
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ В ИНФОРМАЦИОННОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

И.П. Лубчинская

Минский институт управления, г. Минск, Беларусь

malvinaminsk@rambler.ru

Социально-экономические системы включают в себя людей (отдельных индивидуумов, их группы и коллективы), поэтому управление такой системой заключается в побуждении людей к требуемому поведению. Однако человек самостоятельно принимает решения, значит, для того, чтобы влиять на его поведение, необходимо иметь модель принятия им решений.

В модель принятия решений входят, как минимум, множество альтернатив, из которого производится выбор, а также предпочтения субъекта на этом множестве, которые обычно описываются функцией полезности [1, 2].

Если субъектов несколько, и выигрыш каждого зависит от выборов всех, то ситуация усложняется – для того, чтобы выбрать собственное действие субъект должен «предсказать», какие действия выберут его оппоненты

Наиболее распространенным способом такого «замыкания» является концепция так называемого равновесия Нэша. Равновесие Нэша – это такая ситуация, от которой никому из участников игры невыгодно отклоняться в одностороннем порядке. Иными словами: «если все оппоненты выбирают именно эту ситуацию, то и я ничего не выигрываю, отклоняясь от нее» – и так для каждого игрока.

Информационное управление. Вернемся к рассмотрению информационного управления. Равновесие рефлексивной игры агентов зависит от структуры их информированности. Изменяя эту структуру, можно соответственно менять информационное равновесие. Поэтому информационным управлением будем называть воздействие на структуру информированности агентов, осуществляемое с целью изменения информационного равновесия. **Задача информационного управления** может быть на качественном уровне сформулирована следующим образом: найти такую структуру информированности агентов, чтобы информационное равновесие их рефлексивной игры было наиболее предпочтительно с точки зрения центра – субъекта, осуществляющего управление.

Анализ информационных равновесий показывает, что командой целесообразно считать множество агентов, выборы которых согласованы с иерархией их взаимных представлений друг о друге. Такое определение команды качественно близко к определениям стабильности и согласованности информационного управления, отвечающих за то, чтобы реальные действия или выигрыши агентов совпадали с ожидаемыми действиями или выигрышами. Кроме того, можно сделать интересный вывод, что стабильность команды и слаженность ее работы может достигаться, в том числе, и при ложных представлениях членах команды друг о друге. Выход из ложного равновесия требует получения агентами дополнительной информации друг о друге. Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что модели формирования команд и их деятельности, описываемые в терминах рефлексивных игр, не только отражают автономность и согласованность деятельности команды, но и позволяют ставить и решать задачи управления процессом формирования команды. Управленческие возможности заключаются в создании, во-первых, разнообразных ситуаций деятельности (обеспечивающих выявление существенных характеристик агентов – получаем модель на учения) и, во-вторых, обеспечения максимальных коммуникаций и доступа членов команды ко всей существенной информации.

Большинство концепций решения в теории игр (в том числе и равновесие Нэша) подразумевает, что игра, в которую играют участники (т.е. состав участников игры, множества их стратегий, функции выигрыша), является общим знанием, то есть игра известна всем игрокам (агентам); всем известно, что игра всем известна; всем известно, что всем известно, что игра всем известна и т.д., опять же, до бесконечности. структурой информированности. Моделью принятия агентами решений на основании иерархии их представлений является рефлексивная игра [3, 4], в которой каждый агент моделирует в рамках своих представлений поведение оппонентов (тем самым порождаются фантомные агенты первого уровня, то есть агенты, существующие в сознании реальных агентов).

Фантомные агенты первого уровня моделируют поведение своих оппонентов, то есть в их сознании существуют фантомные агенты второго уровня и т.д. Другими словами, каждый агент выбирает свои действия, моделируя свое взаимодействие с фантомными агентами, ожидая от оппонентов выбора определенных действий. Устойчивый исход такого взаимодействия называется информационным равновесием [3,4]. Но, после выбора реальными агентами своих действий, они получают информацию, по которой можно явно или косвенно судить о том, какие действия выбрали оппоненты.

Поэтому информационное равновесие может быть как стабильным (когда все агенты – реальные и фантомные – получают подтверждение своих ожиданий), так и нестабильным (когда чьи-то ожидания не оправдываются). Кроме того, стабильные равновесия можно, в свою очередь, подразделить на истинные (те стабильные информационные равновесия, которые остаются равновесиями, если агенты оказываются адекватно и полностью информированными) и ложные.

Робинсон (2000) приводит аргументы в пользу того, что новый стиль руководства – трансформирующее лидерство – осуществляется по следующему принципу: «дать возможность индивидуумам и компаниям благоденствовать на грани хаоса, вдохновляя инновации и творчество, крайне необходимые для развития нового продукта, новых технологий и даже новых моделей бизнес-управления, способных давать стабильное преимущество в новой конкурентной экономике. Руководить подобным образом можно имея фантастическую дальновидность и завораживая всех четкими формулировками секрета успешного менеджмента. Вместе с тем, при таком стиле руководства обязательно принимаются во внимание ценные предложения единомышленников из числа персонала, вдохновленных желанием проявить максимум энергии для достижения успеха и послужить на благо компании и клиентов».

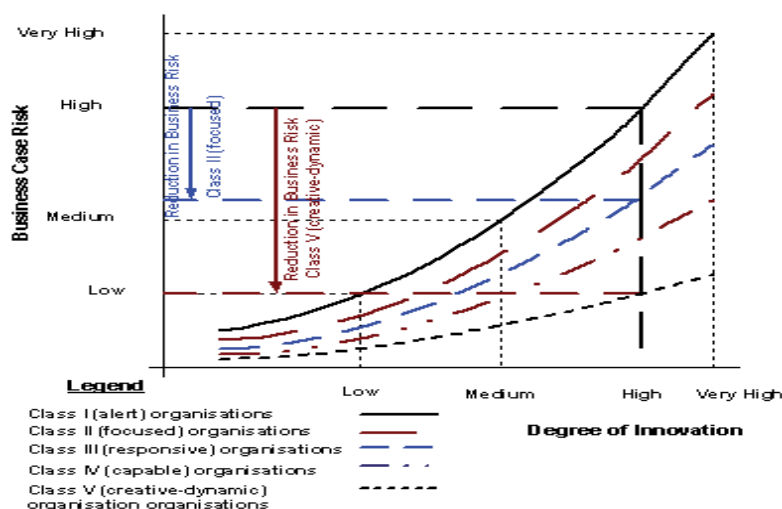


Рисунок 1 – Роль ПМ в использовании творческих способностей и сокращении доли рискованных ситуаций в бизнесе

Очевидно, что трансформирующее лидерство использует именно компетентность в борьбе с трудностями окружающей среды; для того, чтобы эффективно работать в современном хаотичном и непредсказуемом мире, проект-менеджеру не обойтись без постоянного профессионализма во всем (Jaafari, 2002). Проще говоря, мастерство проект-менеджера заключается не только в способности четко формулировать действенную стратегию, которая позволит оптимально справиться со всеми трудностями, возникающими в ходе выполнения проекта. Он также должен уметь вовремя понять и свести к минимуму сложность внешнего окружения, т.е. применить соответствующие меры на руководящем уровне для снижения рискованности бизнес-ситуации. Такая тактика является очень гибкой и, приспосабливаясь к трудностям внешнего окружения, отражает существо проекта: вдохновлять участников проекта и давать им возможность успешно претворять в жизнь энергичные и впечатляющие идеи или целые проекты, которые принесут соответствующие выгоды инвесторам и совместным участникам проекта.

Такой подход позволяет разобраться в том, способны ли современные модели управления проектами учитывать сложный состав общества. Кроме того, подобный подход необходим для понимания того, как отражают динамику такого сложного общества приемы профессионального развития и подготовки современного типа менеджера. По существу эта классификация отражает развитие проектного менеджмента во времени и его качественно новое содержание в связи с возрастающим набором трудных ситуаций, возникающих как во внешнем окружении, так и внутри проектной команды, внутри компании.

Литература

1. Новиков, Д.А. Прикладные модели информационного управления / Д.А. Новиков, А.Г. Чхартишвили. – М.: ИПУ РАН, 2004. – 129 с.

-
2. Губко, М.В. Теория игр в управлении организационными системами / М.В. Губко, Д.А. Новиков. – М.: Синтез, 2002. – 145 с.
 3. Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо. – СПб.: Питер, 2000. – 189 с.
 4. Караваяев, А.П. Модели и методы управления составом активных систем / А.П. Караваяев. – Москва: ИПУ РАН, 2003. – 113 с.

ACADEMIC BUSINESS INCUBATORS AS THE SUPPORT OF THE ENTREPRENEURSHIP IN POLAND

J. Omieciuch

University of Finance and Management in Bialystok, Poland

jjom@poczta.onet.pl

Academic Business Incubators are part of the ABI Group, which consist of Entrepreneurial Poland, ABI Business Link, ABI Seed Capital and Agency for Innovative Promotion. The ABI Group is a network of institutions developing the idea of entrepreneurship in Poland and the world leader in terms of the quantity, quality and innovativeness of entrepreneurship-promoting activities. The aim of this article is to described Academic Business Incubators in Poland.

Academic Business Incubators (ABI) were founded in 2004 as a continuation of the activities of the Business Centre Club Student Forum. The SF BCC was created in 2000 under the patronage of the Business Centre Club, the largest private employer organization in Poland. With its 15 regional affiliates, it soon became the leading student organization in Poland. The mission of SF BCC members had been to influence Poland's development in such a way as to encourage young people to pursue their business ambitions in Poland and decide against emigrating abroad.

The mission of Academic Business Incubators is to facilitate the advancement of entrepreneurship among the younger generation in Poland. ABI stands convinced that all business ideas can be implemented with success. This vision of the future is grounded in awareness and belief that assistance services for entrepreneurship in Poland need to be taken to a whole new level by means of providing support in the creation and further development of small and medium-sized enterprises and providing innovative business solutions to sharpen Poland's competitive edge on the market.

ABI is currently the largest academic initiative which strives to promote entrepreneurship among young Polish citizens. ABI operate on the premises of the 31 best universities in Poland (at University of Finance and Management in Bialystok too). The ABI Incubator Network is the largest such institution in East-Central Europe. Over 1100 developing companies operate within its framework. Cooperation with ABI enables all individuals (in advance under 30 years of age) to start their own business in the easiest, fastest and most cost-effective fashion possible in Poland with a minimal risk. Young entrepreneurs don't need, therefore, a stuffed wallet, their own base and personal connections.

The customers of ABI are young, ambitious and well-educated individuals. ABI enable them to combine their theoretical, academic knowledge with the practical experience gained only in the process of operating a private enterprise. The aid provided by ABI enables those individuals to become genuine professionals in their respective fields.

ABI provides a broad selection of attractive benefits to support company's dynamic development:

1. Because of its innovative legal solutions, the ABI Foundation is capable of allowing young people to operate under its own legal personality, enabling them to establish their own enterprises functioning from a formal perspective as an organizational division of ABI, and for all practical purposes being their own business ventures. This enables a young entrepreneur to both shorten the time required for starting a private enterprise as a legal entity and reduce the resources required in the process. Furthermore, an individual operating an enterprise within ABI is not registered as an entrepreneur operating a one-man business and is not therefore required to pay social insurance contributions for entrepreneurs and can still benefit from aid programmes reserved for individuals not operating their own enterprises for a given time period. Furthermore, operating within ABI strengthens the credibility of entrepreneurs pursuing business ventures – their business matters are represented by the ABI Foundation, with its main headquarters situated in Warsaw, several dozen regional affiliates throughout Poland and an annual turnover of two dozen million zlotys.

2. Having registered a business within ABI, a entrepreneur receives support in accounting. All accounting documents, are verified (received) and created (issued) by Incubator personnel and then sent to the ABI