

Когнитивная система предпринимателя как инструмент разработки и принятия предпринимательских решений в условиях неопределенности и риска

Entrepreneur's cognitive system as a tool for developing and making entrepreneurial decisions under conditions of uncertainty and risk

УДК 330.8; 334.7

Получено: 18.06.2025

Одобрено: 22.07.2025

Опубликовано: 25.08.2025

Аллаярова Н.И.

Старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента, ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений», г. Москва
e-mail: len170121@outlook.com

Allayarova N.I.

Senior Lecturer, Department of Economics and Management, Academy of Labor and Social Relations, Moscow
e-mail: len170121@outlook.com

Сакиева Ё.В.

Студент бакалавриата экономического факультета, ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений», г. Москва
e-mail: esumansakieva93316@gmail.com

Sakieva E.V.

Bachelor's Student, Faculty of Economics, Academy of Labor and Social Relations, Moscow
e-mail: esumansakieva93316@gmail.com

Аннотация

Современные предприятия сталкиваются с множеством вызовов, которые ставят под сомнение их способность адаптироваться и развиваться. Несмотря на данные условия, предприниматели делают выбор. Стоит отметить, неопределенность и риск являются неотъемлемыми компонентами принятия решений. Во главе принятия решений стоит предприниматель, который принимает эти решения для развития своего бизнеса. Благодаря своим когнитивным способностям, таким как аналитическое мышление, креативность и способность к адаптации внешней среде, предприниматель смело принимает управленческое решение, чтобы преодолеть препятствия на пути развития организации. В ходе изучения темы были проанализированы работы ученых, таких как Дж. Ронен, К.-Э. Варнерид, Гилад Б, статьи Г. Саймона и Р. Хайнера.

Ключевые слова: неопределенность, риск, когнитивная система предпринимателя, предпринимательская деятельность в современном экономическом секторе, квантовая реальность.

Abstract

Modern businesses face many challenges that challenge their ability to adapt and grow. Despite these conditions, entrepreneurs make choices. It is worth noting that uncertainty and risk are inherent components of decision making. At the helm of decision making is the entrepreneur who makes these decisions to grow his or her business. Due to their cognitive abilities such as analytical thinking, creativity and ability to adapt the external environment, the entrepreneur boldly makes a managerial decision to overcome the obstacles to the development of the organization. While studying the topic, the works of scholars such as J. Ronen, C.-E. Warnerid, Gilad B, articles by G. Simon and R. Heiner were analyzed.

Keywords: uncertainty, risk, entrepreneur's cognitive system, entrepreneurial activity in the modern economic sector, quantum reality.

Введение

Современные предприятия сталкиваются с множеством вызовов, которые ставят под сомнение их способность адаптироваться и развиваться. Быстрое изменение рыночных условий, технологические инновации и растущая конкуренция требуют от компаний гибкости и способности к быстрой реакции. Стоит отметить, что в современном предпринимательском секторе неопределенность и риск являются неотъемлемыми компонентами принятия решений. В отличие от классических детерминистических моделей, где все процессы подчинены определенным законам, предпринимательство функционирует в условиях квантовой реальности, где все возможности функционируют одновременно. Это создает уникальные вызовы для предпринимателей, которые должны адаптироваться к постоянно меняющимся условиям недостатка информации.

В данной работе рассматриваются ключевые аспекты управления бизнес-структурами в условиях неопределенности и риска, обращая особое внимание на когнитивные процессы, которые влияют на принятие решений. Изучается применение предпринимателями уникальных навыков и эвристик для эффективного функционирования в условиях сложных экономических систем, а также каким образом личностные характеристики и когнитивные системы влияют на способность справляться с рисками и неопределенностью. Также рассматривается влияние внешних факторов и рыночных условий в предпринимательской деятельности.

Основная часть

В предпринимательском секторе почти никогда не встречается ситуации полной детерминированности (определенности). Все принимаемые решения осуществляются в условиях квантовой реальности – весьма отличной от ньютоновского мира – связанный правилами и детерминистический. Существуют определенные физические законы для поведения частиц и их взаимодействий, зная эти законы и исходное состояние системы, мы можем точно предсказать, куда система движется. Не существует неопределенности, нет неоднозначности. Все будет таким, каким оно представляется. Квантовая реальность, в противоположность этому – неопределенная, многовероятностная.

Шредингеровское волновое уравнение описывает вещи в квантовой сфере. Здесь – изобилие часто взаимопротиворечащих возможностей, пространство сосуществующих противоположностей, которые все в равной степени реальны, все в равной степени истинны в их потенциальности. Свет – и волна, и частица, частица может быть и здесь, и там, теперь и потом. Квантовые системы простираются через все пространство и время.

Попытки устранить неопределенность и риск весьма заманчивы, при многократном повторении ситуации это возможно. Однако предприниматель не всегда будет выбирать наилучшие решения, поскольку избыточность, неизбыточность, полнота информации для принятия решений опережает процесс осознания и понимания индивидом происходящих событий во внешней среде. Указанное свидетельствует о смене фокуса в управлении бизнес-структурами в ситуации неопределенности и риска – с управления отдельными товарными

нововведениями к учету всех изменений в товарной, продуктовой, организационной практике предприятия, то есть фокусирование внимания предпринимателя на вопросах сложных синергетически связанных экономических сетей, структур и систем.

В связи с этим в рамках задачи управления бизнес-структурой в условиях неопределенности и риска представляет интерес не столько отдельная товарная новация, сколько синергетический результат, характеризуемый совокупностью всех видов новаций (товарных и организационных), синхронно и асинхронно протекающих в каждой точке временного ряда развития экономического объекта (предприятия).

Важной особенностью инновационного развития структуры предприятия, как целостной системы, нелинейно по системе фазовых функциональных состояний. В ситуации неопределенности и риска перманентное (постоянное) инновационное развитие предприятия в практическом аспекте имеет признак «необратимости», под которым понимается невозможность возврата к фазовым функциональным состояниям предприятия на качественном и количественном уровне. Тем самым предпринимательство как самоорганизующаяся система с внутренними мотивационными и причинными факторами, следовательно, и развитие такой организации будет иметь перманентно до момента сохранения структурности объекта предпринимательства («духа предпринимательской деятельности») [1].

Следует учесть, сегодняшняя экономика общества, основанная на постоянном потоке инноваций, на постоянном технологическом совершенствовании, доброжелательном восприятии новых идей, машин, систем и технологий, готовности их практического применения в полном объеме в различных сферах человеческой деятельности, выделяет особую роль «духа познания» и «духа предпринимательства» [2]. Поэтому в рамках новой парадигмы «интеллектуальной» экономики в условиях неопределенности и риска важно непосредственное участие предпринимателя в осуществлении всех процессов и процедур в управлении экономическим объектом.

В целях снижения и элиминирования рисков и неопределенности в управлении предприятием главным образом выступают личностные характеристики предпринимателя, его знания и опыт, а также навыки их постоянного обновления, склонность к риску. Кроме того, сама предпринимательская структура должна быть открытой, гибкой и адаптивной, поскольку прямо противоположные управляемые системы неизбежно приводят к сущностным потерям (ресурсным) в управлении.

Следует отметить, что в процессе оценки проблемной ситуации, формирования информационно-аналитической базы и подбора соответствующего инструментария риск и неопределенность разграничивают. Вместе с тем неопределенность выступает не только как фактор риска, но и как характеристика управленческой ситуации. Сущностные и методические отличия риска и неопределенности в разработке и принятии предпринимательских решений представлены в рис. 1.

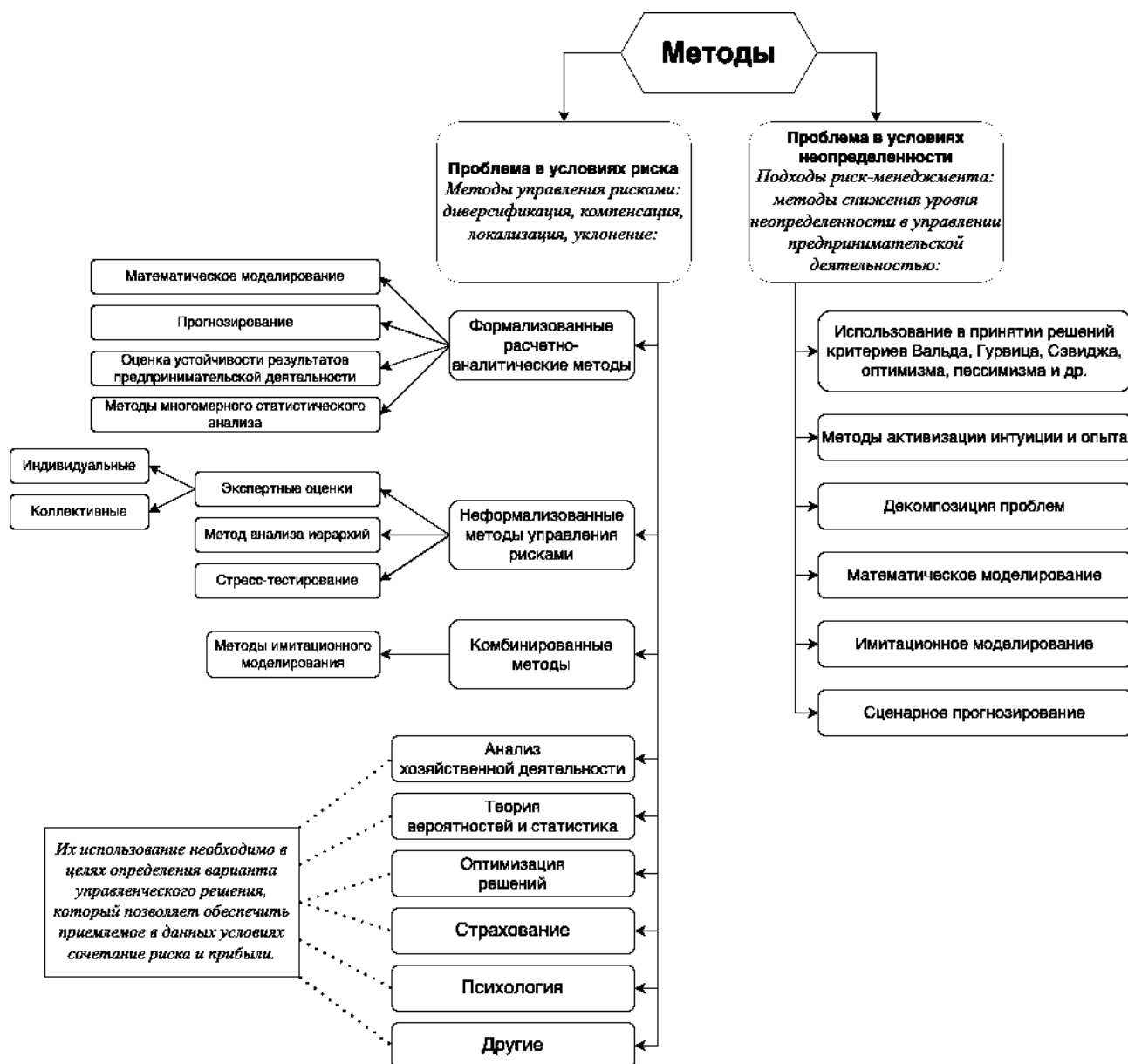


Рис. 1. Сущностные и методические отличия риска и неопределенности в контексте решения проблемы

Проведенный анализ показал, что именно условия функционирования системы определяют, какие методы могут быть применены для разработки и принятия предпринимательских решений, уместное использование которых может существенным образом повысить обоснованность управленческих действий.

В предпринимательской деятельности чаще, чем рисковые, возникают ситуации неопределенности, которые присущи всем сложным системам (социотехническим, организационно-техническим, экономическим и др.).

Неопределенность подразделяется на следующие виды: неопределенность среды, неопределенность принятия решений, неопределенность последствий данных решений, вариационная неопределенность.

Разработка и принятие предпринимательских решений базируется на многокритериальном анализе текущей ситуации, для которого необходимы знания о большом числе параметров [3]. Это имеет прямое отношение к эффективности решаемой проблемы.

Неоклассический взгляд на наличие неопределенности в экономической системе объясняет, как недостаток знания (информации) об изучаемом объекте или явлении. С точки зрения квантовой механики понятие «неопределенность» достаточно детально раскрыто в основе известного принципа неопределенности Гейзенберга – неопределенность и случайность не всегда являются следствием неполной картины мира по причине наличия в физической картине мира онтологической неопределенности. Таким образом, неопределенность в некотором ее проявлении свойственна практически каждой системе.

На рубеже XX-XXI вв. происходит интенсивное накопление новых знаний в области принятия решений в ситуации неопределенности и риска на основе анализа когнитивных аспектов предпринимательской деятельности [4], в частности, существует целое направление – когнитивная психология, в рамках которой уделяется самое пристальное внимание исследованию указанных вопросов.

Так, Дж. Ронен в своей исследовательской статье «Взлет и падение предпринимательство» [5], рассматривая когнитивную теорию риска Канемана, Словика и Тверского [6] в контексте предпринимательства, обоснованно полагает, что предприниматели могут функционировать иначе, чем другие люди (менеджеры, например) в связи с наличием особого рода эвристик и особого характера функционирования этих эвристик в ситуации риска. Таким образом, имеющиеся у предпринимателя когнитивные эвристики помогают ему принимать неординарные, творческие организационные решения и реализовать их через других людей (менеджеров) в экономической сфере деятельности в условиях неопределенности и риска.

Следует отметить, что психологический портрет предпринимателя описывается не столько в терминах черт, сколько в терминах активности, ресурсов, готовности действовать в ситуации неопределенности и риска. Важно и то, что предпринимательская деятельность не связывается напрямую с финансовым благополучием или успешностью предприятия (проекта). Здесь нельзя не указать на различия между предпринимателями и менеджерами, в частности, Дж. Ронен справедливо указывает на то, что менеджеры в большей степени избегают новизны, поскольку их основная цель – сохранить организацию, коллектив, которым они управляют, и та предпринимательская деятельность, которую они осуществляют, во множестве ситуаций направлена на выживание предприятия. Предприниматель, напротив, стремится к переменам, развитию, риску, что обусловлено внутренним локусом контроля [5]. Кроме того, предприниматель достигает своих целей, мотивируя и увлекая людей за собой, его деятельность требует от него большей гибкости, готовности к риску и неопределенности – это самые благоприятные для него обстоятельства для действий и получения предпринимательского успеха.

Другой точки зрения придерживается К.-Э. Варнерид [6], по его мнению, предприниматели, создающие фирмы, редко отличаются лидерскими качествами, это связано с тем, что доминирующей у них является потребность в достижении, которая, по образному выражению Д. Макклелланда, есть «игра одного человека», для нее не требуется привлечение других людей. Такой позиции придерживаются и ряд других авторов, которые акцентируют внимание на независимости личности предпринимателя.

Когнитивная теория представляет также эвристику «конкретности», которая оперирует тем, что люди склонны помнить информацию точно в таком же виде, в каком она была ими получена. К.-Э. Варнерид [6], отмечает, что на основании реальных случаев предпринимательского успеха, известных из чужой или собственной практики управления предприятием, предприниматели способны трансформировать имеющуюся информацию так, что создается предпосылка для корректировки и изменения стандартного способа действий в соответствии со своими представлениями, а не действовать по заученному алгоритму поведения [4].

Следует также обратить внимание на то, что, по мнению К.-Э. Варнерида, предприниматели активно действуют лишь в ситуациях субъективно низкого риска, когда они воспринимают себя как владеющих ситуацией, уверены в том, что обладают достаточными

навыками, чтобы управлять ситуацией, т.е. речь идет об определенной «иллюзии контроля». Обоснованность такой «иллюзии контроля» определяется характером восприятия условий и способностью предпринимателя применять знания и навыки.

Гилад Б., автор ряда исследований информационных процессов у предпринимателей, на основании которых им было выделено три сферы информационных интересов – информационную «бдительность» (1), информационную «предубежденность» (2) и специфические информационные механизмы в ситуации неудачи (3) [5]. Информационная «бдительность» предполагает постоянный мониторинг, «просеивание» информации при относительном иммунитете к предвзятым мнениям. Специфические информационные механизмы в ситуации неудачи заключаются в том, что предприниматели не только не боятся говорить о своих неудачах, но и обсуждают их в группе, в отличие от менеджеров, которые склонны скрывать свои ошибки и не говорят о них в коллективах.

Б. Гилад также установил целый ряд предпринимательских характеристик в сравнении с менеджерскими. В частности, предприниматели стремятся получить информацию относительно бизнеса, из более широких источников, не обязательно связанных с конкретной проблематикой бизнеса. Вместе с тем предприниматели склонны избегать ошибок в этом информационном поиске, в то время как менеджеры стремятся избегать ошибок в их исполнительской деятельности. Кроме того, Б. Гилад сделал вывод, что деньги определяют восприятие ситуации лишь в самом начале предпринимательской деятельности, тогда как в период стабильности информационные процессы в предпринимательстве определяются как «видение» или предвидение будущего своего «дела», являющейся основной движущей силой [5].

Таким образом, существуют когнитивный и мотивационно-когнитивный подходы, отражающие предпринимателя как рационального, когнитивно сложного человека, обладающего аналитическим мышлением и уникальными информационными характеристиками. При этом существующий психоаналитический подход описывает когнитивные процессы предпринимателя как «поврежденные».

Учитывая важность сферы обработки информации и на этой основе принятие предпринимательских решений (экономическое поведение предпринимателя) необходимо рассмотреть обобщенную дескриптивную модель экономического модели Г. Саймона – теорию ограниченной рациональности [9].

Г. Саймон фокусирует внимание на том, что существует некий предел когнитивных возможностей человека, с учетом которых ученый и рассматривает не только результаты выбора, но и сам процесс принятия решений [10]. По мнению автора, человек ведет себя вполне рационально, но его интеллект и счетные способности ограничены. Зачастую он не доходит до оптимального решения, останавливаясь на каком-то приемлемом для него варианте. Таким образом, его поведение характеризуется не совершенной, а «ограниченной рациональностью».

В соответствии с теорией ограниченной рациональности, процесс принятия решений можно наглядно представить в виде двух стадий: поиск удовлетворительного варианта – принятие удовлетворительного варианта. При этом Г. Саймон отмечает, что готовых альтернатив нет, их необходимо искать предпринимателю собственными силами.

Причем в процессе поиска альтернативных вариантов нельзя максимизировать полезность в ближайшей перспективе, поскольку наличие альтернативных вариантов в предпринимательской деятельности предопределяет неопределенность результата (а) и для этого отсутствует необходимая информация (б): субъект не может заранее наверняка знать исходов каждой альтернативы, как уже говорилось ранее из-за неопределенности, не сводимой к риску – первое, из-за своих ограниченных счетных способностей – второе, и третье – из-за того, что у него, вопреки неоклассической модели, нет всеобщей и последовательной функции полезности, которая позволила бы сравнить различные альтернативные варианты [11].

Исходя из этого, предприниматель не сможет выбрать оптимальный вариант при наличии набора альтернатив. Возникает вопрос: как же экономический субъект выходит

из такой ситуации? В модели Г. Саймона это происходит следующим образом: поиск вариантов осуществляется до тех пор, пока не будет найден первый приемлемый (удовлетворительный) вариант, а затем прекращается. Возникает еще один вопрос: как определяется приемлемость или неприемлемость варианта? В данном вопросе Г. Саймон в своей теории опирается на концепт «уровень притязаний», разработанный в 1930-х гг. в психологии К. Левиным [12].

Концепция уровня притязаний объясняет, что в каждый момент времени у человека есть некоторое представление о том, на что он может рассчитывать. Уровень притязаний – это как бы висящая перед человеком планка, которую он собирается перепрыгнуть. Планка установлена не слишком низко – то, что, чересчур просто, не требует «достижения», и не слишком высоко – человек стремится к разрешимым задачам. Уровень притязаний не является застывшим, планка все время сдвигается в зависимости от результатов последнего прыжка. Если бы он был успешным, уровень притязаний поднимается вверх – человек склонен ставить себе более высокие цели. В случае неудачи и следующей за ней фрустрации уровень притязаний опускается, поскольку человек склонен более критично относиться к своим навыкам, способностям.

Вариант считается удовлетворительным в том случае, когда он позволяет человеку преодолеть планку – уровень притязаний. Очевидно, что выбор удовлетворительного варианта требует от экономического субъекта меньшей информированности и счетных способностей, чем в неоклассической модели. Иначе говоря, экономическому субъекту в данном случае достаточно интуитивного представления о том, что данный вариант выше или ниже приемлемого уровня, и нет необходимости в том, чтобы сравнивать альтернативы между собой [13].

Все эти представления, показывают общность критериев рациональности применительно к экономическому поведению предпринимателя и принятию им решений и служит некой обоснованием рассматривать интеллект человека как «ограниченный ресурс». Таким образом, согласно Г. Саймону, рациональность стратегий выборов следует рассматривать не с точки зрения соответствия внешним или количественным критериям их оптимальности, а с точки зрения соответствия мысленному плану, который – в силу ограниченности ресурсов внимания и мышления человека – всегда будут предполагать упрощение ситуации, невнимание к деталям, и в целом может быть «фатальным» в связи с эвристичным подходом экономического субъекта к анализу альтернативных вариантов [14].

Американский экономист Р. Хайнер расширил трактовку идей Г. Саймона в своей концепции, суть которой заключается в том, что экономические субъекты располагают готовым набором правил поведения, не универсальных, а применимых к наиболее часто встречающимся в экономической жизни ситуациям, которые помогают с максимальной надежностью ориентироваться в условиях неопределенности [15]. В ряде случаев отклонения от этих правил могли бы быть полезны, но в условиях неопределенности установить правильный момент для отклонения не представляется возможным. Таким образом, речь идет о выборе удовлетворительного варианта. В силу того, что набор этих правил ограничен, то поведение экономических субъектов, придерживающихся их, в условиях неопределенности можно предсказать.

Вследствие большого разнообразия набора правил, Р. Хайнер попытался формализовать свою модель инерционного поведения в следующую так называемую формулу – «универсальное условие надежности». Из анализа данной модели следует, что универсальное условие сводится к тому, что экономический субъект изменяет свое поведение, если «степень надежности» (отношение вероятности сделать выбор в правильный момент к вероятности изменить поведение не вовремя) превышает некоторый допустимый предел, который равен отношению возможного убытка от принятия решения не вовремя к возможной полезности от принятия своевременного решения. Из этого следует, что взвешивается как полезность принятия решения, так и его вероятность. Решения принимаются лишь в тот момент, когда это надежно, а в других случаях экономический субъект никак не реагирует на новую

поступающую к нему информацию, хотя в случае удачи он мог бы получить дополнительный полезный эффект. Таким образом, разработанная Р. Хайнером модель объясняет относительную негибкость экономического поведения предпринимателя, а также феномен «порогов» из психологии, суть которого: поведение меняется лишь тогда, когда внешний раздражитель превышает некоторую пороговую величину [13].

Исходя из вышесказанного, рассмотрим далее когнитивную систему предпринимателя.

В абстрактных терминах отправной точкой каждой человеческой системы является пространство потенциальных возможностей, которое можно рассматривать в контексте практических целей «безграничным». Для описания глубоких экзистенциалов человеческого бытия, абстрактно-логически можно обратиться к такой категории в квантовой физике, как «квантовый вакуум», представляющий собой более глубокий уровень квантового мировоззрения. Как отмечает Зохар Д., квантовое мировоззрение – «это есть мировоззрение, которое понимает людей как неотъемлемую часть более широких природных процессов, мировоззрение, которое обосновывает и возможность, и необходимость человеческой деятельности в развертывании этих природных процессов» [16]. То есть, квантовый вакуум происходит из физической связи индивидуально существующих самостей с этим вакуумом, он связан с той ролью, которую играют индивидуумы в выражении вакуума.

Фундаментальное основание квантового мировоззрения заключается в связи между действительной физикой человеческого сознания, потенциальной структурой человеческого общества и фундаментальной физикой, которая лежит в основе универсума (структура и процессы, лежащие в основе квантовой реальности).

Таким образом, знание этого вакуума и нашей связи с ним является важным элементом в понимании человеческой реальности и в контексте менеджмента – методология моделирования ситуаций и разработки управленческих (предпринимательских) решений должна базироваться на этой же основе, учитывая нелинейный характер развития любой экономической системы в условиях неопределенности и риска.

Квантовый вакуум – не вакуум в обычном понимании, не пустой. Напротив, как объясняют квантовые физики, квантовый вакуум наполнен всей потенциальностью, «фоновое состояние» («минимальное энергетическое» состояние) всего, что есть в универсуме – это «пространство», где непрерывно возникает и исчезает «бесконечность», бурная пена «диких» потенциальных возможностей становления. У истоков каждой человеческой системы стоит «предприниматель» – не просто экономический, а системный проактивный экономический субъект, который побуждает человеческую систему возникать и развиваться. Предприниматель, являясь человеческой системой, характеризуется своей (или ее) когнитивной системой.

Когнитивная система – это фоновое состояние между глубинной сущностью человека (индивидуально существующей самости) и мира (универсума). Когнитивная система – нечто вроде личного инструмента, позволяющего взаимодействовать с миром и в то же время она «предел и ресурс» для предпринимателя [7]. Чтобы создать кусочек мира, необходимо использовать мир.

С точки зрения предпринимателя (традиционного промышленного предпринимателя), мир (окружение предприятия) можно рассматривать как состоящий из четырех макрочастей:

- 1) природа как сырье и конечный вариант производства;
- 2) средства массовой информации как инструменты общения;
- 3) технологическая система и когнитивные ресурсы среды как оперативные инструменты;
- 4) общество (его социальные, политические, институциональные и культурные аспекты) как контекст предпринимательской деятельности.

Проблема в том, что когнитивная система предпринимателя становится все более узкой и узкой по мере того, как идет процесс самоэволюции предприятия.

На рис. 2 представлены характеристики фаз процесса самоэволюции предприятия.

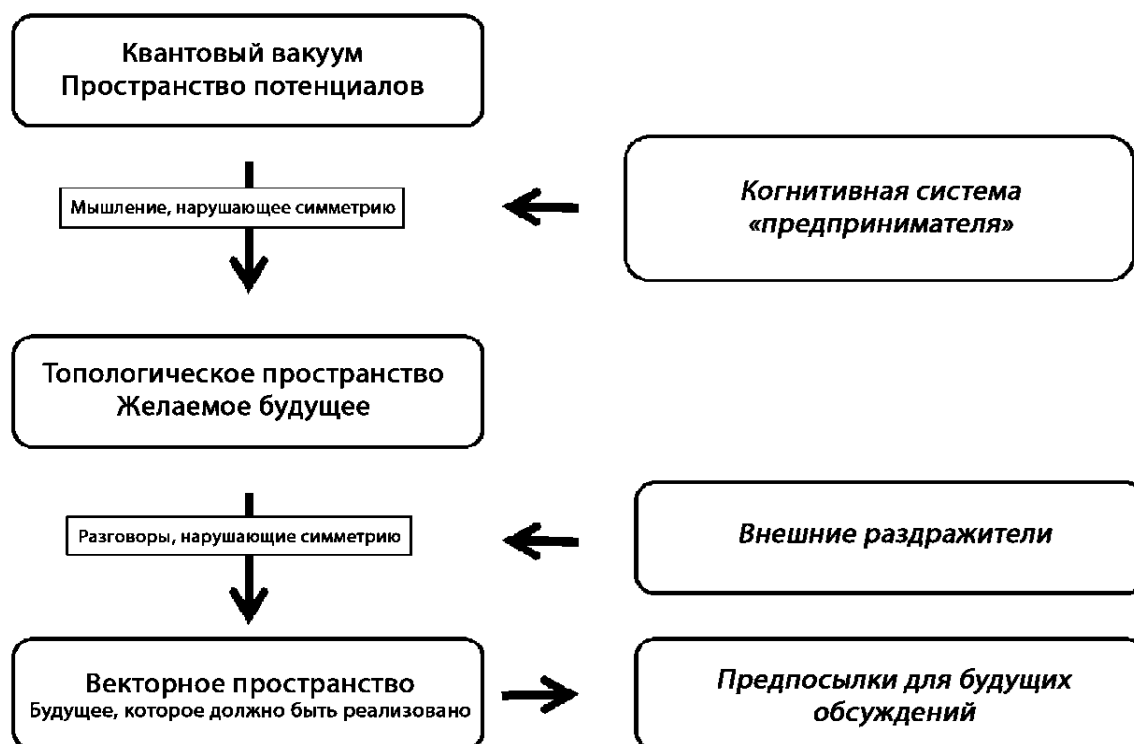


Рис. 2. Фазы процесса самоэволюции предприятия [7]

Данный рисунок иллюстрирует фазы процесса самоэволюции предприятия, где по вертикальной оси отражены ключевые этапы процесса самоэволюции, а по горизонтальной – ведущие участники, определяющие направления развития на каждом этапе.

На первом этапе, в квантовом вакууме – пространстве потенциалов – процесс запускается мышлением, нарушающим симметрию. Этот толчок задается когнитивной системой предпринимателя, способная распознать новые перспективы и определять векторы развития. Вскоре предприятие переходит в топологическое пространство – область желаемого будущего. На данном этапе присоединяются внешние раздражители, которые стимулируют диалог с окружающей средой уточняя цели и формирует смыслы. На завершающем этапе конструируется векторное пространство – будущее, которое должно быть реализовано. По итогам этого этапа возникают возможности для будущих обсуждений и действий, направленных на реализацию выбранных целей.

Без сомнений, в условиях множества неопределенностей внутренней и внешней среды предприятия когнитивная система предпринимателя наиболее полно должна быть реализована в поиске альтернатив, обработке поступающей информации, принятии оптимального предпринимательского решения в условиях априорной неопределенности и риска.

Заключение

Таким образом, результаты исследования показывают, что в условиях квантовой реальности с присущей ей неопределенностью и многовероятностью предпринимательская деятельность требует переосмысления традиционных подходов к принятию решений. Как выявлено в работе, успешное управление бизнес-структурами невозможно без учета синергетического воздействия всех видов новаций, которые синхронно и асинхронно формируют развитие предприятия. Личностные характеристики предпринимателя, включая склонность к риску и способность к постоянному обновлению знаний, выступают ключевыми факторами в снижении неопределенности и принятии обоснованных решений. Кроме того, исследование подтверждает, что когнитивная система

предпринимателя, будучи ресурсом для распознавания новых перспектив и векторов развития, должна оставаться открытой и гибкой, что обеспечивает адаптивность и устойчивость предприятия в изменчивой внешней среде. Эти выводы подкрепляются анализом когнитивных теорий и моделей ограниченной рациональности, которые демонстрируют, что предприниматель выбирает удовлетворительные, а не оптимальные стратегии, что соответствует реальной практике в условиях недостатка информации и высокой неопределенности. Предпринимательская деятельность, как и любая другая, носит полимотивированный характер, предполагает многовершинное строение мотивационно-ценностной сферы, разнообразие сценариев экономического поведения в зависимости от доминирующих критериев (стимулов) успеха и представлений о способах его достижения.

Литература

1. Бояринцева А.В. Мотивационно-когнитивные характеристики личности молодого предпринимателя: дис. канд. псих. наук. Москва: Российская академия образования Психологический институт, 1995, 249 с.
2. Карандеев А.А. Методы исследования конфликтного взаимодействия самообучающейся системы с внешней средой в условиях неопределенности: дис. канд. техн. наук. Москва: Институт прикладной математики имени М.В. Келдыша Российской Академии Наук (ИПМ РАН), 2022. 129 с.
3. Корнилова Т.В. Психологическая регуляция принятия интеллектуальных решений: дис. д-ра псих. наук. Москва: МГУ им. М.В. Ломоносова, 1999, 464 с.
4. Россолов П.Г. Экономическое поведение россиян: институциональные и этносоциальные детерминанты развития: дис. канд. соц. наук. Ростов-на-Дону: Ростовский государственный университет, 2004, 167 с.
5. Ronen J. The rise and decay of entrepreneurship: A different perspective // Journal of Behavioral, Elsevier. Vol. 18(3), 1989., p 167-184.
6. Warneryd K.-E. The psychology of innovative entrepreneurship Handbook of economic psychology. -Dordrecht, Boston, London., 1988., p. 404-447.
7. Francesco Zanotti. "Quantum Governance of Development": Prolegomena for a General Theory and The Case of An Enterprise // International Journal of public and private management. V.1, No 1, 2014., p. 52-70.
8. Benjamin Gilad, Tamar Gilad The Business Intelligence System: A New Tool for Competitive Advantage // NY: American Management Association. New York. 1988. P. 264.
9. Simon H.A behavioral model of rational choice // Quart. J. Econ. 1955. Vol. 69. Idem. Models of man. N.Y., 1957. P. 69.
10. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // Теория и история экономических и социальных институтов и систем. М., 1993. С.27.
11. Simon H. Rational decision-making in business organizations // The American Economic Review, 1979. P. 285.
12. Lewin K.A dynamic theory of personality. 1935. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.org/details/dli.ernet.234139>.
13. Шумпетер Й. Теория экономического развития/Пер. с нем. М.: Прогресс, 1982(1912). [пер. с нем.: В.С. Автономов, М.С. Любский, А.Ю. Чепуренко; пер. с англ.: В.С. Автономов и др.]. - Москва: Эксмо, 2007. – С. 861.
14. Черныш А.Я. Внешнеторговые и таможенные факторы развития инновационной экономики: учеб. пособие / А.Я. Черныш, Ю.Е. Гупанова, С.В. Курихин. М.: Изд-во Российской таможенной академии, 2013. 114 с.
15. Heiner R. The origin of predictable behavior // Amer. Econ. Rev. 1983. N 4. P. 560-593
16. Zohar D., Marshall I. The Quantum Society: Mind, physics and a new social vision. London: Bloomsbury. 1945. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.org/details/quantumsocietymi00zoha>.