

## ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС, КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БОЛГАРСКИХ ФИРМ

аспирант **Нейкова М.В.**

*Лесотехнический университет (Республика Болгария)*

Выявление роли и значения электронного бизнеса для повышения устойчивости болгарских фирм в условиях усиливающейся глобализации предполагает уточнение основных реляционных зависимостей: „глобализация – электронный бизнес – устойчивое развитие”.

Глобализация является основной характеристикой современной бизнес среды. Она определяет в основных линиях поведение мировых рынков, с одной стороны, и поведение отдельных государств и фирм на этих рынках, с другой стороны. Она представляет объективный закономерный процесс, который может быть замедлен или ускорен, но ни в коем случае не может быть остановлен. Один из основных двигателей ускорения глобализации и расширения масштабов глобализационных процессов – это электронный бизнес. Он позволяет быстрее и самым экономичным способом обеспечить гибкие коммуникации между фирмами–производителями и реальными потребителями. Это, со своей стороны, облегчает проникновение сильных и конкурентоспособных фирм как на близкие, так и на очень отдаленные рынки. Сама электронная торговля, известная как „e-commerce”, представляет вид индустрии, при которой процессы купли-продажи регулируются электронными системами и компьютерными сетями. Их усовершенствование и расширение имеет стимулирующую роль в развитии глобализации.

В обобщенном плане, электронный бизнес можно определить как процесс использования современных электронных технологий и электронных сетей для организации и осуществления бизнес процессов в условиях активной глобализации мирового хозяйства.

Электронный бизнес трансформирует роль информационных технологий при осуществлении бизнеса: от экономии денег посредством эффективных внутрифирменных операций – до прибыли денег в результате улучшения качества предлагаемых товаров и услуг на зарубежных рынках. В этом смысле, электронный бизнес превращается в „мост” между глобальными процессами и более быстрой направленностью производителей товаров и услуг к реальным конкретным потребителям.

Влияние электронного бизнеса на устойчивость и конкурентоспособность фирм отражается на выработанные и реализованные ими стратегии.

В зависимости от налаживания или степени использования техник электронного бизнеса, в менеджерской практике известны три разновидности стратегий:

- начальная или стратегия ввода – это стратегия создания информационной инфраструктуры. Эти формы находятся в начале процесса. Чтобы начать использование электронного бизнеса, необходимо реструктурировать бизнес процессы и переосмыслить свою миссию и концепцию;

- стартирующая стратегия – это стратегия фирм, которые построили частично свою информационную инфраструктуру и используют частично (только для некоторых продуктов и услуг) возможности электронной сети.

- работающая и развивающаяся стратегия – это стратегия фирм, которые разработали свою информационную структуру и продолжают ее совершенствовать с целью достижения высоких результатов посредством электронного бизнеса. Эти фирмы имеют стабильные позиции на рынках и они в состоянии оценивать свою конкурентоспособность, как и принимать решения каким способом и в каких направлениях использовать электронный бизнес.

Знание стратегий, как и специфику окружающей бизнес среды, имеют определяющую роль при формировании решений менеджеров фирм о вводе в действие электронного

бизнеса. Для успешной реализации подобных решений необходимо соблюдать некоторые дополнительные условия: надо знать состояние рынков и их приоритетов; надо знать хорошо и прогнозировать поведение конкурентов; нужно обеспечение хорошего взаимодействия между менеджерами и компьютерными специалистами.

В заключение, можно сделать обобщение, что электронный бизнес представляет систему проведения хозяйственной деятельности, базирующейся на использовании самых новых технологий в организации деловых и финансовых взаимоотношений между контрагентами. Он основывается на преобразовании основных бизнес процессов посредством использования автоматизированных информационных систем, Интернета и Web-технологий, как средство коммуникации с потенциальными и реальными клиентами при сильно развитой информационной инфраструктуре и новой информационной культуре. Электронный бизнес способствует более эффективному и результатному осуществлению бизнес процессов посредством виртуальных рынков, как и более качественному и надежному обслуживанию клиентов и бизнес партнеров в условиях острой конкуренции и борьбы за доминирование на рынке.

**Нейкова, М.В. Электронный бизнес, как фактор устойчивого развития болгарских фирм [Текст] / М.В. Нейкова // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.1. - С. 119-121.**