

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/215711>

Тип работы: Реферат

Предмет: Международный бизнес

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1. Классификация бизнес-среды: системный подход 4

2. Бизнес-среда в России: проблемы и перспективы развития 18

Заключение 21

Список использованной литературы 22

Введение

Эффективность формы экономической организации, значимость ее сравнительных преимуществ и недостатков в значительной мере зависят от характеристик бизнес-среды.

Появление новых тенденций становления постиндустриального общества, глобальной конкуренции, процессы интеграции экономических, политических, научно-технических, социальных, ресурсных, экологических и других аспектов хозяйствования, а также углубление внутриорганизационных отношений предприятий и их взаимосвязей с внешней средой выступают объективной основой разработки классификации бизнес-среды с целью комплексного учета объективного многообразия его характеристик в системе управления социально-экономическим развитием каждого предприятия и в разработке обоснованной государственной политики формирования бизнес-среды.

1. Классификация бизнес-среды: системный подход

Современный уровень развития экономической науки позволяет представить бизнес-среду как сложную, многомерную, полифункциональную систему. Вместе с тем изучение бизнес-среды является всегда актуальным, ведь предусматривает коррективы всего накопленного опыта относительно исследуемой реальности, находящейся в постоянной динамике. Приоритеты в системе исследований являются переменными в зависимости от реалий и предпочтений общественно-экономического развития. Поэтому допустимыми являются как многоаспектная классификация и типология бизнес-среды, так и изучение ее под разным углом зрения.

Мы считаем, что бизнес-среда - это совокупность отдельных субъектов экономики (с их взаимосвязями и взаимоотношениями) и факторов окружающей (внешней) среды, которые влияют на них [6, с.9]. Конечно, каждое предприятие имеет внутреннюю среду деятельности, собственные материально-технические ресурсы, рабочую силу, технологию, размер и территориальную конфигурацию, политику менеджмента, организационный климат. Однако внутренняя среда каждого предприятия, как открытой системы, видоизменяется под воздействием внешней среды, в которой и выявляется конечный результат хозяйственной деятельности.

Для бизнес-среды характерными являются следующие ее особенности:

– бизнес-среда является частью общественной среды и в идеале служит повышению национального богатства и благосостояния;

– функцией качества бизнес-среды является эффективность экономических процессов в стране;

- бизнес-среда обладает свойствами территориальной целостности, в пределах которой формируется деловыми людьми, нацией и институтами (государственными, финансово-кредитными и др.) С их взаимосвязями и взаимоотношениями;

– бизнес-среда формируется факторами (правового, политического, социального, экономического характера), совокупность которых создает условия для функционирования бизнеса экономических субъектов конкретного общества, осуществления деловых отношений и функций [7, с.25].

Классификация бизнес-среды может основываться на различных критериях, в основе множественности которых лежит объективное многообразие его свойств.

Разного рода критерии и классификации накладываются друг на друга, взаимно переплетаются, хотя и отражают разные стороны бизнес-среды. Поэтому рассмотрение всей совокупности критериев и классификаций позволит создать целостное, всеобъемлющее представление о бизнес-среде как системе. В процессе развития мировой экономики в конце XX в. повышается роль мегасреды в условиях усиления процессов глобализации, интеграции и транснационализации бизнеса, изменения конъюнктуры мирового рынка. Вследствие этого нивелируются национальные границы, происходит формирование в мировом масштабе комплекса производственно-сбытовых структур, разветвленной информационной сети, снимаются ограничения по перемещению капитала, ресурсов, товаров и рабочей силы. С усилением интегрированности мирового экономического пространства растет его роль как единой мегасреды с общими признаками конъюнктурной динамики.

Классическим примером мегасреды является интернет, в пределах которого формируется глобальная бизнес-среда.

Однако, как отмечает И.А. Стрелец, «один из главных парадоксов глобализации заключается в сочетании тенденций экономической интеграции в глобальных масштабах с тенденциями экономической дезинтеграции на уровнях национальных экономик [11, с.83].

Разомкнув один из ведущих «контуров» экономической системы – поток капиталов и дохода на них, – экономическая глобализация непосредственно вмешивается в ключевой регулятор конкуренции на национальном рынке-внутриотраслевой и межотраслевой переток капиталов, модифицируя само содержание конкуренции. Поэтому глобализация требует параллельного усиления внутренней интеграции национальной экономики через мощный национальный рынок. Сохранение национальной экономической целостности возможно лишь путем участия национальных правительств в своеобразной «конкуренции» за лучшую бизнес-среду [9, с. 37].

Способность бизнес-среды по сопровождению и использованию конкурентоспособных товаров и услуг, его целостность, квалифицированность, дисциплинированность и платежеспособность участников являются определяющими качественными признаками бизнес-среды на современном этапе развития экономических отношений.

По уровню интенсивности взаимодействия предприятия и его среды можно условно выделить бизнес-среду: локальную, глобальную и международную.

Локальная бизнес-среда формируется факторами прямого воздействия на хозяйственную деятельность предприятия и самой деятельностью. К элементам локальной бизнес-среды относят потребителей, поставщиков, капитал, трудовые ресурсы, конкурентов, законы и государственные органы, профсоюзы. При этом следовало бы рассмотреть элементы локальной бизнес-среды через призму интересов и проблем, а именно в отношении клиентов, регуляторных органов, рынков, конкуренции и соотношения конкурентных преимуществ.

Глобальная бизнес-среда формируется более общими процессами, явлениями, событиями и тенденциями, которые непосредственно не связаны с операционной деятельностью предприятия, однако, в целом, формируют контекст бизнеса. А именно, это экономическая, социально-культурная, политическая, правовая, институционально-организационная, научно-технологическая, природо-климатическая, экологическая составляющие.

Глобальная бизнес-среда характеризуется новым международным разделением труда, расширением специализации не только по видам экономической деятельности, но и по выпуску и поставкам на мировой рынок отдельных стадий технологических процессов.

2. Бизнес-среда в России: проблемы и перспективы развития

Для того чтобы сделать Россию привлекательнее местом для инвесторов и ведения бизнеса, стимулировать появление на российском рынке новых отечественных и зарубежных предприятий, предоставить уже действующим субъектам хозяйствования возможность сконцентрироваться на развитии, а не на борьбе с негативными внутренними и внешними факторами, Министерством экономического развития и торговли начат ряд реформ, направленных на дерегуляцию и упрощение ведения бизнеса. Государственная политика дерегуляции предусматривает внедрение открытой среды для развития бизнеса, качественного регулирования, где все процессы являются прозрачными, а количество регуляторных актов соответствует необходимому минимуму. Чем проще правила игры, тем более в ней игроков и поклонников [5, с.20].

Дерегуляция является важной предпосылкой введения в Россию европейской бизнес-модели и содержит целый комплекс мероприятий, направленных на модернизацию регистрационной системы, существенное упрощение разрешительной и лицензионной систем, облегчение контрольно-проверяемой деятельности, борьбу с коррупцией. Для обеспечения успеха дерегулирования важным является взаимодействие властных структур и бизнес-сообщества, ведущих общественных объединений, национальных и международных организаций, ученых. Органы исполнительной власти при этом должны осуществлять меры по обеспечению функционирования сервисного государства - государства для граждан и бизнеса в части создания удобных и доступных электронных сервисов для предоставления публичных услуг, в том числе административных.

Заключение

Итак, бизнес-среда - сложная, многомерная, многоуровневая система, которая включает совокупность всех внешних и внутренних условий деятельности субъектов хозяйствования, которые в значительной степени влияют на эффективность их функционирования. Бизнес-среда формируется факторами экономического, политического, правового, социального, экологического, совокупность которых создает условия для функционирования бизнеса экономических субъектов конкретного общества.

Список использованной литературы

1. Асланова С.Х., Топсахалова Ф.М.-Г. Стратегическое управление социально-экономическим развитием на региональном // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2-11. – С. 2389-2393
2. Вютрих Х., Филипп А. Виртуализация как возможный путь развития управления // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 5. – С.7.
3. Ким Чан В., Моборн Р. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков Ким. Чан, Р. Моборн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 193 с.
4. Клейнер Г. Наноэкономика // Вопросы экономики. – 2019. – № 12. – С.1-17.
5. Малкина М.Ю. К вопросу о «ресурсном проклятии», присваивающем характере хозяйствования и инновационном потенциале российской экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – № 15. – С. 18-28.
6. Мау В. Экономическая политика 2006 года: на пути к инвестиционному росту // Вопросы экономики. 2018. – № 2. – С.9.
7. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 292 с.
8. Смит Д. 50 стратегий, которые изменили историю. От военных действий до бизнеса / Д. Смит. – М.: Бомбора, 2019. – 119 с.
9. Социально-экономические проблемы информационного общества / Под ред. д.э.н., проф. Л.Г. Мельника. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2005. – 430 с.
10. Спартак А.Н. К новой парадигме экономического роста // БИКИ. – 2020. – № 65. – С. 1-7.
11. Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии / И.А. Стрелец. – М.: Экзамен, 2017. – 256 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/215711>