

Консултиране и коучинг на бъдещи, стартиращи и действащи предприемачи

“Empowering businesses Seeking Growth” Project
SeeG

Проект „Овластяване на бизнеса, търсещ растеж“

Beneficiary's Name:

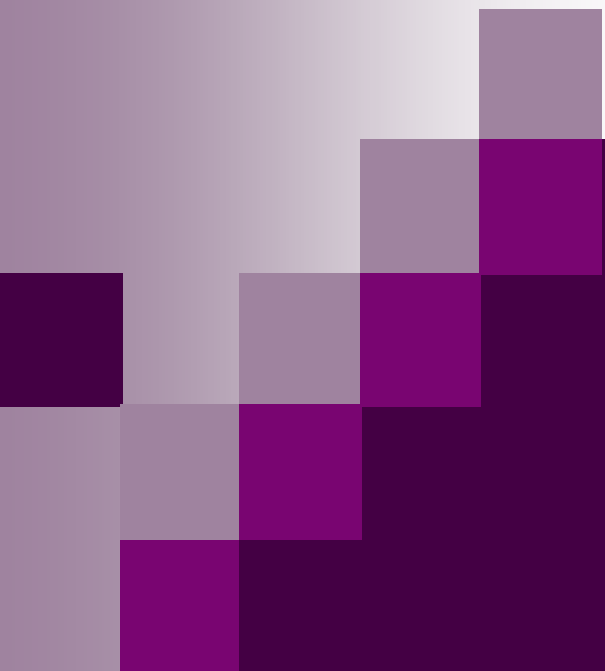
LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT AGENCY - RAZLOG (BULGARIA)



The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme



The content of this document is the sole responsibility of the Local Economic Development Agency - Razlog and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority and the Joint Secretariat.



Икономика на предприятието

БИЗНЕС СРЕДА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО



Обща характеристика на средата на предприятието

ПРЕДПРИЯТИЕ - Открита социално-икономическа система, успехът на която зависи от взаимодействието с обкръжаващите среди.

Обща характеристика на средата на предприятието

В зависимост от мястото на действие на различните фактори средата на предприятието се разделя на:

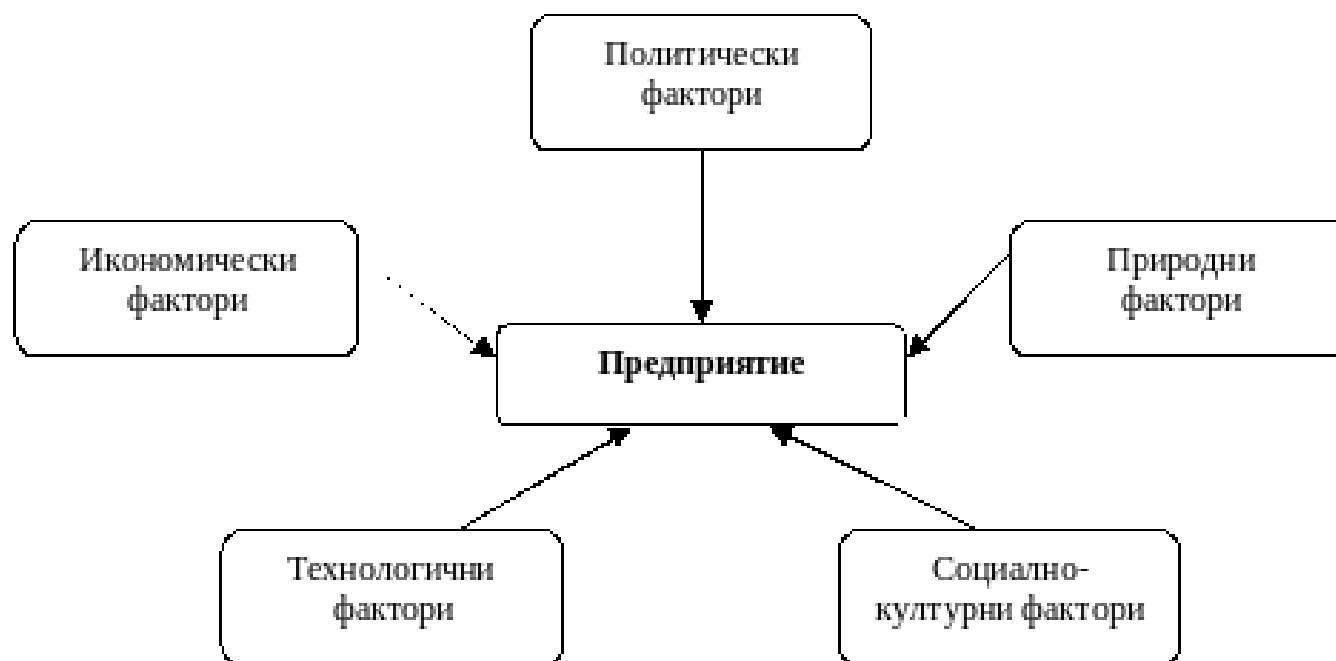
- 1. Външна среда** - включва всички фактори извън рамките на предприятието, но въздействащи върху дейността му;
- 2. Вътрешна среда** - обхваща всички вътрешни фактори и елементи, с които предприятието разполага и върху които може да влияе.

Обща характеристика на средата на предприятието

1. Външната среда се разделя на:

- **Макросреда** - състои се от елементи, които формират атмосферата на бизнеса.

5 основни групи фактори:



Обща характеристика на средата на предприятието

1. **Външната среда** се разделя на:

■ **Микросреда** - елементи, които въздействат директно върху предприятието. *Непосредствено делово обкръжение.*

3 основни групи фактори:

- потребители;
- конкуренти;
- доставчици.



Факторите на външната среда сформират пред предприятието:

- **възможности** - благоприятни условия или тенденции на външната среда, с които предприятието може да постигне бъдещ успех;
- **заплахи** - всяко условие или тенденция на външната среда, което въздейства или ще въздейства негативно върху дейността му и върху неговите резултати.

2. Вътрешната среда е съвкупност от компонентите в предприятието, които функционират заедно за постигане на целите му.

Те определят:

- **силните страни** (*вътрешни условия и фактори, които му дават предимство пред конкурентите*) на предприятието;
- **слабите страни** (*свързани с онези негативни вътрешни условия и фактори, които затрудняват дейността на предприятието и намаляват конкурентно способността му*) на предприятието.

Фирмата като сложна икономическа система





Характеристика на външната среда на предприятието

Външните фактори, които въздействат на предприятието се разделят на 2 основни групи:

1. **Косвени фактори** (формират макросредата на предприятието)
2. **Преки фактори** (формират микросредата на предприятието, непосредственото обкръжение)

Характеристика на външната среда на предприятието

1. **Косвените фактори** формират макросредата, която се разделя на:

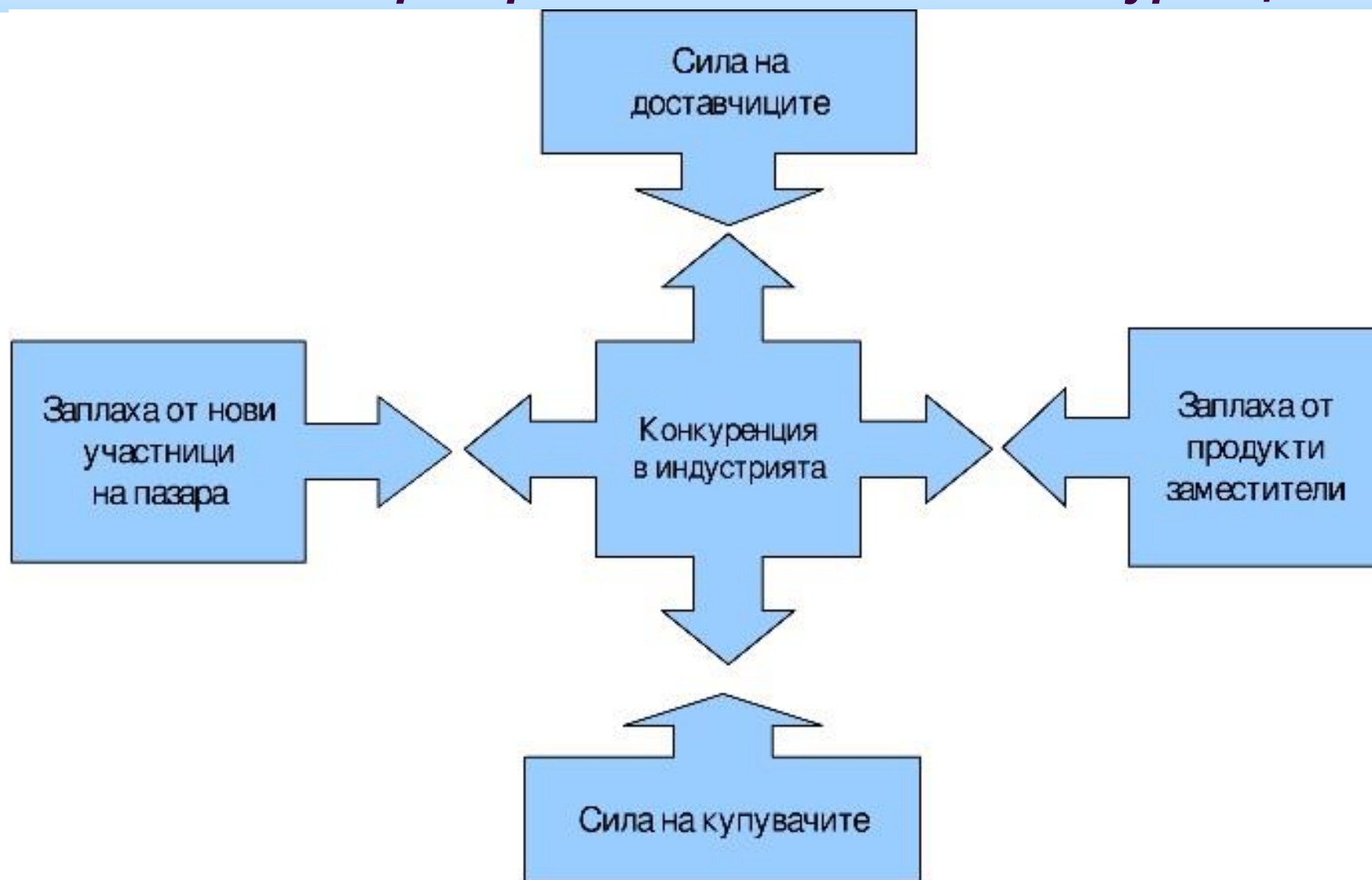
- **Политико-правна** (политически и правни фактори);
- **Икономическа среда;**
- **Социокултурна и демографска среда** (социални и демографски фактори);
- **Технологична среда** (научни и технически фактори);
- **Екологична (природна) среда.**

2. Преките фактори се разделят на:

- **Фактори на общата индустриална среда**
(размери на пазара; мащаби на конкуренцията; темпове на пазарен ръст и др.)
- **Фактори на конкуренцията в отрасъла -**
Модел на М. Портър на петте сили в конкуренцията:
 - **Съществуваща конкуренция в индустрията;**
 - **Новонавлизащи в индустрията;**
 - **Купувачи;**
 - **Доставчици;**
 - **Продукти заместители.**

Характеристика на външната среда на предприятието

Модел на М. Портър за петте сили на конкуренцията



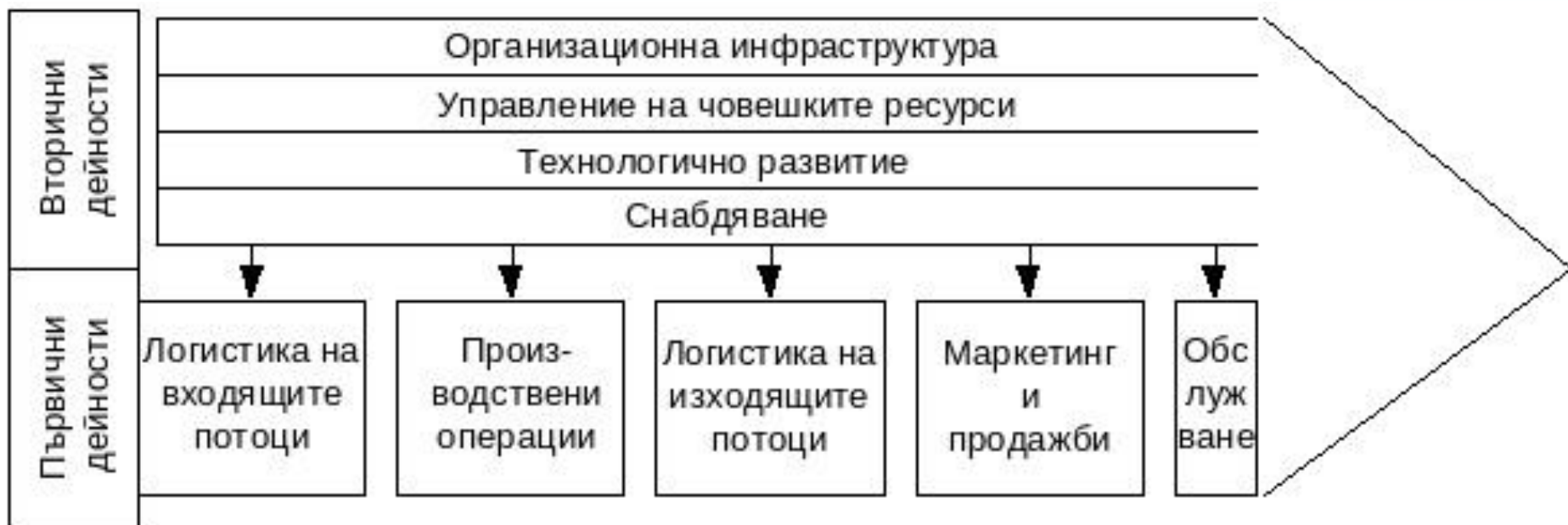
Характеристика на вътрешната среда на предприятието

Вътрешната среда на предприятието обхваща всички вътрешни фактори и елементи, с които предприятието разполага и върху които може да влияе. Това са **организационните му ресурси** (материални, човешки, финансови и нематериални) и **основните функционални области**, които управляват тези ресурси.



Характеристика на вътрешната среда на предприятието

Верига на стойността



Към **вторичните** (поддържащите) дейности спадат – НИРД, управление на човешките ресурси, общофирмено управление и доставка на ресурси

Характеристика на вътрешната среда на предприятието

Ключови фактори на успеха – тези вътрешни условия и дейности, на които трябва да се отделя особено внимание. Определят конкурентните способности на предприятието и успеха му на пазара.



Характеристика на вътрешната среда на предприятието

Ключови фактори на успеха

Източници	Ключови фактори на успеха
Свързани с технологиите	- Качество на провежданите научни изследвания
	- Възможности за иновации в производствения процес
Свързани с производството	- Ниска себестойност на продукцията
	- Качество на продукцията
Свързани с реализацията на продукцията	- Широка мрежа от дистрибутори за търговия на едро
	- Голям достъп до точките за търговия на дребно
Свързани с маркетинга	- Висока квалификация на сътрудниците от отдела за пласмент
	- Достъпна за клиентите система за техническа помощ при покупка и използване на продуктите
Свързани с професионалните навици	- Особен талант
	- Ноу-хау в областта на контрола на качеството
Свързани с организационните възможности	- Равнище на информационните системи
	- Способност за бързо реагиране на променящата се пазарна ситуация
Свързани с други области	- Благоприятен имидж на фирмата сред купувачите
	- Ниски общи разходи

Характеристика на вътрешната среда на предприятието

*Как да се използват съществуващите **предимства** и да се елиминират **слабостите**, за да се оползотворят по възможно най-добрия начин разкритите **възможности** и да се неутрализират **заплахите** на външната среда?*



Съчетаване на външните възможности и заплахи със силните и слабите страни на предприятието

SWOT анализ – инструмент за оценка на стратегическото състояние на предприятието чрез разбиране на силните и слабите страни през призмата на външната среда, представена като възможности и заплахи

S – Силни страни (strengths)

W – Слаби страни (weaknesses)

O – Възможности (opportunities)

T – Заплахи (threats)

Съчетаване на външните възможности и заплахи със силните и слабите страни на предприятието

SWOT Анализ

Вътрешни за компанията фактори	Положителни фактори (спомогат за постигане на целите на компанията) Силни страни (Strengths) • технологични умения • водещи марки • канали за разпространение • лоялни клиенти • качество на продукцията • управление	Отрицателни фактори (пречат за постигане на целите на компанията) Слаби страни (Weaknesses) • липса на важни умения • слаби марки • лошо разпространение • невъзможност за задържане на клиентите • ненадежден продукт/услуга • управление
Външни за компанията фактори	Възможности (Opportunities) • промяна в нуждите на потребителите • разширяване на географското разположение на пазарите • технологични предимства • политически условия • понижаване на данъците • нови канали за разпространение	Заплахи (Threats) • промяна в нуждите на потребителите • затваряне на пазарите • технологични предимства • политически условия • увеличаване на данъците • нови канали за разпространение

Съчетаване на външните възможности и заплахи със силните и слабите страни на предприятието

Методология:

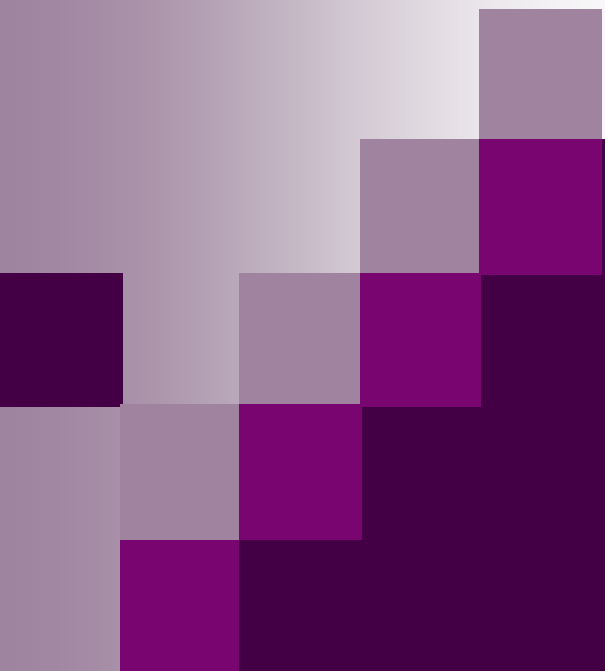
1. Съставяне на списък със силните и слабите страни, възможностите и заплахите в матрица;
2. Изграждане на матрицата на SWOT-анализа:
 - ситуация Силни страни – Възможности
 - Ситуация Слаби страни – Възможности
 - Ситуация Силни страни – Заплахи
 - Ситуация Слаби страни – Заплахи
3. Оценка на възможностите с “Матрица на възможностите” – метод на позиционирането;
4. Оценка на заплахите с помощта на “Матрица на заплахите”;
5. Съставяне на окончателен списък със заплахите и възможностите, силните и слабите страни, които да бъдат отчетени при разработване на стратегията.

Обобщение и дискусия



**“Empowering businesses Seeking Growth” Project
SeeG**

Проект „Овластяване на бизнеса, търсещ растеж“



Да анализираме конкретното предприятие или намерение: от теорията - към практиката

Beneficiary's Name:

LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT AGENCY - RAZLOG (BULGARIA)



The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme



The content of this document is the sole responsibility of the Local Economic Development Agency - Razlog and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority and the Joint Secretariat.