

Saienko V. Метод распознавания, описания и формализации фрактальных систем бизнеса / V. Saienko, G. Saienko // Стратегічний розвиток організації, міст та регіонів : зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф. – Ужгород : Вид-во УжНУ «Говерла», 2017. – С. 186 – 189.

«Культура як інструмент стратегічного розвитку економічних систем»

Volodymyr Saienko, dr. hab., profesor nadzwyczajny
Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu, Opole, Polska
Grygorii Saienko, dr. hab., profesor nadzwyczajny
Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu, Opole, Polska

МЕТОД РАСПОЗНАНИЯ, ОПИСАНИЯ И ФОРМАЛИЗАЦИИ ФРАКТАЛЬНЫХ СИСТЕМ БИЗНЕСА

В систему элементов включено три позиции, а именно: 1) позицию функции, что представлена социально-экономической системой «Бизнес», 2) позицию аргумента, что представлена производительной силой общества «Физическая и мыслительная способность человека» и 3) позицию механизма взаимодействия, что представлена организационной средой «Инновационное управление». В своей совокупности они составляют органическую среду взаимного развития общественно-экономической среды государства. И функция, и аргумент, и результат взаимодействия находятся в непрерывном движении по особенной собственной траектории, что представлено в публикациях [3, 5, 8, 10].

Идея бизнеса в общих ее чертах сводится к экономическому отношению, за которым подразумевается процесс, чтобы физически здоровый и критически мыслящий человек поддерживал в себе и развивал интерес к движению в пространстве автономной среды деятельности. Такая деятельность может быть направлена на а) производство продукта или услуги, б) извлечение и

собираемость даров природы, драгоценных металлов, редких минералов, отбор энергии ветра, воды, солнца и др., в) последующее приспособление добытого к условиям удовлетворения личных потребностей и потребностей окружения, г) свободную ориентацию и принятие решения в экономической среде спроса и предложения и, наконец, на д) налаживание в окружающей среде отношений, ориентированных целевой функцией. Деятельность осуществляется в среде противостояния и конкуренции множества таких же, успешно действующих, личностей и социально-экономических субъектов.

Систематизация научных фактов исследования в избранном направлении указывает на достаточность генеральной совокупности, чтобы приступить к разработке аналитических и методических положений теоретического обоснования автономности среды бизнеса. В их числе есть: 1) представление о бизнесе как о системе человеческой деятельности и взаимодействия с социально-экономической и природной средой, прошедшего проверку и становление в ряде социально-экономических укладов, сферах производства и научно-методических средах управления; 2) оценка восприятия бизнеса в современной среде производства и сервисной деятельности постиндустриального общества; 3) условия формирования рынка бизнеса и ментальное восприятие перемен в конкретной организационной целостности, какой выступает территория Украины; 4) модельная структура подходов к бизнесу и обращение на условия развития предпринимательской и физической активности населения.

Остается конкретизировать продукт бизнеса, который в любом наугад взятом исследовании имеет привязку не только к структурным условиям и элементам бизнеса, но и к конъюнктурным классификационным признакам его проявления, которые вычлняются для проведения самостоятельной процедуры анализа и систематизации, после чего считается доказанной автономность системы, которая может получить признание научной среды познания. На данное положение акцентируется внимание здесь по той причине, что оно используется далее формирования исходного массива сведений, которые

требуется воспринимать как подготовительный и аналитический шаги к а) выработке критериев выделения бизнеса в самостоятельную систему, б) построению схемы выбора характеристик и процедур воздействия на предмет для получения пороговых значений вероятности, силы, скорости и уровня воздействия, в) установлению предпосылок операционной процедуры выделения, идентификации, описания, формализации и совершенствования системы, что приобрела конкретные очертания.

Поскольку система спортивного бизнеса фрактальная и по функции и по аргументу, работает в неустойчивой среде взаимодействия, то наиболее информативной для ее описания выступает процедура, выдвинутая Б. Мандельбротом [7] и воспринимаемая по мере ее развития наукой как метод научного описания неидеальных и неоднородных объектов. За таким методом процедурно предлагается описывать и сравнивать несколько вариантов бизнеса, используя свойство самоподобия и дробности неидеальных объектов. Необходимые пояснения совокупности процедурных действий следующие.

1. Первоначально требуется, пользуясь особенностями понятия «фрактал» (от лат. «фрактус» – дробный, нецелый), проникнуться в глубинные процессы научного взаимодействия и описания объектов, что выглядят в бизнесе ассиметрично, нестандартно, обрывочно, трещиновато и угловато, руководствуясь тем, что контуры поверхности и объемы окружающих предметов в реальности есть негладкие и неровные, а процессы и явления – далекие от совершенства, как это принято их воспринимать обыденно в быту. То есть, их требуется научиться воспринять как окружение с позиции требований, выдвигаемых реальной жизнью, различать их, а детализацию свойств выполнять по критерию неидеальности, ибо при более близком и детальном рассмотрении большинство из этих объектов, событий и явлений проявляют себя как неровные, обрывистые и шершавые, пронизанные множеством пор и отверстий, трещин и царапин причудливой формы, и, наконец, покрыты они слоем морщин. Теоретическое значение выявленного требует в описании применения допущения выравнивания и сглаживаний.

2. Математический аппарат описания бизнеса как фрактала должен основываться на количественной мере «неидеальности объектов», которая основывается на описании извилистости контура, морщинистости поверхности, трещиноватости материала, пористости объема или на вероятностных характеристиках проявления движения в пространстве. В частности, такой мерой в техническом ее восприятии может служить «размерность Хаусдорфа – Безиковича», а для социально-экономических явлений такая размерность должна уточняться каждый раз, отражаемая как «фрактальная размерность», как размерность, способная принимать «не обязательно целые значения». Отсюда вытекает, что бизнес – это «фрактал», т. е. это объект с фрактальной («дробной») размерностью, и тогда «фрактальность» – это *свойство* объекта быть «фракталом», а *размерности* быть «фрактальной». Аналогичное воспринимается в источниках [1, 2, 4, 9] и др., где общее свойство сводится к самоподобию, основываясь на том, что все фигуры подобны любому своему фрагменту. Теоретическое значение выявленного требует руководствоваться тем, что а) самоподобие означает, что у объекта нет характерного масштаба: будь у него такой масштаб, то одновременно же были бы получены отличия увеличенной копии фрагмента от исходного образца и б) что самоподобные объекты обладают бесконечно многовариантными масштабами, что на данном этапе развития науки связывается с, так называемым, «геометрическим подобием».

Этого достаточно, чтобы перейти к общей схеме формализации оптимальности социально-экономической системы «Бизнес». Она, к примеру, может быть представлена по аналогии с обобщением [6] и вытекающей из этого сферы распространения следующим образом:

$$U = u [x(t)], \quad (1)$$

где U – функционал целевой функции потребления, включающий множество векторных функций $x(t)$ потребления (изучаемых видов бизнеса).

Таким образом, для распознавания, описания, отражения и формализации социально-экономической системы «Бизнес» требуется вводить в обращение

новый системообразующий подход, что получает название «Математический аппарат фрактальности». Он располагает отличительными характеристиками и относится в разряд замкнутых: 1) для любого ее элемента существует эффективный процесс идентификации, распознавания и отнесения к данной среде; 2) внешние связи проявляются на стадии применения, но не ранее этого, т. е. с момента материализации автономных отношений и только тогда, когда система превращается в целостность.

Список использованных источников:

1. Абачиев С. К. О треугольнике Паскаля, простых делителях и фрактальных структурах / С. К. Абачиев // В мире науки. – 1989. – № 9. – С. 75 – 78.
2. Бодункова А. Г. Развитие культуры предпринимательства: фракталы как модель и источник предпринимательского потенциала / А. Г. Бодункова, И. П. Чёрная // Креативная экономика. – 2011. – № 8. – С. 97 – 103.
3. Брітченко І. Г. Економічні проблеми розвитку підприємницької функції в секторах економіки національного господарства / І. Г. Брітченко, О. М. Момот, В. Г. Саєнко. – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 547 с.
4. Варнеке Х. Ю. Революция в предпринимательской культуре. Фрактальное предприятие / Х. Ю. Варнеке ; пер. с нем. – М. : МАИК, Наука / Интерпериодика, 1999. – 280 с.
5. Гринин В. Г. Основы менеджмента и маркетинга : учеб. пособ. / В. Г. Гринин, В. Г. Саєнко, А. В. Толчева. – Луганск : Изд-во ЛНПУ имени Тараса Шевченко, 2004. – 304 с.
6. Майминас Е. З. Процессы планирования в экономике, информационный аспект / Е. З. Майминас. – М. : «Экономика», 1971. – 390 с.
7. Мандельброт Б. Фрактальная геометрия природы / Б. Мандельброт. – Мн. : Книжный Дом, 2001. – 656 с.
8. Олуйко В. Зарубіжний досвід організації державної служби / В. Олуйко, В. Саєнко // Вісн. держ. служби України. – 2004. – № 3. – С. 34 – 39.

9. Пашутин С. Способы преодоления хаоса в бизнесе: феномен фрактальности / С. Пашутин. – Режим доступа : http://consulting.ru/psb_180_1.

10. Саенко В. Г. Услуга по развитию физической способности человека в среде спортивного бизнеса [Электронный ресурс] / В. Г. Саенко // Эффективна економіка. – 2016. – № 7. – Режим доступа : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5079>.