

## Процесс глобализации и его влияние на развитие бизнес-структур

Атниша Рамадан Ахмад Абуса,

аспирант,

Гомельский государственный технический университет

имени П. О. Сухого

(г. Гомель, Беларусь)

В статье рассмотрены измерения глобализации и их влияние на развитие бизнес-структур. Обосновывается влияние на динамизм и эволюцию понятий «бизнес» и «предпринимательство» научных концепций, которые получили наибольшее распространение в разные периоды глобализации. Обобщена типология бизнес-структур, представленная в современной научной литературе, с целью описания процесса формирования новых бизнес-моделей в условиях глобализации.

The article considers the dimensions of globalization and their manifestations on the development of business structures. The article substantiates the influence of scientific concepts that have become most widespread in different periods of globalization on the dynamism and evolution of the concepts of «business» and «entrepreneurship». The typology of business structures presented in modern scientific literature is generalized to describe the process of forming new business models in the context of globalization.

Необходимость перехода общества к модели устойчивого экономического развития многими учеными [2; 3; 5; 10] связывается с обострением глобальных социально-экономических проблем, которые сегодня все чаще рассматриваются как следствие ускорения глобализации мирохозяйственных отношений. По мнению ученых, в течение следующих 50 лет глобализация будет движущей силой развития мировой экономики и ничто не сможет остановить этот процесс [12; 13]. При таких обстоятельствах эффективное воплощение целей и задач устойчивого развития бизнес-структур возможно лишь при условии учета влияния глобализации на формирование траектории этого развития. Формирование инновационного организационно-экономического механизма, адекватного последствиям такого влияния, требует усовершенствования бизнес-моделей на основе исследования взаимосвязей между процессами глобализации и обеспечения устойчивого развития бизнес-структур в мировой экономике. Именно такие исследования позволяют определить наиболее действенные методы и инструменты функционирования субъектов бизнеса.

Предваряя анализ взаимосвязей глобализации и процесса развития бизнес-структур, рассмотрим сущность и признаки глобализации как определяющего феномена современного развития и определим основные тенденции ее развертывания, которые сказываются на процессах реализации задач устойчивого экономического развития.

Влияние глобализации на развитие бизнес-структур — процесс достаточно сложный и противоречивый. Существуют как положительные, так и отрицательные стороны. Положительные стороны очевидны. Во-первых, это возможность принимать активное участие в обсуждении режимов регулирования международных экономических отношений, а не быть в стороне, как это наблюдается теперь. Во-вторых, произойдет сокращение расходов на осуществление внешнеэкономических операций, что является очень важным, поскольку общее повышение ценовой конкурентоспособности производителей — самый актуальный вопрос в настоящее время. Тем самым государство получит возможность защиты интересов национальных компаний в соответствии с международными формами и процедурами, которые

сейчас минимально зависят от колебания политических отношений с той или иной страной.

Наиболее распространенным в научной литературе является подход, согласно которому глобализация имеет экономическое, политическое, социальное, культурное, идеологическое, научно-технологическое и ресурсное измерения или направления развития (табл. 1).

Некоторые исследователи рассматривают глобализацию как мировую систему национальных государств, мировую капиталистическую экономику, а также с позиций мирового военного порядка и международного разделения труда [15, с. 116], другие — кроме экономической глобализации выделяют глобализацию знаний и глобализацию управления [13, с. 95]. Именно глобализация управления как функция организационно-экономического механизма функционирования бизнес-структур видится перспективной и более важной в контексте проводимого исследования.

Процессы формирования бизнес-структур находятся в плоскости научных исследований современных аспектов управления предприятием, которые успешно изучаются белорусскими [5; 7; 9]

и зарубежными учеными [6; 10–14]. Однако отдельные теоретические и практические вопросы до сих пор не получили комплексного научного обоснования. В исследованиях традиционно анализируется общая проблема управления предприятием, а бизнес-структурам (деловому моделированию) не уделяется достаточного внимания.

Существующее состояние проблемы, а также трансформационный характер мировой экономики, в том числе процесс глобализации, свидетельствуют, что наиболее важными теоретическими и прикладными аспектами, требующими дальнейшей разработки, являются следующие:

- 1) углубление современной парадигмы управления предприятием через развитие теоретических положений концепции бизнес-структур;
- 2) уточнение понятия «бизнес-структура» предприятия;
- 3) определение основных элементов и обоснование технологии формирования бизнес-структур;
- 4) систематизация и обобщение современных методик стратегического анализа;

Таблица 1. Измерения глобализации и их проявления в развитии бизнес-структур

Измерение глобализации (эффект)	Проявления глобализации в развитии бизнес-структур
Экономический	интернационализация производства и торгового обмена; транснационализация финансов и финансовых рынков; развитие транснациональных корпораций; деятельность международных финансово-экономических структур (Всемирного банка, Международного валютного фонда, Всемирной торговой организации и тому подобное)
Политический	демократизация – распространение идей и принципов демократии; политическая интеграция; формирование наднациональных политических институтов (Организации Объединенных Наций, Европейский союз и т. д.); влияние внешних формирований (неправительственных организаций, международных институтов), мирового сообщества в целом на внутреннюю политику стран
Социальный	международная мобильность человеческих ресурсов; неравномерность развития международного рынка труда; неравенство в условиях жизни и доступа к благам представителей разных народов; демографические проблемы (увеличение населения планеты и др.)
Идеологический	циркуляция идей на глобальном уровне; экспорт западных ценностей и идеалов; распространение общих стандартов (прав человека, свобод личности и т. п.); интеграция стран в глобальное общество с попыткой сохранить культурную самобытность
Научно-инновационный	развитие информационных технологий и коммуникаций; глобализация науки и сокращение срока внедрения результатов научных исследований в практику; технологические риски и необходимость контроля за ними
Ресурсный	ограниченность мировых природных ресурсов и перспективы их исчерпания; глобальные экологические проблемы (глобальное потепление, изменение климата и т. п.); кооперация на глобальном уровне для решения экологических проблем

Источник: разработка автора на основе [15]

5) формирование комплексной системы оценки эффективности бизнес-структур.

Ключевое влияние на динамизм и эволюцию понятий «бизнес» и «предпринимательство» оказали научные концепции, которые получили наибольшее распространение в разные периоды глобализации (табл. 2).

На протяжении всей эволюции теорий предпринимательства и бизнеса разные ученые выдвигали различные гипотезы, которые, по их мнению, являются общими для большинства бизнес-структур. Обобщая вышеизложенное, можно разработать разрозненные теории, комбинируя набор характеристик бизнес-структур и их владельцев. В общем, бизнесмены — это носители риска, координаторы и организаторы, заполнители пробелов, лидеры и новаторы или творческие люди. Хотя этот перечень характеристик ни в коем случае не является полностью исчерпывающим, он может помочь объяснить, почему одни люди становятся бизнесменами, а другие — нет.

Бизнес-структуры в системе экономических отношений выступают в роли ключевого звена движения бизнес-процессов. При этом их типология за время эволюции приобрела разветвленную систему видов (табл. 3).

Бизнес-структуры варьируют по масштабам от индивидуального предпринимателя до международной корпорации. Несколько направлений теории связаны с пониманием делового администрирования, включая организационное поведение, теорию организации и стратегическое управление. Бизнес-структура определяется как организация или предприимчивый субъект, осуществляющий коммерческую, производственную или профессиональную деятельность. Коммерческие предприятия могут быть коммерческими организациями или некоммерческими организациями, которые работают для выполнения благотворительной миссии или дальнейшего социального дела. Представленная в табл. 3 типология бизнес-структур не является исчерпывающей, поскольку научные дискуссии ведутся до сих пор, а сфера интересов бизнеса постоянно расширяется.

Деятельность бизнес-структур имеет стратегическую ориентацию, которая содержит: определение сферы бизнеса и миссии организации, разработку долгосрочных и краткосрочных целей, формирование стратегии и бизнес-планирования. Целевое направление деловой активности (бизнеса) заключается в удовлетворении потребностей и интересов. Стимул — важная характеристика развития бизнеса. Ожидание вознагражде-

ния является не только движущей силой бизнеса, но и фактором его развития. Стратегический процесс начинается с определения сферы деятельности, предусматривающей выявление потребности, которую следует удовлетворить, сегмента рынка, средств удовлетворения потребностей конкретных групп покупателей. Эти составляющие используют при формировании своего бизнеса [7, с. 65].

Стратегическая сфера бизнеса — это сфера деятельности, в которой предприятие работает в данный момент или будет осуществлять свою деятельность в дальнейшем, учитывая при этом, что оно может функционировать не только в одном, но и в нескольких направлениях. Каждая стратегическая сфера бизнеса включает товары или услуги, их виды, объединенные одним общим признаком, например, характером удовлетворяемых потребностей, технологией, типами потребителей, географическими районами сбыта [8, с. 142].

Каждую стратегическую сферу бизнеса раскрывают следующие показатели:

1) объем рынка, т.е. объем реализации продуктов, услуг всеми производителями, в том числе конкурентами;

2) доля предприятия в объеме рынка (в процентах);

3) стадия жизненного цикла товара;

4) конкурентная позиция предприятия (сильная, средняя, слабая) в данной стратегической сфере [5, с. 82].

Бизнес-структуры в экономике отражают отношения, сложившиеся в обществе, источником развития которых являются внутренние противоречия способа производства. Как известно, противоречия — движущая сила любого развития, в том числе и предпринимательства. Противоречие между производительными силами и производственными отношениями — наиболее общее противоречие экономической системы общества и предпринимательства, которые содержат в себе целую систему противоречий, возникающих между различными их элементами (между производством и потреблением, ростом потребностей и возможностью удовлетворения их, между различными формами собственности, интересами, спросом и предложением, техникой и технологией, рабочей силой и средствами производства).

Как движущая сила развития бизнес-структур противоречия одновременно сами требуют решения, поскольку, накапливаясь до «критической массы», они могут выплеснуться в виде различных кризисов. Формой решения противоречий как

Таблица 2. Генезис концепций бизнес-структур (предпринимательства)

Концепции	Описание
1. Теория инноваций	Эту теорию выдвинул Й.А. Шумпетер. Согласно Шумпетеру, предприниматель — это в основном новатор, а новатор — это тот, кто вводит новые комбинации. Он представил экономику как специфический мир комбинаций, где каждая из них есть единственный способ соединения производственных сил, с помощью которого определяется единственный продукт
2. Теория потребностей	Эта теория была разработана Д. С. Макклелландом. Ученый изучал динамику и взаимосвязи экономического роста и факторов, влияющих на него. В этом контексте он пытается найти внутренние факторы, т.е. человеческие ценности и мотивы, которые побуждают человека использовать возможности, пользоваться благоприятными условиями торговли. Именно поэтому он придает большое значение инновационным характеристикам предпринимательской роли.
3. Теория потери статуса	Согласно Э. Хагену, предпринимательство — это функция снятия статуса. Эта теория предполагает, что класс, утративший свой прежний престиж, или группа меньшинства склонны проявлять агрессивное предпринимательское стремление
4. Теория социальных изменений	Именно Макс Вебер в первую очередь занял позицию, что предпринимательский рост зависит от этической системы ценностей соответствующего общества. Центральная фигура веберовской теории социальных изменений состоит в его трактовке протестантской этики и духа капитализма. Более того, эта теория дает анализ религии и ее влияния на предпринимательскую культуру
5. Теория социального поведения	Предложение предпринимателей является функцией социальной, политической и экономической структуры. Поведенческая модель связана с открыто выраженной деятельностью индивидов и их отношением к предыдущему и настоящему окружению, социальным структурам и физическим условиям
6. Теория лидерства	Предпринимательство — это функция управленческих навыков и лидерства. Бизнес также требует финансирования, но это имеет второстепенное значение. Далее он объясняет, что человек, которому предстоит стать промышленным предпринимателем, должен обладать не только стремлением к получению прибыли и накоплению богатства
7. Теория модели личности	Это социологическая теория предпринимательского предложения, описывающая культурные ценности, ролевые ожидания и социальные санкции как ключевые элементы, определяющие предложение предпринимателей. Предприниматель не является ни сверхнормальным индивидом, ни девиантом, а представляет собой образцовую личность общества
8. Теория систематических инноваций	Профессор П. Друкер разработал теорию систематических инноваций. По его словам, системная инновация состоит в целенаправленном и организованном поиске изменений и в систематическом анализе возможностей, которые такие изменения могут предложить для экономических или социальных инноваций. В частности, систематические инновации определяют семь источников инновационных возможностей
9. Теория созидания (творения)	Теория созидания фокусируется на предпринимателях и создании предприятий. Как и в случае со связью «индивид / возможность». Теория также подчеркивает, что возможности создаются посредством серии решений, направленных на использование потенциальной возможности. Эта теория утверждает, что возможности не существуют без действий предпринимателей
10. Психологическая теория	Согласно этой теории психологические факторы являются основным источником развития предпринимательства. Лишь немногие авторы, такие как Шумпетер, Макклелланд, Хаген, высказали свое мнение о психологических факторах, влияющих на предпринимательство. Согласно этой теории предпринимательство может возникать тогда, когда общество имеет достаточный запас индивидов, обладающих определенными психологическими навыками
11. Социологическая теория	Сторонники социологической теории утверждают, что предпринимательская деятельность зависит от иерархии социальных статусов и ценностей. Положение индивидов, традиции, культурные ценности, мобильность и социальный статус и т.д. основательно влияют на развитие предпринимательства
12. Экономическая теория	Предприниматель осуществляет все виды деятельности за счет экономических стимулов. Сторонники этой теории считают, что мотив получения прибыли является главной движущей силой, превращающей индивида в предпринимателя. Как таковой предприниматель появляется благодаря стимулам и экономической выгоде
13. Теория культуры	Культурные теории указывают на то, что предпринимательство является продуктом культуры. Предпринимательские таланты происходят из культурных ценностей и культурных систем, встроенных в культурную среду

Источник: разработка автора на основе [1; 4; 8; 9; 11; 14; 15]

внутренних факторов саморазвития экономических процессов и явлений выступает бизнес как система, имеющая следующие составляющие: собственные внутренние импульсы развития (конкуренция), систему обеспечения и воспроизведения (прямые связи субъектов деловых отношений), инфраструктуру (биржи, банки, информационные системы, консалтинговые, аудиторские и страховые компании, транспортные организации, учебные заведения и т. п.), систему управления (менеджмент), систему изучения контрагентов (маркетинг), систему оценки деятельности (деньги). Итак, обладая собственной внутренней логикой и способностью к саморазвитию, предпринимательство само собой становится движущей силой [4, с. 81].

Однако с целью более комплексного их понимания целесообразно выделить условия бизнес-среды, которые по степени влияния можно разделить на макроуровень и микроуровень. Под

бизнес-средой понимается комплекс условий и сил внешнего порядка, влияющих на возможности и конечные результаты деятельности субъектов рыночных отношений, а также позволяющих предпринимателю реализовать свои функции [5, с. 41].

Современные тенденции развития бизнес-среды в условиях глобализации обусловили существенное изменение взглядов ученых и практиков на процесс управления компанией и появление нового направления, определяемого комплексным использованием методических подходов и инструментов финансово-экономического и стратегического анализа, а также действием таких факторов, как креативность, динамизм, нестандартность в ведении бизнеса. Результатом последних научных исследований и практических апробаций в этой сфере стало формирование в западной научной мысли современной концепции управления бизнес-структурами на основе раз-

**Таблица 3.** Типология бизнес-структур

<b>Критерий</b>	<b>Классы и виды бизнес-структур</b>
Право собственности	частная; государственная; смешанная (государственно-частное партнерство)
По размеру	малое (менее 100 занятых); среднее (от 100 до 500 занятых); крупное (более 500 занятых)
По положению на рынке	конкурентная фирма (действует в условиях конкурентного рынка); монополист (имеет долю рынка не менее 65 %); естественная монополия (доля 100 % в силу особенностей рынка)
По организационно-правовой форме	индивидуальный предприниматель; юридическое лицо; объединение юридических лиц
По видам деятельности	промышленные; сельскохозяйственные; торговые; транспортные и т. д.
По производственным факторам	материалоемкие; трудоемкие; фондоемкие; наукоемкие; энергоемкие
По виду производимой продукции	специализированные; многопрофильные; комбинированные
По характеру воздействия на предмет труда	добывающие; обрабатывающие
По территориальному характеру работы	глобальные; международные; межрегиональные; местные; локальные

Источник: разработка автора на основе [1; 2; 5; 8]



работки и реализации успешной деловой модели компании, которая в отличие от классических бизнес-стратегий может подвергаться оценке с точки зрения эффективности.

Среду, в которой осуществляется предпринимательская деятельность, можно представить в виде экономической системы, где происходит активный круговорот между ее составляющими элементами — природными ресурсами, государством, домашними хозяйствами, предпринимательством. Это основные элементы внешней среды бизнеса, между которыми постоянно осуществляется товарный и финансовый круговорот, формируются тесные связи и проводятся обменные операции для обеспечения нормального экономического развития системы в целом.

Рассмотрим влияние отдельных условий бизнес-среды на функционирование бизнес-структур:

1) нормативно-правовая база (макроуровень): определяет и устанавливает «правила игры» для функционирования бизнеса вообще. Данное условие включает в себя законы и подзаконные акты, регулирующие предпринимательскую деятельность в государстве. Как правило, основная проблема кроется не в отсутствии нормативно-правовой базы, а в ее несовершенстве и противоречивости норм, согласование которых продолжается и сегодня. К тому же в условиях неурегулированной нормативно-правовой базы определены допустимые сроки процедуры закрытия бизнеса, в частности такой организационно-правовой формы, как физическое лицо — предприниматель, частая смена положений подзаконных актов на уровне проверяющих структур и т.д. Это требует постоянного отслеживания этих изменений и корректировки деятельности, что обычно невозможно для малого бизнеса, поскольку там применяется принцип сочетания профессий или даже выполнение функций работника, бухгалтера и управленца одним лицом;

2) политическая ситуация (макроуровень): в условиях постоянной политической конкуренции бизнес-среда может быть неустойчива (постоянные изменения правил ведения предпринимательской деятельности, коррупция в контролирующих и проверяющих органах власти, отсутствие личной ответственности чиновников учреждений, так или иначе регулирующих деятельность бизнес-структур). В таких условиях большинство предпринимателей приходят к выводу, что лучше закрыть свой бизнес, чем продолжать деятельность;

3) социальные настроения в обществе (макроуровень): бедность общества порождает социальное напряжение, усиливающееся невыполненными обещаниями политических лидеров, проведение реформ (ведь любые изменения вызывают сопротивление) вызывает у общества негативные настроения, вызывающие агрессивное поведение, отсутствие социальной ответственности не только бизнеса, но и отдельного индивида, рост уровня преступности и т.д.;

4) научно-технический уровень (макроуровень): несмотря на всем известную функцию бизнеса (мобильность и способность к внедрению новейших достижений науки и техники), в ряде государств бизнес характеризуется изношенностью основных фондов, устаревшими методами управления предприятиями и отсутствием профессионального менеджмента. Это объясняется, в большинстве случаев, недостаточным количеством средств, отсутствием инвестиций, кабальными условиями финансирования;

5) состояние развития рыночной инфраструктуры выступает своеобразным индикатором состояния бизнес-структур, благодаря которым бизнес может полноценно действовать в рыночных условиях. Инфраструктура по логике развитых стран должна была бы способствовать созданию и функционированию бизнес-среды и бизнеса в условиях глобализации, формировать организационно-экономическую среду для стимулирования предпринимательской деятельности и быстрой адаптации бизнес-структур к рыночным условиям;

6) бизнес-структуры (микроуровень): самостоятельно определяют и создают условия функционирования внутри предприятия, определяют стратегию его развития, кадровую и финансовую политику.

Бизнес-среда определяет позиции всех контрагентов рынка — будь то продавец или покупатель, работодатель или наемный работник, кредитор или заемщик. Быть изменчивым, а следовательно и неопределенным, что накладывает большое количество ограничений, внешняя среда глубоко касается жизни фирмы, определяет линию хозяйственного поведения в пространстве и во времени.

Качественное состояние бизнес-среды прямо зависит от степени развитости рыночных отношений в стране. В настоящее время, по сути, идет процесс создания реальных предпосылок для нормального функционирования бизнеса. Преобразование экономики на пути к рынку сопровождается политическими противоречиями, несовершен-

ством взаимодействия центральных и региональных органов власти, нестабильностью хозяйственно-экономических связей, прежде всего со смежными государствами, которые исторически тяготеют друг к другу.

Анализ основ теории глобализации мировой экономики в тесной взаимосвязи с теорией предпринимательства позволяет сформировать авторское определение *бизнес-структуры* — это юридическое образование, деятельность которого направлена на достижение коммерческих целей (роста стоимости активов, получение прибыли, увеличение доли рынка и т. д.).

Бизнес-структуры в экономике глобализации получили новые возможности, связанные со свободой движения капиталов, привлечения трудовых ресурсов, обмена технологиями и выбором условий бизнес-среды. В контексте управления глобализация принесла проблемы удержания человеческого капитала и реализации принципов корпоративной культуры. Основным вызов — изменение мышления бизнесмена, поскольку развитие бизнес-структур в условиях глобализации определяет формирование существенно новых моделей ведения бизнеса.

### **Литература**

1. Быкова, Н. В. Оценка эффективности государственной поддержки малого предпринимательства: дис. ... канд. экон. наук / Н. В. Быкова. — Санкт-Петербург, 2018. — 319 с.
2. Брунова, В. И. Основы предпринимательства / В. И. Брунова [и др.]; под ред. В. И. Бруновой; СПбГАСУ. — СПб., 2010. — 106 с.
3. Владимирова, И. Г. Интеграционные процессы как фактор развития предпринимательских структур в условиях глобализации экономики: методологические и организационные аспекты: дис. ... д-ра экон. наук / И. Г. Владимирова. — Москва, 2008. — 388 с.
4. Глухих, П. Л. Основы предпринимательства / П. Л. Глухих; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2014. — 140 с.
5. Иванцов, П. И. Инновационное предпринимательство: теория, методология, практика / П. И. Иванцов. — Минск: Амалфея, 2016. — 144 с.
6. Кантильон, Р. Опыт о природе торговли вообще / Р. Кантильон. — М.: Наука, 1975. — 400 с.
7. Орлов, В. И. Философия бизнеса в обществах переходного типа / В. И. Орлов. — Минск: Экономпресс, 2012. — 287 с.
8. Основы бизнеса: курс MBA / В. Н. Карягин, Г. И. Ильяшук, Б. И. Гусаков; под ред. В. Н. Карягина. — Минск: Альфа-книга, 2016. — 567 с.
9. Прокофьева, Н. Л. Экономическая стратегия организации / Н. Л. Прокофьева. — Витебск: УО «ВГТУ», 2018. — 93 с.
10. Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития / Й. А. Шумпетер; пер. с нем. В. С. Автономова и др. — М.: Прогресс, 1982. — 455 с.
11. Drucker, P. Les entrepreneurs / P. Drucker. — Paris: L'Expansion-Hachette, 1985. — 288 p.
12. Stiglitz, J. E. Globalization and Its Discontents / J. E. Stiglitz. — New York, London: WW Norton and Company, 2002. — 282 p.
13. Levitt, T. The Globalization of Markets / T. Levitt // Harvard Business Review. — 1983. — May, June. — P. 92–102.
14. Marshall, A. Principles of Economics. — Macmillan and Co., 1980. — 802 p.
15. Robertson, R. Globalization: Social Theory and Global Culture / R. Robertson. — London: Sage Publications Ltd., 1992. — 188 p.