

РЕЗЮМЕТА

на научните публикации на д-р Йордан Христов Иванов, главен асистент в катедра “Индуриален бизнес” при ИУ-Варна за участие в конкурс за “доцент” по професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Икономика и управление на индустрията“ (Управление на разходите и ценообразуване)

6.1. ЦЕНОВИ АСПЕКТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА

Конкурентоспособността на бизнес-организациите заема централно място в теоретичните и емпирични изследвания на редица учени повече от няколко столетия. Техните публикации носят почерка и духа на времето, за което се отнасят, но всички те очертават мястото и значението на цената в конкурентната надпревара. В значителна част от позициите ценовата конкурентоспособност се свързва с възможността за понижение на цените. Подобни възгледи са причината, настоящото изследване да бъде посветено на търсенето на мястото на цената в съвременната конкурентна надпревара на продуктово равнище.

Въз основа на теоретичен анализ е изведена позицията, че ценовата конкурентоспособност, пречупена през призмата на съвременните динамични процеси, следва да се разглежда не толкова като конкуренция между продукти чрез техните цени, а като конкуренция на цените чрез характеристиките и ценността на продуктите. На тази база е представен разгърнат теоретичен анализ на детерминантите на ценовата конкурентоспособност, които са емпирично тествани.

Резултатите от проведеното изследване потвърждават тезата, че чрез определени ключови детерминанти, влияещи върху възприеманата ценност на стоките, ценовата конкурентоспособност може да се измерва и повишава. С помощта на факторен анализ са изведени три ключови детерминанти на ценовата конкурентоспособност, основана на ценността:

потребителски нагласи, продуктови характеристики и условия на пазара. Връзката между ценността за клиента и конкурентоспособността на цената се основа на доразвятия модел на Котлър „Цена-Ценност“. Конкурентоспособността се изразява чрез ширината на диапазона формиран от себестойността и възприеманата от потребителя ценност. Това позволява фирмата да притежава ценова гъвкавост, а от там и значително по-добра конкурентоспособност в ценово отношение.

7.1. ВЗАИМОВРЪЗКА НА КАРИЕРНОТО ОБРАЗОВАНИЕ И РАЗХОДИТЕ ЗА ПОДБОР, ОБУЧЕНИЕ И АДАПТАЦИЯ НА СЛУЖИТЕЛИ

Динамиката на социално-икономическите процеси през последните години изправи хората пред сериозен проблем породен от липсата на възможности за адаптация към новата реалност. Промяната в изискванията към работниците и служителите породени от бързото развитие на технологиите, както и след икономическата криза от 2008 г., поставиха на дневен ред въпросите за повишаване на степента на "кариерно образование" сред хората, имащо за цел повишаване на уменията за адаптивност при турбулентните изменения на трудовия пазар през последните години.

Ето защо, настоящата публикация е посветена на търсенето на взаимовръзка на нивото на подготовка на хората напускащи образователните институции за успешна реализация на пазара на труда и разходите, които организациите правят за подбор обучение и адаптация на своите служители. Основната теза е, че целенасочените усилия и целенасоченото изразходване на ресурси в кариерно образование във средните и висши училища би подобрило качеството на професионалната реализация на индивидите (в различните му измерения и ползи: от гл. т. на индивида, работодателя и обществото).

8.1. ВЗАИМОВРЪЗКИ МЕЖДУ БИЗНЕС СТРАТЕГИЯТА И ЦЕНОВОТО ПОВЕДЕНИЕ

В статията се разглеждат особеностите на взаимовръзката между бизнес стратегиите и ценовото поведение. Чрез дефинициите за тези основни икономически понятия е описана зависимостта между тях за достигане на пазарен успех. Определени са две групи фактори на ценовото поведение при установяване бизнес стратегията – фактори на търсенето и фактори на конкуренцията. На тази основа е определено възможното ценово поведение в зависимост от бизнес стратегията и комбинацията от факторите.

9.2. УПРАВЛЕНИЕТО НА РАЗХОДИТЕ – ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПОВИШАВАНЕ ЕФЕКТИВНОСТТА НА БИЗНЕСА

В съвременния бизнес климат, търсенето на възможности за устойчиво развитие на стопанските организации е задача от първостепенно значение за фирмения мениджмънт. Управлението на разходите, преди всичко като практическа дейност, има огромно значение за реализирането на тази задача, предвид ограничеността на ресурсите. Традиционно, управлението на разходите или анализът на разходите се представят като процес на определяне влиянието на финансовите показатели върху вариантите на управленските решения във връзка с постигането на устойчиво развитие на фирмите.

Преследването на фирмените цели и икономически параметри, изисква използването на определени ресурси и извършването на разходи. Идентифицирането, измерването, анализирането, вземането на решения за контролирането и ефективното използване на разходите се оказва важно за управлението на бизнеса.

10.3. ЗНАЧЕНИЕ НА ЦЕНОВАТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ ЗА УСПЕХА НА БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС В НОВАТА ИКОНОМИЧЕСКА РЕАЛНОСТ

Сложната и динамична икономическа конюнктура, породена не само от глобализацията на пазара и засилващата се конкуренция, но и от икономическата и финансова криза, поставя нови предизвикателства пред българските предприятия, за търсене на възможности за повишаване на тяхната конкурентоспособност. Формирането на пазарните цени, отразяващи не само вътрешно – фирмената специфика, но и съобразени с условията на пазара са ключовият фактор за постигане на успех, в условията на еднотипни технологии, еднаква производителност и маркетингова дейност от страна на фирмите опериращи на съответния пазар.

11.4. ПЕРСПЕКТИВИ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ИНДУСТРИАЛНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ

В периода на преход от тежка икономическа и финансова криза, към неизменно следващата я рецесия, е важно да направим сериозна равносметка, своеобразна ревизия на случващото се, за да можем да очертаем бъдещите перспективи за устойчивост на бизнеса. Това се налага най-вече, за да не се допусне икономиката да изпадне в депресия, последиците от която ще са силно критични за националната икономика и бизнес. Друга важна причина, за подобен анализ на ситуацията е да се покажат грешките допуснати при управлението на икономическите процеси, на национално, фирмено и лично равнище, за да не допускаме тяхното повторение. Ето защо, основната цел, която си поставяме с настоящата статия е да се опитаме да очертаем състоянието на индустриалния сектор в България, за да можем да предложим концептуална рамка за устойчивото му излизане от кризата и бъдещо

възходящо развитие и не на последно място, пакет от принципни мерки и действия за малкия и среден бизнес, който е най-силно засегнат през последните 3 – 4 години. В настоящото изследване, ще прилагаме методи от статистическия анализ, метод на сравнението и др. Въз основа на получените резултати, ще се опитаме да предпишем рамкова програма за справяне с последиците от кризата, която да бъде обект на критики, коментари и развитие, с цел постигане на реални резултати в българските индустриални предприятия.

12.5. ЦЕНОВИ АСПЕКТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА „КРАФТ“ ПИВОТО В БЪЛГАРИЯ

„Крафт“ пивоварството е особена част от клас „Производство на пиво“, което привлича все повече потребители през последните години. Възможността за информиран избор на продукт или услуга, задоволяващи конкретни нужди на потребителите измества фокуса от ниската цена, към продукт с висока ценност за която трябва да се заплати. Целта на настоящата статия е позовавайки се на теоретично изведени детерминанти за конкурентоспособност на цената, емпирично да се изведат тези влияещи върху избора на „Крафт“ пиво. Научните задачи могат да се обобщят до: извеждане на детерминантите формиращи възприеманата ценност и теоретично обосноваване на връзката ѝ с ценовата гъвкавост; теоретична обосновка на връзката между ценова гъвкавост и конкурентоспособност на цената; емпирично извеждане на ключовите детерминанти на конкурентоспособността на цената за „Крафт“ пивото в България. В изследването се използват методите на анализ и синтез, анкетни проучвания, статистически методи, проучвания на пазара и др.

13.1. СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА РАЗХОДИТЕ – ВРЪЗКА МЕЖДУ ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Глобализацията и все по-динамичният пазар, в които функционират съвременните организации, както и растящата роля на иновациите в управлението на бизнеса, засилват ролята на управленските функции (планиране, организиране, мотивиране и контрол) във всяка сфера от икономическата дейност. Разширяването и задълбочаването на обхвата им има за цел вземането на адекватни решения предвид динамиката, мащабите и неопределеността на промените в средата. Може да се каже, че турбулентността на икономическата конюнктура е това, което подтиква към вземането на точни и обосновани управленски решения, чрез които се търси гъвкава реакция на ескалиращите промени.

14.2. ЗА АДАПТАЦИЯТА И ПРОФЕСИОНАЛНАТА РЕАЛИЗАЦИЯ НА СТУДЕНТИТЕ ПРИ ПРЕХОДА „УНИВЕРСИТЕТ – ПРАКТИКА”

През последните години все по-широко се дебатира по въпроса за връзката между обучение и практика, както от страна на образователните институции, така и от бизнеса. Решаването на възникналите противоречия са обект на множество публикации не само в България, но и в чужбина. Еднозначни отговори не могат да бъдат намерени, тъй като този процес е двустранен и е от особено значение да се решава от двете заинтересовани страни „университет – практика”. Потърпевши от липсващата през последните години комуникация между образование и практика са нашият „продукт” – младите специалисти с висше образование. Поради тази причина е особено важно да се открият начините за диалог и допълнителна подготовка, свързана с кариерното ориентиране на студентите във връзка с бъдещият им досег с практическа дейност.

15.3. ТРАНСФЕРНОТО ЦЕНООБРАЗУВАНЕ ЗА ПОВИШАВАНЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Изискванията наложени от засилващата се конкуренция на глобализиращите се производство и пазари, както и мерките на държавните институции за регулиране на някои икономически отношения, налагат нов прочит на известните до момента мерки за ефективно управление на стопанската дейност. Търсенето на възможности за развитие на предприятията се свързва преди всичко с постигането на все по добри резултати от дейността – ръст на печалба, висок пазарен дял, високо качество на предлаганите продукти и услуги, значителна удовлетвореност на потребителите и др. През последните десетилетия на глобални икономически и политически промени, теорията и практика се развива с бързи темпове и в този контекст е важно да се търсят възможности за постигане дългосрочно на предприятията в България

16.4. ПРОБЛЕМИ И ПЕРСПЕКТИВИ НА БЪЛГАРСКОТО АКУМУЛАТОРНО ПРОИЗВОДСТВО

Бързите промени в българската икономика от началото на XXI в., очертаха нови условия за развитие на стопанска дейност. Много от индустриалните предприятия се оказват неподготвени за предизвикателствата на съвременния глобален пазар. Все по-актуален за тях става въпросът за повишаването на конкурентоспособността им. Икономическата нестабилност в световната икономика през последните години се отразяват негативно и на развитието на българските фирми. Постоянно растящите цени на основни суровини (горива, метали и др.), очертава редица неблагоприятни тенденции за националното производство – все по силна зависимост от доставчици, особено на енергийни ресурси. Това именно е в основата на издигналите се бариери пред българските индустриални предприятия при приспособяването им към новите пазарни реалности. В хода на настъпващите промени, пред фирмите от българската индустрия се появи и необходимостта от нов подход за развитие на тяхната дейност,

свързан преди всичко с разработването на комплекс от стратегии и мерки за преодоляване на появилите се негативи. Те ще се явят предпоставка за оползотворяването на съществуващите пред предприятията конкурентни предимства за постигане на бъдещо устойчиво развитие.

17.5. ОТРАЖЕНИЕ НА СВЕТОВНАТА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА ВЪРХУ ЦЕНОВАТА ПОЛИТИКА НА ФИРМИТЕ

Възходящите тенденции на развитие на световната икономика, отчитани през първото десетилетие на новия ХХІ, подсилиха оптимизма на значителна част от хората, че времето на кризите в икономиката е останало далеч назад в годините. Всекидневно се отчитаха огромни скокове в цените на акции, енергоносители, суровини и материали, нарастваха доходите – факти, водещи след себе си до ръст на цените на много основни и не дотам основни за обикновените потребители блага. Тези факти не притесняваха почти никого от съвременното консуматорски настроено общество. Девизът на борсите беше „купи скъпо..., защото ще продадеш още по скъпо”, спекулата със фючърните сделки за суров петрол бяха ежедневие и всичко това изглеждаше добре и очертаваше безоблачно бъдеще, ако не бяха онези няколко думи скрити във всяка икономическа теория „...при условията на ограничени ресурси”. Това именно условие ни дава основание да твърдим, че процесите, случващи се в световната икономика през последните години, не бяха нищо друго, а продукт на все по-нарастващата алчност на обществото, в което живеем. „Икономическото развитие през последните години, обаче, бе постигнато с цената на нарастваща нестабилност на цялата система и засилващо се неравенство между страните и между гражданите, които живеят в тях”¹

¹ Оте, М., Кризата идва, ЕАСТРА, С., 2006 г., стр. 39

18.6. АКТУАЛИЗИРАНЕ НА ПОДХОДИТЕ ЗА ПЕЧЕЛИВШО ЦЕНООБРАЗУВАНЕ ВЪВ БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Първото десетилетие на XXI в. беше белязано от интересни събития, които промениха развитието на глобалната икономика за винаги. Управлението на ефективността и представянето на фирмата, беше основна парадигма, имаща за задача, да повишава стойността на бизнес организацията, с основна цел привличане на акционерен капитал и едновременно с това постоянно нарастване цената на емитираните от фирмите акции. Теорията и практиката осъзнаха необходимостта от промяна в досегашния курс на действие след „шамара”, който получи от кризата в края на този десетгодишен период. Логично възникна въпроса, а сега на къде, кое е в действителност важно, по отношение на осигуряването на конкурентоспособност на произвежданите и предлаганите стоки и услуги. Новата икономическа реалност на провалилото се консуматорско общество, водено от човешката алчност, поставя въпроса и за модела на ценово поведение, изповядван от производители и търговци. Ето защо считаме, че подходите за формиране на цени са изходен елемент за успеха на продуктите и услугите, респективно на представянето на предприятието.

19.7. ПОТЕНЦИАЛ ЗА РАСТЕЖ НА ИНДУСТРИАЛНИТЕ ФИРМИ ОТ СЕВЕРОИЗТОЧЕН РЕГИОН НА ПЛАНИРАНЕ

Икономическата и политическа несигурност в Р.България, породена както от световната финансова и икономическа криза, така и от невъзможността на политическата класа да преодолее партийните, идеологическите и икономическите си различия в името на стабилността на икономиката, поставят пред научната общност редица въпроси за бъдещето. Все по-често в различни политически програми и платформи се говори за „икономически растеж”, но липсва аргументация за това, как

той ще бъде осигурен. В действителност, той не е нещо друго освен определени закономерности на взаимодействието на производствените фактори, разпределението и потреблението на Брутния национален продукт (БНП).

20.8. КАРИЕРНИ НАГЛАСИ НА СТУДЕНТИТЕ ОТ СПЕЦИАЛНОСТ „ИНДУСТРИАЛЕН БИЗНЕС“ НА ИУ-ВАРНА

Икономическите процеси протичащи от началото на новото, XXI^{во} хилядолетие, повишават в значителна степен изискванията не само към стопанските организации, но и към образователните институции. Глобализирането на пазарите, постоянното развитие на комуникационните технологии, растящият конкурентен натиск поставят на преден план и новите, основани на знанията и уменията, изисквания към обучаващите се във висшите учебни заведения студенти. Предизвикателствата на новата обществено-икономическа действителност са преди всичко към хората, към тяхната адаптивност и умения да предвиждат колебанията на средата в която те живеят, обучават се и се трудят.

Подпис:



(гл.ас.д-р Йордан Иванов)