

УДК 338.12.017

E.D.Schetinina, E.S.Krasnoperova

THE BUSINESS ENVIRONMENT OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE AND THE PRINCIPLES OF ITS STUDY IN THE NEW ECONOMY

The article presents the results of a study of the nature and content of such important categories economy, business environment, which determines the potential and efficiency of enterprises, regardless of ownership, size and product manufacturers profile. It is established that the existing approaches to the study of the business environment of enterprises instrumentally and informationally restrict managers in choosing their economic decisions, especially strategic ones. In this regard, the three-pronged task was to identify fundamental changes in the methodology of analyzing the business environment, and therefore these principles themselves; to study and describe the multicomponent composition of business environment factors in the context of globalization and digitalization; to find new approaches to the study of the business environment. These methodological approaches should be taken into account as the development of the theory of economics, marketing management of the external and internal environment of the enterprise, as well as practical experience gained in this field in the 21st century. This is the attempt made in the article. The features of the business environment of industrial enterprises (DSPP), its specific differences from the environment of trade, financial and other organizations are identified, an expanded set of parameters for its assessment and identification attributes are proposed. The methodological conclusion that management should choose strategic directions of development depending on the level of these attribute parameters is justified.

Keywords: enterprise, business environment, principles of studying the business environment.

Е.Д. Щетинина¹, И.С.Красноперова²**ДЕЛОВАЯ СРЕДА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРИНЦИПЫ ЕЁ ИЗУЧЕНИЯ В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

В статье изложены результаты исследования сущности и содержания такой важной категории экономики, как деловая среда, которая детерминирует потенциальные возможности и результативность деятельности предприятий, независимо от формы собственности, размера и ассортимента профиля производителя. Установлено, что существующие подходы к исследованию деловой среды предприятий инструментально и информационно ограничивают управленцев в выборе их экономических решений, особенно стратегических. В связи с этим ставилась триединая задача выявления принципиальных изменений в методологии анализа бизнес-среды, а, следовательно, и самих этих принципов; изучения и описания многокомпонентного состава факторов деловой среды в условиях глобализации и цифровизации; нахождения новых подходов к исследованию бизнес-окружения. Эти методологические подходы должны учитывать как развитие теории экономики, маркетингового управления внешней и внутренней средой предприятия, так и практический опыт, накопленный в этой сфере в XXI в. Именно эта попытка была предпринята в статье. Выявлены особенности деловой среды промышленных предприятий (ДСПП), её специфические отличия от среды торгово-финансовых и иных организаций, предложен расширенный состав параметров её оценки и идентификационные атрибуты. Обоснован методологический вывод о том, что в зависимости от уровня этих атрибутивных параметров менеджменту следует осуществлять выбор стратегических направлений развития.

Ключевые слова: предприятие, деловая среда, принципы изучения деловой среды, турбулентность, индикаторы.

DOI: 10.36807/2411-7269-2021-1-24-23-29

¹ Щетинина Е.Д., заведующая кафедрой маркетинга, доктор экономических наук, профессор; Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород

Schetinina E.D., Head of the Marketing Department, Doctor of Economics, Professor; Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov, Belgorod

E-mail: schetinina@inbox.ru

² Красноперова И.С., аспирант кафедры маркетинга; Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, г. Белгород

Krasnoperova E.S., Postgraduate of the Department of Marketing; Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov, Belgorod

Введение. Существенные изменения в современной социально-экономической среде, цивилизационные сдвиги и проблемы общечеловеческого характера ставят перед наукой и практикой XXI в. ряд новых поисковых задач, вызывают необходимость исследования на новой парадигмальной основе возникших противоречий и закономерностей новейшего времени, в частности, способа существования в цифровой среде [1], [2]. Это похоже на замену воды в аквариуме – с привычной на какую-то новую жидкость с неизвестными свойствами. Деловая среда – понятие весьма обширное, ёмкое и сложносоставное. Не подлежит сомнению тот факт, что она активно влияет на деятельность фирм, в том числе промышленных, и без её учёта невозможно разработать успешную стратегию их развития. Понятие деловой среды шире, чем маркетинговой, хотя они близки по смыслу, представляя собой совокупность факторов различного характера, которые определяют условия работы на тех или иных рынках, в отраслях, в отношении того или иного бизнеса.

Известные подходы к изучению деловой среды, в том числе промышленных предприятий (ДСПП), требуют развития в новых экономических условиях с учётом цифровизации, сетизации, появления новых институтов и трансформации законодательства многих стран, возрастающей турбулентности состояния хозяйственных систем, смене трендов потребления, экологических ограничений.

Методы исследования. Исследование принципов анализа деловой среды невозможно без рассмотрения и учёта общих принципов современной экономической науки, основанной на системно-холистическом подходе, диалектике, теории ресурсов, теории фирмы, теории равновесия, рыночного механизма и т.д. Основной предпосылкой явились базовые принципы изучения явлений и условий политико-экономического, экологического и социального характера, образующих деловую среду, которые стали формироваться, начиная с Адама Смита (1776) и Дж. Рикардо, затем ключевой фигурой в этом смысле выступил К. Маркс и далее Дж.М. Кейнс с И. Шумпетером. В процессе разработки схемы изучения и оценки ДСПП использованы концепции цикличности и устойчивости развития, турбулентности среды, аппарат комплексного измерения деловой активности, сложившийся к настоящему времени. Применены также модели анализа конкурентной среды М. Портера, инструментарий факторного анализа, использован атрибутивный подход, а также индексный метод.

Результаты.

Прежде всего, отметим, что принципы экономики как основные для прикладных методологий и технологий не могли не изменяться с течением времени. Тем более что учёными была взята на вооружение только одна часть труда А. Смита, и "не замечена" более важная, ради которой он и добавил главу о богатстве народов. Между тем эта более важная часть посвящалась моральной основе экономики, поскольку Смит был убеждён, что свобода "экономического человека" неизбежно будет развивать в нём эгоизм, жадность и прочие низшие черты. Однако интереса смитовская "моральная экономика" тогда не вызвала, и напрасно, как со всей очевидностью показало наше время. Возможно, цифровая экономика вызовет необходимость возвращения к этой ценнейшей стороне труда мыслителя, "отца" мировой экономики, требуя, в частности, социальной защиты для высвобождаемых работников.

Что касается маркетинговых принципов изучения деловой среды предприятия, то они в известной мере оформились к середине 60-х гг. XX в., не слишком отличаясь по своим доминирующим концептам и методическому инструментарию в разных странах – из тех, кто встал на рыночные рельсы – раньше или позже, включая Россию. Системы менеджмента, однако, использовали несколько различные теории анализа деловой среды – соответственно исповедуемым принципам экономической науки или её ответвлениям. Наиболее значимую, если не определяющую роль изучению среды придавала американская школа маркетинга, затем западная и в меньшей мере – восток.

Уточним, что принцип – логическое основание какой-либо системы, функционала, структуры. Также принципы определяют как нормы, правила и способ мышления и поведения учёного, исследователя или руководителя. Первоначало (от греч.), служащее исходной посылкой развития теории, учения, определяющее убеждения и взгляд наблюдателя на объект.

Рассмотрим генезис трансформации принципов и подходов к изучению деловой и маркетинговой среды предприятия и собственно дефиницию этого понятия. **Деловая среда** – это комплекс факторов непосредственного окружения организации, являющийся составной частью внешней **среды**, к которым относятся поставщики, потребители, конкуренты, финансовые организации и органы власти. Внимание к деловой среде неуклонно растёт. Суть в том, что прибыль создаётся во внешней среде в большей степени, чем во внутренней.

Таблица 1 – Генезис принципов и подходов к изучению деловой среды предприятия

Этапы	Принципы и характерные черты
Конец XIX – начало XX вв.	Знание нужд и покупательских возможностей клиентов
1930–1960 гг. и по наст. время	Цикличность и её учёт (этапы экономического цикла, ЖЦ компаний, продукта)
1960–1980 гг. и по наст. время	Наличие внешней и внутренней среды, ромб конкурентоспособности – 5 сил
1980 и по наст. время	Конкурентный анализ, динамические тренды
1985 и по наст. время	Индексные методы, деловая активность (ДА), в том числе глобальная (индекс PMI) и средние значения ДА по предприятиям отрасли, региона, страны
1990 и по наст. время	Системность, комплексность, холистический подход
2000–2020 гг.	Принцип влияния наблюдателя на наблюдаемый объект, Управление деловой средой на базе платформ и "больших данных"

Нам важно уяснить – что изменяется в методологии анализа ДСПП сегодня – новые понятия, проясняющие сущность, новые объекты анализа, новые взаимосвязи и пр. Например, это могут быть новые угрозы (биологическая), новые среды (цифровая), виды позиции фирм (социально-ориентированные), конкурентный потенциал и его образующие, методы влияния на целевую аудиторию, устранение человеческого фактора при принятии решений. Возрастающая мобильность ресурсов, особенно в условиях удалённого режима работы, с одной стороны – снижает их стоимость, однако это вызывает и больше противоречий между элементами бизнес-процессов.

Происходящий перенос реальной промышленности в виртуальную среду кардинально изменяет экономику и вместе с ней общественную организацию [3]. Стоит отметить, что есть два пути цифровизации – рыночный и государственно-плановый. В зависимости от того, по какому пути пойдёт та или иная страна, будет складываться деловое поле. Учёт в цифровой экономике имеет более высокий уровень, а также предполагается активное обратное влияние.

Инфраструктура ДСПП тоже видоизменяется, качество её функционирования должно рассматриваться как параметр ДСПП. Что происходит с рисками – они растут или наоборот? Вопрос дискуссионный в высшей степени.

Таким образом, теоретико-методологическая задача для нас в настоящее время сводится к двум подзадачам:

- что концептуально нового вносит цифровизация в исследования ДСПП;
- как меняется инструментарий этих исследований.

На наш взгляд, можно утверждать, что расширяется и конфигуративно меняется ЦЕЛЬ АНАЛИЗА ДСПП. Помимо традиционных целей, таких как оценить благоприятность ДСПП, это сегодня выявление драйверов развития производства, инноватики, капитализации активов.

Вспомним, что анализ деловой среды промышленного предприятия (ДСПП) включает несколько аспектов. Опишем их с точки зрения фокусирования исследований и их содержания.

Прежде всего, в моделях рыночной экономики изучается конъюнктура – общехозяйственная и товарных рынков, где действует или предполагает действовать предприятие. Конъюнктура – состояние совокупного спроса и предложения на уровне крупной системы – мировой или национальной экономики или отрасли. Она увязывается с конкретно-историческими условиями бизнеса, страны, её особенностями в части поведения экономических субъектов, отношения к сбережениям и кредитам, к рекламе и СМИ, ценности и пр.

Второй аспект – деловая активность бизнеса. Она подразумевает и конкурентную активность. Деловая активность рынка, особенно услуг, оценивается числом сделок, например, на рынке ценных бумаг, недвижимости, страховых услуг, в том числе, по их видам. Также учитываются цены готовой продукции и цены на составляющие себестоимости, их тенденция, объёмы вырученных средств, уровень занятости, новые заказы. Де-

ловая активность – многоуровневая категория: она используется и в макроисследованиях, и на уровне регионов, а также для отдельных организаций [7], [11].

Ещё один аспект деловой среды – инвестиционная среда и её благоприятность, привлекательность, риски и условия получения кредитных ресурсов. Известно, что существуют мировые инвестиционные циклы (24–26 лет), определяющие сроки обновления основных фондов и стоимость кредитных ресурсов.

Маркетинговая среда – она отражает ряд факторов, влияющих на рыночное положение фирмы, стратегию её поведения, объёмы продаж, виды продвижения и интенсивность маркетинга, а также на экономические параметры: доступность ресурсов и их цену, прибыль и рентабельность. Как известно, маркетинговая среда имеет различный уровень охвата: локальный, региональный, национальный и мировой, что зависит от масштаба деятельности предприятия. Она включает такие ключевые элементы, как потребители, конкуренты, поставщики и посредники, контактные аудитории, СМИ.

Деловая среда шире, чем маркетинговая, но существенно детерминирована ею, эту среду можно условно подразделить на два фрактала – конъюктурно-рыночный и социально-психологический. Однако взаимосвязь их весьма существенна: так, трудно отделить факторы благоприятности ДСПП, в частности, по поведению потребителей, поэтому целесообразно применить для обозначения составляющих среды понятие фракталов. Под ним понимаем самоподобное множество, объект, в точности или приближённо совпадающий с частью себя самого, т.е. целое имеет ту же форму, что и одна или более частей.

В состав ДСПП следует включить также природно-физический фрактал и, учитывая тренды цифровизации, фрактал "цифровая среда".

На Рис. 1 представлена предлагаемая нами фрактальная структура деловой среды предприятия.

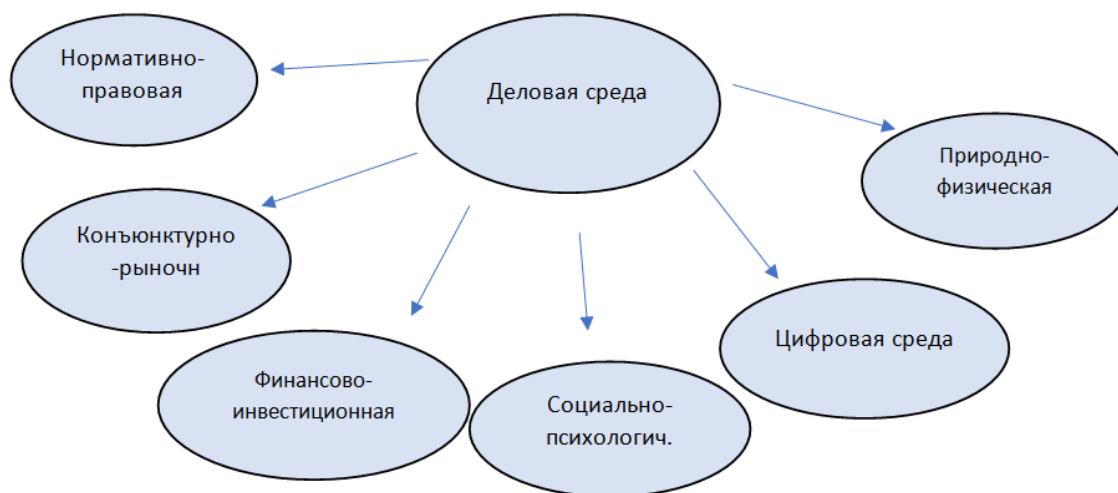


Рис. 1 – Составляющие-фракталы ДСПП

Отметим, что ДСПП имеет различный охват. Для ДСПП регионального уровня важны такие интегральные показатели, как:

1) интегральный параметр социально-экономического развития, рассчитываемый, в частности, по методике А. Ревайкина (ИПСЭР1), учитывающий экономические и социальные показатели региона с упором на ВРП;

2) интегральный показатель социально-экономического развития, рассчитываемый по методике Г. Губанова (ИПФЭР2), отражает большей частью финансово-экономические показатели региона;

3) интегральный критерий развития территории (ИКРТЗ), определяемый, например, по методике И. Вистбакка и А. Шишкина, отражает баланс экономических и социальных показателей;

4) интегральный показатель уровня социального благополучия, определяемый по методике Института экономики УрО РАН, ориентирован на уровень социального благополучия населения региона (ИПСУБ) — это результат деления интегрального показателя уровня жизни населения на интегральный показатель уровня социальной напряжённости.

Кроме того, остаются актуальными такие индексы, как Индекс предпринимательской уверенности, отражающий обобщённое состояние предпринимательского поведения

(в процентах и его динамика); Индекс деловой активности менеджеров по снабжению в производственном секторе – т.е. по секторам, и тому подобные известные измерители.

Представляется важным учесть при анализе и прогнозе ДСПП такую характеристику среды, как турбулентность. Ей посвящён ряд теоретических работ, в частности, Г. Журавлёвой, М.С. Стариковой, С.А. Кучерявенко и др. Под турбулентностью – в экономическом срезе – сегодня понимается усложнённая траектория движения, как национальной экономики, регионов, так и отдельной фирмы в "вихревом потоке" разнообразных перемен, в котором им приходится сохранять относительную устойчивость и обеспечивать поступательное движение вперёд [12], [13], [14]. Турбулентность отражает наивысшую точку степени нестабильности экономической системы. Её причины многообразны. Это, во-первых, причины экономического характера: мгновенное перемещение финансового капитала по миру, что в свою очередь изменяет поток рабочей силы, производственных материалов, энергоресурсов. Второй причиной называют глобальный кризис: его проявление характеризуется увеличением объёмов использования ресурсоёмких технологий, загрязняющих окружающую среду, и заключается в трансформации закона роста общей численности населения Земли. Несмотря на уменьшение темпов роста численности населения Земли, демографические изменения крайне неравномерно распределены по различным регионам. Климатические изменения – как результат взаимодействия природных и антропогенных факторов. По мнению Журавлёвой Г.П., Манохиной Н.В. [6], одной из главных причин экономической турбулентности является противоречивое действие глобализации экономики, что, по идее, должно было сократить разницу между странами, но на деле приводит к огромному и постоянно увеличивающемуся разрыву в технико-технологическом развитии их национальных хозяйств.

Ещё одна значимая особенность деловой среды сегодня заключается в том, что растёт связь экономики с менталитетом людей и наоборот, гаджеты меняют конфигурацию когнитивных способностей человека. Возникает вопрос, как учесть этот новый фактор при оценке ДСПП?

На наш взгляд, к известным измерителям ДСПП следует добавить такой параметр, как ИТ-среда – её распространение в отраслевом коммуникативном пространстве (%). Отрасли, подлежащие цифровизации – по приоритетности в РФ (Проект "Цифровая экономика"): государство и власть, социальная сфера, финансы, торговля, кибербезопасность, образование и кадры, связь, маркетинг и продвижение, развлечения и досуг.

Необходимо учесть технологии ЦЭ:

- мобильный банкинг;
- роботизация процессов и операций;
- анализ "big data";
- оптическое и биораспознавание;
- интернет вещей;
- принятие решений искусственным интеллектом;
- дополненная реальность;
- блокчейн;
- чат-боты;
- диджитал-маркетинг.

Авторы указывают: "для того, чтобы ответить на вопрос, в какой деловой среде работает предприятие, рекомендуется оценить её по таким параметрам, как сложность, стабильность и неопределённость". Сложность деловой среды вытекает из того, что в ней имеется множество разнородных элементов, взаимодействующих друг с другом и влияющих на предприятие. Простой ДСПП можно назвать ту, которая состоит из трёх-четырёх групп однородных элементов. Стабильность и нестабильность связаны с динамичностью элементов деловой среды. Нестабильная среда характеризуется частыми изменениями, которые могут быть вызваны действиями конкурентов, колебаниями спроса, появлением новых продуктов и технологий. Как правило, они носят непредсказуемый характер. Деловая среда стабильна, если её элементы не меняются в течение длительного времени. Факторы стабильной ДСПП – устойчивый спрос и предложение продуктов (товаров и услуг). Постепенное изменение спроса, которое можно предвидеть – это тоже говорит о стабильности среды.

Институты и их структура, а также уровень влияния – важнейший фактор ДСПП. Именно они влияют на ориентацию предприятий в плане социализации бизнеса, экоориентированности и прочих векторов.

В Табл. 2 представлены показатели-характеристики деловой среды промышленного предприятия.

Таблица 2 – Характеристики ДСПП и их содержание

Характеристика ДСПП	Расшифровка (содержание)	Метрические особенности
Ёмкость	Отражает возможность расширения производства без агрессивной борьбы	Связана с эластичностью спроса и остротой конкуренции; уровень дефицитности продукции
Стабильность	Отражает состояние ДСПП по степени изменчивости условий бизнеса, волатильности, турбулентности	Уровневая оценка на основе динамических рядов и трендов
Сложность	Отражает количество элементов ДСПП, составных частей	Уровневая оценка экспертным путём
Открытость	Отражает доступность рынка, наличие и уровень входных и выходных барьеров	Уровневая оценка
Предсказуемость	Возможность достаточно точного (не менее 50 % вероятности) прогнозирования и горизонт планирования	Связана со стабильностью, может быть косвенно измерена через этот показатель
Благоприятность	Отражает уровень экономической и маркетинговой комфортности, включая инфраструктуру	Количество и качество соответствующих услуг
Цифровизация	Отражает степень распространения цифровых технологий, электронных инструментов управления и обмена	Уровневая оценка
Ориентированность	Отражает ориентацию, например, социальную, экологическую, на интеграцию или дезинтеграцию	Влияет на миссию предприятия

Эти характеристики различны по степени жёсткости (нормативности, стандартизации и т.п.) и требуют для своей оценки специальных методик, что и будет являться предметом дальнейших разработок авторов. Для этого требуется междисциплинарный и атрибутивный подходы.

В заключение отметим, что сложность оценки ДСПП состоит в том, что один и тот же фактор на различные предприятия может влиять по-разному. Например, для одной организации колебание курса доллара по отношению к рублю создают дополнительные возможности для получения прибыли, а для другой – являются препятствием для устойчивого развития. Поэтому важна интерпретация параметров ДСПП для того или иного предприятия. Например, управляемость рынка, цифровая активность как параметр среды может быть истолкована по-разному – в зависимости от социальных и идеологических трендов. Поэтому, с нашей точки зрения, может быть весьма плодотворным социотехнический подход к оценке ДСПП, объединяя процессы технологического характера с общественной реакцией на изменения.

Выводы.

Социально-экономические процессы приобретают в текущем веке новые черты и особенности, прямо и косвенно влияя на состояние деловой среды ПП и на методологию её оценки. Следовательно, необходимо развитие инструментария оценки и анализа ДСПП с учётом сформулированных авторами предпосылок и положений:

- социотехнический и атрибутивный подходы могут дать богатую основу для развития аппарата исследования и оценки ДСПП, дополняющую маркетинговую оценку и подход к деловой активности;
- ТОП-менеджменту промышленных предприятий следует изучать и формировать новые компетенции в отношении ДСПП, готовя к этому специалистов;
- исходя из интегральной характеристики ДСПП, принимать решения о модели бизнеса, стратегии рыночного и социального поведения, модернизации внутренней среды и коммуникаций.

Полезен может быть также предложенный фрактальный подход к исследованию ДСПП наряду с установленной и частично описанной в работе совокупностью характеристик современной деловой среды предприятий, на основе которой предполагается разработка методических рекомендаций по её оценке в той или иной отрасли.

Список использованных источников

1. Программа "Цифровая экономика Российской Федерации". Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28.07.17 г. № 1632-р. – [Электронный ресурс] URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/2369d7266adb33244e178738f67f181600cac9f2/ (дата обращения 16.12.2020).
2. Абдрахманова Г.И., Вишневский К.О., Гохберг Л.М. Цифровая экономика: 2019: краткий статистический сборник / Нац. иссл. ун-тет ВШЭ. – М.: НИУ ВШЭ. – 2019. – 97 с.
3. Афанасьева М.В. Сравнительный анализ подходов к понятию деловой активности. – Орёл, 2020.
4. Гребнева М.Е., Курашова О.С. Уровни оценки и повышения деловой активности // Политика, экономика и инновации. – 2018. – № 6.
5. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А.П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999.
6. Гребенкина С.А. Развитие цифровой экономики // Менеджмент и маркетинг. – 2018. – № 3.
7. Цифровая экономика: глобальный тренд и практика российского бизнеса. Отв. редактор Медовников Д.С. / Д.С. Медовников. – М.: ВШЭ. – 2018. – 121 с.
8. Журавлёва Г.П. Новые правила игры в условиях экономической турбулентности // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2013. – № 3. – С. 23-28.
9. Кормановская И.Р. Устойчивость развития региональных социально-экономических систем в условиях турбулентности / Проблемы современной экономики. – 2015. – № 4(56). – С. 189-192.
10. Каслионе Дж.А. Турбулентность – новый цикл развития мировой экономики [Электронный ресурс]. URL: <https://docviewer.yandex.> (дата обращения: 16.09.2020).
11. Кравченко Л.Н. Вопросы оценки деловой активности организации / Л.Н. Кравченко // Белгородский экономический вестник. – 2019. – № 1. – С. 167-172.
12. Носова С.С., Абдулов Р.Э., Медведева Ю.М. Турбулентность в системе корпоративных структур как фактор снижения их конкурентоспособности // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. – 2015. – Т. 5. – № 4(26). – С. 166-169.
13. Киюцевская А., Трунин П. Турбулентность на мировых финансовых рынках: причины и риски // Экономическое развитие России. – 2015. – Т. 22. – № 10. – С. 28-32.
14. Куликова Н.Н. Концептуальные положения стратегического анализа в условиях турбулентности экономического развития // Сб-к научных трудов по мат-лам Международной научно-практической конференции "Научные исследования и их практическое применение. Современное состояние и пути развития", 2011. – С. 62-64.
15. Макарова Н.Н., Шохнех А.В. Турбулентный подход к системе обеспечения экономической безопасности экономических субъектов // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – № 6. – С. 397-400.
16. Факторы, ограничивающие деятельность предприятий и организаций базовых отраслей экономики в 2019 году. – М.: НИУ ВШЭ, 2020 – 17 с.
17. Хлыстова О.В. Концептуальные основы стратегического управления предпринимательскими структурами в условиях турбулентности // Российское предпринимательство. – 2011. – № 3. – Вып. 1(179). – С. 34-38.
18. Щетинина Е.Д., Кучерявенко С.А., Климова Т.Б. Система факторов и причин возникновения турбулентности как меры хаотичности и неопределённости развития экономики // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. – 2016. – № 7. – С. 203-208.
19. Яницкий О.Н. "Турбулентные времена" как проблема общества риска // Ответственные науки и современность. – 2011. – № 6. – С. 155-164.