

3. СЪВРЕМЕНИ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС

- 3.1. Новите измерения в световното икономическо пространство
- 3.2. Държавата и международният бизнес
- 3.3. Международното регулиране на бизнеса
- 3.4. Науката и бизнесът
- 3.5. Конкуренцията и международният бизнес
- 3.6. Аутсорсингът в международния бизнес
- 3.7. Логистиката в международния бизнес
- 3.8. Ценообразуването в международния бизнес
- 3.9. Формите и методите на външната търговия

След усвояване на материала по тази тема Вие ще знаете:

- ✚ проявлението на глобализацията на световното стопанство
- ✚ особеностите в системата на международното ценообразуване
- ✚ интеграционни процеси, извеждащи комплексни външнотърговски операции на преден план в икономическите отношения фирма – държава
- ✚ ролята на технологиите за икономията на ресурси и осигуряване повишаването на международната конкурентоспособност.

Началото на новото столетие стартира с формирането на нов модел на световната икономика и международните икономически

отношения. Изгражда се система от многостранни икономически взаимовръзки и зависимости, базиращи се на сложно съчетаване на конкурентни механизми, коопериране и партньорство на макро и микро нива, преплитане на зараждащите се глобални пазари със запазващите се национални и локални пазари. Световната икономическа общност се превръща от неопределена съвкупност на повече или по-малко свързани страни в многообразна, но единна система от национални и транснационални структури, в която националният социум се оказва съставна част на единния световен стопански организъм. Негова органична част стават международните икономически отношения като система от стопански връзки между икономическите субекти в различните страни.

3.1. Новите измерения в световното икономическо пространство

Материална основа в развитието на системата на световното стопанство продължава да бъде международното разделение на труда. В основата на това развитие лежи преходът в края на XX век към нов начин на производство. Негова отличителна черта е непрекъснато генериране на иновации и усвояване на нови технологии. Ключов ресурс в развитието стават знанието, науката, човешкият (интелектуалният) капитал. Едновременно с тези процеси в развитите страни се наблюдава и преход към социално ориентиран тип на развитие. Показател за това е разширяването на нематериалните потребности в социалните услуги, в социалното осигуряване, в хуманизацията на труда, участието в управлението. Важно значение придобиват специфични „социални сили“: развита демокрация, обща култура, информираност, компетентност на държавното управление, гражданска активност.

Всички тези условия съществено усложниха институционалната структура на световното стопанство. Отличителна черта стана многообразието на нейните съставни икономически субекти. Те могат да бъдат обособени в две основни групи:

- първа група – стопански субекти, които непосредствено осъществяват предприемаческа дейност;
- втора група – съвкупност от институции, които регулират дейността на стопанските субекти и отношенията между тях и реализират икономическата политика на отраслово, регионално, национално, междудържавно и наднационално ниво.

Към първата група се отнасят ключови стопански субекти в световната икономика, определящи световния бизнес: транснационалните корпорации (ТНК), транснационалните банки (ТНБ), транснационалните институционални инвеститори (застрахователни компании, различни пенсионни фондове и др.), транснационалните финансово-промишлени групи (интегрирани ТНК и ТНБ), световните финансови центрове (Лондон, Токио, Ню Йорк, Париж, Цюрих, Франкфурт на Майн, Сингапур, Сянган), най-големите борси.

Втората група субекти в световното стопанство включва: националните държави, различните обособени територии, регионални и местни органи на властта, съюзи на предприемачи, търговски палати, профсъюзи, световни икономически и финансови институции, регионалните интеграционни обединения (ЕС, НАФТА, МЕРКОСУР и др.), отраслови международни организации (ОПЕК и др.), международни неправителствени организации.

Универсални икономически организации с най-голямо влияние върху световното стопанство стават Международният валутен фонд (МВФ), Групата на Световната банка, Световната търговска организация (СТО), Конференцията на ООН по търговията и развитието (ЮНКТАД) и др. Своеобразен клуб на развитите страни е Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР). С регулирането на външните дългове се занимават Парижкият клуб (държавните дългове) и Лондонският клуб (частните външни дългове). Особена роля играе „голямата осморка“ (САЩ, Германия, Франция, Великобритания, Италия, Канада, Япония, от 1993 г. – Русия) – като неформална група, в състава на която се обсъждат най-важните проблеми в развитието на световната икономика.

Многообразието на стопанските субекти преобрази цялата икономическа среда. Дълбоки изменения се наблюдават и в отношенията на собствеността и формите на предприемачество. Преобладаваща става корпоративната частна собственост. Качествени промени се наблюдават и в характера на взаимоотношенията между стопанските субекти в производството и на пазара. Формират се нови механизми на взаимодействие в схемата – „държава – бизнес – общество“. Макар приватизацията и либерализацията да станаха преобладаващи тенденции в икономическата политика, държавата не губи позиции в икономиката. Променят се формите на управление на икономиката – от пряко вмешателство на държавата в стопанската дейност се преминава към косвени методи за регулиране. Голяма роля принадлежи на държавата за осигуряване правата на собственост. Създавайки максимално благоприятни условия за пазарните сили, държавата едновременно с това създава условия действията на тези сили да са в рамките на закона. Нараства и значението ѝ за изграждане на ефективна система за съгласуване на интересите на различните групи и слоеве на обществото.

Настъпиха съществени промени и в основната единица на икономиката – фирмата. Появи се понятието „нова фирма“, качествено различна от традиционната фирма. Традиционната фирма е характерна, преди всичко, с висока капиталоемкост на активите, висока степен на вертикална интеграция, ясни очертания на границите на компаниите и определеност на материалните активи. „Новата фирма“ се характеризира с принципно други черти. Като най-важен елемент на нейните активи се открие човешкият капитал. Материалните активи престанаха да бъдат главен източник на доходите. В активите нарасна делът на нематериалните елементи (брендове, патенти, ноу-хау). Най-просперираща форма в тези процеси стана аутсорсингът, т.е. предаване на определени дейности на други фирми, които преди това са осъществявани в рамките на дадена организация, с цел минимизиране на разходите.

В края на XX век интернационализацията на стопанския живот се издигна на качествено нов етап. Процесът на нарастващо взаимодействие между субектите на световната икономика

придоби глобален характер. Движещите сили на глобализацията (международното разделение на труда) доведоха до растяща диференциация на високотехнологичните крайни продукти и полуфабрикати, до задълбочаване на международната транспортна инфраструктура, до информационна революция – преврат в средствата за телекомуникация, до развитие на транснационалното предприемачество, разглеждащо цялото световно пространство като единно поле за международния бизнес.

Но задълбочаването на глобализацията доведе и до изострянето на редица общочовешки проблеми – опазването на околната среда, осигуряването на увеличаващото се население с енергоресурси и продоволствия, до проблеми с преодоляване на изостаналостта на развиващите се страни, борбата с глада, нищетата, болестите и др. Истински интернационален характер придобиха и такива обществени явления като организираната престъпност, тероризмът, наркотрафикът. Повишават се и рисковете, свързани с крупномасштабните техногенни катастрофи, унищожаването на натрупаните оръжия, съхраняването на радиоактивните отпадъци.

Глобализацията на световното стопанство се прояви основно:

- *в ускоряващия се ръст на световната търговия и още по-стремителното преливане на капитали;*
- *в интензификацията на международното движение и на другите производствени фактори;*
- *в хипертрофираното трансгранично движение на огромни финансови ресурси, изпреварващи значително по темпове обслужваните от тях производство и търговия;*
- *в новата роля на международните организации, управляващи тези процеси.*

И все пак, светът се намира едва в началото на движението по пътя на глобализма. Защото все още около 50% от населението в развиващите се страни живее в затворени икономически структури, сравнително малко засегнати от международния икономически обмен и движението на капитала.

Най-глобален по своите измерения е световният валутен пазар. Бързо се развиват и кредитните пазари. Обемът на международното кредитиране (банкови кредити и облигационни заеми) за последния четвърт век се увеличи 15-20 пъти. Величината на трансграничните заеми и банкови депозити надхвърли 10 трлн. долара, а трансграничните инвестиции в ценни книжа – 15 трлн. долара. Дълбоки изменения се наблюдават в механизма и инструментите на световния фондов пазар. В това число: отказ на по-голямата част от държавите от пряка намеса във финансовата дейност; възникване на нови финансови продукти и усъвършенстване на технологията за търговията с тях; коопериране на финансови институции от различни страни и до степен на пълно сливане. Тези радикални промени започват да се квалифицират като „финансова революция“.

В съвременния свят се проявява и развива и другата форма на интернационализацията – регионализацията (организацията на производството и пазара в определен географски район). Повечето от страните участват в една или няколко регионални икономически групировки. Регионализацията, от една страна, представлява етап по пътя на глобализацията, а от друга – особените интереси в отделни региони противодействат на съгласуването в рамките на международните организации на механизмите за регулиране. Тя се проявява като основа за формирането в света на икономически полицентризъм.

В най-развитите райони на света се формират и центрове на международна интеграция – с тенденции за постепенно разширяване. Международната интеграция се разглежда като най-висша степен на интернационализация. Ако глобализацията се оценява като ново качество на интернационализацията в стадий на нейното пределно възможно развитие в ширина, то международната интеграция – като най-висша степен на нейното развитие в дълбочина.

Особено място в съвременния свят заемат и процесите на транснационализацията на икономиката. Нейни носители станала ТНК и ТНБ. Те пренасят през границите не само стоки, но и самия процес на приложение на капитала, съединявайки го със задграничната работна сила в рамките на международното

производство. В рамките на такива транснационални стопански комплекси се осъществява движението на стоки, финансови ресурси, патенти, ноу-хау и други ресурси. За ТНК е присъщ своеобразен дуализъм. Те са едновременно съставна част на националната икономика и в същото време ключов елемент на световната икономика. Този дуализъм създава условия за засилване на противоречията между глобалните цели на ТНК и интересите на националната икономика.

В резултат на посочените процеси и тенденции националните икономики в преобладаващата част от страните и регионите станаха органична част на световното пазарно стопанство. Разрушават се институционални, юридически и технологични бариери, разделящи националните стопанства. Центростремителните сили вземат надмощие над центробежните сили. В световното стопанство се разширява сферата на действие на общите икономически закони и функционални взаимовръзки. В тази посока нараства значението на международните регулативни структури. Пазарните сили все повече излизат от контрола на държавата, подкопавайки нейните стопански функции, свивайки пространството за маневриране и регулиране на икономиката от страна на националните правителства. Транснационализацията превръща икономическите граници във все по-прозрачни. Самото деление на вътрешна и външна икономическа среда в много случаи става условно. Все по-често стопанските решения се диктуват не от национални съображения, а от интересите на ТНК и международните икономически организации. Обаче би било прекалено преждевременно, да се прави изводът, че националните стопански комплекси са изпразнени от съдържание, а още повече, че националните икономически интереси са лишени от смисъл.

Всяка държава се различава със своя специфика, породена от особеностите на историческото, икономическото, социалното и културното развитие. Националните интереси продължават да бъдат важен фактор за общественото развитие и международните отношения. Държавата продължава да играе водеща роля в решаването на много икономически, социални, екологични проблеми, а още повече за осигуряване на националната безопасност.

Глобализацията, засилвайки икономическото взаимодействие между страните, породи и някои нови проблеми пред световната икономика. Тя увеличава зависимостта на всички страни от международната конюнктура и динамиката на цените на суровините. Ако преди години предаването на негативните икономически импулси от един регион в друг ставаха, на първо място, по каналите на външната търговия, то днес във връзка с високата мобилност на капиталите най-важният механизъм за таква предаване стана финансово-кредитната сфера. Многократно нараснаха опасностите от възникването и глобалното разпространение на финансови кризи.

Ползите от глобализацията са очевидни, но резултатите не се разпределят равномерно. Най-големи изгоди от либерализацията ползват силните икономики, които с всякакви средства и методи пропагандират и разпространяват западните ценности и модели на социално-икономическо развитие по всички региони в света. Това са едни от причините много развиващи се страни активно да се противопоставят на глобализацията на световната икономика. Движението на антиглобалистите широко се разпространи и в развитите страни. Оттук се поражда и необходимостта за усъвършенстване на международния механизъм за регулиране на световната икономика.

Периодичните глобални сътресения на световните финансови пазари са показател за наличието на криза в механизмите на основните международни финансови организации, която предполага нови решения.

3.2. Държавата и международният бизнес

Една от главните тенденции в съвременното развитие на световната икономика стана активизирането на отношенията между държавата и международния бизнес в посока на проникване на капитала в сферата на държавната собственост. Формите на тази експанзия са различни – като се започне от контракти за управление на съществуващи предприятия и се стигне до изпълнение от частни компании на завършен цикъл в строителството и експлоатация на нови обекти.

В последното десетилетие в много страни с пазарна икономика се формира нова институционална икономическа структура и настъпиха значителни изменения в системата на икономическите отношения между държавата и частния сектор в рамките на вече съществуващите либерално-консервативни доктрини. Същността на тези промени се свежда до две основни направления: едното, в промяна на пропорциите при разпределението на националния доход в полза на предприемаческата печалба, и другото – в намаляване на бариерите и препятствията за международния бизнес, от който в значителна степен зависи икономическият ръст. Главното в отношенията на партньорство между държавата и частния бизнес стана същественото разширяване на пространството за свободното движение на капитала и неговото проникване в тези държавни сфери, които преди това бяха недостъпни за него.

Системата на партньорство между държавата и международния бизнес, както е известно, е един от основополагащите елементи на концепциите за смесената икономика. Това е продиктувано от факта, че функционирането на сложните форми на организация и стопанисване в съвременните условия е невъзможно без участието на държавата в една или друга степен. В същото време институционалната среда, в която партньорството се осъществява днес, представлява относително нова степен в развитието на партньорските отношения, появила се в периода на либерализацията и е призвана да изиграе важна роля за усъвършенстване на пазарните структури в икономиката като цяло.

Партньорството между държавата и международния бизнес има своите измерения – позволява да се привлече в държавния сектор допълнителен чуждестранен капитал, да се намали остротата на бюджетните проблеми, да се прехвърли върху задграничния предприемачески капитал основната част от рисковете и едновременно с това да се запази държавната собственост на обектите. В една такава система става обединяване на ресурси и потенциали на два стопанисващи субекта – държавата като собственик и международният бизнес във вид на частно-предприемачески принципи за стопанисване, инвестиции, мениджмънт, иновации. Най-активно това партньорство се осъществява

в реалния сектор на икономиката – в отраслите от производствената инфраструктура (енергетиката, железопътния транспорт, пътното стопанство, пристанищата, аерогарите, газовите магистрала, комуналното стопанство и т.н.). Тези отрасли са в основата на всяка стопанска система и са жизнено важни за икономиката и обществото.

Националните правителства вече не поемат пълен ангажимент в много видове стопанска дейност, традиционно намиращи се под опеката на държавата (например отраслите на производствената и социалната инфраструктура). Те предават в частна собственост или за временно дългосрочно и средносрочно владение и ползване на националния и чуждестранния капитал обекти на газовото и енергийното стопанство, водоснабдяването и канализацията, транспортните и комуникационните системи, оставяйки в свои ръце само правото за регулиране и контролиране на тяхната дейност. Обаче този процес на засилване на това партньорство поражда и много проблеми. Все по-актуални в този процес стават проблемите с корупцията, при това не само на национално, но и на междудържавно ниво, за което свидетелстват многобройните конвенции за борба с корупцията, приемани от ООН, ОИСР, Европейския съюз и други международни организации.

Развитието на партньорските отношения между държавата и международния бизнес се определя от няколко основни фактора: *първо*, от приватизацията на държавните активи в една или друга форма; *второ*, от недостига на финансови ресурси на националните правителства за модернизация, обслужване и разширяване на намиращата се в ръцете на държавата собственост; *трето*, частният национален и международен бизнес в значително по-голяма степен от държавата притежава мобилност, способност за иновации и технологични промени.

Партньорските отношения между държавата и международния бизнес се характеризират със следните особености:

- *Ограниченост във времето.* Като правило партньорството се създава във връзка с конкретен обект, който е необходимо да се построи в течение на определен период от време и след това да се експлоатира;

- *Ограниченост в пространството.* Доколкото партньорството е свързано с определени обекти, те могат да бъдат пристанища, аеродруми, газопроводи, нефтопроводи, магистрала или участъци от тях и др.;

- *Конкурентна среда.* За всеки контракт или концесия се разгаря достатъчно сериозна конкурентна борба (както в развитите, така и в развиващите се страни).

Особеност на съвременните партньорства е и съществено-то разширяване на техните географски граници. Преди те имаха място само в развитите страни и то в ограничени размери. С времето, в процеса на тяхната либерализация, станаха важен елемент на стопанисване в над 100 страни в света.

Новите форми на взаимодействие между държавата и международния бизнес най-ярко се проявиха в административно-финансовите реформи на страните от Латинска Америка, Юго-Източна Азия и постсоциалистическите страни. Това партньорство най-пълно се проявява на три различни нива: *първо*, в сферата на общинската собственост; *второ*, на държавно ниво (един от субектите е орган на държавата); *трето*, на междудържавно ниво (например, строителството на Евротунела под Ла Манш).

В световната практика се наложиха две институционални схеми на това партньорство.

Първата схема засяга формите на партньорство, които започват от нулево ниво и се наблюдават основно в развиващите се страни и страните от Централна и Източна Европа и бившите съветски републики.

Втората схема представлява еволюция на вече съществуващи видове стопански отношения, които са характерни за развитите страни и в които от векове се създава и развива пазарната институционална среда в държавната собственост на производствената и социалната инфраструктура.

На практика партньорството се проявява в няколко форми: държавни контракти, аренда на държавно имущество, споразумения за подялба на продукция, съвместни държавно-частни предприятия, концесии.

Държавните контракти за оказване на услуги в сферата на социалната или производствената инфраструктура предполагат

получаване от задграничните частни компании, като партньори на държавата, компенсации във вид на дял от дохода или печалбата. При това компанията, сключила контракта, не носи отговорност за рисковете по финансирането, тъй като разходите по контракта, като правило, се поемат от държавата. Риск може да съществува само по отношение на размера на доходите или печалбата. Характерна особеност за тези контракти е тяхната административна форма и това, че правата върху собствеността се запазват в ръцете на държавата. Тази форма намира широко приложение в света. Така например, в САЩ федералното правителство осигурява от 13 до 15 млн. контракти за всички видове стоки и услуги с военно и гражданско предназначение.

Арендата на държавна собственост се извършва чрез предаване при определени условия в ръцете на чуждестранни компании на държавно или общинско имущество (земя, оборудване, сграден фонд и т.н.) за временно ползване срещу определен наем на основата на арендния договор.

Споразумението за подялба на продукцията е близко по същност и форма до традиционната концесия, но с някои особености. Държавата влиза в договорни отношения с инвеститор и му предоставя на възмездна основа и за определен срок изключителни права за търсене, добив на суровини в определен участък и на дейности свързани с това, при което инвеститорът извършва посочените работи за своя сметка и за свой риск. Произведената продукция подлежи на подялба между държавата и инвеститора в съответствие със споразумението в условията на договора. Колкото по-малък е дялът на чуждестранните инвестиции в сравнение с държавните, толкова по-малка е свободата за самостоятелни решения без намесата на държавата. Рисковете се разпределят пропорционално на дела в капитала.

Участието на чуждестранните компании в капитала на държавни предприятия може да става и под формата на акции или съвместни предприятия с дялове на страните. Степента на свободата на частния сектор се определя от неговия дял в акционерния капитал. В същата степен пропорционално се разпределят и рисковете.

Концесиите са най-развита и институционално най-сложна форма на партньорство между държавата и международния

бизнес. Като форма те са система от отношения между държавата и физическо или юридическо лице (концесионер), възникващи в резултат на предоставяне на права за владение, ползване, а при определени условия – и разпореждане с държавна собственост, по договор за определен период от време срещу заплащане, а също и на права за осъществяване на видове дейности, които са изключително право на държавата. Концесиите имат значителни предимства в сравнение с другите форми. В тези случаи частният сектор притежава голяма степен на самостоятелност и свобода за приемането на инвестиционни, административно-стопански и други решения. В сравнение с акционерните форми концесиите се предпочитат. От гледна точка на инвестиционния процес, концесиите, предоставяни на частни компании, като правило, предполагат чист прираст на производствен капитал за сметка на ново строителство или модернизация на производството. Освен това при концесиите държавата не се намесва в текущата инвестиционна, производствена и административно-стопанска дейност, а при национализация на концесионното предприятие държавата възмездява концесионера за инвестирания капитал в съответствие с общоприетото в световната практика законодателство, като изплаща и компенсации за пропуснати ползи, възникващи в резултат на прекратяване на контракта.

В процеса на развитието на партньорските отношения концесионната форма позволява на държавата:

- *да предава на частния сектор собственост, без да я губи, при строг контрол от страна на държавата;*
- *да прехвърля функциите по строителството, експлоатацията, поддръжката на обекти – държавна собственост, на първо място в сферата на производствената и социалната инфраструктура, върху частния сектор;*
- *да осигури техническо и технологично развитие на държавни производства, обекти и услуги;*
- *да създава условия и предпоставки за ефективно функциониране на държавни производствени обекти, за оптималното им управление, за рационална експлоатация на природните ресурси и опазване на околната среда;*

- *да прекратява действията на концесионния договор в случаи на нарушения на неговите условия от страна на концесионера;*
- *да формира конкурентни пазари;*
- *да получава постъпления в бюджета от концесиите.*

Интересът на международния бизнес от концесиите се отнася до:

- *първо, чуждата компания получава за дългосрочно управление при изгодни за нея условия държавни активи, които не ѝ принадлежат;*
- *второ, тъй като държавата като партньор поема определени рискове за осигуряването на минимално ниво на рентабилност, концесионерът, инвестирайки, има достатъчно гаранции за възвръщаемост на инвестициите;*
- *трето, концесионерът, получавайки икономическа свобода, може за сметка на повишаване на производителността на труда и нововъведения да повиши и използва рентабилността на своя бизнес за срока на концесията;*

Концесията, като форма на стопанска дейност, притежава и някои недостатъци, които не са така характерни за другите форми на партньорство. Тези недостатъци основно са свързани със сроковете на концесията. Например фиксирането на отношенията между държавата и бизнеса за сравнително дълъг период от време и предопределеността на много от заложените в концесионния договор положения, водят до отсъствие на гъвкавост и динамичност, така характерни за съвременната икономика. Друг недостатък е продължителността на сроковете за възвръщаемост на капитала при обектите от производствената инфраструктура. Сложността при финансово-икономическите разчети за продължителните срокове при такъв тип обекти често води до неточности и грешки, което създава допълнителни рискове от неизпълнение на условията.

В заключение може да се твърди, че всяка от формите на взаимодействие между държавата и бизнеса има както предим-

ства, така и недостатъци, което предполага да се търсят области-те на тяхното най-целесъобразно съчетаване.

3.3. Международното регулиране на бизнеса

В последните десетилетия в по-голямата част от развитите страни се прилага либерален режим за международния бизнес. В страните от ОИСР, включително и за новите членове от Централна и Източна Европа, за основната част от отраслите както за местните, така и за чуждестранните фирми са изравнени ограниченията и предоставяните привилегии. При това, значителна част от прякото стимулиране (чрез инвестиционни субсидии и привилегии) и косвената подкрепа (чрез развитие на необходимата инфраструктура) на практика е насочена за подпомагане проектите на ТНК, тъй като много от мерките за държавно стимулиране са привързани към депресивните и изостаналите райони. Това е особено характерно за Германия, Великобритания, Италия, Испания и някои други страни от Европейския съюз. Местните инвеститори не желаят да инвестират в такива райони, често поради действащи стереотипи, а за представителите на международния бизнес тези райони са привлекателни с ниските трудови разходи и незначителната конкуренция.

В същото време даже страни с най-либерален режим обикновено запазват правото си за международния бизнес да издават предварителни разрешения, да изискват декларации и да контролират движението на чуждестранните инвестиции. Отделни сектори на икономиката остават закрити за чуждестранни капиталовложения или за тях процедурите по контрола са особено твърди. Например във Франция даже за фирми от страни членки на ЕС съществуват ограничения за преки чуждестранни инвестиции в производството и търговията с оръжие, военно снаряжение и взривни вещества, в банковото дело и застраховането, в издателския бизнес и сферата на съобщенията, в електронните средства за масово осведомяване, в транспорта, енергетиката и добива на полезни изкопаеми, в сферата на здравеопазването и социалното

осигуряване. Подобни бариери съществуват и в другите страни от ЕС, САЩ и останалите промишлено развити държави.

Въпреки това, съществуващите ограничения за международния бизнес в промишлено развитите страни се смятат за незначителни. Преките забрани са незначителни, а бариерите, влошаващи конкурентната среда за ТНК, като правило, се компенсират с по-професионалният мениджмънт на компаниите, провеждащи операции в целия свят. Някои ограничения за международния бизнес в определена степен се приемат за оправдани, тъй като са насочени към подбор сред ТНК на подходящ стратегически инвеститор, което намалява заплахата от дестабилизация на националната икономика, при внезапно оттегляне на глобалните „играчи“ под въздействието на неблагоприятна конюнктура.

По-различна е ситуацията в повечето от развиващите се страни. Най-голям ограничителен ефект имат съществуващите забрани или частични ограничения за репатриране на печалбите от ТНК. В значителна част от развиващите се страни на чуждестранните компании е разрешено да създават само съвместни предприятия, а в някои отрасли въобще са забранени инвестиционни проекти на чуждестранни фирми. Всички тези различия в повечето от развиващите се страни по отношение на характера на регулирането на международния бизнес, в сравнение с държавите членки на ОИСР, са обусловени от стремежа им да защитят местните компании от конкуренция и активно да въздействат върху стопанската структура чрез привличане на чуждестранен капитал в строго определени отрасли.

Особена роля в регулирането на международния бизнес играят свободните (специалните) икономически зони (СИЗ). Според изпълняваните от тях функции могат да бъдат класифицирани на четири основни типа – зони за свободна търговия (свободни митнически зони и свободни складове); промишлено-производствени зони (за заместване на вноса или стимулиране на износа); технико-внедрителски зони (научни паркове и технополиси) и сервизни зони (включително и офшорни).

Първите свободни икономически зони (СИЗ) се създават в САЩ и Европа, като и досега основната част на технико-внедрителските зони се намира в промишлено развитите страни. Там

тези зони са насочени основно към подкрепа на националния бизнес, а в развиващите се страни – обикновено за привличане на значителни капитали от ТНК. Заслужава да се отбележи, че малките държави и зависими територии се превърнаха в основни офшорни центрове. Те са най-много в Карибския регион и Океания, но съществуват и в Европа (Андора, Гибралтар), Азия и Африка. Един от най-известните офшорни центрове са Бермудските острови, където обемът на натрупаните преки чуждестранни инвестиции е по-голям от този в Япония.

Освен това, в по-големите развиващи се страни често се създават свободни икономически зони, в които местното законодателство принципно са различава от това на останалата територия в държавата. В такива зони чуждестранните компании се намират в привилегировано положение. В тях държавно регулиране на международния бизнес понякога почти не съществува, което създава по-либерални условия за ТНК даже в сравнение с развитите страни.

Като се отчитат различията в икономическия потенциал и нееднаквите икономически възможности на държавната политика, в отделни страни се формират собствени, достатъчно разнообразни системи за регулиране на международния бизнес.

Наличието на независими системи за държавно регулиране на бизнеса поставя ТНК в сравнително по-неизгодни позиции в сравнение с националните компании. Често на ТНК се налага да плащат едни и същи данъци, за всяка отделна страна, в която действат, да търсят и получават аналогични разрешения, сертификати за качество, лицензи и т.н. В крайна сметка от това страда всяка страна, търсеща чуждестранен капитал, тъй като е принудена да предоставя други инвестиционни привилегии като компенсация за допълнителните разходи на ТНК, свързани с дублирането на сходните разходи в отделните страни. Ефективното решаване на целия комплекс от подобни проблеми, отнасящи се до подобряването на инвестиционния климат, е свързано с развитието на междудържавното регулиране на икономическите отношения.

Практически се наблюдават три нива на действие на инструментите за междудържавно регулиране – *глобално, регионално и двустранно*.

Глобалното ниво е свързано, преди всичко, с договорите и споразуменията, сключени в рамките на международните икономически организации (МВФ, СТО, ОИСР и др.), и отделните международни конвенции.

Регионалните инструменти за международно регулиране на бизнеса се прилагат от страните участници в интеграционните структури. Тези инструменти подобряват икономическите условия за бизнес вътре в интеграционната групировка (в това число и за ТНК, имащи там дъщерни фирми), но обикновено създават допълнителни протекционистки бариери на своите външни граници. Въпреки това, даже и при наличието на такива протекционистки бариери, интеграционните структури облекчават дейността на ТНК, тъй като им се налага да преодоляват тези бариери само веднъж, в някоя от страните от интеграционната групировка, а не във всяка от тях поотделно.

Най-развитата система от регионални инструменти за регулиране на международния бизнес е създадена в ЕС, макар подобни системи да са разработени и в други интеграционни групировки. С най-позитивно влияние върху международния бизнес се оказват мерките за отстраняване на бариерите пред свободното движение на стоки, услуги и капитали вътре в самата интеграционна групировка, а също така и мерките по сближаването на стандартите, въвеждането на единни правила за патентоване и лицензиране и т.н.

Като най-важни двустранни инструменти за регулиране на международния бизнес се възприемат споразуменията за ликвидирани на двойното данъчно облагане и инвестиционните споразумения.

Двойното данъчно облагане най-често се прилага по отношение на печалбата на чуждестранните участници в съвместни предприятия, когато печалбата се репатрира в друга страна, в съответствие и с нейните данъчни закони. То се прилага и при всяка друга данъчно облагаема база, включително и върху доходите на физически лица. Неговата същност се изразява в облагането на един и същи доход с аналогичен данък в различни страни. За преодоляване на тази данъчна „аномалия“ редица страни подписват междуправителствени споразумения. Тяхното съдържание се

определя от спецификата на данъчните системи в договарящите се страни и резултатите от постигнатите компромиси. Обаче не всички страни са готови да се откажат от подобни данъчни постъпления в интерес на стимулирането на международните контакти.

Към днешния момент приемането на многостранни инвестиционни споразумения на глобално ниво все още не е постигнато поради принципните разногласия между най-развитите и най-бедните страни. В замяна на това двустранните инвестиционни споразумения са обхванали практически целия свят. С тях са ангажирани над 170 държави, а броят им към края на 2014 г. надхвърля 2265. Те се различават по характер и съдържание. Общото за тях е, че са предназначени да защитават капиталовложенията на фирми от една страна в друга страна. Споразуменията включват разнообразие от форми, процедури и механизми на тази защита. Завършващ елемент на почти всяко инвестиционно споразумение е описание на процедурите за разрешаване на възникващите конфликтни ситуации както на междуправителствено ниво, така и на ниво частна компания – административни власти.

3.4. Науката и бизнесът

Основните тенденции в съвременната глобална конкуренция се проявиха в областта на динамично променящото се преимущество на отделните „играчи“, обусловено, преди всичко, от научно-техническите постижения в съответната област. В основата на тези преимущества намери позиции нивото на развитие на иновационните системи, интегриращи науката, бизнеса, финансите и останалите компоненти на иновационния процес.

В последното десетилетие на миналия век постепенно кристализира разбирането, че науката не е затворена и изолирана система в университетите и научните центрове, а система, която органично се вписва в икономическите процеси, развиващи се във всяка държава, в стопанските отрасли, в крупните корпора-

ции и дори в отделните малки предприятия. Това доведе до формиране на така наричаните концепции за националните иновационни системи (НИС)

Националните иновационни системи се развиха като съвкупност от организации на частния и държавния сектор на икономиката, провеждащи научни изследвания и осъществяващи производство и реализация на високотехнологична продукция, а също така и организиращи управлението и финансирането на иновационната дейност. Важна съставна част на НИС стана и институционалната среда, т.е. съвкупността от законодателни актове, норми, методи и интензивността на взаимодействие между всички пазарни субекти (заети в иновационната дейност) с другите сегменти на националната икономика. Посочените елементи влизат в най-различни комбинации в зависимост от конкретните цели и задачи. Главното се прояви в това, че те осигуриха постоянно и непрекъснато пораждање и реализиране на радикални нововъведения, които разрушавайки „съзидателно“ старите производствени структури, създават условия за устойчив ръст.

Най-простият модел, демонстриращ взаимодействието между елементите на НИС, разкрива ролята на частния сектор като фактор за създаване на технологии на основата на собствени изследвания и разработки и пазарното им усвояване. Едновременно с това се проявява и ролята на държавата за развитието на фундаменталните знания и комплекса от технологии със стратегически (по-точно военен) характер, а също така и за създаване на инфраструктура и благоприятен институционален климат за иновационната дейност на частните предприятия.

В рамките на този общ модел се формираха националните особености на иновационните системи. Те се проявиха чрез по-голямата или по-малката роля на държавата и частния сектор в посочените функции, в относителната роля на крупния и малкия бизнес, в съотношението между фундаменталните и приложните научни изследвания и разработки (НИР), в динамиката на развитието и в отрасловата структура на иновационната дейност.

Националните иновационни системи изискват не само сила на наука и образование, но и ефективно взаимодействие между държавата и частния сектор като основни субекти на иновацион-

ното поле. Определянето от страна на държавата за приоритети – развитието на образованието, науката и технологиите, създаването на благоприятни институционални условия за увеличаване на разходите за наука и за повишаване наукоемкостта на БВП, се превърнаха в най-важния фактор за балансирано развитие на всички компоненти на НИС.

Реализирането на новите форми на научна и иновационна политика в последното десетилетие на ХХ век увеличи икономическата мощ на лидерите в световната икономика, като също така позволи на много страни (довчерашни аутсайдери в научно-техническото развитие) да се интегрират в световната икономика, да повишат конкурентната способност на своите стопанства и жизненото равнище на населението. Най-развитите страни (САЩ, Япония, Германия) демонстрираха високи показатели на наукоемкост и едновременно с това и високо дялово участие на компаниите от частния сектор в националните разходи за изследвания и разработки.

Икономическата обосновка за необходимостта от висока степен на участие на държавата в регулирането и пряката подкрепа на научните изследвания като основа за иновационния процес, произтичащ от особеностите на „научното производство“ и неговата продукция, съществено отличават тази сфера от останалите видове дейност. Ще отбележим три най-съществени различия.

Първо, икономическата ценност на научните изследвания е трудно предсказуема, защото икономическият ефект, реализиран от научните открития и изобретения, може да се прояви както много бързо, така и може, което се случва често, да остане дълго време нереализиран.

Второ, печалба е възможно да се реализира, даже и от комерсиалните изследвания, но само в такава степен, в която авторските права на научното откритие могат да бъдат юридически защитени и икономически осигурени. Този проблем, решаван най-често с помощта на патенти и авторски права, предоставя на изобретателите ограничени възможности за получаване на съответни доходи. Неопределената и често нереализираната индивидуална печалба от научното откритие в повечето случаи е неиз-

бежно по-малка от обществената и икономическата значимост на самото откритие.

Трето, принципна е разликата между индивидуалните и обществените разходи за научните изследвания. Пазарът, при отсъствие на специални стимули, по принцип не е в състояние да гарантира оптимални, икономически и социално приемливи нива на научните разходи. Именно този аргумент е централен за икономическа обосновка на необходимостта от държавно регулиране в сферата на научните изследвания. Цел на държавната политика става разработването и реализирането на мерки за компенсиране на евентуален пазарен неуспех, да намали риска, свързан с НИР и другите фази на иновационния процес.

За преодоляване на евентуален пазарен неуспех се наложиха следните основни схеми:

- *пряко участие на държавата в НИР чрез бюджетно финансиране на държавни научни институции или финансиране на научни центрове в частния сектор;*
- *предоставяне на безвъзмездни субсидии за провеждане на фундаментални научни изследвания от учени, намиращи се извън държавните лаборатории – основно в университетите (при отказ от особените права върху получените резултати);*
- *осигуряване на благоприятни условия за научни изследвания в частния сектор чрез данъчни привилегии или субсидии.*

Развитието на науката в първата половина и особено в средата на ХХ век доведе до значително разширяване на държавния сектор в науката. Тази тенденция най-силно се прояви в САЩ, Великобритания, Франция, Германия. Степента на държавното участие особено се увеличи в периода на Втората световна война и в първите следвоенни години, когато започват да се осъществяват крупни атомни и космически проекти.

„Класическият подход за определяне на маркетинговите стратегии е чрез матрица. Особено известни са матрицата на Игор Ансоф, на Бостънската консултантска група, портфолио матрица на „Дж. Електрик/Макинзи“. Те намират приложение

преди всичко в стратегическото управление на фирмата и на нейните бизнес единици.“⁶

Главен финансов инструмент в научно-техническата политика на страните стана ефективното използване на средствата от държавния бюджет. В развитите страни държавата поема от 20% до 50% от националните научни разходи. За фундаменталните изследвания този показател стана значително по-висок – от 50% до 70%. На практика държавният бюджет започна напълно да финансира фундаменталната наука в университетите, изследванията с военно-приложен характер в държавните лаборатории и по договори с частния сектор, а също и изграждането на най-сложните и скъпоструващи експериментални установки на „голямата наука“ – ускорители, телескопи, космически станции и т.н.

Делът на научните разходи в общата сума на държавните разходи на практика не е голям, но в последните 20 години е достатъчно стабилен и съставлява 4-5% в САЩ, Франция, Германия, Великобритания, Италия и 3-3,5% в Япония. Финансирането на военните изследвания и разработки поглъщат по-голямата част от държавните разходи за наука само в САЩ и Великобритания. В Япония основен държавен приоритет е енергетиката. В Германия водещо място заемат фундаменталните изследвания в гражданската сфера. Научното осигуряване на здравеопазването е със значителен приоритет сред останалите сфери в САЩ и Великобритания, при което тези разходи са по-големи дори от изследванията на Космоса и енергетиката.

Първите експериментални и научноизследователски лаборатории се появяват в промишлеността на Германия и САЩ в края на XIX и началото на XX век. Към 1920 г. всички водещи концерни в света в химическата и електротехническата промишленост създават собствени подразделения за научни изследвания и разработки (в Германия „BASF“ през 1877г., в САЩ – „Дженеръл електрик през 1900 г.). Нововъведенията стават главен източник за печалби, икономически ръст и структурно развитие. Причината за това е обстоятелството, че в пазарната икономика водеща роля започва да играе конкуренцията, основана на създа-

⁶ Инджова, Ц., Управление на маркетинга, Нов български университет, 2012 г., с. 85

ването на нови стоки, нови технологии, нови източници на суровини, нов тип организации. Тази конкуренция осигурява решително съкращаване на разходите или подобряване на качеството. Тя започва да плаши съществуващите фирми не с незначително намаляване на тяхното производство и печалбите им, а с пълен банкрут. В този смисъл фундаменталната роля на иновациите в бизнеса за икономическото състояние на всяка фирма става особено важна.

Едно силно научноизследователско звено в дадена компания осигурява изпреварващо превръщане на научните резултати от изследванията или изобретенията в нововъведения и по този начин създава предпоставки за дългосрочна конкурентна способност на компанията. Но компаниите трябва да са в състояние да осигурят баланс между техническите и пазарните възможности, тъй като само в този случай реално се достига до успешен резултат.

В началото на новия век предприемаческият сектор се проявява като основен генератор на иновационната активност, независимо от присъствието на мощни държавни и обществени институции, целенасочено занимаващи се с производство на нови знания и нови технологии. Това обстоятелство произтича от факта, че стимулите за иновационна дейност най-пълно се проявяват чрез възможността с нововъведенията да се максимизира предприемаческият доход.

Глобалният характер на предлаганите стоки и услуги измести основните методи за завоюване на пазарите в плоскостта на динамичната технологична и организационна конкуренция на основата на иновациите, намаляващи всички видове разходи, а също така позволяващи да се икономисват ресурси в процеса на експлоатацията или потреблението. Освен това иновациите позволиха да се създават нови пазари и преди това непознати потребности, за осъществяването на които се появиха и икономически, социални и политически предпоставки.

Най-големите корпорации в света, като правило, са лидери по разходи за научни изследвания. Техните преимущества се свеждат до следното:

- *първо, по-достъпни мащабни и скъпоструващи проекти;*

- *второ, провеждат многостранни изследвания, обединяващи учени и специалисти от различни области;*
- *трето, те са в състояние да финансират паралелната разработка на един или няколко алтернативни проекта, при което успехите на един проект често компенсират евентуални загуби в други.*

В същото време много от най-големите корпорации не успяват своевременно да реагират бързо на промените в пазарните условия и на новите технологии. Тяхната привързаност към добре доказаната идея или техника често е толкова силна, че използването на даже родени в корпорацията нововъведения стават понякога непреодолими препятствия. Поради тази причина в иновационната сфера добре се проявиха някои преимущества на дребния бизнес – бърза реакция при промени в пазарните условия, необремененост от стереотипите в научното търсене и склонност към риск, с който винаги е свързана разработката и търговското усвояване на новите технологии. В резултат на това редица от най-новите направления в научно-техническия прогрес се развиват в частния сектор основно за сметка на дребния бизнес – биотехнологиите, програмното осигуряване, научното приборостроене и др. Като цяло обаче крупните компании и дребния бизнес започнаха да формират жизнеспособна симбиоза, в която крупните корпорации, като правило, се проявяват в качеството на възложители и потребители на научната продукция на дребните компании.

Иновационната сфера в началото на новото столетие търпи въздействието на глобализацията и е свързана както с разширяването на мащабите на световния пазар на високите технологии, така и с ръста на мащабите на икономическата дейност на ТНК.

Наукоемките и технически сложни стоки се превърнаха в най-крупния и най-бързо растящия сегмент в световната търговия. Темповете на ръста на производството и износа на такива стоки станаха 2-3 пъти по-високи от съответните показатели за традиционните отрасли. Лидерски позиции в това отношение заеха информационните технологии. Световният износ на изчислителна техника и свързочни системи през 2001 г. надмина по

стойност сумирано световния износ на нефт, газ, метали и други суровини (а през 1990 г. той е бил 1,5 пъти по-малък).

Интеграцията в глобалната иновационна сфера изведе на преден план ново направление в развитието на всички сегменти на националните иновационни системи. Остана в миналото технологичното самозадоволяване като главна цел. На нейно място се утвърди нова стратегия – технологичното взаимно допълване. Един от каналите на глобалната интеграция и най-важен сегмент на международното разделение на труда в иновационната сфера стана търговията с технологии.

Създаването и функционирането на нови регионални подразделения на ТНК обективно наложи потребността от научно-техническото им осигуряване – организиране на лаборатории и използване на местни научно-технически кадри. Следващ стадий на този процес стана така наричаната защита на ключовите компетенции на компанията. В последните години все по-често дейността на задграничните подразделения на ТНК се насочва към използването на глобалния научноизследователски потенциал. Очаква се в бъдеще тази стратегия да се окаже по-важна, отколкото използването на пазарните възможности в глобален мащаб. Разполагането в чужбина на подразделения за НИР става ключово звено в разпространението на собствени технологии и в използването на чужди.

Глобализацията в НИР породи и редица неизбежни институционални проблеми – от потребността за унификация на стандартите в образованието и обучението до необходимостта от изработването на нов подход към феномена на миграцията на специалистите и т.н. Като цяло, участието на ТНК във финансирането на НИР в приемащата страна усложни процеса на формиране и реализация на научната политика на страната. Глобализацията засилва своето влияние върху системата на националните изследвания и образование, които са една от основите на държавността. Освен това става неизбежно изтичането на информация и специалисти. Успоредно с това обаче, университетите и отделни изследователски групи получиха достъп до технологични програми на корпорациите, в това число и до финансовите и материалните им ресурси.

Прехвърлянето на НИР в чужбина предизвиква тревога в базовите страни за ТНК. Опасенията идват от възможността за отслабване на тяхната конкурентна способност в резултат на изтичането на технологии и свиване на националната изследователска база.

В крайна сметка, няма пречка всяка страна самостоятелно да определи приемливия баланс на своите интереси и степента на възможното взаимодействие с ТНК в различните отрасли. Но общата тенденция в последното десетилетие показва, че се разширява мащабът и се увеличава скоростта на това взаимодействие.

3.5. Конкуренцията и международният бизнес

Съвременната световна икономика се разви под влиянието на многостранна конкурентна борба и трансформация на икономическите процеси. Конкуренцията придоби огромни мащаби и обхвана почти всички региони, изостряйки проблема за конкурентната способност на националните производители на стоки и услуги. С нея вече се съобразяват дори такива страни като САЩ и Великобритания. Те за последното десетилетие свиха редица свои отрасли и съкратиха износа на своя продукция в резултат на конкуренцията с най-добрите вносни аналози, предимно от Япония. Но глобализацията и конкуренцията създават не само проблеми, но и възможности за производителите да ускоряват иновациите и темповете за развитие на най-конкурентните отрасли в икономиката.

Международната конкурентна способност в началото на новия век стана нещо качествено ново и достатъчно сложно. Трудно е да се даде общоприето определение за нейното ново съдържание като източник за ускорено развитие. Въпреки това тя остана най-важната комплексна характеристика за съпоставимост между отделните стопански субекти.

Конкурентната способност на фирмите в съвременния международен бизнес се прояви чрез техните потенциални и реални способности да включват в стопански оборот всички собст-

вени или привлечени активи, увеличаващи възможността им да си осигурят конкурентни предимства пред други производители. Когато се говори за конкурентна способност на съвременната национална икономика се отчита обобщения израз на икономическите, научно-техническите, производствените, организационно-управленските и други възможности, реализирани в стоки и услуги, които успешно се противопоставят на задграничните аналози на вътрешния и външния пазар.

Конкурентните предимства на водещите фирми им осигуряват уникални ценности (на стоките и организациите), които им създават превъзходство над останалите фирми, реализирано на пазара. Особена конкурентна ценност за стоките става тяхната своєвременност (по създаване и реализиране на пазара), качество (на производството и обслужването на потребителите) и себестойността (по целия жизнен цикъл), а на стопанските организации – техният интелектуален потенциал и възлови компетенции, осигуряващи им изпреварващо развитие.

Съвременното световно ниво по конкурентна способност изисква непрекъснато повишаване на качеството, конкурентен мениджмънт и рационална организация на труда. Приносът на производствените ресурси за увеличаване на конкурентните предимства на стокопроизводителите и страните се определят вече не толкова от техните запаси, обеми, стойности, достъпност, колкото от тяхната структура, качества и ефективно използване, време за създаване, усъвършенстване и приспособяване към потребностите на националната и световната икономика.

Ролята на технологиите за икономията на ресурси и осигуряване на международна конкурентна способност се повиши чрез:

- *намаляването на енергоемкостта, капиталоемкостта и материалоемкостта на продукцията в световната икономика;*
- *намаляването на запасите от невъзобновяеми природни ресурси;*
- *намаляване ефективността на суровинно ориентирани национални икономики и ресурсодобиващите отрасли на развиващите се и развитите страни;*
- *увеличаването на загубите (до 30% и повече) при до-*

бив и преработка на собствени суровини;

- *мащабното морално и физическо остаряване на основните фондове.*

С увеличаването на дефицитността на ресурсите в отделни региони и отрасли (особено на финансовите и фондовите) се изостри и проблемът за икономииите им не само от производителите, но и от потребителите на стоки. Тази задача се превърна в приоритетна в световната икономика, тъй като в началото на новия век разходите на ресурси от страна на потребителите на сложна техника (за срока на нейната експлоатация) надхвърлиха цената ѝ – 5 пъти в развитите страни и 20 пъти в развиващите се страни.

За осигуряване на конкурентна способност в международния бизнес вече не е достатъчно само ефективно да се използват ресурсите. Изостри се необходимостта от постоянен мониторинг и детайлно изучаване опита на най-добрите конкуренти. Лидерите в международния бизнес непрекъснато капитализират достъпните методи и средства за повишаване на международната конкурентна способност, изучавайки причините за успеха на другите фирми, намирайки във външния свят даже идеи за усъвършенстване на системата за сравнение нивото на собствената конкурентна способност.

В международния бизнес се увеличи ценността на нематериалните ресурси за конкурентната способност, което наложи да се повиши вниманието към проблемите на формирането, структурирането и нарастването на интелектуалния капитал. На световните пазари в периода от 1990 до 2013 г. стойността на неоценените в националната икономика нематериални активи многократно превиши стойността на отчитаните в баланса материални активи на най-успешните компании в САЩ и Великобритания. Системното увеличаване и усъвършенстване на интелектуалния капитал стана решаващ източник за конкурентна способност и развитие на всяка организация в новата икономическа среда.

Интелектуалният капитал се оформи като симбиоза на *човешки, структурен и потребителски капитал.*

Човешкият капитал (който не се отразява в активите на компанията, тъй като не е нейна собственост) акумулира всички способности, талант, умения, знания (неотделими от конкретна-

та личност), включително образованието, квалификацията, професионалните наклонности, творческата активност, предприемчивостта и други социално-психологически характеристики на кадрите. Човешкият капитал стана все по-важен фактор за котировката на акциите, тъй като те често падат и при загубата на ценни специалисти.

Структурният капитал, отнасящ се до структурата на организацията и управлението, неговия стил и характер, вече следва да бъде достатъчно гъвкав и обновяващ се адекватно на променящата се външноикономическа среда, за да съедини ефективно всички потоци от информация, материални и трудови ресурси и партньори.

Формирането и развитието на *потребителския капитал*, доскоро пренебрегван в международния бизнес, наложи методичното и системното установяване, разширяване и задълбочаване на множеството преки и обратни връзки с потребителите (особено най-ценните), които международният маркетинг все повече включва в процеса на проектирането на новата гама продукция и услуги.

Прогресът на фирмата в международния бизнес изисква конкурентната способност да се формира и развива, както в сферата на интелектуалния капитал, така и в ефективността на неговото превръщане във финансов капитал. При комплексното структуриране на инвестициите за разширяване на конкурентните възможности вече се отчита реалният потенциал на финансовия капитал и резервите за увеличаване на интелектуалния капитал.

Развитието на конкуренцията разшири съперничеството и в сферата на качеството и себестойността на експлоатацията. Традиционната ценова конкуренция посредством намаляване на трудовите разходи все по-често се разглежда като неефективна и даже става обект на държавно регулиране. Водещите корпорации се пренасочиха от предишната формула на ценообразуване „себестойност плюс“ (вътрешните разходи плюс печалбата са равни на цената) към по-конкурентната – „цена минус“ (пазарната цена на аналозите минус плановата печалба е равна на целевата себестойност) и с използване на водещите методи за непрекъснато намаляване на себестойността и непроизводствените разходи.

Сред съвременните средства за конкурентна борба на преден план излизат методите за съкращаване не само на себестойността, но и на нормата на печалбата, тъй като високата печалба на фирмата или отрасъла в повечето случаи привлича допълнителни конкуренти и активизира техните атаки.

При решаването на проблема със съвременната международна конкурентна способност и икономическо развитие се увеличи значимостта и ценността на времевия фактор, въз основа на който се уточняват мащабите на загубите от ниското ниво на доходност, натоварването на капитала и скоростта на неговия оборот. Времето, качеството и стойността на разработката на нова продукция стават все по-критични показатели за конкурентната способност на стоките и компаниите в международния бизнес. Ето защо дори една сравнително конкурентна система по отношение на качеството на продукцията и труда, едва ли би приела всякакви загуби на време и ресурси.

Планомерното съкращаване на производствения цикъл и търговския оборот стана мощен, но все още недостатъчно използван източник за конкурентни предимства в световната икономика. Изострянето на международната конкуренция в последното десетилетие застави автомобилостроителните компании в САЩ да търсят възможности за съкращаване на цикъла на разработките поради двойното изоставане от Япония по отношение на неговата продължителност.

Растящите потребности на потребителите в края на века и натискът на конкуренцията наложиха планомерно и системно да се управлява жизненият цикъл на стоките, осигуряващ съкращаване на разхода на време и ресурси, при значително изпреварване на конкурентите. Времевият фактор вече се анализира в съответствие с постиженията на конкурентите, достъпните технологични възможности и се налага да бъде достатъчно изпреварващ за гарантиране на устойчиво противопоставяне на най-добрите аналози на световния пазар.

Днес за ускорено достигане на световно ниво на конкурентната способност се налага основно преустройство на технологичните процеси, радикални промени в съществуващата организация на управлението, на отношението към потребителите и

собствените работници. Класифицирането на ключовите фактори и перспективните направления за повишаване на конкурентната способност вече става по следните основни критерии: *първо*, намаляване на зависимостта на конкурентната способност от разходите на материални ресурси и *второ*, увеличаване ролята на дела на реализираната продукция и нивото на удовлетвореността от нея сред потребителите в световната икономика.

Световният опит на лидерите в международния бизнес акцентират върху следните направления за повишаване на конкурентната способност:

- *първо, скорост на създаване и реализация на потребителските ценности, на техния оборот и реакция на изменението в търсенето;*
- *второ, качество на продукцията и управлението на производствения процес;*
- *трето, минимизация на разходите на ресурси по създаването (използването) на стоките за поддържане на международната конкурентна способност.*
- *Приоритетите при разпределението на ресурсите за увеличаване на конкурентната способност по посочените направления ориентировъчно се съпоставя както 3:2:1, което е приблизително адекватно на успешния международен опит на водещите компании.*

3.6. Аутсорсингът в международния бизнес

Понятието „аутсорсинг“ се свързва с английското словосъчетание *outside resource using* – използване на външни ресурси. В практиката на международния бизнес под аутсорсинг се разбира изпълняването на отделни бизнес функции от външни организации, разполагащи с необходимите за това ресурси, на основата на дългосрочно споразумение.

На съвременния етап аутсорсингът се разглежда като съвременна методология за създаване на високоефективни и кон-

курентни организации в условията на безкомпромисна конкуренция между трите икономически центъра – САЩ, Азия и Европа.

Аутсорсингът предполага привличане на така наричаната трета страна за решаване на проблеми на организацията във взаимоотношенията ѝ с външна среда. Прилагането на аутсорсинга предполага получаване на услуги.

Целта на прилагането на аутсорсинга е да се използват водещите бизнес технологии и ноу-хау за завоюване и задържане на конкурентни преимущества във все по-изострящата се конкурентна борба. Икономическата същност на аутсорсинга се състои в построяването на система от отношения между организации, предаващи и приемащи изпълнението на отделни видове дейности на основата на сключване на дългосрочни споразумения.

Практическият резултат от прилагането на аутсорсинга се състои във възможността да се насочват собствените ресурси на организацията за изпълняване на такива функции, които тя може да изпълнява по-добре от другите, предоставяйки на външни изпълнители тези функции, които те могат да изпълняват по-добре от другите. По този начин организацията може да съсредоточи в свои ръце най-новите постижения в областта на науката, техниката и технологиите, осигурявайки максимално очакванията на потребителите и изискванията на пазара.

Практическият аутсорсинг възниква в периода на противопоставянето в автомобилостроенето на Хенри Форд и Алфред Слоун в 30-те години на XX век, когато става ясно, че нито една фирма не може да се самоосигурява, поради което редица функции е целесъобразно да се предават на специализирани фирми. Това с особена сила се отнася за спомагателното производство – обслужване и ремонт на оборудването, изработка на инструменти и т.н. Използването от Слоун в „Дженеръл мотърс“ на метода на коопериране в тясно специализираните производства, както вътре в компанията, така и извън нейните предели, му осигурява за няколко години завоюването на американския пазар на автомобили. Новото в проекта на Слоун става методът на аутсорсинга, приложен 70 години преди появата на това понятие в научната терминология през 1990 г.

Целесъобразността от използването на странични организации за отделни функции по обслужване на производството е обусловена от редица фактори:

- *технологичната сложност на производствените процеси;*
- *високата стойност на преустройството на производствените линии;*
- *нарастващата конкуренция на международния пазар;*
- *нарастването на изискванията към качеството на продукцията;*
- *процесите на глобализация на икономиката.*

Много западни специалисти смятат, че аутсорсингът като методология на бизнеса получава разпространение във връзка с развитието на информационните системи и технологии през 60-те години. Именно по това време се налага практиката да се създават на крупните предприятия специализирани центрове за електронна обработка на информацията, които започват след това да предлагат съответни услуги на други фирми, неразполагащи с необходимите технически възможности.

Създаването на нови технически и програмни средства става прерогатив на специализирани фирми. През 80-те години аутсорсингът на информационните технологии става сфера на дейност на крупните корпорации, станали лидери в областта на електронната обработка на данни. Безусловен лидер в това отношение е „IBM Global Services“ на корпорацията „IBM“, притежаваща още през 1997 г. оборот от 25 млрд. долара и повече от 110 хиляди сътрудници в 160 страни.

През последното десетилетие аутсорсингът завладя почти всички организации. В стремежа си да съкратят размера на фирмите до приемливо ниво, да намалят щатовете в офисите си и да съсредоточат своето внимание върху добавената стойност (печалбата) и основните, характерни за фирмата видове дейности, за да оживеят в конкурентната борба и да се развият, и държавни, и частни организации прилагат принципа „външно снабдяване“ по отношение на много функции и видове дейности. Така например, почистването, приготвянето на храна и охранителната

дейност вече много години са предмет на аутсорсинга.

Аналитиците очакват непрекъснато увеличаване стойността на контрактите на логистичните услуги, която да достигне до 50 млрд. долара. Други обекти на аутсорсинга са отделите за пощенски услуги, центровете за ксерокопиране и бюрата за пътешествия.

Във всяка фирма определени видове дейност е възможно напълно или частично да бъдат изведени извън пределите на фирмата. Например отделни елементи на информационните технологии могат да бъдат стратегически, други – определящи за фирмата, а някои е по-изгодно да се предадат на трети страни. Определянето на някои функции като потенциален обект за аутсорсинг, и след това разпределянето на тези функции по компоненти, позволяват на мениджърите, приемащи решения, да определят какви видове дейност са стратегически, или критически, и тях следва да оставят във фирмата, и какви могат да получават отвън, подобно на стоките за широко потребление.

Ръстът на аутсорсинга в сферата на логистиката се обяснява с премахването на държавния контрол над транспорта, с акцента върху основните видове дейност, намаляването на материалните запаси и разширяване на компютърните програми, управляващи логистичните системи. При по-малки материални запаси грешките в снабдяването са по-малко вероятни особено ако предприятието функционира в режим „точно в срока“. Компаниите за транспортни услуги започват да предават на трети страни елементи от логистиката – от внасяне на промени в придвижването на стоки от точка А до точка Б до управлението на всички или част от целия комплекс товаро-разтоварни и транспортни дейности, което позволява съществено да се съкрати персоналът на съответните служби. Логистичните компании имат комплексен компютърен метод за проследяване, който намалява риска при транспортирането и повишава престижа на фирмата, което би било невъзможно, ако тази функция се изпълнява от самата фирма. Логистичните провайдъри (третата страна), използват обмен на електронни данни и спътникови системи, набелязват курса на фрахта, за да могат точно да съобщят на клиента местонахождението на техните шофьори и срока на доставката.

В режим „точно в срока“, когато прозорецът на доставката може да бъде общо до 30 мин., такава технология става решаваща.

Конкуренцията се превръща в основна и главна движеща сила за развитието на аутсорсинга в международния бизнес. В по-голяма част от развитите страни всяко конкурентно предимство се постига благодарение на знанията, уменията и творческите решения. Но тези предимства не са дълговечни, тъй като благодарение на съвременните технологии новите знания и умения достатъчно бързо се разпространяват сред конкурентите.

„Конкуреннтното превъзходство е относително, то се определя при съпоставяне с водещия конкурент, затова се нарича още позиционно предимство, което се анализира при изследване на конкуренцията на фирмено равнище.“⁷

Аутсорсингът е продукт на съвременните тенденции в развитието на световната икономика, които са противоположни на тенденциите на монополизацията. Това е методология на адаптация на управлението на организациите към условията на пазара, позволяваща бързо да се навлиза в нов бизнес, използвайки всички налични възможности на външната среда, в това число в отделни случаи и на ресурсите на конкурентите.

Универсалността на методологията на аутсорсинга, осигуряваща привличането на висококвалифицирани специалисти в различни сфери на дейности, при все по-задълбочаващата се специализация на организациите, е очевидна. Тази универсалност разширява областите на приложение на аутсорсинга в съвременния бизнес и води до обсебване от тази технология на управление на все повече сфери на дейности.

В стратегически аспект развитието на съвременните компании без аутсорсинга е практически невъзможно. Ще се налага да бъдат разделяни всички бизнес процеси на относително самостоятелни елементи и в техните рамки да се сравняват собствените възможности с тези, които притежават конкурентите или други компании на пазара. Такъв сравнителен анализ на конкурентните предимства трябва да се превърне в постоянен елемент на развитието на бизнеса. Всичко, което подлежи на сравнение,

⁷ Желев, С., Младенова, Г., Маркетинг, Университетско Издателство „Стопанство“, 2013 г., с. 85

трябва да се сравнява и да се правят изводи за вземане на решения.

С увеличаването на обема на информационните услуги във всички сфери на икономиката и бизнеса и увеличаването на изискванията за тяхното качество, световният пазар на аутсорсинга условно е разделен на два основни сегмента: първо, аутсорсинг на информационните технологии (АИТ) и второ, аутсорсинг на бизнес процесите (АБП).

Аутсорсингът на информационните технологии обхваща различни видове услуги, предоставяни на организациите от специализирани фирми:

- *разработка и последващо програмно осигуряване и база данни;*
- *планиране и консултиране в сферата на електронния бизнес;*
- *обслужване на корпоративните мрежи;*
- *интернет-услуги и др.*

Основна причина за налагането на аутсорсинга в информационните технологии е и си остава високата стойност на обработката на данните, от една страна, и от друга страна, все по-усложняващите се процеси на разработка и съпровождане на приложенията.

Огромно поле за дейност на компаниите, специализирани в аутсорсинга, разкриват: единните международни стандарти, повишените изисквания към осигуряване безопасността на информацията, практиката за провеждане на търговски операции с използването на информационни технологии, откриващите се нови възможности за повишаване ефективността и конкурентоспособността.

Аутсорсингът на бизнес процесите остава една от основните теми за бъдещето на аутсорсинга, произтичащи от необходимостта да се съсредоточат основните ресурси и усилия за развитието на тези ключови направления, които представляват същността на организацията. Предаването на бизнес процеси на външни партньори в значителна степен е свързано с отговорност и риск. Затова успешен аутсорсинг е възможен при изграждане на партньорски отношения на основата на дългосрочни контракти,

гарантиращи необходимото ниво на доверие, безопасност и отговорност на страните.

В същото време именно аутсорсинга на бизнес процесите позволява да се използват най-новите производствени процеси и технологии от най-високо ниво, осигуряващи на фирмите достигане на поставените цели в най-кратки срокове и с минимални разходи. Следва да се отбележи също, че постигането на очакваните резултати от аутсорсинг проектите се намира в пряка зависимост от това, доколко активно и двете страни са въввлечени в процеса на създаването на добавената стойност. Такива резултати се проявяват, преди всичко, в повишаването на конкурентната способност и осигуряването на перспективи за развитие и на двете страни. Аутсорсингът на бизнес процесите се отнася към задачите със стратегически характер и е способен принципно да измени бъдещето на фирмата, изграждаща отношенията с партньорите си на дългосрочна основа. Развитието на идеите в сферата на аутсорсинга води до създаването на организации от нов тип – виртуални, а също и до формиране на нов тип производствени отношения, хармонично съчетаващи се с глобализацията на световната икономика.

Решението за използването на аутсорсинга представлява сложна комплексна задача, засягаща стратегически интереси, и затова винаги е от компетентността на висшия мениджмънт на фирмата. Фактически това решение означава избор между собствено производство и приемане на странични услуги и е свързано с анализ както на съществуващото състояние на компанията, така и с възможните рискове от аутсорсинг проектите.

Изходна точка за вземане на решение за собствено производство или приемане на услуги от странични организации е анализът на собственото управление на производството и реализацията на продукцията на основата на стратегически перспективи. Дилемата „да се произвежда или купува“ в производствената сфера е свързана с възможността и необходимостта от разширяване или диверсификация на производството или обратно, съкращаване, раздробяване, предаване на част от собствените подразделения на трета страна. В непроизводствената сфера всичко това се отнася за услугите.

Много фирми нямат ясно определена политика по отношение на възможностите на аутсорсинга в една или друга област на своята дейност. Обосноваването на решението „да се произвежда или купува“ често се затруднява от недостиг на информация за възможностите на доставчиците аутсорсори, а също и от неопределеността на външната среда, която не позволява да се извърши детайлен анализ и оценка на стратегическите алтернативи, които следват при такова решение.

Процесът на вземането на решение за възможността да се предаде даден бизнес процес или отделни функции на аутсорсор включва няколко основни етапа:

Първи, отделяне на ключовите стратегически компетенции на организацията, от които зависи нейната жизнеспособност и които не трябва да се преотстъпват на друг.

Втори, разделяне на всички бизнес процеси на основни и спомагателни, а също определяне необходимостта и последователността на предаването на тези бизнес процеси на външни изпълнители.

Трети, избор на партньор аутсорсор или доставчик на услуги при ясно определяне на критериите за този избор.

Четвърти, разработка на аутсорсинг проект и договор, включващ определянето на конкретните условия на сътрудничеството и неговата правна основа.

Сключването на договор за аутсорсинг предполага и избор на неговата форма, която се определя от степента на важност на едни или други процеси или компетенции, предоставяни на другата страна. Могат да се разграничат следните форми на аутсорсинг:

Пълен аутсорсинг – предаване на бизнес процеса на аутсорсора изцяло. Преследва се повишаване пазарната стойност на компанията, осигуряване съответствие на качествено ниво на бизнес процесите с изискванията на пазара. Той намира приложение по отношение, преди всичко, на спомагателните бизнес процеси, намиращи се извън специфичните компетенции на компанията. Пример за пълен аутсорсинг са: обучението на персонала, управлението на финансите на компанията, управлението на отделни подразделения, на складирането и транспорта, на ре-

дица административни функции и др. Към него се отнася и така наричаният *усъвършенстван аутсорсинг*, когато компанията напълно прехвърля производствените процеси на един или няколко аутсорсора, оставяйки в свои ръце само функциите по контрола на качеството, разработването на нови продукти, избора на стратегия за развитие и т.н.

Частичен аутсорсинг – предаване на определен набор от функции на аутсорсора или отделяне за тази цел на подразделение на компанията в отделно производство, създаване на дъщерна фирма. Той широко се прилага при разработване на нови продукти, внедряване на ноу-хау или скъпо струващи технологии, изискващи значителни инвестиции и продължителни срокове за усвояване. При това за реализирането на бизнес процесите се въвличат ресурси на няколко организации, всяка от които в дадения случай снижава степента на собствения риск, преразпределяйки разходите между партньорите.

Определяйки сферата на своите интереси в развитието на бизнеса на базата на методологията на аутсорсинга, компанията оценява дългосрочния ефект от сътрудничеството със своите партньори и придобива широки възможности за усъвършенстване именно тези страни от своята дейност, които в дадения момент играят определяща роля за постигане на конкурентни преимущества.

В рамките на международното коопериране не по-малко важна е и другата форма на сътрудничество в рамките на международното коопериране, противоположна на аутсорсинга – *инсорсинг* (insourcing). Това става в такива случаи, когато компанията използва собствени компетенции и ресурси за разширяване сферата на своята дейност или включване в структурата на своите бизнес процеси функции, които преди това са изпълнявани от други фирми.

Всяка компания самостоятелно взема решение за необходимостта и възможността да използва една или друга форма на аутсорсинга или инсорсинга по отношение на отделни процеси и функции. При това се оценява стратегическата важност, нивото на развитие, качествата на собствените компетенции и нивото на развитие на вътрешните ресурси, необходими за изпълнението

на едни или други функции. Също се взема под внимание качеството на услугите, оказвано от аутсорсорите.

За успешната реализация на аутсорсинг проектите още с първите стъпки съществено значение има изборът на алтернативна основа на доставчика на услуги, когато съществува възможност да се сравняват и оценяват перспективите за развитието на собствената организация в рамките на стратегическото партньорство.

Успехът на аутсорсинга в значителна степен зависи не само от това, доколко обосновано е решението „да се произвежда или купува“ в полза на прилагането на аутсорсинга, но и от текущия контрол за изпълнението на контракта. В редица случаи върху решението влияят отделни фактори, проявили се в процеса на анализа на собствените ресурси или възможностите на доставчика. Всеки от тези фактори е в състояние да изиграе определяща роля за приемане на окончателното решение от висшето управление на компанията.

Причини за възможен *отказ* от аутсорсинг:

- *прекалено малък обем на продукцията и/или никой не е заинтересован да я продава;*
- *изискванията към качеството са дотолкова точни или необичайни, че са необходими особени методи за обработка, с каквито доставчика не разполага;*
- *гарантирано снабдяване или баланс между снабдяване и потребности;*
- *запазване на технологичните тайни;*
- *намаляване на разходите;*
- *получаване на предимства и/или отсъствие на престой на оборудването и работниците;*
- *осигурено постоянно функциониране на собствените производствени мощности на корпорацията;*
- *въпросите на конкурентната способност, политическите, социалните въпроси или въпросите за опазване на околната среда могат да принудят компанията да произвежда, дори и ако предпочита да купува;*
- *емоционални причини, когато ръководството се гордее с големите мащаби на компанията.*

Основните аргументи в полза на прилагането на аутсорсинга се отнасят до:

- ✓ *желание усилията да се съсредоточат върху основните видове дейности;*
- ✓ *необходимост от повишаване качеството на обслужването;*
- ✓ *остра потребност от намаляване на разходите;*
- ✓ *фирмата няма опит за производството на необходимите изделия и услуги;*
- ✓ *доставчикът притежава отлична репутация.*

3.7. Логистиката в международния бизнес

Логистиката в началото на новия век стана важен структурен компонент в международния бизнес. Тя включва планиране, организация, контрол и управление на движението на потоците (материални, финансови, информационни и др.), пресичащи националните граници, от точката на тяхното възникване до крайния потребител в пространството и времето. Логистиката на национално ниво е ограничена, преди всичко, от границите между държавите и особеностите на националното законодателство.

„Маркетинг логистиката е втората част на бизнес логистиката. Свързва се с всички операции, които осигуряват придвижването на вече произведения продукт до крайния потребител...“⁸

Основни субекти в процеса на международната логистика са доставчиците, износителите, посредническите компании, вносителите и крайните потребители.

Ролята на доставчиците е да осигурят стоката или услугата на износителя. Броят на доставчиците може да бъде неограничен в зависимост от асортимента на стоката и услугата и политиката, провеждана от износителя по отношение на неговите доставчици.

⁸ Инджова, Ц., Управление на маркетинга, Нов български университет, 2012 г., с.152

Износителят често привлича посредници. В ролята на посредници се използват превозвачи на стоки и други компании, предоставящи различни услуги. Превозваната продукция се застрахова от специализирани застрахователни компании. Задълженията по организацията на застраховането и превоза на стоката, в зависимост от договора, могат да лежат както на вносителя, така и на износителя.

Краен потребител може да бъде вносителят или всяко физическо или юридическо лице, нямащо изход на световния пазар за дадена стока или услуга. Изборът на окончателния вариант на външнотърговската логистична верига е задължение на логистичния мениджър.

От многообразните задачи на логистиката в съвременния международен бизнес като основни се отделят следните:

- *оптимизиране на процеса на ценообразуване на закупуваните, произвежданите и предоставяните стоки и услуги;*
- *осигуряване на оптимално ниво на качеството на стоките и услугите;*
- *определяне на нивото на потребност от дадена стока или услуга на конкретния вътрешен или външен пазар;*
- *доставка с използване на промеждутъчно складиране или без такова;*
- *определяне на оптимално ниво на логистичен сервиз;*
- *оптимизиране работата на задграничните филиали на компанията;*
- *анализ на международната конкурентна среда и търсене на конкурентни предимства.*

Компаниите, навлизащи в международната логистика, преминават през няколко етапа.

Първият етап се характеризира с отсъствието на връзки на компанията със световния пазар. В този случай националните компании използват посредници, осъществяващи всички необходими външнотърговски операции. Това се отразява върху печалбите на компанията, защото не предполага възможност за собствена логистична операция на международния пазар.

На *втория етап* компанията е в състояние да реализира международни операции, но използва и услуги на посредници. По този начин тя увеличава своите печалби, но не е достатъчно адаптирана към особеностите на пазарите, на които изнася своята продукция.

Третият етап се характеризира със самостоятелни операции на компанията на международния пазар, но в повечето случаи се използват форми и методи на работа, характерни за вътрешния пазар, без да се отчитат националните особености в отделните страни.

На *четвъртия етап* компанията започва да привлича местни мениджъри и започва да използва и местни методи за организация на работата, но преценката за дейността се извършва на основата на критериите определяни от компанията-майка.

За последния – *пети етап*, е характерно създаването на регионални щабквартири в определени географски зони за организиране на дейността и провеждане на самостоятелна логистична политика.

В последните години в дейността на ТНК широко разпространение получиха форми за международна логистика, при които се заменя износът на стоки от компанията-майка с тяхното производство в дъщерни предприятия в други страни с последваща реализация в тях или в трети страни. Тези процеси са продиктувани от възможността да се използва по-евтина работна сила, по-ниски данъци, стремеж да се заобикалят митнически или други законодателни бариери, възможност за приближаване до крайния потребител и т.н.

При вноса и износа на стоки в практиката на компаниите се наложиха следните основни организационни форми:

- *покупка на вносни стоки от компания вносител или предаване на продукция за износ в специализирана външнотърговска компания при условия на подписан договор;*
- *вносните и износните операции да се осъществяват от специализирано подразделение;*
- *различно съчетаване на по-горните форми.*

Привличането на специализирани външнотърговски компании за логистична дейност доказва своите преимущества като удобство, ефективност и качество, намаляване на разходите и сроковете на доставките и т.н.

От своя страна създаването на собствено специализирано подразделение също има своите преимущества – възможност за избор на най-подходящ доставчик или клиент; подобряване на качеството на доставяната или получаваната продукция за сметка на непосредствен контрол; използване на по-ниски цени поради отсъствие на посредници; по-пълно и надеждно информационно осигуряване на доставките; организиране на по-качествени и оперативни връзки.

Освен тези две основни форми на организация на логистиката, в зависимост от целите, стоящи пред компанията, се използват и варианти на комбинации между тях.

3.8. Ценообразуването в международния бизнес

Ценообразуването, по принцип, е универсален процес и въпреки това съществуват редица черти, които отличават ценообразуването в международния бизнес от ценообразуването в националната икономика. Те намират отражение в характера на ценообразуването и цените, формиращи се в тази среда. Тези черти произтичат от спецификата на международния бизнес:

- *по-голям брой на контрагентите от различни страни;*
- *широко разнообразие и голяма динамика на пазарните структури;*
- *различия и чести промени в търговската политика.*

В системата на международното ценообразуване се откриха три основни особености:

Първа особеност – отсъствие на системен контрол и твърдо регулиране на цените на международния пазар.

Формирането на цените в рамките на националното стопанство става в сравнително по-ясно определена икономическа

среда и е резултат не само от свободната игра на пазарните сили, но и като съвкупност от различни форми и методи за регулиране на общественото производство. Противоположно на това ценообразуването в международния бизнес се характеризира с фрагментарност.

Международните сделки, като правило, се извършват на едро, не засягат търговията на дребно и затова цените не се проявяват като част от някаква обща система, формираща се на базата на крайното търсене и предлагане. Тези цени не са обект на регулиране от гледна точка на икономическото и социалното състояние на страната, за които отговаря всяко правителство. Това обаче не означава, че цените в международния бизнес изобщо не се регулират. Те могат да се регулират и често даже в по-голяма степен, отколкото на вътрешните пазари на отделните страни. Разликата е в това, че в международната среда няма специални органи, наблюдаващи темповете на инфлацията, съответствието на цените с доходите, динамиката на паричната емисия и други показатели с цел контрол и приемане на мерки в случай на излизането на цените извън рамките на някакъв допустим предел, както това става в националните стопанства. Затова може да се каже, че в международната среда цените се формират без системен контрол и са под влияние главно от страна на крупните монополни компании (основно ТНК), а също и от фирми и страни, като правило, обединени в международни стокови споразумения от картелен тип (например организацията на производителите на нефт – ОПЕК).

Втора особеност – влиянието на международното разделение на труда върху цените при производството и реализацията на една или друга стока. Например явява ли се даден продукт резултат от специализирано експортно производство, или се изнася на външния пазар като излишък от вътрешното производство свръх националните потребности (пшеница, месо и други селскостопански култури).

Трета особеност – отсъствие на валутен монопол и наличие на разнообразна валутна среда, а следователно и по-голямото значение на валутния фактор при формирането на цените, отколкото това има място в рамките на националните стопански

системи, което съществено усложнява работата на фирмите и предприятията.

Една цена вече се класифицира като световна, ако отговаря на следните основни изисквания:

- първо, сделката да бъде „чиста“, т.е. да не бъде обвързана с никакви допълнителни условия, които биха могли да повлияят на нивото на цената;
- второ, сделката да бъде мащабна, т.е. цената да се отнася за достатъчно голям стоков оборот;
- трето, сделките да носят регулярен характер, т.е. да не са епизодични;
- четвърто, сделките да се сключват в крупни международни търговски центрове, където се спазват търговските обичаи и традиции;
- пето, цената да е определена в свободно конвертируема валута.

Посочените изисквания за същността на световните цени в повечето случаи се смятат за идеализирани. В практиката на международния бизнес в качеството на световни цени често се приемат цените на най-големите износители (продавачи) и вносители (купувачи), тъй като основни центрове на международната търговия са тези, които се установяват в процеса на реализирането на крупни и редовни сделки със стоки.

При формирането на международните цени ясно се разграничават две големи стокови групи с условното им обозначаване като „суровинни стоки“ и „готови изделия“. Към първата група се отнасят енергоносителите, минералните и селскостопанските суровини, а също така и някои видове продоволствени стоки, дърводобива и селскостопанските торове. Във втората група попадат практически всички останали стоки, където преобладават изделията на обработващата промишленост.

Цените на първичните суровини получиха достатъчно ясна специфика, която се прояви в следното:

- суровините с техните качествени характеристики и съответстващите ги цени са по-прозрачни за съпоставяне;

- *по-малки възможности за маневриране с цените, отколкото при търговията с готови изделия, поради което по-малко се използва неценовата конкуренция;*
- *суровините, като цяло, са по-стандартизирани и по-взаимозаменяеми както при избора на заместителите, така и при избора на доставчици.*

В международната търговия за групата на суровините по-широко се използват стоките борси. В този сектор на пазара търговията и редът за установяване на цените и тяхната регистрация са подчинени на строго установени правила. Като цяло, борсовите котировки притежават безспорни преимущества от гледна точка на удобството при тяхното използване, надеждност и оперативност. По тяхното състояние може да се съди за пазарната конюнктура в краткосрочна перспектива (от 3 до 6 месеца).

Спецификата на другата голяма група стоки (продукцията на обработващата промишленост) се проявява, преди всичко, в това, че е много сложно да се пресметне нивото на средната статистическа цена за конкретна стока. Затова анализът и ценообразуването за тази група стоки се концентрира основно около индекса на цените. Това произтича, преди всичко, от спецификата на самата продукция в обработващата промишленост:

1. *многообразие на видове, подвидове, типоразмери и други показатели, съществено влияещи върху цените, в резултат на което цената трудно може да бъде ориентир за нивото на цените за даден вид продукция, след като е възможно тя да притежава някакви допълнителни характеристики;*
2. *много видове машини и оборудване имат толкова сложни и комплексни качествени характеристики, че сравняването на техните цени е възможно само след детайлен анализ;*
3. *продукцията на обработващата промишленост, като правило, притежава висока динамика на качествените характеристики, което произтича от развитието на техниката и технологиите както на производството, така и на потреблението;*

4. *мнозинството от стоките в тази група имат сравнително непродължителен жизнен цикъл – години, а понякога месеци и даже недели (продуктите на високите технологии), когато на пазара се появяват нови разновидности на стоките;*
5. *сложността на някои видове продукция изисква калкулиране в цената услугите по ремонта и поддържането им в работно състояние;*
6. *цените на някои видове техника често са свързани с големи разходи за резервни части и следпродажбен сервиз.*

Схематичното описание на особеностите на цените и ценообразуването при световната търговия с продукцията на обработващата промишленост дава представа за сложността и условността на показателите, характеризиращи нивата, динамиката и съотношението на цените.

Наличието на особености при формирането на цените на суровините и на готовите изделия води до това, че на макроикономическо ниво, на ниво на междудържавни отношения възникват проблеми между развитите страни, които експортират преимуществено готови изделия, и развиващите се страни, които експортират преимуществено суровини.

Проблемът за избора на принципите и методите на ценообразуването засяга основно групата на готовите изделия, тъй като за суровините цените се подчиняват на формиращите се на световните борси нива и съотношения на цените или на политиката на водещите компании.

Като цяло обаче, принципите на ценообразуването на световния пазар не се различават съществено от националните пазари. Цените се формират по приблизително еднакви схеми, отразяващи едни или други позиции и стратегии в ценообразуването, приети в националните или транснационалните корпорации. Изключение правят цените на вътрешно фирмения оборот на ТНК – трансферентните цени. Тяхната същност е коренно различна от обикновените пазарни цени на стоките, продавани както на националните пазари, така и на световния пазар. Те зависят: първо, от характера на отношенията между отделните

подразделения на една или друга ТНК (степената на автономност и независимост) и второ, от провежданата политика на ТНК, която, изхождайки само от своите собствени интереси, може изобщо да не се ориентира според пазара, определяйки особен режим на ценообразуване за всяка категория стоки, произвеждани в нейните предприятия. Често трансферентните цени се определят с цел намаляване на данъчното облагане на стоките, пресичащи националните граници.

Въпросът за установяването на една или друга цена на стоките при външнотърговските контракти е извънредно важен, тъй като той в крайна сметка е главният фактор за определяне икономическата ефективност на външнотърговската сделка.

Голямо значение придобиха валутните условия на контрактите. Неправилният избор на валутата, в която се установяват цените и се водят разплащанията между партньорите, може в крайна сметка да превърне изгодния контракт в губещ. Макар интересите на вносители и износители по принцип да са противоположни, коректността изисква валутният компонент в цената да не се използва за печалба за сметка на която и да е от страните, а да изпълнява функцията на защита интересите и на двете страни на основата на взаимността.

Глобализацията в световната икономика намери отражение и в сферата на ценообразуването. Тя засегна, преди всичко, световната интернет мрежа, в която непрекъснато се акумулират огромни масиви от информация, включително и ценова. Практически по този начин се появи и новата форма на търговия – електронната, която придоби глобален характер.

Електронната търговия в последното десетилетие съществено променя характера на външната търговия и формиращите се в нея цени:

- *първо, цените станаха по-достъпни за широк кръг от потребители в целия свят;*
- *второ, за потребителите се появиха по-големи възможности за сравняване на цените, което създаде предпоставки дори за тяхното намаляване;*
- *трето, за продавачите и купувачите се създадоха по-големи възможности за рязко опростяване на пре-*

говорния процес по отношение на цените и търсеното качество на стоките.

В условията, когато се увеличи конкурентното напрежение и се повиши информационната прозрачност постепенно става изместване на баланса в търговията от производителите към потребителите, което стана особено важно. В редица случаи търговията чрез интернет придобива такъв характер, че цените се диктуват не от продавачите, а от купувачите.

За да съхранят завоюваните позиции в бизнеса и да запазят нивото на рентабилност, фирмите използват разнообразни ценови стратегии:

- *стратегия на продължената сегментация на потребителите* (например, когато потребителят сам избира конфигурацията на своя компютър на сайта, сред хиляди такива, което съществено затруднява възможността за сравняване на цените);
- *стратегия на „продажбите в пакет“ или „разкомплектовани пакети“*, т.е. когато стоката се предлага в пълен или частичен комплект с други стоки или услуги (например програмното осигуряване се продава с последващи допълнения и обновления);
- *стратегия на различни цени за модификации на един и същи продукт* – добре подходжа за информационни продукти;
- *стратегия на брандинга* – определяне на по-високи цени на стоки с известна репутация;
- *стратегия на динамично ценообразуване* – интернет цените се променят автоматично в зависимост от обема на покупките, от сроковете на сделката, от географския район и др.;

В интернет цени могат да обявяват не само продавачите, но и купувачите, а също така и различните посредници. Като цяло днес интернет открива големи възможности в областта на цените и ценообразуването, обслужващо международния бизнес.

Цените и ценовата политика се превърнаха в един от главните компоненти и в международната маркетингова дейност,

тъй като основната функция на цената е да осигурява възможно най-голяма печалба от реализацията на продукта. Цените са в тясна взаимовръзка с другите елементи на пазара и с другите инструменти на маркетинговия комплекс на фирмата. Цените често се променят в продължение на жизнения цикъл на продукта. Групи от продукти с различни цени могат да привличат различни пазарни сегменти.

Сред множеството компоненти, характеризиращи конюнктурата на световния пазар, цената е най-важният акумулиращ показател. Движението на цените отразява промените в обема на производството и предлагането на продуктите на пазара, потребителското търсене и нивото на потребление, промените в запасите от стоки и т.н.

В миналите десетилетия концентрацията на маркетинговите усилия върху цените се обуславяше от следните причини:

- *на пазара на купувачите, в условията на свободна конкуренция, се предлагаха главно еднородни стоки (практически напълно заменяеми) и при тази ситуация потребителите правеха своя избор основно на базата на цената;*
- *средният доход на купувачите беше относително нисък, поради което нивото на търсенето, а значи и на реализацията, зависеше основно от цената;*
- *свободните цени позволяваха да се върви, преди всичко, към изравняване на търсенето и предлагането, т.е. към максимално възможна макроикономическа ефективност.*

В последните години както на вътрешните пазари, така и на световните се наблюдава намаляване значимостта на ценовата конкуренция, което предполага провеждането на определена ценова политика.

Същността на ценовата политика в маркетинга е в това, да се определят на продукта такива цени и така да се варира с тях в зависимост от конюнктурата на пазара, че да се завоюва определена част от него, да се запази конкурентната способност на продукта, да се осигури планираният обем печалба и да се решат и редица други задачи.

За външните пазари е изключително важно да се разработи точна и перспективна ценова политика. Това произтича от факта, че в международната търговия определянето на цените на продукцията е достатъчно сложен процес, тъй като факторите, които следва да се отчитат при изучаване на международното ценообразуване, са многообразни и по-съществени от факторите, влияещи върху ценообразуването на вътрешния пазар.

В международната търговия определянето на цената на даден продукт е сложен процес, тъй като, по принцип, тя е неустойчива величина. Върху нея оказват влияние:

- първо, цикълът, в който се намира световната икономика;
- второ, обществената цена на производството;
- трето, конюнктурата на пазара;
- четвърто, конкуренцията;
- пето, качеството на продукта;
- шесто, отношенията с купувачи и доставчици;
- седмо, обемите и базовите условия на доставките;
- осмо, условията за разплащане;
- девето, състоянието на финансовата сфера;
- десето, валутните курсове.

Всичко това показва, че за успех на външния пазар е необходимо да се разработва адекватна ценова политика. Тя следва постоянно да се проверява за ефективност, и променя в зависимост от обстоятелствата.

Излизането на нов пазар и завоюването на пазарни позиции изисква привличане вниманието и интереса на потребителите. За тази цел е целесъобразно в началото да се използват по-ниски цени от тези на конкурентите или на цените на вече усвоени пазари. По-нататък, в процеса на завоюване на определен пазарен дял и устойчиви клиенти, фирмата може постепенно да повишава цените до нива на останалите пазарни конкуренти. Изключително важно е повишаването на цените да се съпровожда със съответна аргументация – например, с увеличени производствени разходи, с промени в качествените характеристики, с инфлационните процеси и т.н.

Веднъж завоювани, позициите следва постоянно да се защитават. За целта могат да се използват такива маркетингови инструменти като ценови нива, условия за плащане, гаранции, сервизно обслужване, реклама и т.н.

Последователното обхождане на пазарните сегменти има „разузнавателен характер“. Неговата същност се състои в използването на цените за търсене и усвояване на най-платежоспособните сегменти. На първия етап се реализира продажба на продукта по увеличени цени. На следващия етап продажбите на фирмата се ориентират към доставки на продукта на пазарни сегменти с по-голяма еластичност на търсенето, т.е. увеличаване обема на покупките чрез намаляване на цените. Важно условие за такава ситуация е ефективната патентна защита, т.е. невъзможност за конкурентите бързо да се доберат до фирменото „ноу-хау“ и да създадат имитация на продукта.

По този начин ценовата политика в експортния маркетинг се заключава в определянето на такива цени за експортната продукция, които да спомагат за овладяване на определени пазарни позиции, за реализиране на планираната печалба и т.н. За успешното реализиране на посочените по-горе типични пазарни ситуации е необходим избор и практическо използване на определени маркетингови ценови стратегии.

На световните пазари се използват следните основни ценови стратегии – *стратегия „обиране на каймака“*, *стратегия на ниски цени*, *стратегия на диференцирани цени*, *стратегия на единни цени*, *стратегия на ценови лидер*, *стратегия на „губещия лидер“*.

Стратегията „обиране на каймака“ предвижда първоначална продажба на продукта по завишени цени, формиращи се от всички разходи плюс средната за отрасъла и допълнителна монополна печалба. Тази стратегия е характерна за нови продукти, които са патентно защитени. Това е достатъчно разпространен вид стратегия, която осигурява бърза възвращаемост на вложените средства, но е ефективна само за продукти и пазари с достатъчно ниско ниво на еластичност на търсенето по отношение на цената. Тази стратегия е особено активна през стадия на внедряване на продукта, когато се наблюдава известно преви-

шаване на търсенето по отношение на предлагането и фирмата е в състояние да заеме монополно положение в производството и реализацията на даден продукт.

Стратегията на ниски цени (или стратегията на „пробива“) предвижда първоначална продажба на стоките по занижени цени с цел да се стимулира търсенето, да се изтласкат конкуриращите стоки и да се завоюва масовия пазар. Тази стратегия също така е приемлива за стоки с ниска еластичност на търсенето. Нейното прилагане в съвременните международни условия е съществено затруднено, тъй като е много трудно след това да се повишават цените и това обстоятелство често е причина за отказ от сключване на сделки. Затова все по-често се използва модифицираната форма на тази стратегия – стратегията на „пробива“, при която ниските цени позволяват на фирмата да „пробие“ на пазара, но по-нататък те не се повишават, а се прави всичко възможно тези цени да се поддържат. При това положение печалбата се осигурява за сметка на оборота. За подобни действия е необходимо еластичността на търсенето да е сравнително висока и за дадената стока да съществува възможност за намаляване на производствените и търговските разходи на единица продукция с увеличаването на нейното производство и реализация.

Стратегията на диференцирани цени активно се прилага в търговската практика на фирми, които определят скала за възможни отстъпки и надбавки към средното ниво на цените за различните пазари, сегменти и купувачи. Стратегията на диференцираните цени позволява да се стимулира или съдържа продажбата на отделни стоки на различните пазари. Като нейна разновидност може да се смята стратегията на привилегированите и стратегията на дискриминационните цени

Стратегията на единни цени се използва, като правило, при реализацията на стоки по каталози, образци, чрез каналите на пощенската (колетната) търговия. В дадения случай тя е най-приемлива, удобна и способства за формиране на кръг от постоянни клиенти.

Стратегията на ценови лидер предвижда или „привързване“ на собствените цени към движението и характера на цените на призната фирма, лидер на даден пазар за конкретна стока, или

сключване на негласно споразумение с лидера на даден пазар, че при промяна на цените от лидера фирмата също да промени цените на своите стоки. Подобна стратегия е привлекателна за фирми, които нямат възможност или не желаят да разработват и провеждат своя собствена стратегия. В същото време този подход е достатъчно рискован, тъй като прекалено много скована инициативата на фирмата.

Стратегията на „губещия лидер“ (или стратегия за стимулиране на комплексните продажби) се състои в това, че стоката лидер в комплекса се продава по ниски цени, а останалите стоки, влизащи в комплекса, притежаващи новост, се предлагат по цени, включващи монополна печалба. В резултат на това фирмата получава целева печалба. Стратегията на „губещия лидер“ достатъчно често се прилага в последния стадий на жизнения цикъл на стоката, когато използването на други стратегии е затруднено или въобще невъзможно.

В зависимост от различните аспекти на външноикономическата дейност, целите и задачите на фирмата, технически и други причини, във външнотърговските операции широко се използват различни видове цени. А цените на стоките на световните пазари се ориентират по световните цени, които като минимум притежават следните три особености:

Първо, световната цена се отклонява от вътрешната. Вътрешната цена се основава на националната стойност и отразява разходите на националните производители. Цените на световния пазар се базират на интернационалната стойност, формираща се от водещите страни износители. Като правило, световната цена е по-ниска от вътрешната и разликата може да достигне до 30%, при което на готовите стоки тя е по-значителна, отколкото при суровините, което е свързано с по-високото ниво на тарифните и нетарифните бариери при вноса на готова продукция.

Второ, съществува множественост на световните цени, т.е. наличие на няколко порядъка цени на едни и същи стоки. Тази множественост е обусловена, в частност, от различното качество, различните условия и срокове за доставки, опаковки и т.н. Затова при окончателното уточняване на цените е необходимо подробно

да се посочват техните качествени характеристики, произходът на стоката, условията за доставка, сроковете за доставка, опаковката.

Трето, бързото „стареене“ на световните цени. То отразява промените в конюнктурата на стоковите пазари. Така, на някои подвижни борсови стоки цените само в пределите на денонощието се колебаят в границите на 100% и повече.

Световните цени са в основата на външнотърговското ценообразуване, но не трябва да се подценяват *свободните цени, цените на продавача, цените на купувача и други.*

Свободните цени се установяват от фирмите самостоятелно или на договорна основа в зависимост от търсенето и предлагането на пазара на стоки и услуги.

Цена на купувача е фактическата цена на стоките, по която се осъществява сделката за покупко-продажба в съответствие с условията на пазара на купувачите. Тя е под нивото на пазарната стойност на стоката.

Цена на продавача е фактическата цена на стоката, по която се осъществява сделката за покупко-продажба в съответствие с условията на пазара на продавачите. При тези условия е изгодно да се разширява производството на такива стоки.

Цената на производството се определя от стойността на производствените разходи плюс средната печалба от целия вложен капитал.

Цената на пазара е паричното изражение на стойността на стоките, реализирани на пазара, т.е. фактическата цена, по която се осъществява покупко-продажбата.

Базисната цена е съгласуваната цена между продавача и купувача на стока с определено качество. Тя е основа за определяне на фактическата (контрактната) цена. Възможни са различни отстъпки и надбавки.

Контрактната (фактурната) цена се определя от цената на продажбата, посочена във всички документи в съответствие с договора за покупко-продажба. Обявява се във валутата на износителя, вносителя или трета страна.

В зависимост от начина на нейното фиксиране се наблюдават следните разновидности на контрактните цени:

- твърда цена – установява се окончателно в момента на подписване на договора и не подлежи на промяна в продължение на срока на неговото действие;
- подвижна цена – установява се в момента на подписване на договора, но може да бъде преразглеждана в бъдеще, в случай на промяна в пазарната ситуация и предвидените в договора условия;
- пълзяща цена – изчислявана в процеса на изпълнение на договора чрез преразглеждане на контрактната, базисната цена при отчитане на настъпили промени в производствените разходи.

Номинална цена е цената, която се публикува в ценоразписи и справочници.

Относителна цена се разглежда като средна цена на стокова единица или на единица потребителна стойност, която е статистически показател за движението на цените в международната търговия. Управлението за статистика при ООН всяка година публикува 33 редици от експортни относителни цени.

Справочна цена включва вида цена на едро, която отразява нивото на фактически сключените сделки за определен период. Справочните цени се използват в преговорите за определяне на базисните цени.

Заслужава да се подчертае, че резултатът от договарянето на цените в голяма степен зависи от квалификацията на експертите, техните знания за конюнктурата на пазара и практическия опит, тъй като размерът на отстъпките и надбавките обикновено се определя индивидуално.

Особени фактори, които определят нивото на цените на външния пазар, са *условията на плащанията* и *условията за доставка* в международните сделки по покупко-продажба на стоките, а също и спецификата на отделните *форми на външна търговия* (на срещна търговия, компенсационни сделки и т.н.).

Важна предпоставка за коректно уреждане на комплекса от икономически отношения между държавите и отделните контрагенти е добре оформеният *външнотърговски договор*. Той осигурява защитата на интересите и на двете страни и ограничава загубите при настъпване на рискови събития.

Първите бизнес контакти изискват да се осигури пълна идентификация на контрагентите – наименование на фирмата, юридически статус на фирмата, адрес и длъжност на лицето или лицата, които могат да представляват фирмата и да подписват договори. Възможно е да се посочат банковите сметки и банките, чрез които се предвижда да бъдат извършени плащанията.

Основните задължения на контрагентите се определят от предмета на договора. В него трябва да се определи точно количеството на стоката, която продавачът е длъжен да достави. Това изисква да бъде съгласувана и определена мерната единица и да бъде посочено теглото на опаковката. Когато е невъзможно или нецелесъобразно да се определи точно теглото на стоката, поради възможност за разпиляване, изтичане, изсушаване и други непредвидими обстоятелства, в условието за количеството се препоръчва да се включва уговорка за толеранс на теглото в определен процент, например плюс-минус 5%. При това положение продавачът не носи отговорност за отклонения в рамките на толеранса и купувачът е длъжен да приеме стоката, но да плати за реално доставеното количество. Обикновено толерансът се остойностява по цената на стоката, определена в договора, или се компенсира в стокова форма. Целесъобразно е всичко това да се конкретизира още в договора.

Теглото и вида на опаковката са от голямо значение в международната търговия и затова на тях се отделя голямо внимание. В практиката теглото на стоката се определя като *нето* (тегло без опаковката), *полунето* (тегло с най-вътрешната опаковка), *полубруто* (теглото без най-външната опаковка) и *бруто* (теглото с всички опаковки). Най-често в договорите се посочва тегло бруто и нето. Специфична форма за отчитане на теглото е „*бруто за нето*“, което означава, че стоката се претегля бруто и опаковката се продава по цената на стоката. Това се извършва, когато теглото на опаковката е пренебрежимо малко в сравнение с теглото на стоката, или когато стойността на опаковката е съизмерима със стойността на стоката.

В *международната търговия* качеството на стоката е важен компонент и затова в търговската практика са приети някои основни форми за неговото определяне:

1. *по стандарт – всички качествени параметри подробно се описват в съответния стандарт /за предпочитане са международните стандарти/;*
2. *по техническо описание – прилага се при отсъствие на стандарти за дадена стока или при специфични изисквания на клиента;*
3. *по мостри – купувачът се запознава с мострата и я одобрява;*
4. *„прегледано-одобрено“ – когато условията позволяват продавачът да предостави възможност на купувача да прегледа и одобри стоката;*
5. *„такава каквато е“ – като форма се практикува обикновено при търговията със селскостопански и промишлени суровини и е най-благоприятна за продавача, но за сметка на това цената ѝ е по-ниска;*
6. *по процент на полезни /вредни/ вещества и по рандеман – определя се минимално процентно съдържание на полезни вещества, максимално процентно съдържание на вредни вещества и процента на готовия продукт, който се получава от единица количество суровина;*
7. *по средно базово качество – това условие е типично за борсовата търговия, при която всяка борса има определено средно качество за базов сорт, записано в стандартните борсови контракти.*

В международните договори условието за качество трябва да отговаря на две основни изисквания – да е описано много точно желаното качество и да съществува възможност за бърза и точна проверка на качеството.

При формулиране на условието за *цената* от съществено значение е как тя да бъде записана (като определена или определена) и дали и за какъв период тя ще бъде *твърда* или ще бъде *променлива*. Обикновено купувачът държи да уговори твърда цена, а продавачът държи да се запази възможността за коригиране на цената. При договаряне на променлива цена задължително се посочват основанията за нейната промяна. За намаляване на риска от

промяната на валутния курс желателно е да се използва така наричаната „валутна клауза“, която предвижда привързване на валутата по сделката към друга по-стабилна валута или валутна кошница. Друга възможност за намаляване на валутния риск е борсовото хеджиране чрез валутни фючърси или опции. Неговото предимство е в това, че не зависи от волята на насрещния контрагент.

По отношение на цената в договора се уточняват следните компоненти:

- първо, валутата по сделката;
- второ, общата стойност и единична цена за възприетата мерна единица;
- трето, ценова база (цена CIF, FOB и т.н.);
- четвърто, цена на опаковката и др.

При определянето на цената продавачите често предлагат *ценови отстъпки* – за големи количества, за редовни клиенти, за по-ниско качество, за извънсезонна покупка, за плащане в брой, за покупка от „втора ръка“, за повишен политически или друг риск и т.н. Добрите търговци предпочитат да предлагат по-ниски цени чрез отстъпки, а не да сключват сделки на по-ниски цени, защото в такива случаи не могат да бъдат обвинявани в нарушаване на търговската етика, продавайки една и съща стока на различни цени.

Съществен етап във всяка външнотърговска сделка, което я отличава от вътрешните сделки, е *франкировката*. Тя е тясно свързана с начина на физическото придвижване на стоките и със структурата на цената. Чрез франкировката се урежда кога и къде се прехвърля собствеността на стоките от продавача на купувача и как се разпределят разходите по придвижването на стоките между продавача и купувача.

Включването на транспортните разходи в състава на себестойността, а следователно, и в цената на продукцията, е икономически необходимо. Изхождайки от това, базовата формула на цената може да се представи в следния вид:

$$Ц = С + Т + П, \text{ където}$$

Ц – цената

С – себестойността без транспортните разходи

Т – делът на транспортните разходи

П – печалбата

В международния маркетинг и световната търговска практика въпросът за относителния дял на транспортните разходи на доставчиците и купувачите има много голямо значение. При сключването на сделките той също така тясно се обвързва със застраховането, с рисковете и с правата на собственост.

За улеснение и предотвратяване на различията при тълкуване на условията за доставка Международната търговска камара е разработила и приела международни правила за тълкуване на търговските термини – Инкотермс. Според тези правила условията за франкировка се записват в договорите, фактурите и транспортните документи със стандартизирани формули, обединени в четири групи – Е, F, С и D.

Първа група – Е

EXW – Ex Works, Ex Warehouse (от завода, от склада). При тази клауза собствеността се прехвърля при натоварването на стоката от посочения склад или завод. Цената е най-ниска, тъй като е освободена от разходите по доставката. Тя е най-близо до стойността на стоката. При това условие договорът за превоз се сключва от купувача.

Втора група – F

FCA – Free Carrier (до първия превозвач). Собствеността се прехвърля при предаването на стоката на първия превозвач по време и място, посочено от купувача. Цената включва и разходите за нейното транспортиране до мястото на предаване на стоката. Договорът за превоз се сключва от купувача.

FAS – Free Alongside Ship (свободно по продължение на борда на кораба). Собствеността се прехвърля след подреждането на стоката на кея на договореното пристанище за натоварване по продължение на борда на кораба. Договорът за превоза и митническите формалности за износ се уреждат от купувача.

FOB – Free on Board (свободно на борда на кораба). Собствеността се прехвърля с натоварването на стоката на борда на кораба. Договорът за превоз се сключва от купувача. Това условие е едно от най-често използваните.

Трета група – C

CFR – Cost & Freight (стойност и фрахт). Собствеността се прехвърля при натоварване на стоката на борда на кораба. Цената покрива стойността на стоката, транспортните, спедиторските и други административни разходи до получаващото пристанище. Договорът за превоз се сключва от продавача.

CIF – Cost, Insurance and Freight (стойност, застраховка и фрахт). Собствеността се прехвърля при натоварване на стоката на кораба. Цената покрива стойността на стоката, транспортните, спедиторските и други административни разходи и стойността на застраховката до получаващото пристанище. Продавачът е длъжен да застрахова стоката в полза на купувача. Ако не е уговорено друго, застраховката е 10% над фактурната стойност на стоката.

Четвърта група – D

DAF – Delivered at Frontier (доставка до границата). Собствеността се прехвърля при преминаване на стоката през посочения граничен пункт в момента след обработването ѝ от едната митническа и гранична администрация и преди приемането ѝ от другата. Цената покрива стойността и разходите до посочения граничен пункт, за което се задължава продавача.

DES – Delivered Duty Unpaid to... (доставено без платено мито до...). Собствеността се прехвърля при предаване на стоката на посоченото място за доставка. Цената включва и всички разходи без вносното мито. Договорът за превоз се сключва от продавача.

DEQ – Delivered ex Quay... duty paid (от кея...митото платено). Собствеността се прехвърля след разтоварване и подреждане на стоката на кея по продължение на борда на кораба. Цената включва и транспортните, спедиторските, административните разходи до разтоварването.

DDP – Delivered Duty Paid to... (доставено, митото платено до...). Собствеността и риска се прехвърлят върху купувача при предаване на стоката на посоченото място за доставка. Цената включва стойността, транспортните, спедиторските и административните разходи до мястото за доставката и вносното мито. Тя е най-висока, защото включва всички разходи по доставката. Договорът за превоз се сключва от продавача.

Посочените международни търговски правила се прилагат в отношенията между контрагентите само ако са записани в договора за сделката.

Изключително важни в международните сделки са начинът и формата на разплащане между контрагентите. Не са редки случаите, когато неизясняването им става повод за сериозни конфликти. В основата на отношенията по разплащането винаги стоят схемата, средствата, формите и валутата на плащане.

Основните схеми на плащане включват:

- авансово плащане – цялата доставка се плаща предварително. Тя е най-изгодна за продавача, но се прилага сравнително рядко. Използва се при съмнителна платежоспособност на купувача или когато купувачът е заинтересован да кредитира продавача;
- плащане след получаване на доставката – практикува се при висока степен на доверие между контрагентите;
- плащане на части (авансово и окончателно) – използва се при доставка на скъпо струващи стоки; плащане в определен срок след доставката – прилага се при крайно неблагоприятна конюнктура за продавача.

При международните плащания се използват основно две средства – полици (запис на заповед и менителница) или чек.

Записът на заповед изразява едностранно безусловно поето задължение, облечено в законова писмена форма, по силата на която издателят се ангажира да заплати на падежа на друго лице или на негова заповед определена парична сума. При *менителницата* се фиксира едностранно безусловно нареждане, по силата на което едно лице поръчва на друго лице да заплати определена сума в определен срок на трето лице или на негова заповед.

Чекът е писмен документ, с който едно лице нарежда на друго лице (обикновено банка или друг кредитен институт), при което има текуща сметка или открит кредит, да плати определена сума на определено лице или на приносителя на чека.

Формите на плащане при международните сделки се предопределят от редица обстоятелства като бързина, степен на рис-

ка, сложност на процедурите и др. В тази връзка *най-широко приложение намират преводът, документарният акредитив и документарното инкасо.*

При сделки с относително ниска стойност и трайни делови връзки се използва плащането чрез *превод*. Това става с платежно нареждане. Предимството на тази форма е в бързината и отсъствието на сложни банкови формалности.

Документарният акредитив обвързва най-тясно плащането с изпълнението на сделката и най-справедливо разпределя и гарантира потенциалните рискове. В нареждането за откриване на акредитив се включват условията, при които банката плаща на продавача (бенефициента) сумата по акредитива. Акредитивът гарантира на купувача, че продавачът ще получи договорената сума по доставката само ако я изпълни в строго съответствие с акредитивните условия. Недостатък на акредитива е сложният документооборот и необходимостта за него да се плащат допълнителни такси.

Документарното инкасо е свързано с нареждане от страна на износителя до неговата банка, след експедиране на стоката, да инкасира /получи/ чрез друга банка сумата по доставената стока срещу предаване документите по сделката на вносителя. При тази форма съществува риск купувачът да откаже стоката, по различни причини, след като тя е експедирана или е пристигнала на неговия адрес. Тя е много изгодна за купувача, защото той е предпазен от риска да плати за стока, която още не е получил.

Основно правило при международните сделки е условията по сделката да се формулират точно, ясно и изчерпателно, за да се избягват двусмислията в процеса на изпълнението им. Всички тези условия трябва да присъстват освен в договора и като анекс в банковите документи, тъй като банките извършват плащанията само въз основа на тях. Икономическите интереси на продавачите при международните сделки са свързани главно с цената и условията на плащането, а на купувачите – със сроковете, количеството и качеството на стоката.

Маркетинговите служби на различните фирми, участващи в международния стокообмен, достатъчно често са принудени да

се занимават със сериозните проблеми, предизвиквани от прилагането на *дъмпинг*.

Дъмпингът, по своята същност, е продажба на стоки на външния пазар по преднамерено намалени цени с цел да се отстранят конкурентите и да се завоюва определен външен пазар. Дъмпинговите цени се установяват не само по-ниско от цената на дадената продукция на вътрешния пазар на страната износител, но даже и по-ниско от производствената цена, а понякога и под себестойността.

Дъмпингът е известен отдавна като остра форма на конкурентна борба, практикувана за овладяване на външни пазари. В търговската практика на всички промишлено развити страни е призната необходимостта за борба с дъмпинга, който излишно изостря конкуренцията и оказва негативно влияние върху стопроизводителите в страните вносители. От друга страна, е опасна и прекалено засилената антидъмпингова политика, тъй като тя изкуствено съдържа вноса, подкопава стабилността на деловите връзки и т.н. В тази връзка за регламентиране на антидъмпинговите действия е разработен специален антидъмпингов кодекс от ГАТТ, който след създаването на Световната търговска организация (СТО) се използва във вид на Споразумение по антидъмпинговите мерки на СТО.

В антидъмпинговото законодателство под дъмпинг се разбира ситуация, когато експортната цена на стоката, предназначена за пазара, е по-ниска от „нормалната стойност“ на аналогична стока, намираща се на пазара. „Нормалната стойност“ може да се определя по няколко начина, но преди всичко, тя е сравнима с обикновени условия на търговия, установявана на аналогична стока, предназначена за продажба в страната износител. Ако по някаква причина отсъства аналогична стока в страната износител, за сравнение се избира „представителна цена“ на пазара на трета страна. Основен критерий за дъмпинга е сравняването на фактическите експортни цени с вътрешните цени на стоките в страната износител.

3.9. Формите и методите на външната търговия

От маркетингова гледна точка е целесъобразно да се разглеждат и оценяват основните форми и методи на външната търговия.

Съвременните фирми и държавите като цяло разполагат с разнообразни възможности за ефективна експанзия на международните пазари в условията на остра борба с множество конкуренти. Традиционно се използват класическите външно-търговски операции като продажби, посредничество, реекспортни сделки, лизинг и др. Но задълбочаващите се интеграционни процеси, без да ги подценяват, изведоха на преден план *комплексните външноикономически операции*. За разлика от традиционните операции, те създават предпоставки за трайни и високоефективни инвестиционни, производствени, научно-технически и търговски връзки между партньорите, което обуславя висок взаимен интерес и солидарност при поемането на неизбежния стопански риск.

В схемите на международния бизнес и в исторически, и в логически аспект водещо място заемат международните продажби. Същността, принципите и методите за осъществяване на всяка сделка, в условията на международния пазар, формират общата конструкция, по подобие на която се изграждат и развиват всички останали видове операции в международния бизнес, т.е. формите на реализация.

Международните търговски отношения се характеризират с изключителна пъстрота на видовете външноикономически операции. За нуждите на маркетинговия анализ тяхната *класификация* може да изхожда от различни критерии:

- *от правото на собственост;*
- *от юридическата им същност;*
- *от характера на доставката;*
- *от формата на плащане;*

- *от характера на връзките между контрагентите и т.н.*

От гледна точка на *правото на собственост върху стоката* външноикономическите операции се подразделят на два основни вида: *първо*, когато правото на собственост преминава от продавача върху купувача и *второ*, когато се прехвърля правото на ползване на стоката или на интелектуален продукт от един на друг контрагент. В първия случай това става под формата на продажби, реекспорт, компенсационни операции, борсови сделки, тръжни операции и др. Във втория случай – под формата на лизингови операции, лицензионни споразумения, ноу-хау сделки, франчайзинг и др.

От гледна точка на *юридическата им характеристика* външноикономическите операции се оформят като договори за прехвърляне на собственост, за извършване на определени дейности, за интелектуална собственост, за предоставяне на права за ползване, за правни услуги, за консултантска дейност, за съвместни дейности др.

От гледна точка на *начина на осъществяване на доставката във времето* външноикономическите операции могат да бъдат реализирани като еднократна доставка и като периодични доставки.

От гледна точка на *начина и формата на плащане* външноикономическите операции се характеризират като *кеш-операции (плащане в брой), кредитни операции, клирингови операции, компенсационни сделки и периодични плащания*. Компенсационните сделки се извършват под формата на бартер (100% компенсация със стоки и/или услуги), комбинирана компенсация със стоки, услуги и пари като платежно средство, компенсация с насрещна покупка и компенсация на основата на резултантна продукция („купи обратно“). Периодичните плащания са под формата на периодични вноски /при лизинг и аренда/ и под формата на отчисления (при лиценз, концесия и др.).

В зависимост от *характера на връзките между контрагентите* външноикономическите операции се характеризират като *традиционни* (продажби, посредничество, реекспорт, борсови операции и др.) и *комплексни*.

Комплексните външноикономически операции получават все по-голям относителен дял в богатия спектър от възможности за международно икономическо сътрудничество. Предимствата им се дължат на следните обстоятелства:

- *създават и развиват разнородни по своя характер връзки;*
- *осигуряват висок взаимен интерес по сделката;*
- *гарантират дългосрочност на връзките между участниците в операцията;*
- *имат високи средни стойности на сключваните договори;*
- *позволяват по-висока степен на сложност и риск;*
- *създават по-сложна и наукоемка система за организация и управление на икономическите операции;*
- *осигуряват по-добри условия и предпоставки за ефективно навлизане и завоюване на задгранични пазарни позиции.*

Комплексните външноикономически операции по форми на реализация могат да бъдат подразделени на три основни групи:

- *производствено коопериране;*
- *международен инженеринг;*
- *сделки от научно-технически характер.*

Производственото коопериране се прилага все по-широко в международните икономически отношения. На практика съдържанието на тази дейност надхвърля рамките на използваното понятие. Причината за изоставането на това наименование от богатството на неговото реално съдържание, според редица експерти е в това, че най-ясно установени форми на коопериране в международния бизнес се наблюдават в сферата на производството и дори по-конкретно в сферата на промишленото производство. Сътрудничеството в производствената сфера неизбежно е свързано в по-малка или в по-голяма степен и с развитието на тесни инвестиционни, научно-технически, маркетингови и други връзки между контрагентите.

Международното производствено коопериране се извършва основно под формата на договори за съвместна дейност и коопериране в рамките на създадени за целта нови стопански единици (смесени предприятия и консорциуми). Кооперирането на договорна основа най-често се извършва в следните основни форми – съвместно производство, преработка на чужди ресурси, двуфазно производство, субконтракт.

Договорите за съвместно производство обикновено уреждат взаимоотношенията между партньорите в случаи, когато единият доставя части, възли, агрегати, а другият ги използва за производство на краен продукт. При това коопериране страните запазват пълната си производствена, търговска, финансова и юридическа самостоятелност. Негова разновидност са случаите, когато се организира съвместно производство на територията на единия от контрагентите. Това става чрез обособяване на самостоятелна производствена единица със съвместни органи за управление, без да се регистрира като юридическо лице. Продукцията не е съвместна собственост, а всеки от партньорите реализира самостоятелно от свое име част от продукцията. Този тип отношения често са начален етап на задълбочаване на кооперативните връзки.

Същността на сделките за преработка на чужди ресурси (на ишлеме), като вид коопериране, се изразява в доставката на материални ресурси за преработката им в страната на клиента в готова или полуготова продукция срещу заплащане на вложения труд. Когато преработващата страна участва в осигуряването на част от необходимите ресурси, операцията се характеризира като полуишлеме. Например редица български фирми осъществяват преработка на чужди ресурси в сферата на леката промишленост. Този вид сделки са изключително перспективни за по-нататъшно задълбочаване на кооперативните връзки, тъй като много често се придружават или са последвани от лицензионно споразумение и други по-дълбоки кооперативни форми.

Двуфазното производствено коопериране се характеризира със специализация на партньорите в производството на отделни комплектуващи възли и детайли за дадено изделие. В резултат на взаимен обмен крайният продукт се произвежда на териториите

на всеки от партньорите. И при тази форма се запазва юридическата и икономическата самостоятелност на страните по договора, но е налице сериозно технологично обвързване.

Същността на субконтракта (подизпълнение) е в обединяване на усилията или взаимодействие между две или повече фирми на основата на договор за поддоставка или подизпълнение. Водещата фирма – контракторът възлага на друга фирма – субконтрактор (подизпълнител) производството на определени изделия или изпълнението на определени дейности в съответствие със зададени спецификации и изисквания. По този начин една комплексна дейност се разпределя между отделни изпълнители, но юридическата, икономическата и финансовата отговорност за крайния резултат остава за фирмата – контрактор. Затова спецификата на тази форма на коопериране, за разлика от класическото търговско договаряне, се изразява в съществуването на отношения на „подчиненост“. Основните предимства на субконтрактната форма са в рационалното разделение на труда, във възможността да се ускорява изпълнението на поставената задача и оптимално да се използва потенциала на контрактора. Интересите на контрактора за използването на тази форма са продиктувани от следните обстоятелства: увеличаване на инвестиционните и производствените му възможности; реализиране на икономии чрез прехвърляне на задачи на изпълнители, чиито производствени разходи в дадена област са по-ниски; използване на високоспециализирани знания и умения, които той не притежава, а те са от съществено значение за поемане и изпълнение на заданието; намаляване на рисковете при рационално и компетентно разпределение на задачите. Субконтракторите също извличат своите ползи, защото по този начин се разширяват техните производствени възможности, повишава се равнището им на специализация, осигуряват си достъп до специализирана научно-техническа и производствена информация, а също така се възползват от маркетинговите позиции на контрактора.

Посочените разновидности на производственото коопериране намират широко приложение в международното сътрудничество благодарение на възможностите, които те предоставят за гъвкавост и маневреност на участващите в тях компании.

Международното производствено коопериране под формата на нови стопански единици се осъществява чрез създаване на *смесени фирми и консорциуми*.

Смесените фирми се наложиха като традиционна и ефективна форма за коопериране на предприятия от различни страни с цел разнообразна съвместна дейност. Те притежават голямо разнообразие от видове, диференцирани на основата на различни критерии – по характера на тяхната дейност като производствени, търговски, лизингови, комплексни и др.; по съотношението на капиталовото участие като паритетни и дялови; по правния статут като акционерни дружества, дружества с ограничена отговорност и др.; по отрасловата им насоченост – в добиващата, обработващата промишленост и др. Мотивите за създаване на смесени фирми са различни. И без да изчерпват всички реални мотиви и съображения за всеки конкретен случай, ще посочим някои от тях, които имат принципен и общовалиден характер, като : съвместно решаване на технологични задачи с цел повишаване на конкурентната способност на партньорите; интегриране на капитали за реализиране на определени проекти; разширяване на гамата на произвежданите продукти; завоюване на нови или разширяване на съществуващите пазарни сегменти; преодоляване на бариерите, поставяни от икономически, митнически и други съюзи; достъп до високоспециализирана информация, ноу-хау, управленски и маркетингов опит и знания.

Смесените фирми притежават редица предимства:

- *първо, това е по-добрата възможност за достъп до суровини, евтина работна сила и други производствени ресурси, което при пълна самостоятелност на чуждата фирма би било трудно и несигурно, особено в условия на политическа и икономическа нестабилност;*
- *второ, те създават предпоставки за дългосрочност и устойчивост на деловите връзки, продиктувани от съвместното вземане на стратегически решения и поемане на ангажименти;*
- *трето, смесените фирми осигуряват пряк достъп до чуждия пазар при по-висока степен на маневреност и*

гъвкавост в сравнение с другите методи и форми на международния маркетинг.

Консорциумът като договорно обединение на юридически и икономически независими фирми се изгражда на основата на разделението на труда с цел осъществяване на съвместно производство, строителство и пласмент в по-големи мащаби. Функционирането му предполага много добре разпределени права и задължения между участниците, строга технологична, производствена и финансова дисциплина, защото всяка фирма е интегрална част от едно цяло, т.е. от преследвания резултат. Затова консорциумът, като кооперативна форма, преодолява множествеността на договорите при субконтрактната форма и поставя участващите в него в относително равностойни позиции и по отношение на отговорността, и по отношение на крайния резултат.

Основните предимства на консорциума са в неговите възможности да концентрира производствените, финансовите, инфраструктурните, управленските и други ресурси на участниците за постигане на оптимално равнище на специализация и висока конкурентна способност. Като правило, консорциумите винаги предлагат по-ефективни финансови решения и са с по-висока конкурентна способност в сравнение с отделни фирми при участие в търгове или при пряко договаряне. От друга страна погледнато, финансово-кредитните институции (национални и международни) винаги са по-благоклонни към консорциумите, в сравнение с другите стопански субекти, при кредитиране или други форми на финансиране, гарантиране и застраховане на предлагани проекти или стопански начинания.

Международният инженеринг като комплексна външно-икономическа операция представлява интелектуална и производствена дейност в сферата на стоковите продукти и услугите с цел създаване или подобряване на една производствена или непроизводствена система. Той се подразделя на две основни групи – *интелектуален* (чист инженеринг) и *технически* (основен инженеринг).

Интелектуалният инженеринг е свързан с различните видове проучвания, с предаването на технологии, знания, опит и

умения, с организация и управление на стопански дейности, с обучение на персонал и др.

Техническият инженеринг включва доставки, монтаж и пускане в действие на комплексно оборудване, отделни машини или поточни линии, строителство на обекти и др.

Подготовката и реализацията на инженеринговите контракти следва общата схема на всяка международна сделка. Но високата степен на сложност, продължителността на сроковете на изпълнение и по-голямата степен на риска внасят специфични нюанси в тази обща схема. Началото на една такава международна сделка винаги поставя въпроса за избора на подхода за установяване на деловите контакти и провеждането на преговорите с потенциалните изпълнители. Този избор се движи между две основни алтернативи – *пряко договаряне или тръжна процедура*.

Ефективността на резултатите от провеждане на преки преговори за договаряне е функция от действието на редица фактори. Такива като: добра предварителна подготовка, съгласуване на интересите между договарящите се страни, правилно формулиране на целите, избор на подходяща тактика и стратегия на преговори, комплектуването на екипа за водене на преговорите.

В повечето държави обаче действат правни разпоредби, задължаващи държавните и местните органи и организации да възлагат поръчките си над определена стойност на търг. В този случай въпросът се свежда до вида на тръжната процедура – открит, закрит, едностепенна, двустепенна, вътрешна, международна и т.н., ако няма някаква конкретна правна регламентация.

Предпочитанията в полза на търга често са продиктувани от сложен комплекс от причини и съображения от обективен и субективен характер. Към тях се отнасят:

- *характеристиката на инженеринговата дейност (степенна на сложност и риск, продължителност на срока за изпълнение и високите стойности);*
- *по-добрите възможности за контрол на бюджетните и кредитните средства;*
- *възможностите за намаляване на риска, произтичащ от прякото излизане на международния пазар в усло-*

вия на недостатъчна компетентност и конкурентна способност;

- *сравнително по-добрите възможности при откривания търг за борба с корупцията и други негативни явления, съпътстващи крупния бизнес;*
- *гаранцията за запазване интересите на клиента при международния търг.*

Тръжните процедури освен положителните страни имат и някои негативни аспекти, които следва да се отчитат при установяването на делови контакти и провеждане на преговорите. Те се отнасят главно до високите разходи за подготовката им, до продължителността на сроковете, сложността на тръжната процедура и други.

Добре развита форма на международен трансфер на научни, технически и технологични знания и опит е *лицензионното споразумение*. Стабилното му присъствие в международната практика е резултат на възможностите за съществени икономически изгоди както за лицензодателя, така и за лицензополучателя. Единият навлиза бързо и се установява трайно на чужди пазари, заобикаляйки различните форми на протекционизъм, а другият си осигурява достъп до най-добрите постижения на съвременния научно-технически прогрес.

Международното лицензионно споразумение възниква като класическа външнотърговска сделка за трансфер на патентовани научни, технически и технологични знания между фирми от различни националности. Неговата същност се свежда до наличието на определени права:

- *първо, правото на ползване на патентно защитени форми на интелектуална или технологична собственост;*
- *второ, правото на притежателя на патента да го предоставя за ползване на неограничен брой контрагенти, защото сделката не е свързана с прехвърляне на собствеността;*
- *трето, правото на ползване на лиценза е ограничено във времето и пространството.*

В тази връзка класифицирането на лицензионните споразумения се извършва главно по три основни критерия:

- *по обема на предоставените права;*
- *по вида и степента на защита на правата на собственост;*
- *по начина на компенсиране цената на лиценза.*

По обема на предоставените права за използване лицензите се реализират като прост лиценз, изключителен лиценз и пълен лиценз.

При *простия лиценз* лицензодателят запазва правото си да произвежда и/или да продава на територията на лицензополучателя сам или да предоставя лиценза си и на други контрагенти.

Изключителният лиценз предоставя изключителни права за ползване на лиценза на определена територия за определено време.

При *пълния лиценз* лицензодателят прехвърля на лицензополучателя всички права, защитени от патента през целия срок на неговата валидност, без правото на собственост и произтичащата от това възможност за прекратяване на лицензионния договор при определени обстоятелства. От своя страна лицензополучателя на пълния лиценз има правото да прехвърля предоставените му права на трети лица – сублицензиати, чрез договор за сублиценз.

Видът и степента на защита на правата на собственост характеризират лицензионните споразумения като:

- *първо, класически, чрез които се прехвърлят права за ползване на патентно защитени открития;*
- *второ, ноу-хау, които не могат да бъдат обект на патентоване;*
- *трето, за ползване на търговска марка;*
- *четвърто, смесен тип, обединяващо трите варианта или два от тях.*

Цената на лиценза практически се компенсира чрез три основни форми:

- първо, чрез заплащане в договорена валута;

- второ, чрез резултатна продукция от използването на лиценза;
- трето, чрез насрещен лиценз (кръстосано лицензиране).

Лицензионното споразумение е утвърдена форма за развитие на международния бизнес. Неговото значение нараства при съвместно производство, субконтрактни договори, преработка на чужди суровини, инженерингови договори, компенсационни споразумения, франчайзинг и др.

Международният франчайзинг като форма за излизане на международния пазар комбинира елементи на класическото международно споразумение и операцията по препродажба чрез използването на дистрибутор. Идеята за франчайзинга идва от миналото, когато в средновековна Европа се предоставят права за събиране на данъците на определена територия срещу обсебването на част от тях. Английската дума „franchise“ е с френски произход и означава „привилегия, дадена от суверен на човек или група хора“. Съвременната практика утвърждава франчайзинга като печеливша концепция за изграждане на междуфирмени отношения за бърза експанзия на международните пазари.

Международният франчайзинг по своята същност е споразумение между юридически и икономически независими фирми от различна национална принадлежност, при което едната предоставя на другата правото да упражнява нейния бизнес на определена територия, за определен срок, при определени условия и срещу определена компенсация.

В международния маркетинг франчайзингът се разглежда като метод за навлизане на международния пазар след класическото лицензионно споразумение и преди изграждането на смесени фирми. Той е печеливша алтернатива на износа на стоки и услуги, съчетаваща по-малкия риск, присъщ на дистрибуторските, комисионните и агентските операции, и прецизния контрол, осигуряван при участие в смесени фирми или изграждане на собствени филиали. Международният франчайзинг е добра основа за изграждане на стратегически съюзи и е широко използван метод за експанзия на глобалния пазар на услуги чрез налагане на стандартизиран продукт. Той е еднакво изгоден както за франчайзора,

така и за франчайзиата. За франчайзора ползите се състоят в бързото му навлизане и трайното настаняване на чужди пазари при оптимално съчетаване на възможностите за контрол на международните операции и нивото на поемания риск. За франчайзиата изгодата е във възможността оптимално да използва наличните си капиталови, кадрови и други ресурси в условия на ограничен стопански опит чрез възпроизводството на отработена бизнес концепция и доказан пазарен потенциал.

Франчайзингът изключително ефективно се използва в следните приоритетни области:

- *общественото хранене;*
- *производството и търговията с безалкохолни напитки;*
- *автомобилните услуги; комунално-битовите услуги;*
- *социалните услуги; бизнес услугите и др.*

През последните десетилетия еволюцията на франчайзинга се прояви в посока на неговата интернационализация. Днес практически няма страна в света, в която да не се предлагат услугите на поне една от водещите глобални компании като Кока-Кола, Пепси-Кола, Мак Доналдс, Кентъки Фрайд Чикен, Шератон, Пица Хът и др. Само за няколко години тези компании изградиха франчайзингова мрежа и на българския пазар.

„Визията на корпоративно и фирмено равнище трябва да се вгражда в общата визия за развитие в национален мащаб и да представлява виждане за бъдещето на съответната организация.“⁹

Първият етап на изграждането на франчайзингови отношения е свързан с предоставяне правото за ползване на фирмено наименование и търговска марка и изключителното право за дистрибуция на стоки и услуги на определен пазар. Тези отношения са носител на най-малка обвързаност и приемат формите на продуктово франчайзинг (производство и продажба на определен продукт), дистрибуторски франчайзинг (права за продажба продукти на франчайзора, носещи неговото име и търговска марка), франчайзинг на услуги (права за извършване на услуги с търговската марка на франчайзора).

⁹ Михайлов, М. Стратегическо управление на туризма. НБУ, С., 2015, стр.169

Вторият етап се характеризира с изграждането на по-тесни отношения на икономическо сътрудничество. Субординацията, характерна за първия етап, отстъпва мястото на отношенията на координация в действията на контрагентите. Запазената юридическа самостоятелност започва успешно да се съчетава с двустранна икономическа зависимост. Франчайзиатът, възпроизвеждайки бизнеса на франчайзора, си осигурява чрез това право по-висока конкурентна способност, а франчайзорът, от своя страна, получава възможността да разширява своя бизнес, използвайки ресурсите на франчайзиата.

Най-новата форма на франчайзинга, определена условно като *трети етап*, е свързана с появата на елементи на коопериране между контрагентите. Променят се целите, т.е. не само да се възпроизвежда бизнеса на франчайзора, но и да се прилага цялостно неговата бизнес концепция, наричана в практиката бизнес формат. Всяка от страните предоставя на другите своите конкурентни предимства, а в изградената франчайзингова система франчайзиатите получават повече права за участие в управлението.

Основните предимства на франчайзинговата система се свеждат до следното:

За франчайзора:

- *бързо навлизане и излизане от даден пазар /процедурата е свързана единствено с предоставяне или отнемане на права/;*
- *възможности за пълен контрол върху оперативната работа (тези права съществуват независимо от юридическата самостоятелност на фирмата);*
- *ограничен обем на инвестиране и намален инвестиционен риск;*
- *по-добри възможности за преодоляване на редица митнически и нетарифни ограничения и използване на данъчни преференции;*
- *достъп до пазар на стоки и работна сила при по-изгодни условия.*

За франчайзиата.

- *възможност за възпроизвеждане на утвърден бизнес;*

- *реална маркетингова, финансова и технологична мощ при стартиране и осъществяване на стопанската дейност;*
- *много по-голяма устойчивост на икономическата позиция (практиката показва, че количеството на фалитите е много по-малко при франчайзиатите, отколкото при други аналогични фирми);*
- *създават се предпоставки за реализиране на по-голяма печалба, в сравнение с други фирми, в резултат на намаляване на постоянните разходи на фирмата;*
- *възможност за осъществяване на конкурентоспособен самостоятелен бизнес.*

За потребителите:

- *осигурява се потребление на висококачествени стандартизирани продукти;*
- *пренасят се стандартите на международната потребителска култура;*
- *гарантира се по-голяма стабилност на цените на предлаганите продукти или услуги.*

Изпълнението на франчайзинговите операции също е съпроводено с традиционните трудности и рискове, но те са относително много по-малки в сравнение с перспективите за успешен бизнес.

Франчайзорът често е изправен пред заплахата от потенциална икономическа нестабилност в страната, неблагоприятен бизнес климат и негативна обществена нагласа към неговия продукт.

Франчайзиатът, от своя страна, може да претърпи загуби от нереалистични изисквания и претенции на франчайзора към реализацията на продукта.

„Заплахата“ за потребителите най-често е свързана със загуба на националната идентичност на произвежданите продукти.

Независимо от всичко това франчайзинговите операции получават все по-голямо разпространение.

Резюме

От началото на новото столетие се наблюдава формирането на нов модел на световната икономика и международните икономически отношения. Материална основа в развитието на системата на световното стопанство продължава да бъде международното разделение на труда.

Ключов ресурс в развитието стават знанието, науката, човешкият (интелектуалният) капитал. Едновременно с тези процеси в развитите страни се наблюдава и преход към социално ориентиран тип на развитие.

Всички тези условия съществено усложниха институционалната структура на световното стопанство. Отличителна черта стана многообразието на нейните съставни икономически субекти.

Настъпиха съществени промени и в основната единица на икономиката – фирмата. Появи се понятието „нова фирма“, качествено различна от традиционната фирма.

Особено място в съвременния свят заемат и процесите на транснационализацията на икономиката. Нейни носители станаха ТНК и ТНБ. Те пренасят през границите не само стоки, но и самия процес на приложение на капитала, съединявайки го със задграничната работна сила в рамките на международното производство.

Една от главните тенденции в съвременното развитие на световната икономика стана активизирането на отношенията между държавата и международния бизнес в посока на проникване на капитала в сферата на държавната собственост.

Постепенно кристализира разбирането, че науката не е затворена и изолирана система в университетите и научните центрове, а система, която органично се вписва в икономическите процеси, развиващи се във всяка държава.

Конкуренцията придоби огромни мащаби и обхвана почти всички региони, изостряйки проблема за конкурентната способност на националните производители на стоки и услуги. Роля-

та на технологиите за икономията на ресурси и осигуряване на международна конкурентна способност се повиши.

Аутсорсингът се появи като съвременна методология за създаване на високоефективни и конкурентни организации в условията на безкомпромисна конкуренция между трите икономически центъра – САЩ, Азия и Европа.

Логистиката стана важен структурен компонент в международния бизнес чрез планиране, организация, контрол и управление на движението на потоците (материални, финансови, информационни и др.), пресичащи националните граници, от точката на тяхното възникване до крайния потребител в пространството и времето.

В системата на международното ценообразуване се откроява три основни особености: отсъствие на системен контрол и твърдо регулиране на цените на международния пазар; влиянието на международното разделение на труда върху цените при производството и реализацията на една или друга стока; отсъствие на валутен монопол и наличие на разнообразна валутна среда, а следователно и по-голямото значение на валутния фактор при формирането на цените.

Фирмите и държавите, като цяло, традиционно използват класическите външотърговски операции като продажби, посредничество, реекспортни сделки, лизинг и др., но задълбочаващите се интеграционни процеси, без да ги подценяват, изведоха на преден план комплексните външоикономически операции.

Съвременната практика утвърждава франчайзинга като печеливша концепция за изграждане на междуфирмени отношения за бърза експанзия на международните пазари.

Ключови думи:

транснационални корпорации (ТНК)	себестойност плюс
аутсорсинг	цена минус
финансова революция	субконтракт (подизпълнение)
регионализация	консорциум
приватизации	франчайзинг
конкурентна среда	свободни икономически зони (СИЗ)

Контролни въпроси:

- 1. Коя е материалната основа за развитието на системата на световното стопанство?*
- 2. Кой тип на развитие е характерен за напредналите страни?*
- 3. Коя е главната тенденция в съвременното развитие на световната икономика?*
- 4. В какво се изразява съвременната методология за създаване на високоефективни и конкурентни организации?*
- 5. В какво се изразяват основните особености на системата на международното ценообразуване?*
- 6. Коя концепция на междуфирмените отношения се определя като печеливша за бърза експанзия на международните пазари?*