

Влияние на вътрешните и външни фактори върху формирането на икономическия потенциал

Мирослав Ганчев

Influence of interior and external factors on forming the economical potential of the industrial enterprises: Various interior and exterior factors to the research of economic potential of enterprises are analyzed.

Key words: Economic potential of an enterprises, interior and exterior factors, reasons, business activity.

ВЪВЕДЕНИЕ

Факторите, влияещи на формирането на икономическия потенциал са различни и оказват влияние по различен начин. При изследването на тяхното влияние е необходимо да се оценят количествените и качествените параметри и да се анализира последствията от действието на всички фактори върху икономическия потенциал. След като се анализира и оцени тяхното влияние е необходимо да се разработи стратегия за действие, като се използват положителните страни от влиянието им и се ограничат и неутрализират отрицателните такива.

В много от разработките и статиите на различни учени присъстват различни класификации на факторите, които оказват влияние на функционирането на предприятието. Но в повечето случаи тези класификации, които са дадени не обхващат подробно всички фактори. Затова тези класификации не са пълни. Тяхната оценка и изучаване е важно с цел вземане на необходимите решения.

Целта на доклада е определянето на вътрешните и външни фактори, основните им съставляващи и показатели за оценка на влиянието на външните фактори.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Икономическият потенциал на индустриалното предприятие се формира под влиянието на условията, в които съществува и осъществява своята дейност. В случая ние ще разгледаме само влиянието, което оказват вътрешните и външните фактори и условията, при които е необходимо да съществува едно индустриално предприятие.

Таблица 1.

Видове фактори в зависимост от дейността	Състав
Вътрешни	-Икономически; -Технически; -Организационни.
Външни	-Общоикономически; -Организационно-икономически; -Фактори свързани с техническия прогрес.

В зависимост от дейността на предприятието факторите се разделят на вътрешни и външни (Табл.1). Характерна черта на външните фактори е, че не зависят от дейността на предприятието и то не може да окаже някакво влияние върху тях. Съгласно Андреев „...Външните фактори включват в себе си: общоикономически, организационно-икономически и фактори, свързани с техническия прогрес.“ [1] По принцип общо-икономическите фактори включват в себе си нивото на инфлацията, данъчната политика на държавата, състоянието на кредитните институции и др. Към организационно-икономическите се отнасят мащаба на дейността на предприятието, географското месторазположението на

предприятието, принадлежността му към съответния отрасъл и др. Относно факторите свързани с техническия прогрес може да споменем нивото на технологичната осигуреност на предприятието, оборудването с най-съвременни технологии и автоматизиране на производствените процеси и др.

Вътрешните фактори се тези фактори, които са непосредствено свързани с дейността на предприятието и като разлика от външните, тяхното влияние може да се контролира и да им се въздейства. Съгласно Андреев „...Към тях се отнасят икономическите, техническите и организационните.“ [1] Към техническите фактори може да споменем материално-техническата база, нивото на техническото снабдяване на самото предприятие, организацията и механизацията на труда, технологичния процес на производство на продукцията. Основните икономически фактори са правната форма на физическото или юридическото лице, състава на собствения и привлечен капитал, състава на материалните и нематериални дълготрайни активи, краткотрайните активи, счетоводната политика на предприятието, системата за заплащане на труда и др. За организационните фактори може да кажем, че към тях се отнасят организацията на труд и производство, условията на труд, продължителността на производствения цикъл, политиката за подбор на персонала, както текучеството му и причините за това.

Оценката на влиянието на външните и вътрешни фактори се извършва с помощта на SWOT- анализ. SWOT- анализът е широко разпространен в теорията и практиката. Абвиатурата му съгласно една от школите на стратегическия мениджмънт е „STRENGTHS-сили; Weaknesses – слабости; Opportunities- възможности; Threats- заплахи“. [4] А външната среда оказва влияние на предприятието чрез държавата, потребителите, доставчиците и конкурентите.

В разработките на Андреев ясно са формулирани факторите, които оказват косвено и директно влияние.

Съгласно Андреев „Външната среда оказва влияние на предприятието чрез:

- фактори за директно въздействие /държавата, доставчиците, потребителите и конкурентите;

- фактори за косвено въздействие /политическата и икономическата обстановка в страната, демографските, природните, научно- техническите фактори, а също и данъчната политика на държавата.“ [1]

Огромно влияние върху дейността на индустриалното предприятие има данъчната политика на държавата. Когато се намаляват данъците и се усъвършенства системата на данъчно облагане, се съживяват икономическите процеси и работата в предприятията. Същото влияние има държавата и с митническата политика и съгласно Андреев „Вдигането или намаляването на митническите тарифи, въвеждането на временни и специални мита, мероприятия, призвани да защитят родния производител, например, квотите, ограничаващи обема на вносната продукция, играят важна роля в удържането и усилването на конкуренцията.“ [1]. По принцип ценовото регулиране се изразява в това, че държавата може да ограничи пределните цени и печалбата. Това може да бъде компенсирано и с различните програми за дотиране на производителите.

Потребителите имат конкретни изисквания и те са най- точния източник на информация, по която могат да се ориентират производителите. Техните изисквания, за които споменах са относно качеството на продукцията, асортимента, начина и качеството на обслужване и т.н. На базата на гореспоменатото те избират производител с най- приемлива ценова политика. Това от своя страна ще доведе до вземането на стратегически решения относно ценовата политика на предприятието и производителят е задължен да предвиди както качеството и количеството така и вида на продукцията, която най- добре ще удовлетвори нарастващите изисквания на потребителите.

Доставчиците могат да бъдат основни/големи/ и малки. Това също се отнася и за посредниците. Те оказват влияние на процесите в предприятието като налагат своите цени. В някои случаи имайки чувството, че са основни доставчици в това предприятие, да влошат качеството на доставяните стоки. Или както пише Андреев „Колкото е по-голям обема и асортимента на доставяната продукция, толкова е по-силна зависимостта от доставчика, но и в същото време, колкото е по-голям обема на материалните ценности, които закупува предприятието от доставчика, толкова е по-голям страха му от загубата на такъв клиент, толкова са по-малко опитите за засягане интересите на промишленото предприятие. Немаловажна роля играят и сроковете за изпълнение на поръчките.“ [1].

Конкуренцията е важен фактор на външната среда на предприятието и като определение за конкуренция в основни линии може да се даде определението дадено от Израйлева „...под конкурентоспособност на организацията /фирмата/ следва да се разбира нейното специфично свойство на потенциалните и реални възможности да създава продукция /предлага услуги, работа/ с необходимото качество в определено количество и относително дълго време да я реализира на вътрешния и външен пазар. Това специфично свойство различава дадената конкретна организация от аналогична.“ [3] Броят на конкурентите е толкова по-голям, колкото е по-голяма нормата на печалбата, получавана от промишленото предприятие. А колкото е по-ниско нивото на конкуренцията, толкова са по-големи и възможностите за специализация вътре в самия отрасъл. Всяко предприятие е длъжно да отчита влиянието на конкуренцията върху дейността на предприятието. И съгласно Андреев „Разпознаването на текущите стратегии на конкурентите е възможно, използвайки следващата информация за тях:

- Насочеността и агресивността на рекламата;
- Текущата кадрова политика;
- Ценовата политика.“ [1].

Знаейки силните и слабите страни в дейността на конкуренцията, пазарът задължава мениджърите на предприятията да вземат стратегически решения за бъдещето на фирмата. А за да се вземат нужните решения е необходимо да се анализира и проучат силните и слаби им страни, тяхната дейност, стратегия и цели.

От всички фактори, които оказват въздействие на дейността на предприятията в машиностроителния отрасъл и най-вече на стратегията им за развитие, се избират само тези фактори от външната среда, които имат най-голямо негативно въздействие на икономическия потенциал. Оценяването степента на негативно влияние на външната среда се извършва с помощта на коефициента на негативно въздействие. Той се явява като сума от претеглените стойности на отделните коефициенти, които се определят в хода на изследване влиянието на отделните фактори за външно въздействие и като такива могат да се споменат следните:

„-Ниското платежоспособно търсене на потребителите;

- Недостатъчните собствени средства за осъществяване на програми за развитие;
- Отсъствие на държавни програми за развитие на отрасъла;
- Изместване от международните пазари на родни производители;
- Борба на отечествените пласментни пазари с чуждестранните конкуренти;
- Непотърсване на пазара на новата продукция;
- Данъчен натиск;
- Нестабилност на цените на потребляемите ресурси;
- Отсъствие на коопериране вътре в отрасъла;
- Враждебност на информационната среда.“ [2]

Това може да е причина и от недостатъчната дейност в насока развитие на маркетинговата активност на предприятието. Недостатък е и недостатъчното

изследване на пазарите и начините за позиционирането на новите продукти на тези пазари. Особено това се отнася за големите машиностроителни фирми, които задължително трябва да извършват такова проучване на пазара и за всяка от тях е препоръчително да имат назначени специалисти в областта на маркетинга. Така, че недостатъчната инициативност и дееспособност неизбежно ще има и съответна реакция като например недостатъчното търсене на новите изделия от потребителите.

Такива тенденции и разсъждения могат да се направят и тогава, когато нямаме обединяване интересите на няколко предприятия от този отрасъл за обмен на информация, за тенденциите в изследването на нови иновационни технологии и системи за управление.

Предприятията не могат да се противопоставят на агресията на чуждите производители и конкуренти. Това може да се изтъква като следствие на крайно недостатъчните програми за развитие на отделните отрасли.

Съгласно Гунина „Колкото е по- близка стойността на коефициента на негативно въздействие към единица, толкова по-неблагоприятно се явява състоянието на външната среда за дейността на предприятието. Във връзка с това, по аналогичен начин, колкото е по-висока степента на враждебно въздействие на избраните фактори, толкова по-близка ще бъде стойността на частните коефициенти към нула и по- ниска вероятността за развитие на ефективността на икономическия потенциал. И обратно, колкото е по-малка степента на враждебно въздействие на факторите, толкова ще бъде близка стойността на коефициента за негативно въздействие към „0“ и висока вероятността за реализация на вероятността на най-ефективна стратегия за развитие на потенциала на предприятието.“ [2]

Формулата за коефициента на негативно въздействие по такъв начин има следния вид съгласно Гунина: „Общата формула за показателя за негативно въздействие има следния вид:

$$\Pi^{\text{нег.}} = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n \Pi_{i(\text{нег.})}^{\text{нег.}}}{n} \quad (1.1)$$

При това $0 < \Pi^{\text{нег.}} < 1$ (0-минималното ниво на негативно въздействие; $i=1,2,3...n$). Общият показател за нивото на негативно въздействие се явява агрегиран показател, изчисляван на основата на частни коефициенти за негативното влияние на отделните фактори на външната среда.

Под $\Pi_i^{\text{нег.}}$ се разбира показателя за негативно влияние на i -фактора.

Общият вид на формулата за изчисляване на показателя на негативно въздействие за i -фактора има вида.

$$\Pi_i^{\text{нег.}} = \frac{F_{\text{факт.}}}{F_{\text{max.}}} \quad (1.2)$$

Където $F_{\text{факт.}}$ - фактическата стойност на фактора;

$F_{\text{max.}}$ - максималната стойност на фактора.

В този случай, когато разгледания фактор се явява комплексна величина и зависи, на свой ред, от ред други подфактори, е възможно преизчисляване на $\Pi_i^{\text{нег.}}$. По следната формула:

$$\Pi_i^{\text{нег.}} = \sum_{i=1}^n \frac{\Pi_{\text{п.ф.}}^{\text{нег.}}}{n} \quad (1.3)$$

Където $\Pi_{\text{п.ф.}}^{\text{нег.}}$ - показател на негативни подфактори;

N - количеството подфактори.“ [2]

„Показателят за негативно въздействие на подфакторите в такъв случай се изчислява по следния начин:

$$\Pi_{п.ф.}^{нег.} = \frac{F_{факт.}^{п.ф.}}{F_{max.}^{п.ф.}} \quad (1.4)$$

Където $F_{факт.}^{п.ф.}$ – фактическа стойност на подфактора,

$F_{max.}^{п.ф.}$ – максималната стойност на подфактора.

Претеглената стойност на i- подфактора на показателя за негативно въздействие има следния вид:

$$\Pi_{i(прет.)}^{нег.} = \Pi_i^{нег.} * W_i , \quad (1.5)$$

Където W_i - поправка стойността на $\Pi_i^{нег.}$ ($j = 1,2,3,...n$), а поправката за стойността има следния вид:

$$W_i = \frac{N_i}{\sum_{i=1}^n N_i} , \quad (1.6)$$

Където N_i – представлява количествено негативно въздействие на посочените фактори.“ [2]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Една от най-важните цели на всяка една фирма е адаптирането им в условията на отрицателна външна среда, отчитайки своя потенциал за развитие. А за оцеляването в негативни условия е нужно подробното и старателно изучаване на вътрешните и външни фактори и вземането на конкретни стратегически и тактически решения. Необходимо е и обединяване интересите на няколко предприятия от този отрасъл за обмен на информация, за тенденциите в изследването на нови иновационни технологии и системи за управление. Предприятията следва да се противопоставят на експанзията на чуждите производители и конкуренти, а това може да се извърши с програми за развитие на отделните отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

[1] [Андреев, К.Евг. Экономический потенциал промышленного предприятия и его использование. Дис., Москва 2008].

[2] [Гунина, И.А. Теория и методы формирования механизма развития экономического потенциала предприятия. Дис., Москва 2007]

[3] [Израйлева О.В, Методический подход к анализу экономического потенциала организации с позиций конкурентоспособности.-Известия Уралского государственного экономического университета. 2005.т.11.с.55-63]

[4] [Соколова Н.Н. Теоретически основы формирования стратегии развития предприятий- В.КрасГАУ-2007, №2, с.19]

За контакти:

Мирослав Ганчев, докторант в Катедра “Икономика”, Русенски университет “Ангел Кънчев”, тел.: 0889407589, e-mail: m_ganchev@abv.bg

Докладът е рецензиран.