

УДК 330.35

А.А. Хрысева, И.А. Езангина, А.В. Глебова

Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА НА ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ

Ключевые слова: бизнес-среда, формирование бизнес-среды, внешняя среда, внутренняя среда, цифровая бизнес-среда.

Преимущественно уделено особое значение анализу формирования современной бизнес-среды. Для этого были выявлены существенные изменения в бизнес-среде, которые произошли в течение нового века, исследована динамика факторов экономического роста, влияющих на формирование бизнес-среды, систематизированы новые подходы к пониманию современной бизнес-среды, которые позволили выявить её общие черты, а также пересмотрено восприятие изменений бизнес-среды не только с традиционной точки зрения, но и как макропроцессы. Итоги этих задач сгруппированы в основные подходы, предназначенные для выживания компаний в существующей бизнес-среде. Знания в этой области значительно укрепят как научный, так и управленческий контроль над бизнес-средой, что может помочь в стратегическом прогнозировании и навигации.

A.A. Khryseva, I.A. Ezangina, A.V. Glebova

Volgograd State Technical University, Volgograd

ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF THE IMPACT OF ECONOMIC GROWTH FACTORS ON THE FORMATION OF THE MODERN BUSINESS ENVIRONMENT

Keywords: business environment, business environment formation, external environment, internal environment, digital business environment.

The state of any organization depends directly on a comprehensive study of the internal and external business environment. Mostly given special importance to the analysis of the formation of the modern business environment. For this, significant changes in the business environment that have occurred during the new century were identified, the dynamics of economic growth factors influencing the formation of the business environment were studied, new approaches to understanding the modern business environment were systematized, which made it possible to identify its common features, as well as the perception of changes in the business environment was revised not only from a traditional point of view, but also as macro-processes. The results of these tasks are grouped into basic approaches designed for the survival of companies in the existing business environment. Knowledge in this area will greatly enhance both scientific and managerial control over the business environment, which can help in strategic forecasting and navigation.

Введение и цель исследования

Одним из подходов к экономическому развитию является улучшение бизнес-среды. Это объясняется тем, что темпы экономического роста любой страны зависят от наличия крупных, превосходных и передовых компаний. Для начала и продолжения бизнеса, им необходима благоприятная бизнес-среда, чтобы они могли в ней свободно и как можно легче работать.

Весомость всестороннего изучения бизнес-среды как целостной концепции в области исследований бизнеса и управления значительна, поскольку характер, состояние и обстоятельства любой организации зависят от неё непосредственно. К тому же динамичность бизнес-среды и вытекающая из нее неопределенность склоняют компании адаптироваться, поэтому им следует тщательно анализи-

ровать все компоненты бизнес-среды, чтобы они могли нормально функционировать и развиваться. Также знания в этой области значительно укрепят как научный, так и управленческий контроль над бизнес-средой, что может помочь в стратегическом предвидении и навигации.

Цель данной статьи – выявить существенные изменения бизнес-среды, которые произошли в течение нового века, а также пересмотреть их восприятие не только с традиционной точки зрения, но и как макропроцессы.

Чтобы рассматривать эти изменения, нужно понять реальность, в которой они произошли. В настоящее время «управленческая реальность» характеризуется такими мегатенденциями как цифровизация, глобализация и забота об окружающей среде. Она наделяет бизнес-кон-

текст нашего мира системностью, сложностью и изменчивостью.

50% компаний не преодолевают отметку 5-го года с момента создания и еще 70% терпят неудачу к 10-му году. Другими словами, более половины компаний в конечном итоге терпят крах [1, с. 103]. Поэтому, несмотря на пессимистическую статистику, так важно исследовать любые попытки решения проблем, связанных с изменением бизнес-среды.

Бизнес-среда особенно рассматривалась в течение последних двух десятилетий и упоминалась в литературе как связующее звено между микроэкономикой и макроэкономикой [2, с. 11].

Само определение исследуемого объекта в нашей работе звучит следующим образом: «бизнес-среда – это все, что включает в себя компания, и это все, что находится за отраслевыми границами или пределами организации» [3, с. 2].

При таком подходе бизнес-среда делится на внутреннюю и внешнюю, экономическую и неэкономическую.

Рассматриваемая с макроэкономической точки зрения, она относится:

- 1) к преобладающей системе ценностей в обществе;
- 2) законам, принятым государством;
- 3) правилам, регулирующим экономику;
- 4) денежно-кредитной политике, проводимой центральным банком; налогово-бюджетной политике, контролируемой центральным и местным правительством;
- 5) институциональной инфраструктуре;
- 6) политике внешней торговли;
- 7) позиции правительства и политике иностранного капитала и предприятий [4, с. 244].

Материалы исследования

В качестве примера рассмотрим наиболее важные моменты для бизнеса, то есть каким образом проявляются и отличаются внутренняя и внешняя среда в бизнес-предприятии.

Внутренняя среда определяет, насколько быстро фирма распознает возможность, а также насколько быстро она ею воспользуется. Она относится к настройке организации с точки зрения ее структуры, ресурсов, навыков и способности предоставлять товары и услуги. Кроме того, приобретение навыков

и ресурсов важно для фирмы, чтобы создать сильный внутренний потенциал и реагировать на рыночный спрос.

С другой стороны, внешняя среда представляет деловое и регулирующее сообщество организации и является одним из основных непредвиденных обстоятельств, с которыми фирма сталкивается за пределами своих границ. Она важна не только как источник деловых возможностей, но и, наоборот, может стать серьезной проблемой для фирмы. Фирмы, работающие в динамичной среде с быстрыми изменениями, могут иметь неопределенную прибыльность и, следовательно, должны постоянно искать новые возможности [3, с. 4].

Понимание этих факторов поможет в дальнейшем целостном изучении концепции «бизнес-среды».

Даниэль Насименто-и-Сильва и др. говорит, что воздействие внешних факторов не поддается контролю, но может быть смягчено. Основная проблема организаций заключается в воздействии на них внешних факторов, что приводит к снижению их производительности и конкурентоспособности. Зная, что эти факторы невозможно контролировать, необходимо иметь достаточную структуру и механизмы для их приема, чтобы осложнения этих наборов факторов мало влияли на принятие решений внутри организации, а также для смягчения их ущерба [3, с. 5].

Обратим внимание на то, что факторы, которые характеризовались выше, являются изменяемыми, на которые фирма не всегда может самостоятельно повлиять. Быстрые изменения в бизнес-среде представляют угрозу для выживания бизнеса, как говорилось ранее. Теперь крайне важно обратиться к неизменным факторам, являющимися основой устойчивости, на которые может опираться любой бизнес.

Были выявлены три неизменных ядра, на которых рекомендуется стоять каждому бизнесу. К ним относятся фактор людей, фактор цели и фактор принципа. Благодаря им бизнес-компания может существовать в среде бизнес-изменений.

Организация лучше всего процветает с правильными людьми, часто с одной и той же группой людей; организация – это сущность с идентичностью, и такая идентичность обеспечивает стабиль-

ность посреди изменений; и успех в бизнесе хорошо коррелирует с прочными, вечными принципами [1, с. 96].

Они «неизменны» в том смысле, что эти факторы обеспечивают стабильность организации. Постоянно менять людей, цель и принятие/нарушение принципов, снизит способность организации справляться с изменениями в бизнесе.

Эти три неизменных ядра, на которые точно может повлиять каждая организация, способствуют стремлению к укреплению своих позиций.

Влияние факторов «бизнес-среды» происходит не только на компании, но и на страны и регионы. В действительности общий балл бизнес-среды оказывает значительное положительное воздействие на экономическое развитие, что предоставляет исследование показателей бизнес-среды стран с формирующимся рынком (страны Е30).

Хорошая бизнес-среда привлекает иностранные инвестиции, а приток частного капитала в форме прямых иностранных инвестиций (ПИИ) может способствовать экономическому развитию и сокращению бедности, что является серьезной проблемой для стран с формирующимся рынком в процессе структурных преобразований. Кроме того, бизнес-среда отражает систему управления в стране или регионе [5, с. 239].

Наиболее широкое распространение получили три отчета о бизнес – среде в разных странах, которые хорошо себя зарекомендовали. Первый – «Global Competitiveness Report», ежегодно выпускаемый Всемирным экономическим форумом. Второй – «Business Environment Rankings», публикуемый каждые 5 лет «The Economist Intelligence Unit», подразделением «The Economist group». И третий – «Doing Business», публикуется Всемирным банком.

Во всех трёх глобальных рейтингах лучшим образом выделяются Сингапур, Канада, Швейцария, Германия, Гонконг, Дания, Норвегия, США, Нидерланды, Финляндия, Швеция, Новая Зеландия и др [6], [7].

«The Economist Intelligence Unit» в своём рейтинге 2021 года в тройку лучших включил Сингапур, Канаду и Швейцарию [8].

В 2021–2025 годах Сингапур останется лучшей страной в мире для ведения

бизнеса. Общий балл бизнес-среды укрепитя в прогнозируемом периоде благодаря продолжающимся усилиям правительства по улучшению бизнес-среды [8]. Этот результат не удивителен, именно эта страна уже многие годы не уступает никому места в легкости ведения бизнеса.

Канада же поднялась на второе место (из 82) в глобальном рейтинге бизнес-среды в 2021–2025 годах с 11-го места в 2016–2020 годах. И она сохраняет первое место в региональном рейтинге стран G7 [8].

Швейцария также, как и Сингапур не изменила своё положение в мировом рейтинге, оставаясь на третьей позиции. Но преуспела в региональном рейтинге 18 западноевропейских стран. Швейцария поднимается на первое место в 2021–2025 годах со второго места в период 2016–2020 годов.

На вопрос «почему именно эти страны вышли лидерами в благоприятности ведения бизнеса?» ответ может быть краток. У них существует стабильная и эффективная инфраструктура для поддержки бизнеса, финансового посредничества и обеспечения исполнения контрактов.

Ведение бизнеса определяет улучшение бизнес-среды как одну из основных задач для развивающихся стран и считает ее необходимой для создания рабочих мест, сокращения бедности, предпринимательства и повышения уровня жизни людей [2, с. 11].

В конце 20-го и начале 21-го веков, то есть до появления и распространения цифровизации, бизнес-среда в основном имела следующие характеризующие её элементы:

- 1) либерализация экономической среды, в которой действуют предприятия;
- 2) технико-технологическая революция;
- 3) укороченный жизненный цикл продукции;
- 4) гибкие организационные структуры;
- 5) развитые партнерства;
- 6) рост вспомогательных видов деятельности;
- 7) глобализация;
- 8) возникновение различных форм кризисов;
- 9) наличие всех высоковероятных и труднопрогнозируемых потребностей;
- 10) глобальный спад [9, с. 26].

Таблица 1

Процесс формирования бизнес-среды

Исследование	Мобилизация	Стабилизация
<ul style="list-style-type: none"> • Видение и осмысление (INNO). • Формирование повестки развития (INNO). • Совместное/сетевое обучение (INNO). • Изучение – разработка прототипа бизнес-модели (INNO). • Осмысление и продвижение программы (INF). • Обеспечение осуществимости – снижение неопределенности (INF) 	<ul style="list-style-type: none"> • Формирование инновационной сети (COAL) – влияние, мотивация, легитимация. • Совместное формирование целей и намерений, указание направления (COAL). • Организация стратегической сети (COAL + INNO) – совместное создание системы ценностей. • Строительство экосистемы (COAL + INNO). • Ранняя институционализация – патентование, нормообразование (INF) 	<ul style="list-style-type: none"> • Расширение бизнеса – постепенные улучшения в производстве, логистике, распространении (COAL). • Консолидация/расширение экосистемы (COAL). • Институционализация – влияние/участие регулирующих органов, отраслевых ассоциаций (INF). • Формирование отраслевых рецептов (INF). • Консолидация технологий – постепенные улучшения, формирование траектории (INNO)

Источник: составлено авторами на основе [10].

Результаты исследования

В настоящее время появились новые перспективные подходы, сильно взаимосвязанные между собой, к исследованию бизнес-среды в современном менеджменте, объясняющие комплексно некоторую сложность окружающей среды, с которой сталкиваются современные компании.

Этих сгруппированных подходов четыре: бизнес-сферы, бизнес-сети, бизнес-экосистемы и рыночные системы. Каждый подход имеет свои конкретные цели:

– бизнес-сферы: понять структуру и эволюцию бизнеса как сферы социальной деятельности, сформировать нормы/правила, регулирующие поведение акторов, конкурировать за создание и влияние на правила и социальные структуры;

– бизнес-сети: понять структуру и эволюцию макросетей, оценить характеристики стратегических сетей и найти эффективные возможности и организационные решения;

– бизнес-экосистемы: понять бизнес-среду как экосистему (макроперспектива), описать и проанализировать очаговые экосистемы как способы организации бизнеса, изучить требования управления экосистемами.

– рыночные системы: понимать рынки как сложные социо-технические-материальные системы, а не простые

уравнители спроса и предложения; для достижения рыночных инноваций: изменение существующих рыночных структур и методов для увеличения создания стоимости [10, с. 382].

У всех этих подходов выделяются общие черты для понимания любой современной бизнес-среды. Её описывают такими словами как многоуровневость; мультимодальность, то есть переплетение социальных, экономических, политических и технологических аспектов, и переходный характер, обозначающий постоянную смену среды и ее частей.

В одном исследовании предлагают три основных этапа формирования и трансформации бизнес-среды компании: исследование, мобилизация и стабилизация. В таблице представлены основные аспекты первоначального формирования бизнес-среды и последующих процессов трансформации представляются посредством инновационных процессов (INNO); процессов формирования коалиций (COAL); и институционализации процессов и влияние на них. (INF).

На этапе исследования, агломерации, занимающиеся исследованиями и разработками, способствуют созданию прорывных инноваций (INNO), подобно тому, как Силиконовая долина способствует развитию компьютерных инноваций. Такие «горячие точки» объ-

единяют акторов с различными ресурсами и способностями (предпринимателей, различные исследовательские институты и подразделения, венчурные капиталисты, консультанты, крупные действующие лица и т. д.) и характеризуются ориентацией на будущий бизнес и культурой принятия риска. Инновации, даже радикальные, представляют собой смесь нового, заимствованного и трансформированного. Из-за этого знания и ресурсы, а также культурные ценности всей бизнес-среды являются ключевыми.

Практически все значимые бизнес-инновации носят системный характер, задействуя несколько баз знаний и технологий. Из-за этого их успешное строительство требует мобилизации совместных коалиций (COAL). Мобилизация тесно связана с ранним продвижением бизнес-программы (этап исследования), основное отличие которого заключается в том, что формирование коалиции включает в себя все более конкретные цели, организацию и координацию. Существенным аспектом, обуславливающим мобилизацию, является то, в какой степени социальные и правовые институты поддерживают сотрудничество не только между коммерческими фирмами, но и между фирмами, университетами, НПО и государственными учреждениями. Широкое сотрудничество является критически важным аспектом всех крупных инновационных прорывов.

Фаза стабилизации бизнес-среды (преобразования) характеризуется поведением и действиями различных участников (отдельных лиц, организаций, коалиций) для консолидации, расширения и институционализации созданных бизнес-решений и лежащих в их основе организационных, инфраструктурных и институциональных основ. Включает в себя расширение и распространение процесса создания стоимости, разработанного на этапе мобилизации, и защиту ценностей основной бизнес-экосистемы от существующих конкурентов путем постоянного улучшения различных подсистем. Если центральная компания потеряет свою ловкость, вся экосистема может рухнуть, о чем свидетельствует быстрый упадок Nokia Mobile Phones

в конце 2000-х годов и многих фирм, которые зависели от нее [10, с. 386-387].

Эти микропроцессы формирования демонстрируют, во-первых, многоуровневый, а во-вторых, динамический / развивающийся характер бизнес-среды.

Перенос рынка в виртуальное пространство сети интернет открыло много возможностей для бизнеса и включило в себя большое количество особенных ресурсов для бизнес-инструментария.

Благодаря этому результатом цифровых преобразований стало формирование цифровой бизнес-среды и её маркетингового потенциала, предоставляющих не только эффективный бизнес-инструментарий для предпринимательства, но и пространство реализации процесса потребления для покупателей [11, с. 844].

Изменения неизбежны в сегодняшнюю эпоху быстрого распространения информации. Смещение потребительских предпочтений от покупок в обычных магазинах к покупкам в Интернете оказало огромное влияние на формирование цифровой бизнес-среды.

Таким образом, цифровую бизнес-среду можно определить как виртуальное пространство предпринимательской активности субъектов рынка, их взаимодействия друг с другом и с потребительской аудиторией, сформированное совокупностью виртуальных рынков, а также информационно-коммуникационным потенциалом [11, с. 842].

Нынешняя пандемия COVID-19 вызвала массовые изменения и повлияла на каждый бизнес, что требует от бизнес-организаций быстрого реагирования, адаптации к изменениям и восстановления сил. С тех пор в литературе получили широкое распространение такие термины как гибкая организация, гибкое управление, адаптивность организации для решения этих проблем.

Неспособность продолжать игру изменений в новой цифровой бизнес-среде может привести к моральному устареванию, потере доли рынка и сокращению прибыли. А также отказ от изменений может быть дорогостоящим вариантом. Это справедливо для бизнеса, где каждый игрок стремится получить конкурентное преимущество на рынке [1, с. 96].

Выводы

Таким образом, бизнес-среда представляет собой все факторы, влияющие на решения, результаты и организацию компании. Помня об этом, предприятию следует тщательно анализировать все компоненты бизнес-среды, чтобы оно могло нормально функционировать и развиваться [4, с. 244].

Бизнес-среда никогда не стоит на месте: она постоянно формируется и трансформируется посредством исследования, мобилизации и стабилизации.

Она характеризуется острой конкуренцией, экономической интенсивностью, технологическими изменениями, обменом информацией, неопределенностью в отношении государственной политики и другими факторами, которые могут угрожать будущему компании [3, с. 2].

Организации могут использовать множество подходов для выживания в существующей бизнес-среде. Этими подходами могут быть: и простая адаптация, особенно если фирме не хватает видения или ресурсов для активного изменения своей среды; и поддержка чьих-либо усилий по формированию; и сотрудничество с другими фирмами и с другими типами участников (такими как группы защиты прав потребителей); и формирование образа мышления, который уделяет процессам не меньше внимания, чем результатам.

Только максимально смягчив нестабильность современной сложной бизнес-среды, улучшив качество каждого элемента, из которого она состоит, можно двигаться в сторону лучшего корпоративного управления.

Библиографический список

1. FOO, Alex Tun-Lee et al. The Changeless Core in a Changing Business Environment. *Journal of Business Management and Accounting*. 2020. vol. 10. no. 1. P. 95-107. DOI: 10.32890/jbma2020.10.1.6.
2. Khzaei M., Azizi M. How financial performance of world's top companies are related to business environment? *Applied Economics*. 2020. P. 15. DOI: 10.1080/00036846.2020.1803487.
3. Kinange U., Patil N. Business Environment: The Concept and A Literature Review, 11th International Conference on Shifting Paradigm in Business Economy and Society: Vision 2050. Pacific University. Udaipur. India. 2020. P. 10.
4. Vučković M., Bobek V., Maček A., Skoko H., Horvat T. Business environment and foreign direct investments: the case of selected European emerging economies. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. 2020. P. 243-266. DOI: 10.1080/1331677X.2019.1710228.
5. Liu Q. Business Environment in Emerging Market Countries. *Global Journal of Emerging Market Economies, Emerging Markets Institute, Beijing*. 2021. no. 13 (2). P. 239-264. DOI: 10.1177/09749101211004381.
6. Doing business 2020. The World Bank [Электронный ресурс]. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/32436> (дата обращения: 07.03.2022).
7. Schwab K. The global competitiveness report 2020. World Economic Forum [Электронный ресурс]. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2020> (дата обращения: 07.03.2022).
8. The Economist Intelligence Unit Limited [Электронный ресурс]. URL: <https://country.eiu.com/All> (дата обращения: 06.03.2022).
9. Jovanović T. Modern Business Environment – Challenge of the Quality of Modern Corporate Governance. 2017. P. 5. DOI: 10.15308/finiz-2017-25-29.
10. Möller K., Nenonen S., Storbacka K. Networks, ecosystems, fields, market systems? Making sense of the business environment, *Industrial Marketing Management*. 2020. vol. 90. P. 380-399. DOI: 10.1016/j.indmarman.2020.07.013.
11. Яковлева Ю.К. Цифровая бизнес-среда и её маркетинговый потенциал как результат процессов цифровизации в экономике и обществе / Ю. К. Яковлева, А. А. Попова // *Управленческий учет*. 2021. № 9-3. С. 834-845. DOI: 10.25806/uu9-32021834-845.