

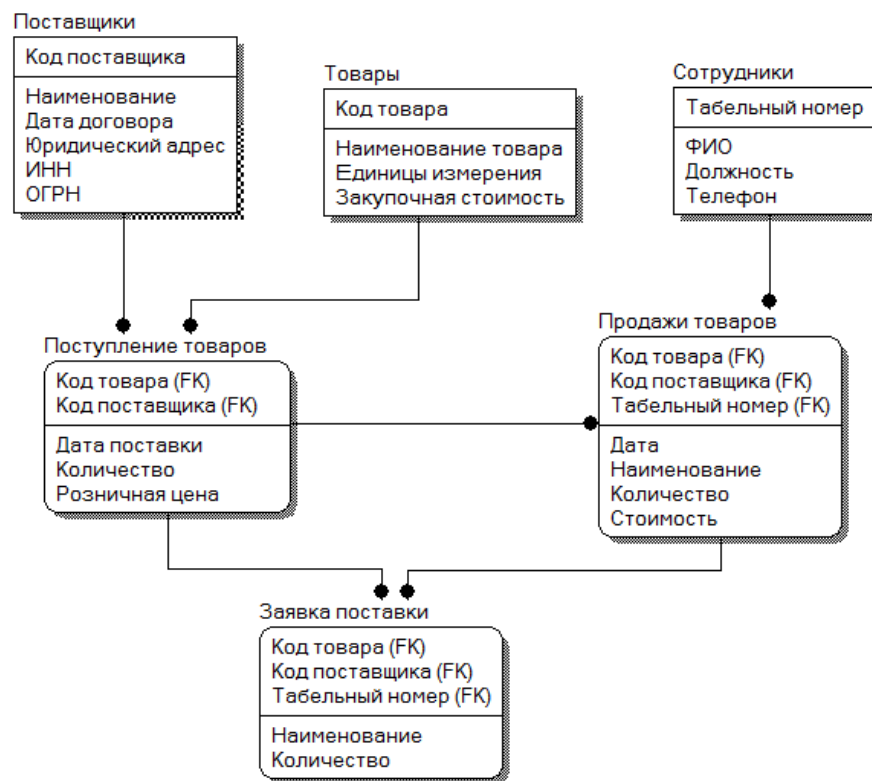


Рис. 2. Даталогическая модель

Спроектирована информационная система, которая позволит автоматизировать деятельность интернет - магазина чайной продукции. В дальнейшем она будет реализована с помощью WEB технологий в виде сайта с базой данных на основе MySQL, так же возможно реализовать систему учета продаж и остатков на базе «1С Предприятия».

В конфигурации будет сформирован механизм отчетности, который позволит руководителю получать необходимые отчеты по запросу с возможностью сортировки и отбора данных для последующего планирования необходимых товаров.

Список используемых источников:

1. Реляционные базы данных в примерах : практическое пособие для программистов и тестировщиков / С. С. Куликов. — Минск: Четыре четверти, 2020. — 424 с.
2. Похилько, А.Ф. CASE-технология моделирования процессов с использованием средств BPWin и ERWin: учебное пособие / А.Ф. Похилько, И.В. Горбачев. - Ульяновск: УлГТУ, 2008. - 120 с.

МОТИВАЦИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е.Ю. Еременко, студент гр. О-17Б81,

научный руководитель: Нестерук Д.Н.,

Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского

Томского политехнического университета,

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26

lenamalegonova@gmail.com

Аннотация. Предпринимательская деятельность многогранна, что обусловило широкий спектр подходов к ее определению. Общепринятым является определение предпринимательства как деятельности, направленной на создание стоимости. Более узкие определения описывают предпринимательство как процесс проектирования, запуска и ведения нового бизнеса, который часто изначально является малым бизнесом, но способным к развитию.

Abstract. Entrepreneurial activity is multifaceted, which has led to a wide range of approaches to its definition. It is generally accepted to define entrepreneurship as an activity aimed at creating value. Narrower definitions describe entrepreneurship as the process of designing, launching and running a new business, which is often a small business from the start but capable of growth.

Ключевые слова: предприятие, предпринимательская деятельность, мотивация персонала, проблемы мотивации.

Key words: enterprise, entrepreneurial activity, personnel motivation, motivation problems.

Предпринимательская деятельность, согласно Гражданскому Кодексу РФ, происходит в сфере социально-экономических отношений и определяется следующим образом: «предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» [1].

Для начала предпринимательской деятельности и успешного функционирования бизнеса, достижения его цели нужна мотивация. Отличительной чертой мотивации предпринимательской деятельности является ее комплексный характер. Так, мотивация делится на самомотивацию и мотивацию других лиц.

Таким образом, первая проблема, которая возникает при исследовании мотивации предпринимательской деятельности – это необходимость выявления мотивов создать собственный бизнес. Исследования мотивации в психологии вращается вокруг предоставления наилучших возможных ответов на два фундаментальных вопроса: что вызывает поведение и почему поведение меняется по своей интенсивности?

В данном случае мотивация предпринимательской деятельности – это совокупность мотивов, чтобы достичь определенного экономического, социального и культурного результата. Вторая проблема определения сущности мотивации предпринимательской деятельности названа в данном исследовании иерархической и состоит в диагностике потребностей, на которых основывается современная концепция мотивации. Одним из первых исследователей потребностей является Маслоу А. [3]

Научное наследие указанного ученого позволяет выделять пять уровней потребностей:

- физиологические – касающиеся потребностей в пище, воде, жилье и тому подобное, которые являются наиболее базовыми для человека; безопасность (все-таки, что описывают стремление человека к защите);
- принадлежность, причастность и любовь: основное внимание уделяется социальным аспектам рабочих и нерабочих ситуаций;
- уважение и власть-этот уровень иерархии касается проблем, которые человек может вызвать в отношении мастерства, компетентности и статуса. Люди, которые проявляют потребности в уважении, могут также желать признания своих достижений, и они могут желать материальных символов успеха, таких как большой офис, название должности руководителя, признание обществу, другие привилегии и вознаграждения связаны с успехом, как членство в клубе или роскошный автомобиль;
- самоактуализация, саморазвитие.

Этот вид потребностей отражает желание личности расти и развиваться в полную силу; в него включена возможность проявить творчество в работе, а также желание автономии, ответственности и вызовов. Мотивация в процессе предпринимательской деятельности, когда она исходит из внутренних мотивов, классифицированных по потребностям, познаниям и эмоциям, часто воспринимается как более непосредственная и мощная, чем внешняя мотивация.

Проблема мотивации предпринимательской деятельности также состоит в социально-культурном окружении, которое может стимулировать к началу бизнеса или тормозить инициативу. Поскольку мы не существуем в вакууме, внутренние переживания не могут иметь место без определенной степени внешнего влияния, будь то в форме последствий, стимулов или других форм давления, которые возникают из социального контекста и культуры нашего среды. Примером мотивации региональной среды возможно назвать Кремниевую долину, в которой сформирована культура предпринимательства и инновационного аншлага. Так, статистика информационной экономики Калифорнии гласит, что «в зоне залива Сан-Франциско трудятся более 386 000 специалистов ИТ-отрасли, что дает право Кремниевой долине считаться крупнейшим технологическим центром в США. На каждую 1000 занятых приходится 286 работников ИТ-сферы» [4].

Когда внешние условия и внутренние мотивы согласуются, они создают спелую среду для привлечения в бизнес. Местный социум продуцирует определенное социальное поведение по-

тенциального или функционирующего предпринимателя. При этом целесообразно учитывать, что «мотивация социального поведения также может быть представлена на основе определенной типологии. До основных мотивов социального поведения можно отнести следующие:

- мотив достижения человека (он реализуется в активных стремлениях к высоким результатам своей деятельности, профессиональной успешности, высокого жизненного комфорта, духовного совершенствования, преимуществ над другими и тому подобное). Его развитию способствует способность личности связывать достигнутые результаты с целенаправленными действиями и затраченными усилиями, интеллектуальный уровень;
- мотив аффилиации (раскрывается на уровне установления, поддержания, сохранения хороших человеческих отношений с другими, в первую очередь с референтной группы, осознание их ценности);
- мотив власти (формируется, как правило, на основе комплексов неполноценности или завышенной самооценки человека. Реализуется в различных видах поведения, направленного на контроль над другими людьми, их запугивание, принуждение, манипулирование их сознанием, шантаж).

Следующей проблемой мотивации предпринимательской деятельности возможно назвать конфликт, который выявляет противоречия в различных сферах деловой жизни и может служить как стимулирующим фактором, так и демотиватором. Конфликт как столкновение интересов – это неотъемлемая часть предпринимательства, когда антагонизм интересов возникает между:

- а. конкурентами, в этом случае мотивирует к действиям, обеспечивающих формирование преимуществ в экономическом соревновании субъектов бизнеса;
- б. потенциалом и стратегическими целями. Недостаточный потенциал или неадекватные долгосрочные намерения могут привести к бизнес-фиаско или способствуют поиску дополнительных ресурсов, необходимых для реализации стратегических намерений;
- в. руководством и наемными работниками, что способствует поиску новых организационных фреймингов;
- г. бизнесом и социумом, когда деятельность предприятия не вписывается в ожидания жителей, власти или других социальных игроков. В этом случае бизнес будет мотивирован к диверсификации действий, направленных на саморекламу, и должен искать сферы, в которых интересы разных субъектов будут совпадать и быть активным в публичной релейшнз. Важным инструментом перевода конфликта из демотиватора в мотиватор является доверие, которое несет в себе не только психологические, но и экономические нагрузки.



Рис. 1. Виды проблем мотивации предпринимательской деятельности

Таким образом, предложенные выше идеи позволяют классифицировать проблемы, возникающие в плоскости предмета данного исследования, следующим образом рисунок - 1:

Каждая проблема индивидуальна по содержанию, причинам, месту возникновения последствиями и тому подобное. Это требует ее диагностики в конкретном случае и служит повышению качества предпринимательской активности через совершенствование мотивации последней.

Исследование показало, что мотивация предпринимательской активности – комплексное явление, которое затрагивает как внутренний потенциал

бизнеса, так и различных контрагентов и окружение бизнеса в целом. Показано, что основными элементами мотивации предпринимательской деятельности являются: самомотивация делового актера (любая деятельность не будет результативной без внутреннего побуждения человека), мотивация персонала (предпринимательство – это результат привлечения различных ресурсов, в том числе и трудовых, которые должны быть стимулированы до достижения цели организации) и мотивация третьих лиц, контактирующих с бизнесом прямо или косвенно. Построенный треугольник мотивации предоставляет возможности в процессе практической деятельности бизнеса выделить основные направления диагностики проблем мотивации предпринимательской деятельности.

Исследование показало, что существует широкий спектр проблем мотивации предпринимательской деятельности, среди которых определяющими выделено:

- первая группа проблем, охватывающих исследования и активизацию мотивов создания собственного бизнеса, начала хозяйственных действий;
- вторая группа проблем касается определения сущности мотивации предпринимательской деятельности, заключается в диагностике потребностей, на которых основывается современная концепция мотивации;
- проблемы мотивации предпринимательской деятельности также находятся в социально-культурном окружении, которое может стимулировать к началу бизнеса или тормозить инициативу;
- проблемы наличия и возникновения противоречий в процессе деловой активности, которые имеют перспективу превратиться в конфликт интересов различных участников экономического процесса.

Предложено систематизировать проблемы мотивации предпринимательской деятельности на основе классификации по следующим признакам: в зависимости от места возникновения, времени возникновения, способу решения и от сложности. В дальнейшем исследовании планируется построить модель мотивации предпринимательской деятельности, которая позволит экономическому актеру определять узловые проблемы и находить пути решения.

Список использованных источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 21.12.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.12.2021).
2. Kuratko D., Hornsby J., Naffziger D., (1997). An examination of owner's goals in sustaining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 35, 24-33.
3. Maslow, A.H. (1970). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row. 369 p.
4. Shane, S., Locke, E. A., Collins, C. J. (2012). *Entrepreneurial motivation*. 13(2). Retrieved [insert date], from Cornell University, ILR School site: <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/articles/830>.

КОМПЛЕКТ ДЕТСКОГО РОБОФУТБОЛА «МО-БИТ»

А.В. Будников, студент гр. МР-20,

научный руководитель: Биктимиров А.С., преподаватель,

Государственное профессиональное образовательное учреждение

«Юргинский техникум машиностроения и информационных технологий» г. Юрги

652050, Кемеровская область-Кузбасс, г. Юрга, ул. Ленинградская, 10

E-mail: mo-bits@yandex.ru

Аннотация. Детский робофутбол «Мо-Бит» представляет собой комплект для интерактивной соревновательной игры в футбол роботов, включающий тематическое игровое поле с разметкой, установленные на игровом поле бортики, игровой мяч и два управляемых со смартфона мобильных робота.

Abstract. Children's robofootball "Mo-Bit" is a kit for an interactive competitive game of robots 2 football, including a themed playing field with markings, bumpers installed on the playing field, a game ball and two mobile robots controlled from a smartphone.

Ключевые слова: мобильный робот, робототехника, детский конструктор, интерактивность, робофутбол.

Keyword: mobile robot, robotics, children's constructor, interactivity, robofootball.

Детский робофутбол «Мо-Бит» (рис. 1) представляет собой комплект для интерактивной соревновательной игры в футбол роботов, включающий тематическое игровое поле с разметкой, установленные на игровом поле бортики (крепятся при помощи магнитов), игровой мяч и два управляемых со смартфона мобильных робота. Игровое поле изготовлено из банерной ткани с нанесенным цветным печатным 2D-рисунком. В базовом комплекте игровое поле выполнено в виде стандартного зеленого поля с белой разметкой, дополнительно можно использовать игровые поля с разной тематикой: космос, пустыня, океан и др. Диаметр зоны игрового поля 500 мм.