

**В. А. Калинин**, канд. экон. наук  
e-mail: vkalinkovich@mail.ru  
НАН Беларуси (г. Минск)

## Понятие бизнес-среды в теории активных систем

В современных условиях формирование эффективной бизнес-среды приобретает особую значимость, поскольку именно от ее качества зависит не только развитие самого бизнеса (особенно малого и среднего), но и всей экономики региона, включая его экспортный потенциал. Однако при исследовании данного феномена приходится сталкиваться с большим многообразием мнений касательно его сущности, хотя это понятие широко используется не только в научной литературе, но и в регуляторной практике.

В рамках действующей научной парадигмы бизнес-среда понимается как некая совокупность всех внутренних и внешних факторов, влияющих на функционирование предпринимательских структур. В более расширенной трактовке данное понятие рассматривают как набор политических, экономических, социальных и технологических сил, которые находятся главным образом вне контроля и влияния бизнеса, но при этом могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на бизнес [1].

Следует констатировать, что в подавляющем большинстве определений бизнес-среды [2] в том или ином виде содержится мысль, что бизнес-организации не могут изменять внешнюю среду, что они просто реагируют тем или иным образом, изменяя свои внутренние бизнес-компоненты, чтобы учитывать внешние возможности и противостоять внешним угрозам. При этом, во-первых, не только не проясняются институциональные источники бизнес-среды, но и механизм упорядочивания ее структурных элементов; во-вторых, предполагается, что свойства системы можно вывести из свойств составляющих ее элементов (как для систем с линейными зависимостями), и, в-третьих, бизнес-среда фиксируется как данность, но не как система-ориентир.

На наш взгляд, большинство исследователей предпринимательства не учитывают одно существенное обстоятельство: в бизнес-среде наличествует такой активный элемент, как предприниматель, обладающий потребностями, интересами, способностью к волеизъявлению и определенной степенью свободы, что позволяет ему, в частности, активно влиять не только на внутреннюю среду, но и на внешнюю, транслируя на уровень управляющего контура свои интересы.

Одним из классических проявлений такой активности со стороны бизнес-структур в области формирования бизнес-среды является лоббирование их интересов интеграционными структурами типа деловых союзов, что представляет собой специфическую форму взаимодействия между предпринимательским сектором и государством. И пусть сейчас в Беларуси роль деловых сообществ в формировании бизнес-среды сведена к минимуму, но это именно те предпринимательские структуры, которые в потенциале способны участвовать в совершенствовании экономических условий и организации предпринимательской среды. Задача управления такими активными объектами, как предпринимательская среда, и составляет существо теории активных систем.

Исходя из положений теории активных систем, мы полагаем, что бизнес-среду можно определить как *совокупность отношений и форм социального взаимодействия, направленных на получение экономических и/или социальных выгод и определяемых (регулируемых) различными типами стейкхолдеров.*

Определение понятия «бизнес-среда» позволяет уточнить методологическую базу исследования механизмов функционирования предпринимательской среды, обусловленных проявлениями активности всех ее участников.

### Литература:

1. Business Environment — Definition, Features & Factors & Examples [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.marketingtutor.net/business-environment/>. — Date of access: 04.03.2023.
2. Бизнес-среда [Электронный ресурс] — Режим доступа: [http://www.cecsi.ru/coach/business\\_environment.html](http://www.cecsi.ru/coach/business_environment.html) — Дата доступа: 04.03.2023; Components of Business Environment [Electronic resource] — Mode of access: <https://www.economicdiscussion.net/business-environment/components-of-business-environment/31805>. — Date of access: 04.03.2023.