



ФОНД
НАУЧНИ
ИЗСЛЕДВАНИЯ

МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА

Списание за наука

„Ново знание“

ISSN 2367-4598 (Online)

Академично издателство „Талант“

Висше училище по агробизнес и развитие на

регионите - Пловдив

New Knowledge

Journal of Science

ISSN 2367-4598 (Online)

Academic Publishing House „Talent“

University of Agribusiness and Rural Development -

Bulgaria

<http://science.uard.bg>

NATURE OF BUSINESS ENVIRONMENT IN INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Zlatka Kushelieva

Plovdiv University “Paisii Hilendarski” - Plovdiv, Bulgaria

Abstract: The role and importance of the factors influencing the business environment in the economic relations of enterprises in national and international aspect are discussed. Global interdependencies have been explored and results have been drawn on the impact of international political and economic changes on the business environment of national and supranational companies.

Keywords: business environment, international economic relations, role of the environment, factors, influence, interdependence

СЪЩНОСТ НА БИЗНЕС СРЕДАТА В МЕЖДУНАРОДНИТЕ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ

Златка Кушлиева

Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“ – Пловдив, България

Резюме: Разглежда се ролята и значението на факторите, влияещи върху бизнес средата в международните икономически отношения на предприятията в национален и международен аспект. Изследвани са взаимозависимостите в световен мащаб и са изведени резултати за влиянието на международните политически и икономически промени върху бизнес средата на националните и наднационални компании.

Ключови думи: бизнес среда, международни икономически отношения, роля на средата, фактори, влияние, взаимозависимост

ВЪВЕДЕНИЕ

Организацията и външната среда в международните икономически отношения, съществуват в една непрекъсната тясна връзка, като организацията може само косвено да ѝ влияе и променя, а главно се приспособява и компенсира чрез вътрешните си променливи, за сметка на външните влияния върху своята стопанска дейност.

Целта на настоящето изследване е, да се дефинират и анализират факторите, характеризиращи бизнес средата и тяхното влияние върху икономическото поведение на фирмите в условията на глобален конкурентен пазар.

Определението за външна среда може да бъде в значителна степен конкретизирано и да има по-голяма практическа стойност, ако бъдат дефинирани и изследвани отделните фактори, чрез които външната среда влияе върху дейността на организацията.

Външните фактори са независими променливи на външната среда, които определят условията, в които организацията функционира.

Те са независими променливи, защото са извън прякото влияние на мениджърите на организацията.

Част от факторите влияят непосредствено върху дейността на предприятието, а други създават обща обстановка за извършване на стопанската дейност.

Така погледнати, в зависимост от начина на въздействието си, факторите могат да се класифицират в две групи, както следва:

- външни фактори с пряко влияние;
- външни фактори с косвено влияние.

От тази гледна точка отнасящите се за отделната организация външни фактори трябва да бъдат определяни конкретно, и то към определен момент или интервал от време, в който те запазват своята относителна стабилност.

Бизнес средите въздействат на предприятието чрез политическите, икономическите, социалните, технологичните, глобалистичните и други фактори. В условията на глобализация, въздействието на бизнес средите е интегрално и по тази причина те вече се разглеждат и изследват като единна бизнес среда на въздействие върху пазарните субекти.

Въпросът за средите на организацията възниква през втората половина на XX век. Този въпрос е поставен и става съществен тогава, когато започва развитието на

концепцията за предприятието като отворена система. Тя функционира и се развива, като изпитва въздействието на обкръжението си и от своя страна му въздейства.

В най-широк смисъл средата на стопанската организация е съвкупност от фактори, които влияят върху нейното функциониране и развитие.

Днес няма противоречиви мнения относно голямата зависимост на всяка организация от външните ѝ фактори. За нейното успешно функциониране основно значение имат способностите на субектите на управление да осигурят нейното оцеляване и сполучливо адаптиране към условията на една нередко дори враждебна среда.

Представянето на външната среда на предприятието като естествена последица от подхода на диференциране на една отворена икономическа система е направено в справочната икономическа литература съвсем ясно и твърде отдавна. Или, среда на предприятието е „съвкупност от всички системи, които оказват или могат да окажат въздействие върху формирането на поведението на дадена икономическа система.“

Такива могат да бъдат:

- други икономически системи (международен и национален пазар, ценообразуващ механизъм и пр.)
- правни системи (административно право, финансово-кредитно законодателство и пр.)
- социално-политическа среда (политическа система на управление, социална структура и пр.)
- природна среда (географски, биологични и др. фактори) и пр.

Бизнес средата влияе в три насоки. В определени случаи тя отправя искания към организацията по отношение на поведението ѝ. В други случаи, външната среда налага ограничения на организацията спрямо реакцията и решенията на ръководството в различните ситуации, в които попада организацията. В трети случаи външната среда на организацията осигурява благоприятни възможности, които трябва да използва, за да успее.

ФАКТОРИ, ОКАЗВАЩИ ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ МЕЖДУНАРОДНАТА БИЗНЕС СРЕДА

Факторите, оказващи влияние върху международната бизнес среда, заемат особено важно място в управленската мотивация на пазарните субекти. Факторите на бизнес средата с косвено влияние имат специфично въздействие. Това налага тяхното откриване и анализиране да се извършва със специфични методи, адекватни на обективната действителност.

Действието им не е непосредствено върху дейността на организацията, но те задължително трябва да се вземат под внимание. Въздействието им е сложно и в повечето случаи ръководствата на националните и международни организации са принудени да се основават на предположения за тази среда, поради непълната и недостатъчно точна информация. Затова е по-трудно да се прогнозира и моделират влиянията на тези фактори и да се предвидят възможните последици от това влияние, върху конкретната организация. Но тяхното познаване и характеризирание дава по-голяма яснота и предоставя възможност за справяне с някои трудно предвидими обстоятелства.

От своя страна, тези фактори могат да се разграничат на всеобхватни и фактори, които влияят върху определена група национални и наднационални предприятия.

Всеобхватните фактори отразяват съществуването на общи явления като икономическата криза, политическата нестабилност и други, което засяга всички фирми. Съществуват обаче и елементи от средата, които в конкретен момент

упражняват по-силно въздействие върху дейността на група предприятия, специализирани в конкретна дейност. Те са както всеобхватни, така и влияещи върху определени групи предприятия, квалифицирани по някакъв признак, като отрасли, браншове и други групи.

В тази група се включват основно няколко групи фактори, по-важни от които са: политико-правни, икономически, технологични, демографски, природни международни, културно-социални фактори. Политико-правните фактори включват както административно-правната ситуация в страната, така и съответните нормативни документи, касаещи дадената организация. Тези фактори характеризират устройството на политическата система на държавата, защитата на частната собственост, защитата на пазарните отношения, контрола и пр.

Ролята на правителството може да се прояви в различни роли при конкретните взаимоотношения с дадената организация, а именно като доставчик, клиент и конкурент.

Политическите фактори въздействат върху организацията чрез поставянето на фирмите в условията на разрешителни, ограничителни или улесняващи функционирането на предприятията режими. Чрез тяхното влияние фирмата е поставена в ситуация, с която трябва да се съобразява. Политическите фактори въздействат чрез създаването на обстановка на политическа стабилност или политическа нестабилност.

Политическият режим и политическата обстановка неминуемо рефлектират върху правилата на играта като:

- създават подходящи условия и възможности, които фирмата може да използва;
- създават трудности за развитието на бизнеса като за тяхното преодоляване се налагат специфични управленски решения, свързани с голям разход на енергия и средства, за да се поддържа национална и международна конкурентност.

Под правните фактори се има предвид, цялостната система на нормотворческа организация, която обхваща дейността и регулациите на фирмата и обикновено са задължителни за прилагане от всички предприятия в страната.

Като такива фактори могат да се определят и лобирането от органи на изпълнителната власт, маркетингова политика, в национален и международен аспект, която е насочена към конкурентите, политика на купуването, която е насочена към предлагането, търсенето на национално ниво и на международно, за да се използват благоприятни цени и гаранционни условия и пр.

Обикновено се счита, че икономическите фактори оказват най-съществено влияние.

На практика това е цялостната система на функциониране и растеж на националната и международна икономика. Към тях се включват и брутният измерител на продукта, добавената стойност, безработицата, лихвеният процент, доходите на населението, доходите и печалбата на фирмата и пр.

Организациите трябва непрекъснато да наблюдават промените на основните икономически показатели, на националната и международна арена, за да минимизират ефекта от неблагоприятното развитие и да извлекат изгода от възможностите.

Технологичните фактори се свързват най-вече с иновациите. Нововъведението е трансформиране на откритието/научната идея/ и изобретението/техническата идея/ в нови и усъвършенствани продукти и технологии. Същото води производителността на труда, качеството на продукцията и ефективността на производството. Иновацията е практическа реализация на научно-технически новости. За разлика от научните открития и изобретения, които са първото създаване на нещо ново, иновациите са:

Първо: решения с практическо приложение;

Второ: всяка внедрена във фирмата новост;

Трето: средство за създаване на конкурентно предимство;

Четвърто: съвкупност от принципи, методи и средства за избор и реализация на стратегия, организация, управление и др.

За технологичния успех на една фирма на национално и международно ниво, са необходими най-вече:

а) научноизследователски дейности и иновации, осигуряващи изпреварващо развитие и растеж;

б) производство с модерна техника и технологии;

в) ефикасен и адаптивен маркетинг и мениджмънт.

Техническите и технологичните нововъведения като част от обкръжаващата среда са с точно прогнозируеми промени от гледна точка на желано приспособяване към новостите в дейността на фирмата и при планиране на нови изделия и услуги.

Научно-техническият прогрес и ускореният темп на изменение на технологиите поставят фирмата пред редица предизвикателства, които я заставят да действа по определен начин.

Организациите се стараят да не изостават от темпа на промените в технологиите, като поддържат тесни контакти с научноизследователски и развойни организации, отделни изследователи и индивиди, които са ангажирани в процеса на развитие на технологиите. Освен това, компаниите обновяват уменията и знанията на своите служители, които са отговорни за технологичното ниво на производството и продукцията на организацията.

Културните, демографските, социалните фактори се свързват с населението на страната или региона, където оперира фирмата. Тяхното значение също е съществено, защото определя потребителските вкусове, доверието към продукта на самата организация, нейното развитие, търсенето на нейните продукти и пр.

Стандартът на живот, демографския строеж, културата на обществото са изключително важни за формиране на продуктова структура и функционирането на комуникациите в организацията.

Съвременният потребител все повече обръща внимание не само на опаковката и дизайна на продукта, но и на критериите, по които е изработен този продукт – дали отговаря на системите и изискванията за екологичност, дали съществува заменяемост с други продукти, дали може да се използва през свободното време и пр. Съвременният потребител обръща внимание и на друго – как този продукт стига до него, какви са пътищата и каналите на реализацията му, отговаря ли продуктът на качествата, предварително оповестени в рекламата и пр.

Следователно, може да се обобщи: съвременните концепции на маркетинга на фирмата, все повече изоставят пласмента като водеща своя функция и се ориентират към пазарни действия, преоформени като концепции за комплексно задоволяване на високите изисквания на потребителя. Новото потребителско поведение и глобалната конкурентност, налагат ново изследователско отношение към този вид фактори.

Природните ресурси като фактори оказват влияние за логистиката и поддържането или снабдяването с материални запаси. Тези ресурси, още повече от гледна точка на тяхната оскъдност, влияят респективно и върху цената на продукцията на фирмата.

Международните фактори не оказват влияние само на фирмите, ангажирани с международна дейност. Напротив, те оказват влияние на всички стопански субекти в региона, защото от това зависят вносът, износът на продукция и стоки и следователно конкуренцията в съответния отрасъл на международно ниво.

Влиянието на международните фактори се изразява главно в две насоки – от една страна, в създаването на благоприятни условия за извършване на международна дейност като обещаващи възможности за продажба на продуктите или услугите на фирмата в други страни, което стимулира развитието и разширяването на фирмата извън страната, от друга страна, чрез налагането на ограничения и затруднения пред международния бизнес, създава трудности пред фирмата и спира нейния стремеж към разширяване на дейността ѝ извън страната. Следователно факторите в стабилната среда оказват солидно и устойчиво влияние, а в нестабилната среда – турбулентно, хаотично и нетрайно въздействие. Събитията в предсказуемата среда могат да бъдат предвиждани, а в непредсказуемата среда не могат да се прогнозират.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Обстоятелствата в разнообразната среда създават по-големи шансове за развитие, а в еднообразната среда възможностите за това са по-малки. Условията в опасната среда, както и появата на дисбаланс в международните икономически и политически отношения, крият значителни рискове за бизнеса, докато в безопасната среда не се съдържат конкретни заплахи. Обстановката в регулираната среда е свързана с нарастване на ролята на държавата, а в дерегулираната среда – с нейното намаляване. Либералната среда стимулира растежа, докато консервативната среда пречи на развитието на фирмата. Външната среда се характеризира с взаимна свързаност и обусловеност между факторите на национално и международно ниво, което означава, че всяко изменение на действието на един от факторите, въздейства върху останалите фактори.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стиглиц, Дж. Свободно падане. Америка, свободните пазари, кризата и виновните за нея. Ситофия: Инфодар, 2010, с. 311-312.
2. Стойков, И. Българската икономика в условията на европейска интеграция, сп. „Икономическа мисъл“, 3/2012.
3. Тотев, Ст. Икономическа интеграция и конвергенция на страните от ЕС, сп. „Икономическа мисъл“, 5/2010.
4. Тошкова, Св. Теории за глобалното бъдеще. Икономически и социални проекции, УИ „Стопанство“, 2005.