуационное поле, которое способствует формированию мотивов предпринимателей в соответствие с их потребностями и ценностными ориентациями.

Формирование мотивов, как элемента мотивационного механизма организации предпринимательской деятельности, определяет желание вовлеченности в сам процесс организации предпринимательской деятельности. Следующим элементом мотивационного механизма организации предпринимательской деятельности являются мотивационные ожидания, сущность которых состоит в получении ответов на вопросы, связанные с ожидаемыми результатами от прилагаемых усилий, ожидаемым вознаграждением (выгодой) от полученных результатов, а также насколько это вознаграждение (выгода) представляет ценность для предпринимателя и/или предпринимательской структуры в целом.

Оценка мотивационных ожиданий позволяет корректировать действия по организации предпринимательской деятельности, а в случае отклонения

полученного результата от ожидаемого способствует активизации предпринимательской деятельности путем недопущения ее демотивации.

Личностно-субъективным компонентом мотивационного механизма организации предпринимательской деятельности является мотивационная направленность предпринимателя, сущностно-содержательная характеристика которой была рассмотрена в параграфе 2.2 данной диссертационной работы.

Таким образом, при реализации предложенного мотивационного механизма организации предпринимательской деятельности необходимо использовать принцип комплексного подхода. Комплексность изучения данной проблемы определяется тем, что мотивы предпринимательской деятельности формируются, с одной стороны, на базе потребностей, которые присущи каждому предпринимателю, а с другой – на их формирование существенно влияет внутренняя и внешняя социально-экономическая среда функционирования предпринимательских структур.

Выводы по разделу 2

Основные выводы и научные положения, разработанные в результате концептуального исследования организации предпринимательской деятельности, заключаются в следующем.

1. В контексте исследования организации предпринимательской деятельности обосновано, что само понятие деятельности следует рассматривать, как форму взаимодействия людей с окружающей средой, которая предоставляет возможность каждой конкретной личности вступать в реальный чувственный контакт с окружающими предметами, ощущать на себе их воздействие, одновременно подчиняя их своей воле, мышлению, способностям.

2. Концептуализация современного видения организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний требует обоснования

конститутивной базы, определяющей векторы организации предпринимательской деятельности и источники ее активизации. С этой целью в работе предложено научное обоснование взаимосвязи ключевых для организации предпринимательской деятельности категорий, которые представляют собой триаду логично упорядоченных дефиниций: «личностный компонент», «потребностно-мотивационная сфера», «предпринимательская деятельность».

3. Основываясь на логике осуществления предпринимательской деятельности в контексте общей концепции выполнения любого вида деятельности, сделан вывод о том, что ориентирами организации предпринимательской деятельности являются трансформационные изменения внешнего окружения и внутренние регуляторы предпринимательской деятельности, которые выступают субъектно-объектным базисом организации предпринимательской деятельности.

4. Проведенный анализ научного дискурса субъектно-объектной природы организации предпринимательской деятельности позволил сформулировать исходные логические посылки: во-первых, экономические индикаторы, отражающие социально – экономический уровень развития общества, реализуются в принципах субъективности организации предпринимательской деятельности; во-вторых, совокупность индивидуально-психологических особенностей протекания когнитивных процессов предпринимателя влияет на трансформационные процессы общества через результативность и эффективность организации предпринимательской деятельности.

5. В результате исследования многоаспектного проявления профессиональных и личных компетенций субъектов предпринимательской деятельности установлено, что личностный компонент является основополагающим элементом компетентностно-конститутивного базиса организации предпринимательской деятельности. При этом компетенция рассматривается как особый информационный ресурс, содержащий опыт, знания и навыки о способе организации и управления бизнес-процессами предпринимательской дея-

тельности, определяющий достижение поставленных целей.

6. Исследование потребностей во взаимосвязи с организацией предпринимательской деятельности доказывает их взаимообусловленность: потребности влияют на организацию предпринимательской деятельности так же сильно, как и сама предпринимательская деятельность влияет на формирование и развитие потребностей. Потребности наполняют реальным содержанием конечную экономическую оценку потребительской стоимости. Потребительские свойства могут откорректировать, дополнить стоимостные показатели, но не способны выполнить ключевые экономические функции настоящих и особенно перспективных потребностей.

7. Условия возникновения и развития экономических потребностей формируются производством, которое, в свою очередь, испытывает влияние экономических потребностей как ориентира воспроизводственной деятельности. Социальная форма проявления и удовлетворения экономических потребностей определяется общественно-экономическим строем. С таким диалектическим пониманием потребности, включающего отношение человека к своему экономическому положению и окружению, связана обязательность расхождения, противоречия между желаниями и возможностями. В результате потребность превращается в основу экономической целенаправленности, выбора приоритетов, анализа хозяйственных механизмов.

8. В условиях организации предпринимательской деятельности мотивационная сфера личности предпринимателя не всегда находит свое адекватно воплощающее значение. Это в свою очередь приводит к глубокому внутреннему противоречию. Руководствуясь такой логикой рассуждений, сделан вывод о том, что предприниматель не просто «стоит» перед некой «витриной», где находятся мотивы, среди которых ему остается лишь сделать выбор. Эти мотивы – представления, понятия, идеи – не пассивно ждут его выбора, а создают круг реальных условий и обстоятельств организации предпринимательской деятельности.

9. Обосновано, что мотив возникает после определения предмета удов-

летворения потребности, а затем происходит его постепенное осознание: вначале идентифицируется сама потребность – определяется, что необходимо человеку в данный момент; следующий этап – это осознание объекта или предмета, который может удовлетворить возникшую потребность; далее определяется способ удовлетворения возникшей потребности; крайним элементом является энергетический компонент мотива, который реализуется в реальной деятельности действиях и поступках.

10. В работе проведена оценка ведущих мотивов организации предпринимательской деятельности. На основе индивидуальных ранжировок оценки экспертов построена матрица обобщенной ранжировки видов мотивов организации предпринимательской деятельности; установлено, что основными мотивами организации предпринимательской деятельности в ДНР являются мотив выгоды, мотив признания и мотив уверенности.

11. Каждая система организации предпринимательской деятельности базируется на определенном типе мотивационной направленности самого предпринимателя. Результаты исследования показали, что ведущее место занимает мотивационная направленность предпринимателей на себя (48%) и несколько ниже показатель (42%) характеризует наличие у предпринимателей деловой мотивационной направленности.

12. По результатам проведенного исследования сделан научно-практический вывод о том, что предпринимателю в процессе организации предпринимательской деятельности необходимо изучать особенности мотивационной сферы, как своих подчиненных, так и деловых партнеров. При этом следует обратить внимание на то, что профессионально организованная деятельность предпринимателей, ориентированная на знания особенностей чисто психологических моментов мотивации труда, дает возможность избежать определенных затрат на материальное стимулирование работников.

13. Обосновано, что конститутивным механизмом организации предпринимательской деятельности является мотивационное стимулирование всех ее участников. Осуществление организации предпринимательской дея-

тельности требует от предпринимателя знания особенностей мотивационной сферы, как своих подчиненных, так и деловых партнеров.

14. Результатом исследования стало определение четырех ведущих задач по организации предпринимательской деятельности, решение которых выступает в качестве мотиваторов ее активности, являются такие условия-мотиваторы: создание условий для воспроизводства рабочей силы; создание условий для повышения инициативности сотрудников; создание условий для углубления знаний, умений и навыков работников; создание условий, способствующих формированию национальной сознательности.

15. Исходя из основных социально-экономических характеристик рыночной экономики и адекватной ей модели предпринимательства, в работе обосновано, что, выбирая модель развития отечественной экономики, одновременно выбирается и система мотивации предпринимательства. Эта система предусматривает создание единого мотивационного механизма организации предпринимательской деятельности.

16. Разработанный мотивационный механизм организации предпринимательской деятельности отражает целостное представление логической цепочки действий: определение мотиваторов предпринимательской деятельности, формирование мотивов организации предпринимательской деятельности, мотивационные ожидания. Конститутивным элементом мотивационного механизма организации предпринимательской выступают собственные мотиваторы; формирование мотивов определяет желание вовлеченности в сам процесс организации предпринимательской деятельности; мотивационные ожидания связаны с ожидаемыми результатами от прилагаемых усилий, ожидаемым вознаграждением от полученных результатов, а также насколько это вознаграждение представляет ценность для предпринимателя.

Основные результаты раздела представлены в следующих публикациях:

[100, 104, 117, 124, 130]

РАЗДЕЛ 3 ДИАГНОСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ РЕАЛИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ЗНАНИЙ

3.1 Мониторинг взаимодействия детерминантов организации предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике

Как было отмечено в разделе 1 диссертационной работы, предпринимательство в начале рыночных преобразований было определено как самостоятельная и необходимая для проведения реформ организационная система. Вследствие такого подхода стала складываться тенденция увеличения количества малых предприятий. Однако, столкнувшись с трудностями различного характера (недостаточная правовая база, отсутствие поддержки со стороны органов власти и т.д.), желающих заниматься именно этим видом трудовой деятельности значительно уменьшилось (Таблица Л.1 Приложение Л).

Основные причины такого положения находятся в кругу внешней предпринимательской среды. Основными из них стали такие:

недостаточная теоретическая разработка реформы предпринимательства;

слабая социальная база предпринимательства;

отсутствие действенных механизмов реализации государственной политики, направленной на поддержку малого предпринимательства;

невероятно высокий гнет налогообложения;

ограниченность или полное отсутствие материально-финансовых ресурсов;

несовершенство системы подготовки и переподготовки кадров для предпринимательской деятельности;

стихийные, неупорядоченные действия предпринимателей в результате информационной изоляции.

Анализ проблем по развитию предпринимательства в Донецком регионе (Таблица Л.1, Приложение Л) показал, что наиболее острыми из них являются: высокие налоги и их большое количество (73%); частые изменения налоговой отчетности (56%); низкий покупательский спрос населения (69%); частые изменения в законодательстве (75%); большое количество законодательных актов (61%) (рисунок 3.1).

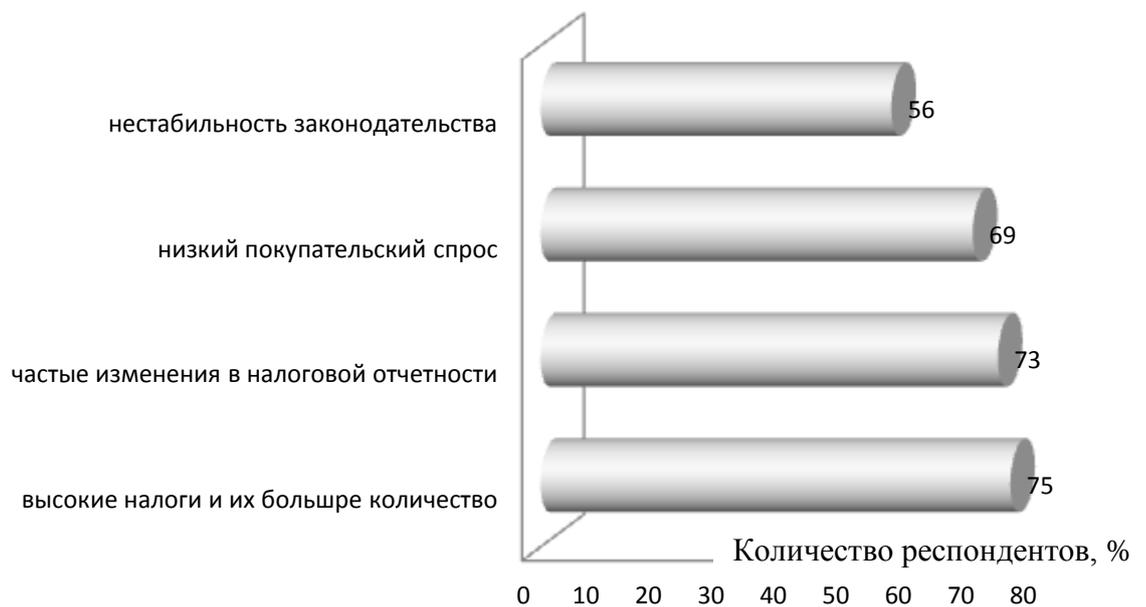


Рисунок 3.1 – Распределение основных причин, влияющих на организацию предпринимательской деятельности в ДНР

Выявленные причины являются следствием макроэкономической ситуации в Донецкой Народной Республике в целом, и никак не связаны с внутренними процессами, происходящими на исследуемых предприятиях, или с формой их собственности. А это значит, что снижение влияния выделенных причин на деятельность предпринимателей ожидается по мере улучшения общей экономической ситуации в Республике.

Не умаляя значимости перечисленных причин, следует сделать вывод о том, что главной, базовой причиной является недостаточно тщательная и глубокая разработка программы развития предпринимательства в Донецкой Народной Республике с позиций комплексного подхода к решению выделенной проблемы. Очевидно, что именно государству принадлежит главная роль в формировании благоприятных условий для развития предпринимательства и малого бизнеса, рассматривая силы, которые могут фактически влиять на формирование этого важного сектора экономики любой страны.

Хозяйственный кодекс Украины, который в переходной правовой период имеет статус действующего для Донецкой Народной Республики, является нормативной базой для осуществления предпринимательской деятельности [322]. Именно он регламентирует степень свободы предпринимательской деятельности, ее основные принципы, организационные формы предпринимательства, права найма работников и социальные гарантии относительно использования их труда, общие гарантии для предпринимателей, государственную поддержку предприятия, ответственность субъектов предпринимательства, деятельность иностранных предпринимателей в стране, прекращение предпринимательской деятельности.

Согласно этому закону предпринимательство определяется как «...самостоятельная, инициативна, систематическая, на собственный риск хозяйственная деятельность, которая осуществляется субъектами хозяйствования (предпринимателями) с целью достижения экономических и социальных результатов и получения прибыли» [322, ст.42]. Учитывая тот факт, что торговое предпринимательство является наиболее уязвимым и незащищенным перед вызовами финансового кризиса, поддержка субъектов торгового предпринимательства требует совершенствования разрешительной системы в сфере хозяйственной деятельности, осуществления взвешенной регуляторной политики, предоставления финансовой, ресурсной, информационно-консультационной и кадровой поддержки со стороны органов республикан-

ской власти.

Социально-экономический кризис с процессами переходной экономики объективного и субъективного характера, обуславливает более длительный и сложный путь становления предпринимательства. В результате сам процесс приобретает деформированные формы и склонен к стихийности больше, чем любое экономическое явление. Социологи утверждают, что в нормальных социально-экономических условиях большинство людей не подвержена инициативности, ответственности, риска и других подобных свойств, которые необходимы для предпринимательской деятельности. Если к этому утверждению добавить многолетнюю привычку действовать согласно приказу плана, а также отсутствие навыков, знаний и квалификации по такой деятельности, то и этот рычаг следует считать существенным препятствием на пути формирования предпринимательской деятельности.

В ситуации, сложившейся в Донецкой Народной Республике, полноценное развитие малых и средних форм предпринимательства оказалось значительно сложнее, чем это казалось на первый взгляд. В силу целой системы социально-экономических и общественно-политических причин отечественный бизнес имеет свои характерные особенности, главной из которых является то, что функции малого и среднего бизнеса в Донецкой Народной Республике оказались или крайне ограниченными или до сих пор вообще не осуществляются.

Таким образом, малый бизнес дает возможность внутренне гармонизировать социально-экономические изменения, максимально согласовав интересы всех с интересами каждого. Расширение сферы деятельности малого бизнеса и увеличение его вклада в социально-экономическую стабильность Донецкой Народной Республики требует предварительного создания системы адресной государственной поддержки малого предпринимательства на всех ее уровнях. Основы единой государственной регуляторной политики были заложены в Украине еще в 1998 году – Указами Президента Украины

«О некоторых мерах по дерегулированию предпринимательской деятельности», «Об устранении ограничений, сдерживающих развитие предпринимательской деятельности» и «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности субъектов малого предприятия».

Первым этапом регуляторной реформы стала процедура оперативного дерегулирования, цель которого состоит в том, чтобы эффективно ограничить попытки административного вмешательства в предпринимательскую деятельность. Его механизм заключается в остановке действующих нормативных актов, препятствующих развитию предпринимательства.

В ходе оперативного дерегулирования Государственный комитет по вопросам развития предпринимательства «...остановил действие около 180 нормативно-правовых актов. В отдельных случаях экономический эффект дерегулирования измерялся десятками миллионов гривен, которые могли сэкономить предприниматели, потребители и государственный бюджет» [192, с.36-37]. Но, как показала практика оперативного дерегулирования, форма реактивного ограничения регуляторных вмешательств, имея положительное влияние, не позволяла устранить причины неэффективного, антирыночного регуляторного вмешательства со стороны государства. Поэтому с ее помощью было невозможно коренным образом улучшить регуляторную среду. Вместо того, чтобы создавать современную рыночную систему регулирования, дерегулирование приводило часто к обратному эффекту – укрепляло устаревшую систему государственного контроля.

Стало очевидно, что качественно реформировать систему государственного управления, действуя только в рамках этой системы, невозможно. Так возникла необходимость создать принципиально новую, современную модель государственного регулирования, качественно отличную от командно-административной модели.

В 1999 году был разработан проект Концепции государственной регуляторной политики. Она предусматривала создание механизма эффективного

государственного влияния на социально-экономические процессы, крайнюю оптимизацию административных воздействий на экономические отношения в обществе.

В 2003 году был принят Закон Украины «Хозяйственный кодекс Украины» и Закон Украины «Об основах государственной регуляторной политики в сфере хозяйственной деятельности». Именно принятие этих законов обеспечивает правовую основу поддержки предпринимательства.

Начиная с апреля 2006 года, в Донецком регионе началась разработка региональной программы содействия предпринимательству, были определены зоны особого внимания и заботы. Основным принцип, положенный в систему действий, направленных на поддержку малого предпринимательства в регионах, предусматривает организацию целенаправленного взаимодействия местных органов власти и консорциума, состоящего из различных структур и сформированного вокруг Совета развития малого предпринимательства. Деятельность по оказанию помощи для создания новых малых предприятий предусматривает следующее:

выявление людей, способных к созданию своего бизнеса; формирование у них знаний для успешной ориентации и эффективной деятельности в рыночной среде;

обеспечение стартовыми инвестициями;

поддержка консалтинговыми, рекламными, маркетинговыми, юридическими и другим видами обеспечения.

В 2015 году по инициативе Общественного движения «Донецкая республика» и активной группы предпринимателей создана Общественная организация «Союз Предпринимателей Донецкой Народной Республики». Это добровольное самоуправляемое, некоммерческое объединение, бизнес-сообщество, в котором предприниматели сферы малого и среднего бизнеса получают и оказывают информационную и материальную поддержку друг другу для развития своего бизнеса, создают совместные бизнес-проекты с де-

ловыми партнерами Донецкой Народной Республики и Российской Федерации. Если сравнивать степень риска со степенью уверенности в результатах предпринимательской деятельности, целесообразно будет обратить внимание на то, что это положение должно рассматриваться с позиций учета ситуации действия в экономике закона больших чисел. Это означает, что в каждом конкретном случае запрограммированный предпринимателем результат может столкнуться с такими препятствиями со стороны внешней среды, которые негативно повлияют на уровень его уверенности. И, наоборот, если речь идет о бизнесе как макроэкономическом процессе, то уровень уверенности его совокупного результата существенно повышается в то время, как влияние фактора неопределенности, обусловленное обстоятельствами внешней среды, нивелируются. Отсюда практическое осуществление эффективного и социально ориентированного предпринимательства возможно при условии существования предпринимательской среды.

Современный этап состояния экономики Донецкой Народной Республики можно охарактеризовать как этап становления и реформирования, который создает необходимость новых управленческих и хозяйственных решений. На эту тему непрерывно дискутируют как ученые, так и практические работники. При этом большинство из них апеллирует к опыту других стран, которые в свое время прошли аналогичный этап социально-экономического развития. Изучение опыта других стран – это, безусловно, необходимое, но недостаточное условие при разработке любых предложений относительно принципиальных изменений в экономико-хозяйственном механизме Донецкой Народной Республики. Такой опыт следует определять как предпосылку, а не как решающий факт. Это объясняется тем, что каждая страна имеет свои географические, экономические, демографические, социально-политические и другие особенности развития. Поэтому рассматривая вопросы дискурсов стратегического развития предпринимательства в Донецкой Народной Республике, необходимо подходить с позиций целесообразности внедрения на-

копленного опыта с учетом национальных, экономических и социально-политических особенностей Республики.

Развитие малого и среднего бизнеса является одним из условий перехода Донецкой Народной Республики к полноценным рыночным отношениям, устойчивому развитию экономики, а также обеспечению стабильности в экономической и социальной сферах. Приведенные на рисунке 3.2 результаты сравнительного анализа соотношения крупного и малого бизнеса в экономике мировых стран демонстрируют, с одной стороны, существенную роль, отводимую малому и среднему предпринимательству в экономиках других стран, и, с другой стороны, низкий уровень и большой потенциал развития малого и среднего предпринимательства в России. Средний показатель по странам мира составляет 58% (малый и средний бизнес) к 42% (крупный бизнес), тогда как в России это соотношение составляет 21% к 79% соответственно [299].

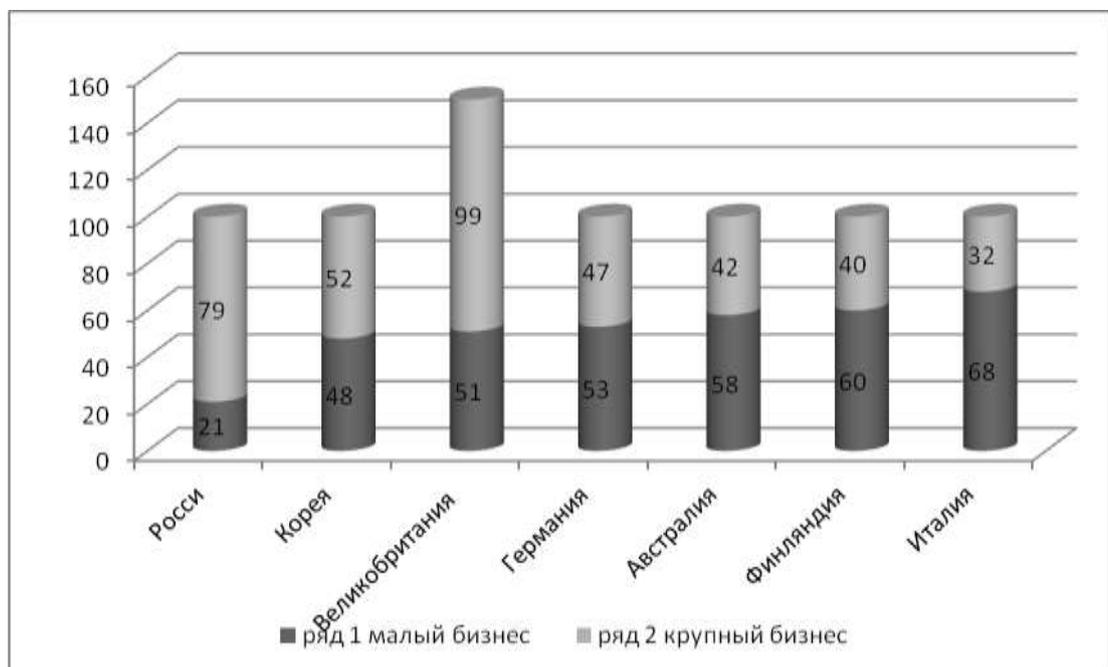


Рисунок 3.2 – Доля малого и среднего бизнеса в секторе предпринимательства стран мира [299]

Сравнивая малые предприятия, А.В.Ревунов отмечает, что удельный вес занятого населения во всех исследуемых странах примерно одинаков и находится в пределах 45–50%, однако хотя и с небольшим разрывом в Донецкой Народной Республике этот показатель самый низкий (около 45%). При сравнении долей в формировании общей добавленной стоимости были обнаружены значительно большие различия со странами ЕС: малые предприятия в исследуемых европейских странах генерируют от 30% до 35% общей добавленной стоимости, в то время как в Донецкой Народной Республике – около 15–17% [267].

Сектор малого и среднего бизнеса в условиях структурной перестройки и диверсификации экономики Донецкой Народной Республики, интенсификации развития сферы услуг должен стать одним из самых динамично растущих секторов. При этом данный сектор будет экономически устойчивым, обеспечит ощутимый рост доходов населения и местных бюджетов и станет основой для формирования среднего класса среди населения региона. Развитие малого и среднего бизнеса в Донецкой Народной Республике обусловлено решением таких задач:

- формирование механизма реального партнерства между органами власти и бизнесом, эффективной регуляторной политики;
- создание современной инфраструктуры развития малого и среднего бизнеса, в том числе финансовой;
- активизация деятельности объединений предпринимателей для представления и защиты своих интересов через инструменты лоббирования и законодательной инициативы;
- повышение социальной ответственности бизнеса и квалификации предпринимателей.

Несмотря на то, что официальная статистика не дает полной картины о состоянии развития малого бизнеса в Донецкой Народной Республике, и при оценке необходимо делать некоторые поправки (в том числе – на наличие те-

невого малого бизнеса), все же можно составить общее представление о масштабности формирования нового сектора экономики.

В ходе научного исследования был проведен причинно-следственный анализ развития малого и среднего бизнеса в Донецкой Народной Республике, в результате которого определена основная проблема, требующая своего разрешения: сектор малого и среднего бизнеса развивается медленными темпами и имеет низкий удельный вес в экономике и на рынках труда в регионе (рис.3.3).

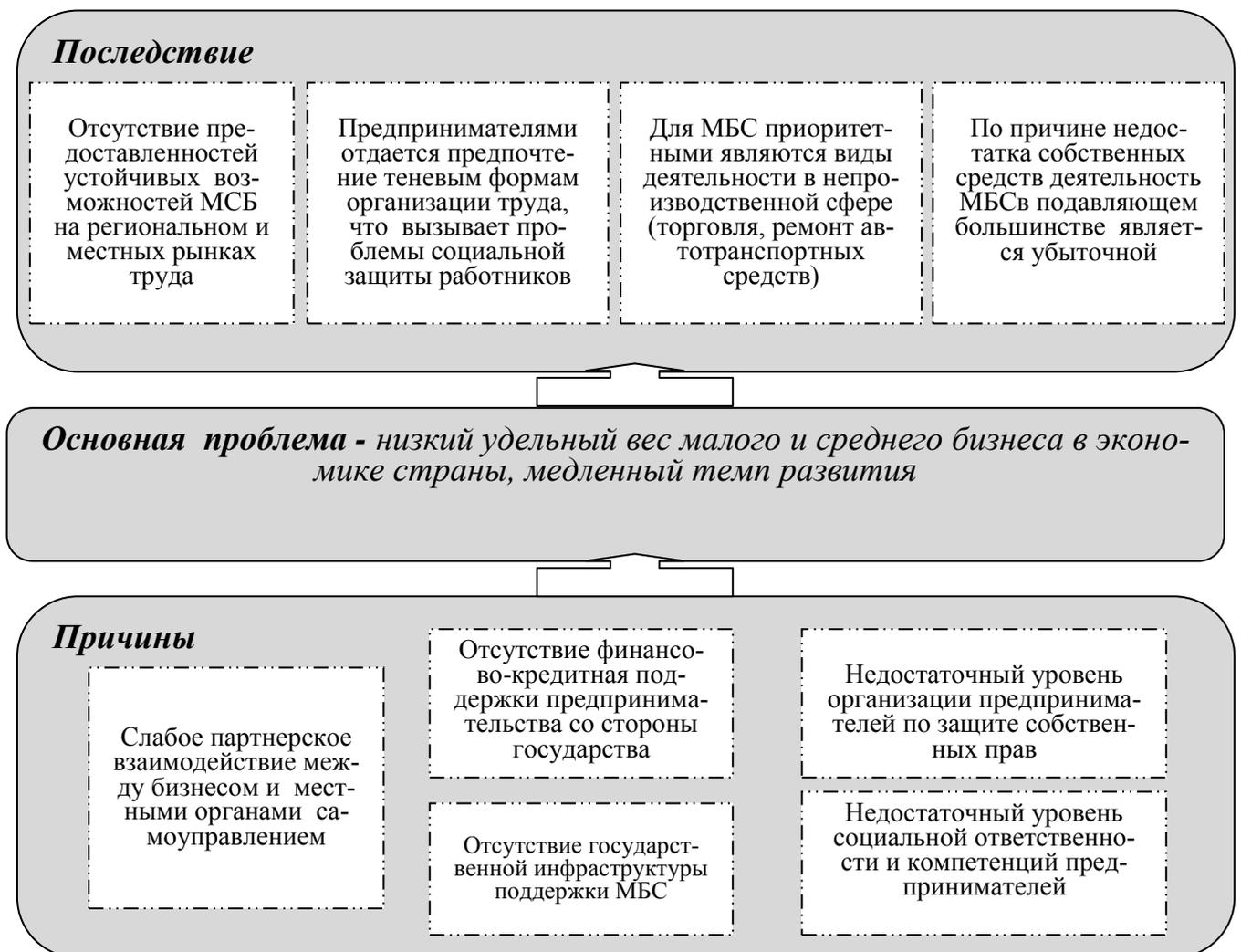


Рисунок 3.3 – Причинно-следственный анализ развития малого и среднего бизнеса в Донецкой Народной Республике (авторская разработка)

Причинами возникновения такой проблемы стали: недостаточный уровень реального партнерства между бизнесом, местным самоуправлением органами исполнительной власти; недостаточная финансово-кредитная поддержка предпринимательства; недостаточно развита инфраструктура поддержки предпринимательства; низкий уровень организованности сектора малого и среднего бизнеса в защите собственных интересов и прав; низкий уровень социальной ответственности и квалификации предпринимателей.

Следствием нерешенности выделенной проблемы является тот факт, что сектор малого предпринимательства не предоставляет значительных устойчивых возможностей на локальных рынках; предприниматели отдают предпочтение работе «в тени», что приводит к серьезным проблемам охраны труда и социальной защиты работников. Кроме того, установлено, что в структуре малого и среднего бизнеса преобладают сферы деятельности непроизводственного характера (торговля, услуги). На предприятиях малого бизнеса, которые занимаются оптовой и розничной торговлей, ремонтом автотранспортных средств и мотоциклов приходится 32,1% от общего количества предприятий, операциями с недвижимым имуществом – 21,9%.

На промышленные предприятия приходится 14,8% от общего количества предприятий. Наибольшее количество малых предприятий (83,3%) сосредоточено в трех городах: Донецке (64%), Макеевке (14%) и Горловке (5,3%). Наиболее весомая доля в общем объеме реализованной продукции (работ, услуг) малых предприятий приходится на оптовую и розничную торговлю; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов – 74,1%. [225]. Что касается финансовой деятельности малых предприятий, то она характеризуется убыточностью, недостатком собственных средств, низкой ликвидностью. В настоящее время Донецкая Народная Республика находится на этапе поиска путей становления и социально-экономического развития, требующего серьезных трансформационных изменений и кардинальных перемен. Логическим следствием таких перемен является появление ряда проблем во

всех экономических и социальных сферах жизни, главным условием решения которых является переход от пассивного реагирования на существующие тенденции социально-экономического развития к активному формированию стратегии собственного развития. При этом следует учитывать не только особенности ситуации, сложившейся в настоящее время, но и ориентироваться на стратегию развития в будущем, как Республики, так и конкретных предпринимательских структур в контексте их отраслевого функционирования.

Содержание определения предпринимательской деятельности предполагает наличие прав и обязанностей предпринимателей, группировка которых представлены на рисунке 3.4.

По своим экономическим функциям предприниматель призван максимизировать прибыль: конкуренция навязывает ее как внешний закон принуждения. В исторической литературе по предпринимательству часто цитируется высказывание Якоба Фуггера-Богача, который, отвечая на совет отойти от дел, заявил, что «он собирается зарабатывать деньги до тех пор, пока сможет это делать». Но при всем при этом, социальные и психологические установки самих предпринимателей могут не только не совпадать с целями предпринимательства, но и в определенной мере противоречить им, поэтому именно субъективные человеческие цели следует считать движущей силой, которая вдохновляет предпринимателя на осуществление предпринимательской деятельности. В условиях рыночных отношений и цивилизованного предпринимательства предприниматель обладает определенной властью, данной ему, располагает выделенными ресурсами. В соответствие с объемом власти и выделенными ресурсами на него возлагается и определенная ответственность. Ответственность, как характерологическая особенность личности, выполняет, на наш взгляд, двойную функцию: с одной стороны, она служит своеобразным ограничителем власти, а, с другой стороны, выступает как мотивационная сила, стимулирующая деятельность предпринимателя.

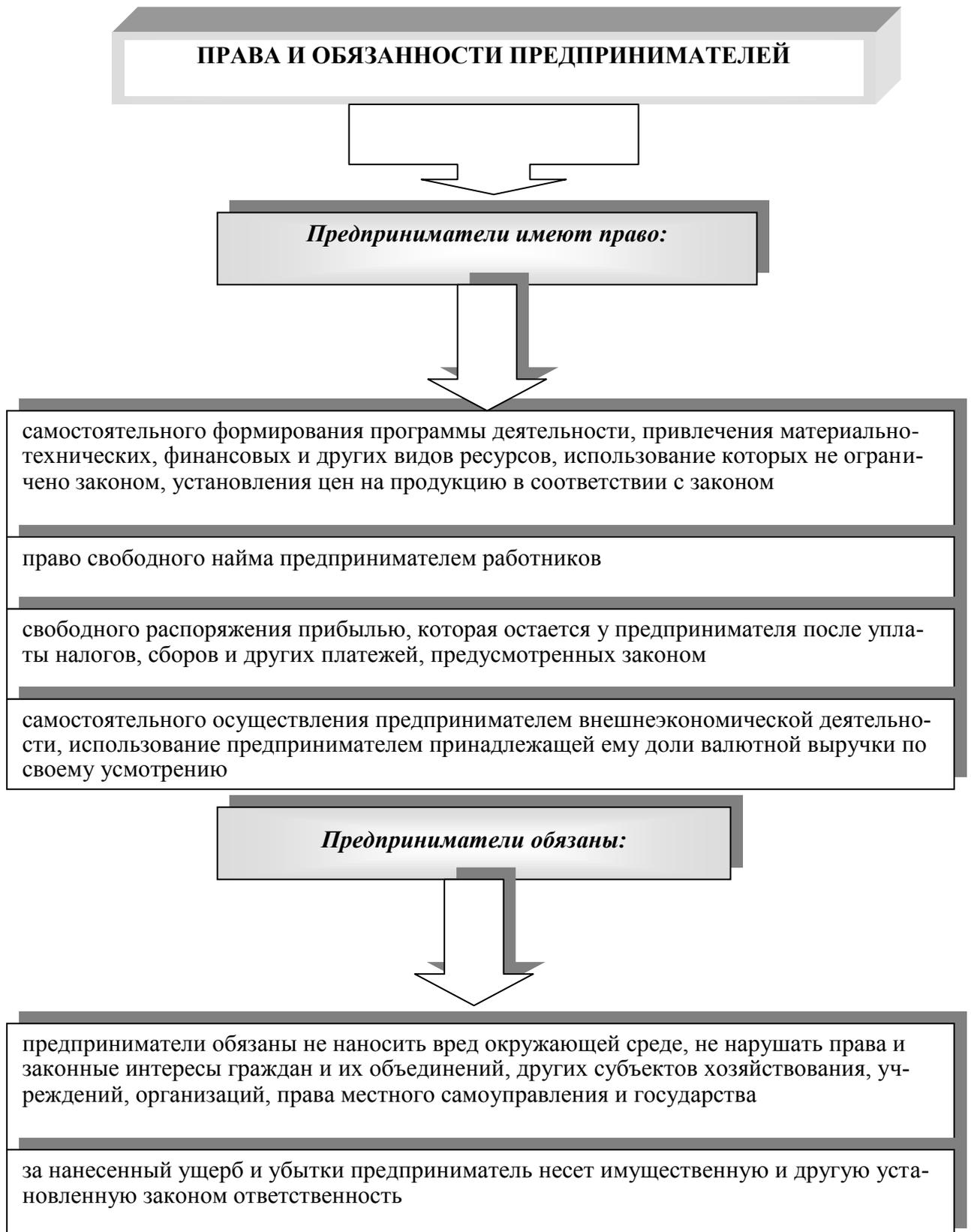


Рисунок 3.4 – Права и обязанности предпринимателей согласно нормативно-правовой базы Донецкой Народной Республики [322]

Кроме того, ответственность предполагает оценку действий предпринимателя и поощрение или порицание его в зависимости от этой оценки. Предприниматель несет личную ответственность как за власть, которой он наделен, так и за решения, которые он принимает. Даже в случае, когда предприниматель наделяет властью еще кого-нибудь в своей организации для выполнения определенных задач, то все равно ответственность за результаты принятых решений лежит на нем. Повышение экономической активности предпринимателя способствует развитию предпринимательской деятельности и, как следствие, повышению эффективности всех социально-экономических процессов Донецкой Народной Республики.

Под экономической активностью понимаются все энергетические процессы, связанные с производством и обменом определенных благ (материальных или духовных). Ни производство, ни обмен не могут осуществляться спонтанно, поскольку всегда имеют сложный характер и требуют осознанного участия предпринимателя. Основными проблемами, затрудняющими экономическую активность предпринимательской деятельности представлены на рисунке 3.5.

При решении вопросов повышения активности предпринимательской деятельности необходимо использовать принцип комплексного подхода. Комплексность изучения данной проблемы определяется тем, что мотиваторы экономической активности предпринимательской деятельности формируются, с одной стороны, на базе потребностей, которые присущи каждому предпринимателю, а с другой – на их формирование существенно влияет внутреннее и внешнее окружение функционирования предпринимательских структур. При наличии специфики предпринимательской деятельности, отражающей различные виды экономической деятельности, их объединяет необходимость оптимизации управления, поиск экономически выгодных и социально-ориентированных хозяйственных решений в контексте инновационного развития конкретного предприятия и региона в целом.

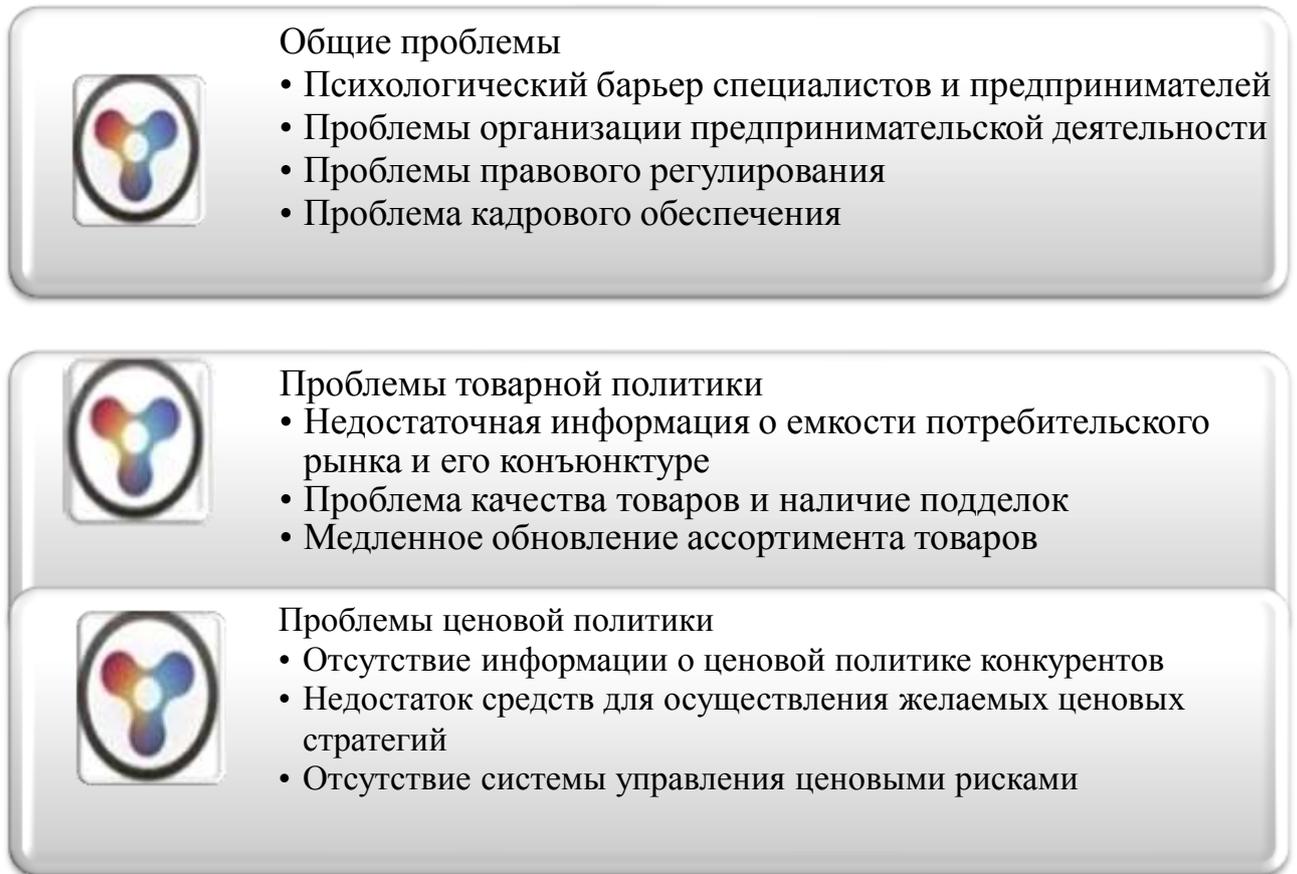


Рисунок 3.5 – Проблемы, препятствующие экономической активности предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике

Развитие инновационных процессов, которые происходят в современной хозяйственной системе Донецкой Народной Республики, создает необходимость ускорения реакции предпринимательских структур на изменения внешней среды, своевременного изменения тактических и стратегических целей, согласование их с интересами партнеров по бизнесу.

Как показывает анализ структуры малого предпринимательства в Донецкой Народной Республике, доля малых торговых предприятий в общем количестве деловых структур в 2016 г. составила 32,1%. В промышленной сфере малые предприятия занимали 14,8% от общего количества предприятий. Более 20% малых предприятий были заняты операциями с недвижимостью (рис. 3.6).

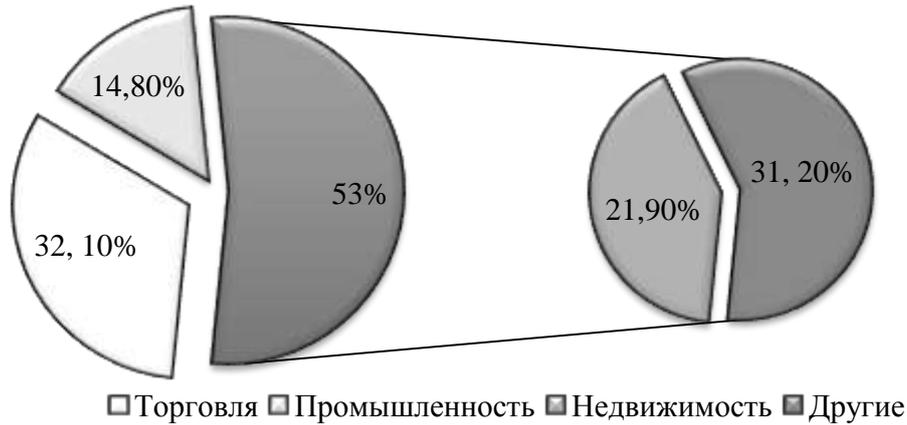


Рисунок 3.6 - Структура участия малого бизнеса по видам экономической деятельности, %

Источник [340]

В 2016 г. доля в общем объеме реализованной малыми предприятиями продукции (работ, услуг) в сфере торговли составила 74,1%. Это более чем в 5 раз превышает сумму аналогичных показателей по промышленности и рынку недвижимого имущества. (рис.3.7).



Рисунок 3.7 – Доля малого предпринимательства в общем объеме реализованной продукции, %

Источник [340]

Согласно данным, предоставленным Институтом экономических исследований, за период с сентября 2014 г. по 2016 г. в г. Донецке зарегистрировано 5,5 тыс. предприятий малого бизнеса с численностью занятых 38,2 тыс. чел., и 23,2 тыс. физических лиц-предпринимателей, у которых работает почти 10 тыс. чел. По итогам 2015 г. малыми предприятиями города реализовано продукции, выполнено работ и предоставлено услуг на сумму 34,4 млрд. руб. Четверть всех наемных работников малых предприятий было занято в 2016 г. в торговле, почти столько же человек работало в промышленной сфере. Удельный вес наемных работников тех малых предприятий, которые занимались операциями с недвижимостью, составил 12,3% от общего количества занятых [340]. В Законе Донецкой Народной Республики «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения» разграничены понятия розничной торговли и торговой деятельности [149]:

«розничная торговля – вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с осуществлением хозяйственной деятельности, если иное не установлено законодательством Донецкой Народной Республики» [149, с.7].

«торговая деятельность – вид хозяйственной деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров; инициативная, систематическая, выполняемая на собственный риск для получения прибыли деятельность юридических лиц и физических лиц-предпринимателей по покупке и продаже товаров конечным потребителям или посреднические операции, или деятельность по предоставлению агентских, представительских, комиссионных и других услуг в продвижении товаров от производителя к потребителю» [149, с.8]

Поскольку в сущностной характеристике понятия «торговая деятельность» обозначены в качестве определяющих признаков «... вид хозяйствен-

ной деятельности...», «...инициативная на собственный риск...», «...для получения прибыли...», то, в результате сравнения их с признаками, характеризующим предпринимательскую деятельность [322], правомерно использовать термин «торговое предпринимательство».

В условиях структурной перестройки и диверсификации экономики Донецкой Народной Республики, интенсификации развития сферы услуг торговое предпринимательство становится одним из самых динамично развивающихся секторов экономики и основным работодателем для рабочей силы, высвобождающейся из традиционных в регионе базовых отраслей промышленности. При этом данный сектор обеспечивает рост доходов населения Республики и становится основой для формирования среднего класса населения.

В настоящее время торговля развивается быстрыми темпами в соответствии с изменением потребительского спроса, культуры обслуживания и ростом требований к качеству реализуемых товаров. В Республике осуществляется структурная перестройка товародвижения, обновление материально-технической базы, формирование новых торговых сетей, происходит развитие специализированных и фирменных магазинов, развитие новых форм и методов продажи товаров, внедрение новых технологий автоматизации в магазинах, что приводит к большей эффективности их работы. Наблюдается устойчивое увеличение количества предприятий торговли и общественного питания. Так, число предприятий торговли за период с 1 июня 2015 года по 1 июля 2017 года выросло приблизительно на 63% (с 6 516 до 10 648), а число предприятий общественного питания – возросло более чем на 41% (с 1 204 до 1 700) [165]. По состоянию на 01.01.2019 г. в Донецкой Народной Республике осуществляли деятельность 11931 предприятий розничной торговли, в том числе 9272 продовольственных и непродовольственных магазинов. При этом, по данным Министерства промышленности и торговли ДНР [26], в 2018 г. по состоянию на 1 января 2019 года в Республике осуществляет деятельность 2

659 объектов мелкорозничной торговой сети (рис. 3.8).

Розничный товароборот предприятий от продажи продовольственных товаров, произведенных в республике в 2018 г. составил более 40 % от общего объёма розничного товарооборота продовольственных товаров, что на 8,0 % больше, чем в аналогичном периоде 2017 г. В течении 2018 г. открылось и возобновило работу 1719 объектов розничной торговли. [174].

В последние годы наблюдается процесс деспециализации розничной торговой сети, что привело к реализации товаров, которые несвойственны ассортиментному профилю, отсутствию условий для их продажи, к однообразию предполагаемого ассортиментного набора во многих магазинах, особенно в мелкорозничной сети.

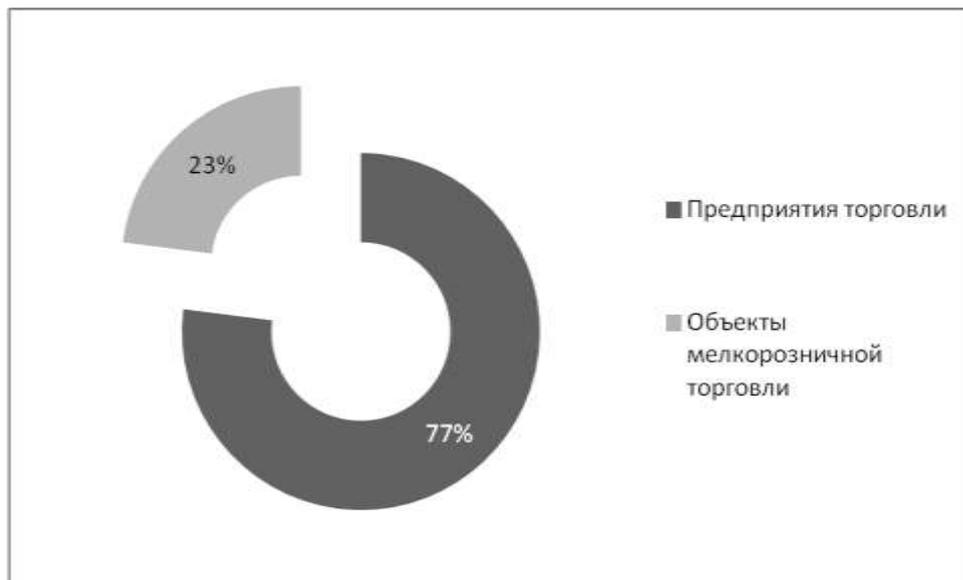


Рисунок 3.8 – Доля предприятий малого предпринимательства в сфере торговли в Донецкой Народной Республике на 01.01.2019г

Источник: [26]

Качественно новые параметры приобретает функциональная структура в розничной торговле, в результате чего можно констатировать малоэффективное комбинирование деятельности в розничной торговле, развал типизации и специализации розничных предприятий розничных предприятий, не-

обоснованное сворачивание прогрессивных методов продажи и обслуживания покупателей. Увеличивается сеть мелких предприятий в составе розничной сети, в тоже время количество крупных современных предприятий сокращается. Практически сведена на нет специализация магазинов, вместо этого быстрыми темпами увеличивается количество малоперспективных смешанных магазинов.

Одной из распространенных форм торгового предпринимательства в Донецкой Народной Республике является торговля на местных рынках. Рыночная торговля по своему назначению является замыкающим звеном в процессе распределения товаров и выполняет функцию предоставления необходимых услуг потребителю. Сфера рыночной торговли – это одна из составных частей функционирования местного рынка и рассматривается как одна из разновидностей торговли на потребительском рынке товаров и услуг.

Рынки сохраняют свое значение для покупателей из-за низких цен на аналогичный товар, обычно на 10-15 % по сравнению с магазинами, за счет низких накладных расходов. На 01.01.2019 г. на территории Донецкой Народной Республики размещено 140 рынков. Рынки оказываются адаптивнее, на рынках предлагается более дешевые товары и предоставляемые услуги. Кроме этого, открытые рынки трансформируются, перемещаются под крышу павильонов, представляя собой торговые ряды и рыночные торговые комплексы.

Отличительным признаком предприятий рыночной торговли являются формы организации и оплаты труда. Это объясняется тем, что в условиях функционирования местного рынка предприятия рыночной торговли владеют экономической самостоятельностью в своей хозяйственной деятельности. Они самостоятельно распределяют прибыль, которая остается после выплаты налогов, а также самостоятельно определяют системы, формы и величина оплаты труда работников на основе действующего законодательства. Для

определения условий торгового предпринимательства в секторе рыночной торговли, проведен социологический опрос, результаты которого приведены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Оценка условий торгового предпринимательства в секторе рыночной торговли

Характеристики условий торговой деятельности на рынке	Количество респондентов, %		
	да	нет	нет ответа
Заклучали трудовое или гражданско-правовое соглашение	54,5	35,4	10,1
Зарегистрировано трудовой договор в государственной службе занятости	55,3	33,4	11,3
Внесены в трудовую книжку запись о месте работы	44,6	43,2	12,2
В текущем году администрация улучшила рынке условия вашей работы	61,7	32,0	6,3
Условия работы на рынке в целом удовлетворяют	64,4	30,7	4,9
Устраивает размер торгового места, установленного на рынке для уплаты рыночного сбора	67,3	30,7	2,0
Ставка рыночного сбора за одно торговое место увеличивалось в текущем году	27,6	66,3	6,1
Плата за услуги рынка увеличивалась в текущем году	36,8	56,5	6,7
Есть право выбирать необходимые услуги из перечня, предоставляющая рынок	76,9	17,0	6,1

Респондентами выступили субъекты предпринимательской деятельности (52,7%) и наемные работники (47,3%). Всего в опросе приняло участие 846 чел. Анализ проведенного опроса свидетельствует о том, что только 35,4% респондентов заключили трудовое соглашение, среди которых только 55,3% зарегистрировали сделку в трудовую книжку. На вопрос о наличии записи о месте работы в трудовой книжке 12,2% опрошенных отказались отвечать, 43,2% дали ответ «нет» и только 44,6% респондентов ответили, что они

в трудовой книжке соответствующая запись. Большинство предпринимателей устраивают в целом условия работы на рынке, при этом они отмечают, что администрация рынка улучшила эти условия в текущем году. Однако треть опрошенных не удовлетворяют условия работы на рынке и, по их мнению, никакого улучшения условий в текущем году они не почувствовали.

Одним из ведущих факторов, влияющих на отношение предпринимателей к условиям труда, является ставка рыночного сбора за одно торговое место, плата за услуги рынка и предоставление права выбирать нужные услуги. Более 6% респондентов отказались обсуждать этот вопрос, 27,6% ответили, что ставка рыночного сбора за одно торговое место в текущем году увеличилась на 15%, а 66,3% отметили неизменность этого показателя. Об увеличении платы за услуги рынка, то 36,8% респондентов ответили «да», а 56,5% утверждают, что такого увеличения в текущем году не произошло. Об отсутствии права выбирать нужные услуги из перечня, которые предоставляются рынком, заявили 17% опрошенных.

Анализ результатов проведенного исследования позволяют констатировать такие тенденции:

во-первых, отмечаются более высокие темпы сокращения торговой сети в специализированной отрасли - внутренней торговле;

во-вторых, активно развивают свою сеть иные отрасли, которые имеют прикладное значение в экономике, то есть та сфера, где в первую очередь зарождается малое предпринимательство (промыслы, транспорт, наука, культура и тому подобное).

По мнению А. А. Садекова и Н. Ю. Возияновой, «...отсутствие комплексной торговой политики, которая осуществлялась бы единым органом и нарушенные межотраслевые связи приводят к хаотичности государственных решений и действий по обеспечению населения необходимыми товарами и услугами, а также регулирование отрасли» [276, с.38].. Проведенные автором исследования экономико-организационного развития внутренней торговли

позволяют констатировать, что:

государство, оказывает существенное влияние на развитие торговли, на ее структуру и финансы, а также на отношения, которые складываются как в пределах отрасли (между предприятиями), так и вне ее (между торговлей и государством);

на развитие торговли значительное влияние оказывают степень оптимальности реализации государством регулирующей функции через принятие институциональных норм, создание и обеспечение функционирования механизмов защиты этих норм от оппортунистического поведения; функция координации практически не реализуется;

принятие законодательных и других правовых актов со стороны государства должно проводиться на основе институционально-экономического анализа как методологической базы для принятия наиболее оптимальных решений о планируемых изменениях и возможных последствиях;

социально организующая и координационно-регулирующая роль государства, базирующаяся на достижениях современной НИЭТ, требует методического обеспечения для практического применения.

Разработка организационных механизмов регулирования деятельности предприятий рыночной торговли базируется на основах предложенного концептуального подхода, схема которого представлена на рисунке 3.9. Схема концептуального подхода регулирования деятельности предприятий рыночной торговли состоит из четырех этапов, а именно: исследование внешней среды, мониторинг состояния и диагностика развития торгового предприятия, разработка предпринимательских стратегий, разработка мероприятий по реализации предпринимательских стратегий.

На первом этапе - исследование внешней среды - проводится анализ социально-экономической и правовой окружающей среды, ситуационный анализ местного рынка, определяются запросы и потребности потребителей, проводится анализ возможностей конкурентов.

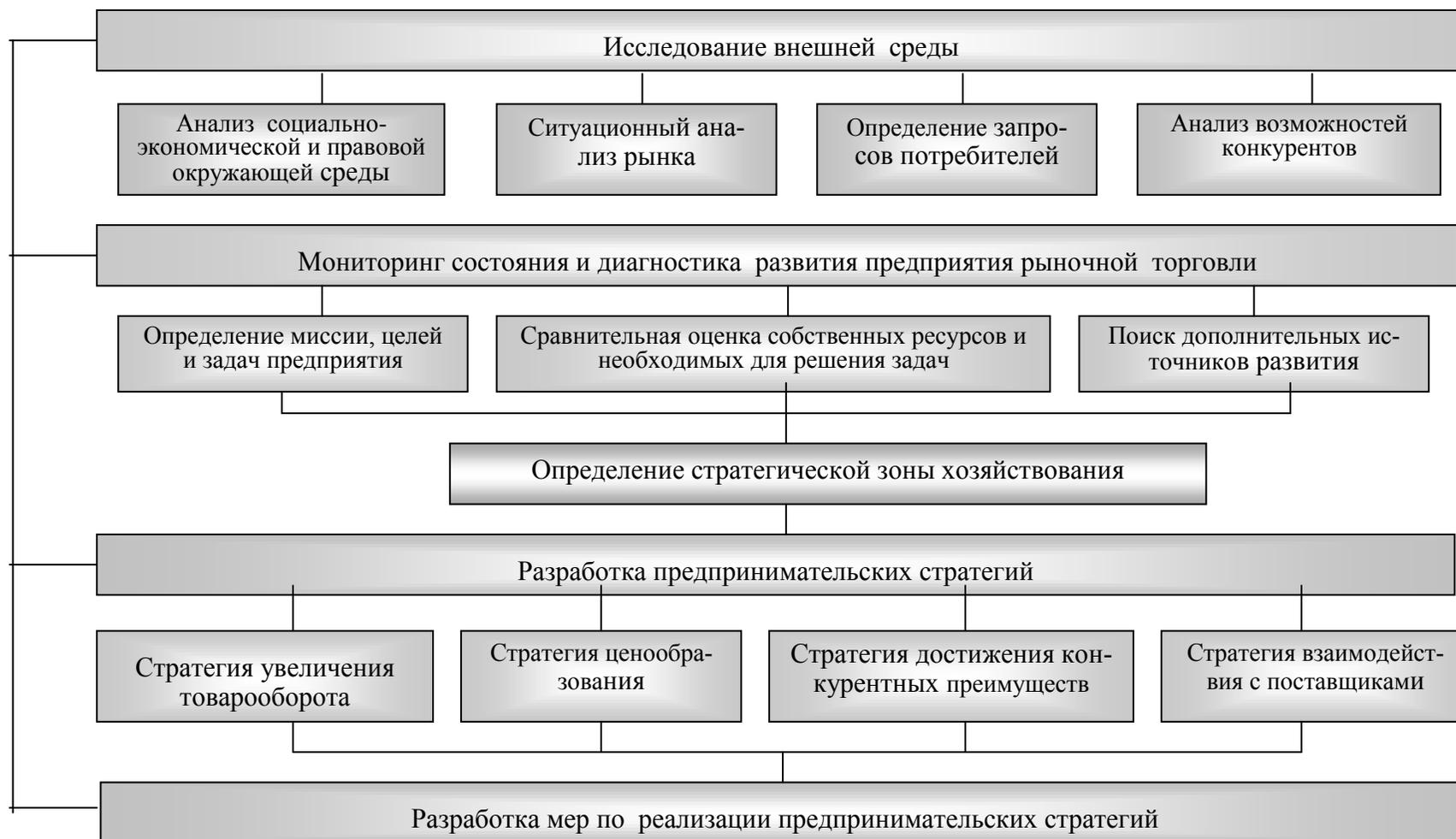


Рисунок 3.9 – Научно-практический подход к регулированию деятельности предпринимательских структур торговли (авторская разработка)

Анализ социально-экономической и правовой окружающей среды включает анализ и оценку политической стабильности в обществе, степень поддержки обществом государственной политики, законодательной базы предпринимательской деятельности, анализ тенденций развития экономики Донецкой Народной Республики, динамики производства товаров народного потребления, состояния госбюджета, темпов инфляции, динамики доходов населения.

Кроме того, на данном этапе проводится оценивание социальных условий жизни, состояния рынка труда, демографические явления в стране, наличие новых прогрессивных технологий в сфере деятельности предприятия и возможностей их использования для улучшения его экономического состояния предприятия и т.п.. При таком анализе целесообразно пользоваться периодическими изданиями, статистическими сборниками, разнообразными информационными изданиями и др.

Важной компонентой исследования внешней среды деятельности предприятий рыночной торговли является ситуационный анализ местного рынка. Клиенты и потребители этого рынка имеют как подобные, так и отличительные особенности, что и следует изучить в ходе ситуационного анализа. Такой процесс, направленный на выявление структуры потребителей и их характеристик, а также определение дискретных групп потребителей. Для этого используются разные классификационные признаки, а именно: по выгоде, которую потребители получают от использования товара, или по уровню удовлетворения потребностей; по образу жизни; по полу и возрасту; по чувствительности к цене; по способу осуществления (алгоритмом) покупок и т.п.. При определении запросов и потребностей потребителей изучается состояние спроса на товары, которые реализует определенное предприятие рыночной торговли, составляется профиль потенциальных покупателей, определяются их вкусы и потребности.

Поскольку конкуренты являются неотъемлемой составляющей внеш-

ней среды предприятий рыночной торговли, то определенное значение имеет анализ возможностей конкурентов, который включает:

- оценивание состояния конкурентной борьбы на определенном местном рынке;

- оценивание силы конкурентного давления;

- выявление действующих и потенциальных конкурентов, изучение их конкурентных преимуществ;

- выявление конкурентов, которые занимают лидирующие позиции и проведение оценки их деятельности с учетом сильных и слабых сторон.

Вторым этапом регулирования деятельности предприятиями рыночной торговли на местном рынке является мониторинг и диагностика развития предприятий рыночной торговли, который начинается с определения миссии, цели и задач предприятия.

Миссия характеризует основное назначение предприятия. В миссии детализируется статус предприятия, декларируются принципы работы, отражается направленность в будущем. В зависимости от миссии и целей функционирования предприятия рыночной торговли формулируются конкретные задачи, для решения которых предполагается наличие соответствующих ресурсов и использование определенных методов и средств организации деятельности.

Для регулирования дальнейшего развития предприятия рыночной торговли осуществляется поиск дополнительных источников на основе сравнительной оценки собственных ресурсов и необходимых для достижения поставленных задач.

На третьем этапе регулирования деятельности предприятий рыночной торговли проводится разработка предпринимательских стратегий. Разработке предпринимательских стратегий предприятием рыночной торговли предшествует определение стратегической зоны хозяйствования (СЗГ). Стратегическая зона хозяйствования может определяться целями и задачами предпри-

ятия, его стратегией развития, технологией продажи товаров, типом потребителей. Перспективы развития СЗГ оцениваются с точки зрения изменений на местном рынке и его стабильности, рентабельности предприятия и его ключевых факторов успеха. К определяющим показателям развития стратегической зоны хозяйствование отнесено такие:

размер местного рынка;

покупательная способность (платежеспособный спрос) потребителей;

уровень конкурентоспособности;

запросы и потребности покупателей;

Среди основных предпринимательских стратегий предприятия рыночной торговли, учитывающие особенности их функционирования, выделены стратегия увеличения товарооборота, ценовая стратегия и стратегия достижения конкурентных преимуществ.

Объем товарооборота является основным показателем предприятия рыночной торговли, который характеризует результат его деятельности относительно привлечения покупательных фондов потребителей. Именно реализация определенной массы товаров создает экономическую базу для получения определенного объема доходов и прибыли, т.е. формирует предпосылки для реализации стратегических целей деятельности предприятия.

Основная цель стратегии ценообразования состоит в привлечении покупателей к своим товарам, а также в формировании устойчивых потребительских преимуществ для потенциальных покупателей в определенной стратегической зоне хозяйствования. Структура цен изменяется в зависимости от жизненного цикла товаров. Предприятие рыночной торговли корректирует цены на товары, исходя из расходов и спроса, с учетом ситуации, которая складывается на местном рынке. В зависимости от конкретных обстоятельств предприятие решает, когда стать инициатором изменения цены, а когда отвечать на ценовые действия конкурентов.

Стратегия взаимодействия с поставщиками представляет собой набор

принципиальных положений, которые позволяют эффективно распределять ресурсы предприятия рыночной торговли и на этой основе выбирать поставщиков. Эта стратегия базируется на исследовании факторов, которые определяют спрос и ресурсы предприятия, с учетом снижения издержек обращения.

Важным элементом в регулировании деятельности предприятий рыночной торговли является разработка стратегии достижения конкурентных преимуществ. Конкурентное преимущество понимается как наличие у предприятия рыночной торговли товара или/и методов и средств технологии продажи определенной эксклюзивной ценности, которая дает ему преимущество перед другими конкурентами. Конкурентное преимущество является базисом, на котором строится успешная деятельность предприятия рыночной торговли.

Под стратегией достижения конкурентных преимуществ понимается стратегия, которая основана на уникальной комбинации ресурсов и средств предприятия рыночной торговли, создающими потребительскую ценность, которая не может быть скопирована его конкурентами. Стратегия достижения конкурентных преимуществ направлена на продолжительность выгоды применения такой уникальной комбинации и предоставляет возможность предприятию рыночной торговли поддерживать и улучшать свои конкурентные позиции на местном рынке и выживать в борьбе с конкурентами на протяжении продолжительного времени.

Конечным этапом организации управления предприятием рыночной торговли является разработка мероприятий по реализации предпринимательских стратегий.

Таким образом, подводя итог всему вышеизложенному, можно сделать такие выводы.

Деятельность предприятий рыночной торговли представляет собой одну из форм торгового предпринимательства.

Для регулирования деятельности предприятий рыночной торговли необходимо учитывать разнообразие альтернатив управленческих решений по всем аспектам деятельности для того, чтобы получить наилучшие результаты.

В сложившейся в ситуации нельзя однозначно сказать, как в дальнейшем будут складываться межотраслевые пропорции. Поэтому эти тенденции требуют постоянного отслеживания, так как они тесно связаны с обеспечением конкурентоспособности предприятий за счет выбора наиболее экономичных и эффективных каналов сбыта.

В настоящее время наблюдается переход к новому этапу реформирования государственного управления, которое касается не только сферы предпринимательской деятельности, но и всей системы взаимодействия государства и общества, а именно: существенно уменьшается регуляторное давление на деятельность предприятий; упрощены и удешевлены процедуры создания новых предприятий; уменьшена стоимость их деятельности в официальном секторе экономики. Вступивший в силу 18 сентября 2018 г. Закон Донецкой Народной Республики «О внесении изменений в Закон Донецкой Народной Республики «О налоговой системе» [148] существенно улучшает условия ведения предпринимательской деятельности, что создает благоприятные условия для развития малого бизнеса в Республике. В целях оказания государственной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства Министерство экономического развития Донецкой Народной Республики осуществляет следующую деятельность:

обеспечивает реализацию государственной политики в сфере развития малого и среднего бизнеса, институтов предпринимательства и регуляторной политики;

разрабатывает программы поддержки и развития среднего и малого предпринимательства в Донецкой Народной Республике, принимает участие в разработке проектов национальных программ содействия развитию средне-

го и малого предпринимательства и организует их выполнение;

координирует работу по разработке целевых, местных, региональных программ поддержки и развития среднего и малого предпринимательства в городах и районах Донецкой Народной Республики и осуществляет мониторинг их реализации;

координирует работу органов исполнительной власти Донецкой Народной Республики по реализации государственной регуляторной политики в сфере хозяйственной деятельности;

содействует развитию инфраструктуры поддержки.

Поскольку модель предпринимательства является подсистемой общей модели экономики Донецкой Народной Республики, то в этой связи следует определить, какими должны быть параметры национальной модели предпринимательства. В качестве главного экономического приоритета должен стать процесс социально направленного рыночного хозяйства. Экономический анализ предпринимательства в Донецкой Народной Республике свидетельствует о наличии стратегических и тактических просчетов в действиях законодательной и высшей исполнительной власти, касающиеся начального периода его формирования как системы хозяйствования. Важной предпосылкой успешного развития предпринимательства в Республике должно стать создание системы государственной поддержки формированию предпринимательской среды (рисунок 3.10).

Важную роль в ходе реализации регуляторной реформы должны сыграть общественные объединения предпринимателей, независимые эксперты и общественные обсуждения проектов регуляторных актов с участием всех инициативных предпринимателей.

Идеология регуляторной политики состоит в том, чтобы ввести такие принципы государственного регулирования и процедуры подготовки, рассмотрения и действующего регуляторного акта, которые дали бы возможность максимально учитывать в них общественные интересы.



Рисунок 3.10 – Научно-практический подход к реализации государственной поддержки развития малого и среднего бизнеса в Донецкой Народной Республике (авторская разработка)

3.2. Дескриптивные векторы организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний.

Период реформирования в Донецкой Народной Республике характеризуется повышением эффективности хозяйственного механизма, а также появлением новых решений по выходу экономики из кризиса. На эту тему непрерывно дискутируют ученые и практики. При этом большинство из них апеллирует к опыту зарубежных стран, которые в свое время подверглись такому или примерно такому кризису.

Изучение мирового опыта – это, безусловно, является хорошим подспорьем при разработке принципиальных изменений в экономико-хозяйственном механизме страны. Но этот опыт следует определять как предпосылку, а не решающий фактор. Ведь, как известно, каждая страна имеет свои географические, экономические, демографические, социально-политические и другие особенности развития. Поэтому рассматривая вопросы относительно социально-экономического реформирования необходимо подходить с позиций целесообразности внедрения того или иного мирового опыта именно в конкретно взятой стране с ее национальными, историческими и социально-политическими особенностями.

Выбор концептуальной модели экономического развития актуализируется в условиях, когда в Донецкой Народной Республике присутствуют силы, которые могут подтолкнуть экономику на ложный путь: либо построение такого национального рынка, который намного отличается от всех известных моделей и не подчиняется общеэкономическим закономерностям, или бесперспективная "космоэкономическая» попытка вырастить чужой опыт на своей почве. Эти альтернативы, в случае следования им, означали бы крах экономики. Выбор же разумного пути приближающегося к классическим моделям, но с национальным окрасом, учитывающим прошлое и специфику со-

циально-экономической ситуации в Донецкой Народной Республике, тоже не так прост и требует тщательного научного исследования.

Чтобы познать сегодняшний сложный, противоречивый, быстро меняющийся мир, нужны системно-структурные, глобально-эволюционистские концепции. Среди таких концепций важное место занимает теория управления знаниями.

В Национальном стандарте Российской Федерации «Менеджмент знаний. Руководство по устоявшейся практике внедрения системы менеджмента знаний» приводятся результаты одного исследования, проведенного среди европейских компаний, которым был задан вопрос относительно основных факторов успеха, обеспечивающих выполнение инициатив менеджмента знаний. Каждая вторая компания ответила, что корпоративная культура является одним из основных средств обеспечения системы управления знаниями. Каждая третья компания назвала структуры и процессы, информационные технологии, профессиональные навыки, мотивацию и поддержку руководства как основные факторы успеха [219].

На рисунке 3.11 указаны пять основных факторов результативности, которые следует учитывать при организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний. В целом эти факторы связаны либо с персональными способностями к знаниям, либо с организационными способностями к знаниям, которые должны дополнять друг друга, поскольку успешная инициатива должна интегрировать и развивать оба комплекта способностей. Процесс управления знаниями направлен на то, чтобы создать новую стоимость, реализованную в продуктах, людях и процессах с помощью рационального формирования и использования знаний на предприятии. Следует подчеркнуть, что главная задача системы управления знаниями, какой бы оптимальной, с точки зрения разработчиков она не была, состоит в том, чтобы помочь предпринимателю достичь своих целей посредством реализации основной базовой стратегии развития.



Рисунок 3.11 – Факторы результативности использования системы управления знаниями при организации предпринимательской деятельности

Источник: [219]

Если вышеизложенное рассматривать как логические посылки, то можно сделать умозаключение о том, что в условиях интеллектуализации экономики управление знаниями выступает как главная, стержневая компонента базовой стратегии развития предпринимательской деятельности, в контексте реализации которой предприниматели вынуждены регулировать возникающие рыночные задачи путем использования корпоративных и организационных знаний.

Использование дескриптивного подхода к исследованию организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний позволяет определить основные характеристики организации предпринимательской дея-

тельности при условии активного использования научно-методологических и практических разработок, направленных на создание и реализацию системы управления знаниями при формировании предпринимательских стратегий. Дескриптивный подход основывается на изучении тенденций и выявлении закономерностей развития отрасли как подсистемы народного хозяйства, обладает относительной самостоятельностью в решении народнохозяйственных проблем [258].

В общем виде дескриптивный подход основываясь на изучении тенденций развития, их экстраполяции с учетом ограничений, дает возможность оценить инерцию развития отрасли или предприятия. Этими ограничениями, при дескриптивном подходе могут быть: объемы капиталовложений, сроки освоение новых технологий, обеспечение развития необходимых компетенций внутри предприятия или получение их на основе аутсорсинга и тому подобное.

Применение дескриптивного подхода в значительной степени предполагает сохранение сложившихся пропорций развития, в то время, как, например, нормативно-целевой подход, призванный изменить их путем экономического обоснования новых структурных сдвигов в главных и сопутствующих бизнес-процессах предприятия. Таким образом, дескриптивный подход к организации предпринимательской деятельности позволяет точнее, чем нормативный прогнозировать поведение субъектов предпринимательской деятельности в относительно стабильных (не быстроизменяющихся) условиях хозяйствования. Нормативно-целевой подход более пригоден для управления поведением субъектов предпринимательской деятельности для того, чтобы направлять их на решение новых задач в высоко динамичных условиях хозяйствования.

Обобщение научных мыслей по этому поводу позволяет утверждать, что в турбулентной бизнес-среде оба подхода остаются актуальными. Если целесообразность нормативно-целевого подхода с соответствующим методи-

ческим инструментарием доказано почти во всех научных работах, аргументация важности дескриптивного подхода не является достаточно убедительной. Наиболее основательным, на наш взгляд, в этом плане являются исследования Н. Казаковой, которая считает, что именно дескриптивный подход является основополагающим при решении задач управления изменениями и построения модели преобразований и модели управления преобразованиями [164].

Сущность применения такого подхода автор видит в том, что процедуры решения задач управления изменениями следует развивать на базе дескриптивной модели поведения опытных высококвалифицированных специалистов при решении аналогичных задач. Учет реальных способностей работника, использование эвристических приемов и процедур, применяемых предпринимателями в своей практике, позволяют выделить, структурировать и использовать наиболее ценное из накопленного опыта, а также решать недостаточно структурированные задачи. Наряду с этим, процедура решения, построенная на основе дескриптивного подхода, будет адаптирована к реальному поведению предпринимателя, принимающего решение, его возможностям в принятии решений, исключает «утрату профессиональной ориентации» предпринимателя при ее использовании.

В результате сущностно-содержательной характеристики научных исследований в сфере экономики предпринимательства [196, 205, 238, 234, 298] и управления знаниями [99, 161, 229, 273, 291, 311] разработан дескриптивный поход к модернизации предпринимательской деятельности на основе управления знаниями, схема которого представлена на рисунке 3.12. Дескриптивный поход к модернизации предпринимательской деятельности на основе управления знаниями представляет совокупность структурно-логических связей, базовым элементом которых выступает система управления знаниями.

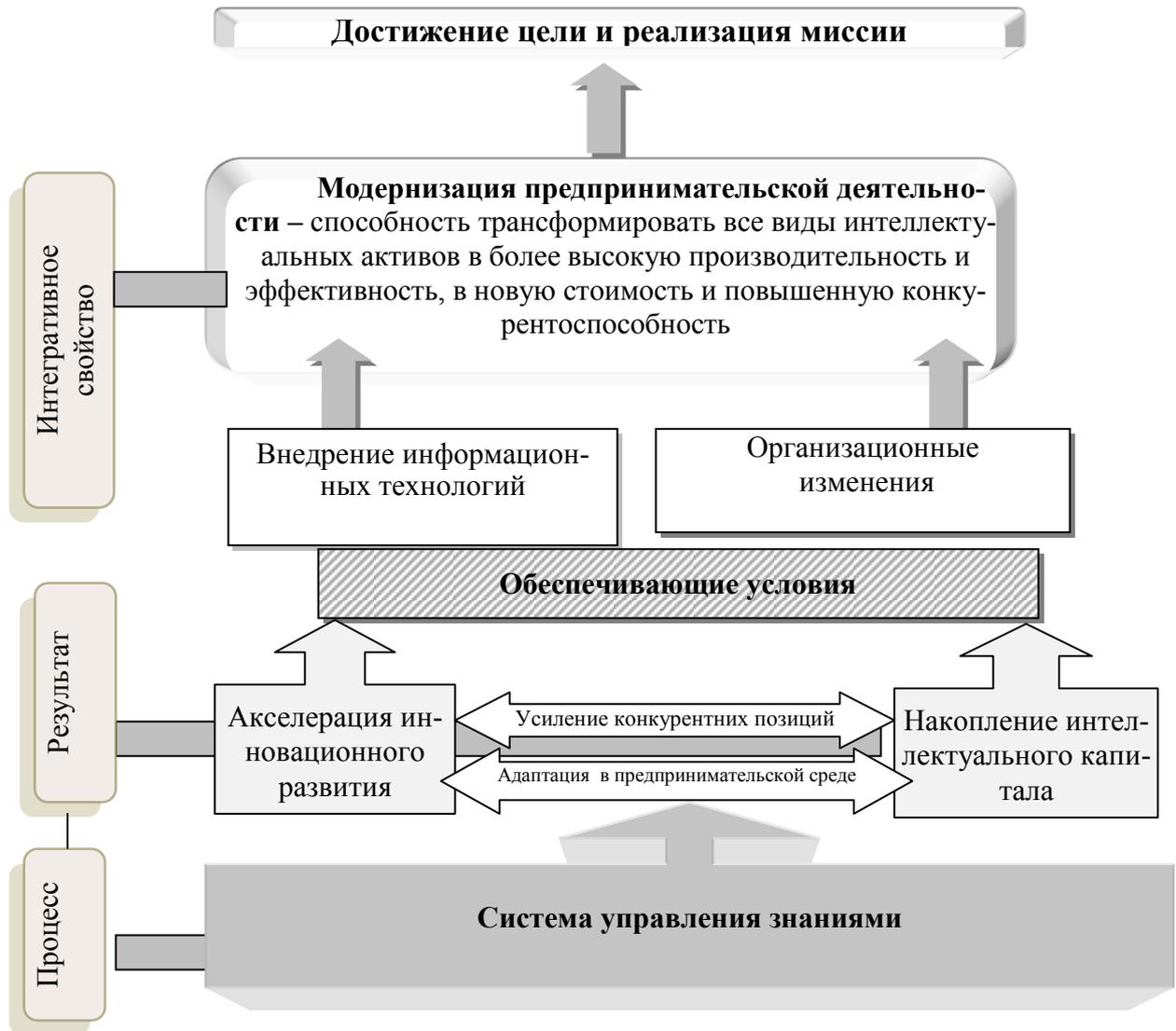


Рисунок 3.12 - Дескриптивный подход к модернизации предпринимательской деятельности на основе управления знаниями (авторская разработка)

В процессе создания и использования системы знаний происходит акселерация инновационного развития предпринимательских структур, опирающаяся на непрерывный поиск и использование новых способов и сфер реализации потенциала предприятий в изменяющихся условиях внешней среды в рамках выбранной миссии и приемлемой мотивации предпринимательской деятельности. Если рассматривать инновации как процесс непрерывного обучения, продуктом которого являются новые, использован-

ные на практике знания, то логично будет сделать вывод о том, что именно наличие знаний является конститутивной компонентой для развития творческой инициативы, появления креативных идей, в результате реализации которых возникают различные виды инноваций.

Сам процесс развития является неотъемлемой частью любой общественной системы. Теоретические концепции развития утверждают, что оно состоит из эволюционных или революционных, но качественных изменений, и отличается от любых других модификаций. Совокупность этих свойств отличает развитие от других изменений. Диалектика доказывает, что каждая отдельная материальная система имеет свои особенности развития. Традиционно экономические системы считаются сложными и противоречивыми из-за того, что в их деятельности участвует много факторов, по-разному влияющих на окружающую среду.

Институциональные изменения – составная часть процесса социально-экономического развития, выражающаяся в развитии и изменении социальных институтов. Институциональные преобразования лежат в основе смены общественно-экономического устройства и могут осуществляться как революционным, так и эволюционным путем. Изменения институтов могут быть связаны со сменой модели экономического развития, экономической стратегии и экономической политики, осуществляемой в рамках одной и той же экономической системы.

Условиями институциональных изменений выступают возможности в том виде, как они воспринимаются субъектами. Они вытекают из изменений во внешней среде, а также обусловлены имеющимися знаниями и наличием различных видов инноваций. В свою очередь, институциональные изменения создают определенные предпосылки для инновационного развития, влияя на его характер и интенсивность через систему институтов, существующих норм и правил.

Таким образом, исходя из вышеизложенных посылок, можно сде-

лать следующее умозаключение. Качественные и количественные параметры инновационного развития в условиях трансформационных преобразований экономики обусловлены тремя векторами приоритетов: знания, инновации, институциональные изменения.

Одновременно с акселерацией инновационного развития предпринимательских структур в результате создания системы управления знаниями происходит накопление интеллектуального капитала, основной структурной частью которого выступает человеческий капитал, под которым понимают знания и опыт, навыки и способности всей совокупности работников предприятия. Основной его структурной частью выделяют человеческий капитал, под которым понимают знания и опыт, навыки и способности всей совокупности работников предприятия. Значение интеллектуального капитала определяется его ролью в создании приоритетного вектора экономического развития в целом и предпринимательства, в частности. Интеллектуальный капитал является одним из основных индикаторов повышения рыночной стоимости предпринимательской структуры за счет инновационных факторов, отражающих результаты интеллектуальной деятельности, в основе которой лежит система знаний.

Обеспечивающими условиями для модернизации предпринимательской деятельности является внедрение информационных технологий и организационные изменения. Понятийной согласованности по данной категории еще нет. Как правило, под категорию организационных изменений исследователи пытаются вписать все целенаправленные преобразования, происходящие в организации (на предприятии). Наряду с этим существует достаточное количество исследований, в которых под организационными изменениями понимаются преобразования в части организации деятельности предприятия в целом или отдельных его подсистем, то есть затрагивается только один из управленческих контекстов. Термин «организационные изменения» имеет разные трактовки не только с позиций содержательного и процессного

понимания. Некоторые авторы рассматривают организационные изменения только как изменения типа, структуры и методов управления [168], то есть имеют в виду только преобразования организации деятельности предприятий. Другие ученые, говоря о содержательной части организационных изменений, подразумевает «...реформирования любого элемента деятельности предприятия: организационной стратегии, программы, продукта, всей организации в целом, а также работы конкретного сотрудника или рабочей группы» [20 с.261].

Таким образом, оценивая организацию предпринимательской деятельности через призму управления знаниями, следует признать необходимость создания кардинально новой модели бизнеса, требующей новых форм организации предпринимательской деятельности и новых типов взаимодействия всех ее участников, которые являются неотъемлемой частью системы в целом и определяют успех функционирования предпринимательской структуры в конкурентной среде.

3.3 Влияние типологии поведения предпринимателей на организацию предпринимательской деятельности

В параграфе 3.1 данного раздела диссертации выделены проблемы, связанные с предпринимательской деятельности и причины их возникновения, обусловленные социально – экономической трансформацией, происходящей в настоящее время во всех сферах хозяйственного механизма Донецкой Народной Республики. При решении этих проблем возникает необходимость стратегического планирования, разработки путей и способов, использование которых даст возможность каждой предпринимательской структуре стать полноправным участником потребительского рынка, одержать победу в же-

сткой конкурентной борьбе, завоевать как можно больший сегмент рынка. В этой ситуации возникает ряд вопросов, а именно: кто будет заниматься планированием, принимать решения; кто будет исполнителем этих решений; кто будет определять характер деятельности предприятия или фирмы? Ответ на все эти вопросы может быть один – предприниматель.

Отсюда логическим становится умозаключение о том, что предприниматель – это не конечное звено в системе социально – экономических структур, предприниматель – это базисное ядро, отражающее все социально – экономические явления и процессы, происходящие в Донецкой Народной Республике.

В контексте рассмотрения особенностей организации предпринимательской деятельности, одним из ключевых фигур становится личность предпринимателя, обязательной характеристикой которой является ее включенность в ту или иную систему социальных отношений. Предприниматель определенным образом влияет на других членов коллектива, общаясь с ними при выполнении предпринимательской деятельности. Для того чтобы лучше понять взаимосвязи личности предпринимателя в процессе формирования социально-трудовых и партнерских отношений, необходимо акцентировать внимание на индивидуальной активности предпринимателя, определяемой его социальным статусом и ролевым поведением.

Рассматривая сущностную характеристику понятия статуса в контексте организации предпринимательской деятельности, следует учитывать тот факт, что в процессе формирования социально-трудовых отношений приоритетное место занимает социальный статус, определяемый, в первую очередь, занимаемой должностью. Отсюда социальный статус можно рассматривать как положение предпринимателя в системе социально-экономической иерархии социально-трудовых отношений. Статус при выполнении одного вида деятельности, по сравнению со статусом другого вида деятельности зависит от того, в какой степени он позволяет реализовать человеку определенные

ценности. Статус «...определяет место в системе социальных отношений, с которым связаны ролевые ожидания...» [20, с.24].

В процессе организации предпринимательской деятельности социальный статус выступает в качестве индикатора трудовой активности предпринимателя, что позволяет делать определенные выводы о его личном росте. Основываясь на результатах оценки личностных свойств и качеств предпринимателя, можно предположить какой будет его индивидуальная предпринимательская активность, и как следствие, определить его социальный статус.

Поскольку определение социального статуса носит формализованный характер, то модель поведения предпринимателя должна соответствовать ожиданиям, ассоциируемым с тем статусом, который он имеет. Подобное ожидаемое поведение принято называть социальной ролью [20, 88, 157, 350].

Р. Линтон понятие «роль» использует для детерминации совокупности образцов поведения, определяющих статус. Это обозначает то, что роль, по мнению автора, – «...это ценности, установки и само поведение, определяемое обществом, приписанные для каждого человека с определенным статусом ...» [350, с.112].

По мнению И.Гофмана, под исполнением роли следует понимать такое поведение, при котором человек, демонстрируя себя перед другими, старается повлиять на окружающих, ориентируясь на свои собственные интересы. При этом автор отмечает, что «...среди исполнителей социальной роли бывают такие, которые полностью увлечены ее исполнением и уверены в том, что она и есть подлинная реальность...» [88, с.54].

Исходя из того, что в деятельности предпринимателя существуют две сферы взаимодействия с другими людьми – межличностная и деловая, – следует различать личный и социальный статус. Личный статус определяется индивидуально-психологическими особенностями предпринимателя, которые проявляются через его отношения к себе, к окружающим людям, к вещам, к делу. Другими словами, ключевым моментом, обуславливающим

личный статус предпринимателя, является не столько его индивидуально-психологические характеристики, сколько их проявление в процессе организации предпринимательской деятельности и межличностного общения.

Современные ролевые теории основываются на концепции Дж. Мида. Само введение это понятия не принадлежит Дж.Миду. оно было позаимствовано из театральной сферы и использовалось в обыденной жизни как метафора поведения различных людей в относительно одинаковых социальных условиях и сходных обстоятельствах. Дж. Мид , на которого ссылается в своих исследованиях Т.Е.Андреева, применил этот термин при исследовании проблемы «принятие роли другого». «Чтобы взаимодействовать, люди должны через представления ставить себя на место человека, с которым осуществляется общение, т.е. посмотреть на себя со стороны глазами партнера по общению» [20,с.180]. Принятие роли позволяет человеку таким образом трансформировать внешний социальный контроль в самоконтроль.

В научной литературе социальная роль рассматривается как совокупность действий, ожидаемых от человека, определяемых его социальным статусом. «Ролевые ожидания нередко касаются не только поведения сотрудника в той или иной роли, но и его внешнего вида – одежды, аксессуаров, украшений, прически. В некоторых официальных ситуациях форма одежды строго регламентируется» [336,с.45].

На формирование ролевых ожиданий не влияет индивидуальное сознание, желание, предпринимателя. Главным фактором, обуславливающим ожидание определенных действий и поступков предпринимателя, является система ценностных установок, принятых в конкретной общности людей в целом и в предпринимательских структурах, в частности. Если предпринимателю известна социальная роль сотрудника в данный момент, то он будет предъявлять к его поведению соответствующие ролевые ожидания. Эти ожидания могут включать в себя вполне определенные предписания, например, связанные с должностными обязанностями сотрудника, определенные за-

преты, например взыскания за нарушение дисциплины. Когда поведение сотрудника, исполняющего определенную социальную роль, соответствует ожидаемому образцу, оно считается успешным.

При этом следует отметить, что на ролевые ожидания существенное влияние оказывают индивидуально-психологические особенности исполнителя. Например, два человека исполняют одну и ту же социальную роль – предприниматель. Их взаимные ролевые ожидания обусловлены не только их социальным статусом, но и свойствами личности каждого из них. Допустим, первый предприниматель, отличающийся высокой требовательностью к организации рабочего места и дисциплине труда, будет требовать от своих подчиненных такого же отношения к организации труда. Второй предприниматель, для которого состояние рабочего места и дисциплина не является фактором, влияющим на результаты труда, может игнорировать эти требования, полагая, что главное – это своевременно и качественно выполнить поставленную задачу.

В отношении своего ролевого поведения предприниматель обладает известной степенью свободы. Вот почему выполнение одних и тех же социальных ролей разными предпринимателями часто имеет определенные различия, хотя в конечном итоге результаты их действий могут оцениваться как успешные. Социальная роль предпринимателя, как система поведения, ожидаемого окружающими людьми, у каждой личности имеет свои характерные отличительные черты. Так, к примеру, если возникает проблема, связанная с развитием предпринимательской деятельности, то ее решает человек, выполняющий социальную роль предпринимателя; если речь идет об организации предпринимательской деятельности, то в этом случае на передний план выходит человек, выполняющий социальную роль предпринимателя-менеджера и т.д.

Если рассматривать социальную роль предпринимателя как структурно-функциональную дефиницию, то следует выделить такие компоненты:

мотивационный, адаптивный, интеграционный, контрольно-ориентационный (рис.3.13).



Рисунок 3.13 – Структурно-функциональная схема дефиниции социальной роли предпринимателя (*авторская разработка*)

Мотивационный компонент заключается в том, что социальная роль, имея целевую ориентацию, обеспечивает индивидуальную предпринимательскую активность. Учитывая трансформационные изменения факторов внешней среды функционирования предприятия и стратегические изменения его внутренней среды, социальная роль предпринимателя является средством для адекватной реакции на складывающуюся ситуацию, т.е. выполняет адаптивную функцию.

Поведение предпринимателя является составляющей компонентой в общей системе социально-трудовых отношений, определяемых организацией предпринимательской деятельности. Отсюда социальная роль предпринимателя, интегрируя усилия участников предпринимательской деятельности в единое целое, способствует установлению порядка.

Контрольно-ориентированный компонент в структурно-

функциональной схеме дефиниции социальной роли предпринимателя продиктован тем, что социально-трудовые отношения в предпринимательской деятельности представляют определенную систему ценностей, которая контролируется и направляется предпринимателем. Поскольку внешним проявлением индивидуально-типологических особенностей предпринимателя выступают его действия и поступки, то возникает необходимость в создании оптимальной модели поведения предпринимателя в контексте организации предпринимательской деятельности.

Если говорить о взаимообусловленности модели поведения предпринимателя, определяющей эффективность предпринимательского решения, и активизацию предпринимательской деятельности, то целесообразно в качестве классификационного принципа взять активность поведения и ответственность за принятые решения.

Социально-трудовые отношения в предпринимательских структурах представляют определенную институционализированную систему ценностей, которая контролируется и направляется социальной ролью каждого сотрудника. Роль в управлении персоналом, с одной стороны, является процессным компонентом статуса и обуславливает индивидуальную активность сотрудника, направленную на реализацию приобретенного статуса, а с другой стороны, выступает мотивационным компонентом, стимулирующим трудовую активность, направленную на приобретение определенного статуса.

Таким образом, статусно-ролевая концепция направлена на оптимизацию предпринимательских решений путем достижения соответствия между индивидуальными особенностями предпринимателя и его социальным статусом.

Освоение социальных ролей – часть процесса социализации личности, неременное условие роста личности в обществе. Усваивая социальные роли, человек усваивает социальные стандарты поведения, учится оценивать себя со стороны и осуществлять самоконтроль. Личность выступает (является)

тем механизмом, который позволяет интегрировать свое «я» и собственную жизнедеятельность, осуществлять нравственную оценку своих поступков, находить свое место в жизни. Таким образом, ролевое поведение выступает инструментом адаптации к определенным социальным ситуациям. Стандарт ролевого поведения предпринимателя задает общество, а исполнение роли носит личностную окраску.

Предприниматель в экономике выполняет три основные социальные роли: во-первых, он выступает как хозяйственник, производитель или продавец товаров и услуг; во – вторых, он является основным потребителем, покупателем этих товаров и услуг; в – третьих, управляет производством, распределением, обменом и потреблением. Исходя из сущностной характеристики выполняемых предпринимателем социальных ролей, выделены такие компоненты предпринимательского поведения: модель поведения предпринимателя со стороны общества; система собственных представлений предпринимателя о том, как он должен вести себя; реально наблюдаемое поведение предпринимателя, занимающего определенный статус (рис.3.14).

При исследовании предпринимательского поведения предложено использовать типологический подход, сущность которого заключается в анализе и систематизации исследуемых признаков или свойств предпринимательского поведения, направленного на выделение их системообразующих связей и сущностного основания. Опираясь на типологический подход при исследовании активности личности, К.Абульханова-Славская отмечает его преимущества по сравнению с индивидуальным: во-первых, он дает обобщенную и вместе с тем достаточно конкретную структуру механизмов, форм и связей активности личности; во-вторых, с его помощью раскрываются не только сами психические качества и особенности, но и причины их генезиса [4].

Бизнес как достаточно новая социальная и профессиональная среда только входит в предметную область научных исследований, поэтому ответ

на вопрос о типах людей в бизнесе является малоизученным. Недостаточное внимание к научным разработкам в указанном направлении приводит к значительным потерям при организации предпринимательской деятельности.



Рисунок 3.14 - Компонентная структура предпринимательского поведения
(авторская разработка)

Изучение врожденных индивидуально-типологических особенностей высшей нервной деятельности является важным условием эффективной предпринимательской деятельности. Современными исследователями установлено, что преобладание в психической деятельности человека того или иного полушария во многом определяет профессиональный выбор и успешность его реализации. Поэтому раннее выявление этих особенностей способствует оптимизации планирования жизненного пути личности, а также улучшению работы с персоналом. Определяя особенности предпринимательской деятельности по сравнению с другими видами и формами организации дея-

тельности, Ф.Лурвинк обращается к соотношению «...влияния биологического и социального факторов на развитие и формирование личности, как критерия сравнительного анализа этих двух видов деятельности» [202, с.35].

В таком подходе есть свое рациональное зерно. Если определять биологический фактор как определенные предпосылки для успешного овладения определенным видом деятельности, то этот фактор приобретает приоритетность влияния, когда речь идет о предпринимательстве. Но абсолютизировать его влияние, по нашему мнению, не следует, поскольку без определенных условий внешнего и внутреннего окружения, без обучения и приобретения профессионального мастерства никакие благоприятные наследственные предпосылки не могут сделать человека настоящим предпринимателем. Характер деятельности предпринимателя в большинстве случаев определяется системой внешнего окружения и способностью предпринимателя адаптироваться в нем.

Традиционно экономическая наука рассматривала предпринимателя именно в качестве «экономического человека», то есть как рационального, изолированного индивида, самостоятельно принимающего решение об открытии собственного дела в соответствии с собственной выгодой, оптимизируя свои действия по критерию максимальной пользы. Хотя последующие экономические теории признавали ограниченность рациональности, то есть ограниченность познавательных способностей, акцент в определении предпринимателя сохранялся на автоматизированном индивиде, самостоятельно принимающем решения экономического характера.

Психологическая интерпретация предпринимателя как модели «психологического человека» характеризуется видением предпринимателя в качестве психологического типа безотносительно от содержания выполняемой им экономической функции. Определенные психологические свойства предпринимателя, его индивидуальные характеристики управляют в этом случае его поведением и делают успешной предпринимательскую деятельность. Диаг-

ностика и прогнозирование оптимального поведения предпринимателя – проблема очень сложная и до сих пор не решенная. Трудность в ее решении определяется тем, что в условиях чрезвычайно быстрых экономических изменений не представляется возможным точно определить условия оптимального поведения в ситуациях, которые в настоящий момент еще не известны и прогнозировать которые весьма сложно. При разработке подхода к проблеме типологии предпринимательской деятельности ряд исследователей [14; 36; 143; 191] руководствуются двумя определяющими соображениями.

Первое: классификация должна быть психологической, т.е. содержать существенные психологические признаки деятельности.

Второе – классификация должна позволять выявлять сходство и различие традиционного предпринимательства и предпринимательства в современных специфических условиях.

Когда мы говорим о психологической классификации, это не значит, что все классификационные основания должны быть психологическими категориями. Речь идет о том, что только та классификация может соответствовать нашим целям, в которой, к какой бы сфере реальности не принадлежала критериальная база, разграничение по этому критерию одновременно отражает и существенные различия в психологическом плане. Например, дифференциация предпринимательской деятельности по признаку отношения к собственности является релевантной и с психологической точки зрения, поскольку мотивационно-целевая основа деятельности различна в случае, когда предприниматель является собственником своего дела, и когда он лишь наемный менеджер.

Ориентирующими при разработке подхода к типологии предпринимательства являются две *основные задачи*: *первая* – систематизация существующих данных по предпринимательству; *вторая* – использование классификации для выявления и диагностики психологических затруднений в реализации основных предпринимательских функций, связанных со спецификой

именно отечественного предпринимательства и отличием его от традиционных форм.

Методологически адекватным базисом для типологии предпринимательской деятельности предложено научно-методический подход, сущность которого состоит в выделении особенностей предпринимательской деятельности в зависимости от уровня ее организации (рис.3.15).

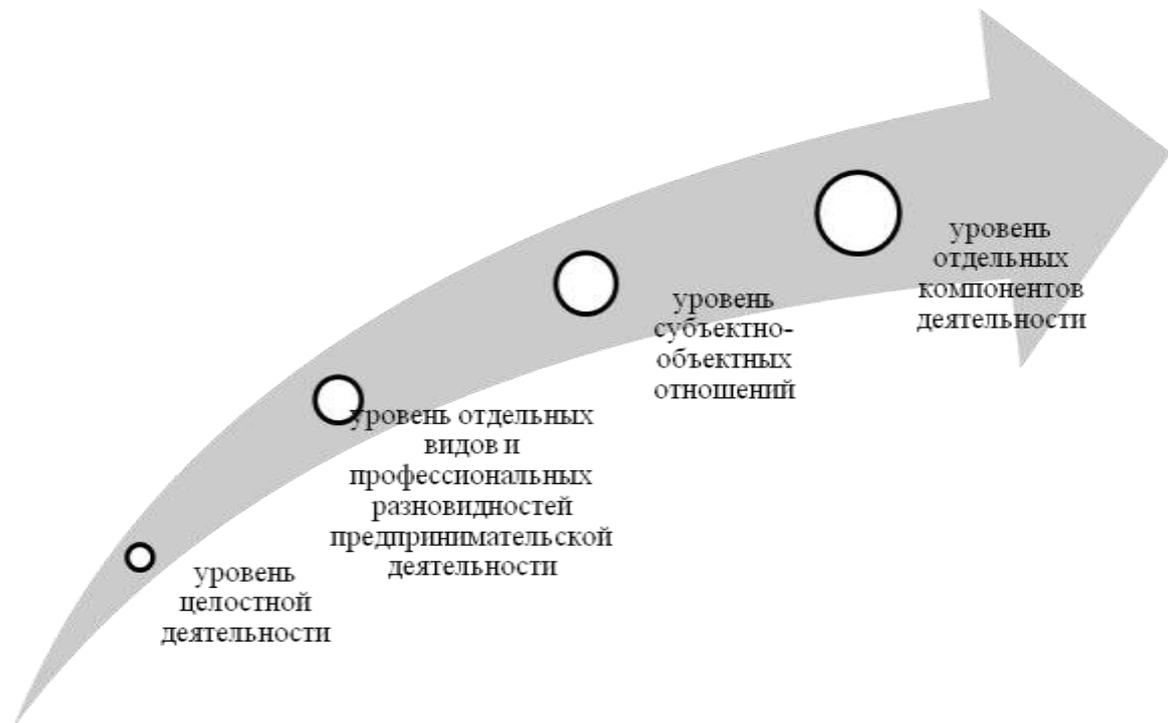


Рисунок 3.15 – Обусловленность типологии предпринимательской деятельности уровнем ее развития (*авторская разработка*)

Типология предпринимательской деятельности по-разному проявляется на разных уровнях его рассмотрения:

первый уровень – уровень целостной деятельности (определение специфики и сущности предпринимательства в ряду других видов деятельности);

второй уровень – уровень отдельных видов и профессиональных разновидностей предпринимательской деятельности;

третий уровень – уровень субъектно-объектных отношений;

четвертый уровень – уровень отдельных компонентов деятельности-

Первые два уровня имеют большее познавательное значение, два других – могут быть использованы, кроме того, для анализа конкретных управленческих ситуаций в процессе осуществления предпринимательской деятельности.

Исходя из того, что в деятельности предпринимателя существуют две сферы взаимодействия с другими людьми – межличностная и деловая, различают личный и социальный статус. Личный статус определяется индивидуально-психологическими особенностями предпринимателя, которые проявляются через его отношения к себе, к окружающим людям, к вещам, к делу. Другими словами, ключевым моментом, обуславливающим личный статус предпринимателя, является не столько его индивидуально-психологические характеристики, сколько их проявление в процессе организации предпринимательской деятельности и межличностного общения.

Одним из факторов, обуславливающим ожидание определенного поведения предпринимателя, является система ценностных установок, принятых в конкретной общности людей в целом и трудовом коллективе, в частности. В поведении предпринимателя одновременно проявляются три компонента: мыслительно-познавательный, эмоционально-коммуникативный и практический, причём один из них, как правило, преобладает. Доминирование мыслительного, познавательного начала показывает тип "мыслителя", эмоционально-коммуникативного – тип "собеседника", практического – тип "практика".

Предприниматель - "мыслитель" предпочитает постоянно размышлять на различные темы, познавать свой внутренний мир и окружающую действительность, иногда фантазировать. Он сосредоточен в себе, малообщителен, не приспособлен к организаторской работе, в которой проявляет себя ни во что не вмешивающимся либералом. Предприниматель-"собеседник" в про-

тивоположность "мыслителю", коммуникабелен, стремится к общению с другими людьми, легко адаптируется к новым условиям, склонен к коллегиальному стилю управления. Предприниматель – «практик» ориентирован на чёткое выполнение стоящих перед ним задач, высокий темп решительных действий, полное завершение всех начатых дел. Как правило, он является хорошим организатором, предпочитающим авторитарный стиль руководства. Более подробные характеристики этих типов поведения приведены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Обусловленность поведения предпринимателя структурными компонентами личности

Структурные компоненты личности	Типы поведения		
	Познавательный	Эмоционально-коммуникативный	Преобразующий тип
Источник информации (сенсорика)	Ощущения черпает внутри себя	Ощущения получает в общении с другими людьми	Ощущения черпает в практических действиях и результатах
Тип решения возникающих проблем, задач	Необходимые сведения ищет в письменных источниках	Сведения добывает в общении с другими людьми	Предпочитает организовать "мыслителей" и "собеседников"
Особенности мышления	Строгая логика и доказательность мыслительных конструкций	Отсутствие строгой логики в мышлении, опора на мнение других людей	Строгая логика с ориентацией на мнение других
Особенности	Трудно переубедить, изменить уже выработанную идею, мысль	Легко изменяет собственную мыслительную конструкцию в пользу благополучия группы	Любое принятое решение отстаивает до конца, даже если оно оказалось неверным
Эмоциональная потребность	Потребность в уединении в тяжёлую минуту	Потребность в людях в тяжёлую минуту	Потребность в действиях в тяжёлую минуту
Динамичность и прогностичность эмоциональных переживаний	Непредсказуемость и неровность эмоциональных реакций	Эмоциональная ровность и предсказуемость	Средняя степень ровности и предсказуемости
Проявления переживаний	Скрытость чувств	Эмоциональная выразительность и открытость	Эмоциональная несдержанность
Ходьба	Угловатость, неуклюжесть движений, вялость походки	Плавная походка	Энергичная, уверенная походка

Поза	Угловатость, напряжённость позы	Расслабленность позы	Уверенность в осанке
Жестикуляция	Либо отсутствует, сдерживается, либо угловатая	Богатая, разнообразная	Решительные манеры
Мимика	Слабость и "бедность" мимики, высокий самоконтроль	Часто соответствует внутренним переживаниям	Выразительная, артистичная
Речь	Замедленная, невыразительная; тихий голос; избегание шума	Лёгкая, мягкая манера общения	С трудом приглушаемый голос, резкие, чёткие фразы и голос

Как показывает анализ исследований моделей поведения [4; 16; 20; 154; 158; 191; 208; 336], при решении проблем типологизации можно использовать разные критериальные признаки и параметры. Однако, на наш взгляд, при рассмотрении типов поведения в бизнесе целесообразно использовать, в первую очередь, базовый принцип деления предпринимательского поведения, отражающий степень ответственности за принятые решения и степень активности предпринимаемых действий, - принцип проактивности

Понятие «проактивность» было введено В.Франклом для обозначения личности, принимающей ответственность за себя и свою жизнь, а не ищущей причин происходящих с ним событий в окружающих людях и обстоятельствах [318]. Основываясь на отношениях предпринимателей к всевозможным вопросам, определяющим их радикально разное поведение в различных ситуациях, выделяют проактивный и реактивный типы поведения. Понятие проактивности включает две содержательные компоненты – это активность и ответственность. Проактивный тип предпринимательского поведения характеризуется тем, что предприниматели преимущественно сами выбирают реакцию на внешнее воздействие; стараются минимизировать воздействие внешних факторов на достижение поставленных целей. Проактивные предприниматели способны «носить свою погоду» при себе – они сосредоточены на своих ценностях, которые продуманы и осознаны; работают над теми

проблемами, с которыми могут что-то сделать или как-то повлиять на их результат. Это рождает уверенность в собственных силах.

Когда в тех или иных жизненных ситуациях предприниматель автоматически реагирует на внешние условия – проявляется его реактивность. Если действия и поступки предпринимателя определяются обстоятельствами и условиями, то это происходит потому, что он позволяет этим им управлять его поведением по умолчанию или в соответствии с сознательным выбором. Делая такой выбор, предприниматель становится «реактивным», на которого часто очень сильно воздействуют факторы внешней даже физической среды. В. Франкл считает, что «...жизненные ценности делятся на три категории: опытные ценности, или то, что с нами происходит; творческие ценности, или то, что мы привносим в свою жизнь; установочные ценности, или наша реакция на трудные обстоятельства» [306, с.144]

Человек проактивен от природы, и, следовательно, если его жизнь складывается в зависимости от других людей и обстоятельств, это происходит потому, что он, сознательно или неосознанно, позволяем собой командовать. Делая выбор в пользу зависимости, человек становится реактивным (несамостоятельными). Предприниматели реактивного типа находятся в колоссальной зависимости от социального окружения, экономического состояния и ситуационных обстоятельств. Они позволяют окружающим людям и условиям предпринимательской деятельности влиять на их решения. Как правило, у них нет точки внутренней опоры, и соответственно их достаточно легко вывести из состояния устойчивости.

Отсюда следует, что поведение предпринимателя проактивного типа обусловлено его решениями, а не обстоятельствами. Он способен подчинять эмоции поставленным целям, которые являются результатом сознательного выбора одной из альтернатив управленческого решения.

На реактивных предпринимателей воздействует и социальная среда, то есть «социальная погода». Если окружающие относятся к ним хорошо, они в

норме. Если нет – они обижаются и занимают оборонительную позицию. Они ждут, что проблемы решатся сами собой; фокусируются на недостатках людей, внешних проблемах и обстоятельствах, которые у них нет возможности контролировать. Эта фокусировка порождает обвинительные установки и усиливающееся чувство собственной жертвенности.

Если предприниматель относится к реактивному типу поведения, то он будет занимать осторожную выжидательную позицию, стараться выбирать такие альтернативы предпринимательских решений, которые связаны с возможно минимальным риском. Такая модель поведения не только не будет способствовать активизации предпринимательской деятельности, но и, наоборот, будет ее замедлять. Однако, принятие предпринимательского решения – это необходимое, но недостаточное условие для активизации предпринимательской деятельности. Важную роль играет реализация этого решения исполнителями – подчиненными, действия которых во многом зависят от умения предпринимателя достичь с ними взаимопонимания, обеспечить мотивацию и организацию труда.

Проактивных и реактивных предпринимателей отличает только отношение к разным ситуациям и обстоятельствам, однако, именно эти отношения обуславливают их разное поведение в конкретных ситуациях, что со своей стороны, также часто становится причиной получения разных результатов при организации предпринимательской деятельности. Не корректным, на наш взгляд, будет заявление о том, что проактивные предприниматели лучше, чем реактивные, просто проактивные предприниматели, как правило, могут достичь больших успехов в организации предпринимательской деятельности и, как следствие, более высоких показателей в финансово-хозяйственной деятельности и в конкурентной борьбе.

Проблемы, с которыми сталкиваются предприниматели, и которые требуют определенной модели поведения, можно разделить на 3 категории:

Проблемы, связанные с поведением самого предпринимателя (под-

дающиеся прямому контролю), которые можно решать, работая над собой. Проблемы, связанные с поведением других людей (поддающиеся косвенному контролю), можно решать, работая над своими моделями поведения с другими людьми.

Проблемы, с которыми предприниматель ничего не может сделать (не поддающиеся контролю). Их нужно принимать как должное, учиться жить с ними, тем самым мы не допуская, чтобы они управляли поведением.

Но какой бы ни была проблема, ее разрешение требует изменений собственных привычек, взглядов и реакций на проблемы. Реактивный подход рассматривает перемены по принципу «извне - вовнутрь», для того, чтобы предпринять шаги к изменению внутри организации, должны измениться внешние условия и обстоятельства.

Проактивный подход предполагает изменения по принципу «изнутри - наружу», т.е. изменения в организации влияют на обстоятельства и условия внешней среды функционирования предпринимательских структур. Внешние стимулы – физические, социальные, психологические – воздействуют и на проактивных людей. Но они выбирают свою реакцию на эти стимулы, руководствуясь своими ценностями.

Внешние обстоятельства могут вредить предпринимателю физически, причинять экономический ущерб. Но его базовая сущность при этом не должна страдать. Напротив, самые трудные испытания, переживаемые предпринимателем, закаляют его, мобилизуют внутренние силы, внутреннюю свободу, помогая справиться с обстоятельствами, вынести урок и стать сильнее.

Если исходить из того, что человек – это наивысшая ценность для фирмы, то организация предпринимательской деятельности должна быть нацелена на проявление разнообразных способностей работников, а предприниматель – стремиться к процветанию фирмы. Но для этого предпринимателю необходимо обладать, наряду с профессиональными умениями и навыка-

ми, определенным психологическим типом. Структура предпринимательской деятельности предполагает исполнение предпринимателем весьма широкого круга действий и обязанностей: разработка технологических схем управления, подготовка и принятие решений, осуществление управленческих функций и взаимодействие с подчиненными, формирование микросреды, выполнение множества дополнительных операций, сопутствующих предпринимательской деятельности.

Функционально полная система психологических характеристик предпринимателя или другими словами психологический профиль – это минимально необходимый набор характеристик, достаточный для описания обобщенного психологического портрета личности предпринимателя и позволяющий сформировать описание всех прочих психологических характеристик, которые таким образом могут быть описаны как комбинация или следствие характеристик, образующих функционально полную систему; это совокупность поведенческих признаков, формирующих характерный способ действий и/или эмоциональных реакций, указывающих на определенные состояния индивида.

О.Крегер и Дж.Тьюсон [191] выделили 16 психологических профилей, основанных на четырех предпочтениях: откуда человек черпает энергию, как человек собирает информацию, как человек принимает решение и отношение человека к жизни (табл.3.3).

Большинство психологических профилей носят в основном положительный, а не отрицательный характер. Профили, ориентированные на предпринимательскую деятельность, нарушают эту тенденцию, поскольку организация предпринимательской деятельности предполагает повышенные требования, связанные с динамичностью изменения внешних и внутренних условий функционирования предпринимательских структур, в результате которых очень часто возникают затруднительные ситуации, эффективность решения которых во многом определяется индивидуально-психологическими

свойствами предпринимателя. Разумеется, в каждом из профилей остается немало сильных и положительных сторон. И чем большую их часть предприниматель сможет полезно использовать, не забывая и о недостатках, тем спокойнее и эффективнее он будет взаимодействовать с окружающими.

Таблица 3.3 – Классификационные критерии оценки модели поведения предпринимателя

Критерий	Признак профильного поведения	Характеристика
Откуда предприниматель черпает свою энергию	Экстраверт	Черпает свою энергию из внешнего окружения
	Интроверт	Черпает свою энергию изнутри своей личности
Каким образом предприниматель собирает информацию	Сенсорный	Собирает информацию дословно и последовательно
	Интуитивный	Собирает информацию фигурально и произвольно
Каким образом предприниматель принимает решение	Мыслительный	Принимает решение объективно и беспристрастно
	Чувствующий	Принимает решение субъективно с пристрастием
Какой стиль поведения предпринимателя- является ведущим	Решающий	Отдает предпочтение тому, чтобы быть решительным и методичным
	Воспринимающий	Отдает предпочтение тому, чтобы быть уступчивым и непосредственным

Источник: [191]

На основе теоретико-методической базы основных принципов типологии поведения проведено исследование, целью которого стала разработка психологического профиля эффективного предпринимателей. По результатам экспертной оценки, определены приоритетные признаки предпринимательского поведения (табл.3.4) Поскольку экспертная оценка типов поведения предпринимателей проводилась путем непосредственного числового оценивания аль-

тернатив, коэффициент компетентности экспертов и обобщенные оценки типов поведения предпринимателя вычислен по апостериорным данным, т. е. по результатам оценки. При этом компетентность экспертов оценивалась по степени согласованности их оценок с групповой оценкой типов поведения предпринимателей.

Таблица 3. 4 – Матрица оценки типов поведения предпринимателей

Типологические признаки поведения предпринимателя	Распределение предпринимателей в зависимости от экспертной оценки, n										Сумма рангов, S
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Источники предпринимательской активности											
Ориентируется на общепринятые нормы и требования предпринимательской среды	7	6	8	7	8	9	6	6	8	9	74
Ориентируется на личную позицию, линию поведения	3	4	2	3	2	1	4	4	2	1	26
Предпочтения предпринимателя к сбору информации											
Предпочитает конкретную информацию о фактах, событиях, процессах	4	5	3	4	4	5	3	2	4	3	37
Ищет опосредованное значение и взаимосвязи между различными явлениями и внутри их	6	5	7	6	6	5	7	8	6	7	63
Способ принятия предпринимателем решения											
При принятии решений логичный беспристрастный аналитик	8	8	9	7	8	9	8	8	8	9	82
При принятии решений учитывает субъективный «человеческий» фактор	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	18
Приоритетный стиль поведения предпринимателя											
Планирует свою работу и работает по своим планам	6	4	5	6	8	7	6	5	7	8	62
Предпринимательское поведение меняется в зависимости от сложившейся ситуации	4	6	5	4	2	3	4	5	3	2	38

Алгоритм вычисления коэффициентов компетентности экспертов и обобщенной оценки типов поведения предпринимателя сведен к расчетам по следующим рекуррентным формулам:

$$x_i^t = \sum_{j=1}^m x_{ij} k_j^{t-1}, \quad i=1,2,3,\dots,n \quad (3.1)$$

$$\lambda^t = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m x_{ij} x_i^t, \quad t=1,2,3,\dots,m \quad (3.2)$$

$$k_j^t = \frac{1}{\lambda^t} \sum_{i=1}^n x_{ij} x_i^t, \quad j=1,2,3,\dots,m \quad (3.3)$$

После математических преобразований формул (3.1), (3.2) и (3.3)

$$k_j = \frac{\sum(x_{ij} * m_i)}{\sum(m_i * S_i)}$$

где

K_j — коэффициент компетентности j -го эксперта;

X_{ij} — оценка i -го объекта, поставленная j -м экспертом;

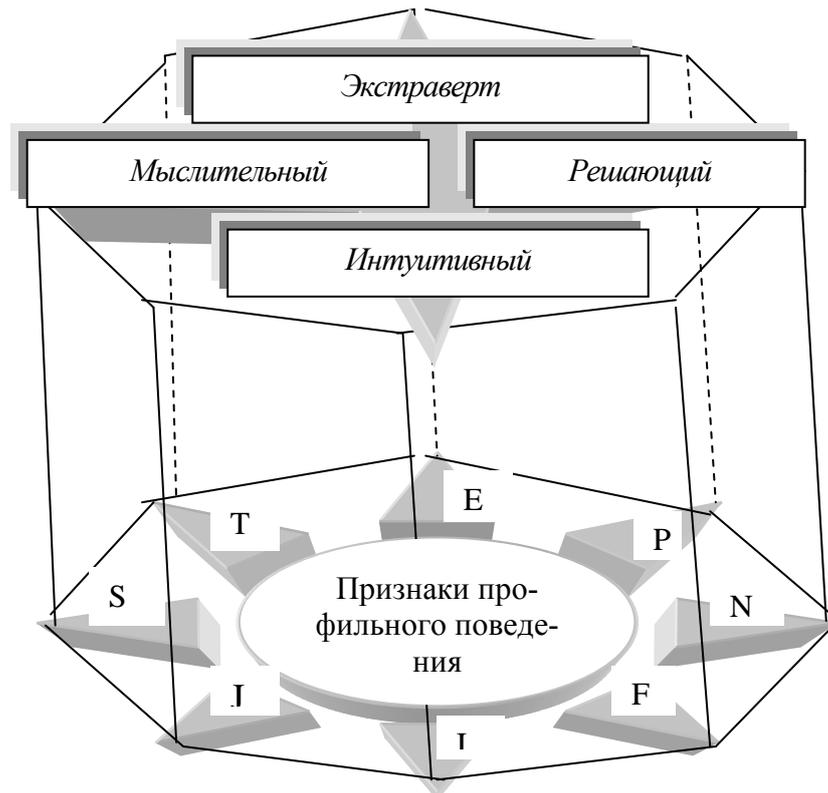
M_i — средняя оценка i -го объекта;

S_i — сумма оценок i -го объекта.

Рассчитанное значение ($W = 0,79$) свидетельствует о высокой степени согласованности мнений респондентов в оценке психологических признаков и предпочтений, характеризующих поведение эффективного предпринимателя (Приложение К). Графическое отражение профиля эффективного предпринимателя представлено на рисунке 3.15. Модель поведения эффективного предпринимателя имеет такие характерологические признаки. Его энергия направлена непосредственно вовне, ориентирована на людей, поэтому их отличает высокая социальная активность.

Восприятие происходящего вокруг таких предпринимателей отличается объемом, многозначностью и целостностью, которые претворяются в объективно обоснованные стратегии и программы, обеспечивающие достижение намеченной цели, соизмеряя принимаемые решения с оценкой возможного риска. Также следует отметить, что предприниматели с рассматри-

ваемым психологическим профилем более активно проводят усовершенствования и новации в структуру организации. Для этого они создают для подчиненных условия, при которых одним из требований выступает способность мыслить самостоятельно и независимо, негативно воспринимая позицию безоговорочного соглашательства.



Где E – экстраверт; I – интроверт; P – решающий; J – воспринимающий; S – сенсорный; N – интуитивный; T – мыслительный; F – чувствующий

Рисунок 3.15 – Психологический профиль эффективного предпринимателя (авторская разработка)

Одним из принципов организации деятельности, характерных для эффективных предпринимателей является следующий: «Лучше принять вызов и проиграть, чем не испытывать увлеченности вообще».

К сильным сторонам эффективного предпринимателя следует отнести

умение действовать быстро и четко. Работа стоит у него на первом месте, и только потом идут семейные и общественные обязанности. Его отличают спокойствие и выдержка, он сохраняет твердость и хладнокровие в форс-мажорных ситуациях и при возникновении непредвиденных обстоятельствах. Исключительные организаторские способности и умение доводить начатое дело до конца позволяют эффективному предпринимателю добиваться успехов в любой сфере предпринимательской деятельности.

Но, к сожалению, иногда они увлекаются и теряют чувство меры. Такие предприниматели, стремясь к конечной цели, в погоне за практическими результатами, оставляют без внимания чувства и интересы исполнителей. Вся область межличностных отношений представляется ими как нечто туманное, неопределенное, поскольку в ней мало что можно предсказать заранее и держать под контролем. В результате, такие предприниматели стараются избегать резного рода щекотливых, деликатных ситуаций и даже отрицать само их существование. Это связано с тем, что в таких ситуациях они чувствуют себя неуверенно, потому что неизвестность подстерегает их на каждом шагу, а контроль может быть утрачен в любую минуту. Плохую службу может им послужить и настойчивая потребность в одиночестве, а также нежелание открыто выражать свои мысли и взгляды.

Результаты сравнительного анализа индивидуально-психологических особенностей предпринимателей описанной модели поведения свидетельствуют о том, что они способны осознать наличие своих слабых мест, перестроится и приспособиться к ситуации. Это они могут делать двумя путями: либо за счет повышения бдительности, или окружив себя помощниками, которые смогут позаботиться о том, что недоступно им. Это можно отнести еще к одной области, в которой эффективно могут применять свои таланты предпринимателя люди рассматриваемого типа поведения.

Н.Л.Ивановой [110] разработана типология самоопределения, позволяющая учесть те параметры предпринимательской деятельности, которые

отражают специфику, как внутренней организации личности, так и способов принятия решений в динамичных и часто неопределенных ситуациях выбора деятельности и направления собственного развития. Это связано с тем, что предприниматель включен одновременно и в определенную профессиональную деятельность, и в сложные социальные отношения, связанные с условиями организации предпринимательской деятельности.

Социальное и профессиональное становление предпринимателя происходит по двум траекториям: понимание особенностей предпринимательской среды и развитие представлений о себе как о субъекте предпринимательской деятельности. Другими словами, у предпринимателя возникает необходимость поиска оптимального соотношения между требованиями ситуации и обстоятельств, возникающих в динамично развивающейся внешней среде и формами индивидуального поведения. Опираясь на эти идеи проведено исследование, результаты которого позволяют определить особенности типологии поведения предпринимателей..

Принятие решения предпринимателем-менеджером во многом зависит, от типа поведения, определяется личными качествами и характерологическими свойствами, которые обозначаются как субъективный фактор. Пользуясь общим методологическим подходом, можно выделить несколько типов предпринимателей. Предприниматель – фанатик решений, который любому незначительному факту придает большую значимость и считает его причиной для принятия решения.

Второй тип – это поверхностный, внутренне нерешительный человек, который колеблется, не зная, какой вариант решения предпочесть, у него нет твердой линии поведения. Так называемый неврастеник не потерпит положение, когда какая-то проблема не решена. Он сразу же соберет совещание и станет добиваться принятия решения. Противоположный тип - предприниматель, не видит никаких проблем, по его мнению, всегда все в порядке. Импульсивный тип реагирует активно и часто принимает решения необдуманно,

поскольку наугад выбирает случайный вариант.

Личность предпринимателя, его опыт, деловые и характерологические особенности играют ведущую роль в организации предпринимательской деятельности. Для предпринимателей очень полезно усвоить последовательный и систематизированный подход к своему развитию. По мере того, как совершенствуются профессиональные навыки и умения, формируется твёрдая основа для компетентной работы. Поэтому в развитии предпринимательских навыков должны участвовать и организация, и сам предприниматель. Чтобы квалифицированно организовывать предпринимательскую деятельность, предпринимателю необходимо иметь соответствующие знания в области экономики, организации производства и управления.

Отличительной особенностью принятия предпринимательского решения является то, что его трудно стандартизировать и свести к ограниченному набору алгоритмов, в связи с этим в ней повышается роль субъективных психологических факторов. Существуют, конечно, многочисленные правила, процедуры и методы принятия предпринимательского решения, которые облегчают этот процесс, однако каждый предприниматель по своему личному опыту знает, как велика роль субъективных и интуитивных факторов в этом процессе. В силу этого функция принятия предпринимательского решения является предметом изучения двух наук – теории управления и психологии управления. Это в равной мере и организационно-экономическая проблема и психологическая.

Предприниматель-менеджер работает с людьми ежедневно, при этом основной формой их взаимодействия является общение. Отсюда знания механизмов общения, развитие навыков достижения взаимопонимания в процессе общения, умение слушать и в полном объеме использовать информационно-регулятивную функцию общения позволяет предпринимателю не только управлять поведением людей, но и стимулировать их действия и поступки. Это достигается путем профессионального использования мотиваци-

онной направленности работников, обусловленной, прежде всего, личной заинтересованностью каждого рабочего или служащего, о чем более подробно рассмотрено в параграфе 3.2.

Анализ опыта ведущих фирм, работающих в условиях рыночной экономики, показывает, что предприниматели много внимания уделяют, с одной стороны, возобновлению потенциала предприятия, с другой – развитию, обогащению и повышению надежности связей с партнерами. Такие предприятия создают максимально возможные условия для реализации творческого потенциала своих работников. При этом предприниматель ориентирован не только на поиск возможностей победить конкурентов, но и на создание эффективных кооперативных связей с деловыми партнерами, иногда даже с бывшими конкурентами. Обусловлено это тем, что осложнения, ускорение экономических процессов повышает общую взаимозависимость субъектов предпринимательской деятельности и других стейкхолдеров рынка.

В условиях развития предпринимательства как сектора экономики появляется необходимость выполнения предпринимателем новой функции, направленной, на связь с внешним окружением, что приводит к возникновению функциональных изменений в предпринимательской деятельности.

В этих условиях длительные, прочные связи с внешним окружением превращаются в стратегический ресурс предпринимателя. Сохранение и расширенное воспроизводство капитала предпринимателей определяется теперь не только и не только способностью удовлетворять постоянно потребности покупателей и потребителей их продукции, но также сохранением, развитием связей с партнерами, общественностью и т.д..

Как известно, психология управления различает два противоположных стиля руководства: авторитарный и либеральный. Первый в своем крайнем выражении, характеризуется особенно жесткой постановкой цели и нежеланием отказаться от собственного мнения, точки зрения. Характерологическими чертами этого стиля является непокорность, нетерпимость, которая

доходит до грубости, строгость, прямолинейность.

Названные черты чаще всего наблюдаются у людей, обладающих неуверенностью в своих профессиональных или личных возможностях, которые они хотят прикрыть авторитарными распоряжениями. Либеральный стиль характеризуется особой уступчивостью руководителя (иногда это приводит даже к потере самой цели в процессе коммуникации), который предоставляет партнеру инициативу в формулировке цели и готового принять ее без возражений. Такое поведение (хотя и не всегда) указывает на особую психическую уступчивость людей, независимых в своих умозаключениях, полностью уверенных в их правоте и потому готовых "потакать" наклонностям и пожеланиям собеседников при уверенности в неизбежной победе своего единственно правильного взгляда.

Названные два стиля поведения в их крайнем выражении приводят к отрицательным результатам при принятии предпринимательских решений, ослабляя его эффективность: авторитарный стиль может привести к агрессивному противодействию подчиненных (открытой или скрытой), которые чувствуют себя обезличенными, отождествляют цель ее "диктатором", который ее выражает, и поэтому настроенных на ее неприятие. В случае крайнего либерального подхода предпринимателя может произойти "хаотическая реакция", особенно при наличии нескольких сотрудников и невозможности координировать многочисленные наклонности и пожелания.

Периодичность и продолжительность развития внешних изменений могут в значительной степени колебаться. В первую очередь, это касается стратегических изменений, обусловленных логикой развития макросистемы. Для инновационного уровня управления значения характеристик внешней среды более устойчивые, поскольку продолжительность жизненного цикла продукции, технологий и сегментов рынка в большинстве связана с внутренними ограничениями предприятия на сроки разработки и внедрения технических новшеств.

При проектировании систем управления для снятия указанных неопределенностей можно использовать периодичность планирования, которая соответствует минимальному промежутку времени между двумя ожидаемыми изменениями, и максимально допустимый горизонт планирования.

Выводы по разделу 3

1. Экономический анализ предпринимательства в Донецкой Народной Республике свидетельствует о наличии стратегических и тактических просчетов в действиях законодательной и высшей исполнительной власти, касающиеся начального периода его формирования как системы хозяйствования. Важной предпосылкой успешного развития предпринимательства в Республике предложено создание системы государственной поддержки формированию предпринимательской среды.

2. Результаты причинно-следственного анализа развития малого и среднего бизнеса в Донецкой Народной Республике показали, что наиболее острыми из проблемами являются: высокие налоги и их большое количество; частые изменения налоговой отчетности; низкий покупательский спрос населения; частые изменения в законодательстве; большое количество законодательных актов.

3. Названные проблемы являются следствием макроэкономической ситуации в Донецкой Народной Республике в целом, и никак не связаны с внутренними процессами, происходящими в предпринимательских структурах или с формой их собственности.

4. Не умаляя значимости перечисленных причин, сделан вывод о том, что главной, базовой причиной является недостаточно тщательная и глубокая разработка программы развития предпринимательства в Донецкой Народной Республике с позиций комплексного подхода к решению выделенных проблем.

5. Развитие инновационных процессов, которые происходят в современной хозяйственной системе Донецкой Народной Республики, создает необходимость ускорения реакции предпринимательских структур на изменения внешней среды, своевременного изменения тактических и стратегических целей, согласование их с интересами партнеров по бизнесу.

6. Анализ структуры малого предпринимательства в Донецкой Народной Республике показал, доля малых торговых предприятий в общем количестве предпринимательских составляет более 32%. В последние годы наблюдается процесс деспециализации розничной торговой сети, что привело к реализации товаров, которые несвойственны ассортиментному профилю, отсутствию условий для их продажи, к однообразию предполагаемого ассортиментного набора во многих магазинах, особенно в мелкорозничной сети.

7. Одной из распространенных форм торгового предпринимательства в Донецкой Народной Республике является торговля на местных рынках. Рыночная торговля по своему назначению является замыкающим звеном в процессе распределения товаров и выполняет функцию предоставления необходимых услуг потребителю. Сфера рыночной торговли – это одна из составных частей функционирования местного рынка и рассматривается как одна из разновидностей торговли на потребительском рынке товаров и услуг.

8. Поскольку модель предпринимательства является подсистемой общей модели экономики Донецкой Народной Республики, то в этой связи в качестве главного экономического приоритета определен процесс социально направленного рыночного хозяйства, требующий разработки системно-структурных, глобально-эволюционистских концепций, среди которых важное место занимает теория управления знаниями.

9. В работе выделены основные факторы результативности, которые следует учитывать при организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний. В целом эти факторы связаны либо с персональ-

ными способностями к знаниям, либо с организационными способностями к знаниям, которые должны дополнять друг друга, поскольку успешная инициатива должна интегрировать и развивать оба комплекта способностей.

10. В результате сущностно-содержательной характеристики научных исследований в сфере экономики предпринимательства и управления знаниями разработан дескриптивный подход к модернизации предпринимательской деятельности на основе управления знаниями, отражающий совокупность структурно-логических связей, базовым элементом которых выступает система управления знаниями. В процессе создания и использования системы знаний происходит акселерация инновационного развития предпринимательских структур, опирающаяся на непрерывный поиск и использование новых способов и сфер реализации потенциала предприятий в изменяющихся условиях внешней среды в рамках выбранной миссии и приемлемой мотивации предпринимательской деятельности.

11. Одновременно с акселерацией инновационного развития предпринимательских структур в результате создания системы управления знаниями происходит накопление интеллектуального капитала, основной структурной частью которого выступает человеческий капитал, под которым понимают знания и опыт, навыки и способности всей совокупности работников предприятия. интеллектуальный капитал определяется как совокупность информации и знаний.

12. Обеспечивающими условиями для модернизации предпринимательской деятельности выступают внедрение информационных технологий и организационные изменения. Оценивая в этих условиях организацию предпринимательской деятельности через призму управления знаниями, следует признать необходимость создания кардинально новой модели бизнеса, требующей новых форм организации предпринимательской деятельности и новых типов взаимодействия всех ее участников, которые являются неотъемлемой частью системы в целом и определяют успех функционирования пред-

принимательской структуры в конкурентной среде.

13. Обосновано, что статусно-ролевая концепция направлена на оптимизацию предпринимательских решений путем достижения соответствия между индивидуальными особенностями предпринимателя и его социальным статусом. Рассматривая социальную роль предпринимателя как структурно-функциональную дефиницию, в работе выделены такие компоненты: мотивационный, адаптивный, интеграционный, контрольно-ориентационный.

14. В качестве классификационного принципа при определении типологии предпринимательского поведения в бизнесе взяты активность поведения предпринимателя и его ответственность за свои решения. Обоснована целесообразность использования базового принципа деления предпринимательского поведения, отражающего степень ответственности за принятые решения и степень активности предпринимаемых действий, - принцип проактивности.

15. Сравнительный анализ проактивных и реактивных предпринимателей показал их главное отличие - отношение к разным ситуациям и обстоятельствам, что часто становится причиной получения разных результатов при организации предпринимательской деятельности. Проактивные предприниматели, как правило, могут достичь больших успехов в организации предпринимательской деятельности и, как следствие, более высоких показателей в финансово-хозяйственной деятельности и в конкурентной борьбе.

16. При исследовании предпринимательского поведения предложено использовать типологический подход, который заключается в анализе и систематизации исследуемых признаков и свойств предпринимательского поведения, направленного на выделение их системообразующих связей и сущностного основания. Методологически адекватным к типологии предпринимательской деятельности предложено использовать научно-методический подход, сущность которого состоит в выделении особенностей

предпринимательской деятельности в зависимости от уровня ее организации.

17. На основе теоретико-методической базы основных принципов типоведения проведено исследование, целью которого стала разработка психологического профиля эффективного предпринимателя, использование которого способствует повышению самоактуализации и самореализации предпринимателя при организации предпринимательской деятельности.

Основные результаты раздела представлены в следующих публикациях:

[99, 113, 115, 121, 129, 132, 137]

РАЗДЕЛ 4 МЕТОДОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ ЗНАНИЙ

4.1 Система управления знаниями, интегрированная в организацию предпринимательской деятельности с аргументацией основных и вспомогательных бизнес-процессов

Отсутствие целостной системы организации всего хозяйственного механизма в Донецкой Народной Республике требует внедрения в жизнь модели организации предпринимательской деятельности. Кроме того, наблюдается большое разнообразие форм организации, целей, стилей предпринимательской деятельности. Все это обуславливает возникновение целого ряда проблем, которые определяются не только субъективными свойствами предпринимателей или конкретной ситуацией, но и имеют принципиальный характер. Это трудности универсальные и характерные для парадигмы организации предпринимательской деятельности, которая сложилась в предпринимательстве на современном этапе его развития, основные характерологические признаки которой представлены на рисунке 4.1.

Во-первых, традиционно считается, что предприниматель должен понимать всех, а его проблемы не должны интересовать никого. Такое положение, с одной стороны, заложено в профессиональную культуру подчиненных, с другой, предприниматели считают, что их проблемы – табу для персонала. Вследствие такого отчуждения подчиненных от проблем предпринимателя возникают многочисленные ситуации, требующие от подчиненных инициативы, творческих действий, которые выходят за пределы формальных обязанностей и ориентированных на проблемы предприятия в целом.

Во-вторых, предприниматель менее компетентен, чем его подчинен-

ные в рамках их профессиональных областей. При возникновении рискованных ситуаций и ситуаций неопределенности, которые охватывают одновременно несколько направлений деятельности предприятия предприниматель не всегда может сформировать собственную позицию по вопросу целесообразности риска или его допустимого уровня.

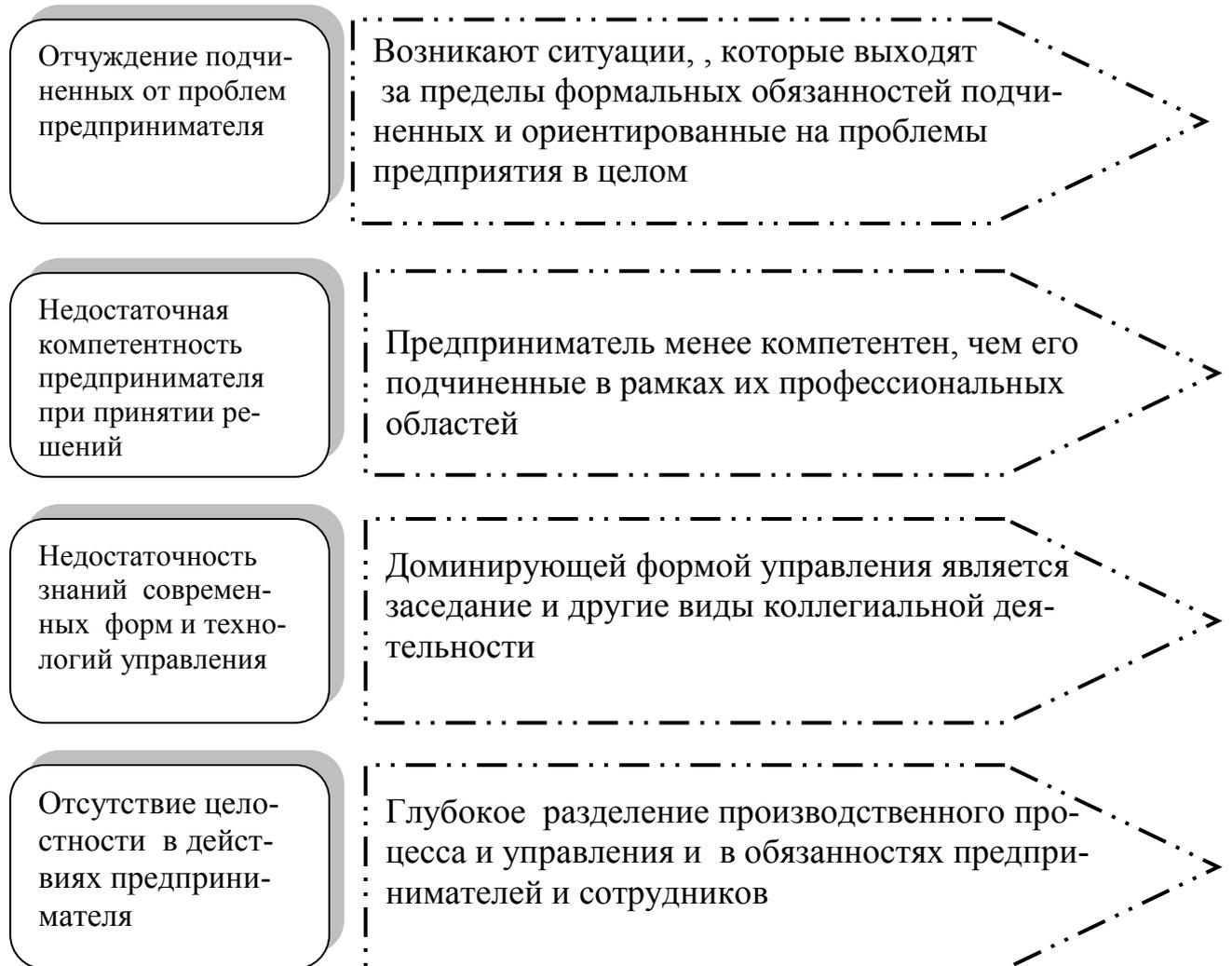


Рисунок 4.1 – Факторы-аргументы, затрудняющие организацию предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике (авторская разработка)

В-третьих, недостаточность знаний современных форм и технологий управления приводит к тому, что доминирующей формой управления стано-

вятся заседания и другие виды коллегиальной деятельности.

В-четвертых, глубокое разделение производственного процесса и управления в обязанностях предпринимателей и сотрудников затрудняет использование целостного механизма регулирования процессов организации предпринимательской деятельности.

Кроме обозначенных на рисунке 4.1 трудностей, которые обуславливают появление новых подходов к организации предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике, следует обратить внимание еще на одну особенность современного развития отечественных предпринимательских структур. В соответствии с эволюционной концепцией теории управления: задачи организации предпринимательской деятельности распределяются по трем основным уровням: оперативном, инновационном и стратегическом.

На стратегическом уровне осуществляется реакция на глобальные изменения во внешней среде, корректируются цели предпринимательской деятельности в соответствии с обозначенной миссией, выбирается корпоративная стратегия, готовятся системы, структуры для реализации стратегии. При этом стратегия включает набор целевых установок для инновационного уровня организации предпринимательской деятельности, на котором происходит адаптация предпринимательской деятельности к изменяющимся в рыночной и инновационной дифференциации внутри сфер хозяйственной деятельности, формируются целевые установки для соответствующих функций.

На оперативном уровне в пределах целевых установок по набору сегментов "товар – рынок" составляется подробный план хозяйственных операций по функциональным подразделениям. Стратегический и инновационный уровни организации предпринимательской деятельности обеспечивают внешнюю ее эффективность, а оперативный – внутреннюю (рисунок 4.2)

.Осуществление управления знаниями на каждом уровне определяют ряд универсальных параметров. Значения параметров для стратегического

уровня организации предпринимательской деятельности определяются подсистемой управления знаниями, ориентированной на стратегические изменения социально-экономического окружения и предпринимательской среды. К характеристикам знаний, которые задаются внешней средой, можно отнести систематичность изменений, морфологическую связь ожидаемых изменений с предыдущими, периодичность их возникновения и продолжительность развития. Внешние изменения могут или систематически появляться одно за другим, или быть разовыми, когда промежуток времени между ними превышает доступный горизонт планирования.



Рисунок 4.2 – Уровни управления, обеспечивающие внутреннюю и внешнюю организацию предпринимательской деятельности

Инновационный уровень организации предпринимательской деятельности требует развития подсистемы управления знаниями, ориентированной на изменение инновационного климата страны и региона, инновационной привлекательности отрасли, инновационной политики и активности. Разовые

изменения требуют при организации предпринимательской деятельности однократной реакции на соответствующем уровне управления, тогда как на непрерывные изменения необходимо реагировать постоянно. Рассмотрим задачи управления знаниями на стратегическом и тактическом уровнях (рис.4.3).



Рисунок 4.3 – Обусловленность задач управления знаниями уровнями их решений

Для оперативного уровня организации предпринимательской деятельность параметры задаются внешними и внутренними потоками информации, структурными изменениями, направленными на установление взаимосвязи между системой управления знаниями и другими бизнес-процессами. Одной

из функций управления знаниями является установление тенденций и закономерностей организации предпринимательской деятельности. В этом случае возможна экстраполяция предыдущего опыта выработки управленческой реакции на будущее. Чем слабее связь с прошлым, тем в большей степени при прогнозировании и планировании предпринимательской деятельности возникает необходимость в дополнительном проведении расчетно-аналитической работы по созданию факторных моделей и построению сценариев на базе экспертных, статистических и интуитивных методов.

Поскольку процесс управления знаниями рассматривается неотрывно от человека, то принимается во внимание тот факт, что эффективное формирование и использование интеллектуальных ресурсов во многом зависит от организационной среды, в которой протекают эти процессы. Важнейшей характеристикой такой среды является корпоративная культура. Представим это интеллектуальное пространство в виде многомерной модели организационных взаимосвязей с аналитическим центром по управлению знаниями, который занимается процессами систематизации знаний и их распространением. (Рис 4.4).

Запуская процесс по созданию нового знания, специалистами аналитического центра разрабатывается определённая стратегия по его формированию, т. е. каким образом будет создано новое знание. Процесс производства нового знания начинается со сбора необходимых фактов из общего поля данных окружающей среды. Поступая в интеллектуальное пространство, данные подлежат анализу и систематизации. Так как на предприятии функционирует несколько структурных подразделений, то данные также распределяются по принадлежности к определенному подразделению.

Предлагаемая многомерная модель управления знаниями в предпринимательских структурах предполагает постоянный свободный доступ и обмен всеми информационными ресурсами, которые поступают в интеллектуальное

Поскольку эта модель представляет собой интеллектуальное пространство предпринимательской структуры (или пространство знаний), которое включает процессы преобразования знаний и объединения людей, и одновременно предполагает открытый и постоянный доступ ко всем информационно-знаниевым ресурсам и возможность неоднократно возвращаться к ним, то на предприятии формируется определенный комплекс знаний. Управление знаниями – это качественно иной уровень управления интеллектуальными активами предприятия, позволяющий не только открывать регламентированный доступ персонала к единолично формализованным знаниям, но и администрировать основной объем корпоративных знаний (как формальных, так и неформальных).

Логическая модель системы управления знаниями, представленная на рисунке 4.5, основывается на принципе систематизации и последовательности формулирования и решения четырех блоков задач, а также на принципе цикличности, который показывает, что результат выполнения функциональных действий по решению каждого блока задач является предпосылкой для решения задач, предусмотренных последующим.

Первый блок задач системы управления знаниями направлен на изучение стратегических изменений внешней и внутренней среды функционирования предприятия и включает проведение оценки и анализа состояния национальной экономики; социально-политической ситуации; конъюнктуры потребительского рынка; исследование достижений науки и техники. Это связано с тем, что каждая факторная компонента внешней среды оказывает влияние в той или иной степени на реализацию структурно-функциональных задач системы управления знаниями.

Наличие в предпринимательских структурах различных видов знаний требует особой организации работы с ними – необходимо стремиться к формированию такого подхода к управлению знаниями, который бы давал воз-

возможность соотносить, интегрировать и уравновешивать различные компоненты и отдельные составляющие интеллектуального капитала фирмы.



Рисунок 4.5 – Логическая модель системы управления знаниями

Систематизировано автором по источникам: [60; 82, 99, 146, 230, 275,]

Для этого необходимо создание единой системы – системы управления знаниями. Система управления знаниями (СУЗ) – это набор повторяемых на регулярной основе управленческих процедур, призванных повысить эффективность сбора, хранения, распространения и использования ценной информации.

мации с точки зрения предприятия.

Система управления знаниями представляет схему разработки и размещения стратегически важного запаса знаний, который требуется для повышения конкурентных преимуществ предпринимательской структуры в условиях инновационно-информационного развития предпринимательской среды. С целью расширения и реализации знаний в предпринимательские структуры должны использовать научно-методический инструментарий, обеспечивающий взаимосвязанное управление всеми элементами процесса управления знаниями (рис.4.6).

Основной задачей любой предпринимательской структуры на стратегическом уровне является умелое сочетание стратегии управления знаниями с общей стратегией предприятия. Управление знаниями на этом уровне требует постоянной переоценки существующего интеллектуального капитала в соответствии с будущими потребностями предприятия.

Хотя отдельные работники, так или иначе, участвуют в создании знаний, которые в дальнейшем окажут заметное влияние на распределение производственных ресурсов, эта часть процесса управления знаниями связана в основном с деятельностью специализированных групп и лидеров предприятия. Оценивая предприятие через призму управления знаниями, следует признать необходимость создания кардинально новой модели бизнеса, требующей новых форм менеджмента и новых типов контрактов с работниками, которые являются неотъемлемой частью системы в целом и определяют успех предприятия. Лидеры предприятия выступают уже не в привычной роли, а в качестве партнера менеджеров среднего звена и рядовых работников предприятия. Характер социально-экономической динамики как совокупности процессов, в результате которых экономические явления следуют друг за другом, имеет определяющее значение для фундаментальных принципов действия экономических механизмов.

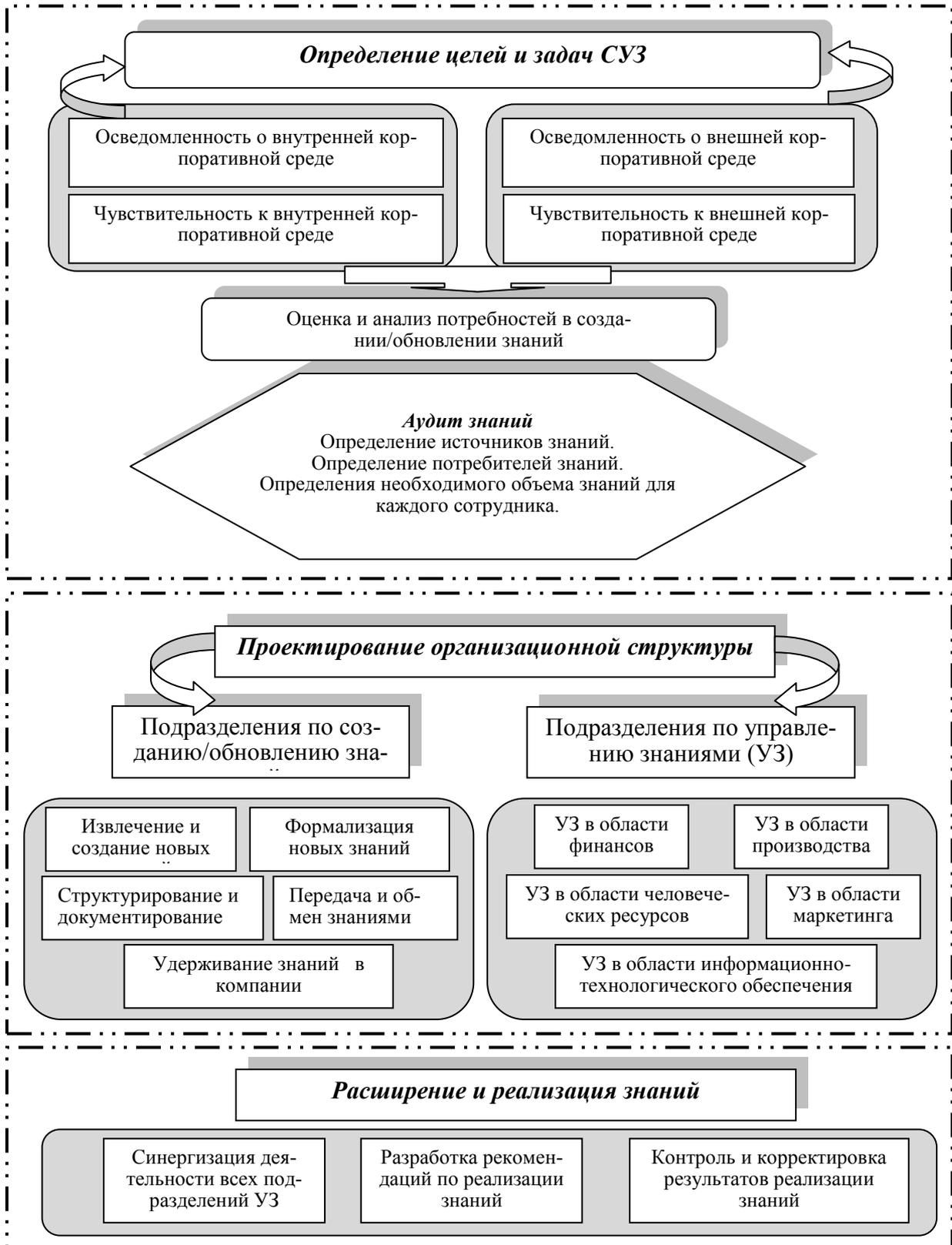


Рисунок 4.6 – Научно-методический подход к созданию системы управления знаний в предпринимательских структурах (авторская разработка)

Одновременно в них раскрываются причинные связи между явлениями и фактором времени, формирует представление о времени и фазы действия в ходе последовательного развития.

Поскольку одной из задач предприятия, функционирующего в конкурентной среде и использующего рыночные формы хозяйствования, является адаптация к трансформациям внешней среды путем стратегических изменений, то можно сделать вывод о том, что система управления знаниями выступает одним из главных инструментов таких изменений. Чтобы сохранять и приумножать конкурентные преимущества, предприятию необходимо накапливать знания из прошлого и расширять их в соответствие с запросами завтрашнего рынка.

С ускорением преобразований структуры предприятий и возрастанием неопределенности внешней среды возрастает и значение наличных и развивающихся компетенций как стратегического ресурса, определяющего конкурентоспособность предприятия в долгосрочной перспективе. Знания, полученные из вчерашнего опыта, полезны только до тех пор, пока видна четкая перспектива будущего. Компетентность, напротив, оснащает предприятие оружием против еще неизвестных на данный момент изменений. Развитие системы компетенций затрагивает интересы, как работодателей, так и работающих. Компетенции работников предприятия – это не просто общая совокупность знаний, а достаточно строгая, хотя и находящаяся в постоянном движении система. Соединение многочисленных, порою существенно отличающихся друг от друга компетенций происходит в самом работнике, поскольку именно он является носителем компетенций. Компетентность соотносится не с неизменным набором компетенций, а с их развитием на основе развития знаний, навыков и умений с учетом как изменений внешней среды, так и совокупности возможных стратегий предприятия. Соответственно, реальный уровень компетентности является гибкой величиной, для оценки которой особое значение приобретает новизна полученных на основе имею-

щихся компетенций результатов. В отличие от реинжиниринга, управление знаниями стимулирует непрерывные модификации и инновации со скоростью, которая, по крайней мере, соответствует темпу развития рыночной динамики. В современных условиях изменения, безусловно, неизбежны, следовательно, и новаторство должно быть постоянным.

Поскольку изменения внешней среды происходят постоянно, их скорость и трудности прогнозирования растут, адаптационных процессов становится недостаточно для поддержания конкурентоспособности предпринимательских структур хотя бы среднесрочной перспективе. Для эффективного взаимодействия с внешней средой им необходимо развитие, то есть необратимые, положительные качественные преобразования, которые обеспечат эффективную реализацию существующих бизнес-функций или получения новых бизнес-функций и структурных соотношений.

При внедрении системы знаний одним из приоритетных заданий предпринимателя является синхронизация целей в соответствии с базовой стратегией предпринимательской деятельности. Поэтому на этапе внедрения знаний целесообразно провести идентификацию ключевые бизнес-процессов и определить требования к знаниям, обеспечивающим успешность протекания этих бизнес - процессов, то есть установить, какие элементы знаний являются приоритетными. Если рассматривать бизнес-процесс как «...логичный, последовательный, взаимосвязанный набор мероприятий, который потребляет ресурсы, создает ценность и выдает результат...»[63, с.2], то управление знаниями можно, на наш взгляд, определить как самостоятельный бизнес процесс наряду с другими бизнес-процессами предпринимательской структуры.

Остроту научных дискуссий придает тот факт, что до сих пор еще нет полного четкого понимания способов и механизмов эффективного управления знаниями и их внедрения в предпринимательскую деятельность. Это объясняется тем, что, во-первых, управление знаниями – это многоаспектный, разноплановый процесс, включающий в себя совершенно разные со-

ставляющие: создание, хранение, обмен и передачу знаний, – который по своему функционально-содержательному признаку является самостоятельным бизнес-процессом предпринимательской структуры.

Управление знаниями как бизнес-процесс рассматривается как основа формирования мощных конкурентных преимуществ на предприятии, находится в взаимосвязи и взаимообусловленности со всеми бизнес-процессами предприятия, а также ориентировано на постоянные их изменения. Управление знаниями рассматривается автором как обслуживающий бизнес-процесс, который не просто находится во взаимосвязи и взаимодействии с основными и вспомогательными бизнес-процессами предпринимательской структуры, но и диффундирует в их протекание, обеспечивая эффективность реализации каждого бизнес-процесса и успешность деятельности предприятия в целом.

Применительно к предпринимательской деятельности управление знаниями можно рассматривать как стратегию, которая трансформирует все виды интеллектуальных активов в более высокую производительность и эффективность, в новую стоимость и повышенную конкурентоспособность предпринимательских структур. Система управления знаниями имеет дихотомический характер: с одной стороны система управления знаниями выполняет обеспечивающие функции для протекания всех бизнес-процессов в предпринимательских структурах; с другой стороны управление знаниями как самостоятельный бизнес-процесс обеспечивается основными и вспомогательными бизнес-процессами предпринимательских структур (рис.4.7).

В экономической литературе ряд авторов связывают эффективность протекания бизнес-процессов с формированием или изменением функционально-организационной структуры, обеспечивающей повышение эффективности деятельности предприятия в целом [21; 147]. Такой подход предполагает объединение усилий всех подразделений функционально-организационной структуры предприятия, направленный на получение синергетического эффекта полученных результатов.

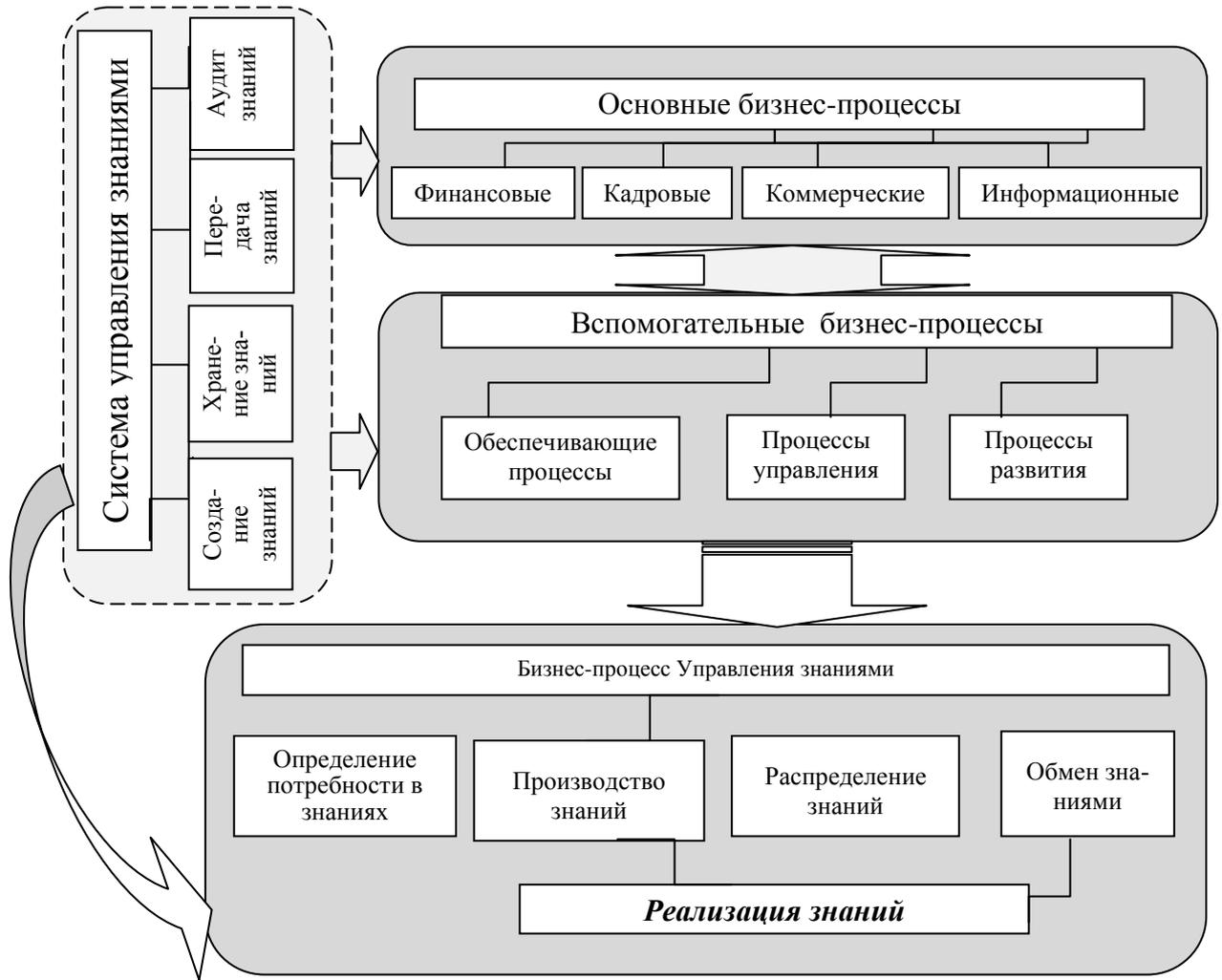


Рисунок 4.7 – Научно-методический подход к управлению знаниями во взаимосвязи с бизнес-процессами предпринимательских структур (авторская разработка)

Апробация научно-методического подхода к управлению знаниями во взаимосвязи с бизнес-процессами предпринимательских структур была проведена на предприятии ООО «ДонФрост». Согласно статистике и результатам анализа последствий военно-политического кризиса рынок бытовой техники в Донецкой Народной Республике является одним из самых быстроразвивающихся и перспективных, поскольку в период послевоенного становления население Республики нуждается в соответствующих товарах надлежащего качества и по доступным ценам. В структуру рынка бытовой техники

входит такой сегмент, как рынок крупной бытовой техники – это холодильники, морозильники, кухонные плиты, климатическая бытовая техника. Именно на этом сегменте рынка специализируется ООО «ДонФrost». Сеть бизнес-процессов ООО «ДонФrost» представлена на рисунке 4.8.

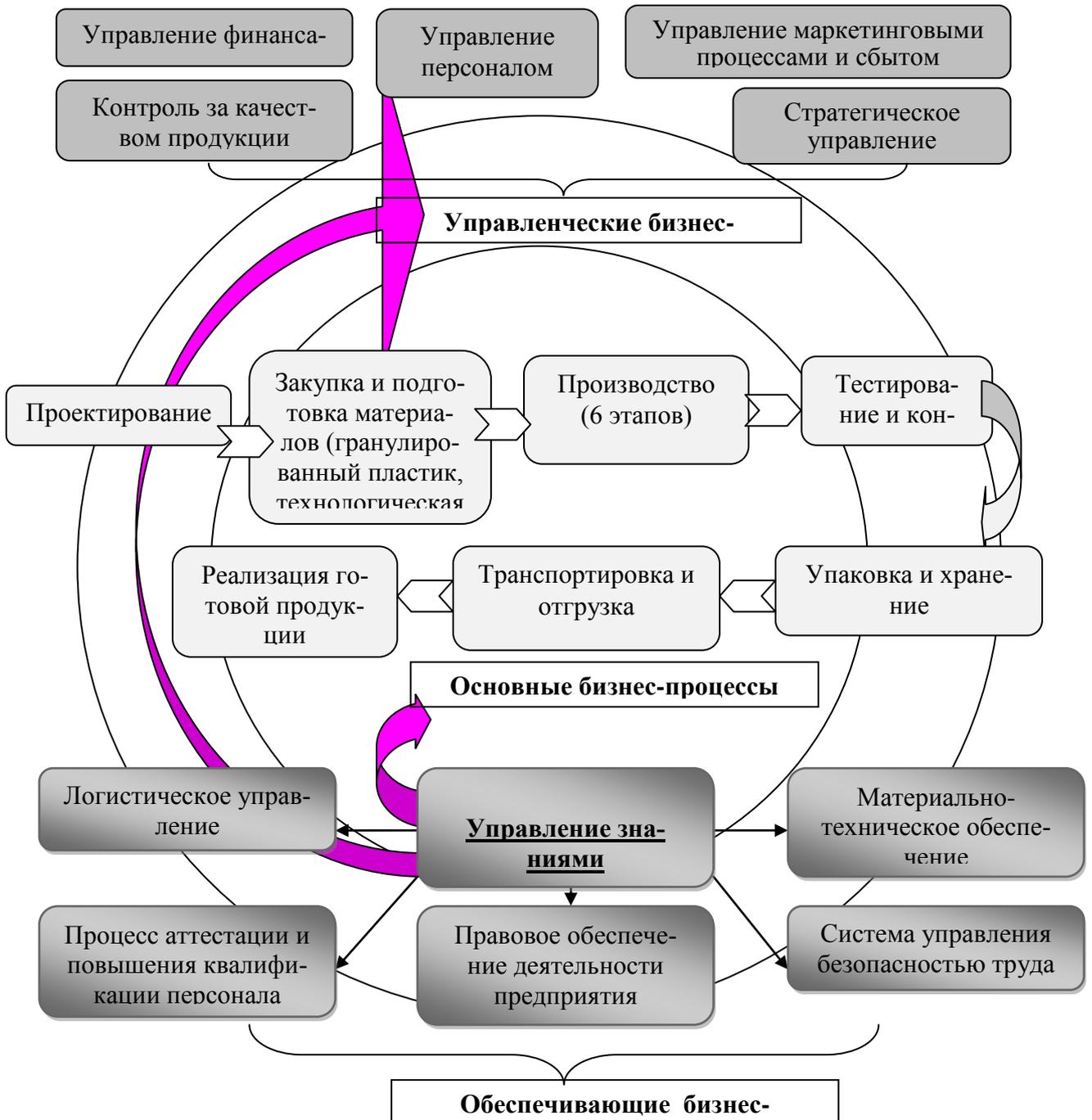


Рисунок 4.8 - Структурно-логическая схема взаимосвязи управления знаниями с другими бизнес-процессами ООО «ДонФrost» (авторская разработка)

Поскольку ООО «ДонФрост» является производственным предприятием, поэтому основными бизнес-процессами являются процессы, связанные непосредственно с производством – проектирование; закупка и подготовка материалов (гранулированный пластик, технологическая пена, детали); производство холодильников; тестирование и контроль; упаковка и хранение холодильников; транспортировка и отгрузка холодильников; реализация готовой продукции. Это не полный перечень основных бизнес-процессов, каждый из них включает в себя еще процессы. Например, процесс производства состоит из процессов: производство внутренних элементов холодильника (стенки, двери, мелкие детали); производство испарителей на морозильные камеры; процесс запенивания холодильника; производство дверных уплотнителей; сборка.

Управленческие бизнес-процессы в основном не имеют отраслевой специфики. Формулировка и решение задач, как отдельных, так и в составе проектов, проведение совещаний, организация системы менеджмента качества, управление персоналом, управление маркетинговыми процессами и сбытом – все это примеры управленческих бизнес-процессов ООО «ДонФрост». Обеспечивающие бизнес-процессы – это процессы, функционально предназначенные для жизнеобеспечения всех остальных бизнес-процессов и ориентированные на поддержку их отраслевых особенностей в соответствии с общей стратегией и целями деятельности ООО «ДонФрост».

Управление знаниями, выделенный нами как самостоятельный бизнес-процесс, с одной стороны обуславливает инновационную направленность протекания всех бизнес-процессов ООО «ДонФрост» и одновременно использует результаты их протекания для обновления информационной базы и базы знаний, которые выступают основополагающим компонентом процесса управления знаниями. Результатом взаимообусловленности бизнес-процесса управления знаниями с другими бизнес-процессами ООО «ДонФрост» являются новые проекты моделей холодильников, инновационные разработки,

используемые в производственных программах, логистике, стратегии маркетинга и сбыта, использование современных способов мотивации и стимулирования персонала и др.

Каждая стратегическая бизнес-единица ООО «ДонФрост» имеет свою стратегию – цели, задачи, технологии, ресурсы, производство, специалисты, потребители – и, поскольку все это является результатом процесса управления знаниями, имеет свои специализированные знания, т.е. домены знаний. В свою очередь, каждый элемент специализированных знаний в рамках бизнес-единицы отличается. Например, для бизнес-единицы «холодильники» требуются свои производственные особенности, потребительские свойства, навыки работников и персонала по сравнению с бизнес-единицей «морозильники». Включение системы управления знаниями в общую функциональную структуру бизнес-процессов предпринимательской структуры позволит не только повысить эффективность ее деятельности в целом, но и обеспечить постоянный и надежный обмен идеями; повысить эффективность управленческих решений; повысить степень результативности взаимоотношений со всеми участниками рынка; активизировать инновационную деятельность на предприятии и др. С этой целью в ходе диссертационного исследования разработан научно-методологический подход к системе управления знаниями, интегрированной в организацию предпринимательской деятельности, отражающий трансформационные изменения, направленные на установление взаимосвязи между системой управления знаниями и другими бизнес-процессами, обусловленные стратегическими изменениями внешней и внутренней среды функционирования предпринимательских структур (рис.4.9).

Основной логической посылкой предложенного научно-методологического подхода к управлению знаниями, интегрированному в организацию предпринимательской деятельности выступает такой тезис: интеграция системы управления знаниями в организацию предпринимательской деятельности осуществляется во взаимодействии с другими бизнес-

процессами. При этом особый акцент делается на том, что управление основных и вспомогательных бизнес-процессов так же, как и система управления знаниями, обусловлены структурными и стратегическими изменениями предпринимательской среды и внутренней среды функционирования предпринимательской структуры.

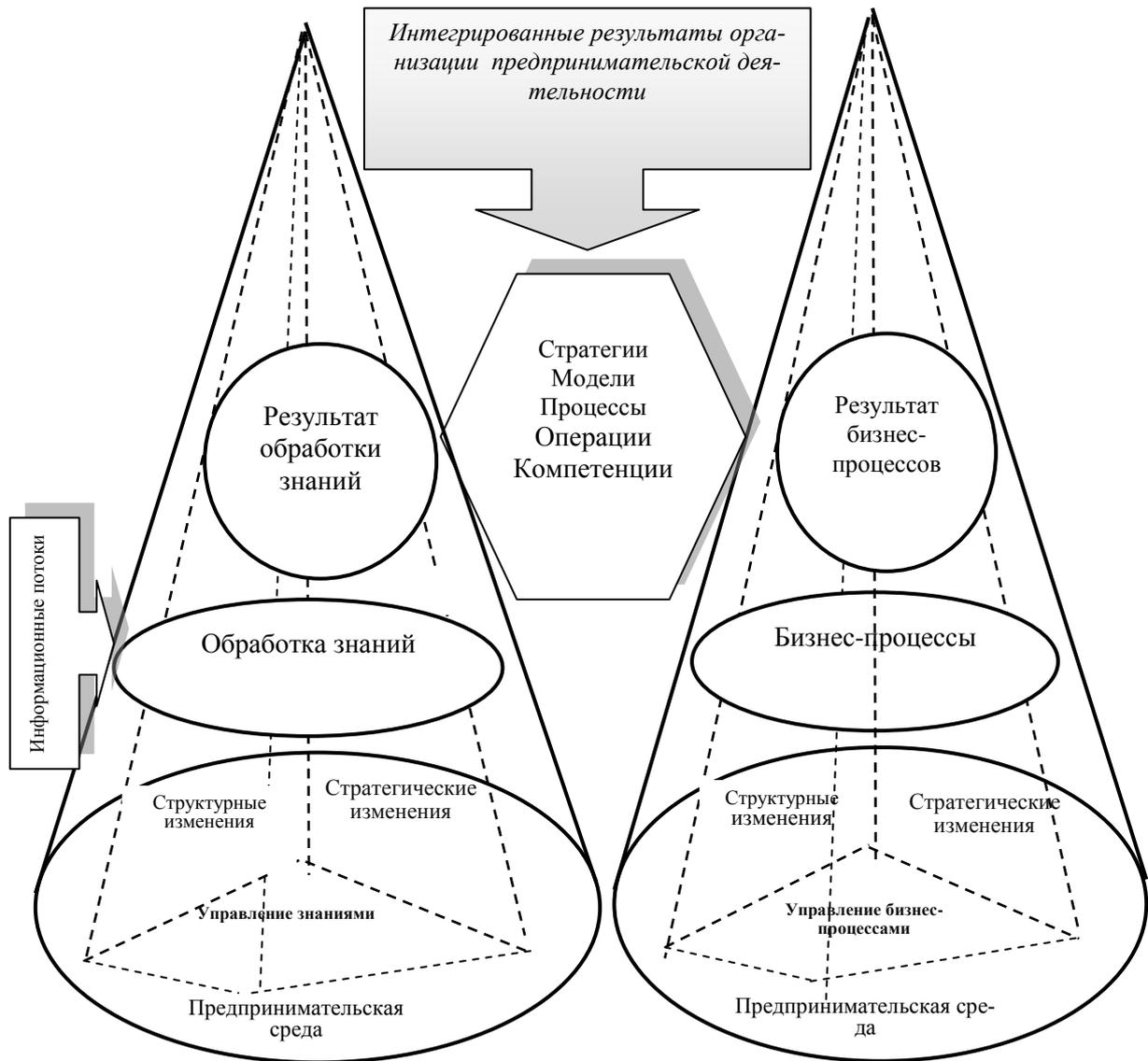


Рисунок 4.9 – Научно-методологический подход к управлению знаниями, интегрированному в организацию предпринимательской деятельности (авторская разработка)

Результат обработки знаний и результат других бизнес-процессов, фокусируются в стратегии, модели, процессах, операциях и компетенциях предприятия, фирмы, компании. Поскольку одной из задач диссертационной работы является исследование системы знаний в контексте организации предпринимательской деятельности, носителями которых являются люди, то логично будет более подробно остановиться на рассмотрении компетенций как одного из элементов, отражающих взаимосвязь между системой управления знаниями и другими бизнес-процессами предпринимательских структур.

В первую очередь необходимо обратить внимание на различие таких понятий, как «компетенции работника» и «компетенции предприятия». Компетенции работника – это его личные поведенческие характеристики, необходимые для эффективной и качественной трудовой деятельности, которые проявляются в его профессиональных навыках. Несмотря на важность исследования компетенций работников, особую актуальность и важность для достижения конкурентного преимуществ в современных условиях функционирования предпринимательских структур приобретают компетенции предприятия, фирмы, компании.

В экономической литературе существуют разные подходы к определению термина «компетенции предприятия». Приведем некоторые из них: «...компетенция – это высокий профессионализм в том или ином виде деятельности, достигается за счет длительного обучения и накопления опыта» [271, с.243]; «...компетенция – это сплав знаний и опыта персонала, а также организационных способностей руководства в увязке с технологическими системами и другими активами предприятия, Другими словами, это то, что предприятие умеет делать лучше, чем конкуренты» [301, с.144]; «...компетенция предприятия характеризует повторяющуюся, тщательно спланированную возможность коллективного взаимодействия, основанная на таком комбинировании имеющихся в распоряжении предприятия ресурсов для осуществления бизнес-процессов, обеспечивает ему устойчивую конку-

рентную позицию на рынке» [12, с.212];

Авторское понимание компетенции предпринимательской структуры состоит в следующем: – это способность к коллективному взаимодействию, направленному на эффективное протекание бизнес-процессов, основанная на системе знаний о способах, методах и приемах организации предпринимательской деятельности. При этом носителем этой способности индивидуально или коллективно являются работники предпринимательской структуры. Поэтому к содержательной характеристике компетенции предпринимательской структуры следует отнести набор знаний и умений, позволяющих осуществлять любой бизнес – процесс на уровне, обусловленном стратегическими изменениями предпринимательской среды. Именно знание того, как разворачивать, организовывать и управлять системой бизнес-процессов предпринимательской структуры и ее элементами, составляют «компетенции».

Различия между активами и компетенциями заключаются в том, что активы связаны с наличием (то есть каждый элемент актива находит свое отражение в балансе предприятия), а компетенции, связанные с исполнением, остаются невидимыми (неявными). Кроме того, компетенции комбинируют знания и действия. Они делают предпринимательскую структуру специфическим социальным комплексом и существуют в коллективной памяти ее персонала. Компетенции предпринимательских структур формируются посредством сознательных усилий сотрудников в результате длительной и эффективной работы, главным условием которой является подбор персонала с необходимыми знаниями, навыками и организация командной слаженности труда для достижения поставленных задач.

Все вышеизложенное актуализирует развитие симбиоза концептуальных подходов к управлению знаниями, реинжиниринга бизнес-процессов и когнитивной человеческой составляющей как основы методологического аппарата организации предпринимательской деятельности.

4.2 Концептная парадигма организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний

Современная парадигма организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний рассматривается как совокупность практической реализации действий и операций, логически выстроенных, базирующихся на принципах синхронизации управления знаниями с целями и задачами предпринимателя, обеспечивающими синергетический эффект результатов предпринимательской деятельности.. Успех предпринимательской деятельности прямо пропорционально зависит от развития креативной сети, направленной на постоянные усовершенствования, сотрудничество между предпринимателями и сотрудниками в производственных вопросах и расширение базы организационных и корпоративных знаний., .

В процессе организации предпринимательской деятельности наряду с традиционной логикой необходимо учитывать неодинаковость в направлениях и уровнях предпринимательской деятельности, их функции и задачи, обусловленные социально-экономическим состоянием общества, характером экономической деятельности, которые реализуются через использование принципов организации предпринимательской деятельности в конкретной предпринимательской среде. Объективные особенности перехода на преимущественно интенсивный путь развития предпринимательства, усиление влияния качественных факторов, обеспечивающих эффективность предпринимательской деятельности, требуют разработки научно-методического инструментария, использование которого позволяет интегрировать функционирование всех структурных компонентов и направлений предпринимательской деятельности. Поскольку меняются функции отдельных подсистем и элементов, то изменяются и их связи с другими частями организации предпринима-

тельской деятельности, которые функционируют, как и прежде. Происходит уменьшение количества старых элементов и взаимодействий, увеличивается число новых – одна система, таким образом, разрушается, а другая возникает.

Процесс преобразования одной системы организации предпринимательской деятельности означает одновременный процесс возникновения новой. На одних этапах структурно-функциональные изменения в организации предпринимательской деятельности будут направляться на преодоление или предотвращение ближайших организационных кризисов, на других этапах – на обеспечение устойчивого развития предпринимательской деятельности.

Для решения этой проблемы автором разработана концептная парадигма организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями, которая визуализирована в виде схемы на рисунке 4.10.

Слово «концепт» происходит от латинского «conceptus», что означает «мысль, представление понятия» [167, с. 45-46] и сначала применялось как термин логики и философии.

Наряду с этой версией существует другая, согласно которой под концептом понимается не «conceptus» (условно передается термином «понятие»), а «conceptum» («зернышко», «зародыш»), «...из которого в дальнейшем и вырастают в процессе развития все содержательные формы его воплощения в действительности» [176, с. 67].

Считая справедливыми обе версии, отметим, что вторая более точно отражает сущность лингвистической категории. Изучение научного дискурса организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний показало, что в основном ученые оперируют «понятием» системы знаний, а не «концептом». Несмотря на сходство лексического значения, в языке научного стиля эти слова достаточно разграничены, поскольку являются терминами различных наук. Как отмечает Ю. Степанов, «...понятие употребляется чаще в логике и философии, а концепт – термин математической логики» [289, с. 40].

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ

КОНЦЕПТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

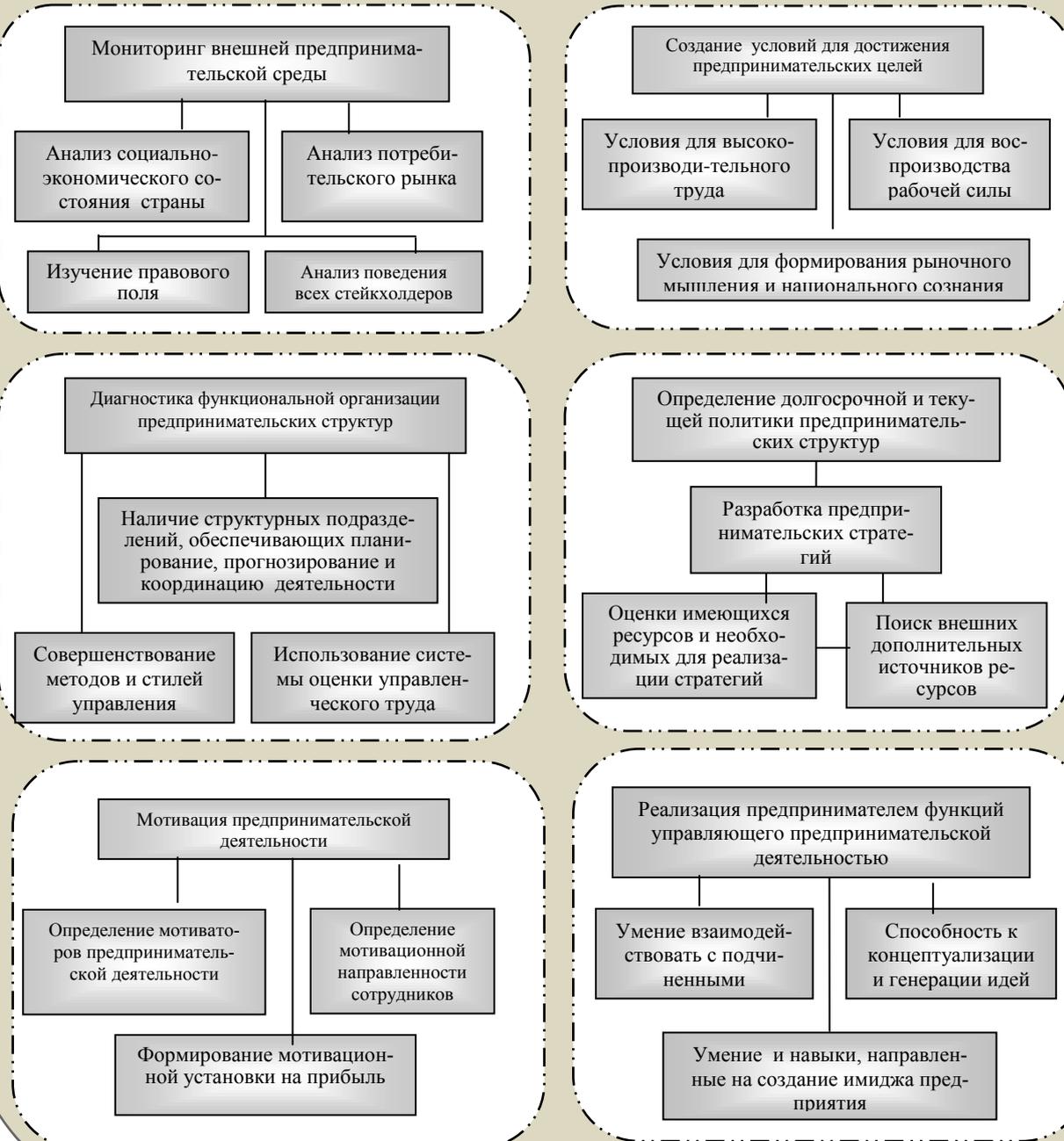


Рисунок 4.10. – Концептная парадигма организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями (авторская разработка)

Автор различает термины, отмечая, что «... в «понятии» различают объем – класс предметов, входящих в данное понятие и содержание – совокупность общих и особых признаков понятия, соответствующие этому классу. В математической логике под термином «концепт» понимают только содержание понятия» [287, с. 41]. Отсюда, термин «концепт» становится синонимом термина «объем понятия». Первым концептом в предложенной концептной парадигме организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями является мониторинг внешней предпринимательской среды, включающий анализ социально-экономического состояния страны, изучение правового поля предпринимательства, ситуационный анализ потребительского рынка; оценку и анализ поведения всех стейкхолдеров.

Второй концепт – создание необходимых условий для достижения предпринимательских целей включает в себя наличие условий для творческого высокопроизводительного труда; условий для воспроизводства рабочей силы; условий для формирования рыночного мышления и национального сознания у участников предпринимательской деятельности. Решение этих задач зависит от особенностей самого предпринимателя, его мировоззрения, профессиональной подготовки, уровня развития экономического мышления, а также способности к экстраполяции и способности предвидеть развитие своего предприятия в будущем.

Третий концепт – диагностика функциональной организации предпринимательских структур – предусматривает наличие структурных подразделений, обеспечивающих планирование, прогнозирование и координацию предпринимательской деятельности; совершенствование методов и стилей управления; использование системы оценки управленческого труда. Четвертый концепт – определение долгосрочной и текущей политики предпринимательских структур является экономической составляющей и предусматривает разработку предпринимательских стратегий; проведение сравнительной

оценки имеющихся ресурсов, необходимых для реализации стратегий; поиск внешних дополнительных источников ресурсов. Пятый концепт – мотивация предпринимательской деятельности предусматривает определение мотиваторов предпринимательской деятельности; определение мотивационной направленности сотрудников; формирование мотивационной установки на прибыль у всех участников предпринимательской деятельности. Это один из самых сложных концептов, поскольку для решения проблем, связанных с мотивацией предпринимательской деятельности, необходимо проведение тщательных научных исследований, направленных на изучение индивидуально-психологических особенностей сотрудников, менеджеров и самих предпринимателей.

Полученные результаты исследования предоставят возможность определить факторы, которые выступают как мотиваторы предпринимательской деятельности, определить ведущую мотивационную направленность каждого сотрудника и в зависимости от мотивационной ориентации сотрудников предложить задания, выполнение которых будет иметь стимулирующую силу и тем самым способствовать активизации деятельности, как предпринимателей, так и всех сотрудников. Кроме того, именно тщательное исследование специалистов позволит разработать мероприятия по формированию установки на прибыль и воплотить их в практику. Все это требует определенных знаний в области психологии, экономики, предпринимательской деятельности.

Шестой концепт – реализация предпринимателем функций управляющего предпринимательской деятельностью – предполагает воплощенное предпринимателем в практику предпринимательской деятельности умение взаимодействовать с подчиненными, способность к концептуализации и генерации идей, а также наличие системы умений и навыков, направленных на создание имиджа предприятия.

Все вышеуказанные концепты отражают систему организации предпринимательской деятельности, внедрение которой в практику отечественных предпринимательских структур способствует повышению эффективности их деятельности.

Итак, обосновывая эффективность реализации концептной парадигмы организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями, считаем целесообразным учесть все 5 составляющих элементов системы показателей и постоянно отслеживать наличие и динамику этих элементов в процессе планирования, внедрения изменений и оценки эффективности результатов предпринимательской деятельности с учетом уровня сформированности системы знаний. Предложенная система показателей, обеспечивающих эффективность реализации концептной парадигмы организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями, отражает пять социально-экономических траекторий организации предпринимательской деятельности.

На основе вышесказанного предложена авторская система показателей, обеспечивающих эффективность реализации концептной парадигмы организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями (рис.4.11).

Все показатели объединены соответственно в пять блоков индикаторов: блок финансовых индикаторов использования системы знаний в системе ресурсообеспечения, блок технологических индикаторов сокращения жизненного цикла технологий, блок социальных индикаторов усиления значимости интеллектуальных активов, блок потребительских индикаторов усиления требований потребителей к продукции и блок бизнес - процессных индикаторов развития интеграционных процессов.

Блок финансовых индикаторов использования системы знаний в системе ресурсообеспечения включает показатели: коэффициент текущей лик-

видности; средневзвешенный период обращения оборотных активов; коэффициент финансовой автономии; коэффициент маневренности капитала; индекс стабильности финансовых результатов.

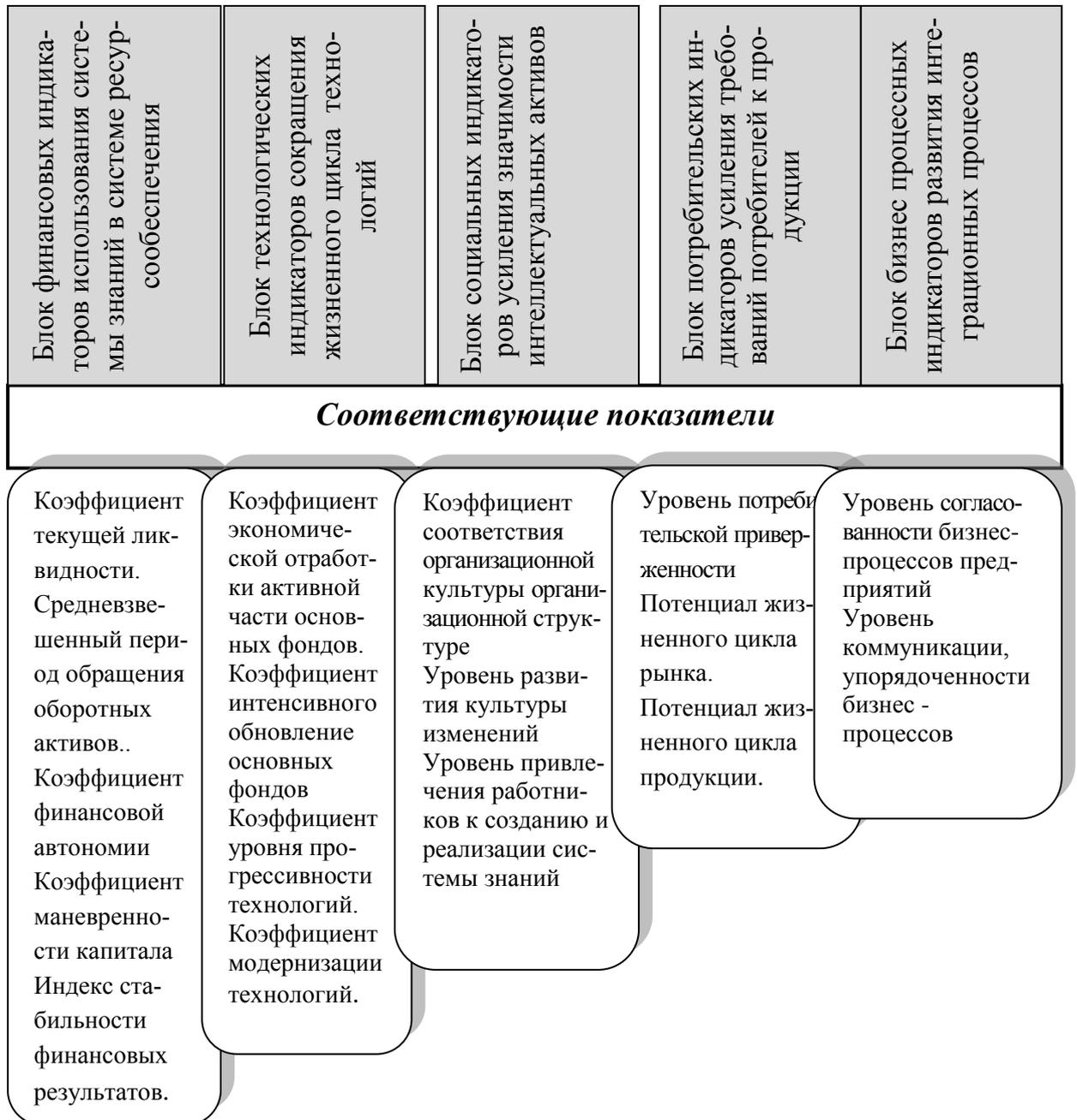


Рисунок 4.11. – Система показателей, обеспечивающих эффективность реализации концептной парадигмы организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями

Блок технологических индикаторов сокращения жизненного цикла технологий включает показатели: коэффициент экономической отработки активной части основных фондов; коэффициент интенсивного обновления основных фондов; коэффициент уровня прогрессивности технологий; коэффициент модернизации технологий. Блок социальных индикаторов усиления значимости интеллектуальных активов включает показатели: коэффициент соответствия организационной культуры организационной структуре предприятия; уровень развития культуры изменений на предприятии; уровень привлечения работников к созданию и реализации системы знаний;

Блок потребительских индикаторов усиления требований потребителей к продукции включает показатели: уровень потребительской приверженности; потенциал жизненного цикла рынка; потенциал жизненного цикла продукции. Блок бизнес - процессных индикаторов развития интеграционных процессов включает показатели: уровень согласованности бизнес-процессов предприятия; уровень коммуникации, упорядоченности бизнес –процессов.

Научно-методический инструментарий реализации концептной парадигмы организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями представлен в таблице М.1 Приложения М.

Таким образом, ключевые параметры реализации концептной парадигмы организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями предлагается рассматривать в двух аспектах: пространственном и временном. Базовыми показателями пространственного подхода являются:

1. Степень охвата стратегических бизнес-единиц:

$$Y_1 = \{SO_1, SO_2, SO_3\} \quad (3.16)$$

где SO_1 - низкий уровень охвата стратегических бизнес-единиц
 $(SO_1 \leq 30\%)$;

SO_2 - средний уровень охвата стратегических бизнес-единиц
 $(30\% < SO_2 \leq 60\%)$

SO_3 - высокий уровень охвата стратегических бизнес-единиц
 $(60\% < SO_3 \leq 100\%)$

2. Соотношение во времени создания и реализации системы управления знаниями

$$Y_2 = \{SW_1, SW_2, SW_3\} \quad (3.21)$$

где SW_1 – создание и реализация системы знаний является реакцией на изменения, происходящие во внешней среде;

SW_2 - создание и реализация системы знаний синхронны изменения, происходящие во внешней среде;

SW_3 - создание и реализация системы знаний является упреждающей реакцией на прогнозные изменения внешней среды.

На основе вышеизложенного предлагается общая схема оптимизации главных параметров реализации концептной парадигмы организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями, которая заключается в следующем.

Существует определенное множество состояний предпринимательской структуры как системы в первый временной период, в течение которого реализуется запланированный проект системы управления знаниями в организацию предпринимательской деятельности. Состояние системы может идентифицироваться множеством параметров с учетом конкурентной ситуации на начало составления плана по реализации данного проекта.

Применительно к предпринимательской деятельности менеджмент можно рассматривать как профессиональную деятельность по управлению бизнесом в условиях риска и неопределенности, когда предпринимателю предоставляется значительная степень свободы в принятии стратегических и тактических решений.

Организуя предпринимательскую деятельность, предприниматель выполняет не только социальную роль собственника, но и социальную роль

менеджера. Поэтому возникает необходимость принимать решения не только, связанные с эффективным использованием всех имеющихся ресурсов для получения прибыли и повышения финансовой устойчивости (предприниматель-собственник), но обеспечения выполнения работы другими людьми (предприниматель - менеджер).

Первая и наиболее важная сфера деятельности предпринимателя-менеджера – это работа с людьми. Человек – это не робот и не компьютерный механизм, который можно запрограммировать на выполнение определенных команд. Каждый человек - это неповторимая индивидуальность, которой присуща своя система взглядов, отношений, потребностей и интересов. Поскольку предпринимательские решения принимаются людьми, то их характер во многом несет на себе отпечаток личности, участвующей в их разработке и принятии. В связи с этим при изучении особенностей принятия предпринимательских решений возникает весьма важная общая проблема: как связаны между собой процесс разработки решений и индивидуальные качества предпринимателя.

Проблема индивидуальных качеств предпринимателя-менеджера имеет множество аспектов и является одной из традиционных сфер менеджмента. В то же время данное направление весьма незначительно связано с проблемой принятия предпринимательских решений и практически не выделено в качестве самостоятельного предмета изучения. В значительно большей степени исследованы более общие вопросы, такие, как: зависимость эффективности управленческой деятельности от индивидуальных качеств субъекта; проблема управленческих и организаторских способностей; зависимость стиля руководства от индивидуальных качеств лидера; исследование структуры личности руководителя; проблемы, связанные с подбором, оценкой и аттестацией управленческих кадров [268].

Управление знаниями стало одним из ключевых бизнес-процессов, в рамках которого предприятие может получить прибыль от объема знаний в

том случае, если применяет знания для создания более эффективных процессов и дополнительной ценности для потребителей.

В контексте использования системы знаний при организации предпринимательской деятельности следует более детально остановиться на особенностях факторов, определяющих механизм разработки и реализации системы знаний в конкретной предпринимательской структуре. С нашей точки зрения, приоритетным фактором, влияющим на выбор инструментария создания системы знаний в предпринимательских структурах, приоритетную значимость имеет учет стадии жизненного цикла формирования системы знаний. Исследование парадигмальных подходов к управлению знаниями позволяет утверждать, что не на всех стадиях развития (или жизненного цикла) формирования системы знаний предприниматели способны и готовы управлять знаниями на принципах синергетического подхода. Такая готовность становится присущей для предпринимателей, начиная со стадии роста, когда управление знаниями становится самостоятельным бизнес-процессом, диффундирует во все другие бизнес-процессы; отлажена система обмена и обновления знаний, корпоративная культура основывается на принципах сотрудничества.

На начальных стадиях формирования системы знаний, организационный кризис автономии управления знаниями еще не решен и нет широкого опыта применения системы делегирования полномочий в этом направлении, целесообразно применение кибернетических принципов в предпринимательских решениях. При переходе от стадии становления к стадии роста наиболее эффективным будет сочетание принципов кибернетического и синергетического подходов в управлении знаниями в зависимости от конкретных ситуаций, то есть наиболее целесообразным следует считать ситуационный управленческий подход.

К.К. Прахалад, и М.С. Кришнан отмечают, что «...в настоящее время фундаментальной трансформации бизнеса ни одно предприятие не имеет иммунитета против изменений, которые постоянно происходят в бизнес-

среде. Поэтому для выживания и развития предприятия в таких условиях важно учитывать последствия таких перестроек» [261, с. 150-153]. На основе концепции жизненного цикла формирования системы знаний предложено выделить главные фокусы предпринимательских решений. Это обеспечит максимальную гибкость организации предпринимательской деятельности на каждой стадии жизненного цикла формирования системы знаний и отлаженное преодоление организационных кризисов. Кроме того, выделение главных фокусов предпринимательских решений создает благоприятную возможность для поэтапного, систематизированного создания системы управления знаниями и ее интеграции в организацию предпринимательской деятельности. Приведенное объяснение показывает, что фокус предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний обеспечивает устойчивое инновационное развитие предпринимательских структур.

Итак, под фокусом предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний предлагаем понимать генеральную цель преобразований, которая раскрывает существующий уровень формирования системы знаний и формирует ориентиры ее дальнейшего онтогенеза. С этой целью в работе предложен научно-методический подход к идентификации фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний (рис.4.12).

Как было отмечено в параграфе 1.2 диссертационной работы, формирование знаний представляет собой непрерывный процесс и проходит четыре основные стадии: становление, рост, стабилизация и упадок. Каждая стадия формирования знаний имеет свои характерные особенности и требует решения определенных задач, решение которых обеспечивает создание системы знаний определенного уровня.

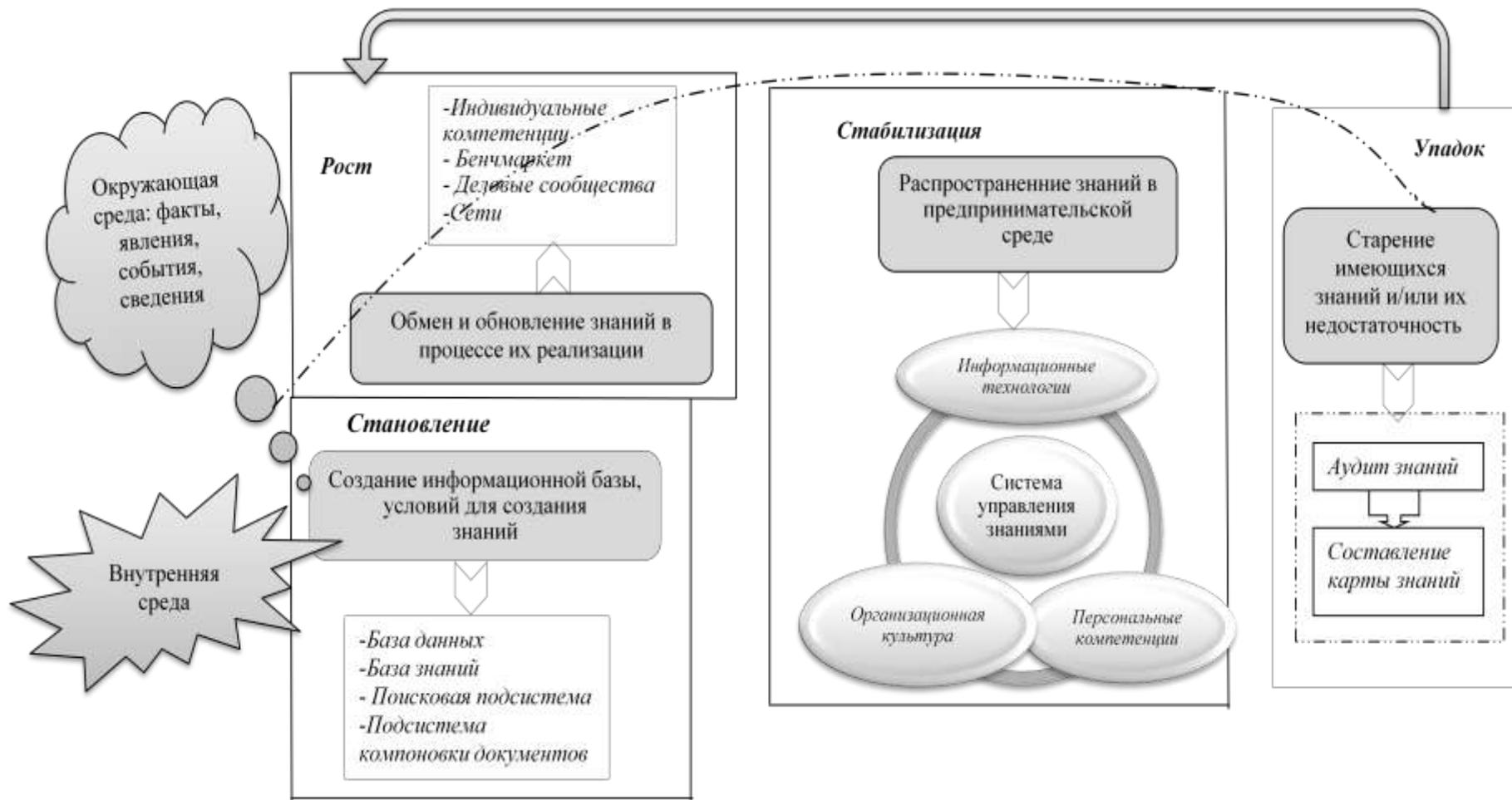


Рисунок 4.12 – Научно-методический подход к идентификации фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний (авторская разработка)

Синхронизация процессов управления знаниями и других бизнес-процессов предпринимательских структур обуславливается ориентацией на стратегические изменения предпринимательской среды одновременно с ориентацией на организационные и стратегические изменения внутренней среды функционирования предпринимательской структуры.

Предприниматель фокусируется на «объекте съемки», то есть определяет круг задач, решение которых обусловлено стадией жизненного цикла формирования знаний, и с максимальной точностью принимает необходимые меры, которые являются наиболее актуальными для предприятия с учетом стадии жизненного цикла формирования системы знаний. Таким образом, для определения фокуса предпринимательских решений с учетом стадии жизненного цикла формирования системы знаний предлагается использовать таксономические методы сравнительного многомерного анализа. С этой целью сформулирована задача формализации обобщенного ориентира преобразований, то есть фокус предпринимательских решений с использованием множества показателей финансовой, технологической, клиентской, бизнес-процессной и социальной подсистем предпринимательской структуры. Выбор именно этих пяти блоков сбалансированной системы показателей являются составными компонентными элементами, обеспечивающими создание, сохранение и усиление конкурентных преимуществ предпринимательских структур в условиях жесткой конкуренции на рынке товаров и услуг.

Под влиянием стратегических изменений внешней и внутренней среды функционирования предпринимательских структур возникает насущная потребность в создании системы управления знаниями, формирование которой начинается с фокуса предпринимательских решений, обусловленного первой стадией жизненного цикла формирования системы знаний – создания информационной базы, обеспечивающей необходимые условия для формирования знаний.

На этой стадии внимание предпринимателя фокусируется на решении

таких задач:

- создание базы данных;
- создание базы знаний;
- разработка поисковой подсистемы;
- разработка подсистемы компоновки документов.

Базы данных являются ядром информационного обеспечения, необходимого для оптимизации всех бизнес-процессов и эффективного функционирования всех бизнес-единиц предпринимательских структур. База данных включает информацию, отражающую все направления деятельности предпринимательской структуры. Данные – это просто конкретные факты, числа, сообщения, которые носят дискретный характер и требуют дальнейшей обработки и анализа, чтобы на их основе получить информацию. В условиях цифровизации экономики хранилищем данных являются различные компьютерные системы управления базами данных, выполняющие функции поиска, хранения данных, их обработки и представления в виде удобной для пользователя информации (Рис.Н.1, Приложение Н).

В современных условиях всеобщей компьютеризации нет недостатка в получении данных или информации. При этом предприниматели тратят много времени на то, чтобы определить, что нужно знать их предпринимательской структуре, чтобы достичь поставленных целей.

После того как определены отсутствующие в организации необходимые для эффективного функционирования предпринимательской структуры знания, предприниматель принимает решение о создании базы знаний. Источники получения знаний могут находиться как в различных подразделениях самой организации, так и за ее пределами. Внутренними источниками знаний являются результаты научных и экспериментальных исследований, проектно-конструкторские разработки, результаты инновационной политики фирмы, идеи и инновационные предложения ее сотрудников. Внешними источниками знаний для предпринимательских структур выступают средства

массовой информации, Интернет, статистическая отчетная информации других фирм и компаний. При создании базы знаний могут использоваться различные формы: личное взаимодействие, покупка знаний, бенчмаркинг, имитация, подражание, опыт, создание союзов и альянсов, слияние и поглощение, др.

«Зная конкретные домены знаний легко построить и нарисовать карту знаний конкретного предприятия, а на базе карты далее уже выстроить желаемую траекторию, т.е. желаемый результат – доходность, доля на рынке, удовлетворение запросов потребителей, стимулирование сотрудников, финансовая устойчивость и т.д.» [237, с.61].

Следующий фокус предпринимательских решений обусловлен второй стадией жизненного цикла формирования системы знаний – ростом, – сущностная характеристика которой состоит в обмене и обновлении знаний в процессе их реализации. Чтобы стимулировать развитие и появление новых знаний, следует создавать условия для обмена мнениями, генерации и обсуждения новых идей, групповой работы, обмена опытом.

Решение предпринимательских задач на этом этапе имеет два вектора развития: индивидуальный обмен знаний и групповой (коллективный) обмен и обновление знаний в процесс их реализации. Первый вектор решения предпринимательских задач связан с индивидуальными компетенциями сотрудников, их личностными характеристиками и мотивационной направленностью. Поэтому предприниматель вынужден материально и нематериально мотивировать своих сотрудников на участие в управлении знаниями, чтобы создать максимально благоприятные условия для обмена, в первую очередь, неформальными (скрытыми) знаниями сотрудников, например, их мнением по вопросам, связанным с производством, формами и способами реализации продукции, организацией рекламы, деловыми коммуникациями, отношениями с покупателями/клиентами и т.д. Именно неформальные знания сотрудников составляют конститутивную базу для активизации новаторских идей и

инновационной активности, способствующей созданию конкурентных преимуществ предпринимательской структуры и, как следствие, усилению конкурентных позиции на рынке, которые можно преобразовать в документы.

Индивидуальный обмен знаниями происходит при непосредственном общении сотрудников во время проведения тренингов, конференций, собраний и т.п.. При условии, когда в знаниях сотрудников присутствует достаточно большая доля явных (формальных) знаний, целесообразно проводить внутренние семинары или тренинги, которые способствуют достаточно быстрому усвоению большого объема знаний. Для предпринимательских структур, в которых уже есть собственные носители знания, целесообразно использовать услуги сторонних тренинговых организаций. В этом случае привлечение внешних знаний может дать новый импульс к оптимизации форм и способов организации предпринимательской деятельности.

Одной из форм обмена знаниями и их обновления является непосредственное взаимодействие сотрудников-наставников в определенном направлении деятельности предпринимательской структуры. В процессе такого взаимодействия происходит не только передача опыта, но и синергизация накопленных знаний с новыми знаниями, результатом которой становится появление новаторских идей, реализация которых благоприятствует увеличению интеллектуальных ресурсов предпринимательской структуры. Таким образом, индивидуальный обмен знаний способствует выявлению и эффективному использованию знаний сотрудников при постоянном их взаимодействии.

В практике предпринимательской деятельности для индивидуального обновления знаний широко используется обучение сотрудников с целью расширения их профессиональных компетенций, в процессе которого создаются неявные знания, хранящиеся в человеческой памяти. Для того чтобы использовать полученные в процессе обучения неявные знания, их необходимо выявлять и кодифицировать. Другими словами, полученные сотрудни-

ками в процессе обучения знания должны быть формализованы, например, представлены на электронных носителях или в бумажном виде, чтобы они стали корпоративными знаниями. Одной из форм обмена и обновления знаний является участие в профильных сообществах. « В этих условиях каждый опытный участник процесса является для остальных живым примером того, как можно поступать не в повседневных, описываемых в инструкциях, а в нестандартных ситуациях... участие в профильных сообществах помогает сотрудникам ориентироваться в тенденциях развития отрасли и понуждает их искать новые источники знаний, которые они могли бы иначе не обнаружить» [182, с.54].

Второй вектор фокуса решения предпринимательских задач, связанный со стадией роста в жизненном цикле формирования системы знаний, ориентирован на групповой (коллективный) обмен и обновление знаний в процессе их реализации. Формами этого вектора решения предпринимательских задач являются проведения ярмарки идей, выставки инновационных проектов и коллективных разработок, отражающих новаторский подход к организации различных бизнес-процессов предпринимательских структур. Использование таких форм коллективного обмена знаниями создают благоприятные условия для знакомства новыми достижениями науки и техники, способами эффективной организации предпринимательской деятельности с учетом стратегических изменений предпринимательской среды и трансформационными социально-экономическими преобразованиями.

Третий фокус предпринимательских решений обусловлен очередной стадией жизненного цикла формирования системы знаний – стабилизацией, и ориентированы на распространение знаний в предпринимательской среде. На этом этапе создается система управления знаниями, интегрированная в организацию предпринимательской деятельности, о чем подробно изложено в параграфе 4.1. В современной теории предпринимательства организация предпринимательской деятельности во многом обусловлена состоянием конку-

ренции, причем конкуренция находит проявление в соперничестве организационных знаний и их обновления. Исходя из этого, предпринимательская структура, ориентированная на длительное процветание, должна постоянно развивать свои как внутренние, так и внешние факторы конкурентных преимуществ; быть успешной с точки зрения как содержания (оцениваемого, прежде всего, на основе финансовых результатов), так и процесса, то есть организации предпринимательской деятельности.

По убеждению В. Катъкало, «...в современных условиях предпринимательская успешность обеспечивается, прежде всего, идентификацией новых рыночных возможностей в создании новых комбинаций ресурсов, а административная успешность – поддержкой эффективных организационных систем и их своевременном обновлении» [168, с. 148]. Большинство знаний имеют ограниченный срок службы, поэтому требуют постоянного обновления или замены. Особые проблемы возникают с неформализованными знаниями, поскольку они не лежат на поверхности, и их редко изучают или ставят под сомнение. Если сравнить процедуру замены устаревших знаний на стадии жизненного цикла формирования знаний – упадка, со стадией становления, то следует обратить внимание на следующий факт. Замена устаревших знаний или знаний, утративших актуальность, требует намного больше времени и усилий, а также имеет намного большую значимость для организации предпринимательской деятельности в конкурентной среде, чем их первоначальное извлечение.

Используя вышеизложенные положения как логические посылки, можно сделать вывод о том, что после стадии стабилизации формирования системы знаний наступает стадия упадка, возникновение которой обусловлено неизбежным старением имеющихся знаний и/или их недостаточностью. Конститутивной задачей фокуса предпринимательских решений на этой стадии жизненного цикла формирования системы знаний является аудит знаний и составление карты знаний.

Согласно российскому стандарту по менеджменту знаний аудит знаний «осуществляется путем анализа организации (стратегический аудит знаний) или анализа подразделения организации, например структурной единицы, группы, департамента или рабочей зоны (тактический аудит знаний) для определения знаний, которые необходимо поддерживать, а также анализа потребностей, необходимых для достижения намеченных целей, которые состоят в прояснении того, что знаниями необходимо управлять, и анализа процессов, с помощью которых будет обеспечиваться управление " [220, с.7]. Результаты аудита знаний выступают информационной базой для принятия предпринимательских решений на всех уровнях управления деятельностью предпринимательской структуры:

на стратегическом уровне – при разработке стратегических решений по повышению эффективности системы управления знаниями; для оценки предпринимательских решений относительно владельцев знаний;

на тактическом уровне – для определения способов повышения интенсивности обмена и обновления знаний; для интеграции внутренних и внешних источников обновления знаний;

на оперативном уровне – для принятия управленческих решений, ориентированных на пользователей корпоративных и организационных знаний.

Поскольку проведение аудита знаний является достаточно трудоемким и длительным процессом, то время и ресурсы, затрачиваемые на аудит знаний, должны постоянно синхронизироваться с целями и задачами протекания других бизнес-процессов предпринимательской деятельности. Эффективной и визуализированной формой представления результатов аудита знаний является создание карты знаний. Карта знаний представляет собой графическое отображение имеющихся и необходимых знаний и их местонахождение в предпринимательской структуре, содержит перечень знаний, необходимых для организации предпринимательской деятельности в дальнейшем; отражает качественную характеристику имеющихся корпоративных,

организационных и индивидуальных знаний; указывает, кому из специалистов какие знания требуются и др.

Карта знаний используется как инструмент системы управления знаниями. Такие карты являются одним из наиболее популярных инструментов, применяемых в управлении знаниями. Разработка карт знаний может использоваться при решении разных задач, к примеру, консолидации ресурсов, для создания команды участников разработки и реализации инновационного проекта, улучшения коммуникаций сотрудников, визуализации информационных возможностей предпринимательской структуры и т. д.

Таким образом, аудит знаний ориентирован на определение объективно существующего несоответствия между знаниями, которыми владеет фирма, и знаниями, которых ей не хватает для решения поставленных задач. Как правило, такое несоответствие может быть достаточно четко и логически конкретно обоснованным только для малого или среднего бизнеса. В предприятиях крупного бизнеса аудит знаний проводится обычно по структурным подразделениям.

Обоснование верного фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний становится конститутивной базой разработки и реализации системы управления знаниями, направленной на повышение эффективности организации предпринимательской деятельности. Исследования показали, что фокус предпринимательских решений с учетом стадии жизненного цикла формирования системы знаний не ограничивается только обеспечением инновационного или антикризисного развития предпринимательских структур, его функциональное значение следует рассматривать намного шире.

В общем смысле под фокусом предпринимательских решений, обусловленных стадией жизненного цикла формирования системы знаний, понимается генеральная цель преобразований в деятельности предпринимательских структур, которая раскрывает существующий уровень их развития и

формирует ориентиры их дальнейшего онтогенеза. Освещая структурно-логическую схему элементов идентификации фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний сделан акцент на скрытых звеньях: бизнес-процессах и аналитических инструментах, выступающие посредниками между инновациями, бизнес-моделями и повседневными операциями (рис.4.13).



Рисунок 4.13 - Структурно-логическая схема элементов идентификации фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний (*авторская разработка*)

Проведенный анализ показал, что продолжать функционирование в динамичной бизнес-среде с использованием системы управления знаниями спо-

собны все предпринимательские структуры. Обоснование верного фокуса фокуса предпринимательских решений с учетом стадии жизненного цикла формирования системы знаний становится основой разработки и реализации эффективного механизма управления преобразованиями, способными ускорить дальнейшее развитие предприятий, ориентированного на стратегические изменения предпринимательской среды. Указанные выводы подтверждают действенность и актуальность использования фокуса предпринимательских решений с учетом стадии жизненного цикла формирования системы знаний в системе общего стратегического управления, обусловленного необходимостью постоянного совершенствования методологии обоснования преобразований.

Выбор предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний и соответствующую идентификацию векторов стратегических изменений предлагается осуществлять по критерию максимизации конкурентной устойчивости предприятия. Параметры оптимизации решения указанной проблемы предложено установить по двум направлениям: содержательному и процессному.

Содержательный контекст фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний будет представлен тремя определяющими параметрами: 1) уровень охвата бизнес-процессов, которые будут подлежать преобразованием (низкий, средний и высокий) 2) уровень принципиальной трансформации бизнес-процессов (низкий, средний и высокий) уровень инновационности преобразований (низкий, полурадикальный и радикальный).

Процессный контекст преобразований предложено определять такими параметрами: 1) временной параметр выбора фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний (реактивный, синхронный, проактивный); срочность реализации фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного

цикла формирования системы знаний (срочный, среднесрочный, незамедлительный).

Экономико-математическая модель оптимизации ключевых параметров фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний содержит целевую функцию, которая отражает ожидаемую экономическую выгоду в зависимости от указанных выше шести параметров преобразований. При этом модель предусматривает установление системы ограничений, которые позволяют формировать возможные варианты предпринимательских решений, соответствующие определенной стадии жизненного цикла формирования системы знаний.

Выводы по разделу 4

1. Инновационный уровень организации предпринимательской деятельности требует развития подсистемы управления знаниями, ориентированной на изменение инновационного климата страны и региона, инновационной привлекательности отрасли, инновационной политики и активности.

2. Поскольку процесс управления знаниями рассматривается неотрывно от человека, то принимается во внимание тот факт, что эффективное формирование и использование интеллектуальных ресурсов во многом зависит от организационной среды, в которой протекают эти процессы. В работе предложена многомерная модель управления знаниями в предпринимательских структурах, которая предполагает постоянный свободный доступ и обмен всеми информационными ресурсами, поступающими в интеллектуальное пространство предприятия. Это дает возможность проявить неявные знания специалистов, через созданные площадки, где сотрудники могут обмениваться своим опытом и мастерством.

3. Разработанная логическая модель системы управления знаниями основывается на принципе систематизации и последовательности формули-

рования и решения четырех блоков задач: оценка и анализ изменений внешней и внутренней среды; аудит знаний; консолидация знаний; реализация знаний. Результат выполнения функциональных действий по решению каждого блока задач базируется на принципе цикличности, который показывает, что решение одного блока задач является предпосылкой для решения задач, предусмотренных последующим.

4. Применительно к предпринимательской деятельности управление знаниями можно рассматривать как стратегию, которая трансформирует все виды интеллектуальных активов в более высокую производительность и эффективность, в новую стоимость и повышенную конкурентоспособность предпринимательских структур. Система управления знаниями имеет дихотомический характер: с одной стороны система управления знаниями выполняет обеспечивающие функции для протекания всех бизнес-процессов в предпринимательских структурах; с другой стороны управление знаниями как самостоятельный бизнес-процесс обеспечивается основными и вспомогательными бизнес-процессами предпринимательских структур

5. . С целью расширения и реализации знаний в предпринимательские структуры предложено использовать научно-методический инструментарий, обеспечивающий взаимосвязанное управление всеми элементами процесса управления знаниями, а именно: определение целей и задач системы управления знаниями; проектирование организационной структуры; расширение и реализация знаний.

6. Включение системы управления знаниями в общую функциональную структуру бизнес-процессов предпринимательской структуры позволит не только повысить эффективность ее деятельности в целом, но и обеспечить постоянный и надежный обмен идеями; повысить эффективность управленческих решений; повысить степень результативности взаимоотношений со всеми участниками рынка; активизировать инновационную деятельность на предприятии и др. С этой целью в ходе диссертационного ис-

следования разработан научно-методологический подход к системе управления знаниями, интегрированной в организацию предпринимательской деятельности, отражающий трансформационные изменения, направленные на установление взаимосвязи между системой управления знаниями и другими бизнес-процессами, обусловленные стратегическими изменениями внешней и внутренней среды функционирования предпринимательских структур.

7. Поскольку одной из задач диссертационной работы является исследование системы знаний в контексте организации предпринимательской деятельности, носителями которых являются люди, то логично будет более подробно остановиться на рассмотрении компетенций как одного из элементов, отражающих взаимосвязь между системой управления знаниями и другими бизнес-процессами предпринимательских структур.

8. Авторское понимание компетенции предпринимательской структуры состоит в следующем: – это способность к коллективному взаимодействию, направленному на эффективное протекание бизнес-процессов, основанная на системе знаний о способах, методах и приемах организации предпринимательской деятельности. При этом носителем этой способности индивидуально или коллективно являются работники предпринимательской структуры. Поэтому к содержательной характеристике компетенции предпринимательской структуры следует отнести набор знаний и умений, позволяющих осуществлять любой бизнес – процесс на уровне, обусловленном стратегическими изменениями предпринимательской среды. Именно знание того, как разворачивать, организовывать и управлять системой бизнес-процессов предпринимательской структуры и ее элементами, составляют «компетенции».

9. Поскольку меняются функции отдельных подсистем и элементов, то изменяются и их связи с другими частями организации предпринимательской деятельности, которые функционируют, как и прежде. Происходит уменьшение количества старых элементов и взаимодействий, увеличивается

число новых – одна система, таким образом, разрушается, а другая возникает. Процесс преобразования одной системы организации предпринимательской деятельности означает одновременный процесс возникновения новой. На одних этапах структурно-функциональные изменения в организации предпринимательской деятельности будут направляться на преодоление или предотвращение ближайших организационных кризисов, на других этапах – на обеспечение устойчивого развития предпринимательской деятельности. Для решения этой проблемы автором разработана концептная парадигма организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями.

10. К основным концептам современной парадигмы организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями отнесены: мониторинг внешней предпринимательской среды; создание условий для достижения предпринимательских целей; диагностика функциональной организации предпринимательских структур; определение долгосрочной и текущей политики предпринимательских структур; мотивация предпринимательской деятельности; реализация предпринимателем функций управляющего предпринимательской деятельностью.

11. Обосновывая эффективность реализации концептной парадигмы организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями, предложена авторская система показателей, которые объединены в пять блоков-индикаторов: блок финансовых индикаторов использования системы знаний в системе ресурсообеспечения, блок технологических индикаторов сокращения жизненного цикла технологий, блок социальных индикаторов усиления значимости интеллектуальных активов, блок потребительских индикаторов усиления требований потребителей к продукции и блок бизнес - процессных индикаторов развития интеграционных процессов.

12. Исследование парадигмальных подходов к управлению знаниями позволяет утверждать, что не на всех стадиях развития (или жизненного цикла) формирования системы знаний предприниматели способны и готовы

управлять знаниями на принципах синергетического подхода. Такая готовность становится присущей для предпринимателей, начиная со стадии роста, когда управление знаниями становится самостоятельным бизнес-процессом, диффундирует во все другие бизнес-процессы; отлажена система обмена и обновления знаний, корпоративная культура основывается на принципах сотрудничества. С этой целью в работе предложен научно-методический подход к идентификации фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний.

13. Сформулирована задача формализации обобщенного ориентира преобразований, то есть фокус предпринимательских решений с использованием множества показателей финансовой, технологической, клиентской, бизнес-процессной и социальной подсистем предпринимательской структуры. Выбор именно этих пяти блоков сбалансированной системы показателей являются составными компонентными элементами, обеспечивающими создание, сохранение и усиление конкурентных преимуществ предпринимательских структур в условиях жесткой конкуренции на рынке товаров и услуг.

14. Обоснование верного фокуса предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний становится конститутивной базой разработки и реализации системы управления знаниями, направленной на повышение эффективности организации предпринимательской деятельности. Исследования показали, что фокус предпринимательских решений с учетом стадии жизненного цикла формирования системы знаний не ограничивается только обеспечением инновационного или антикризисного развития предпринимательских структур, его функциональное значение следует рассматривать намного шире. В общем смысле под фокусом предпринимательских решений, обусловленных стадией жизненного цикла формирования системы знаний, понимается генеральная цель преобразований в деятельности предпринимательских структур, которая

раскрывает существующий уровень их развития и формирует ориентиры их дальнейшего онтогенеза.

15. Выбор предпринимательских решений в зависимости от стадии жизненного цикла формирования системы знаний и соответствующую идентификацию векторов стратегических изменений предлагается осуществлять по критерию максимизации конкурентной устойчивости предприятия. Параметры оптимизации решения указанной проблемы предложено установить по двум направлениям: содержательному и процессному.

Основные результаты раздела представлены в следующих публикациях:

[105, 106, 107, 108, 110, 112, 127, 135]

РАЗДЕЛ 5 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ РЕАЛИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ЗНАНИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

5.1 Стратегия организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний

Становление предпринимательства как ведущего сектора экономики в сложившихся социально-экономических условиях развития Донецкой Народной Республики сталкивается с проблемами запоздалой реакции предпринимателей на вызовы бизнес-среды, что приводит к потере потенциальных возможностей завоевания конкурентных позиций. Происходит это из-за несовершенства методологического инструментария определения стратегии организации предпринимательской деятельности.

Особенности развития предпринимательской деятельности требуют более действенных и фундаментальных подходов к определению ключевых параметров стратегических изменений, обусловленных разработкой и реализацией стратегического портфеля.

Кроме взвешенного подхода к определению миссии и соответствующей базовой стратегии, у предпринимателей возникает необходимость в обосновании ключевых направлений организации предпринимательской деятельности. Следует отметить, что в большинстве случаев потери и неудачи, сопутствующие деятельности предпринимательских структур, происходят не столько из-за отсутствия обоснованной базовой стратегии, сколько из-за отсутствия гибких подходов к выбору стратегий изменений организации предпринимательской деятельности, основанной на системе знаний, позволяющих максимизировать социально-экономическую эффективность предпринимательской структуры как открытой динамической системы. Именно поэтому обоснования ключевых параметров стратегии организации предпри-

нимательской деятельности на основе системы знаний является очень актуальной составляющей общей методологии регулирования предпринимательской деятельности и развития предпринимательства в целом, требующего постоянного совершенствования.

При выборе метода обоснования стратегии организации предпринимательской деятельности и оптимизации ее параметров выделены такие принципы.

стратегии организации предпринимательской деятельности должна отражать динамичный характер стратегических изменений внешней социально-экономической среды и внутренних преобразований предпринимательской структуры;

предпринимательские решения, принимаемые на каждом временном этапе, должны быть более оптимальными по сравнению с предыдущими временным периодом;

параметры стратегии организации предпринимательской деятельности должны определяться на основе влияющих факторов и условий, ограничителями которых является система показателей, обеспечивающих эффективность реализации современной парадигмы организации предпринимательской деятельности.

В разделе 4 доказано, что многоаспектность организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний не позволяет ограничиваться двумя или тремя факторами выбора векторов решения предпринимательских задач, и, несомненно, требует более взвешенного методологического поиска. В связи с большим количеством исходных данных и оптимизированных параметров альтернативы предпринимательского решения рассматриваемых во временной динамике, обоснование стратегии организации предпринимательской деятельности представляет собой комбинаторную задачу большой размерности. С целью снижения размерности задачи процесс ее решения целесообразно разделить на этапы подготовки исходных данных и

формализации задач, и в конечном результате свести к задаче динамического программирования.

При решении задач выбора стратегии организации предпринимательской деятельности на основе принципов динамического программирования принимать обоснованные решения в условиях неполной информации о состоянии внешней среды в процессе условной оптимизации на определенных временных этапах позволяют методы теории игр.

Как и любая человеческая деятельность, предпринимательство несет в себе элемент игры, что изначально обусловлено биологической и впоследствии закреплено социальной природой человека. Причем в предпринимательстве заложена связь между рациональным и иррациональным, поскольку любая игра, как правило, включает в себя два вида неопределенности: случайность и выбор. Случайность в данном случае рассматривается как рациональное, а выбор – как иррациональное.

В теории игр определяется, что игрок ведет себя рационально тогда, когда он стремится получить больше числовое значение некоторой величины. В такой формулировке эта идея выглядит наивной и "труднопонятной". Но слово «больше» может означать не только больше экспонатов в коллекции, больше денег, больше власти, но также более чистый воздух и воду, больше территории, больше времени для размышлений и сна, больше рабочих мест, больше уверенности в завтрашнем дне, большую ценность любого вида. Термин "ценность" в теории игр соответствует предположению о том, что каждый игрок стремится к выигрышу любого вида. Поэтому можно сделать вывод, что предприниматель является типичным игроком, поскольку его стремление к максимизации прибыли, самоутверждению, самореализации является специфической формой стремления игрока к увеличению выигрыша любого вида. В свою очередь выигрыш и является одним из самых мощных факторов мотивации предпринимательства. Стремление к выигрышу и ценности любого вида служат основной характеристикой рациональности игрока

вообще и игрока-предпринимателя в частности.

Теорию игр можно определить как теорию индивидуальных рациональных решений, принимаемых в условиях недостаточной информации относительно результатов этих решений. Теория исследует взаимодействие индивидуальных решений при некоторых предположениях, касающихся принятия решений в условиях риска, общих условий окружающей среды, кооперативного или некооперативного поведения других индивидов. В то время как традиционная микроэкономическая теория предлагает теорию принятия решений в условиях определенности, очевидно, что рациональному предпринимателю приходится принимать решения в условиях неопределенности и риска.

Вне игры предпринимательство вообще не могут существовать как реальность, потому что предприниматель никогда не выступает как одиночка, занимающийся инициативной деятельностью в экономической пустыне. Ошибочно представлять предпринимательство как броуновское движение атомизированных авантюристов, которые исключительно на свой страх и риск бросаются вниз головой в непредсказуемые волны бизнеса. Все далеко не так, и предпринимательство является не игрой предпринимателя с природой, а взаимодействием каждого отдельного предпринимателя с другими субъектами рыночных отношений. Основу такой деятельности и составляет осознанный выбор.

Если рассмотреть предпринимательство через призму теории игр, то предпринимательство как экономическая категория сразу же деидеологизуется, выходит за рамки социально-политической конфронтационности, но при этом, что очень немаловажно, не десоциализуется, так как организационно экономическая игра, которой является предпринимательство, не может быть асоциальной.

Итак, с позиции теории игр предприниматель – это, прежде всего, игрок, то есть человек, для которого риск в стремлении получить численно

большой выигрыш становится одной из важнейших характеристик его деятельности. Столкновение противоположных интересов участников приводит к возникновению конфликтных ситуаций. Необходимость анализировать такие ситуации, в свою очередь способствовала возникновению теории игр, задачей которой является выработка рекомендаций по рациональному способу действия участников конфликта.

Чтобы исключить трудности, возникающие при анализе конфликтных практических ситуаций в результате наличия многих факторов, строится упрощенная модель ситуации. Такая модель называется игрой. Конфликтная ситуация в игровой модели развивается по определенным правилам. Естественной базой для анализа конфликтных ситуаций служат широко распространенные игры – шахматы, шашки, карточные игры. Поэтому теории игр присуща такая терминология: игроки – стороны, участвующие в конфликте, выигрыш – результат конфликта и др.

Существуют также экономические игры, куда, в первую очередь, входит предпринимательство, общая сумма выигрышей и проигрышей в которых равна некоторой постоянной величине, как, например, в том случае, когда участники борются за ровно оцениваемые ими доли рынка. Однако для экономических игр типичным является наличие "общей" прибыли. Например, рыночная игра и торги являются играми по взаимному согласию. Если соглашение между покупателем и продавцом не происходит, каждый сохраняет то, что имел. Это худшее, что может случиться, пока не произойдет нечто более благоприятное – любой обмен.

Классификация игр, представленная на рисунке 5.1, предусматривает варианты экономических и предпринимательских игр. Прокомментируем логику ее построения. Рассматривая "игру в предпринимательство", сразу же абстрагируемся от группы игр с одним участником (игры человека против природы), проходящих согласно теории вероятностей, а не теории игр. В этом случае на долю предпринимательства остаются, во-первых, игры с дву-

мя участниками, олицетворяющих минимально достаточный уровень взаимодействия игроков, во-вторых, - с тремя и более участниками.



Рисунок 5.1 – Варианты экономических и предпринимательских игр
Систематизировано и обобщено автором по источникам [285; 344; 355]

В последнем случае могут создаваться коалиции, которые идентифицируются как социальное явление. Субъектами предпринимательства как

кооперативной игры могут быть предприниматели-продавцы, предприниматели покупатели, покупатели - не предприниматели, предприниматели производители, предприниматели посредники, государство как коллективный предприниматель, государство как покупатель или посредник.

Если степень изменчивости внешней среды очень высока, принятия решений методом теории игр должно происходить на каждом временном этапе. Если же степень изменчивости внешней среды не высокая, то обоснования решений используются на последнем этапе с целью выбора окончательного решения.

Нередко бывают случаи, когда предпринимательство как игра объединяю двух участников. В этом случае общая сумма выигрышей-проигрышей, платежей-неплатежей приравниваются к "0" или некоторой константе. Предпринимательство как игра с участием двух предпринимателей, которые борются за определенный сегмент рынка и связанные с этим экономические перспективы, может иметь нулевой результат, когда один из них полностью вытеснит конкурента с рынка тем или иным способом. Но может получиться и обоюдный результат – выигрыш или проигрыш, измеряемый конкретной величиной. Игры с нулевым результатом всегда является некооперативными (бескоалиционные, ибо число участников предпринимательской игры с результатом "0" не может быть более двух.

О том, что игра является органическим компонентом предпринимательской деятельности, свидетельствует и тот факт, что неопределенность, риск, свобода выбора и принятия решений, интуиция являются неотъемлемыми атрибутами и игры как таковой, и предпринимательской деятельности. Особенности правил игры в предпринимательской деятельности вызывают такое разнообразие в ее развития, что предвидеть результат игры заранее невозможно. Так, например, при выборе направления своего бизнеса предпринимателю необходимо определить: потребности в информации о товаре и условиях его доступности; сколько хотят заплатить потребители за товар; спрос

потребителей; проблемы по поставкам товара и др.. Другими словами, наличие риска является общим стержневым признаком, вокруг которого вращается как игра, так и предпринимательская деятельность. Игра, как таковая, и собственно предпринимательская деятельность представляют собой феномены, органично включающие в себя симбиоз рационального и иррационального и существующие в этом диалектическом единстве.

Большинство игр содержит оба вида неопределенности. Как же найти "золотую середину"? Каким путем будет развиваться экономика? Как поведут себя потребители, если повысится или понизится цена? Этим явлениям присуща случайность. Ответы на них следует искать в теории вероятностей. Но если, например, предприниматель повысит или снизит цену, то вопрос о том, пойдет за ним конкурент, является стратегическим: конкурент может выбирать. Во многих задачах, подходящих к игровым, неопределенность вызвана недостаточностью или отсутствием информации об условиях, в которых осуществляется действие. Эти условия зависят не от сознательных действий другого игрока, а от объективной действительности, то есть предпринимательской среды. Такой тип игры назовем играми с предпринимательской средой. Предприниматель *A* в играх с предпринимательской средой пытается действовать осмотрительно, используя, например, минимаксную стратегию, позволяющую получить наименьший проигрыш. Второй игрок *B* (предпринимательская среда) действует совершенно случайно, возможные стратегии определяются как ее состоянием (например, общественно-экономическая ситуация, доминирование экономических связей рыночного типа, наличие стабильной кредитно-денежной системы, природные условия, демографические особенности и т.д.).

В практике предпринимательской деятельности происходят многочисленные случаи, когда процесс принятия решений происходит одновременно или до получения необходимой информации, когда упущенные возможности реализовать уже нельзя. Такая ситуация связана с распределенным во време-

ни потоком возможностей, имеющих определенные характеристики, из которых нужно выбрать лучшую, но сами эти характеристики становятся известными только в момент выбора. Риск, сопровождающий эти ситуации, называется риском безвозвратных возможностей. К появлению такой задачи приводят многочисленные реальные ситуации, в том числе и главная рыночная проблема, которую можно сформулировать как с точки зрения покупателя, так и с точки зрения продавца:

- для покупателя: купить предлагаемый товар или продолжить поиск более дешевого, рискуя потерять возможность;
- для продавца: продать продукцию по более низкой цене покупателю, желающему приобрести ее, или продолжить поиск другого покупателя с целью продать по более высокой цене, но рискуя потерять предыдущего покупателя.

Использование методов теории игр при разработке и реализации стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, прежде всего, объясняется тем, что одним из основных понятий теории игр является понятие стратегии. Стратегией игрока называется полная система инструкций, которые определяют выбор дальнейшего хода игрока в каждой возможной ситуации. Обычно участники игры, не прибегают к жестким, фиксированным правилам. Их действия в ходе игры обусловлены конкретной ситуацией. Если решения игрока будут предусмотрены заранее по принципу: если сложится определенная ситуация, то игрок будет действовать соответствующим образом, - то это означает, что игрок выбрал определенную стратегию.

Стратегии могут быть удачными (эффективными) или неудачными (неэффективными). Поскольку каждый игрок стремится направить свои действия на получение максимального выигрыша, то удачной считается стратегия, которая обеспечивает ему такой выигрыш. Соперник при таких условиях добивается всеми возможными средствами снижения выигрыша противника до

минимума. Поэтому в теории игр при анализе конфликтных столкновений используется принцип разумного противодействия противника. Таким образом, «...целью теории игр является разработка рекомендаций для разумного поведения игроков в противоречивой ситуации, которая сводится к определению оптимальной стратегии для каждого из игроков» [285, с.12].

Подчеркнем существенное отличие выбора стратегии согласно теории игр от выбора стратегии при организации предпринимательской деятельности: если в теории игр надо выбрать оптимальную стратегию из множества имеющихся, то при организации предпринимательской деятельности нужно разработать оптимальную стратегию. Методика организации предпринимательской деятельностью путем выбора чистой или оптимальной стратегии на основе теории игр представлены в таблице 5.1

Функцией выигрыша или платежной функцией $f(\bar{X}, \bar{Y})$ игры с матрицей $\Pi = \| a_{ij} \|$, при применении предпринимателем A смешанной стратегии, а предпринимателем B смешанной стратегии, называется средняя величина выигрыша игрока A (проигрыша игрока B), подсчитывается по формуле:

$$f(\bar{X}, \bar{Y}) = \sum_i x_i y_i A_{ij} = \bar{X} \Pi \bar{Y}, \quad (5.1)$$

Стратегии X_a, Y_b называются оптимальными, если используются неравенства:

$$f(B) \leq f(A, B) \leq f(A), \quad (5.2)$$

То есть стратегии называются оптимальными, если их применение обеспечит предпринимателю A средний выигрыш, не менее; чем при применении им любой другой стратегии и предпринимателю B средний проигрыш не более, чем при применении им любой другой стратегии.

Совокупность оптимальных стратегий (A, B) называется оптимальным решением, а значение платежной функции – ценой игры:

$$v = f(A, B), \quad (5.3)$$

Таблица 5.1 – Методика организации предпринимательской деятельностью путем выбора чистой или оптимальной стратегии риска (авторская разработка)

	Предприниматель А	Предприниматель В
Чистые стратегии	Возможные стратегии	
	$A_i, (i=1, \dots, m)$	$B_j (j = 1, \dots, n)$
	Результат выигрыша	
	$v_1 = (A_i, B_j)$	
	Результат проигрыша	
	$v_2(A_i, B_j)$	
	каждого из игроков удовлетворяют соотношение	
$v_1(A_i, B_j) + v_2(A_i, B_j) = 0$		
Оптимальные стратегии	Результат выигрыша	
	$\sum_{i=1}^m A_{ij} x_i^* \geq v, \quad i = 1, \dots, n.$	$\sum_{j=1}^n A_{ij} y_j^* \leq v, \quad i = 1, \dots, m$
	Результат проигрыша	
	$\sum_{j=1}^n A_{ij} y_j^* \leq v, \quad i = 1, \dots, m$	$\sum_{i=1}^m A_{ij} x_i^* \geq v, \quad i = 1, \dots, n.$
Условные обозначения:		
A_i - стратегия предпринимателя А; i – возможные стратегии, $i=1,2,3 \dots m$; B_j - стратегия предпринимателя В; - возможные стратегии, $j= 1,2,3 \dots n$; x_1, x_2, \dots, x_m – вероятность использования предпринимателем А своих чистых стратегий А1, А2, ..., Ам ; y_1, y_2, \dots, y_n – вероятность использования предпринимателем В своих чистых стратегий В1, В2, ..., Вn; v - цена игры		

Для оптимальной стратегии имеет место соотношение: $\max_y \min_x XAY = \min_y \max_x XAY$. Таким образом, применение предпринимателем А оптимальной стратегии, должно обеспечивать ему при любых действиях игрока В выигрыш, не меньше, чем v ., поскольку выполняется соотношение:

$$\sum_{i=1}^m a_{ij} x_i^* \geq v, \quad i = 1, \dots, n, \quad (5.4)$$

Аналогично для предпринимателя **Б**. Оптимальная стратегия должна обеспечить при любых стратегиях игрока **А** проигрыш, не превышающий v .

$$\sum_{j=1}^n a_{ij} y_j^* \leq v, \quad i = 1, \dots, m, \quad (5.5)$$

Наиболее простой является игра, в которой каждый из игроков имеет 2 стратегии. Рассмотрим платежную матрицу Π :

	B_1	B_2
A_1	α_{11}	α_{12}
A_2	α_{21}	α_{22}

Если седловой точки нет, то решением игры являются смешанные стратегии.

$$x = (x_1, x_2),$$

$$y = (y_1, y_2).$$

Если один из предпринимателей применяет свою оптимальную смешанную стратегию, то его выигрыш равен цене игры v , независимо от того, с какими вероятностями второй предприниматель будет принимать стратегии, вошедшие в оптимальные, в т.ч. и чистые стратегии. Проблема выбора стратегии организации предпринимательской деятельности в условиях неопределенности и риска требует разработки методического инструментария для идентификации предпринимательского риска, его оценки и минимизации (более подробно этот вопрос будет рассмотрен в параграфе 5.3).

Если принять этот тезис за исходную посылку, то логичным будет умозаключение о том, что использование оптимальной стратегии, которая при многократном повторении игры будет приведет к получению данным предпринимателем максимально возможного среднего выигрыша, обеспечи-

вает для предпринимателя A получение выигрыша v при любых стратегиях предпринимателя B . Оптимальная стратегия для предпринимателя B тоже является смешанной. Поэтому, если предприниматель A применяет свою оптимальную стратегию, то при этом предприниматель B может использовать одну из чистых стратегий и величина выигрыша предпринимателя A останется неизменной. Запишем систему уравнений:

$$\begin{cases} \alpha_{11}x_1 + \alpha_{12}x_2 = v \\ \alpha_{21}x_1 + \alpha_{22}x_2 = v \end{cases} \quad (5.6)$$

поскольку сумма вероятностей равна 1, то

$$x_1 + x_2 = 1 \quad (5.7)$$

Решив систему, получим:

$$x_1 = \frac{a_{22} - a_{21}}{a_{11} + a_{22} - a_{12} - a_{21}} \quad (5.8)$$

$$x_2 = \frac{a_{11} - a_{12}}{a_{11} + a_{22} - a_{12} - a_{21}} \quad (5.9)$$

Подставляя x_1 и x_2 в систему уравнений, получим:

$$v = \frac{a_{11}a_{22} - a_{12}a_{21}}{a_{11} + a_{22} - a_{12} - a_{21}} \quad (5.10)$$

Это оптимальная стратегия для предпринимателя A .

Аналогично можно найти оптимальную стратегию для предпринимателя B .

$$y_1 = \frac{a_{22} - a_{21}}{a_{11} + a_{22} - a_{12} - a_{21}} \quad (5.11)$$

$$y_2 = \frac{a_{11} - a_{21}}{a_{11} + a_{22} - a_{12} - a_{21}} \quad (5.12)$$

Задача поиска оптимальных решений для предпринимателей с помощью чистых стратегий.

Пусть предприниматель **A** располагает m чистыми стратегиями A_1, A_2, \dots, A_m . Предприниматель **B** располагает n чистыми стратегиями B_1, B_2, \dots, B_n . Предприниматель **A** может выбрать любую стратегию A_i , в ответ на которую предприниматель **B** может выбрать любую стратегию B_j . Сочетание этих стратегий приведет к определенному числовому результату - платежу (a_{ij}), что называют выигрышем предпринимателя **A** и соответственно проигрышем игрока **B**. Проигрыш составит $(-a_{ij})$.

Матрица $\Pi = a_{ij}$ размером $m \times n$, платежная матрица или матрица игры приведена в таблице 5.4. Пусть предприниматель **A** выбирает какую-то стратегию A_i ; тогда в худшем случае (например, если выбор станет известным предпринимателю **B**) он получит выигрыш, равный $\min a_{ij}$. Предвидя такую возможность, предприниматель **A** должен выбрать такую стратегию, чтобы максимизировать свой минимальный выигрыш. Для этого найдем сначала для игрока **A** в каждой строке число $\alpha_i = \min_j a_{ij}$, что указывает на минимально гарантированный выигрыш для игрока **A**, использующего стратегию A_i .

Таблица 5.2 – Платежная матрица игры

	Стратегия предпринимателя B					
	B_j	B_1	B_2	...	B_n	\min
Стратегия предпринимателя A	A_1	a_{11}	a_{12}	...	a_{1n}	a_1
	A_2	a_{21}	a_{22}	...	a_{2n}	a_2

	A_n	a_{n1}	a_{n2}	...	a_{nn}	a_n
	\max	β_1	β_2	...	β_n	

Далее найдем в каждом столбце число $\beta_j = \max_i a_{ij}$, что указывает на максимально гарантированный проигрыш для игрока **B**, использующего стратегию V_j . Величина $\alpha = \max_i (\min_j a_{ij})$ – гарантированный выигрыш игрока **A** (вариант «лучший из худших»). Величина α называется нижней ценой игры, или максиминным выигрышем, или максиминной стратегией игрока **A**.

Предприниматель **B**, выбирая стратегию, исходит из следующего принципа: при выборе определенной стратегии V_j , его проигрыш не должен превысить максимального из значений элементов j -го столбца матрицы, то есть должен быть меньше или равняться $\max a_{ij}$.

Рассматривая впоследствии это множество $\max a_{ij}$ для различных значений j , предприниматель **B**, естественно, выберет такое значение j , при котором его максимальный проигрыш β минимизируется. Величина $\beta = \min_j (\max a_{ij})$ называется верхней ценой игры или минимаксным проигрышем или минимаксной стратегией предпринимателя **B**. То есть предприниматель **B** выбирает стратегию «худшую из лучших». Всегда $\alpha \leq \beta$.

Принцип, согласно которому выбирают эти стратегии, называется принципом максимин для предпринимателя **A** и принципом минимакса для предпринимателя **B**. Тогда при любой стратегии, выбираемые предпринимателем **B**, предпринимателю **A** обеспечивается выигрыш не менее α , а для предпринимателя **B** при выборе им минимаксной стратегии обеспечивается проигрыш не более β .

Седловой точке соответствуют оптимальные стратегии игроков, их совокупность является решением игры, имеет такое свойство: если один из игроков придерживается своей оптимальной стратегии, то для второго отклонения от оптимальной стратегии не может быть выгодным. Тогда оптимальным решением для обоих предпринимателей есть выбор максиминной для предпринимателя **A** и минимаксной для предпринимателя **B** стратегии. Любое отклонение будет невыгодным.

Прикладные задачи динамического программирования, представлен-

ные в работах известных ученых, в основном посвящены проблематике общего управления производственными предприятиями и не отражают возможностей применения методов динамического программирования в процессе обоснования параметров стратегии организации предпринимательской деятельности, важным бизнес-процессом которой является управление системой знаний. Поэтому вопрос определения стратегии организации предпринимательской деятельности на основе моделирования динамики системы стоит в кругу наиболее значимых и перспективных научных вопросов. В общем виде решение задачи оптимизации параметров стратегии организации предпринимательской деятельности заключается в составлении вариантов стратегии, оценки этих вариантов в соответствии с принятым критерием оптимальности и выборе наиболее эффективных вариантов на протяжении всего периода предпринимательской деятельности.

В параграфе 4.2 обоснован вывод о том, что, учитывая особенности состояния, отражающего уровень социально-экономического развития Донецкой Народной Республики, для решения практических задач становления и развития предпринимательства в качестве научно-методического инструментария целесообразно использовать концептную парадигму организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний. Поскольку система знаний представляет бизнес-процесс, диффундирующий во все бизнес-процессы предпринимательской деятельности, о чем более подробно шла речь в параграфе 4.1 данной диссертационной работы, то логично будет этапность разработки и реализации стратегии организации предпринимательской деятельности рассмотреть через призму стратегий управления знаниями.

Выбор ключевых векторов стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний в условиях динамичной бизнес-среды предусматривает обязательность проведения подготовительных мероприятий. Целью этих мероприятий является выделение и анализ возможных

сценариев стратегического развития предпринимательской структуры и соответствующих последствий (результатов) реализации стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний. Применение той или иной модели принятия решений будет осуществляться в зависимости от сложности общей ситуации. То есть некоторые задачи, связанные с разработкой стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний можно решать на прямом детерминированном уровне, а некоторые более сложные задачи требуют применения более сложных системных методов.

Главными компонентами комплексного подхода к формированию стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний являются цели стратегических преобразований, критерии эффективности предпринимательских решений, оценка состояний предпринимательской структуры в процессе моделирования пространственной (содержательной) и временной (процессной) динамики преобразований, конструирование и анализ разных альтернатив. Стратегии управления знаниями направлены на то, чтобы создать новую стоимость, реализованную в продуктах, людях и процессах с помощью рационального формирования и использования знаний в организациях. Основная цель этой стратегии состоит в повышении эффективности использования всех имеющихся ресурсов организации, получение более быстрых инноваций, улучшение обслуживания клиентов, снижение потерь от неиспользуемых интеллектуальных активов.

Предложенный научно-методический подход к формированию стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний (рис.5.2) представляет синхронизацию предпринимательских задач с разработкой системы управления знаниями, обуславливающей выбор стратегии создания, использования и обмена знаниями, по результатам которого определяется стратегия создания системы знаний – кодификации или персонализации.

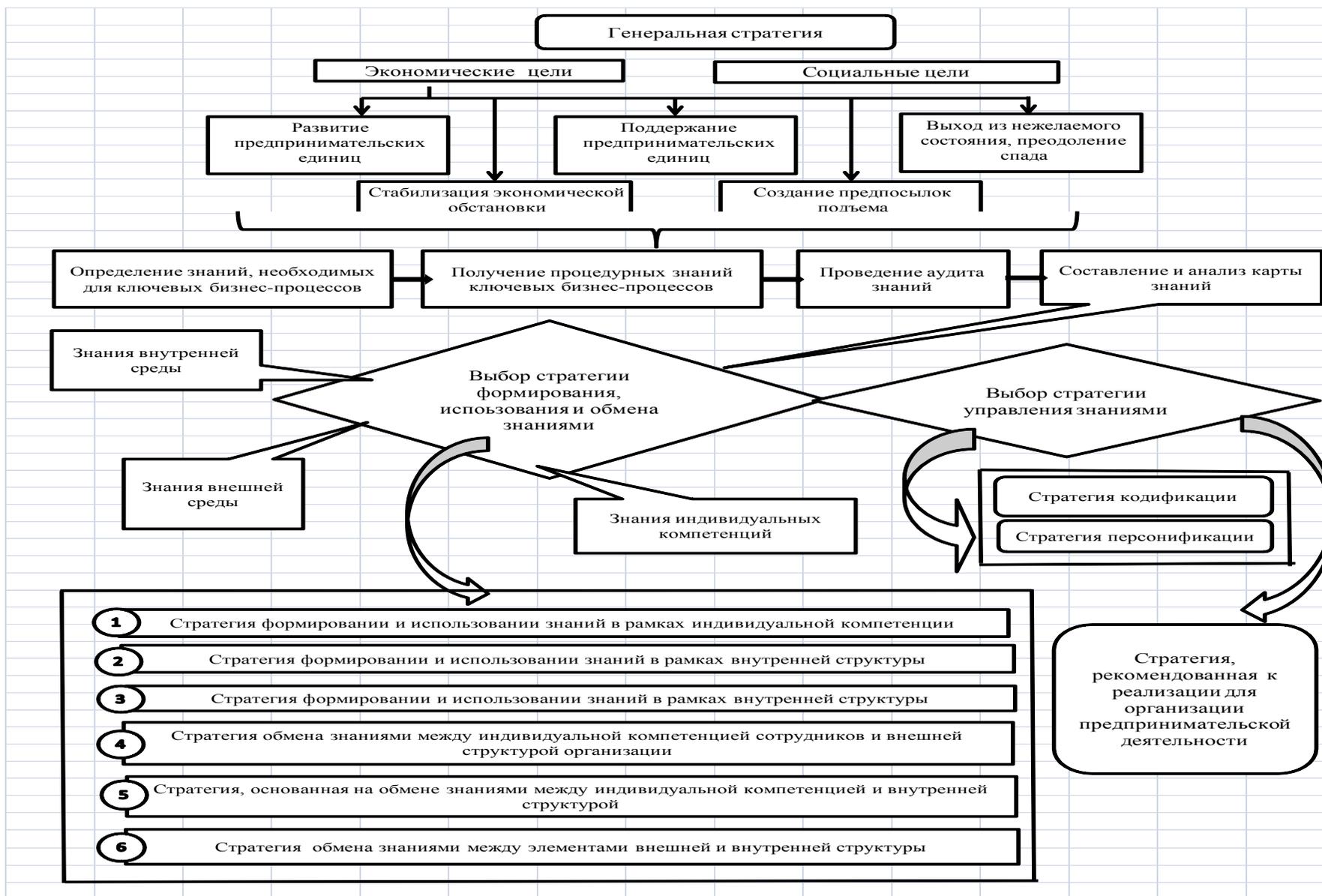


Рисунок 5.2 – Научно-методический подход к формированию стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний (авторская разработка)

Обеспечивающим структурно-функциональным компонентов в синхронизированном подходе к формированию стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний является разработка портфеля стратегий создания, использования и обмена знаниями в разрезе комбинирования направленности потоков информации между внешней средой, внутренней средой и индивидуальными компетенциями.

Знания имеют социально-психологическую природу, так как включают не только информацию и личностные смыслы, но и элементы группового сознания. Чаще всего они формируются в совместной деятельности и содержат когнитивные, оценочные и эмоциональные компоненты группового отношения к действительности. Это означает, что для понимания факторов и механизмов обмена знаниями необходимы системные, комплексные теоретические модели тех процессов, которые ранее изучались самостоятельно: в рамках психологии межличностного общения, социального познания, малых групп и межгрупповых отношений.

Можно выделить две стратегии управления знаниями в современных компаниях: ориентированную на кодификацию знания и ориентированную на персонализацию знаний.

Стратегия кодификации опирается на широкое использование IT-инструментов поиска данных и поддержку электронных баз знаний, позволяющих накапливать интеллектуальный капитал организации. Ее преимущество состоит в том, что она позволяет извлекать экономический «эффект масштаба» из повторного использования знаний в крупных вертикально интегрированных холдингах.

Такой подход оставляет мало места для инноваций и креативности сотрудников, однако он дает возможность опираться на проверенные опытом, надежные способы решения возникающих проблем. Кодификация предполагает существенные инвестиции в IT-инфраструктуру, организацию доступа к информации в зависимости от должностного положения и функций сотрудников, а также стимулирование персонала к пополнению и использованию

баз знаний.

Часто данный подход используется при реализации масштабных IT-проектов в крупных компаниях – например, при внедрении систем автоматизированного управления (ERP-системы, CRM-системы), а также при переходе к электронному документообороту.

Стратегия кодификации знаний хорошо согласуется с бизнес-стратегией организации, если последняя ориентирована на повышение эффективности деятельности, снижение затрат или лидерство по себестоимости продукции и услуг. Основная экономическая выгода от внедрения систем кодификации знаний состоит в сокращении затрат за счет эффекта масштабов.

Внедрение систем управления знаниями приводит к сокращению времени на работу с документацией, сокращению случаев дублирования документов, снижению административных издержек, снижению затрат на бумажный документооборот и телекоммуникации, снижению транспортных расходов, снижению затрат на обслуживание клиентов, росту производительности (сокращение времени на обучение, ускорение доступа к документам), а также повышению стоимости интеллектуального капитала (интенсивность обмена опытом, снижение числа повторных ошибок, снижение затрат при уходе из компании ценных специалистов, повышение эффективности программ обучения и развития).

Стратегия персонализации знаний, напротив, ориентирована не столько на технологии, сколько на развитие креативности сотрудников и облегчение обмена знаниями. Она хорошо зарекомендовала себя в организациях с матричной и проектной структурой, где для решения возникающих проблем используются очные встречи, электронная переписка и видеоконференции. Основное внимание при реализации данной стратегии уделяется развитию социальной сети проектных команд и отдельных сотрудников, которая позволяет совместными усилиями находить решение проблем.

Сотрудники вознаграждаются не столько за кодификацию своих знаний в корпоративных базах, сколько за обмен знаниями друг с другом, под-

держание конструктивного диалога поверх функциональных границ. В рамках данного подхода широко используются различные формы наставничества и коучинга, технологии развития на рабочем месте, методы обмена знаниями, а также технологии повышения групповой креативности. Персонализация знаний хорошо согласуется с бизнес-стратегией, ориентированной на дифференциацию за счет инновационных решений.

Несмотря на то, что управление знаниями еще не стало общепринятым направлением деятельности в российских компаниях, в целом за последние годы можно отметить тенденцию к отказу от стратегии кодификации знаний в пользу персонализации или к попыткам совмещения элементов обеих стратегий.

Некоторое представление об используемых отечественными компаниями инструментах управления знаниями дает проведенный нами в 2017 г. экспертный опрос. В опросе приняли участие эксперты 20 предпринимательских структур. Результаты опроса показали, что наиболее распространенными инструментами управления знаниями являются корпоративные порталы и базы знаний, внутренние консультанты и наставники, а также системы дистанционного обучения. Пока не получили популярности практические сообщества и центры компетенций на базе структурных подразделений.

Базовые стратегии отражают программы формирования и использования знаний, обусловленные соответственно внешней структурой, внутренней структурой и индивидуальными компетенциями персонала (рис 5.3). Все стратегии формирования, использования и обмена знаниями в предпринимательских структурах представлены в виде семи комбинаций указанных базовых стратегий, отражающих траектории движения знаний.

Три из них заключаются в том, чтобы эффективно формировать и использовать знания в рамках одного из видов интеллектуального капитала (индивидуальная компетенция, внутренняя структура и внешняя структура). Еще три стратегии предполагают достижение позитивного эффекта от взаимодействия между двумя различными видами интеллектуального капитала

(индивидуальной компетенции и внутренней структуры, индивидуальной компетенции и внешней структуры, внутренней и внешней структуры).

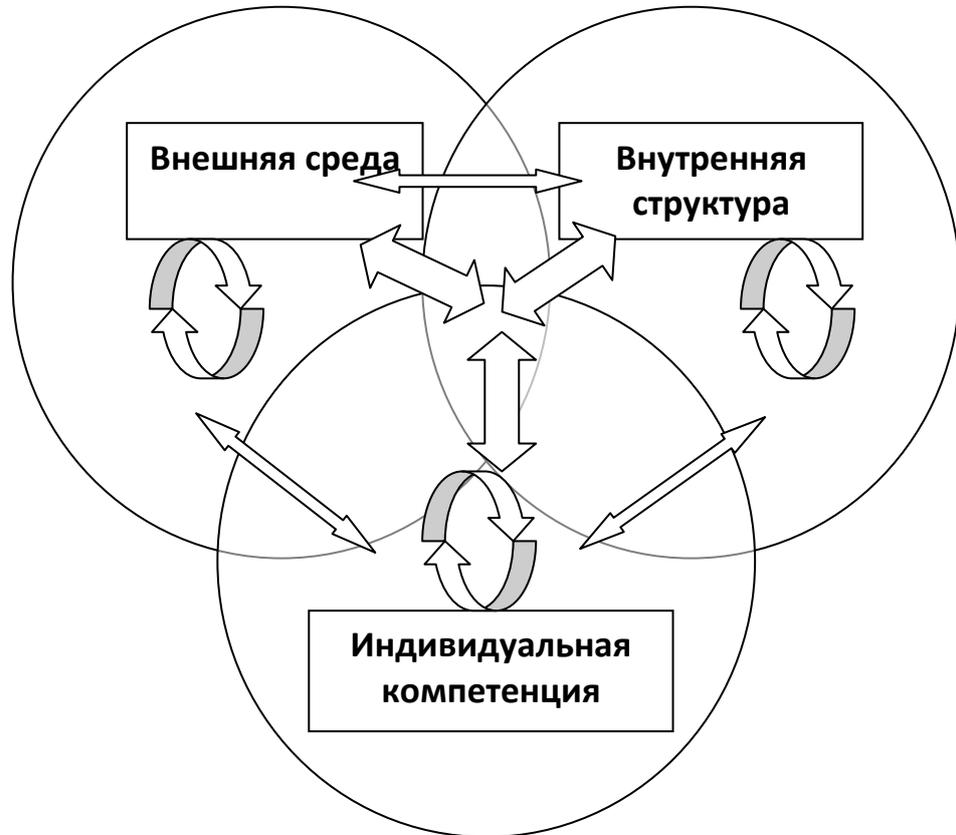


Рисунок 5.3 – Схема механизма формирования стратегий управления знаниями в предпринимательских структурах

Наконец, последняя, седьмая стратегия строится с учетом одновременного взаимодействия всех трех элементов интеллектуального капитала. Стратегии формирования и обмена знаниями в своей основе имеют движение знаний:

- Между отдельными работниками (в рамках индивидуальной компетенции).
- Между отдельными элементами внутренней структуры.
- Между отдельными элементами внешней структуры.
- Между элементами внешней структуры и работниками организации.

- Между элементами внутренней структуры и работниками организации.
- Между элементами внутренней и внешней структуры.
- Одновременно между всеми видами интеллектуального капитала.

Стратегия формирования и использования знаний в рамках внутренней структуры направлена на обмен знаниями между отдельными элементами предпринимательской структуры с целью повышения ее конкурентоспособности. К элементам внутренней структуры относятся информационные системы, организационные структуры, базы данных, патенты, ноу-хау, авторские права, лицензии и др.

Стратегия формирования и использования знаний в рамках внешней структуры направлена на построение эффективных внешних связей предпринимательской структуры, которые способствуют эффективному использованию ее конкурентных преимуществ. Данная стратегия опирается на маркетинговые технологии, которые направлены на развитие отношений с местным сообществом, поставщиками, клиентами, конкурентами, потребителями и др. Стратегия обмена знаниями между индивидуальной компетенцией сотрудников и внешней структурой организации, состоит в разработке программы взаимодействия сотрудников и контрагентов внешней среды с целью повышения их знаний и компетенций, а также одновременного повышения компетенций персонала в результате формирования системы знаний, получаемых от контрагентов внешней среды. Эта стратегия включает способы взаимодействия с потребителями, которые повышают индивидуальную компетенцию сотрудников предпринимательских структур.

Такое взаимодействие может происходить разными путями, но преимущественно путем прямого контакта с потребителями. Именно поэтому во многих предпринимательских структурах повышается доля сотрудников, напрямую контактирующих с потребителями. Любые формы обратной связи можно использовать для повышения квалификации сотрудников и их готов-

ности ответить на новые запросы потребителей. Одной из популярных технологий управления знаниями в рамках реализации стратегии обмена знаниями между индивидуальной компетенцией сотрудников и внешней структурой организации, получившей в последнее время широкое распространение в мировой практике, стал бенчмаркинг. «Бенчмаркинг — это механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других, более успешных фирм» [257, с.37] .

Стратегия обмена знаниями между индивидуальной компетенцией и внутренней структурой направлена на поиски решения проблемы содействия сотрудников построению элементов внутренней структуры организации, в процессе которого происходит совершенствование системы знаний самих сотрудников в том числе. Такая стратегия в основном реализуется через технологии переноса индивидуальных знаний в систему корпоративных и организационных знаний.

Стратегия обмена знаниями между элементами внешней и внутренней структуры формируется за счет преобразования потока знаний из внешних во внутренние структуры и, наоборот, из внутренних во внешние структуры организации. В рамках этой стратегии осуществляются систематические опросы потребителей, формируются базы данных о потребителях и их предпочтениях.

Стратегия формирования и использования знаний в рамках индивидуальной компетенции, отвечает на вопросы: "Как происходит обмен знаниями между сотрудниками, как повышается их компетенция и как она используется в целях повышения конкурентоспособности предпринимательской структуры?" Данная стратегия направлена на развитие индивидуальной компетенции работников путем их обучения, проведения тренингов, формирования соответствующей корпоративной культуры. Эта стратегия подробно исследована в работах, посвященных человеческому капиталу, мотивационным системам, обучению в организациях. Не останавливаясь на таких традиционных аспектах формирования человеческого капитала, как кадровый менедж-

мент, мотивация, и пр., рассмотрим более подробно лишь два аспекта этой стратегии, а именно обучение персонала и формирование организационной культуры, нацеленной на обмен знаниями между сотрудниками.

Обучение сотрудников в современных условиях становится важнейшей функцией организации предпринимательской деятельности. В практике предпринимательской деятельности целесообразно создавать целостную систему развития персонала, его обучения и повышения квалификации. Забота об обучении, непрерывном повышении квалификации становится непременным атрибутом успешного функционирования каждой предпринимательской структуры, фактором формирования климата на фирме, создает предпосылки для постоянной адаптации к постоянно меняющимся условиям, повышает ее конкурентоспособность. Чтобы адекватно отвечать на вызов современности, каждая предпринимательская структура должна трансформироваться в самообучающуюся организацию, в которой происходит непрерывающийся процесс обучения всех сотрудников из всех подразделений.

Использование такого подхода к организации предпринимательской деятельности способствует совершенствованию умений и навыков индивидуального и коллективного мышления, творческих способностей. В рамках такой организации обучение происходит не только в традиционных формах семинаров, тренингов, но и в процессе предпринимательской деятельности, когда люди делятся своими знаниями, помогают друг другу налаживают деловые коммуникации.

Еще одной важной составляющей первой стратегии формирования и обмена знаниями в предпринимательских структурах является формирование организационной культуры, нацеленной на обмен знаниями между сотрудниками. Для обеспечения интенсивного обмена знаниями целесообразно особым образом строить рабочее пространство офисных помещений, разделяя их небольшими перегородками, которые выделяют индивидуальное рабочее место в рамках большого единого пространства. Это создает, с одной стороны ощущение личного пространства для каждого работника и одновременно

создает условие для деловых коммуникаций сотрудников, что, в конечном счете, способствует более интенсивному и результативному обмену знаниями. Одним из факторов формирования соответствующей организационной культуры становится мотивация свободного обмена знаниями между сотрудниками. В ряде организаций система стимулов направлена на перенос знаний внутри этих организаций. Однако одними лишь стимулами проблему внутренних свободных коммуникаций решить нельзя. От внутренней установки "знания есть власть, и делиться ими не следует" необходимо перейти к новой, более мощной установке: "свободный обмен знаниями есть источник успеха организации и личности".

Переход от одной установки к другой сложный процесс, но именно от успеха этого процесса зависит эффективность стратегий управления знаниями. Это крупномасштабное изменение, которое касается и мотивационных элементов, и обучающих систем, и критериев, и показателей деятельности организации. Оно касается также формирования новых отношений, направленных на эффективное использование персональных знаний и знаний организации в целом. В связи с этим важный элемент управления знаниями – это доверие между сотрудниками. Диалог в режиме доверия более ценен, чем в рамках его отсутствия.

5.2. Оптимизация решений в процессе организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний

Принятие предпринимательских решений представляет собой сложный и систематизированный процесс, который состоит из определенных этапов и стадий. Начинается этот процесс с формулирования проблемы и заканчивается осуществлением действий, которые решают эту проблему. Каждое новое предпринимательское решение возникает на основе уже реализованного ре-

шения, действия по которому или завершились, или отклонилось от начального варианта, или вступило в разногласие с изменениями, которые произошли в процессе осуществления предпринимательской деятельности. Поэтапный организационный механизм процесса принятия предпринимательского решения представлен на рисунке 5.4.

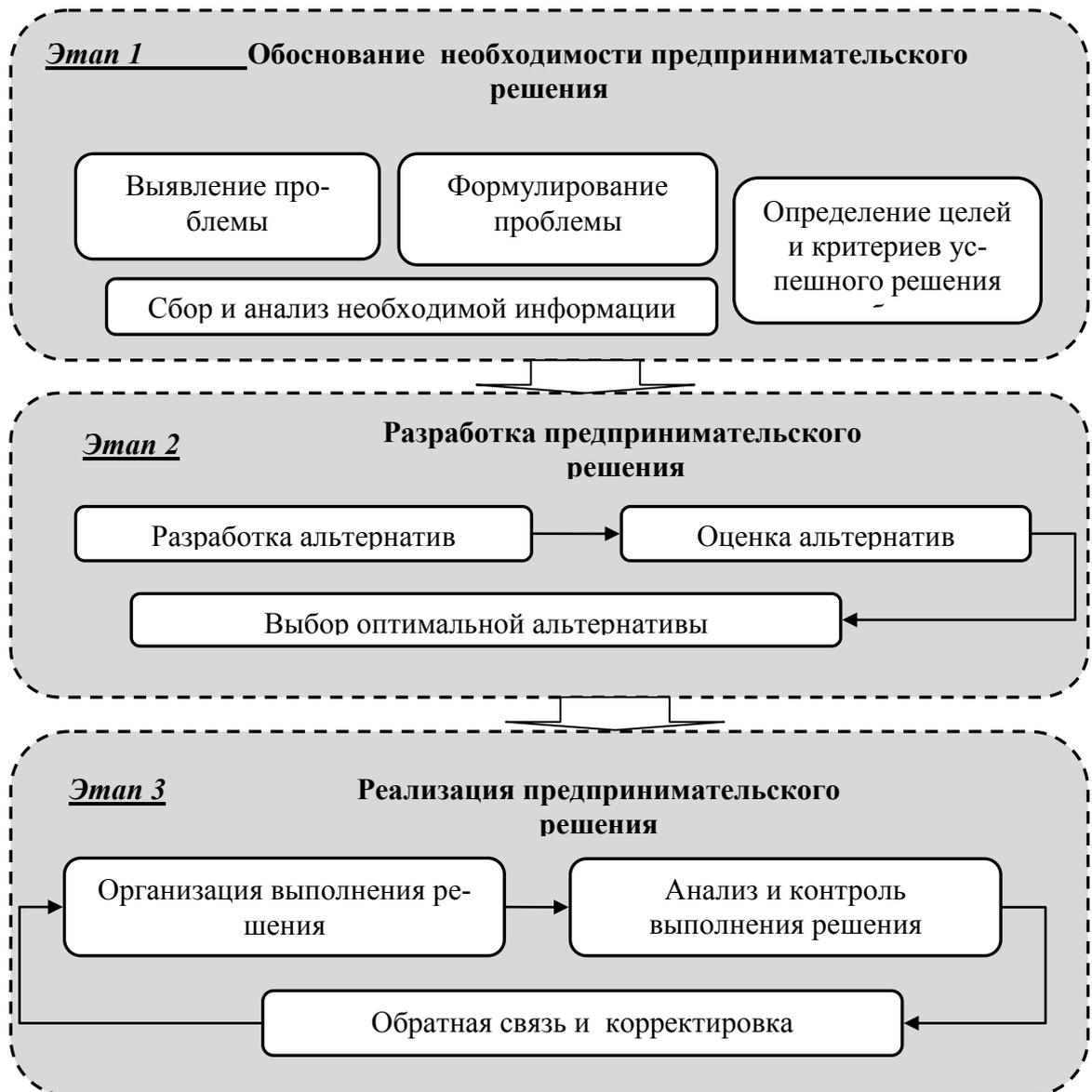


Рисунок 5.4 – Этапная схема организационного механизма принятия предпринимательского решения (авторская разработка)

На первом этапе проводится обоснование необходимости предпринимательского решения. Для этого вначале необходимо выявить проблему. Выявление проблемы является свидетельством признания предпринимателем ее наличия и выступает базисным элементом для ее решения, т.к. если проблема нет, с точки зрения предпринимателя, то дальнейшие действия утрачивают необходимость их осуществления.

На втором этапе осуществляется разработка предпринимательского решения, которая включает формирование возможных альтернатив решения возникшей проблемы, проведение оценки каждой альтернативы и выбор оптимального варианта предпринимательского решения.

Принятие предпринимательского решения рассматривается как интеллектуальный продукт, следовательно, эффективность его разработки во многом обусловлена уровнем развития интеллектуальных навыков предпринимателя, его профессиональными компетенциями, творческими способностями, креативностью мышления. Поскольку все обозначенные личностные свойства предпринимателя – результат непрерывного обучения, продуктом которого являются новые, использованные на практике знания, то логично будет сделать вывод о том, что именно наличие знаний выступает конститутивной компонентой для развития творческой инициативы, появления креативных идей.

Следует обратить внимание еще на один момент, который влияет на окончательный выбор оптимального варианта предпринимательского решения. Внутренним механизмом принятия предпринимательского решения является борьба мотивов при выборе определенной альтернативы, которая позже приобретает форму решения. Мотив, как было обосновано в параграфе 2.2 данной диссертации, – это сугубо индивидуальная характеристика предпринимателя как личности. Отсюда логично будет сделать вывод о том, что принятие предпринимательского решения подчиняется в значительной степени принципу субъективизации.

На третьем этапе проводится реализация предпринимательского реше-

ния. Если первый и второй этап являются необходимым условием в организационном механизме принятия предпринимательского решения, то третий этап выполняет функцию достаточного условия. Отсутствие организации выполнения решения, анализа и контроля выполнения решения приводят к тому, что разработанное и тщательно обоснованное предпринимательское решение превращается в экстраполяцию и остается в области предполагаемых путей решения проблемы. Предпринимательское решение связано с определенным видом экономической деятельности, это творческий процесс, в котором определенным образом объединяются математический подход, логика, психология, эмоции, воля, мотивация, интересы и ответственность предпринимателя (рис. 5.5).



Рисунок 5.5 – Сущностная характеристика дефиниции «предпринимательское решение» (авторская трактовка)

Как было отмечено в параграфе 4.1, в условиях информатизации общества и экономики знания основой, обеспечивающей развитие предпринимательских структур, становится управление знаниями. Поэтому логичным будет умозаключение о том, что принятие предпринимательского решения взаимосвязано с внедрением системы управления знаниями. Первоочередной задачей предпринимателя при внедрении системы управления знаниями становится определение ее целей, которые соответствовали бы общей корпоративной стратегии предпринимательской деятельности. Поэтому на этапе внедрения знаний необходимо, в первую очередь, идентифицировать ключевые бизнес-процессы, направленные на реализацию принятой стратегии организации предпринимательской деятельности и сформулировать требования к знаниям, которые необходимы для успешного протекания этих бизнес – процессов. Другими словами, необходимо определить, какие элементы знаний являются приоритетными для достижения конкурентных преимуществ на конкретном этапе организационного развития предпринимательской структуры.

Можно выделить две группы решений по созданию знаний, интегрированных в организацию предпринимательской деятельности: стационарные решения и динамические решения. Стационарные решения связаны с сохранением, наращиванием и обновлением базы знаний. Динамические решения ориентированы на управление потоками знаний. «..Здесь можно выделить «навязывание» знаний персоналу под конкретную ситуацию, «разведку» знаний и их обработку для поддержки будущих решений; обеспечение инициативного доступа персонала к базе знаний; поиск комплекса поддерживающих знаний под конкретное задание («вытягивание» знаний). Поддержка имеющейся базы знаний осуществляется с помощью систем баз данных, экспертных систем, систем поиска, электронной почты, интеллектуальных систем» [28, с.136].

Более сложным вариантом является гибкий просмотр параметров системы управления каждой предпринимательской структуры с учетом ожидае-

мых внешних воздействий на организацию предпринимательской деятельности (рисунок 5.6).

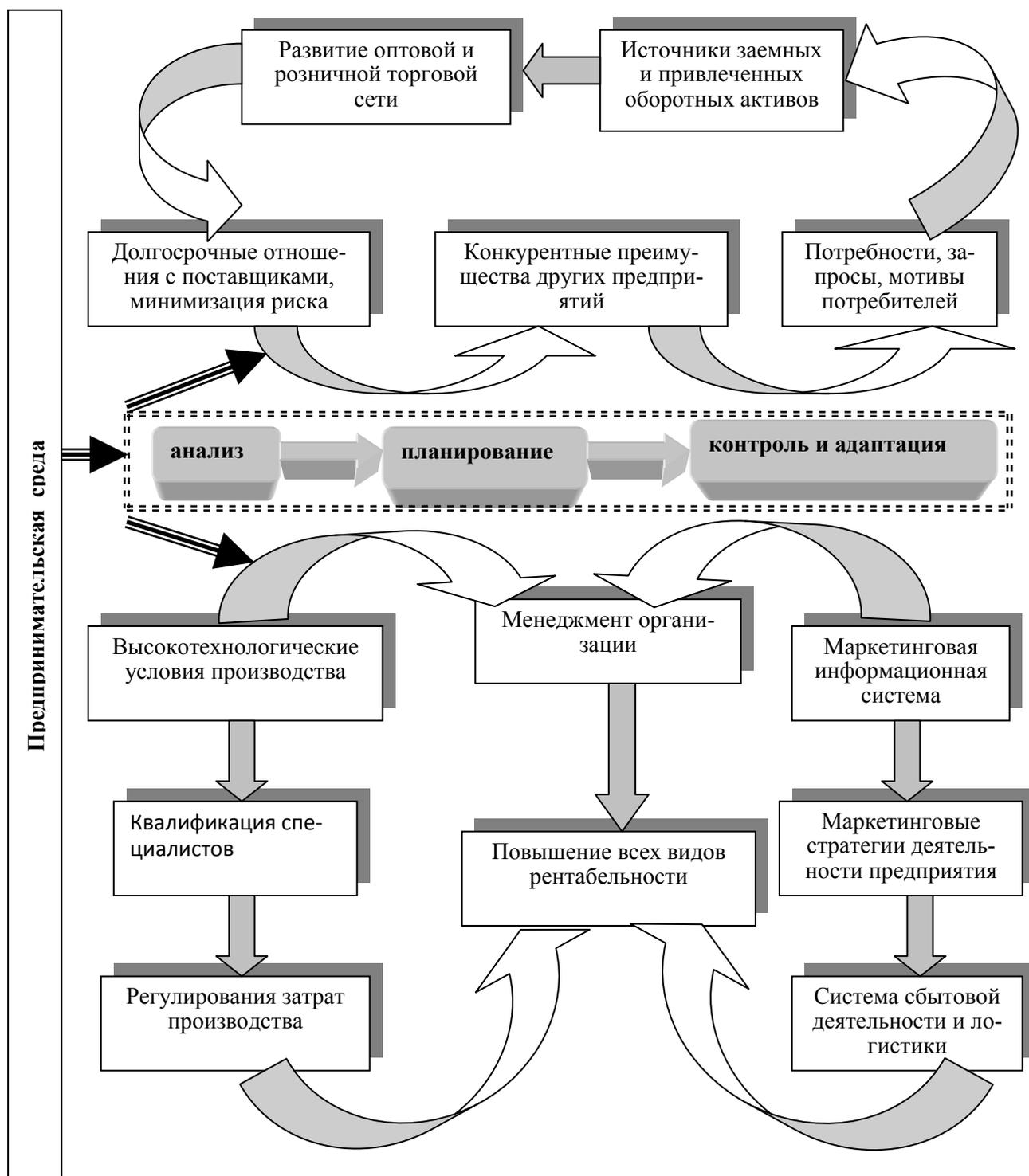


Рисунок 5.6 – Архитектоника влияния внешних и внутренних воздействий на принятие предпринимательских решений (Авторская разработка)

Оценочные показатели следует дифференцировать по уровням управления, а на каждом уровне – по направлениям деятельности. Каждая цель предпринимательской деятельности в зависимости от управленческого звена должна иметь свою оценочную функцию. Сопоставлением целевых и оценочных показателей должны дополняться условия их единства и различия (достижение цели и эффективность ее реализации), а соответственно результативность и эффективность управления.

Оценка эффективности организации предпринимательской деятельности основывается на определенных условиях и показателях. Выбор критериев и показателей эффективности зависит от уровня иерархии, на котором они должны использоваться. Для предприятий и отраслей могут использоваться локальные критерии и показатели, которые в ряде случаев не совпадают с общими критериями и показателями, используемыми для оценки эффективности на уровне народного хозяйства.

Одним из составляющих эффективности организации предпринимательской деятельности является степень эффективности принятия предпринимательских решения предпринимателем, оценка которой может проводиться в соответствие с предложенной системой показателей, охватывающей разные аспекты принимаемых предпринимательских решений (рис.5.7).

Соотношение достигнутой и намеченной цели можно рассматривать как один из показателей эффективности предпринимательского решения.

При этом следует заметить, что при оценке эффективности предпринимательского решения имеет большое значение механизм формирования и реализации целей, а также возможность их операционализации, без чего трудно обнаружить эффект предпринимательского решения, составить и выразить действия всех сотрудников в измерительных категориях. Именно потому, что трудно установить контроль за осуществлением каждой операции и их последовательности, необходимо при организации предпринимательской деятельности очень четко формулировать конечные и промежуточные цели и задачи, а также подробно описать функциональные операции.

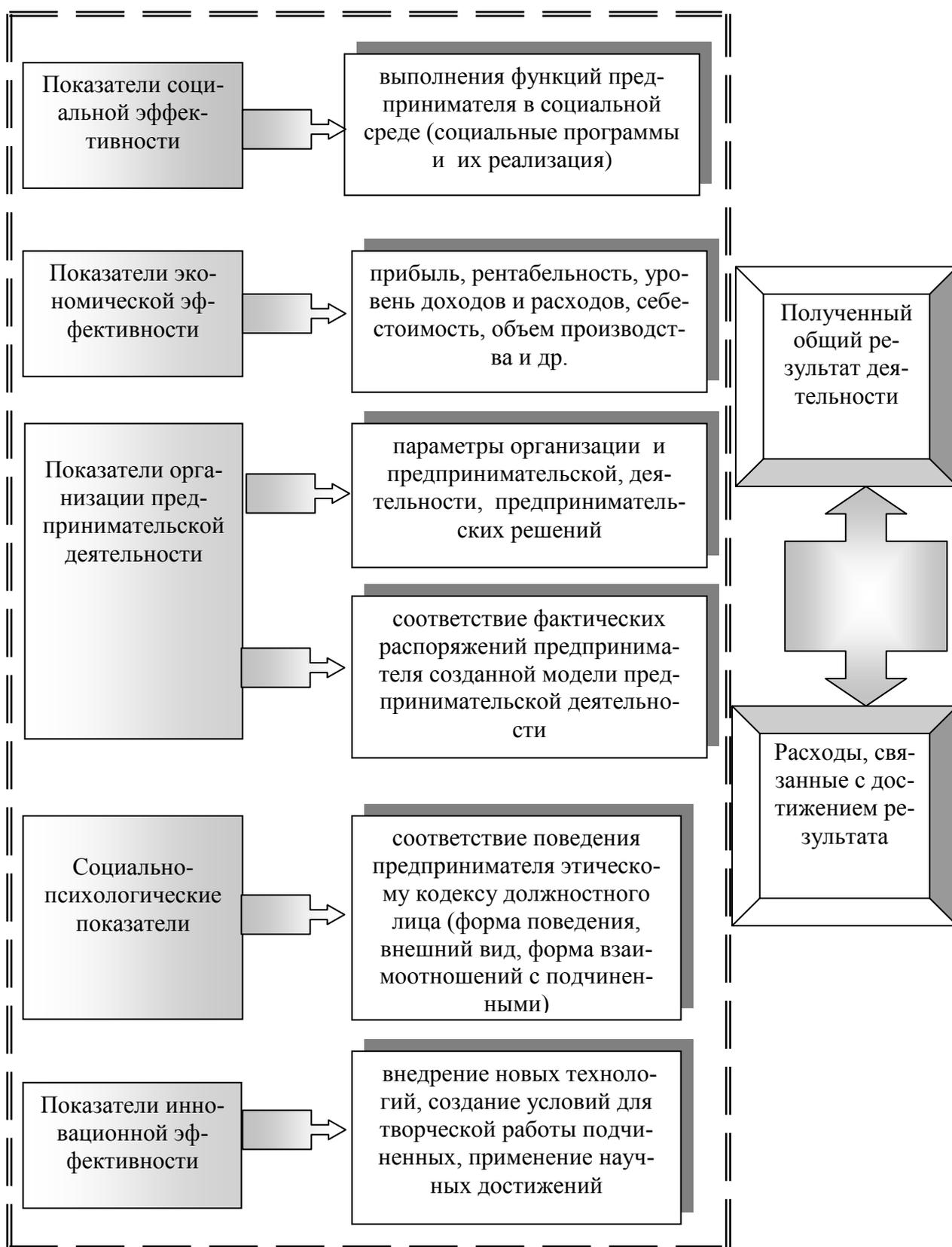


Рисунок 5.7 – Системно-функциональный подход к определению эффективности предпринимательских решений (авторская разработка)

В последнее время появляется достаточно публикаций, посвященных проблемам повышения эффективности обоснования предпринимательских решений на основе новых информационных технологий, в которых анализируется опыт использования этих технологий для решения хозяйственных задач, коренных изменений в организации предпринимательской деятельности. К сожалению, современные условия не позволяют в полной мере использовать все то положительное, что можно было бы почерпнуть из уже имеющегося мирового опыта, поскольку существующая инфраструктура технических и программных средств информатизации общества в Донецкой Народной Республике все еще находится на низком уровне и количественно, и качественно.

Практический опыт переподготовки кадров для работы с новыми информационными технологиями и общения с предпринимателями показывает, что к распространению таких явлений и процессов, как новые информационные технологии, автоматизированные офисы, комплексные информационные системы, автоматизированные рабочие места и коммуникации в предпринимательской деятельности предстоит пройти долгий и непростой путь, прежде, чем основным оптимизирующим фактором принятия предпринимательских решений станет цифровизация организации предпринимательской деятельности.

Внедрение современных информационных технологий требует интегрального анализа способов встраивания информационной технологии в организационную структуру предпринимательства, которая охватывает поведение персонала, технические средства, производственные процессы и систему управления, а также формирование и внедрение вертикальной и горизонтальной структур организации предпринимательской деятельности в новых условиях. При этом, целесообразно будет сделать акцент на социально-психологических аспектах внедрения, связанных с преодолением стрессов, которые возникают в результате изменений в характере и техническом обеспечении предпринимательской деятельности, возможном отчуждении многих

представителей персонала от активного участия в осуществлении предпринимательской деятельности.

Отсюда следует, что эффективность организации предпринимательской деятельности определяется не только количественными и качественными показателями эффективности предпринимательских решений, но и адаптационными возможностями, которые зависят от способности и готовности предпринимателя к реализации принятых решений.

Именно неумение быстро адаптироваться к стратегическим изменениям, которые наблюдаются в экономике Донецкой Народной Республики, является одной из причин некоторой растерянности предпринимателей, приводящей к стихийному характеру принятия предпринимательских решений и, как следствие, хаотичности в организации предпринимательской деятельности.

Одним из важнейших аспектов, который влияет на личность предпринимателя при принятии решения, является то, каким образом проводится анализ ситуации в целом для последующего определения адекватности разрабатываемых мер. Кроме того, только от предпринимателя при принятии предпринимательских решений зависит, сколько вариантов решений он сформирует, что во многом определит качество окончательного варианта. Несомненно, что личностной чертой является и выбор степени проработанности проектов, в частности, состава и объема необходимых ресурсов, а также учет возможного проявления риска и готовность к нему.

Радикальное изменение современной парадигмы организации предпринимательской деятельности связано с развитием рыночно – предпринимательских экономических отношений. Одной из центральных проблем предпринимателей, создающих продукт для его продвижения на рынок, является конкурентоспособность собственного дела. При разработке и принятии предпринимательского решения предприниматель, прежде всего, реализует свои цели. В силу того что целей много и их реализация требует одних и тех же объективно лимитированных ресурсов, очевидной становится неизбежность

конфликта между. Кроме того, разные группы на предприятии имеют не совсем совпадающие интересы. Таким образом, при принятии решения индивидуальность предпринимателя проявляется в умении расставить приоритеты по различным направлениям стратегических бизнес-единиц. [77].

Кроме того, предприниматель должен установить, в какой мере достижение поставленных целей и сформулированных задач по организации предпринимательской деятельности относится к нему, а какие он перекладывает на подчиненных путем делегирования полномочий. При этом необходимо учитывать тот факт, что на результат реализации принятого решения влияет не только склонность предпринимателя к централизации или делегированию полномочий, но и компетентность, профессионализм подчиненных, которым он делегирует определенные полномочия при обосновании и принятии предпринимательского решения.

В самом общем виде формулировки и решения задачи по выбору оптимальной альтернативы предпринимательского решения в условиях неопределенности можно представить при наличии следующих положений:

- наличие m возможных решений $P_1, P_2 \dots P_m$
- условия обстоятельств точно неизвестны, однако об их наличии можно сделать n предположений $Q_1, Q_2 \dots Q_n$

Результат ai , который соответствует каждой паре решений P и обстоятельства Q может быть представлен в виде таблицы эффективности. Как отмечалось, выбор решения в условиях неопределенности предполагает, что вероятности возможных вариантов обстановки известны. Эти вероятности определяются на основе статистических данных, а при их отсутствии – на основе экспертных оценок.

Наличие положительных результатов, которые выступают показателями эффективности предпринимательского решения в различных условиях, позволяет определить потери в результате принятия неоптимальных решений – в случае, когда ожидаемое условие, которое характеризуется определенной вероятностью не состоялась.

Таблица 5.3 – Таблица эффективности предпринимательского решения в ситуации предпринимательского риска

Варианты решения (Pi)	Варианты условий обстоятельств (Qi)			
	Q1	Q2	Qn
P1	a11	a12	a1n
P2	A21	A22	A2n
....
Pm	Am1	Am2	Amn

Любое решение, которое принимается предпринимателем, должно исключать вероятность отрицательного результата. Такое положение предпринимателя неправомерно было бы подвергать однозначной оценке. Но нельзя не принимать во внимание тот факт, что ни одно, даже очень тщательно продуманное и просчитано, предпринимательское решение не может дать абсолютную уверенность в его правильности, то есть в том, что реализованное в практической деятельности предприятия это решение даст положительный эффект.

Для повышения эффективности принятия решений, направленных на оптимизацию предпринимательской деятельности предложен научно-методический подход к интегральной оценке эффективности решения в процессе организации предпринимательской деятельности (рис.5.8).

Для большинства предпринимательских структур с целью снижения размерности задачи состояние системы целесообразно оценивать величиной задействованного капитала. Кроме того, этот показатель имеет непосредственную связь с выбранным критерием оптимальности EVA.

При решении задачи процесс выбора векторов преобразований, связанных с системой управления знаниями и, соответственно, - определение оптимальных параметров необходимых изменений предлагается разделить на несколько этапов.

1. Представление возможных ситуаций в виде матрицы для ретроспективного анализа

$$H = \|h_{ij}\|, i = \overline{1, m}, j = \overline{1, n}$$

Состояние системы	Варианты состояний системы
$S_1^{(1)}$	$W_{11}^{(1)} \dots W_{1j}^{(1)} \dots W_{1n}^{(1)}$
...	...
$S_i^{(1)}$	$W_{i1}^{(1)} \dots W_{ij}^{(1)} \dots W_{in}^{(1)}$
...	...
$S_m^{(1)}$	$W_{m1}^{(1)} \dots W_{mj}^{(1)} \dots W_{mn}^{(1)}$

Каждый вариант W_{ij} формируется на множестве базовых показателей Y , после чего он представляется в виде множества (системы) первичных показателей

2. Нахождение решения, приводящее к доходу с максимальным математическим ожиданием

$$\max_i M(H_i) = \max_i \sum_{j=1}^n h_{ij} p_j$$

3. Нахождение решения, минимизирующего ожидаемые риски

$$r_i = \sqrt{\sum_{j=1}^n h_{ij}^2 p_j - \left(\sum_{j=1}^n h_{ij} p_j\right)^2}$$

4. Соответствие найденного решение условию

$$M(H_{i_0}) \geq M(H_i), r_{i_0} \leq r_i, i = \overline{1, m},$$

5 Поиск решения i_0 , удовлетворяющего условию:

$$F = \max_i \left[A \sum_{j=1}^n h_{ij} p'_j - G + B \sqrt{\sum_{j=1}^n h_{ij}^2 p'_j - \left(\sum_{j=1}^n h_{ij} p'_j\right)^2} \right]$$

Параметры $A > 0, B > 0$ определяются экспертным путем

Не удовлетворяет условию

Удовлетворяет условию

Решение принято как эффективное

где H – матрица доходов; h_{ij} – ожидаемый доход, в результате принятия i решения и реализации j ситуации; $P = (p_1, p_2, \dots, p_m)$ – распределение вероятностей ожидаемого дохода; r_{ij} – величина риска i решения; A, B – параметры, определяющие удельный вес минимизации рисков и максимизации дохода при выборе стратегии; $P' = (p'_1, p'_2, \dots, p'_m)$ – уточнение распределения вероятностей P на основе социологических исследований; G – стоимость проведения социологических исследований

Рисунок 5.8 - Научно-методический подход к интегральной оценке эффективности решения в процессе организации предпринимательской деятельности (авторская разработка)

На первом этапе рассматриваются состояния предпринимательской структуры и их варианты в первый временной период (таблица 5.4).

Таблица 5.4 – Состояния системы предпринимательской структуры и их варианты в первый временной период

Состояние системы	Варианты состояний системы
$S_1^{(1)}$	$W_{11}^{(1)} \dots W_{1j}^{(1)} \dots W_{1n}^{(1)}$
...
$S_i^{(1)}$	$W_{i1}^{(1)} \dots W_{ij}^{(1)} \dots W_{in}^{(1)}$
...
$S_m^{(1)}$	$W_{m1}^{(1)} \dots W_{mj}^{(1)} \dots W_{mn}^{(1)}$

На втором этапе рассматриваются возможные состояния в течение первого и второго временных периодов (например, первое полугодие и второе полугодие). На каждом из следующих этапов продолжительность рассматриваемого периода увеличивается.

На последнем этапе система рассматривается во всем временном диапазоне от t_1 до t_n . Каждый вариант W_{ij} формируется на множестве базовых показателей Y , после чего он представляется в виде множества (системы) первичных показателей финансовой, технологической, социальной, клиентской и бизнес-процессной подсистем предприятия.

Процедура условной оптимизации позволяет для каждого состояния предпринимательской структуры для дальнейших расчетов оставить один условно оптимальный вариант. Остальные варианты при этом будут отвергнуто. Оптимальный вариант обусловлен решением, приводящим к доходу с максимальным математическим ожиданием, для расчета которого используется формула:

$$\max_i M(H_i) = \max_i \sum_{j=1}^n h_{ij} P_j \quad (5.13)$$

Учитывая неопределенность и постоянную турбулентность предпринимательской среды для достижения эффективности решения в процессе организации предпринимательской деятельности необходимо минимизировать расчетную величину математического ожидания путем нахождения решения, минимизирующего ожидаемые риски.

$$r_i = \sqrt{\sum_{j=1}^n h_{ij}^2 p_j - \left(\sum_{j=1}^n h_{ij} p_j\right)^2} \quad (5.14)$$

Найденное решение должно соответствовать условию:

$$M(H_{i_0}) \geq M(H_i) \quad r_{i_0} \leq r_i \quad , \quad i = \overline{1, m}$$

В случае, если решение не удовлетворяет реально имеющейся ситуации, то предприниматель может продолжить процесс выбора эффективного решения путем поиска параметров предпринимательского решения, удовлетворяющих реально существующие условия $A > 0, B > 0$, используя для расчета формулу (5.**)

$$F = \max_i \left[A \sum_{j=1}^n h_{ij} p'_j - G + B \sqrt{\sum_{j=1}^n h_{ij}^2 p'_j - \left(\sum_{j=1}^n h_{ij} p'_j\right)^2} \right] \quad (5.15)$$

Параметры для поиска решения, удовлетворяющие необходимому условию организации предпринимательской деятельности, определяются экспертным путем. Рассматривая все направления развития бизнеса, предприниматель разрабатывает «дерево» целей. При этом стержневой целью становится создание конкурентных преимуществ. Определить конкурентные пре-

имущества своего дела предприниматель может только путем сравнительного анализа конкурентов. Это касается всех сфер и форм обеспечения предпринимательской деятельности, в том числе менеджмента – важного фактора успеха предпринимательской деятельности. В общем виде менеджмент определяется «...как управление людьми в организациях, направленное на достижение её целей» [211, с.42].

Определение фокуса предпринимательских решений раскрывает цель преобразований в аспекте решения задач по разработке и реализации системы знаний в предпринимательскую деятельность, предлагается осуществлять на основе методов сравнительного многомерного анализа., оптимизация ключевых параметров которого может осуществляться с помощью методов динамического программирования.

Рассматривая этапность принятия предпринимательских решений, необходимо обратить внимание на важность степени готовности предпринимателя к интеграции системы знаний в организацию предпринимательской деятельности.

Определение степени общей и ситуативной готовности предпринимателя к внедрению системы знаний, требующее изменений на каждой стадии управления, а именно: на стадиях подготовки, внедрения и закрепления результатов преобразований и их институализации в организацию предпринимательской деятельности, - целесообразно осуществлять с помощью методов теории нечетких множеств. Порядок применения экономико-математического инструментария при формировании методологии оптимизации решений по организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний представлено на рисунке 5.9.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что знания как ключевая и интегральная характеристика предпринимательской деятельности качественно меняют принципы и подходы к предпринимательским решениям, направленных на получение прибыли достижение конкурентных преимуществ на потребительском рынке.

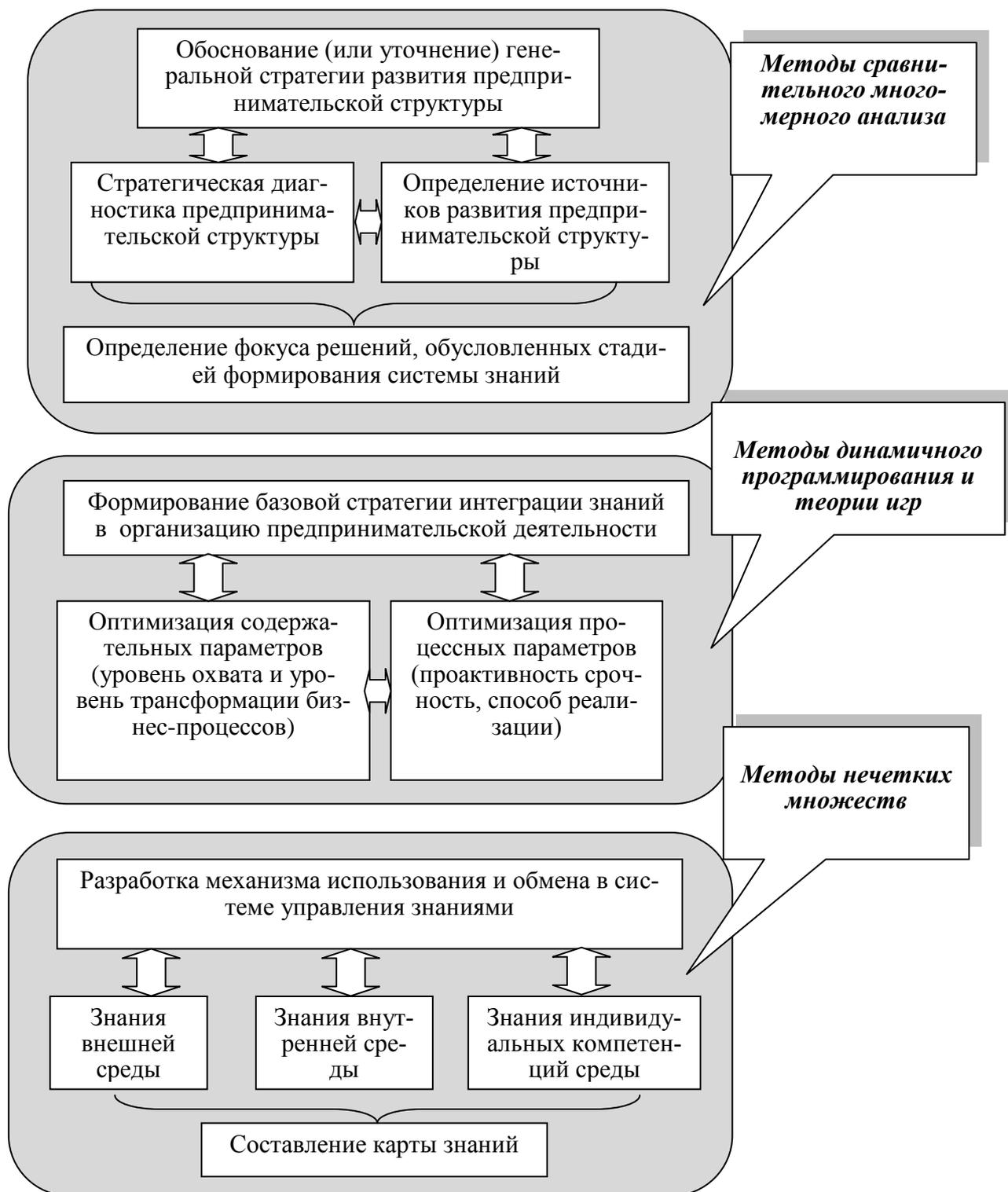


Рисунок 5.9 – Порядок применения экономико-математического инструментария при формировании методологии оптимизации решений по организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний (авторская разработка)

Основным вектором решения таких задач становится генерация, интеграция, и реализация знаний, что влечет за собой создание новой интеллектуальной основы управления – концепции управления знаниями, ориентированной на решение предпринимательских задач. Для этого необходимо, чтобы методы управления знаниями были органично встроены в процесс организации предпринимательской деятельности. При этом, на конечный результат определяющее значение будет иметь эффективность принимаемых предпринимательских решений.

5.3 Научно-методический подход к минимизации предпринимательского риска при организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний

Как было отмечено в параграфе 1.1, одним из существенных признаков предпринимательской деятельности является предпринимательский риск. Предпринимательский риск – неотъемлемый и обязательный элемент предпринимательской деятельности. Он выполняет важную функцию фактора развития социально-экономического прогресса. Высокая объективная значимость предпринимательского риска, а также сложность, специфика формирования и функциональной отечественной экономики чрезвычайно актуализируют проблемы совершенствования управления предпринимательским риском.

Большой вклад в разработку теоретических и практических проблем риска внесли Н. Внукова [76], И. Горбась [85], В. Гранатуров [89], В. Севрук [241], Л. Тэпман [305], О. Устенко [314], С. Филин [317], О. Цогла [323], В. Черкасов [326] и др.

В своих исследованиях ученые проводят системный анализ дефиниции риска, факторов, обуславливающих возникновение рискованной ситуации, классифицируют риски по разным критериальным признакам [57; 75; 89; 305;

314; 323]; предлагают научно-методический инструментарий оценки рисков [55; 72; 76; 316]; обосновывают стратегии управления рисками в зависимости от вида экономической деятельности предприятия, его целей и задач [241; 324; 326; 327],

Вместе с тем проблемы идентификации предпринимательских рисков недостаточно исследованы, возникает необходимость в разработке научно-методического инструментария организации предпринимательской деятельности в условиях неопределенности и риска.

Обобщая мнения ученых относительно трактовки понятия «риск», сформулировано авторское понимание риска как вероятности снижения / потери экономической устойчивости предприятия в результате возникновения рискованной ситуации. Рискованную ситуацию можно охарактеризовать как разновидность неопределенности, при которой появление события вероятно и может быть определена. Возникновение рискованной ситуации на этапе принятия и реализации предпринимательского решения имеет для предпринимателя существенные негативные последствия, которые обуславливают не только текущий финансовый результат предпринимательской деятельности, но и имущественное положение предпринимателя в целом, возможности и перспективы дальнейшего развития.

Вероятность наступления рискованной ситуации при организации предпринимательской деятельности повышается за счет социально-политической и экономической нестабильности, характерной современному этапу развития Донецкой Народной Республики. Предпринимательские решения принимаются в условиях неопределенности, когда из-за недостаточности информации очень трудно количественно оценить вероятность возможных результатов предпринимательской деятельности при решении новых, нетипичных проблем; когда требующие учета факторы настолько новы и сложны, что о них невозможно получить достаточной информации. Неопределенность характерна и для некоторых предпринимательских решений, которые приходится принимать предпринимателям в форс-мажорных ситуациях.

Поэтому вопросы методологии и практики управления рисками логично рассматривать как детерминанты организации предпринимательской деятельности. Под предпринимательским риском понимается риск, возникающий при любых видах предпринимательской деятельности, направленных на получение прибыли и связанных с производством продукции, товаров и услуг, их реализацией; товарно-денежными и финансовыми операциями; коммерцией, а также реализацией научно-технических проектов. Предпринимательский риск, кроме элементов хозяйственного риска, включает специфические виды риска, связанные с личными имущественными денежными вкладами в предпринимательское дело и включает вероятность полной или частичной утраты имущества или денежного взноса, в том числе и риск банкротства.

Предпринимательский риск рассматривается нами как вид экономического риска, связанный с диверсификацией вложения средств. Если средства вкладываются в основные фонды, то существует риск реальных инвестиций, если вложения осуществляются в финансовые инструменты, то существует риск портфельных инвестиций проектов. Предпринимательский риск возникает при следующих условиях:

- при внедрении более дешевого метода производства товара или услуги по сравнению с уже теми, что используется. Подобные решения будут приносить предпринимателю временную сверхприбыль до тех пор, пока он является единственным владельцем данной технологии. В подобной ситуации предприниматель сталкивается лишь с одним видом риска – возможной неправильной оценкой спроса на производимый товар;
- при создании нового товара (услуги) на старом оборудовании. В этом случае к риску неправильной оценки спроса на новый товар или услугу добавляется риск несоответствия качества товара (услуги) в связи с использованием старого оборудования;
- при производстве нового товара (услуги) с помощью новой тех-

ники и технологии. В данной ситуации появляется риск того, что новый товар (услуга) может не найти покупателя; несоответствие нового оборудования и технологии необходимым требованиям для производства нового товара (услуги); невозможность продажи созданного оборудования, так как оно не подходит для производства иной продукции в случае неудачи.

Поскольку риск является неотъемлемой чертой предпринимательских решений, то с развитием предпринимательства меняется и характер предпринимательского риска. Особенностью современного предпринимательского риска является его тотальность и масштабность охвата. Объясняется это многими причинами, но определяющей является то, что стержень современной цивилизации составляет научно-технический прогресс. Предусмотреть его результаты с абсолютной точностью невозможно, поскольку он основывается на научных открытиях, творчестве, креативности идей. Научно-технический прогресс порождает новые технологии, виды материалов, которые в сжатые сроки могут осуществить революцию на рынке. Поэтому капиталовложения, которые ранее считались перспективными, могут привести к созданию мощностей по производству неконкурентоспособной продукции. Или наоборот, сектор национальной экономики с ограниченной сферой деятельности превращается в индустрию, которая определяет развитие современной экономики, например, – информатика.

Современную систему организации предпринимательской деятельности можно характеризовать как сложную и неустойчивую. Несмотря на то, что управление риском относительно новый вид деятельности для отечественных предпринимателей, ошибочно считать, что проблема риска является неактуальной для многих из них сегодня. Целью управления риском в процессе организации предпринимательской деятельности считается оптимизация уровня риска с целью обеспечения устойчивого существования и развития предпринимательских структур. Ряд экономистов рассматривает управление риском как средство снижения риска [57; 89; 314]. На наш взгляд, дан-

ное утверждение не полное, поскольку, во-первых, исключает положительную роль риска как фактора, активизирующего предпринимательскую деятельность, во-вторых, целью управления риском является обоснование предпринимательского решения, а не количественное выражение риска.

Под управлением риском, по нашему мнению, следует понимать совокупность методов, приемов и мероприятий, позволяющих в определенной степени прогнозировать наступление рискованных событий, определять приемлемый для конкретной предпринимательской структуры уровень риска, обусловленный его экономическим положением и общей стратегией развития.

В системе управления риском следует выделить подсистемы антирисковых и прорисковых мероприятий. Подсистема прорисковых мероприятий – это комплекс действий, направленных на повышение уровня риска до приемлемого. Целесообразность ее выделения обусловлено утверждением о положительной роли риска в деятельности предприятия, наличием прямой связи между уровнем риска и доходом. Под антирисковыми мерами понимаются управляемые действия субъекта предпринимательства, включающие комплекс методов и способов уменьшения уровня риска с целью достижения устойчивого конкурентного положения на рынке. Риски могут быть снижены различными способами. Безусловно, в первую очередь, должны быть проведены превентивные мероприятия по снижению риска, а также меры по снижению масштабов возможного ущерба.

Оценка эффективности применения определенного метода снижения риска зависит от выбранного критерия, которым может быть, например, выбор критического параметра, который не должен выходить за допустимые пределы или экономическая выгода. Первый подход тесно связан с соблюдением норм безопасности и обеспечением стабильности предпринимательской деятельности. Предприниматель может получить экономическую выгоду за счет повышения уровня собственной безопасности. В этом случае различные варианты организации предпринимательской деятельности, ориентированные на минимизацию риска, оцениваются по следующей схеме: сначала оп-

ределяют расходы, а затем – абсолютную прибыль или норму прибыли на единицу затрат. Уровень безопасности, достигаемый при этом, не играет особой роли, он определяется выбранным наиболее экономически выгодным вариантом. Рассматривая предпринимательский риск как целостный процесс, стоит заметить, что характер и содержание перечисленных мер зависят от структуры организации предпринимательской деятельности, экономического характера предпринимательской деятельности, вероятности наступления рискованной ситуации и других факторов.

Ряд экономистов [57; 75; 172] считают целесообразным выделять в структуре управления предприятием отдельную организационную единицу (отдел управления риском, менеджер по управлению риском, консультационная служба в сфере рискованной деятельности). На них возлагаются функции по организации и координации действий по управлению ключевыми видами рисков в подразделениях предприятия в соответствии с иерархическими принципами построения. К положительным чертам такого подхода можно отнести простоту внедрения и функционирования системы управления риском на предприятии.

В. Черкасов критически относится к такому подходу применительно к организации управления риском на предприятии как таковой, что противоречит характеру организации управления на предприятии. Согласно такому подходу управление риском на предприятии рассматривается как функция, возложенная на каждого работника предприятия, имеет ряд положительных черт, к которым следует отнести «..значительную скорость реакции, высокая степень предсказуемости, возможность упреждающей деятельности» [326, с.138]. К отрицательным моментам такого подхода можно отнести «...недостаточную компетентность работников по теории рисков, проблемы координации работников, отсутствие единства и взаимопонимания между работниками различных служб предприятия» [326, с.139].

Соглашаясь с А. Старостиной и В. Кравченко в том, что не должно быть какой-то четко определенной стандартной схемы. алгоритма управле-

ния риском, считаем, что вместе с тем при организации предпринимательской деятельности целесообразно все же использовать иерархический принцип управления рисками с выделением специальных организационных единиц. В большинстве своем предпринимательские структуры являются юридически самостоятельными хозяйствующими субъектами, имеют не только возможность определять свою финансовую и производственную политику, но и отсутствие обязательств государства по предоставлению поддержки в случае аварии, забастовки, финансовых или других трудностей.

Рисковая ситуация характеризуется тем, что вероятность достижения результатов предпринимательской деятельности не имеет единственно верной альтернативы. Рисковую ситуацию можно охарактеризовать как разновидность неопределенности, когда получение положительных результатов от предпринимательской деятельности вероятно и может быть определено. Создание рисковой ситуации в процессе организации предпринимательской деятельности обусловлено следующими факторами:

- непредвиденные изменения во внутренних и внешних условиях предпринимательской деятельности;

- наличие альтернативных решений;

- вероятность возникновения убытков;

- вероятность получения дополнительной прибыли.

Обозначенные факторы являются внешней характеристикой возникновения рисковой ситуации, но управление этой ситуацией осуществляется предпринимателем. Для того, чтобы нейтрализовать рисковую ситуацию, предприниматель делает выбор предпринимательского решения и стремится реализовать его. Этот процесс находит свое выражение в предпринимательском риске, существующего как на стадии выбора предпринимательского решения, так и на стадии его реализации. И в том, и в другом случае предпринимательский риск представляется моделью снятия предпринимателем неопределенности путем практического разрешения противоречия при неясном (альтернативном) развитии противоположных тенденций в конкретных

обстоятельствах (рис.5.10).

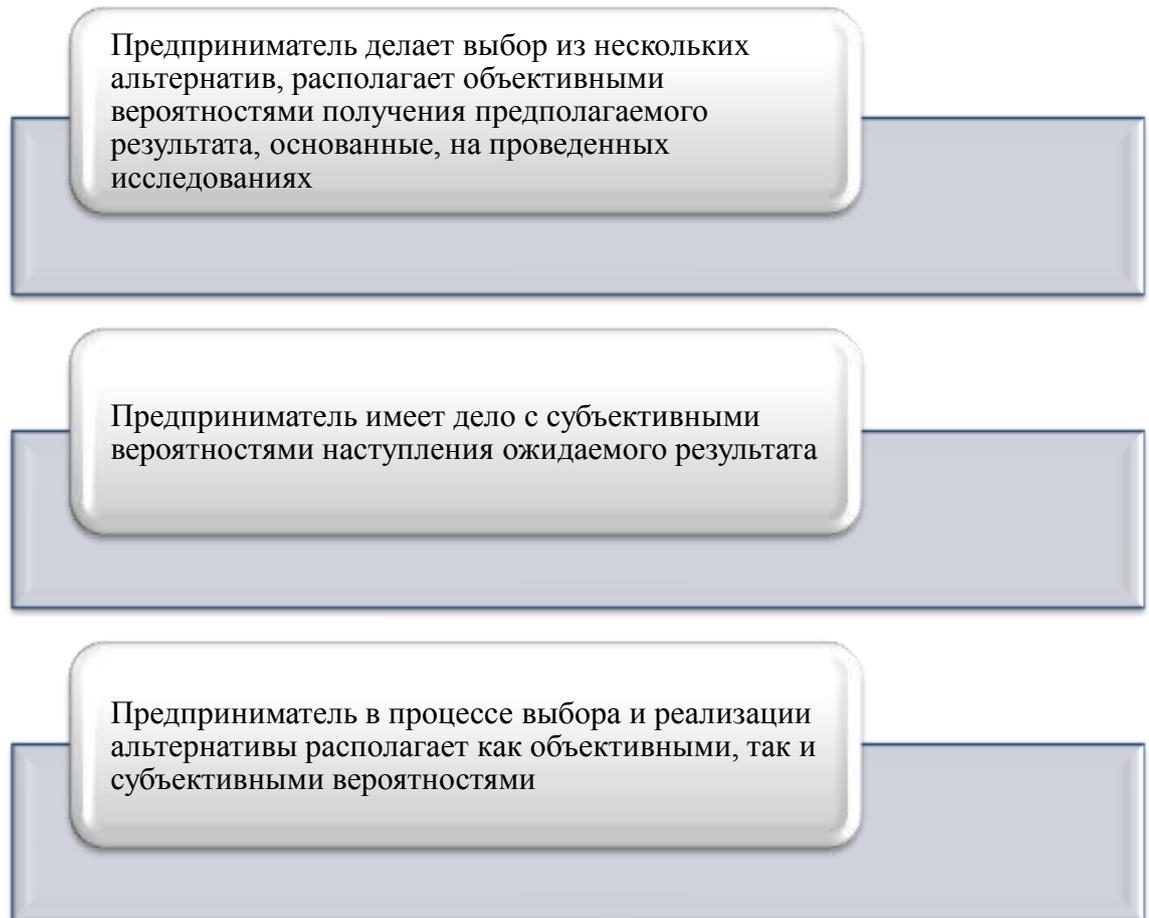


Рисунок 5.10 – Детерминированность нейтрализации рисков ситуации действиями предпринимателя

Риск – это довольно широкое понятие, специфический предмет научного исследования, который имеет свой статус, ему присуща объективность и субъективность. Объективность риска в предпринимательской деятельности основывается на том, что он существует в силу объективных, присущих предпринимательству категорий конфликтности, неопределенности, расплывчатости, отсутствия исчерпывающей информации на момент оценивания и принятия предпринимательских решений. Субъективность риска обусловлена тем, что предпринимательской деятельностью занимаются реальные люди со своим опытом, психологией, интересами, вкусами, склонностью или не-

склонностью к риску, со своей типологией поведения и т.д.. Поэтому для оценки предпринимательского риска предлагается применять расчетно-аналитический и экспертный метод. Их использование позволяет оценить количественное и качественное выражение уровня риска, и основаны, как правило, на внутренней информационной базе самой предпринимательской структуры.

Обобщающий вывод относительно уровня риска предлагается формировать на основе определения комплексного показателя по формуле:

$$P_p^{EC} = \frac{BP_p^M * p(B_M) + BP_p^\Phi * p(B_\Phi) + BP_p^{TT} * p(B_{TT}) + BP_p^{OY} * p(B_{OY})}{p(B_M) + p(B_\Phi) + p(B_{TT}) + p(B_{OY})}, \quad (5.16)$$

где $BP_p^M, BP_p^\Phi, BP_p^{TT}, BP_p^{OY}$ - балльная оценка рисков соответственно маркетинговых, финансовых, торгово-технологических и организационно-управленческих бизнес-процессов предпринимательской структуры;

$p(B_M), p(B_\Phi), p(B_{TT}), p(B_{OY})$ - вероятность появления (вес) рискового события в процессе осуществления соответственно маркетинговых, финансовых, торгово-технологических и организационно-управленческих бизнес-процессов предпринимательской структуры.;

Систематизация и обобщение результатов установленного допустимого уровня риска и определения финансовой возможности принятия риска являются исходными посылками для оценки и анализа влияния риска при принятии или отклонении предпринимательского решения. Этот этап требует наличия системы знаний и зависит от качества интеллектуального потенциала предпринимателя. Высокая объективная значимость предпринимательского риска, а также сложность, специфика формирования и функциональной отечественной экономики чрезвычайно актуализируют проблемы совершенствования управления предпринимательским риском.

Таким образом, самостоятельность одновременно влечет за собой риск – риск прекращения производства или банкротства. В этих условиях предприниматели должны сами заботиться о создании необходимых резервов или привлечении финансирования из других источников для организации мероприятий по ликвидации убытков, а также для дальнейшего саморазвития и укрепления конкурентной позиции на рынке.

Обеспечение организации предпринимательской деятельности в условиях неопределенности можно рассматривать как единую технологию процесса управления риском (рис.5.11).



Рисунок 5.11 – Системный подход к управлению предпринимательским риском (авторская разработка)

На первом этапе определяются цели рискованных вложений капитала. Цель риска – это результат, который необходимо получить. Им может быть выигрыш (прибыль, доход). На втором этапе необходимо получить информацию о хозяйственной ситуации и провести ее анализ. На основе анализа такой информации и с учетом степени риска необходимо определить вероятность возникновения рискованной ситуации, определить степень риска и оценить его стоимость. На третьем этапе на основе имеющейся информации о хозяйственной ситуации, вероятности возникновения рискованной ситуации, определении степени и величины риска разрабатываются варианты рискованного вложения капитала и проводится оценка их оптимальности путем сопоставления ожидаемого дохода и величины риска. На четвертом этапе осуществляются действия, позволяющие правильно выбрать стратегию и приемы управления риском, а также способы снижения риска. На пятом этапе разрабатывается программа по снижению риска. Здесь необходимо учитывать, что принятие предпринимательского решения в условиях риска имеет психологический аспект.

Поэтому наряду с формализацией аргументов по обоснованию предпринимательского решения следует учитывать психологические особенности предпринимателя: агрессивность, нерешительность, сомнения, самостоятельность и др. Ведь одна и та же рискованная ситуация воспринимается разными людьми по-разному. Поэтому оценка риска и выбор финансового решения во многом зависят от личностных особенностей предпринимателя. Например, предприниматели консервативного типа, не склонны к инновациям, не уверены в своей интуиции и в своем профессионализме, не уверенные в своих работниках, обычно стараются избегать риска.

На шестом этапе происходит организация мероприятий по выполнению намеченной программы действия. То есть определение мер, объемов и источников финансирования этих работ, конкретных исполнителей, сроков выполнения и т.п. Седьмой этап – это контроль за выполнением намеченной программы, анализ и оценка результатов выполнения выбранного варианта

предпринимательского решения. Для этого создаются органы управления риском (иди назначается специалист по управлению рисками) в конкретной предпринимательской структуре.

Поскольку управление риском представляет собой особый вид деятельности, направленной на снижение или полное устранение влияния его неблагоприятных последствий, то это допускает поиск компромисса между выгодами от уменьшения риска и необходимыми для этого затратами, а также принятие решения о том, какие действия для этого следует реализовать (включая отказ от определенных действий).

Успешность предпринимательской деятельности в значительной степени зависит от принятой концепции управления рисками. Но определение цели процесса управления рисками не такое уж и однозначное, как может показаться на первый взгляд. Желание избежать или минимизировать риски является естественным, но решение проблемы осложняется существованием прямой зависимости между риском и прибылью. Высокий уровень риска предоставляет потенциальные возможности получения повышенного дохода, но не исключает возможности дополнительных потерь в случае реализации риска. Минимизация уровня риска позволяет получить невысокий, но стабильный доход. Итак, балансирование между доходностью и риском, поиск их оптимального соотношения рассматривается как одно из важных и сложных задач, стоящих перед предпринимателем. Обобщая подходы к решению проблемы "риск - прибыль", можно выделить две основные модели управления, формализующих выбранную стратегию поведения на рынке (рис.5.12).

Первая модель управления максимизирует прибыль (Π) при ограничении уровня риска (R) путем установления максимально допустимого его значения (R'). Указанный подход к управлению называют стратегией не хеджирования рисков, реализуется через применение несбалансированных приемов управления активами и обязательствами, к которым относятся:

содержание открытой валютной позиции;

несбалансированность активов и обязательств, которые чувствительны

к изменениям рыночной процентной ставки, по срокам и суммам;
 формирование высоко рискового портфеля ценных бумаг;
 проведение спекулятивных операций с финансовыми деривативами и
 тому подобное.

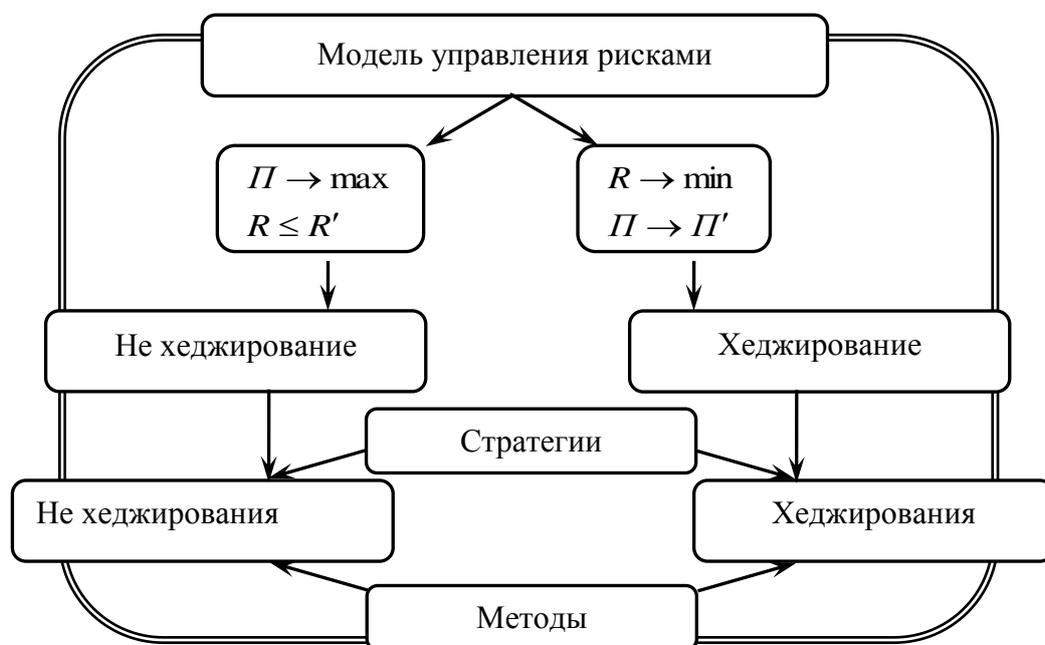


Рисунок 5.12 – Схема моделей управления рисками

Источник: [76]

Приведенная позиция предпринимателя на рынке, его сознательное принятие риска с целью получения повышенного дохода за счет благоприятной рыночной конъюнктуры характеризуется спекулятивными тенденциями. Основная сложность при таком подходе состоит в недопущении ситуации перерастания приемлемого (допустимого) риска в катастрофический риск, которая может стать серьезной угрозой для предпринимателя вплоть до банкротства.

Во второй модели управления целевой функцией является минимизация риска, а ограничением – требование содержание показателей доходности на определенном уровне – не ниже заданный (Π'). Такая модель используется в случае, когда размер чистой прибыли устраивает предпринимателя, и

основной целью является стабилизация результатов. Результат достигается с помощью сбалансированных приемов управления активами и обязательствами, к которым относятся согласование сроков и размера активов и обязательств, чувствительных к изменениям процентной ставки, проведение операций страхования рисков.

Согласно классической теории управления можно предположить, что прибыль от предпринимательской деятельности должна формироваться за счет производства продукции или оказания услуг, а минимизация рисков относится к задачам организации предпринимательской деятельности. Таким образом, в идеале эффективная организация предпринимательской деятельности должна осуществляться по второй модели, ведь стратегия хеджирования позволяет существенно уменьшить предпринимательские риски и получить стабильные результаты независимо от изменчивости ситуации на рынке. Но проведение операций хеджирования требует некоторых (а иногда и значительных) затрат, высокой квалификации специалистов, и в то же время делает невозможным получение преимуществ от благоприятной конъюнктуры рынка.

Исходя из сущностно-содержательной характеристики дефиниции риска, предприниматель не может избежать риска. Следовательно он должен уметь управлять им, т. е. приобретать навыки обоснования предпринимательских решений с учетом предпринимательского риска. Как было отмечено в параграфе 5.2 данной диссертационной работы, предпринимательское решение всегда сопровождается выбором одного из возможных альтернатив, которая позволяет достичь наибольшей эффективности организации предпринимательской деятельности и получить наибольший результат предпринимательской деятельности. Принятие предпринимательского решения представляет собой формирование последовательности действий для достижения определенной цели на основе преобразования определенной информации о рискованной ситуации, которая может возникнуть при определенных условиях и обстоятельствах.

Наличие надежной и актуальной информации позволяет быстро принимать предпринимательские решения, оказывающие влияние на снижение рисков и увеличение прибыли. Надлежащее информационное обеспечение и его эффективное использование при проведении рискованных операций сводит к минимуму вероятность ущерба и потерь.

Информация является справочной, но она используется предпринимателем для принятия конкретных решений. Содержание справочной информации зависит от влияния многих факторов, изменения факторов риска и степени их влияния, результатов предпринимательской деятельности и т.д.

Информация включает анализ следующих вопросов:

уточнение стратегии предприятия по управлению рисками и использования процедур управления;

процесса предварительного отбора рисков;

формирование плана превентивных мероприятий;

исследование рисков после формирования плана превентивных мероприятий;

процесса формирования программы управления рисками.

Информация об использовании процедур управления рисками представлена справочной информацией, использование которой позволит предпринимателю уточнить стратегию по управлению рисками. Прежде всего, здесь приведена справочная информация, необходимая для расчета коэффициентов финансовых возможностей предприятия по покрытию наиболее вероятного, максимально возможного и ожидаемого значения потерь:

$$K_{\Phi M}^{НВП} = \frac{НВП - \Phi M}{\Phi M}, \quad (5.17)$$

$$K_{\Phi M}^{ММВ} = \frac{ММВ - \Phi M}{\Phi M}, \quad (5.18)$$

$$K_{\Phi M}^{ОВ} = \frac{ОВ - \Phi M}{\Phi M} \quad (5.19)$$

где *НВП* - наиболее вероятные потери,

МВП - максимально возможные потери,

ОП - ожидаемые потери,

ФВ - финансовые возможности предприятия по покрытию потерь.

Процесс управления предпринимательским риском может осуществляться только при условии циркуляции определенной информации между управляющей и управляемой подсистемами (рис. 5.13).



Рисунок 5.13 – Процесс обмена информацией в системе управления предпринимательским риском

В качестве руководящей подсистемы выступает сам предприниматель. В этом случае необходимым становится наличие информации обо всех принимающих участие в принятии предпринимательского решения, их компетентность в представленном вопросе, профессиональный уровень, опыт и т.д. Именно от них зависит качество командной информации. В качестве управляемой подсистемы выступает предпринимательский проект. Поскольку речь идет об учета рисков в предпринимательской деятельности, то в этом случае нас интересует информация об уровне предпринимательского риска, то есть вероятности возникновения рисков ситуации в условиях некоторой неопределенности, а также рискованные вложения, то есть возможные потери в случае наличия рисков ситуации

Важнейшее значение для эффективного управления рисками имеет адекватное информационное обеспечение. Оно включает широкий спектр различных видов деловой информации: статистической, экономической, коммерческой, финансовой и т.д. Центральное место при обосновании предпринимательского решения в условиях риска занимают анализ и прогнозирование возможных потерь ресурсов при организации предпринимательской деятельности. Здесь речь идет не об использовании ресурсов, объективно обусловленном характером и масштабом предпринимательских действий, а о случайных, непредвиденных, но потенциально возможных потерях, возникающих вследствие отклонения предусмотренного процесса предпринимательской деятельности от планового и прогнозируемого сценария. Чтобы оценить вероятность потерь, обусловленных развитием событий по непредвиденному сценарию, необходимо знать все виды потерь, связанные с предпринимательской деятельностью, и уметь заранее вычислить их или рассчитать как вероятные прогнозные величины. При этом естественно желание оценить каждый вид потерь в количественном измерении и уметь свести их воедино, к сожалению, на практике удается сделать далеко не всем предпринимателям. Следуя вышеизложенной логике рассуждений, разработан научно-практический подход к установлению допустимого уровня риска пред-

принимательского решения (рис.5.14).

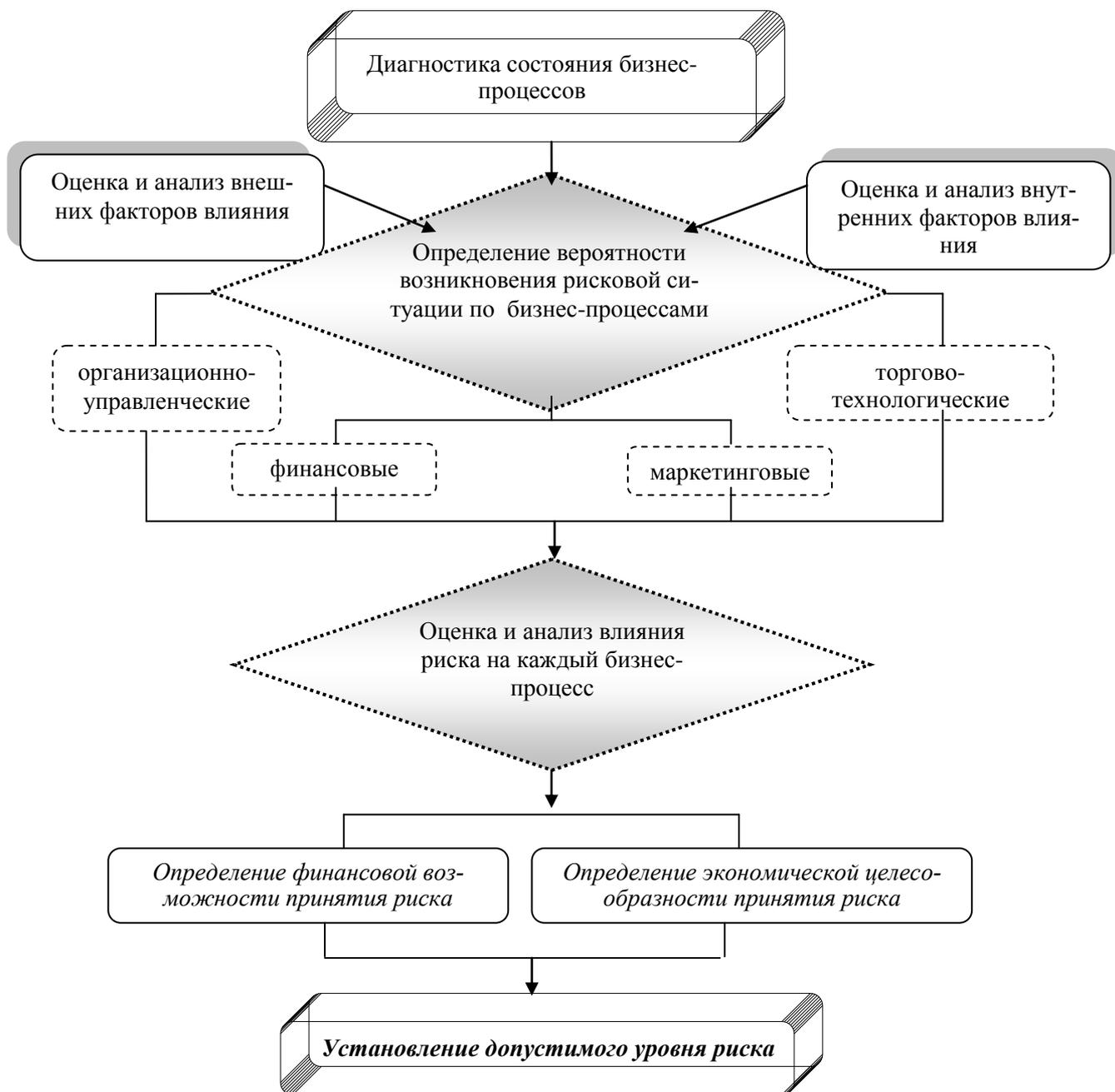


Рисунок 5.14 – Научно-практический подход к установлению допустимого уровня риска предпринимательского решения (авторская разработка)

Возможное состояние события отражают результаты исследования бизнес-процессов предприятия с помощью системы частных показателей. Очевидно, что совокупность значений показателей оценки определенного

бизнес-процесса позволяет сделать вывод о состоянии деятельности по конкретным направлениям. В связи с этим, имея четыре группы бизнес-процессов в предпринимательской деятельности, можно предположить следующие возможные их характеристики с учетом фактора риска:

V_0 – безрисковое состояние деятельности предприятия;

V_M – возникновение рискованной ситуации при осуществлении маркетинговых бизнес-процессов предприятия;

P_Φ – возникновение рискованной ситуации при осуществлении финансовых бизнес-процессов торгового предприятия;

$I_{ТД}$ – возникновение рискованной ситуации при осуществлении торговых-технологических бизнес-процессов торгового предприятия;

V_{OU} – возникновение рискованной ситуации в организационно-управленческих бизнес-процессах торгового предприятия;

V_1 – возникновение рискованной ситуации по всем бизнес-процессами торгового предприятия

Вероятность появления указанных рискованной ситуаций определено путем выявления отказов в осуществлении бизнес-процессов предпринимателем с помощью подсчета числа отклонений значений частных показателей каждого бизнес-процесса от их допустимых пределов и соотнесения его с общим числом показателей экономической устойчивости деятельности предпринимательских структур.

На третьем этапе проведена оценка риска. Этот этап интегрирует результаты качественного и количественного анализа риска с использованием различных методов оценки риска. Результатом такой оценки является определение финансовой возможности и экономической целесообразности принятия риска.

Отношение руководителя к риску нами рассматривается как риск-позиция. Условно выделены три риск-позиции предпринимателей по критерию их отношению к возникновению рискованной ситуации в процессе организации предпринимательской деятельности и принятия предпринимательского

решения: сбалансированная; агрессивная; консервативна. Характеристики каждой риск-позиции представлены в таблице 5.5.

Таблица 5.5 – Риск позиции предпринимателя

Риск-позиция	Характеристика отношения к риску
Сбалансированная	Предприниматель осуществляет только те операции, в которых повышение рискованности компенсируется адекватным изменением доходности
Агрессивная	Предприниматель склонна к проведению рискованных операций, даже если увеличение риска не вполне компенсируется соответствующим ростом дохода
Консервативная	Предприниматель идет на повышение уровня риска только в том случае, если оно компенсируется относительно большим ростом доходности

Следует отметить, что каждая риск-позиция имеет свои преимущества и недостатки, поэтому выбор той или иной риск-позиции обусловлен особенностями финансового состояния предпринимательской структуры и значимости для самого предпринимателя события (заключение сделки, внедрение инновационного проекта и т.д), по поводу которого возникает рисковая ситуация, индивидуальными особенностями предпринимателя, его мотивами, ценностными ориентациями.

Учитывая тот факт, что предпринимательская деятельность осуществляется в условиях стратегических изменений предпринимательской среды, характеризующихся неопределенностью и наличием постоянного риска, одним из принципов принятия предпринимательского решения можно сформулировать так: «Нецелесообразно рисковать больше, чем это позволяет размер собственного капитала». Сущность этого принципа заключается в том, что прежде, чем принять решение в условиях риска, предпринимателю следует:

- определить максимально возможный объем потерь в случае на-

ступления рискового события;

- сравнить возможный объем потерь с объемом вложенного капитала;
- сравнить возможный объем потерь со всеми собственными финансовыми ресурсами, чтобы определить, не приведут ли эти потери к банкротству предприятия (рис.5.15).

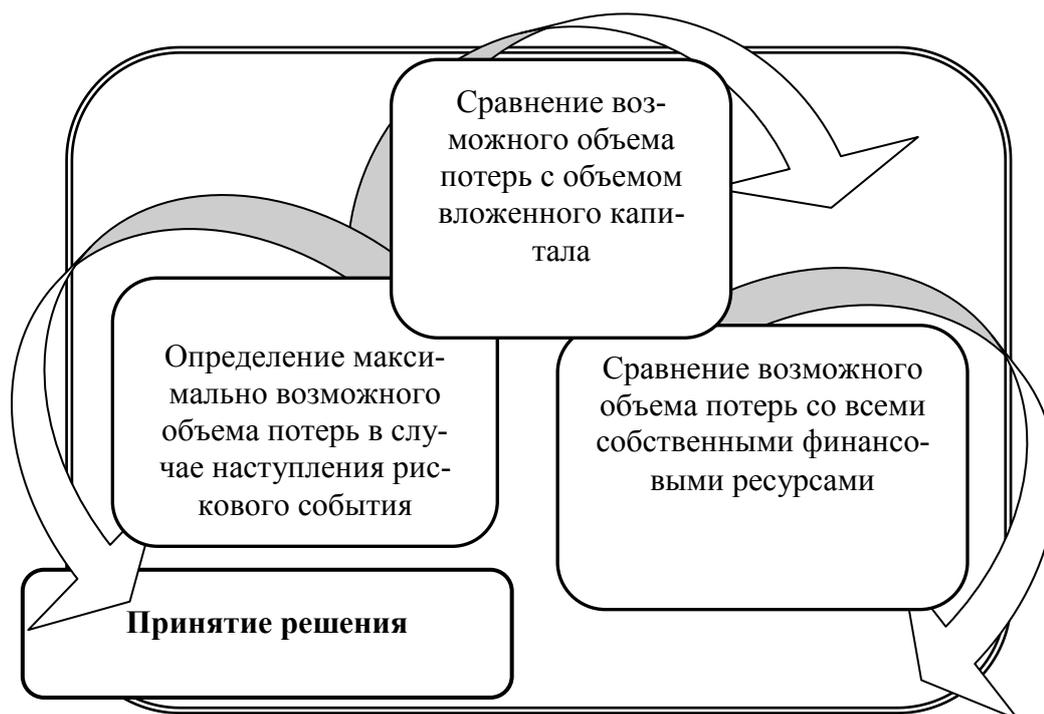


Рисунок 5.15 – Логическая схема оптимизации предпринимательского решения в условиях рисковой ситуации

Реализация этого принципа может быть достигнута с помощью расчета следующего коэффициента риска, который характеризует отношение максимально возможных потерь на собственный капитал предприятия и рассчитывается по формуле:

$$K_p = \frac{P_{max}}{CC} * 100\%, \quad (5.20)$$

где P_{max} – максимальный размер прогнозируемых потерь;

СС – собственные средства предприятия.

Участники рынка сами должны определить тот уровень риска, который они согласны пойти с целью получения прибыли, учитывая, что успех в достижении поставленной цели во многом зависит от применяемых методов управления. Системы управления рисками позволяют увидеть "слабые места" в бизнес-процессах предприятия, те приводящих к потерям. Зная их, можно построить работу так, чтобы потери снизились, а прибыль стала выше. Например, система управления операционным риском показывает, в каком подразделении или по какому направлению бизнеса был зафиксирован убыток или ожидается его повышение, а значит можно принять меры к тому, чтобы в будущем потери были уменьшены.

Разработка полноценной системы управления риском занимает годы, и при этом в итоге может оказаться, что она изначально неверно построена, имеет неправильную структуру или работает на несоответствующей платформе. Поэтому, выбирая систему управления риском, необходимо учитывать опыт использования этого программного продукта в других предприятиях аналогичного или большего масштаба, а также иметь возможность посмотреть работу системы на практике. Хорошая система может стать полезным и незаменимым инструментом для построения успешного бизнеса.

Для отечественных предпринимателей проблема создания эффективных систем управления рисками еще требует решения. При этом важно учитывать международный опыт и помнить, что процесс становления практики управления рисками еще не завершен, а задача создания универсальной методики не может быть решен в принципе, поскольку каждое предприятие является уникальным, ориентированное на собственную рыночную нишу, с определенными возможностями своих сотрудников, установленными связями и тому подобное.

Таким образом, управление предпринимательским риском предполагает, прежде всего, выявление причин возникновения предпринимательского

риска через анализ неопределенности и появления рискованной ситуации. Каждый субъект предпринимательской деятельности имеет свои преимущества и на основе этого решает, какой уровень предпринимательского риска для него приемлем, и разрабатывает меры по его минимизации.

Подобные действия составляют систему управления предпринимательским риском. Это особый вид деятельности, направленный на смягчение влияния предпринимательского риска на конечные результаты деятельности предприятия. Процесс управления предпринимательским риском всегда предполагает получение, передачу, переработку и использование определенной информации. При этом получение надежной и достаточной в данных условиях информации играет ведущую роль, поскольку это позволяет предпринимателю принять конкретное предпринимательское решение в условиях наличия рискованной ситуации.

Таким образом, учет предпринимательского риска при обосновании предпринимательских решений, направленных на повышение эффективности организации предпринимательской деятельности.

Выводы по разделу 5

1. Доказано, что в большинстве случаев потери и неудачи, сопутствующие деятельности предпринимательских структур, происходят не столько из-за отсутствия обоснованной базовой стратегии, сколько из-за отсутствия гибких подходов к выбору стратегий изменений организации предпринимательской деятельности, основанной на системе знаний, позволяющих максимизировать социально-экономическую эффективность предпринимательской структуры как открытой динамической системы.

2. Использование теории игр при решении задач выбора стратегии организации предпринимательской деятельности на основе принципов динамического программирования позволяет принимать обоснованные решения в

условиях неполной информации о состоянии внешней среды в процессе условной оптимизации на определенных временных этапах.

3. Выбор ключевых векторов стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний в условиях динамичной бизнес-среды предусматривает обязательность проведения подготовительных мероприятий. Целью этих мероприятий является выделение и анализ возможных сценариев стратегического развития предпринимательской структуры и соответствующих последствий (результатов) реализации стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний.

4. Главными компонентами комплексного подхода к формированию стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний являются цели стратегических преобразований, критерии эффективности предпринимательских решений, оценка состояний предпринимательской структуры в процессе моделирования пространственной (содержательной) и временной (процессной) динамики преобразований, конструирование и анализ разных альтернатив.

5. Обеспечивающим структурно-функциональным компонентом в синхронизированном подходе к формированию стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний является разработка портфеля стратегий создания, использования и обмена знаниями в разрезе комбинирования направленности потоков информации между внешней средой, внутренней средой и индивидуальными компетенциями.

6. Принятие предпринимательского решения рассматривается как интеллектуальный продукт, следовательно, эффективность его разработки во многом обусловлена уровнем развития интеллектуальных навыков предпринимателя, его профессиональными компетенциями, творческими способностями, креативностью мышления. Поскольку все обозначенные личностные свойства предпринимателя – результат непрерывного обучения, продуктом которого являются новые, использованные на практике знания, то логично

будет сделать вывод о том, что именно наличие знаний выступает конститутивной компонентой для развития творческой инициативы, появления креативных идей.

7. Одним из составляющих эффективности организации предпринимательской деятельности является степень эффективности принятия предпринимательских решений предпринимателем, оценка которой может проводиться в соответствие с предложенной системой показателей, охватывающей разные аспекты принимаемых предпринимательских решений. Соотношение достигнутой и намеченной цели рассматривается как один из показателей эффективности предпринимательского решения. Отмечено, что при оценке эффективности предпринимательского решения имеет большое значение механизм формирования и реализации целей, а также возможность их операционализации, без чего трудно обнаружить эффект предпринимательского решения, составить и выразить действия всех сотрудников в измерительных категориях.

8. Для повышения эффективности принятия решений, направленных на оптимизацию предпринимательской деятельности предложен научно-методический подход к интегральной оценке эффективности решения в процессе организации предпринимательской деятельности. При решении задачи процесс выбора векторов преобразований, связанных с системой управления знаниями и, соответственно, - определение оптимальных параметров необходимых изменений предлагается разделить на несколько этапов: на первом этапе проводится оценка состояний предпринимательской структуры и их варианты в первый временной период; на втором этапе рассматриваются возможные состояния в течение первого и второго временных периодов и так далее по каждому выделенному временному периоду. На последнем этапе система рассматривается во всем временном диапазоне. Каждый вариант формируется на множестве базовых показателей, после чего он представляется в виде множества первичных показателей финансовой, технологической, социальной, клиентской и бизнес-процессной подсистем предпринима-

тельской структуры.

9. Определение фокуса предпринимательских решений раскрывает цель преобразований в аспекте решения задач по разработке и реализации системы знаний в предпринимательскую деятельность, предлагается осуществлять на основе методов сравнительного многомерного анализа., оптимизация ключевых параметров которого может осуществляться с помощью методов динамического программирования.

10. Знания как ключевая и интегральная характеристика организации предпринимательской деятельности качественно меняют принципы и подходы к предпринимательским решениям, направленных на получение прибыли достижение конкурентных преимуществ на потребительском рынке. Основным вектором решения таких задач становится генерация, интеграция, и реализация знаний, что влечет за собой создание новой интеллектуальной основы управления – концепции управления знаниями, ориентированной на решение предпринимательских задач. Для этого необходимо, чтобы методы управления знаниями были органично встроены в процесс организации предпринимательской деятельности.

11. Обобщая мнения ученых относительно трактовки понятия «риск», сформулировано авторское понимание риска как вероятности снижения / потери экономической устойчивости предприятия в результате возникновения рискованной ситуации. Рискованную ситуацию предложено рассматривать как разновидность неопределенности, при которой появление события вероятно и может быть определена.

12. Поскольку риск является неотъемлемой чертой предпринимательских решений, то с развитием предпринимательства меняется и характер предпринимательского риска. Особенностью современного предпринимательского риска является его тотальность и масштабность охвата. Объясняется это многими причинами, но определяющей является то, что стержень современной цивилизации составляет научно-технический прогресс, результаты которого невозможно предусмотреть с абсолютной точностью, поскольку

он основывается на научных открытиях, творчестве, креативности идей, возникающих на основе не только явных, но и неявных знаний.

13. Систематизация и обобщение результатов установленного допустимого уровня риска и определения финансовой возможности принятия риска являются исходными посылками для оценки и анализа влияния риска при принятии или отклонении решений, обеспечивающих эффективность организации предпринимательской деятельности. Этот этап требует наличия системы знаний и зависит от качества интеллектуального потенциала как предпринимателя, так и его сотрудников.

14. Поскольку управление риском представляет собой особый вид деятельности, направленной на снижение или полное устранение влияния его неблагоприятных последствий, то это допускает поиск компромисса между выгодами от уменьшения риска и необходимыми для этого затратами, а также принятие решения о том, какие действия для этого следует реализовать (включая отказ от определенных действий).

15. Чтобы оценить вероятность потерь, обусловленных развитием событий по непредвиденному сценарию, необходимо знать все виды потерь, связанные с предпринимательской деятельностью, и уметь заранее вычислить их или рассчитать как вероятные прогнозные величины. Следуя вышеизложенной логике рассуждений, разработан научно-практический подход к установлению допустимого уровня риска предпринимательского решения, который включает такие логические компоненты : диагностика состояния бизнес-процессов; определение вероятности возникновения рисков ситуации по каждому бизнес-процессу; оценка и анализ влияния риска на каждый бизнес-процесс. Допустимый уровень риска рассматривается как интегральный показатель, отражающий возможные потери предпринимателя при возникновении рисков ситуации в целом.

Основные результаты раздела представлены в следующих публикациях:

[101, 102, 111, 118, 119, 122, 125, 126, 128, 133, 136]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертационной работе представлено решение проблемы организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, которое базируется на теоретическом обобщении, концептуально новых теоретико-методологических подходах и научно-практических положениях, что позволило сделать следующие выводы.

1. Научно обосновано институционально-эволюционное развитие различных форм предпринимательства, базирующееся на генезисе теоретических идей и когнитивном анализе научных подходов к сущностно-содержательной характеристике предпринимательства. В результате ретроспективного анализа выявлен характер становления и развития предпринимательства, его роль в экономике разных систем и уровней хозяйствования, выделены конститутивные принципы, а именно: предпринимательство служит рычагом для изменения структуры экономики, выступает катализатором экономического развития, обеспечивает стимулы высокоэффективного труда, создает благоприятную среду для конкуренции.

2. Сформирована современная парадигма организации предпринимательской деятельности, ориентированная на систему знаний и обусловленная следующими предпосылками: система знаний идентифицируется как движущий фактор адаптивного формирования и развития предпринимательской среды; в свою очередь, ситуационное сочетание адаптивного формирования и развития предпринимательской среды выступает обеспечивающим условием для социально-экономического развития страны. Обоснование правомерности использования концептуальных подходов к повышению роли интеллекта человека в информационном обществе аргументировало целесообразность создания и использования системы знаний как конститутивного элемента современной парадигмы организации предпринимательской деятельности.

3. Разработана концепция организации предпринимательской

деятельности на основе реализации системы знаний, которая представляет собой квинтэссенционное теоретико-методологическое обоснование и внедрение преобразований в процессы предпринимательской деятельности путем сбалансированного сочетания системы взаимосвязанных теоретических положений организации предпринимательской деятельности; совокупности введенных понятий и утверждений; принципов и методологии. Главная идея предложенной концепции заключается в следующем: организация предпринимательской деятельности выступает движущим фактором ее адаптивного функционирования или развития в сочетании с системой знаний, обеспечивает стратегическую устойчивость предпринимательских структур в условиях динамичной предпринимательской среды.

4. Усовершенствован научно-методический подход к формированию компетентностно-конститутивного базиса организации предпринимательской деятельности, который отражает структурно-логическую связь между личностным компонентом и потребностно-мотивационной сферой предпринимателя, а также их взаимодействие с процессом организации предпринимательской деятельности. Согласно авторской позиции в раскрытии дихотомической сущности личностного компонента предпринимательской деятельности он рассматривается, с одной стороны, как качественный аспект экономических индикаторов, отражающих общественные отношения и социально-экономический уровень развития общества, в которых реализуется принцип субъективности организации предпринимательской деятельности; с другой – как совокупность компетенций предпринимателя, степень развития которых определяют результативность и эффективность организации предпринимательской деятельности.

5. Выявлены ключевые элементы потребностно-мотивационной сферы предпринимателя, обеспечивающие организацию предпринимательской деятельности, к которым отнесены потребности, мотивы, мотиваторы и

способы мотивации. В результате системного анализа теоретико-методологических подходов к классификации потребностей выделена приоритетная роль экономических потребностей. Обоснование взаимосвязи потребностей как активизирующего фактора организации предпринимательской деятельности и непосредственно предпринимательской деятельности позволило установить базисную значимость экономических потребностей в развитии социально-экономической системы в целом. Определен мотивационный компонент в организации предпринимательской деятельности, который трактуется как единство двух процессов: во-первых - личностный процесс самостоятельного формирования индивидуальных мотивов поведения предпринимателя; во-вторых – процесс усиления активизации всех участников предпринимательской деятельности. Согласно результатам проведенной диагностики влияния мотивационного компонента на оптимизацию организации предпринимательской деятельности установлено, что наибольшее влияние на организацию предпринимательской деятельности оказывают мотивационная направленность предпринимателя на себя (48%) и его деловая мотивационная направленность (42%).

6. Разработан мотивационный механизм предпринимательской деятельности, включающий структурно-логическую последовательность следующих процессных этапов: определение мотиваторов предпринимательской деятельности во внешнем окружении и в, предпринимательской среде, а также в сфере потребностей и психологических особенностей предпринимателя; установление мотивов; выбор экономических и / или социальных мотивов, критерием которого выступают мотивационные ожидания и мотивационная направленность предпринимателя; осуществление действий и реакция на полученный результат, которая может привести к активизации, демотивации, поиску других мотивов или к прекращению предпринимательской деятельности.

7. Определены детерминанты организации предпринимательской

деятельности в Донецкой Народной Республике и выявлено их диалектическое взаимодействие, а именно: недостаточная теоретическая разработка реформы предпринимательства; слабая социальная база предпринимательства; недостаток материально-финансовых ресурсов или их ограничение; несоответствие действующей системы подготовки и переподготовки кадров требованиям, предъявляемым к предпринимательской деятельности; стихийные, хаотичные действия предпринимателей в результате недостаточности необходимой информации; отсутствие целостной системы государственного регулирования предпринимательской деятельности, что затрудняет формирование действенного комплексного механизма организации предпринимательской деятельности в Республике. Предложен научно-практический подход к реализации государственной поддержки развития малого и среднего бизнеса в Донецкой Народной Республике, использование которого направлено на создание эффективной регуляторной среды путем активного сотрудничества органов местного самоуправления и органов исполнительной власти с предпринимателями.

8. Разработан дескриптивный подход к модернизации организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, представляющий собой совокупность структурно-логических связей, базовым элементом которых выступает создание системы знаний. В процессе диагностики организации предпринимательской деятельности проанализирована степень влияния системы знаний на акселерацию инновационного развития, обеспечивающими условиями которой является внедрение информационных технологий, а также дана количественная и качественная оценка системе знаний как основополагающему компоненту интеллектуального капитала предпринимательских структур. Это позволило определить значимость системы знаний в модернизации предпринимательской деятельности в условиях интеллектуализации экономики страны.

9. Усовершенствован научно-методический подход к определению профиля поведения эффективного предпринимателя в процессе организации предпринимательской деятельности, основанный на совокупности поведенческих критериев: откуда предприниматель черпает энергию, как собирает информацию, принимает решение и относится к своему предпринимательскому делу. В результате оценки моделей поведения предпринимателей на основе научно-методического инструментария и ключевых принципов типоведения разработан психологический профиль эффективного предпринимателя, позволяющий учесть параметры организации предпринимательской деятельности, отражающие как специфику внутренней организации личности предпринимателя, так и способы принятия предпринимательских решений.

10. Разработан научно-методологический подход к созданию системы знаний, интегрированной в организацию предпринимательской деятельности, с аргументацией и характеристикой основных и вспомогательных бизнес-процессов, который раскрывает логику взаимосвязи создания, хранения и передачи знаний с внешними и внутренними потоками информации, другими бизнес-процессами, стратегическими изменениями в предпринимательских структурах. Доказано, что такой подход не только позволяет повысить эффективность предпринимательской деятельности в целом, но и обеспечивает постоянный обмен идеями, оптимизирует предпринимательские решения, увеличивает результативность взаимоотношений со всеми участниками рынка, активизирует инновационную деятельность предпринимательских структур.

11. Разработана концептная парадигма организации предпринимательской деятельности в контексте системы знаний, архитектура которой определена шестью концептами: 1) мониторинг внешней предпринимательской среды, ситуационный анализ потребительского рынка; оценка и анализ поведения всех стейкхолдеров; 2) создание необходимых условий для достижения предпринимательских целей,

формирования рыночного мышления и национального сознания; 3) диагностика функциональной организации предпринимательских структур, обеспечивающих планирование, прогнозирование и координацию предпринимательской деятельности; 4) определение долгосрочной и текущей политики предпринимательских структур, разработка предпринимательских стратегий; 5) мотивация предпринимательской деятельности, определение мотивационной направленности; формирование мотивационной установки на прибыль; 6) реализация профессиональных и личных компетенций предпринимателя, умение взаимодействовать с подчиненными, способность к концептуализации и генерации идей, а также наличие системы умений и навыков, направленных на создание имиджа предприятия. Контекстной средой функционирования выделенных концептов является система знаний, что в совокупности позволяет интегрировать все структурные компоненты и бизнес-процессы предпринимательской деятельности при переходе на более интенсивный путь развития, адаптированный к стратегическим изменениям, обусловленным информатизацией и интеллектуализацией общества.

12. Разработан научно-методический подход к идентификации фокуса организации предпринимательской деятельности в зависимости от стадии жизненного цикла создания системы знаний, который позволяет установить приоритетную цель преобразований в организации предпринимательской деятельности в диапазоне от создания информационной базы, условий для получения и хранения знаний до их старения в случае невозможности обеспечивать эффективность предпринимательской деятельности. Фокусировка предпринимательских решений происходит в соответствии с логикой жизненного цикла создания системы знаний, обусловленной стратегическими изменениями внешней и внутренней среды функционирования предпринимательских структур. Этот подход способствует установлению степени реализации потенциала знаний в соответствии с достигнутой стадией жизненного цикла и определить последующие предпринимательские решения. Доказано, что создание

системы знаний является непрерывным процессом, поскольку старение имеющихся знаний и/или их недостаточность приводит к возникновению потребности в появлении новых знаний, что активизирует новый жизненный цикл создания системы знаний, обеспечивая условия для нового фокуса предпринимательских решений.

13. Разработана модель формирования стратегии предпринимательской деятельности на основе системы знаний, конститутивным элементом которой является определение экономической и социальной целей, корреспондирующих с генеральной стратегией развития предпринимательской деятельности. Приоритетное место занимает синхронизация предпринимательских задач с разработкой карты знаний, обуславливающая выбор стратегии создания, использования и обмена знаниями, по результатам которого определяется стратегия создания системы знаний – кодификации или персонификации. Сформирован портфель стратегий создания, использования и обмена знаниями в разрезе комбинирования направленности потоков информации между внешней средой, внутренней средой и индивидуальными компетенциями.

14. Разработан организационный механизм принятия предпринимательского решения, который состоит из трех этапов: обоснование необходимости предпринимательского решения; разработка предпринимательского решения; реализация предпринимательского решения. Для каждого этапа составлена карта знаний, отражающая совокупность необходимых знаний для осуществления управленческих действий на определенном этапе принятия предпринимательского решения в сравнении с существующей системой знаний. С целью оценки эффективности принятия предпринимательских решений предложен научно-методический подход их обоснования.

15. Усовершенствован научно-методический подход к минимизации предпринимательского риска при организации предпринимательской деятельности. Методологической основой данного подхода является теория

игр, а практической составляющей – научно-методический инструментарий установления допустимого уровня риска предпринимательского решения, включающий алгоритм интеллектуальных операций. Логическими элементами предложенной методики выступают: определение вероятности возникновения рискованной ситуации по бизнес-процессам, оценка и анализ влияния риска на экономическую устойчивость предприятия, установление допустимого уровня риска.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдикеев Н.М. Создание системы управления знаниями в организации [Электронный ресурс] Н. М. Абдикеев – Режим доступа: <http://www.fa.ru/institutes/efo/Documents/17.04.2012/%>
2. Абдикеев Н.М. Управление знаниями корпорации и реинжиниринг бизнеса / Н.М. Абдикеев А.Д. Киселев – М.: ИНФРА-М, 2015. – 382с.
3. Абрамова, Л.А. Анализ и ранжирование факторов формирования и развития системы инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности на региональном уровне / Л.А. Абрамова // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2016. – № 4 (46). – С. 37-44.
4. Абульханова – Славская К. А. Деятельность и психология личности. / К. А. Абульханова-Славская – М.: Наука, 2003.-512 с.
5. Азарян Е. М. Анализ факторов влияния макросреды на внешнее экономическое поведение предприятия / Е. М. Азарян, Н. И. Алексеева // Экономика и управление: проблемы, практика. – 2018. – № 5, Т.2. – С. 84-97.
6. Азарян Е. М. Анализ экономического конкурентного поведения / Е. М. Азарян, Н. И. Алексеева // Экономика и предпринимательство. – 2017. - № 12-2 (89-2). - С. 967-974.
7. Азарян Е. М. Баланс инновационных и инвестиционных решений в системе развития предприятий / Е. М. Азарян, А. Ю.Беленький // Государство и регионы. Серия «Экономика и предпринимательство». – 2013. № 3. – С.144-149.
8. Азарян Е. М. Институциональная среда и ее влияние на развитие и поведение экономических агентов малого и среднего бизнеса / Е. М. Азарян, Д. Э. Возиянов // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 3 (43). – Т. 1. – С. 9-18.

9. Азарян Е. М. Современные инструменты обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур / Е. М. Азарян, Д. Э. Возиянов // Торговля и рынок. – 2017. – Вып. 1(41). – С. 24-34
10. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. Л. Челенков. - М. : ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.
11. Акимова О.Е. Вектор мотивации предпринимательской деятельности в современной России : монография / О.Е.Акимова - Волгоград : ВолгГТУ, 2013. – 79 с.
12. Акофф Р. Идеализированное проектирование: создание будущего организации : пер. с англ. / Р. Акофф, Д. Магидсон, Е. Герберт.– Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 320 с.
13. Акофф Р. О целеустремленных системах. / Р. Акофф, Ф. Эмери ; Пер. с англ. / Под ред. И. А. Ушакова. – М.: „Сов. радио”, 1974. – 272 с.
14. Акперов И. Г. Психология предпринимательства / И. Г. Акперов, Ж. В. Масликова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 543с.
15. Акулов В. Особенности принятия решений субъектом стратегического менеджмента / В. Акулов В., М. Рудаков // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – №3. – С. 7-15.
16. Американская социологическая мысль : тексты : пер. с англ. / под ред. В. И. Добренькова. – М. : Междунар. ун-т бизнеса и упр., 1996. – 560 с.
17. Андреева Г.М. Зарубежная социальная психология XX столетия: теоретические подходы / Г.М. Андреева, Н.Н.Богомолова, Л.А.Петровская. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 287 с.
18. Андреева Т. Е. Организационные изменения: сравнительный анализ основных подходов / Т. Е. Андреева // Вестн. С.-Петербур. гос. ун-та. – Сер. Менеджмент. – 2004. – Вып. 2. – С. 23-34.
19. Андреева Т. Е. Управление персоналом в период изменений в российских компаниях: методики распространенные и результативные / Т. Е. Андреева // Российский журнал менеджмента. – 2006. – Том 4. - № 2. – С. 25 – 48.

20. Андреева, Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М: Международная педагогическая академия, 2009. – с.463 с
21. Андрейчиков А. В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике : математические, эвристические и интеллектуальные методы системного анализа и синтеза инноваций / В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – М. : Либроком, 2013. – 304 с.
22. Андрусенко Т. Интеграция знаний предприятия [Электронный ресурс]. Т.Андрусенко – Режим доступа : <http://www.corportal.ru/Articles/DataTech/Knowledge Management/КИЕ.aspx>
23. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф : пер. с англ. – СПб: Питер Ком, 1999.—416 с.
24. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; : сокр. перевод с англ. [науч.ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко] – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
25. Апиш Ф. Н. Соотношение мотивов и потребностей: теоретический анализ научных подходов / Ф. Н. Апиш // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2005. – № 4. – С.190-192.
26. Арматов Э. Доклад об итогах работы Министерства промышленности и торговли за 2018 год [Электронный ресурс]. / Э. Арматов – Режим доступа : <https://dnrsovet.su/doklad-eduarda-armatova-ob-itogah-raboty-inisterstva-promyshlennosti-i-torgovli-za-2018-god/>
27. Артюхова, И. В. Совершенствование системы управления персоналом в рамках развития предприятия / И. В. Артюхова, И. В. Мезенцева // Экономика Крыма – 2019. – № 1. – С. 396-399.
28. Асаул А. Н. Создание знания и информационной инфраструктуры субъектов предпринимательства / А. Н. Асаул, Е. И. Рыбнов, О. А. Егорова, Т. М. Левченко / под ред. А. Н. Асаула. – СПб : АНО ИПЭВ, 2010. – 252 с.
29. Асмолов А.Г. Деятельность и установка [Электронный ресурс] / А.Г. Асмолов. – М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, 1979. – 150 с. – Режим доступа :

<http://www.psychlib.ru/inc/absid.php?absid=22851>

30. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия / Г. Ассэль пер. с англ. М. З. Штернгарца – М.: ИНФРА –М, 1999. – 804 с.
31. Афанасьев Н.В. Управление развитием предприятия : монография / Н.В. Афанасьев, В.Д. Рогожин, В.И. Рудыка – Х. : Издательский дом «ИНЖЭК», 2003. – 184 с.
32. Бажан Ю. М. Україна у світовому конкурентному середовищі // Економіка знань та її перспективи для України / за ред. акад. НАН України В. М. Гейця– К. : Ін-т екон. пронозув., 2005. – С.17-23.
33. Баженов С. В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности С. В. Баженов // Интернет-журнал «Науковедение». – 2018. – Том 7. – №4. – С. 84-85
34. Бакунов А. А. Особенности формирования стратегического набора торговых предприятий элитной продукции в Донецкой Народной Республике / А. А. Бакунов, В. С. Каплун // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности : сб. науч. статей / сост. Л. И. Донец. – Вып. 7 – Донецк : ФЛП С.Г. Кириенко, 2018. – С.75-78.
35. Балабанов В. С. Исследование систем управления / В. С. Балабанов, Н. В. Лясников, В. С. Шеметов. – М. : РАП, 2003. – 375 с.
36. Бардиер Г. Л. Бизнес-психология – М. : Генезис, 2002. – 412 с.
37. Барышев А. В. Экономика знаний : новая парадигма научного познания [Электронный ресурс] / А. В. Барышев – Режим доступа: <http://spkurdyumov.narod.ru/barisheva2.htm>
38. Бассин Ф. В.. К развитию проблемы значения и смысла. / Ф. В. Бассин // Вопросы психологии. – 1973. – № 6. – С. 13-23.
39. Бедрина С. Л. Представление знаний при управлении бизнес-процессами организации [Электронный ресурс] / С. Л. Бедрина, А. Ю. Бурцев // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 2– Режим доступа : <http://www.science-education. ru/116-12935>.

40. Безрукова, Т. Л. Особенности развития регионального предпринимательства в условиях изменяющегося законодательства / Е.С.Дроздова, Т.Л. Безрукова // ФЭС: Финансы. Экономика. – 2015. – № 3. – С. 16-23.
41. Белова Л. Г. Инновации в мировой экономике / Л. Г. Белова. – М. : МГУ имени М. В. Ломоносова, 2018. – 148с.
42. Белоусов, А. И. Учетные аспекты резервирования рисков в контексте мировых тенденций формирования стоимости бизнеса / А. И. Белоусов, Г. В. Михайлова // Международный бухгалтерский учет. – 2011. – № 41. – С. 18-25.
43. Берг О. Мотивация на «ура» / О. Берг // Кадровый вопрос. – 2019. – № 8. С. 64-66.
44. Бережная, Е. В. Методы и модели принятия управленческих решений / Е. В. Бережная, В. И. Бережной. – М. : Инфра-М, 2016. – 384 с.
45. Бильчак, В. С. Экономическая активность малого предпринимательства : монография. / В. С. Бильчак, Л. В. Пурьжова. – Калининград : Изд-во РГУ им. И. Канта, 2008. – 126с.
46. Білокурсський М. В. Методологія оцінки ефективності господарської діяльності в антикризовому управлінні підприємствами: монографія / М. В. Білокурсський. – Умань : Видавець «Сочінський», 2010. – 180 с.
47. Благоев Ю. Е. Бизнес и общество: новая парадигма исследований. Рецензия на книгу: Post J. E., Preston L. E., Sachs S. Redefining the corporation: stakeholder management and organizational wealth. Stanford: Stanford University Press, 2002 // Российский журнал менеджмента. – 2003. – Т. 1. – № 2. – С. 151–159.
48. Блауг М. Очерк Кантильона / М. Блауг // Экономическая мысль в ретроспективе / Economic Theory in Retrospect – М: Дело, 1994. – 627 с.
49. Богатин Ю. В. Оценка эффективности бизнеса и инвестиций / Ю. В. Богатин, В. А. Швандар – М. : Экономика, 2008. – 254 с.

50. Богачев, В. И. Цифровая экономика России: виртуальная и реальная сущность / В. И. Богачев, В. Г. Пеннер, И. А. Денисенко и др. / под. ред. В. И. Богачева. – Луганск: Промиздат, 2018. – 133 с.
51. Богиня Д. П. Методологічні засади формування мотиваційного механізму конкурентоспроможності робочої сили / Д. П. Богиня // Мотиваційний механізм конкурентоспроможності робочої сили. – К.: НАН України.- Ін-т економіки. – 2002 – Вип. 2. – С. 10-28.
52. Бокарева Е. В. Развитие малого бизнеса в России: проблемы и пути решения / Е. В. Бокарева, А. А. Силаева, И. А. Дуборкина [Электронный ресурс] – [Донецк: ДонНУЭТ, 2016]. – Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.
53. Большой психологический словарь / сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко – СПб. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 632 с.
54. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азриляна. – 7-е изд., доп. – М. : Ин-т новой экономики, 2007. – 1472 с.
55. Бондарева А. Аналіз впливу ризику на фінансовий стан підприємства / А. Бондарева // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. праць. – 2002. – Вип. 13. – Т. 3 – С. 13-18.
56. Борбугулов М. У. Экономика знаний – основа инновационной экономики / М. У. Борбугулов // Вестник КРСУ. – 2015. – Том 15. – № 3. – С. 14-16.
57. Борисова Г. М. Теоретичні аспекти управління ризиком на підприємстві / Г. М. Борисова // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №7. – С. 116-121.
58. Бочарова, Мария Александровна. Создание системы управления знаниями в бизнес-организациях : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Бочарова Мария Александровна; [Место защиты: Гос. ун-т упр.].- Москва, 2011.- 189 с.: ил. РГБ ОД, 61 11-8/2066

- 59.Бравар Ж-Л. Эффективный аутсорсинг : понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / Ж-Л. Бравар, М. Роберт. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 288 с.
- 60.Брагина З. В. Управление организационным знанием промышленного предприятия: создание условий для проявления и использования творческой активности и предприимчивости персонала: монография / З. В. Брагина, Н. Ю. Андреева. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 198 с.
- 61.Бурцев А. Ю. Использование карт знаний в управлении знаниями при процессном подходе. – М. : Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2013. – № 3. – С. 157-164.
- 62.Бусыгин А. В. Предпринимательство / А.В.Бусыгин. – М. : Дело, 1999. – 640с.
- 63.Вайцеховская С. С. Управление бизнес-процессами на предприятии [Электронный ресурс]. / С. С.Вайцеховская, Т. Ю. Фролова Ю. О.Ямщикова // Modern directions of theoretical and applied researches, 2013. – Режим доступа : <http://sworld.com.ua/konfer30/97.pdf>.
- 64.Валдайцев С .В. Антикризисное управление на основе инноваций : / С. В. Валдайцев. – М. : ТК Велби, Проспект, 2006. – 312 с.
- 65.Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики : монографія / З. С. Варналій. – 4-те вид., стер. . – К. : Знання, 2008 . – 302 с.
- 66.Вартанова Е. В. Сущность стратегической компетенции как источника конкурентных преимуществ предприятия / Е. В. Вартанова // Экономика и управление. – 2010. – № 3-4. – С. 44–47.
- 67.Васконеллос-и-Са Ж. Стратегические ходы: 14 наступательных и оборонительных стратегии для достижения конкурентного преимущества / Васконеллос-и-Са. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 240 с.
- 68.Ващенко Н. В. Методи мотивації персоналу до інноваційного розвитку підприємства // Економічний вісник національного гірничого університету. – 2015. – № 2. – С.153-160.

- 69.Ващенко Н. В. Обґрунтування концепції управління розвитком підприємства / Н.В.Ващенко // Академічний огляд. – №1 (40). – 2014. – С. 94-102.
- 70.Ващенко Н. В. Развитие торгового предприятия на основе формирования и реализации инновационного потенциала персонала: теория и методология : монография -. / Н. В. Ващенко. – Донецк : ДонНУЭТ. – Краматорск : Каштан, 2015. – 505 с.
- 71.Ващенко Н. В. Развитие торгового предприятия на основе формирования и реализации инновационного потенциала персонала: теория и методология : монография / Н. В. Ващенко. – Донецк : ДонНУЭТ. – Краматорск : Каштан, 2015. – 505 с.
- 72.Вербицька Г. Л. Управління економічним ризиком / Г. Л. Вербицька // Фінанси України. – 2004. – № 4. – С. 34-40.
- 73.Ветрова Е. А. Социальное предпринимательство в России: проблемы и пути развития / Е. А. Ветрова, И. В. Акимов // Материалы Афанасьевских чтений. – 2016. – №1(14). – С. 145-152.
- 74.Виханский О. С. Менеджмент / О. С. Виханский, А. И. Наумов – 3-е изд. – М. : Гардарики, 2002. – 528с.
- 75.Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємстві : монографія. / В. В. Вітлінський, Г. І. Великоіваненко – К. : КНЕУ, 2004. –344с.
- 76.Внукова Н. М. Базова методика оцінки економічного ризику підприємств / Н. М. Внукова, В. А. Смоляк // Фінанси підприємств. – 2002. – № 6. – С. 16-21.
- 77.Воздействие личности руководителя на процесс разработки управленческих решений [Электронный ресурс] – Режим доступа : – http://studme.org/45761/management/vozdeystvie_lichnosti_rukovoditelya_protssess_razrabotki_upravlencheskih_resheniy
- 78.Волкова Н.М. Место и роль частного предпринимательства в государственно-частном партнерстве / Н.М. Волкова, А.С. Мудунов // Бизнес в законе. – 2012. – №6. – С. 183-185.

79. Гаврилова Т. А. Разработка корпоративных систем управления знаниями / Т. А. Гаврилова, Л. Ю. Григорьев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.big.spb.ru/publications/bigspb/km/create_kms.shtml.
80. Гараедаги Дж. Системное мышление: как управлять хаосом и сложными процессами: платформа моделирования архитектуры бизнеса ; пер. с англ. – Минск : Гревцов Букс, 2010. – 480 с.
81. Гафуров А. М. Сущность и роль социального предпринимательства в современном мире [Электронный ресурс] / А. М. Гафуров // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2019. – № 3 – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2019/03/16495> .
82. Глазунов В. Н. Финансовый анализ и оценка риска реальных инвестиций. – М.: Финстатинформ, 1997. – 135 с.
83. Глазьев С. Ю. О стратегии устойчивого развития экономики России / С. Ю. Глазьев, Г. Г. Фетисов // Экономические и социальные перемены : факты, тенденции, прогноз. – 2013. – №1 (25). – С.23–35.
84. Гончаров В. Н. Использование новых форм малого бизнеса в Украине / В. Н. Гончаров // Предпринимательство: проблемы и решения. - Вып.1– Донецк: Юго-Восток, 1997. С.15-18.
85. Горбась І. М. Формування системи управління ризиками на підприємстві регіонального сектору економіки / І. М. Горбась // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2007. – №75-76.
86. Горощенко В. В., Мотивация труда как фактор повышения эффективности управления персоналом / В. В. Горощенко // Вестник института экономических исследований. – 2017. – № 3(7). – С.73-80.
87. ГОСТ Р 54875 – 2011 Менеджмент знаний. Руководство по устоявшейся практике внедрения системы менеджмента знаний. утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 декабря 2011 г. N 1601-ст. Дата введения 2012-09-01. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/>

document/1200102255.

- 88.Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни : пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева – М. : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. – 304 с.
- 89.Гранатуров В. М., Шевчук О. Б. Ризики підприємницької діяльності. Проблеми аналізу / В. М. Гранатуров, О. Б. Шевчук – К. : Зв'язок, 2000. – 244 с.
- 90.Григорян А. Л. Проблемы определения термина «новая экономика» / А. Л.Григорян // Экономика и менеджмент: ученые записки. – 2007. – Вып. 5. – Ч. 2. – С.54-59.
- 91.Губарев Р. В. Анализ современных теорий мотивации и стимулирования труда / Р. В.. Губарев // Вестник УГУЭС. Наука. Образование. Экономика. Серия : Экономика. – 2014. – № 1(7). – С.239-246.
- 92.Гусева О. Ю. Методологічний аспект визначення базової стратегії змін на підприємстві / О. Ю. Гусева // Науковий вісник. – 2013. – № 23 (202). – С.20-30.
- 93.Гуцан О. М. Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля / О. М.Гуцан // Вісник Національного технічного університету « Харківський політехнічний інститут». – 2017. – № 24(1246). – С.26-30.
- 94.Давила Т. Работающая инновация: как управлять ею, измерять ее и извлекать из нее выгоду / Т. Давила, М.Дж. Эпштейн, Р. Шелтон : пер. с англ.; под науч. ред. Т.Ф. Козицкой. – Д.: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 320 с.
- 95.Дадаханова Р. Р. Мотивация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / Р. Р.Дадаханова // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 361-362. – Режим доступа <https://moluch.ru/archive/52/6994/>.
- 96.Дем'яненко В. В. Освіта в системі економіки знань // Економіка знань та її перспективи для України /За ред. акад. НАН України В.М.Гейця. - К. : Ін-т екон. пронозув., 2005. – С.40-45.

97. Десять общепринятых заблуждений об управлении знаниями (Knowledge Management) . [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.smart-edu.com/stati-upravlenie-znaniyami/10-obsheprinyatyh-zabluzhdeniy-ob-upravlenii-znaniyami-knowledge-management.html>
98. Джанетто К. Управление знаниями: Руководство по внедрению корпоративной системы управления знаниями / К. Джанетто, Э. Уиллер. – М. : Добрая книга, 2005. – 192 с.
99. Донец Л. И. Дискурсы предпринимательской активности в контексте экономического развития Донецкой Народной Республики / Л. И. Донец, Т. В. Лиходедова, Я. А. Яковенко // Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития : монография / ГО ВПО «Донецкий национальный университет им. М.Туган-Барановского. – Донецк : ДонНУЭТ им.М.Туган-Барановского, 2019. – 562 с. – С. 338-355
100. Донец Л. И. Мотивация предпринимательской деятельности в условиях экономического развития Донецкой Народной Республики / Л. И. Донец // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности : сб. науч. статей / сост. Л. И. Донец. – Донецк: ФЛП С.Г.Кириенко, 2019. – С.244-248
101. Донец Л. И. Обоснование хозяйственных решений и оценка рисков / Л. И. Донец, А. В. Сергеева, Д. А. Забарина – Донецк: ФЛП Кириенко С.Г., 2019.- 260с.
102. Донец Л. И. Обусловленность управленческих решений по достижению конкурентных преимуществ созданием знаний на предприятии / Л. И. Донец // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности : сб. науч. статей / сост. Л. И. Донец. – Вып.7 - Донецк: ФЛП С. Г. Кириенко, 2018. – С.214 -218.
103. Донец Л. И. Парадигмальный подход к экономике знаний в условиях глобализации / Л. И.Донец // Теоретические и прикладные проблемы моделирования устойчивого развития экономических систем: монография /

- под общ. ред. Т. В.Ореховой; отв. ред. О. Л. Некрасова. – Донецк: ДонНУ, 2013. – 467с. – С.442-447.
104. Донец Л. И. Стимулирование персонала как организационная компонента развития предприятия на потребительском рынке / Л. И. Донец, У. С. Расулова // Современные императивы экономического управления предприятиями на потребительском рынке : Украина, Россия, Беларусь : монография : под общ. ред. Л.И.Донец – Донецк : ДонНУЭТ, 2013. – 592с. – С.313-328.
105. Донец Л. И. Управление знаниями / Л. И.Донец / ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган – Барановского. – Донецк : ФЛП Кириенко С.Г., 2018. – 288 с.
106. Донец Л. И. Управление знаниями в контексте инновационного развития предприятия / Л. И.Донец // Теоретические и практические аспекты экономики и интеллектуальной собственности: сб. науч. трудов / гл.ред. Волошин В. С. – Вып.1 – Т.1. – Мариуполь: ПДТУ, 2012. – С.292-297
107. Донец Л. И. Управление знаниями в контексте организационного развития предприятия / Л. И.Донец, Т. В.Лиходедова // Механизмы повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия : монография / под общ. ред. Л. И. Донец / ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган – Барановского. – Краматорск: ООО «Каштан», 2018 – 276с. – С.97-110.
108. Донец Л. И. Управление знаниями как конститутивная компонента развития предприятия / Л. И. Донец // Теоретические и прикладные аспекты инвестиционно-инновационного развития экономических систем: монография / под ред. О.Л.Некрасовой – Донецк : ДонНУ, 2018. – 240с. – С.86-94.
109. Донец Л.И. Основные приоритеты экономики устойчивого развития / Л.И. Донец // Экономика Украины. – 2000. – №2. – С.94-95.
110. Донец Л. И. Система знаний как основополагающий инструмент страте-

- гических изменений на предприятии / Л.И.Донец // Социально-экономические векторы в развитии национальных экономик: Болгария, Украина: монография / под общ. ред. на А.Шубина – Варна: Варненский экономический университет; Донецк : ДонНУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2014. – 596 с. – С. 348-358
111. Донец, Л. И. Влияние системы знаний на обоснование предпринимательских решений / Е. М. Азарян, Л. И.Донец // Торговля и рынок, 2019. – Вып. 4(52). – т. 2. – С. 3-8.
112. Донец, Л. И. Концептная парадигма организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями / Е. М. Азарян, Л.И.Донец // Новое в экономической кибернетике. – 2019. – № 4. – С.169-180.
113. Донец, Л.И. Детерминанты организации предпринимательской деятельности в контексте управления знаниями / Е. М. Азарян, Л.И.Донец // Торговля и рынок, 2020. – Вып. 1(53). – С. 15-22 .
114. Донець Л. І. Діагностика впливу державного регулювання на економічну безпеку підприємницької діяльності / Л.І.Донець // Торгівля і ринок України. – 2006. – Вип.21. – Т.3. – С 39-44.
115. Донець Л. І. Інноваційна модель організації управління підприємницькою діяльністю / Л.І.Донець // Схід. – 2003. – Спецвипуск. – С.51-55.
116. Донець Л. І. Концептуальні засади етики підприємницької діяльності / Л. І.Донець, Н. Г.Романенко // Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. – Вип. 20 / гол. ред. О.О.Шубін. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005 – С.110-117.
117. Донець Л. І. Мотивація праці як чинник інноваційного розвитку підприємства / Л. І.Донець // Інноваційна економіка. – 2013. – № 4(42). – С.158-161.
118. Донець Л. І. Науково-методичний інструментарій управління економічною стійкістю підприємства з урахуванням ризику / Л.І.Донець, О.В.Сергеева // Економічний Нобелівський вісник. – 2014. – № 1 (7). – С. 148-155.

119. Донець Л. І. Обумовленість інноваційної стратегії підприємства його конкурентною позицією / Л. І. Донець, С. Г. Гейер // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – Т.2. – № 4. – С.64-66.
120. Донець Л. І. Обумовленість розвитку торговельного підприємництва ринковим середовищем / Л. І.Донець, В. В.Чмаріна // Культура народів Причорномор'я (Крымский научный центр НАН Украины, ТНУ). – 2006. – № 80. – С.158-161.
121. Донець Л. І. Оцінювання фінансових результатів торговельних підприємств у сфері малого бізнесу / Л. І.Донець, В. М.Батюк // Торгівля і ринок України: 2007. – Вип.22. – С. 277-282.
122. Донець Л. І. Підприємництво в умовах трансформації економіки в Україні: мотивація, маркетингова орієнтація, ефективний менеджмент : монографія / Л. І. Донець – Донецьк : ДонДУЕТ, 1999 – 344с.
123. Донець Л. І. Проблеми управління підприємствами малого бізнесу / Л. І. Донець // Торгівля і ринок України: 2002 – Вип.23. – Т.1. – С .26-32.
124. Донець Л. І. Соціально-психологічні аспекти підприємницької діяльності / Л. І. Донець // Торгівля і ринок України – 2000. – Вип. 10. – Т.2. – С .39-44.
125. Донець Л. І. Стратегічна спрямованість інноваційного розвитку підприємства / Л. І.Донець // Торгівля і ринок України 2011. – Вип.31 — С. 328-335.
126. Донець Л. І. Стратегічне планування як базова складова стратегічного управління малими підприємницькими структурами / Л. І.Донець, І. В. Давидюк // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – № 4(8). – 2010. - С.16-22.
127. Донець Л. І. Управління знаннями як конститутивна складова інноваційних перетворень в умовах стратегічних змін / Л. І. Донець, В.О.Соболев // Торгівля і ринок України 2013. – Вип.36 – С. 372-378.
128. Донець Л. І. Управління ризиком в умовах забезпечення стійкого розви-

- тку підприємства / Л. І. Донець, Г. С. Деркач // Торгівля і ринок України 2007. – Вип.23. – Т.1. – С.322-328.
129. Донець Л. І. Управління формуванням прибутку підприємства в умовах ринкових форм господарювання : монографія / Л. І. Донець, С. М. Баранцева. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. – 255 с.
130. Донець Л. І. Формування мотиваційної установки щодо підприємницької діяльності в малому бізнесі / Л. І.Донець // Вісник Технологічного університету Поділля – 1999 - № 5. – Ч.2 – С.117-119.
131. Донець Л. І. Формування сектору малого та середнього бізнесу: регіональний аспект / Л.І.Донець, В.В.Чмаріна // Сталий розвиток економіки: наук. журнал ун-ту ек-ки і підприємництва. – 2011. – № 3. –С.86-91.
132. Донець Л. І.Удосконалення керівництва в контексті інноваційних процесів управління підприємствами малого бізнесу / Л.І.Донець, Л.О.Сенішина // Социально-экономические аспекты промышленной политики: сб.науч.тр. т.1 / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти: Редкол.: Амоша А.И. (отв.ред.) и др. – Донецк :ИЭП НАН Украины. – 2001. – С.382-386.
133. Донець Л.І. Урахування ризиків в управлінні інвестиційною діяльністю підприємства / Л.І.Донець // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Серія «Економічні науки». – 2007 – №4/2(36). – С.71-76.
134. Донець Л.І.Державне регулювання підприємницької діяльності / Л.І.Донець // Фінанси України. – 2000. – №8. – С.74-81.
135. Донець Л.І.Обумовленість розвитку підприємницької діяльності соціально–економічним середовищем господарювання / Л.І.Донець // Торгівля і ринок України 1998 – Вип.8. – Т.2. – С. 56 – 62.
136. Дрожжина С.В. Индивидуализация управленческих решений в предпринимательской деятельности / С.В.Дрожжина, Л.И.Донец // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2016. -

- № 5. – Т.1. – С.3-7.
137. Дрожжина С.В. Система психологических характеристик руководителя, обеспечивающая успех управления / С.В.Дрожжина, Л.И.Донец // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности.– 2016. – Вып.5. – Т.1. – С.3-7.
138. Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века / П. Друкер : пер.с англ. Натальи Макаровой. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 256 с.
139. Друкер П. Энциклопедия менеджмента / П.Друкер : пер. с англ.– М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
140. Дюркгейм Э. Социология и теория познания / Э. Дюркгейм // Хрестоматия по истории психологии : период открытого кризиса: начало 10-середина 30-годов XX века / ред. П.Я. Гальперин, А.Н. Ждан. – М : Изд-во Московского университета, 1980. – 25 с.
141. Дяченко М. І. Процесні та продуктові інновації в умовах економіки знань [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://economics.org.ua>
142. Елдышев Ю. Н. Экономика знаний / Ю.Н.Елдышев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ecolife.ru/jornal/econ/2003-1-1.shtml>.
143. Емельянов Е. Н. Психология бизнеса / Е. Н. Емельянов, С. В. Поварницина. – М. : Армада, 1998. – 568 с.
144. Ермоленко А. Г. Реинжиниринг бизнес-процессов как радикальный метод корпоративного управления предприятиями / А.Г. Ермоленко // Вестник ТГУ. –2012. – Вып. 2 (106). – С.167-173.
145. Ефимов В. В. Управление знаниями / В. В. Ефимов. – Ульяновск : УлГТУ, 2005. – 111с.
146. Журавлева Н. А. Динамика ценностных ориентаций российских предпринимателей в изменяющемся обществе / Н.А.Журавлева // Психология управления в современной России. – Тверь : Изд-во “Альба”, 2001. – С. 132–135.
147. Зайцев М. Г. Методы оптимизации управления для менеджеров: компь-

- ютерно-ориентированный подход / М. Г. Зайцев. – М. : Дело, 2002. – 304 с.
148. Закон ДНР «О налоговой системе» / Официальный сайт Народного Совета ДНР. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/ru/>
149. Закон ДНР «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения № 215-ИНС от 02.02.2018, действующая редакция по состоянию на 11.02.2019 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-ob-osnovah-gosudarstvennogo-regulirovaniya-torgovoj-deyatelnosti-sfery-obshhestvennogo-pitaniya-i-bytovogo-obsluzhivaniya-naseleniya/>
150. Закон ДНР «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения № 215-ИНС от 02.02.2018, действующая редакция по состоянию на 11.02.2019 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-ob-osnovah-gosudarstvennogo-regulirovaniya-torgovoj-deyatelnosti-sfery-obshhestvennogo-pitaniya-i-bytovogo-obsluzhivaniya-naseleniya/>.
151. Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства / под ред. Асаула А. Н., СПб.: АНО «ИПЭВ», 2008. – 280с.
152. Законы, регулирующие предпринимательскую деятельность в ДНР. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vsednr.ru/zakony-reguliruyushhie-predprinimatelskuyu-deyatelnost-v-dnr/>
153. Законы, регулирующие предпринимательскую деятельность в ДНР. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vsednr.ru/zakony-reguliruyushhie-predprinimatelskuyu-deyatelnost-v-dnr/>
154. Запорожец А. В. Избранные психологические труды. В двух томах / А.

- В. Запорожец. - М.: Педагогика, 1986. — 323 с
155. Иванов Л. И. Анализ стратегических решений (эвристика) / Л. И. Иванов. – М. : РИОР-ИНФРА-М, 2011. – 177 с.
156. Иванов В. Г. Антикризисный менеджмент: организационный и образовательный компоненты / В. Г. Иванов // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2010. – Вып. № 4. – т. 6. – С. 59-66.
157. Иванова Н. Л. Наука в глобальной экономике. [Электронный ресурс] / Н. Л. Иванова – Режим доступа: http://magazines.russ.ru/oz/2002/7/2002_07_16.html.
158. Иванова Н. Л. Проблема психологического анализа социальной идентичности / Н. Л. Иванова // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2006. – Том 3. – № 4. – С. 18–36.
159. Игумнов О. А. Экономика знаний: проблемы становления и развития / О. А. Игумнов // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2016. – № 5. – С.113-121.
160. Ильчиков М.З. Предпринимательская функция и экономический механизм ее осуществления / М. З. Ильчиков – М. : Камерон, 2004. – 104 с.
161. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями : монография / под. науч. ред. Б. З. Мильнера. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 624 с.
162. Иноземцев В. Парадоксы постиндустриальной экономики (инвестирование, производительность и хозяйственный рост в 90-е годы) / В. Иноземцев // Мировая экономика и международные отношения – 2000 – №3 – С. 3-11.
163. ИСО 9004:2000 Системы менеджмента качества. Руководство по улучшению деятельности. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://iso-management.com/wp-content/uploads/2013/12/ISO-9004-2000.pdf>
164. Казакова Н. В. Методика выбора стратегии организационного развития

- производственной системы в рыночных условиях функционирования / Н. В. Казаков, Б. И. Кузин // Гуманитарные науки. – 1997 – №3. – С. 34-39.
165. Казакова Е.Б. Проблемы развития внутренней торговли в ДНР / Е.Б.Казакова, А.А.Дзюбина // Состояние и траектория развития торговли Донецкой Народной Республики: Сб. матер. II межд. научн.- практ. конф. «Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития». – Донецк, ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», 2019. – 356 с. – С.33-38.
166. Кардашов В. В. Мотивация персонала: теория и практика / В. В. Кардашов // Человек и труд. – 2019. – № 10. – С. 47-48.
167. Карнап Р. Значение и необходимость : пер. с англ. / Р. Карнап – М. : Изд-во иностранной литературы, 1959. – 382 с.
168. Катькало В.С. Эволюция теории стратегического управления: монография / В. Катькало. – 2-е изд. – СПб.: Высшая школа менеджмента: Изд-во СПбГУ, 2008. – 548 с.
169. Квасницька Р. С. Етапність проведення діагностики кризового стану та ймовірності банкрутства підприємства / Р. С. Квасницька, І. М. Кордонець // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – Вип. № 2. – Т. 3. – С. 130 – 134.
170. Кейнс, Дж.М. Мейнард Общая теория, занятости, процента и денег. Избранное / Дж.М.Кейес ; вступ.статья Н.А.Макашевой. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с. – (Антология экономической мысли).
171. Кисельников Е.А. Оценка стратегии повышения эффективности функционирования предприятий / Е. А. Кисельников, А. Н. Сорочайкин, Н. М. Тюкавкин // Вестник Самарского государственного университета – 2013. – № 4 (105). – С. 34-42.
172. Клейнер Г. Б., Тамбовцев В. Л., Качалов Р М. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность / Г. Б. Клейнер, В. Л. Тамбовцев, Р М. Качалов. – М.: Экономика, 1997. – 286 с.

173. Кови С. Проактивный и реактивный подходы / С.Кови [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nkozlov.ru/library/s42/d2343/>.
174. Козина Н. Ю. Мониторинг состояния торговли в контексте продовольственной независимости Донецкой Народной Республики / Н. Ю. Козина // Состояние и траектория развития торговли Донецкой Народной Республики: Сб. матер. II межд. научн.- практ. конф. «Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития». – Донецк : ГО ВПО «ДонНУЭТ им. М. Туган-Барановского», 2019. – 356 с. – С.33-38.
175. Козырев В. М. Джон Мейнард Кейнс: его вклад в экономическую науку / В. М. Козырев [Электронный ресурс] // Вестник РМАТ. – 2013. – №1(7). – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/dzhon-meynard-keyns-ego-vkladv-ekonomicheskuyu-nauku>.
176. Колесов В. В. «Жизнь происходит от слова...» / В. В. Колесов – СПб: Златоуст, 1999. – 368 с.
177. Колесов В. П. Экономика знаний : монография / В. П. Колесов, В. Л. Макаров, Л. Г. Белова – М. : ИНФРА-М, 2008. – 432 с.
178. Коломоец Ф. Г. Основы системного анализа и теории принятия решений / Ф. Г. Коломоец. – Мн.: Тисей, 2006. – 320 с.
179. Коломоец Ф.Г. Основы системного анализа и теории принятия решений : [пособие для исследователей, управленцев и студентов вузов] / Ф.Г. Коломоец. – Мн.: Тисей, 2006. – 320 с.
180. Компетентностный подход, основные понятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://free.megacampus.ru/xbookM0022/index.html?go=part-012*page.htm
181. Концепция развития инфраструктурных объектов поддержки инновационной деятельности предпринимательских структур: монография / С. С. Морковина, Е. А. Колесниченко, Т. Л. Безрукова и др. – Воронеж: НаукаЮнипресс, 2015. – 194 с.

182. Корниенко А. А. Особенности управления знаниями в малом бизнесе / А. А. Корниенко // Вестник Томского государственного университета. – 2013. – № 1(9). – С.52-56.
183. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. / под ред. Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2000. – 752 с.: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента»).
184. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. В. Б. Боброва / общ. ред. Е. М. Пеньковой. – СПб : АО «Коруна», АОЗТ «Литера плюс», 1994. – 469с.
185. Кошарная Г. Б. Мотивация современных Российских предпринимателей / Г.Б.Кошарная. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-sovremennyh-rossiyskih-predprinimateley>
186. Кравченко А. И. Прикладная социология и менеджмент / А. И. Кравченко – М.: МГУ, 1995. – 208 с.
187. Кравченко Е. С. Ключевые доминанты современных теорий мотивации персонала предприятия / Е. С. Кравченко, А. А. Скорик // Инновационное развитие экономики: предпринимательство, образование, наука : сб. науч. ст. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2015. – С.85-89.
188. Кравченко О. С. Ключові аспекти інтелектуалізації бізнес-моделі підприємства / Н.В. Головченко // Інноваційний розвиток підприємницьких структур Донецького регіону : погляд молодих вчених: монографія / під ред. О. М. Азарян. – Донецьк : Ноулідж, 2014. – С. 21–36.
189. Кравченко О. С. Організація процесу трансформації бізнес-моделі підприємства при реалізації інтеграційної стратегії розвитку / О.С.Кравченко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. - № 3(2). – С. 15-19.
190. Кравченко О.С. Розробка бізнес-моделей, що сприяють підвищенню ефективності інноваційного підприємництва в Україні / О.С. Кравченко // Досвід європейський університетів з комерціалізації інновацій та можли-

- вості його застосування в Україні: монографія / заг. ред. В. Шатоха. – Дніпропетровськ : «Дріант», 2014– С.172-177.
191. Крегер О. Типы людей в бизнесе / О.Крегер О., Дж.Тьюсон : пер. с англ. В.Панов – М.: АСТ Астрель, 2005. – 464 с.
192. Кужель О.В. Формування паритетності інтересів. – К. : 2002. – 200 с.
193. Курносова О. А. Процессные инновации в развитии предприятия / О.А.Курносова // Економіка і організація управління : зб.наук.праць. / під. заг. ред. П.В. Єгорова. – 2007. – Вип. 1. – С 134-142.
194. Ламбен Жан Жак. Стратегический маркетинг : пер. с франц. – СПб: Наука, 1996. – 589с.
195. Лапко О. О. Сутність та основні риси економіки знань // Економіка знань та її перспективи для України / за ред. акад. НАН України В. М. Гейця. – К. : Ін-т екон. пронозув., 2005. – С.7-10.
196. Лапушта М. Г. Малое предпринимательство / М.Г. Лапушта, Ю.Л. Старостин. – М. : ИНФРА – М, 2012. – 257 с.
197. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н.Леонтьев. – М. : Политиздат, 1975. – 304с.
198. Леонтьев, А.Н. Потребности, мотивы, эмоции / А.Н. Леонтьев. – М. : МГУ, 1971. – 40 с.
199. Литвин А. Ю. Механізми державного регулювання роздрібної торгівлі в Україні: дис. канд. держ. управління : 25.00.05 / Литвин Антон Юрійович – Донецьк, 2002., 155с.
200. Логинова Н. П. Методика антикризисного управления организацией / Н.П.Логинова // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2011. – Вып. № 13. [Электронный ресурс] – Режим доступа : Научная библиотека КиберЛенинка : <http://cyberleninka.ru/article/n/metodika-antikrizisnogo-upravleniya-organizatsiey#ixzz3nxxHelfG>
201. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь. Словарь современной экономической науки – М.: Дело, 2003. – 520 с.

202. Лурвинк Ф. Советскому менеджеру о социальной рыночной экономике / Ф.Лурвинк // Экономические науки – 1991 – № 8. – С. 34-36.
203. Любарец Е. Н. Совершенствование инструмента экономического анализа и диагностики состояния хозяйствующих субъектов региона / Е. Н. Любарец // Вестник Казанского технологического университета. – 2011. – № 15. – С. 272-276.
204. Любицкая В. А. Развитие мотивации труда персонала на основе индивидуализации инструментов стимулирования: монография / В.А. Любицкая, В.А. Бородин – Барнаул : АлтГТУ, 2014. – 155 с.
205. Малое предпринимательство в промышленном регионе : социально-экономическое развитие, формы и методы регулирования, механизмы экономического роста / под ред. Н. И. Рединой – Днепропетровск : ДГФЭИ, 2004. – 352 с.
206. Маслоу А. Мотивация и личность / А.Маслоу – СПб : Евразия, 2014. – 478 с.
207. Махмудова И. Н. Оценочные персонал-технологии : практика управления : монография / И. Н. Махмудова – Самара : Изд-во «Самарский университет», 2014. – 436 с.
208. Мелия М. Бизнес — это психология. Психологические координаты жизни современного делового человека / М. Мелия – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 352 с.
209. Мерманн Э. Мотивация персонала. Инструменты мотивации для успеха организации / Э.Мерманн; : пер. с нем. Е.И. Высочинова. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2007. – 184 с.
210. Мерманн Э. Мотивация персонала. Инструменты мотивации для успеха организации. – М.: Гуманитарный центр, 2013. – 184 с.
211. Мескон Майкл Х. Основы менеджмента : пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – 3 -е изд. – М.; СПб.; Киев : Вильямс, 2012. – 672 с.
212. Механизм управления предприятием : стратегический аспект : моногра-

- фия / Пономаренко В. С., Ястремская Е. Н., Луцковский В. Н. и др. – Харьков : ХГЭУ, 2002. – 252с.
213. Милль Д. С. Размышления о представительном правлении / Дж. Ст. Милль [Электронный ресурс] – СПб : Яковлев, 1863. – 360 с. – Режим доступа : <http://books.e-heritage.ru/book/10000682>.
214. Мильнер Б. З. Инновационное развитие. Экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Б. З. Мильнер, В. Л. Макаров, В. И. Маевский – М. : Инфра-М, 2010. – 624 с.
215. Минков Е. Г. Мотивация. Структура и функционирование – М. : Феникс+, 2014. – 416 с.
- модели / Д. Шервуд. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 341 с.
216. Моргунова Н. В. Менеджмент знаний / Н. В. Моргунова, М. А. Шумилина ; Владим. гос. ун-т имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2012. – 87с.
217. Мухин А. В. Эволюция понятия социального предпринимательства. Основные функции социального предпринимательства / А.В. Мухин // Новые технологии. – 2011. – №2. – С. 103-106.
218. Наумко Ю. С. Основные принципы мотивации труда и их воздействие на деятельность предприятия / Ю.С.Наумко // Глобальные и национальные проблемы экономики. –2016. – № 11. – С.641-644.
219. Национальный стандарт Российской Федерации Менеджмент знаний. Руководство для малых и средних предприятий Knowledge management. Guidance for small and medium size enterprises ОКС 03.100.99. Дата введения 2011-01-01
220. Национальный стандарт Российской Федерации Менеджмент знаний. Руководство по устоявшейся практике внедрения системы менеджмента знаний Knowledge management. Good practice guide for knowledge management system implementation. ОКС 03.100.99. Дата введения 2011-01-01 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/>

1200140429

221. Некрасов С. И. Факторы организационного развития предприятий : монография / Некрасов С. И., Некрасова Н. А. – М. : Издательский дом «Академия естествознания», 2009. – 80 с.
222. Немов Р. С. Психологический словарь / Р.С. Немов. – М. : Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – 560 с.
223. Никитенко В. Г. Понятие антикризисного управления в работах российских и зарубежных авторов / В. Г.Никитенко // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013. – Вып. № 5. [Электронный ресурс] – Режим доступа: Научная библиотека КиберЛенинка: <http://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-antikrizisnogo-upravleniya-v-rabotah-rossiyskih-i-zarubezhnyh-avtorov#ixzz3ny1ZBrku>
224. Нонака И., Такеучи Х. Компания – создатель знания. Зарождение и инновации в японских фирмах: пер. с англ. М.: Олимп- Бизнес, 2003. 412 с.
225. О развитии малого бизнеса в Республике. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=2474:komp-mn-mal-biz-090217&catid=40&Itemid=665. – Загл. с экрана.
226. Обозов Н. Н. Психология работы с людьми / Н. Н. Обозов, Г. В. Щекин – К.: изд-во политической литературы Украины, 1990. – 206 с.
227. Одегов Ю. Г., Мотивация персонала / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко, С. Н. Апенько, А. И. Мерко. – М.: Альфа-Пресс, 2012. – 640 с.
228. Орлова В. О. Модернізація ДПС України як фактор сприяння розвитку малого бізнесу / В. О. Орлова, Ю. Волкогон, С. О. Волкогон // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Вип. 35 / гол. ред. О. О. Шубін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2013. – 387 с. – С.18-28.
229. Орлова Т. М. Управление знаниями: Как превратить знания в капитал / Т. М. Орлова, А. Л. Гапоненко. – М. : Эксмо, 2008. – 400 с.

230. Остельвальдер А. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора / А. Остельвальдер, Ив Пинье : пер с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 288 с.
231. От поиска информации — к управлению знаниями. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http:// smart-edu.com/stati-upravlenie-znaniyami/ot-poiska-informatsii-k-upravleniyu-znaniyami.html](http://smart-edu.com/stati-upravlenie-znaniyami/ot-poiska-informatsii-k-upravleniyu-znaniyami.html). – Загл. с экрана.
232. Отенко І. П. Розвиток компетенцій підприємства на основі стратегічних знань : монографія / І. П. Отенко, О. С. Преображенська. – Х. : ІНЖЕК, 2012. – 272 с.
233. Пенькова И .В. Влияние проекта Jean Monnet в сфере цифровой экономики на развитие образовательной среды СКФУ / Л. Р.Алиева, С. В.Зенченко. И. В. Пенькова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – № 4 (56). – 2019 – С. 229-335.
234. Пенькова И. В. SEO продвижение бизнеса / Э. К.Кубанцева, И. В.Пенькова // Университетская наука – региону: сб.матер. науч.-практ.конф. – Ставрополь: ООО «Фабула», 2019. – С. 497-499.
235. Пенькова И. В. Инновационная составляющая интеграционных процессов // Управление стратегическим развитием социально-экономических систем в условиях структурной коррекции экономики: монография / под общ. ред. В. В. Красновой. – Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2017. – 244 с. – С.62-77.
236. Пенькова И. В. Методологические вопросы реинжиниринга бизнес-процессов на основе информационных технологий / И. В. Пенькова // Сб. трудов V Междунар.науч.-практ.конф. – Тверь: Издательство: Тверский государственный университет, 2016. – С.79-84.
237. Пенькова И. В. Управления знаниями в системе бизнес-процессов предприятия / И.В.Пенькова // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности сб. науч. стат. – Донецк: ДонНУЭТ, 2020. – № 9. – С. 60-64.

238. Пенькова И. В. Участники форсайт-проекта виртуального предпринимательства / И. В. Пенькова // Финансово-экономическое и информационное обеспечение инновационного развития региона : сб. матер. Всерос.науч.-практ. конф. – Симферополь:ООО «Ариал», 2018. – С.66-70.
239. Пенькова И. В. Экономика промышленности - 2009. – №1(44). – С. 13-21.
240. Пенькова, И. В. Механизм управления коммуникациями на основе применения нечеткой модели / И.В. Пенькова, А.В. Боднар // Проблемы экономики. – 2012. – №4. – С. 250-255.
241. Петрова Ю. И. Анализ и учет системного риска на российском кредитном рынке / Ю. И. Петрова, В .Е. Рассказов, В.Т.Севрук // Бухгалтерский учет. – 2017 .- №1(97). – С 64-77.
242. Петрушевский Ю. Л. Взаимодействие предпринимательских структур в ДНР / Ю. Л. Петрушевский, А. Е. Ревунов // Торговля и рынок. – 2016. – Вып. 2. (40). – Т.2 – С. 132-140.
243. Петрушевский Ю. Л. Непрерывное профессиональное образование в Донецкой Народной Республике: состояние и перспективы развития / Ю. Л. Петрушевский // Торговля и рынок, 2019. – Вып. 1 (49). – С.76-83.
244. Петрушевский Ю. Л. Социализация малого и среднего бизнеса: проблемы и перспективы развития / Ю. Л. Петрушевский, А. Е. Ревунов // сб. науч. работ серии «Государственное управление». – Вып. 11: Экономика и управление народным хозяйством. – 2018. – С. 198- 208.
245. Петрушевский Ю. Л. Формирование конкурентной стратегии предпринимательских структур в современных условиях / Ю. Л. Петрушевский // Торговля и рынок. – 2018. – Вып. 4. – Т.1 – С. 69-75.
246. Петрушевский, Ю. Л. Проблемы формирования инновационного потенциала персонала / Ю. Л. Петрушевский, Т. В. Светличная // сб. науч. работ серии «Экономика». – Донецк : ДонГУУ, 2016. – Вып.2. – С.171-180.
247. Питер Гаудж Исследование мотивации персонала. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2014. – 272 с.

248. Пицур Я. С. Мотивация труда и ее стимулирование в управлении персоналом / Я. С. Пицур, А. Л. Черченко // Економічний вісник. – 2018. – №1. – С.153-158.
249. Погорелова Е. В. Теоретические и методологические основы управления знаниями в организации : автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Е. В. Погорелова. – Самара, 2011. – 24 с.
250. Позняков В. П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей / В.П. Поздняков – М.: Изд-во ИП РАН, 2001. – 240 с.
251. Половян А. В. Инструмент оценки состояния бизнес-среды Донецкой Народной Республики / А. В. Половян, К. И. Сеницына // Вестник Института экономических исследований. – 2019. – № 3(15). – С. 5-12.
252. Половян А. В. Мировой опыт формирования системы экологического налогообложения предпринимательства в условиях новой индустриализации / А. В. Половян, О. В. Ткаченко // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2018. – №2. – С. 179-186.
253. Половян А. В. Состояние и перспективы развития предпринимательства в сфере торговли Донецкой Народной Республики / А.В. Половян, К. И. Сеницына // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2018. – №2. – С 162-168.
254. Половян А. В. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения / А. В. Половян, Р. Ю. Лепа, Н. В. Шемякина, А.В.Матюшин и др. // Донецк: ГУ «Институт экономических исследований», 2017. – 84с.
255. Половян А. В. Инструменты инновационного развития Донецкой Народной Республики / А. В. Половян, К. И. Сеницына // Проблемы и перспективы инновационного развития экономики : монография / под ред. Е. П. Мельниковой, О. И. Черноус // Донецк : ГОУ ВПО ДонНТУ, 2018. – С.71-85.

256. Полунина Л. Н. Факторы внутренней и внешней среды, оказывающие влияние на социальную и экономическую эффективность предпринимательской деятельности / Л. Н. Полунина // Вестник ТГУ. – 2013. – Вып.3(119). – С. 167-174.
257. Пономарева Т. Л. Использование технологий бенчмаркинга для улучшения качества услуг / Т. Л. Пономарева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 5 (49). – С. 37-44
258. Попов Е. В. Институциональное проектирование генерации знаний : монография. / Е. В. Попов, М. В. Власов – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2013. 258 с.
259. Поппер К. Р. Логика и рост научного знания / К. Р. Поппер. – М. : Знание, 1983. – 378 с.
260. Портал Trainings. ua в Google – URL : <http://www.trainings.ua/article/6992.html> (Дата обращения: 15.05.2017).
261. Прахалад К. К. Пространство бизнес-инноваций : создание ценности совместно с потребителем / К. К. Прахалад, М. С. Кришнан : пер. с англ. В.Егоров. – М. : Альпина Паблишерз : Юрайт , 2011. – 258 с.
262. Психологический словарь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://psychology.net.ru/dictionaries/psy.html?word=697>.
263. Пурыжова Л. В. Оценка эффективности предпринимательской деятельности: основные подходы / Л. В. Пурыжова [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – 2015. – №10.2. – С. 76-78. – Режим доступа : <https://moluch.ru/archive/90/19040/>
264. Радионова Н. В. Предпринимательство: социально экономическое управление./ Н. В. Радионова, О. О. Читанова, П. В. Алексей, В. Е. Агапеев. – М.: «Единство», 2002. – 312 с.
265. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева [Электронный ресурс] – М. : ИНФРА-М, 2019. – 512 с. – Режим доступа : <https://znanium.com/catalog/>

- product/1003268.
266. Расулова У. С. Мотивация сотрудников торгового предприятия / У. С. Расулова, Е. Жебокритский // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2012. – №1(1) – С.226-228.
267. Ревунов А. Е. Взаимодействие властных и предпринимательских структур в рыночной экономике / А.Е.Ревунов // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2019. – №1. – С.16-23.
268. Ременников В. Б. Управленческие решения / В.Б.Ременников [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://refdb.ru/look/2305014-pall.html>
269. Репин В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елиферов – М. : РИА «Стандарты и качество», 2004 – 408 с.
270. Ричи Ш. Управление мотивацией / Ш. Ричи, П. Мартин : пер. с англ.– М.: Юнити-Дана, 2004. – 393 с.
271. Рубинштейн Л. С. Принципы и пути развития психологии / Л. С. Рубинштейн - М. : Политиздат, 1973. – 280с.
272. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С. Л.Рубинштейн – СПб.: Издательство Питер, 2002 – 720 с.
273. Румизен М. К. Управление знаниями / М .К. Румизен: пер. с англ.– М.: ООО «Издательство АСТ», 2014. –318с.
274. Рыльская Е. А. Информационное обеспечение принятия управленческих решений в сфере финансового управления / Е.А.Рыльская // Инновационные технологии управления и права. – 2014. – № 1 (8). – С . 69-74.
275. Сагинова О. В. Формирование экономики знаний и задачи образования / О. В. Сагинова // Экономика образования. – 2007. – №1. – С. 5-13.
276. Садеков А. А. Методический подход к оценке эффективности стратегических изменений на предприятии / А. А. Садеков, О. Ю.Гусева // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету – 2006. – № 2. – С . 5-10.

277. Садеков А. А. Развитие внутренней торговли: институциональный подход / А. А. Садеков, Н. Ю. Возиянова // Развитие внутренней торговли: Украина, Россия, Беларусь : монография / под ред. А. А. Шубина, А. А. Садекова; отв. Л. И. Донец – Донецк : ДонНУЭТ, 2009. – 550 с. – С. 28-38.
278. Салихов Б. В. Инновационные аспекты управления корпоративными знаниями : монография / А. В. Семенов, Б. В. Салихов, И. С. Салихова; под ред. А. В. Семенова. – М.: Дашков и К, 2013. – 148 с.
279. Сидорова А. Процессные инновации в системе управления развитием предприятий / А. Сидорова, О. Курносова // Экономист. – 2008. – № 1. – С. 28 - 32
280. Система управления знаниями [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tvv48.narod.ru/books/2012/pk/2-1.pdf> - Загл. с экрана.
281. Скачкова Л. С. Управление мотивацией персонала: подходы, модели, инструментарий / Л. С. Скачкова, Е. П. Костенко, С. В. Бутова, Е. В. Михалкина / под ред. Михалкиной Е. В. – Ростов-на-Дону: Изд-во «Содействие – XXI век», 2015. – 226 с.
282. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dic.academic.ru> .
283. Смирнов В. П. Предпринимательская деятельность с позиции методологии: направления разработки методологии предпринимательской деятельности // Российское предпринимательство – 2010 – № 11 (1). – С. 27-34.
284. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит – М.-Л.: Соцэкгиз, 1935. – Т. 1. – 402 с.
285. Сорока И. В. Мотивация труда, предпринимательства и менеджмента в условиях социального рыночного хозяйства : логика и эффективность триады : монография / И. В. Сорока – Донецк : ДГКИ, 1996. – 283 с.
286. Сорока І. В. Підприємництво як категорія теорії ігор / І. В. Сорока // Торгівля і ринок України. – 2000. – Вип. 10. – Т. 1. – С. 3-14.
287. Социально-экономические векторы в развитии национальных экономик:

- Болгария, Украина: монография / под общ. ред. А. Шубина; Экономический университет-Варна; Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского: – Донецк: ООО «Восточный издательский дом», 2014 – 596 с.
288. Старостіна А. О. Ризик-менеджмент: теорія і практика / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко – К.: Політехніка, 2004. – 200 с.
289. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов – М. : Языки русской культуры, 1997. – 824 с.
290. Сурма И. В. Современное информационное общество и актуальные вопросы управления знаниями / И. В. Сурма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://e-notabene.ru/kp/article_15001.html.
291. Суслов Д. С. Управление знаниями в организации: основные модели / Д. С. Суслов [Электронный ресурс] // Креативная экономика. – 2012. – № 10 (71). – С. 89-97. – Режим доступа: <https://creativeconomy.ru/articles/25175/>.
292. Сухарев О. С. Информационная экономика, трансакционные издержки и развитие / О. С. Сухарев [Электронный ресурс] // Журнал экономической теории. – 2012. – №1. – Режим доступа: www.inecon.org/docs/suharev/Economic_theory_2012_1.doc.
293. Сухарев О. С. Экономико-математические модели и методы обоснования хозяйственных решений: монография / О. С. Сухарев [Электронный ресурс] – М. : РТА, 2013. – 182 с. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/74183>.
294. Сэй Ж-Б. Трактат по политической экономии / Ж_Б. Сэй, Ф. Бастиа – М.: Дело, 2000. – 232 с.
295. Тамбиева Ш. К. Разработка и внедрение стратегии организации как основа эффективного управления / Ш. К. Тамбиева [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий – 2019. – № 3 – Режим доступа : <http://ekonomika.snauka.ru/2019/03/16502>.
296. Тисунова В. Н. Управление социально-психологическим климатом в кол-

- лективе как средство улучшения управленческих коммуникаций и обеспечения экономической безопасности организации / В. Н. Тисунова, Д. Н. Кравцов // Евразийская экономическая конференция: сб. науч. стат. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2018. – С. 265-269.
297. Тисунова, В. Н. Бизнес в сфере торговли: малое предпринимательство в единстве его основных компонентов / В. Н. Тисунова // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. – 2017. – № 4. – С. 155-158.
298. Тисунова, В.Н. О перспективах развития малого и среднего предпринимательства в Луганской Народной Республике / В. Н. Тисунова, Ю. Ш. Каширина // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. – 2018. – № 1(7). – С. 186-193.
299. Титов Б. Сектор малого и среднего предпринимательства: Россия и Мир / Б. Титов. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://stolypin.institute/wp-content/uploads/2018/07/issledovanie-ier-msp-27.07.18.pdf>
300. Толковый словарь «Инновационная деятельность». Термины инновационного менеджмента и смежных областей (от А до Я) – Новосибирск : Сибирское научное издательство, 2008. – 20 с.
301. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. – 1998. – 576 с.
302. Трофимова Л. А. Управление знаниями / Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 77 с.
303. Тузовский А. Ф. Системы Т 817 управления знаниями (методы и технологии) : монография / А. Ф.Тузовский, С. В.Чириков, В. З.Ямпольский / под общ. ред. В. З. Ямпольского. – Томск: Изд-во НТЛ, 2005. – 260 с.
304. Тупик И. Управление знаниями на промышленном предприятии [Электронный ресурс] / И.Тупик, В.Плескач – HR Лига: сообщество кадровиков и специалистов по управлению персоналом, 2010 – Режим доступа:

- <http://hrliga.com/index.php?id=1178&module=profession &op=view>
305. Тэпман Л. Н. Риски в экономике / Л. Н. Тэпман. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 380 с.
306. Уайт Л. Избранное: Эволюция культуры / Л. Уайт : пер. с англ. – М. : «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004. – 1064 с.
307. Узнадзе, Д. Н. Теория установки / Д. Н. Узнадзе. – Воронеж : НПО 'МОДЭК' ; М. : Институт практической психологии, 1997. – 448 с.
308. Улимбашев А. З. Модель мотивации предпринимателя-собственника / А. З. Улимбашев // Известия Международной Академии Аграрного Образования (МААО). – 2015. – № 1. – С. 215-221.
309. Уотсон Дж. Психология с точки зрения бихевиориста // Хрестоматия по истории психологии / под ред. Гальперина П.Я., Ждан А.Н. – М. : Изд-во МГУ, 1980. – С. 17-18.
310. Управление знаниями [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/upravlenieznaniami/> – Загл. с экрана.
311. Управление знаниями. Как эффективно управлять нематериальным активом компании – знаниями [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.keyit.ru/upravlenie-znaniyami-kak-effektivno.htm> – Загл. с экрана.
312. Управление развитием предприятия: актуальные концепты и механизмы изменений: монография / под общ. ред. А. А. Бакунова; Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского: – Краматорск : ООО «Каштан», 2015 – 332 с.
313. Управление современной компанией / под ред. Б. Мильнера и Ф. Лиса. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 586 с.
314. Устенко О. Л. Теория экономического риска: монография / О. Л. Устенко – К.: МАУП, 1997. – 164 с.
315. Фадеева И. Е. Системный подход к мотивации и управлению персоналом / И. Е. Фадеева, В. В. Богачков // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – 2015. – № 4. – С.7-13.

316. Филин С. Преодоление рискозависимости / С. Филин, М. Брук., А. Федорова // Риск. – 2002. – №1. – С. 56-65.
317. Филинкова, Е. Б. Психология российского предпринимательства / Е. Б. Филинкова – М. : Ректор, 2007. – 288 с.
318. Франкл В. Человек в поисках смысла : пер. с англ. и нем. / общ. ред. Л. Я. Гозмана и Д. А. Леонтьева – М. : Прогресс, 1990. – 368с.
319. Фрейд З. Основные психологические теории в психоанализе / З. Фрейд. – М. : АСТ ; Мн. : Харвест, 2006. – 400 с.
320. Фритцше, Д. Дж. Этика бизнеса. Глобальная и управленческая перспектива / Д. Дж. Фритцше : пер. с англ.– М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002 – 336 с.
321. Хекхаузен Х Мотивация и деятельность Х. Хекхаузен – М.: Педагогика, 2013. – 800 с.
322. Хозяйственный кодекс Украины № 436-IV от 16.01.2003 г. в редакции от 20.04.2018 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gb-dnr.com/normativno-pravovye-akty/4315/> – Загл. с экрана.
323. Цогла О. О. Ризики, які властиві диверсифікації діяльності підприємств / О. О.Цогла // Науковий вісник «Львівська політехніка» – 2006. – Вип. 16.2. – С. 223 – 227.
324. Чемодуров О. Зниження інвестиційних ризиків корпоративних облігацій / О. Чемодуров // Економіка України. – 2006. – № 11. – С. 47-49.
325. Ченцова М. В. Особенности формирования экономики знаний в современных условиях. – автореф.дис. канд. экон.наук: 08.00.01/ Ченцова Мария Викторовна. – Москва, 2008г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.ifar.ru/library/book350.pdf.
326. Черкасов В. Проблема рисков в управленческой деятельности / В. Черкасов. – М. : Рефл-бук ; Киев : Ваклер (ППП Тип. Наука), 2002 – 317 с.
327. Чернова Г.В. Управление рисками / Г.В. Чернова, А.А. Кудрявцев. - М.: Проспект, 2009. – 158 с.

328. Черных Г.А. Концептуальная интерпретация процесса индивидуализации в социологических теориях конца XIX начала XX в. / Г.А.Черных [Электронный ресурс] // Психология, социология и педагогика. – Режим доступа: <http://psychology.snauka.ru/2014/03/2906>
329. Чумаченко М. Г. 10 років незалежності України: досягнення, успіхи, перспективи / М. Г.Чумаченко // Схід. – Спецвипуск. – 2001. - С.58-60.
330. Чумаченко М. Г. Підприємницька діяльність в контексті сучасних умов господарювання підприємства / М. Г.Чумаченко, Л. І.Донець // Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности : сб. науч. тр. т. 1 / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти – Донецк : ИЭН НАН Украины, 2004. – С. 42-55
331. Чумаченко Н. Г. Проектирование организационных структур управления производством / Н.Г.Чумаченко, А.П.Савченко и др. – К.: Наукова думка, 1979. – 260 с.
332. Чухрай Н. І. Організаційно-управлінські інновації в економіці, що спирається на знання / Н.І.Чухрай // Інновації: проблеми науки і практики: монографія – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – С. 107-133.
333. Шамина Л. К. Мотивация персонала в системе функций инновационного менеджмента / Л. К. Шамина, Л. В.Минченко [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ibl.ru/konf/021210/34.html>
334. Шервуд Д. Системный подход для совершенствования бизнес-модели / Д. Шервуд – М. : Альпина Паблишер, 2012 – 342 с.
335. Ширяев, А. Н. Вероятностно-статистические методы в теории принятия решений / А. Н. Ширяев – М.: МЦНМО, 2014. – 144 с.
336. Шлаина В. М. Роловое поведение: психологический анализ / В. М. Шлаина // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. – 2012. – №10. – С.44-51.
337. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъю-

- юнктуры / Й.Шумпетер – М.: Прогресс, 1982. – 401с.
338. Щекин Г. В. Практическая психология менеджмента / Г. В.Щекин – К.: Украина, 1994. – 399с.
339. Щербатых Ю. В. Психология предпринимательства и бизнеса / Ю. В.Щербатых – СПб : Питер, 2008. – 304 с:
340. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2018. – Ч.І. – 124 с.
341. Экономический словарь [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://abc.informbureau.com/html/yeiiiiexaneass_aassoaeuiinou.html – Загл. с экрана.
342. Юдин, Д. Б. Вычислительные методы теории принятия решений / Д. Б. Юдин. – М.: КД Либроком, 2014. – 320 с.
343. Яковенко Л. І. Інноваційний характер економіки знань / Л. І. Яковенко // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2010. – № 2. – С. 141–146.
344. Bajari P., Hong H., Nekipelov D. (2013). Game theory and econometrics: A survey of some recent research. In: D. Acemoglu, M. Arellano, E. Dekel (eds.). Advances in Economics and Econometrics: Tenth World Congress, Vol. 3: Econometrics. N. Y.: Cambridge University Press.
345. Birchall D. The Strategic potential of a firms knowledge portfolio : handbook of Management / D. Birchall, G. Tovstiga. – Second Edition. – London : Prentice Hall, 2001. – P. 595-604.
346. Brigham E.F. Fundamentals of financial management / E.F. Brigham, J.F. Houston. – Australia; United Kingdom : Thomson /South-Western, 2007. – 714 p.
347. Green Paper EC “Promoting a European Framework for CSR”, 2001.
348. Hardman, D. Judgment and decision making: Psychological perspectives. -

- Oxford, UK : BPS-Blackwell, 2009. - 221 p.
349. Levinson, M. (2008). Personal Knowledge Management: Individual, Organizational and Social
350. Robert K. Merton. Social Theory and Social Structure. Revised and enlarged edition. Glencoe, Ill.: The Free Press, 1957. P.368- 370..
351. Makadok R. Toward a Synthesis of the Resource-Based and Dynamic-Capability View of Rent Creation [Text]/ R. Makadok //Strategic management journal. – 2001. –Vol. 22. – P. 387–401.
352. Matten Dirk Corporate Social Responsibility in Europe - State-of-the-Art and Future Perspectives in a Globalizing Economy / Dirk Matten, Jeremy Moon // Material of Annual Conference at Academy of Management. – Seattle. – 2003. – P. 10–12.
353. McKenna, E. F. Business psychology and organizational behavior. - East. Sussex : Psychology Press Ltd. Medley, F. & D. Laro- chelle 2000. - 720 p.
354. Morgan G. Images of Organization. - Sage Publications, Inc. Thousands Oaks, California, 2006. - 486 p
355. Nelson R. R., Winter S. G. (2002). Evolutionary theorizing in economics. Journal of Economic Perspectives, Vol. 16, No. 2, pp. 23 — 46.
356. Seiner, R.S. (2001). Knowledge Management: It's Not All About the Portal. The Data Administration Newsletter.
357. Secchi Davide Corporate Social Responsibility in Europe: Analyzing Business in Transnational Contexts / Davide Secchi // Economics and Quantitative Methods. – Varese: University of Insubria, Department of Economics. – 2004. – № 34. – P. 1–19.
358. Shah Ch., Burke G. Future job openings: Australia in the Knowledge Economy. Centre for the Economics of Education and Training (CEET). Working Paper N48. Melbourne (Australia): Monash University – ACER. 2003.
359. Wiig K. On Information, Knowledge, Understanding, and Discontinuity: The Need for Crisp Definitions/Working Paper, Knowledge Research Institute, Inc., 1999, No 2

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Обзор научных подходов к сущностно-содержательной характеристике потребностей

Таблица А.1 – Контент-анализ дефиниции «потребности»

Автор	Содержание понятия
И.В.Сорока	Это способность к потреблению, проявляющаяся в стремлении людей находить форму и пожелания, намерения потреблять те или иные блага; является самостоятельной социально-экономической категорией. Потребности людей и общества в целом и конечном счете определяют всю организацию материальной жизни.
	Это состояние организма, личности, социальной группы, класса, общества в целом, что выражает зависимости от условий их существования и выступающее побудительной силой всегда определенным образом направленной жизненной активности, которая оно выражает субъективный запрос к объективной реальности, нужда в таких предметах и условиях, которые способствовали бы поддержанию состояния равновесия системы, необходимого для нормального функционирования и развития
	Это состояние индивида, создаваемое испытываемой им нуждой в объектах, необходимых для его существования и развития и выступающее источником его активности
М.Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури	Это внутреннее состояние психологического или физиологического ощущения недостаточности чего-либо
В.Франкл	Это ориентированность человеческого бытия на то, что не является им самим, на что-то или на кого-то: на содержание, которому необходимо осуществить, или на другого человека, к которому мы стремимся с любовью
Л.В.Балаба- нова	Это недостаток в чем-либо, объективно необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом, внутреннее побуждение активности
Ф.Котлер	Это нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида
Г. Ассель	Это побуждение, направленные на достижение определенной цели: мотив, лежащий в основе решения о покупке

Систематизировано и обобщено автором по источникам [25; 29; 121; 143; 175; 203];

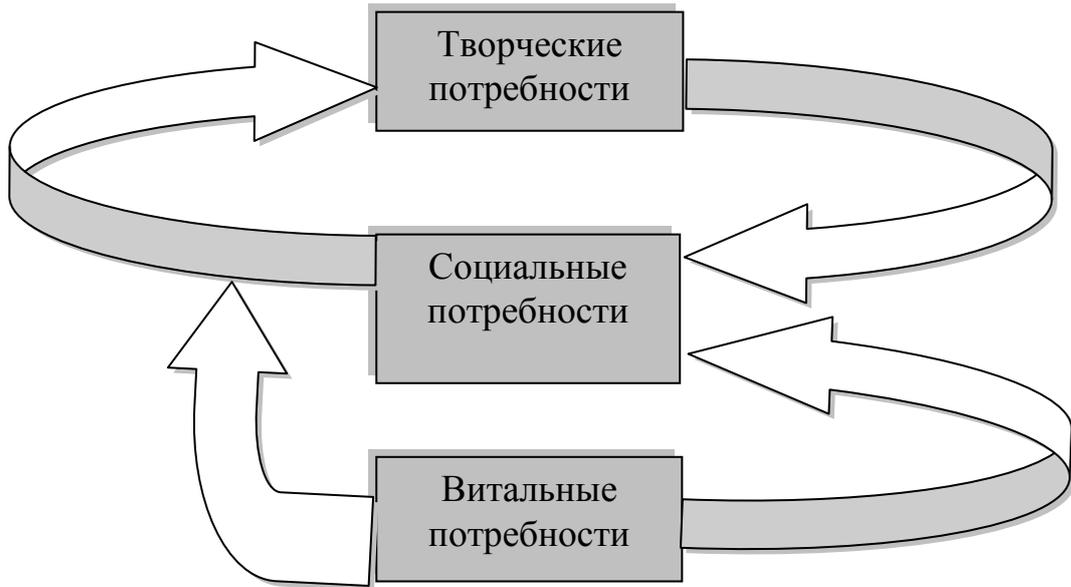


Рисунок А.1 – Схема взаимосвязи базовых потребностей

Обобщено и систематизировано автором по источникам [36; 121; 133; 135

]

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Структурный анализ мотивационной сферы личности

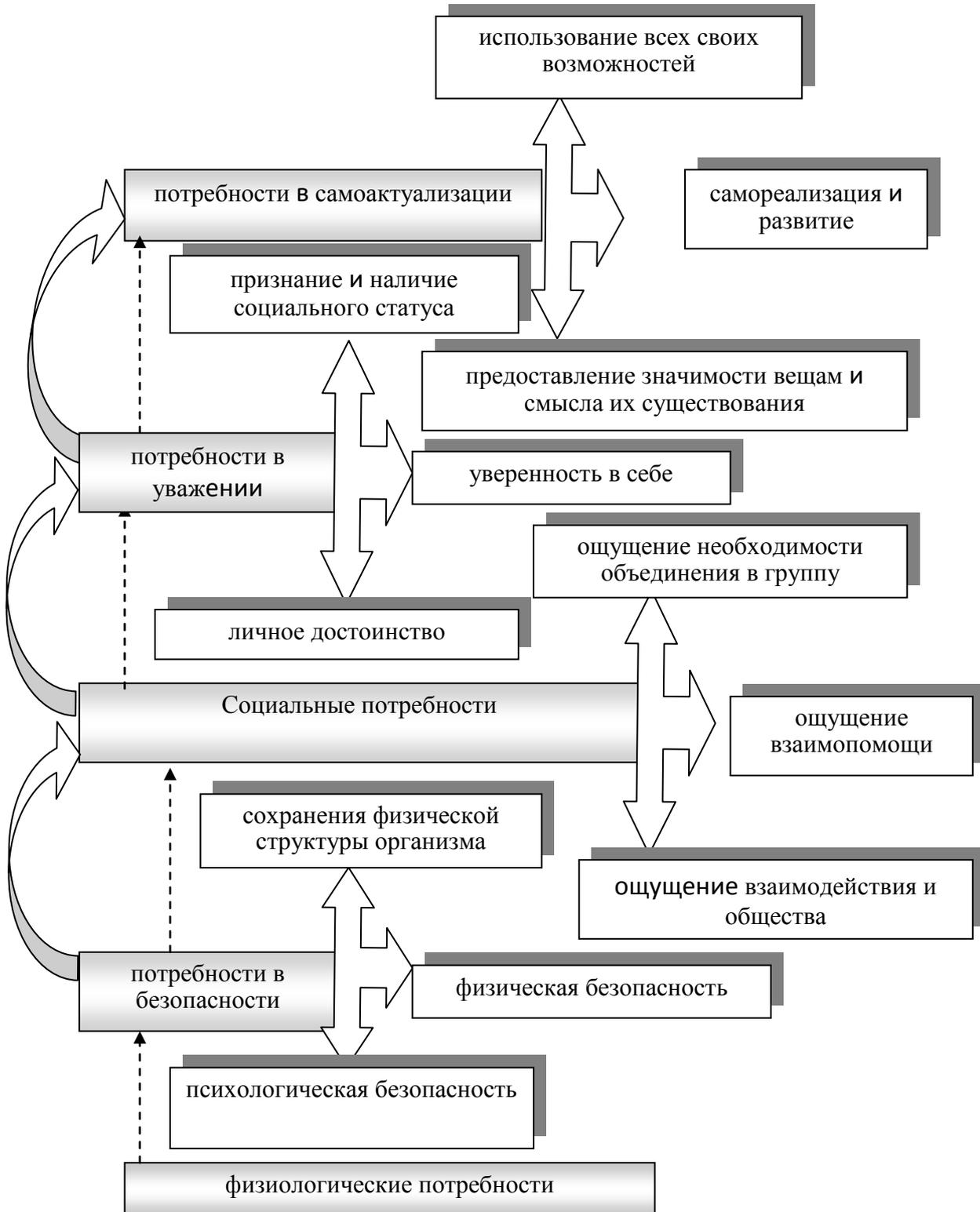
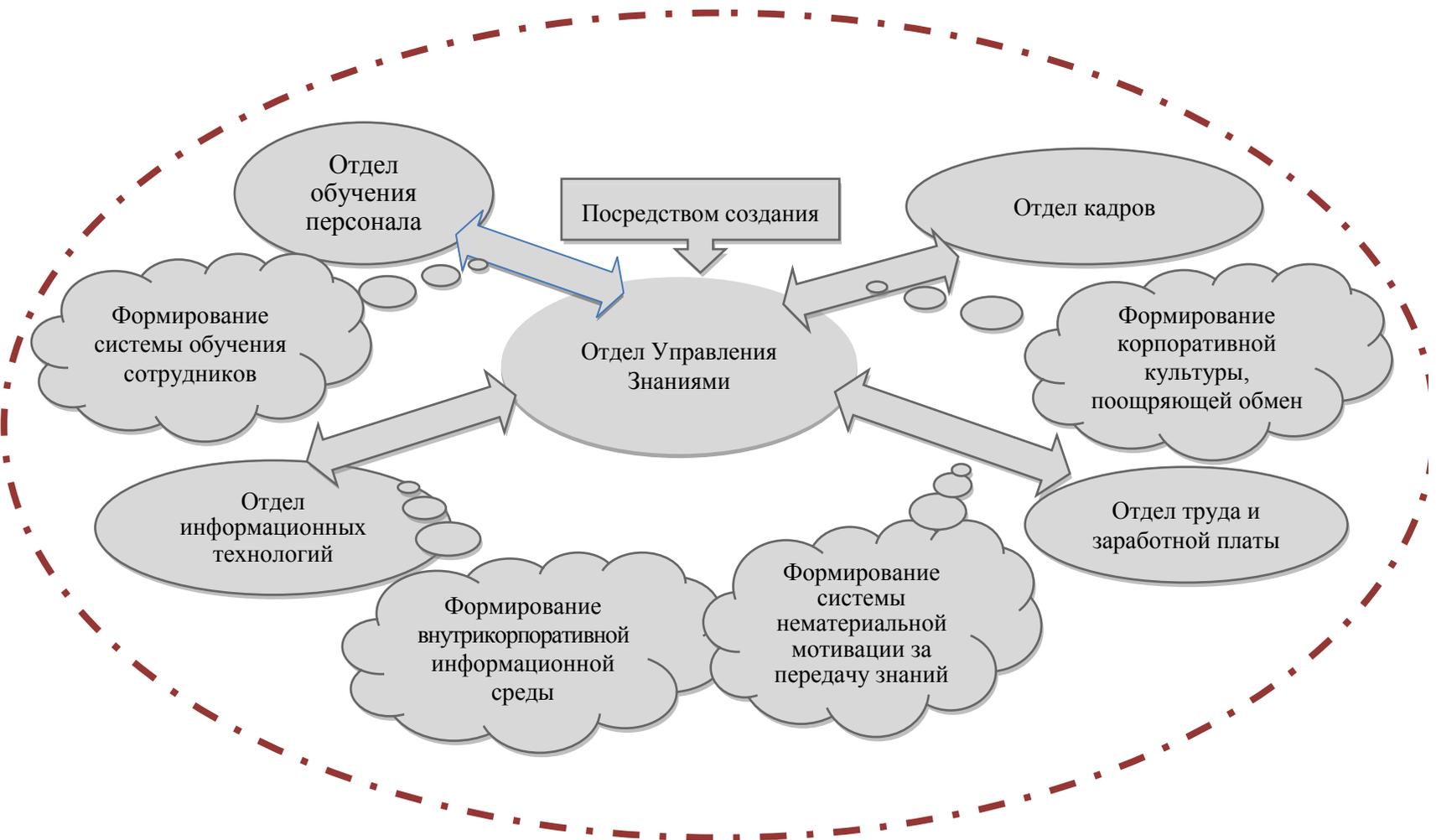


Рисунок Б.1 – Структурно-композиционная схема мотивов

Систематизировано и обобщено автором по источнику [140]

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Научно-практический подход к разработке системы управления знаниями в предпринимательских структурах



ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Оценка мотивационной направленности личности предпринимателя

Методика определения мотивационной направленности личности предпринимателя

Инструкция: На каждый вопрос анкеты возможны три варианта ответа, обозначенные буквами А,В,С. Предлагается выбрать тот, который наиболее точно выражает Вашу точку зрения. Соответствующая буква вписывается в лист для ответов в скобках против номера вопроса в столбике «больше всего». Затем выбирается наименее ценный или менее всего соответствующий истине ответ и обозначающая его буква вписывается против номера вопроса, но уже в рубрике «меньше всего». Для заполнения анкеты используются две буквы, оставшийся ответ не записывают.

1. Наибольшее удовлетворение я получаю от:

- А. Одобрения моей работы
- В. От сознания того, что работа сделана хорошо
- С. От сознания того, что меня окружают во время работы друзья

2. Если бы я играл в футбол (волейбол, баскетбол), то я хотел бы быть:

- А. Тренером, который разрабатывает тактику игры
- В. Известным игроком
- С. Капитаном команды

3. По-моему, лучшим педагогом является тот, кто:

- А. Проявляет интерес к обучающимся и к каждому имеет индивидуальный подход
- В. Вызывает интерес к предмету так, что обучающийся с удовольствием углубляет свои знания в этом предмете
- С. Создает в коллективе такую обстановку, при которой никто не боится высказывать свое мнение

4. Мне нравится, когда люди:

- А. Радуются выполненной работе
- В. С удовольствием трудятся в коллективе
- С. Стремятся выполнить поставленные перед ними задачи

5. Я хотел бы, чтобы мои друзья были:

- А. Отзывчивыми и помогали людям
- В. Верны и преданы мне
- С. Умными и интересными людьми

6. Лучшими своими друзьями я считаю тех:

- А. С кем складываются хорошие отношения
- В. кто может многого достичь в жизни
- С. На кого всегда можно положиться

7. Больше всего я не люблю:

- А. Когда у меня что-то не получается
 - В. Когда портятся отношения с друзьями
 - С. Когда меня критикуют
8. По-моему, хуже всего, когда педагог:
- А. Не скрывает, что некоторые обучающиеся ему не симпатичны, насмехается и подшучивает над ними
 - В. Вызывает дух соперничества в коллективе
 - С. Недостаточно хорошо знает свой предмет
9. В детстве мне больше всего нравилось:
- А. Проводить время с друзьями
 - В. Ощущение выполненных дел
 - С. Когда меня за что-нибудь хвалили
10. Я хотел бы быть похожим на тех, кто:
- А. Добился успеха в жизни
 - В. По настоящему увлечен своим делом
 - С. Отличается дружелюбием и доброжелательностью
11. По-моему мнению, система образования, в первую очередь, должна:
- А. Научить решать задачи, которые ставит жизнь
 - В. Развивать индивидуальные способности обучающихся
 - С. Воспитывать качества, помогающие взаимодействовать с людьми
12. Если бы у меня было много свободного времени, охотнее всего я использовал бы его:
- А. Для общения с друзьями
 - В. Для отдыха и развлечений
 - С. Для своих любимых дел и самообразования
13. Наибольших успехов я добиваюсь, когда:
- А. Тржусь с людьми, которые мне симпатичны
 - В. У меня интересная работа
 - С. Мои усилия хорошо вознаграждаются
14. Я люблю, когда:
- А. Другие меня ценят
 - В. Испытываю удовлетворение от хорошо выполненной работы
 - С. Приятно провожу время с друзьями
15. Если бы обо мне решили написать в газете, мне хотелось, чтобы:
- А. Рассказали бы о каком-нибудь интересном деле, связанном с моей работой, в котором мне удалось принимать участие
 - В. Написали о моей деятельности
 - С. Обязательно рассказали о коллективе, в котором я работаю
16. Я делаю наибольшие успехи в обучении, если преподаватель:
- А. Имеет ко мне индивидуальный подход
 - В. Сумеет вызвать у меня интерес к предмету
 - С. Устраивает коллективное обсуждение изучаемых проблем
17. Для меня нет ничего хуже, чем:
- А. Оскорбление личного достоинства

- В. Неудача при выполнении важного дела
С. Потеря друзей
18. Больше всего я ценю:
А. Успех
В. Возможность хорошей совместной работы
С. Здравый практический ум и смекалку
19. Я не люблю людей, которые:
А. Считают себя лучше других
В. Часто ссорятся и конфликтуют
С. Возражают против всего нового
20. Мне приятно, когда:
А. Работаю над важным для всех делом
В. Имею много друзей
С. Вызываю восхищение и всем нравлюсь
21. По-моему мнению, руководитель, прежде всего, должен быть:
А. Доступным для всех
В. Авторитетным
С. Требовательным
22. В свободное время я охотно прочитал бы книги:
А. О том, как заводить друзей и поддерживать хорошие взаимоотношения с людьми
В. О жизни знаменитых людей
С. О последних достижениях в области науки и передовых технологий
23. Если бы у меня были способности к музыке, я предпочел бы быть:
А. Солистом
В. Композитором
С. Дирижером
24. Мне бы хотелось:
А. Придумать интересный конкурс
В. Победить в конкурсе
С. Организовать конкурс и руководить им
25. Для меня важно, прежде всего, знать:
А. Что я хочу сделать
В. Как достичь поставленной цели
С. Как организовать людей для достижения цели
26. по-моему мнению, человек должен стремиться к тому, чтобы:
А. Другие были им довольны
В. Прежде всего выполнить поставленную перед ним задачу
С. Не нужно было его упрекать за выполненную работу
27. Лучше всего я отдыхаю в свободное время:
А. В общении с друзьями
В. Просматривая развлекательные фильмы
С. Занимаясь своим любимым делом (хобби)

Лист ответов на анкету

Ф.И.О. _____

Пол _____ возраст _____ дата _____

№ п/п	Больше всего	Меньше всего	№ п/п	Больше всего	Меньше всего
1.	()	()	15	()	()
2.	()	()	16	()	()
3.	()	()	17	()	()
4.	()	()	18	()	()
5.	()	()	19	()	()
6.	()	()	20	()	()
7.	()	()	21	()	()
8.	()	()	22	()	()
9.	()	()	23	()	()
10.	()	()	24	()	()
11.	()	()	25	()	()
12.	()	()	26	()	()
13.	()	()	27	()	()
14.	()	()			
	Больше всего НС= НВ= НД=		Меньше всего НС= НВ= НД=		

Обработка материалов

Если указанная в ключе буква (А,В или С) занесена в рубрику «больше всего», то ей дается два балла по данному виду направленности. Если же она расположена под индексом «меньше всего» - ноль баллов. Затем подсчитывают количество двоек и записывают их внизу листа ответов рядом с буквами НС, НВ или НД в зависимости от того, какой «ключ» использован. Так же подсчитывают количество нулей; к разности двоек и нулей прибавляют 27. Эта сумма характеризует уровень по данному виду направленности. При этом, если количество нулей превышает количество двоек, то разность между ними вычитается из числа 27. Общая сумма баллов по трем видам направленности должна быть равна 81. В противном случае нужно искать ошибку, допущенную при подсчете.

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Анализ мотиваторов организации предпринимательской деятельности в
Донецкой Народной Республике

Приложение Д.1

Анкета исследования мотиваторов организации предпринимательской
деятельности в ДНР

1. Мне интересно то, чем я занимаюсь:
 - А) да
 - Б) отчасти
 - В) нет
2. За последние годы я добился успехов в предпринимательской деятельности:
 - А) да
 - Б) отчасти
 - В) нет
3. У меня сложились хорошие отношения с сотрудниками:
 - А) да
 - Б) не со всеми
 - В) нет
4. Получаю удовлетворение от самой предпринимательской деятельности.
 - А) да
 - Б) не всегда
 - В) нет
5. То, чем я занимаюсь, не соответствует моим способностям:
 - А) да
 - Б) отчасти
 - В) нет
6. В бизнесе меня, прежде всего, привлекает возможность узнать что-то новое:
 - А) да
 - Б) время от времени
 - В) нет
7. Предпринимательская деятельность способствует расширению моих профессиональных знаний:
 - А) да
 - Б) не уверен
 - В) нет
8. Меня привлекает сам процесс организации предпринимательской деятельности :
 - А) да
 - Б) скорее нет, чем да
 - В) нет

9. У меня бывают ситуации, когда из-за возникших проблем, появляется желание отказаться от бизнеса?
- А) нет
 - Б) что-то среднее
 - В) да
10. В последнее время меня преследуют неудачи из-за моих просчетов и ошибок в принятии решения:
- А) да
 - Б) редко
 - В) нет
11. Предпринимательскую деятельность, которой я занимаюсь, не может выполнить человек с более низкой квалификацией:
- А) да
 - Б) что-то среднее
 - В) нет
12. Предпринимательская деятельность доставляет мне удовольствие:
- А) да
 - Б) время от времени
 - В) нет
13. Меня устраивает организация предпринимательской деятельности:
- А) полностью
 - Б) не совсем
 - В) не устраивает
14. У меня часто бывают разногласия с коллегами по работе:
- А) практически не бывают
 - Б) бывают иногда
 - В) бывают часто
15. Предпринимательская деятельность приносит мне ожидаемый доход:
- А) да
 - Б) иногда
 - В) нет
16. Если бы мне предложили место работы, где заработная плата выше дохода от предпринимательской деятельности, то я бы:
- А) согласился
 - Б) может быть
 - В) не согласился
17. Владение собственностью дает мне ощущение превосходства над другими :
- А) да
 - Б) иногда
 - В) нет
18. Предпринимательская деятельность придает мне чувство свободы и независимости.
- А) Да
 - Б) не совсем
 - В) нет

Продолжение Приложения Д

Таблица Д.1

Методика обработки результатов анкеты оценки приоритетных мотиваторов организации предпринимательской деятельности

Мотиваторы	Утверждения
Интерес к предпринимательской деятельности	1,6,12,18
Стремление к самоутверждению	2,7
Отсутствие работы	5,8,14
Повышение социального статуса	10,17
Стремление приносить общественную пользу	9,11
Повышение материального благосостояния	4,15, 16

Таблица Д.2 Определение условий-мотиваторов организации предпринимательской деятельности

№ п/п	Варианты ответов	Количество респондентов	
		Чел.	%
	Какие условия, прежде всего, способствуют, по Вашему мнению, повышению производительности предпринимательской труда?		
	1.1.Создание условий для воспроизводства рабочей силы	153	42
	1.2. Создание условий для повышения инициативы работников	95	26
	1.3. Создание условий для углубления знаний, умений и навыков работников	72	20
	1.4. Создание условия, которые бы способствовали повышению уровня национального сознания у работников	44	12
	Какие причины, на Ваш взгляд, затрудняют развитие предпринимательской деятельности в ДНР?		
	2.1. высокие налоги и их большое количество	265	73
	2.2. частые изменения налоговой отчетности	203	56
	2.3 низкий покупательский спрос населения	251	69
	2.4 частые изменения в законодательстве	265	73
	2.5. большое количество законодательных актов	222	61
	3 В чем Вы видите назначения предпринимательской деятельности		
	3.1. предпринимательская деятельность приводит к повышению материальной состоятельности	131	36
	3.2. предпринимательская деятельность способствует решению проблемы занятости	124	34
	3.3. предпринимательская деятельность дает возможность выразить свою личность, самоутвердиться в обществе, занять определенный социальный статус	109	30
	4.Что побудило Вас лично заняться предпринимательской деятельностью?		
	4.1.стремление иметь «свое дело»	44	12
	4.2. желание повысить уровень материальной обеспеченности	116	32
	4.3 желание чувствовать свою социальную значимость	7	2
	4.4. желание внести свой вклад в процесс реформирования экономики ДНР	66	18
	4.5. стремление возглавить развитие предпринимательского сектора в ДНР предпринимательскую деятельность	131	36

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Анализ мотивов организации предпринимательской деятельности в
Донецкой Народной РеспубликеТаблица Е.1 Бланк экспертной оценки мотивов организации
предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике

Мотивы	Баллы				
	1	2	3	4	5
Мотив выгоды					
Мотив признания					
Мотив уверенности					
Мотив удобства					
Мотив самоуважения					
Мотив эмоционального возбуждения					
Мотив независимости					
Мотив удовольствия					

*Шкала оценки степени влияния мотива на организацию
предпринимательской деятельности:*

5 баллов – высокая

4 балла – скорее высокая, чем низкая

3 балла – средняя

2 балла – скорее низкая, чем высокая

1 балл - низкая

Приложение Е

Расчет обобщенной ранжировки мотивов

		O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	O ₆	O ₇
		Y ¹		O ₁	1	1	1	1
Y ²		O ₂	0	1	1	1	1	1
		O ₃	0	0	1	1	1	1
		O ₄	0	0	0	1	1	1
		O ₅	0	0	1	1	1	0
		O ₆	0	0	0	1	1	0
		O ₇	0	1	1	1	0	0
		Y ³		O ₁	1	1	1	1
O ₂	0			1	1	1	1	1
O ₃	0			0	1	1	1	1
O ₄	0			0	0	1	1	1
O ₅	0			0	1	1	1	0
O ₆	0			0	0	1	1	0
O ₇	0			1	1	1	0	0
Y ⁴		O ₁	1	1	1	1	1	1
		O ₂	0	1	1	1	1	1
		O ₃	0	0	1	1	1	1
		O ₄	0	0	0	1	1	1
		O ₅	0	0	1	1	1	0
		O ₆	0	0	0	1	1	0
		O ₇	0	1	1	1	0	0

		O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	O ₆	O ₇
		Y ⁵		O ₄	0	0	0	1
Y ⁶		O ₅	0	0	1	1	1	0
		O ₆	0	0	0	1	1	1
		O ₇	0	1	1	1	0	0
		O ₁	1	1	1	1	1	1
		O ₂	0	1	1	1	1	1
		O ₃	0	0	1	1	1	1
		O ₄	0	0	0	1	1	1
Y ⁷		O ₅	0	0	1	1	1	
		O ₆	0	0	0	1	1	1
		O ₇	0	1	1	1	0	0
		O ₁	1	1	1	1	1	1
		O ₂	0	1	1	1	1	1
		O ₃	0	0	1	1	1	1
		O ₄	0	0	0	1	1	1
Y ⁸		O ₅	0	0	1	1	0	
		O ₆	0	0	0	1	1	0
		O ₇	0	1	1	1	0	0
		O ₁	1	1	1	1	1	1
		O ₂	0	1	1	1	1	1
		O ₃	0	0	1	1	1	1
		O ₄	0	0	0	1	1	1
Y ⁹		O ₅	0	0	1	1	0	
		O ₆	0	0	0	1	1	0
		O ₇	0	1	1	1	0	0
		O ₁	1	1	1	1	1	1
		O ₂	0	1	1	1	1	1
		O ₃	0	0	1	1	1	1
		O ₄	0	0	0	1	1	1
Y ¹⁰		O ₅	0	0	1	1	0	
		O ₆	0	0	0	1	1	0
		O ₇	0	1	1	1	0	0
		O ₁	1	1	1	1	1	1
		O ₂	0	1	1	1	1	1
		O ₃	0	0	1	1	1	1
		O ₄	0	0	0	1	1	1
Y ¹¹		O ₅	0	0	1	1	0	
		O ₆	0	0	0	1	1	0
		O ₇	0	1	1	1	0	0
		O ₁	1	1	1	1	1	1
		O ₂	0	1	1	1	1	1
		O ₃	0	0	1	1	1	1
		O ₄	0	0	0	1	1	1

		O ₁	O ₂	O ₃	O ₄	O ₅	O ₆	O ₇
		Y ¹²		O ₄	0	0	0	1
Y ¹²		O ₅	0	0	1	1	1	0
		O ₆	0	0	0	1	1	1
		O ₇	0	1	1	1	0	0
		O ₁	1	1	1	1	1	1
		O ₂	0	1	1	1	1	1
		O ₃	0	0	1	1	1	1
		O ₄	0	0	0	1	1	1
Y ¹²		O ₅	0	0	1	1	0	
		O ₆	0	0	0	1	1	0
		O ₇	0	1	1	1	0	0
		O ₁	1	1	1	1	1	1
		O ₂	0	1	1	1	1	1
		O ₃	0	0	1	1	1	1
		O ₄	0	0	0	1	1	1

Матрицы ранжировок мотивов экспертов ($y^1, y^2, y^3, y^4, y^5, y^6, y^7, y^8, y^9, y^{10}, y^{11}, y^{12}$), где O₁- мотив выгоды; O₂- мотив признания; O₃- мотив уверенности; O₄- мотив удобства; O₅-мотив самоуважения; O₆- мотив независимости; O₇ -мотив удовольствия.

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж
Анализ детерминантов организации предпринимательской
деятельности в Донецкой Народной Республике

Приложение Ж.1

АНКЕТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

1. Каким видом предпринимательской деятельности Вы занимаетесь?
 - 1.1. Производственной
 - 1.2. Коммерческий
 - 1.3. Посреднической
 - 1.4. Другой (назовите, какой) _____
2. Как долго Вы занимаетесь предпринимательской деятельностью?
 - 2.1 1-2 года
 - 2.2 3-4 года
 - 2.3 5 лет
 - 2.4 более 5 лет
3. Почему Вы решили заняться предпринимательской деятельностью?

4. Какие виды планирования деятельности Вы используете?
 - 3.1. Оперативное планирование
 - 3.2. Тактическое планирование
 - 3.3. Стратегическое планирование
 - 3.4. Бизнес-планирование
5. Проводите ли Вы маркетинговые исследования?
 - 4.1. Проводим сами
 - 4.2. Привлекаем специалистов
 - 4.3. Не проводим
6. Какие причины, на Ваш взгляд, затрудняют развитие предпринимательской деятельности в ДНР?

7. Чувствуете ли Вы поддержку государства в своей предпринимательской деятельности?
 - 7.1 Да
 - 7.3. Скорее да, чем нет
 - 7.4. Скорее нет, чем да
 - 7.5. Нет
8. Чувствуете ли Вы поддержку местных органов самоуправления?

8.1 Да

8.3.Скорее да, чем нет

8.4.Скорее нет, чем да

8.5.Нет

9. В чем проявляется (должна проявляться) поддержка государства, способствующая развитию предпринимательства?

10. В чем проявляется (должна проявляться) поддержка местных органов самоуправления, способствующая развитию предпринимательства?

12. Собираетесь ли Вы прекратить предпринимательскую деятельность в ближайшие годы?

12.1.Да

12.2. Скорее да, чем нет

12.3. Скорее нет, чем да

12.4 Затрудняюсь ответить

13. Какие свойства личности, на Ваш взгляд влияют на эффективность предпринимательской деятельности?

13.1 оперативность мышления;

13.2 коммуникативный контроль;

13.3.уминня слушать;

13.4 эмоциональная стабильность

13.5.независимость в принятии решений

13.6.другое (назовите, что именно) _____

Таблица Ж.1 Причины, обуславливающие/затрудняющие активность предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике

№ п / п	Причины	Обобщенные варианты ответов	Абсолютный показатель, чел.	Относительный показатель, %
1.	Определение отношения к развитию предпринимательской деятельности в ДНР	Поддерживают развитие предпринимательской деятельности в ДНР	274	45,67
		Скорее поддерживают, чем нет	116	19,33
		не поддерживают	52	8,67
		Скорее не поддерживают, чем поддерживают	112	18,67
		Затрудняются в ответе	46	7,67
2.	Причины, по которым поддерживают развитие предпринимательской деятельности в ДНР	Позволит выйти стране из кризиса	181	46,4
		Увеличится количество рабочих мест	94	24,1
		Другого пути развития страны нет	115	29,5
3.	Причины, по которым не поддерживают развитие предпринимательской деятельности в Украине	Потому что это означает поддерживать тех, кто нечестно зарабатывает деньги	109	66,5
		Способствует снижению благосостояния людей, честно зарабатывают себе на жизнь	55	33,5
4.	Определение предпринимательской деятельности	Коммерческая	372	62
		Которая выполняется за счет собственных средств	72	12
		Которая приносит прибыль	36	6
		Где все решения принимаются самостоятельно	12	2
		колеблются в ответе	108	18
5.	Желание заниматься предпринимательской деятельностью	Хотят заниматься предпринимательской деятельностью	386	64,3
		Не хотят заниматься предпринимательской деятельностью	151	25,2
		Затрудняются в ответе	63	10,5
6.	Причины, по которым граждане, желающие заняться	Отсутствие необходимого начального капитала	285	73,8
		Личные причины	65	16,8

	предпринимательской деятельностью, не могут им заниматься	Отсутствие необходимых способностей, умений и навыков	36	9,3
7.	Причины, по которым граждане не желают заниматься предпринимательской деятельностью	В ДНР еще не созданы необходимые условия для развития предпринимательства	76	50,3
		Неуверенность в том, что у предпринимателей есть будущее	68	45
		Просто не хотят	7	4,7

Приложение Ж.2

Программа обработки результатов анкетного опроса (Microsoft Access)

Microsoft Access - [лист_опрос - таблица]

Файл Правка Вид Вставка Формат Записи Сервис Окно ?

Лист№	1-1	1-2	1-3	1-4	1-5	1-6	1-7
5	1	0	0	0	0	0	0
6	1	0	0	0	0	0	0
7	1	0	0	0	0	0	0
8	1	0	0	0	0	0	0
9	1	1	0	0	0	0	0
10	1	0	0	0	0	0	0
11	1	0	0	0	0	0	0
12	0	1	0	0	0	0	0
13	1	0	0	0	0	0	0
14	1	1	0	0	0	0	0
15	1	0	0	0	0	0	0
16	1	0	0	0	0	0	0
17	1	0	0	0	0	0	0
18	1	0	0	0	0	0	0
19	1	0	0	0	0	0	0
20	1	1	0	0	0	0	0
21	1	0	0	0	0	0	0
22	1	0	0	0	0	0	0
23	1	0	0	0	0	0	0
24	1	0	0	0	0	0	0
25	1	0	1	0	0	0	0
26	1	1	0	0	0	0	0
27	1	1	0	0	0	0	0
28	1	0	0	0	0	0	0
29	1	1	0	0	0	0	0

Запись: 1 из 630

Режим таблицы: NUM

Пуск Microsoft Access - /... Microsoft Word - Докум...

Microsoft Access - [лист_опрос Запрос : запрос на выборку]

Файл Правка Вид Вставка Запрос Сервис Окно ?

лист_опрос

Поле:	Sum_1-1: Sum(лист	Sum_1-2: Sum(лист	Sum_1-3: Sum(лист	Sum_1-4: Sum(лист	Sum_1-5: Sum(лист	Sum_1-6: Sum(л
Имя таблицы:	Выражение	Выражение	Выражение	Выражение	Выражение	Выражение
Групповая операция:						
Сортировка:						
Вывод на экран:	<input checked="" type="checkbox"/>					
Условие отбора:						
или:						

Готово

Пуск Microsoft Word - G... Microsoft Excel - rp... Fatboy Slim (Gangs... Microsoft Acce... Microsoft Word - pri... RuS 11:47

ПРИЛОЖЕНИЕ К
Экономико-статистический анализ оценки типов поведения
предпринимателей

Таблица К.1 – Результаты экспертного оценивания

Типологические признаки поведения предпринимателя	Распределение предпринимателей в зависимости от экспертной оценки, n										Сумма оценок
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ориентируется на общепринятые нормы и требования предпринимательской среды	7	6	8	7	8	9	6	6	8	9	74
Ориентируется на личную позицию, линию поведения	3	4	2	3	2	1	4	4	2	1	26
Предпочитает конкретную информацию о фактах, событиях, процессах	4	5	3	4	4	5	3	2	4	3	37
Ищет опосредованное значение и взаимосвязи между различными явлениями и внутри их	6	5	7	6	6	5	7	8	6	7	63
При принятии решений логичный беспристрастный аналитик	8	8	9	7	8	9	8	8	8	9	82
При принятии решений учитывает субъективный «человеческий» фактор	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	18
Планирует свою работу и работает по своим планам	6	4	5	6	8	7	6	5	7	8	62
Предпринимательское поведение меняется в зависимости от сложившейся ситуации	4	6	5	4	2	3	4	5	3	2	38

Таблица К.2 – Среднее значение оценок экспертов

Типологические признаки поведения предпринимателя	Среднее значение
Ориентируется на общепринятые нормы и требования предпринимательской среды	7,4
Ориентируется на личную позицию, линию поведения	2,6
Предпочитает конкретную информацию о фактах, событиях, процессах	3,7
Ищет опосредованное значение и взаимосвязи между различными явлениями и внутри их	6,3
При принятии решений логичный беспристрастный аналитик	8,2
При принятии решений учитывает субъективный «человеческий» фактор	1,8
Планирует свою работу и работает по своим планам	6,2
Предпринимательское поведение меняется в зависимости от сложившейся ситуации	3,8

Таблица К.3. Расчет взвешенных оценок

Типологические признаки поведения предпринимателя	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Эксперт 4	Эксперт 5	Эксперт 6	Эксперт 7	Эксперт 8	Эксперт 9	Эксперт 10	Взвешенная оценка
Ориентируется на общепринятые нормы и требования предпринимательской среды	0,81189	1,39955	1,40636	0,78236	0,40169	2,22996	1,79942	2,41089	0,58677	2,00843	8,19929
Ориентируется на личную позицию, линию поведения	1,01362	1,59948	1,00454	1,17354	1,00422	2,02724	2,39922	2,20999	1,95590	2,41012	3,80084
Предпочитает конкретную информацию о фактах, событиях, процессах	1,82451	1,19961	1,60726	1,76031	1,80759	2,43268	2,19929	2,00908	2,15149	2,20927	3,58930
Ищет опосредованное значение и взаимосвязи между различными явлениями и внутри их	0,40545	0,79974	0,80363	0,97795	0,60253	1,41907	0,39987	1,76031	0,39118	1,60726	5,79540
При принятии решений логичный беспристрастный аналитик	1,41907	0,39987	1,20545	1,56472	0,80337	1,21634	0,59981	0,97795	0,80363	0,80363	9,38314
При принятии решений учитывает субъективный «человеческий» фактор	1,21634	0,59981	0,60272	1,36913	1,20506	1,40590	1,80817	1,56472	1,20545	0,60817	2,99306
Планирует свою работу и работает по своим планам	1,62179	1,99935	1,80817	2,34708	1,60674	0,80363	0,40182	1,80759	1,80759	0,99968	5,39248
Предпринимательское поведение меняется в зависимости от сложившейся ситуации	0,20272	0,19994	0,40182	0,19559	0,20084	1,20545	1,62179	0,60253	0,60253	0,20091	3,20091

Таблица К.4 - Расчет суммы квадратов отклонений

Типологические признаки поведения предпринимателя	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Эксперт 4	Эксперт 5	Эксперт 6	Эксперт 7	Эксперт 8	Эксперт 9	Эксперт 10	Взвешенная оценка
Ориентируется на общепринятые нормы и требования предпринимательской среды	0,81189	1,39955	1,40636	0,78236	0,40169	2,22996	1,79942	2,41089	0,58677	2,00843	8,19929
Ориентируется на личную позицию, линию поведения	1,01362	1,59948	1,00454	1,17354	1,00422	2,02724	2,39922	2,20999	1,95590	2,41012	3,80084
Предпочитает конкретную информацию о фактах, событиях, процессах	1,82451	1,19961	1,60726	1,76031	1,80759	2,43268	2,19929	2,00908	2,15149	2,20927	3,58930
Ищет опосредованное значение и взаимосвязи между различными явлениями и внутри их	0,40545	0,79974	0,80363	0,97795	0,60253	1,41907	0,39987	1,76031	0,39118	1,60726	5,79540
При принятии решений логичный беспристрастный аналитик	1,41907	0,39987	1,20545	1,56472	0,80337	1,21634	0,59981	0,97795	0,80363	0,80363	9,38314
При принятии решений учитывает субъективный «человеческий» фактор	1,21634	0,59981	0,60272	1,36913	1,20506	1,40590	1,80817	1,56472	1,20545	0,60817	2,99306
Планирует свою работу и работает по своим планам	1,62179	1,99935	1,80817	2,34708	1,60674	0,80363	0,40182	1,80759	1,80759	0,99968	5,39248
Предпринимательское поведение меняется в зависимости от сложившейся ситуации	0,20272	0,19994	0,40182	0,19559	0,20084	1,20545	1,62179	0,60253	0,60253	0,20091	3,20091

Таблица К.5. Расчет суммы квадратов отклонений

Объект	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Эксперт 4	Эксперт 5	Сумма оценок	Отклонение от среднего	Квадрат отклонения
O1	4	7	7	4	2	24	-8,50	72,25
O2	5	8	5	6	5	29	-3,50	12,25
O3	9	6	8	9	9	41	8,50	72,25
O4	2	4	4	5	3	18	-14,50	210,25
O5	7	2	6	8	4	27	-5,50	30,25
O6	6	3	3	7	6	25	-7,50	56,25
O7	8	10	9	12	8	47	14,50	210,25
O8	1	1	2	1	1	6	-26,50	702,25
O9	3	5	1	2	7	18	-14,50	210,25
O10	11	9	12	3	10	45	12,50	156,25
O11	10	12	11	10	12	55	22,50	506,25
O12	12	11	10	11	11	55	22,50	506,25
Итого								2745,00

Для объекта O1 сумма всех оценок экспертов составила 24. Определим:

- отклонение суммы оценок от среднего: $(24 - 32,5) = 8,5$;
- квадрат отклонения: $(-8,5)^2 = 72,25$.

Сумма квадратов отклонений — 2745.

Коэффициента конкордации:

$$K = \frac{12 * 2745}{5^2(12^3 - 12)} = 0,768$$

Высокое значение коэффициента конкордации говорит о том, что мнения экспертов согласованны.

Таблицы критических значений для проверки значимости коэффициента конкордации при малом количестве оцениваемых объектов (≤ 7)¹

Критические значения S для уровня значимости (альфа) = 0,05						Дополнительные значения S для n=3 (альфа=0,05)	
Эксперты	n						
m	3	4	5	6	7	m	S
3			64,4	103,9	157,3	9	54
4		49,5	88,4	143,3	217	12	71,9
5		62,6	112,3	182,4	276,2	14	93,8
6		75,7	136,1	221,4	335,2	16	95,8
8	48,1	101,7	183,7	299	453,1	18	107,7
10	60	127,8	231,2	376,7	571		
15	89,8	192,9	349,8	570,5	864,9		
20	119,7	258	468,5	764,4	1158,7		

Критические значения W для уровня значимости (альфа) = 0,05						Дополнительные значения S для n=3 (альфа=0,05)	
Эксперты	n						
m	3	4	5	6	7	m	W
3	--	--	0,7156	0,6597	0,6242	9	0,3333
4	--	0,6188	0,5525	0,5118	0,4844	12	0,2497
5	--	0,5008	0,4492	0,4169	0,3946	14	0,2393
6	--	0,4206	0,3781	0,3514	0,3325	16	0,1871
8	0,3758	0,3178	0,2870	0,2670	0,2528	18	0,1662
10	0,3000	0,2556	0,2312	0,2153	0,2039		
15	0,1996	0,1715	0,1555	0,1449	0,1373		
20	0,1496	0,1290	0,1171	0,1092	0,1035		

Критические значения S для уровня значимости (альфа) = 0,01						Дополнительные значения S для n=3 (альфа=0,01)	
Эксперты	n						
m	3	4	5	6	7	m	S
3			75,6	122,8	185,6	9	75,9
4		61,4	109,3	176,2	265	12	103,5
5		80,5	142,8	229,4	343,8	14	121,9
6		99,5	176,1	282,4	422,6	16	140,2
8	66,8	137,4	242,7	388,3	579,9	18	158,6
10	85,1	175,3	309,1	494	737		
15	131	269,8	475,2	758,2	1129,5		
20	177	364,2	641,2	1022,2	1521,9		

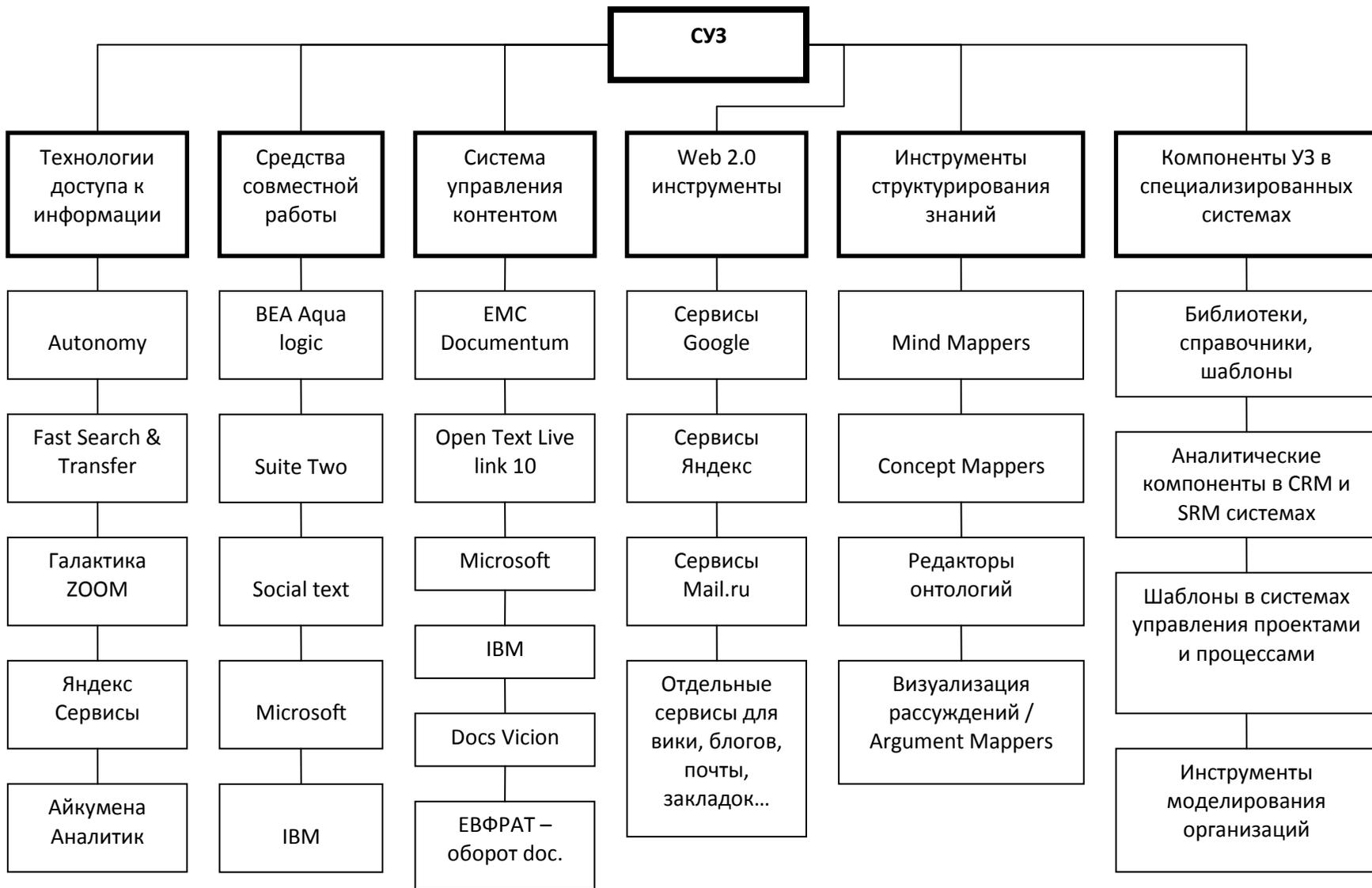


Рисунок Л.1. - Информационно-технологическая база для создания системы управления знаниями

ПРИЛОЖЕНИЕ М

Научно-методический инструментарий реализации концептной парадигмы
организации предпринимательской деятельности в контексте управления
знаниями

Таблица М.1 – Обоснование системы реализации концептной парадигмы
организации предпринимательской деятельности в контексте управления
знаниями

Показатель	Алгоритм расчета	Логика обоснование целевых и предельных значений
Коэффициент текущей ликвидности	$K_{нл} = \frac{OA}{TO}$ <p>где OA – оборотные активы TO – текущие обязательства</p>	Зависит от избранных политик формирования (агрессивная, умеренная, консервативная) и финансирования (агрессивная, умеренная, консервативная) оборотных активов
Средневзвешенный период обращения оборотных активов	$K_{лоа} = Ч_з * TO_з * Ч_{дз} * TO_{дз} + Ч_{гк} * TO_{гк}$	Зависит от структуры оборотных активов и выбранной политики формирования оборотных активов
Коэффициент финансовой автономии	$K_{фа} = \frac{СК}{ЗК}$ <p>где, СК – собственный капитал ЗК – заемный капитал</p>	Зависит от политики формирования капитала
Коэффициент маневренности капитала	$K_{мк} = \frac{СОК}{СК}$ <p>где, СК – собственный капитал СОК – собственный оборотный капитал</p>	Зависит от выбранной политики финансирования оборотных активов
Индекс стабильности финансовых результатов	Среднее отклонение финансовых результатов (чистой прибыли) в течение исследуемого периода / средний объем финансового результата	Невысокий
Блок технологических индикаторов сокращения жизненного цикла технологий		
Коэффициент экономической отработки активной части основных фондов	$K_o = \frac{AM_k}{OF_{ac}}$ <p>где, AM_к – сумма амортизации на конец периода OF_{ac} – средняя за период стоимость активных основных фондов</p>	Чем ниже значение показателя, тем меньше степень износа активной части основных фондов

<p>Коэффициент интенсивного обновления основных фондов</p>	$K_{ио} = \frac{ОФ_{выб}}{ОФ_{вв}}$ <p>где, ОФ_{выб} – стоимость выведенных из эксплуатации основных фондов ОФ_{вв} – стоимость новых введенных в эксплуатацию основных фондов</p>	<p>Чем ниже значение показателя, тем более интенсивном является обновление основных фондов</p>
<p>Коэффициент модернизации технологий</p>	$K_{мт} = k_B^o * \frac{Y_{мо}}{Y_o} + k_B^c * \frac{Y_{мс}}{Y_c}$ <p>где k_B^o, k_B^c - коэффициент веса использования оборудования в основных и сопровождающих технологических процессах соответственно $Y_{мо}, Y_{мс}$ – стоимость модернизации оборудования в основных и сопровождающих технологических процессах соответственно Y_o, Y_c – общая стоимость оборудования основных и сопровождающих технологических процессах соответственно</p>	<p>Максимизация данного коэффициента свидетельствует о о достаточном уровне применения современных технологий в деятельности предприятия</p>
<p>Блок социальных индикаторов усиления значимости интеллектуальных активов</p>		
<p>Коэффициент соответствия организационной культуры организационной структуре предприятия</p>	$K_{вск} = \left(\frac{K_{нстр}}{K_{стр}} \right) / \left(\frac{K_{нкул}}{K_{кул}} \right)$ <p>где $K_{нстр}$ – количество соответствующих жестких элементов, отвечающих типологии организационной структуры $K_{стр}$ - общее количество ключевых элементов организационной структуры; $K_{нкул}$ количество соответствующих жестких элементов, отвечающих типологии организационной культуры $K_{кул}$- общее количество ключевых элементов организационной культуры</p>	<p>Приближение данного коэффициента к 1 свидетельствует о достаточном соответствии структуры культуре. Если $K_{вск} > 1$ – большего усовершенствования требует культура; если $K_{вск} < 1$ - большей реформации требует структура</p>
<p>Уровень развития культуры изменений на предприятии</p>	$K_{ркз} = \frac{Ч_e + Ч_k + Ч_c + Ч_п}{Ч_{общ}}$ <p>где $Ч_e$ – количество единомышленников, иницирующих и поддерживающих изменения; $Ч_{кр}$ – количество штатных работников, координирующих</p>	<p>Приближение данного коэффициента к 1 свидетельствует о высоком уровне развития культуры изменений на предприятии</p>

	<p>процесс изменений;</p> <p>$Ч_c$ – количество штатных специалистов, входящих в команду управления изменениями;</p> <p>$Ч_{п}$ – количество штатных специалистов-исполнителей, поддерживающих изменения;</p> <p>$Ч_{общ}$ - общая среднеучетная численность работников</p>	
Уровень привлечения работников к созданию и реализации системы знаний	$K_{орз} = \frac{УЧ_{мв} + УЧ_{кр}}{УЧ_{общ}}$ <p>$УЧ_{мв}$ – количество работников-участников процесса реализации системы знаний, которые получили материальное вознаграждение;</p> <p>$УЧ_{кр}$ – количество работников-участников процесса реализации системы знаний, которые кроме материального вознаграждения, получили карьерное продвижение;</p> <p>$УЧ_{общ}$ – общее количество работников-участников процесса реализации системы знаний</p>	Приближение данного коэффициента к 1 свидетельствует о высоком уровне привлечения работников к созданию и реализации системы знаний
Блок потребительских индикаторов усиления требований		потребителей к продукции
Уровень потребительской приверженности	$K_{спп} = \frac{Ч_{пзак}}{Ч_{озак}}$ <p>$Ч_{пзак}$ – количество потребителей, которые сделали повторные покупки;</p> <p>$Ч_{озак}$ – количество потребителей, которые сделали одноразовые покупки</p>	Приближение данного коэффициента к 1 свидетельствует о высокой приверженности потребителей
Потенциал жизненного цикла рынка	Значения устанавливаются по результатам экспертной оценки	Приближение данного коэффициента к 1 свидетельствует о высоком потенциале рынка
Потенциал жизненного цикла продукции	Значения устанавливаются по результатам экспертной оценки	Приближение данного коэффициента к 1 свидетельствует о высоком потенциале продукции
Блок бизнес - процессных индикаторов развития		интеграционных процессов
Уровень согласованности бизнес-процессов предприятия	$K_{сбп} = \frac{N_{убп}}{N_{обп}}$ <p>$N_{убп}$ – количество четко упорядоченных бизнес-процессов;</p> <p>$N_{обп}$ – общее количество бизнес-процессов</p>	Приближение данного коэффициента к 1 свидетельствует о надлежащем уровне согласованности
Уровень коммуникационной упорядоченности бизнес-процессов	Значения устанавливаются по результатам экспертной оценки	Приближение данного коэффициента к 1 свидетельствует о надлежащем уровне коммуникационной согласованности



НАРОДНЫЙ СОВЕТ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

**КОМИТЕТ НАРОДНОГО СОВЕТА ПО БЮДЖЕТУ, ФИНАНСАМ И
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ**

ул. Артема, д. 97, Донецк

26.08.2019

№ 02/13-1

В Диссертационный совет Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий
национальный университет экономики
и торговли имени Михаила
Туган-Барановского»

СПРАВКА

о внедрении результатов исследования диссертационной работы
Донец Любови Ивановны на тему «Организация предпринимательской
деятельности на основе системы знаний», представленной на соискание
ученой степени доктора экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и
сферам деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства)

Данная справка подтверждает, что в практической деятельности
Комитета по бюджету, финансам и экономической политике при Народном
Совете Донецкой Народной Республики были использованы разработки,
содержащиеся в диссертационной работе Донец Любови Ивановны на тему:
«Организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний»,
а именно:

– научно-методический подход к управлению знаниями,
интегрированному в организацию предпринимательской деятельности, который
позволяет синхронизировать бизнес-процессы предпринимательских структур
и управление знаниями, фокусирующихся в интегрированных результатах
предпринимательской деятельности: стратегии, модели, компетенции;

– для оценки эффективности принятия предпринимательских решений
предложен системно-функциональный подход, охватывающей разные аспекты
обоснования управленческих решений в условиях неопределенности и риска;
предложен научно-практический подход к установлению допустимого уровня
риска предпринимательского решения.

Председатель Комитета

М. Н. Жейнова

МИНИСТЕРСТВО ДОХОДОВ И СБОРОВ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ул. Артема, 114, г. Донецк, 283048
приемная: (062) 301-53-93
канцелярия: (062) 301-50-88
Идентификационный код 51000003
08.04.20 г. № 5094/6/03-00
На № _____ от _____ 20__ г.

Диссертационный совет Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий
национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-
Барановского»

СПРАВКА

О внедрении результатов исследования диссертационной работы
Донец Любови Ивановны на тему «Организация предпринимательской
деятельности на основе системы знаний», представленной на соискание
ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 –
Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам
деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства)

Сектор малого и среднего бизнеса в условиях структурной перестройки
и диверсификации экономики Донецкой Народной Республики, должен
стать одним из самых динамично растущих секторов, обеспечивающих
ощутимый рост доходов населения и местных бюджетов. Обеспечение
государственного регулирования предпринимательством в Донецкой
Народной Республике создает необходимость разработки научно-
методического инструментария организации предпринимательской
деятельности.

Представляется целесообразным практическое использование
разработанных в диссертационном исследовании Л.И.Донец концептуальных
основ создания Республиканской комплексной системы регулирования
предпринимательской деятельностью и конкретных предложений по
формированию действенного механизма организации предпринимательской
деятельности, что будет способствовать интеграции и координации действий
органов государственной власти и субъектов предпринимательской
деятельности при создании национальной модели предпринимательства.

Министр



Е. Е. Лавренов

27.10.2019 г. № 147

Диссертационному совету Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

СПРАВКА

О внедрении результатов исследования диссертационной работы
Донец Любови Ивановны на тему «Организация предпринимательской
деятельности на основе системы знаний»

Решение проблемы организации предпринимательской деятельности является одной из ключевых задач ООО «Промлитзавод». Именно поэтому значительный практический интерес для предприятия представляют научно-практические рекомендации, которые предложены в диссертационной работе Л.И.Донец

В практику работы ООО «Промлитзавод» будут **введены:**
система мотиваторов, обеспечивающих интенсивное развитие предпринимательства, приоритетное место среди которых занимают собственнические мотиваторы предпринимательства и мотиваторы труда, основанные на потребностях;

научно-методический подход к управлению знаниями, включающему стратегии и технологии создания, передачи, обмена и реализации знаний на предприятии.

Генеральный директор
ООО «Промлитзавод»

А.А.Некрасов





Министерство образования и науки
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

ул. Щорса 31, г. Донецк, 283050 Тел.:342-90-40 Факс: (062)304-83-16 Эл. почта:info@donnuet.education

от 22.10.2019 № 11/1445

на № _____ от _____

Г

Г

СПРАВКА

о внедрении результатов научного исследования
Донец Любови Ивановны

Результаты научного исследования Донец Любови Ивановны, полученные в диссертационной работе на соискание ученой степени доктора экономических наук на тему: «Организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний», а именно: научно-методологический подход к созданию системы знаний, интегрированной в организацию предпринимательской деятельности, научно-методический подход к определению стратегии организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, рекомендации по интегральной оценке эффективности предпринимательских решений, научно-методический подход к формированию комплексного механизма минимизации предпринимательского риска используются в учебном процессе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин «Предпринимательство и бизнес-культура», «Бизнес-планирование», «Экономика малого бизнеса», «Формирование бизнес-моделей предприятия», «Обоснование хозяйственных решений и оценка рисков», «Управление знаниями».

Результаты научного исследования Донец Любови Ивановны позволили улучшить структуру и содержание учебных дисциплин, обновить их методическое обеспечение.



Первый проректор
доктор экономических наук,
профессор

Л.А.Омельянович

«14» 03 20 19 г. № 948/43

В Диссертационный совет Д 01.004.01 на базе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

СПРАВКА

О внедрении результатов исследования диссертационной работы Донец Любови Ивановны на тему «Организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства)

В диссертационной работе Донец Л.И. представлены актуальные разработки по организации предпринимательской деятельности на основе системы знаний, имеющие теоретическую и практическую значимость для предприятия. Значительный практический интерес представляют:

предложенный научно-методологический подход к созданию системы знаний, интегрированной в организацию предпринимательской деятельности, в рамках которого обоснована логика взаимосвязи системы знаний с внешними и внутренними потоками информации, структурными изменениями, другими бизнес-процессами;

результаты исследования мотивационного компонента в организации предпринимательской деятельности.

Внедрение указанных рекомендаций в практику деятельности ООО «ДОНПРОСТ» будет способствовать инновационному развитию предприятия за счет создания и использования системы знаний как конститутивного элемента современной парадигмы организации предпринимательской деятельности.

Директор ООО «ДОНПРОСТ»



К.Г.Климов

В Диссертационный совет Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий
национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-
Барановского»

СПРАВКА № 205 от 15.12.2018.

О внедрении результатов исследования диссертационной работы
Донец Любови Ивановны на тему «Организация предпринимательской
деятельности на основе системы знаний», представленной на соискание
ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 –
Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам
деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства)

Руководством ООО "Рест Сервис" были рассмотрены предложения
Л.И.Донец, касающиеся внедрения концепции организации
предпринимательской деятельности на основе системы знаний, которая
обеспечивает комплексный подход к решению проблем организации
предпринимательской деятельности в условиях динамичной
предпринимательской среды и позволяет консолидировать действия всех
структурных компонентов, обеспечивая условия для получения
синергетического эффекта.

Особой практической значимостью для предприятия имеют
практические рекомендации по определению стратегии организации
предпринимательской деятельности на основе системы знаний, который
формирует структурированную программу преобразований с детализацией
степени охвата бизнес-процессов и способов управления знаниями,
позволяет выявить необходимость реконфигурации общей стратегии
развития в соответствии с портфелем стратегий создания системы знаний.

Предложенные рекомендации будут внедрены в деятельность
предприятия, что позволит повысить эффективность управленческих
решений.

Генеральный директор
ООО "Рест Сервис"



Е.О.Шипилов



МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
(МИНПРОМТОРГ ДНР)

ул. Розы Люксембург, 12 А, г. Донецк, 83015. тел./факс: (062) 300-30-31
e-mail: info@mppt-dnr.ru Идентификационный код 51017918

03.02.2019 № 3791-0243

Диссертационный совет Д 01.004.01
при ГО ВПО «Донецкий
национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-
Барановского»

СПРАВКА

О внедрении результатов исследования диссертационной работы
Донец Любови Ивановны на тему «Организация предпринимательской
деятельности на основе системы знаний», представленной на соискание ученой
степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и
управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.:
экономика предпринимательства)

Настоящим подтверждаем, что результаты диссертационной работы
Донец Любови Ивановны на тему «Организация предпринимательской
деятельности на основе системы знаний» обладают актуальностью, поскольку в
предпринимательстве, как ни в одном социально-экономическом явлении,
сфокусировались различные направления развития производственной сферы,
сферы торговли и услуг. Кроме того, концепция управления знаниями в
современных условиях стала основной базой политики социально-
экономического развития всех сфер и отраслей экономики, раскрывая новую
роль и место интеллекта человека в информационном обществе.

Практический интерес диссертационной работы вызывают:

- предложенные автором методические подходы по оптимизации основных параметров эффективности организации предпринимательской деятельности на основе моделирования динамики реализации системы знаний;
- диагностика взаимодействия детерминантов организации предпринимательской деятельности в Донецкой Народной Республике;

- предложенные технологии разработки и принятия управленческих решений по организации предпринимательской деятельности на основе реализации системы знаний.

Начальник сектора
имущественных отношений



А.В. Селезнев

Ришиф

« 03 » 02 20 16 г. № 11/035.7 В Диссертационный совет Д 01.004.01 при ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

СПРАВКА

О внедрении результатов исследования диссертационной работы Донец Любови Ивановны на тему «Организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний», представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика предпринимательства)

В современных условиях цифровизации экономики проблема организации предпринимательской деятельности приобретает новое освещение, связанное с необходимостью ее исследования в свете создания и реализации системы знаний. Решению этой проблемы способствуют результаты научного исследования Л.И.Донец, полученные в ходе написания диссертационной работы на тему: «Организация предпринимательской деятельности на основе системы знаний», а именно:

- Разработан мотивационный механизм предпринимательской деятельности, отражающий причинно-следственную связь между мотиваторами предпринимательской деятельности в сфере внешнего окружения и предпринимательской среды, потребностями и психологическими особенностями предпринимателя, его мотивационными ожиданиями и мотивационной направленностью, использование которого позволяет активизировать предпринимательскую деятельность и исключить неизбежность демотивации
- Предложен научно-практический подход к реализации государственной поддержки развития малого и среднего бизнеса в Донецкой Народной Республике, сущность которого состоит в обеспечении постоянного сотрудничества между бизнесом, органами местного самоуправления и местными органами исполнительной власти для создания более эффективной регуляторной среды.

Заместитель председателя
Общественной Палаты
Донецкой Народной Республики




Е.Г. Мартянова