

ЖИЗНЕН ЦИКЪЛ НА ПАРТНЬОРСТВОТО НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ ЕЛЕКТРОННАТА ПРОМИШЛЕНОСТ НА РУСИЯ

Доц. д-р Наталия Николаевна Куликова¹

Резюме: Професионалните участници на руския пазар за микроелектроника създават партньорство за проектиране и изработване на микроелектронно изделие за определено време, което има свой жизнен цикъл. В статията се доказва, че способността на това партньорство успешно да се развива и да постига поставените цели, се определя от стадията на неговото развитие – от етапите на жизнения цикъл на партньорските взаимоотношения. Партньорството се реализира във всички етапи от технологичната верига на ценностите на микроелектронното изделие и спомага за това, всеки професионален участник на руския пазар за микроелектроника да изпълнява своите функции. Необходимостта от „добро“ партньорство е ключов фактор за успеха на проектирането и създаването на микроелектронното изделие. Всеки етап от жизнения цикъл на партньорството има своите характеристики и ключови фактори за успеха. Именно анализът на етапите от жизнения цикъл на партньорството позволява да се извършва прогнозиране и идентифициране на проблемите, свързани с реализацията и развитието на междуорганизационните взаимоотношения.

Ключови думи: жизнен цикъл, съвместна дейност, партньорство, взаимозависимост, професионални участници на руския пазар за микроелектроника.

JEL: L80, M20.

¹ Кандидат на икономическите науки, доцент в катедра „Финанси и организация на бюджетния процес“, Московски технологичен университет, e-mail: karpuxinanatasha@yandex.ru

Увод

Интеграционните процеси, които се извършват в руските предприятия, обхващат различни отрасли, в това число и микроелектрониката, която е най-наукоемкият и сложен в технологично отношение отрасъл на електронната промишленост. Развитието на отрасъла „микроелектроника“ днес се определя от дейността на предприятията със специализирана структура на производство – етапите от жизнения цикъл (ЖЦ) на микроелектронното изделие не могат да се реализират в едно предприятие. На пазара за микроелектроника функционират различни предприятия, които изпълняват специфични функции на определен етап от ЖЦ на микроелектронното изделие.

За реализирането на технологичната верига на ценностите всеки професионален участник на пазара за микроелектроника е принуден да поддържа отношения с предприятията, осъществяващи другите етапи, свързани с проектирането и изработването на микроелектронните изделия. Само с обединените усилия на всички участници в технологичната верига, на техните ресурси, мощности и компетенции днес са възможни проектирането и изготвянето на микроелектронните компоненти.

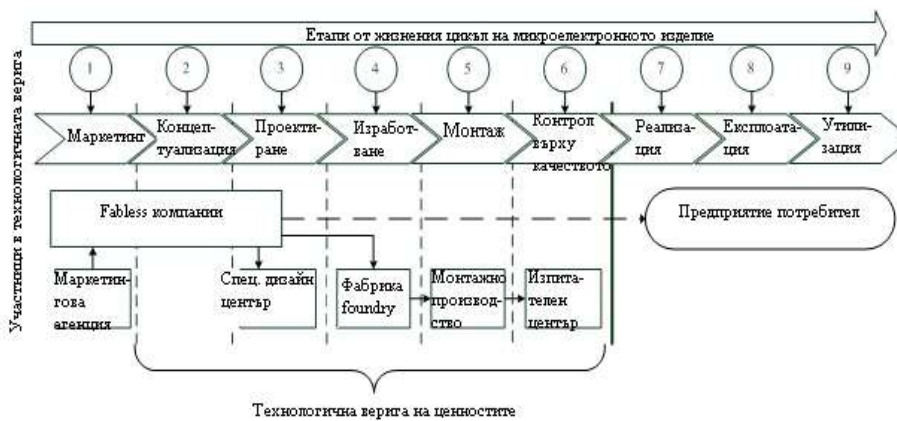
I.

Организацията на взаимодействие на професионалните участници на руския пазар за микроелектроника е представена с няколко модела²: взаимодействие „клиент – дизайн център – фабрика foundry (фабрика производител на базата на сключен договор)“ и взаимодействие „fables компания (разработваща компания) – фабрика foundry“. Изборът на модел се определя от наличието на клиент или потребител на изделието: извършва се разработване по поръчка (фиг. 1) или въз основа на анализа на пазарното търсене (фиг. 2).

² Вж. Карпухина, Н. Н. Модели развития электронной промышленности. //Российское предпринимательство, № 10 (232). 2013. с. 149-157.



Фигура 1. Етапи от жизнения цикъл на микроелектронното изделие при изпълнение на държавна поръчка



Фигура 2 . Етапи от жизнения цикъл на микроелектронното изделие при извършване на разработка въз основа на пазарното търсене

ЖИЗНЕН ЦИКЪЛ НА ПАРТНЬОРСТВОТО НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ...

Взаимодействието на участниците в технологичната верига на ценностите е съгласувана дейност, необходима за реализиране на ЖЦ на микроелектронното изделие. Технологичната верига на ценностите се реализира в следните етапи от ЖЦ на микроелектронното изделие: концептуализация, проектиране, изработване, монтаж, контрол върху качеството. Всеки участник в технологичната верига на ценностите изпълнява определени функции, като осигурява по този начин реализацията на един или няколко етапа от ЖЦ на микроелектронното изделие.

Необходимо е да бъдат точно определени функциите и степента на отговорност на всеки професионален участник на пазара за микроелектроника, когато той реализира технологичната верига на ценностите (вж. табл. 1).

Координатор на технологичната верига на ценностите или централно звено, което е получило поръчка и носи отговорност пред клиента, се явява един участник, който е инициатор за създаването на нови технологични вериги на ценностите и извлича най-голяма изгода – това са дизайн центровете с общо предназначение или fabless компаниите, реализиращи първите етапи от жизнения цикъл на микроелектронното изделие: концептуализация и проектиране. Останалите участници се намират в зависимо положение и са конкуренти, тъй като именно координаторът определя възможността за включване на предприятието в технологичната верига на ценностите³. Такива междуорганизационни взаимоотношения се отличават с цялостност, наличие на симетрична зависимост на партньорите, концентрация на усилията на партньорите за постигане на съвместни цели, определено ниво на доверие между предприятията партньори, тоест основани са на колаборативни процеси⁴.

³ Вж. **Юлдашева**, О. У. Чубатюк А. А. Управление цепочкой спроса // Маркетинговое управление в коммерции и логистике. Научная сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам НИР 2009. Март-апрель 2010 года. Факультет коммерции и маркетинга: Сборник докладов в двух частях / Под ред. И.Д. Афанасенко. Ч. II. СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 2009. с. 9-14.

⁴ Вж. **Ларионова**, И. Г. Формирование межфирменных сетей в полиграфическом комплексе региона: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. Наук. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2015. с. 23.

Таблица 1.
 Функции и необходими ресурси, мощности и компетенции
 на участниците в технологичната верига на предприятията
 за микроелектроника

| Участник в иновационната верига | Функции на участника | Ресурси, технологии и мощности на участника |
|--|--|---|
| Дизайн център с общо предназначение | Целият цикъл на проектиране на изделието и подготовка за производство | – съвременна компютърна техника и специализиран софтуер; – тясноспециализиран квалифициран персонал. |
| Специализиран дизайн център | Разработване на документация за специализираните блокове на изделието | – съвременна компютърна техника и специализиран софтуер; – тясноспециализиран квалифициран персонал. |
| Fables компания | Целият жизнен цикъл на изделието с изключение на изработването и изпитанията | – съвременна компютърна техника и специализиран софтуер; – тясноспециализиран квалифициран персонал. |
| Фабрика foundry | Изработване на кристалите на електронните компоненти | – технологични мощности за изработване на изделията; – материали; – тясноспециализиран квалифициран персонал. |
| Изпитателен център | Провеждане на изпитания на електронните компоненти | – специализирано оборудване за тестване на изделията; – тясноспециализиран квалифициран персонал. |
| Фабрика за монтаж на електронните компоненти | Монтаж на електронните компоненти (корпусиране) | – специализирано оборудване за корпусиране на изделията; – тясноспециализиран квалифициран персонал. |

Всички професионални участници на руския пазар за микроелектроника, когато формират технологичната верига на ценностите в рамките на етапите на концептуализация, проектиране, изработване, монтаж и контрол върху качеството, се намират в силна стратегическа

ЖИЗНЕН ЦИКЪЛ НА ПАРТНЬОРСТВОТО НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ...

зависимост един от друг^{5,6}, тъй като продуктът от дейността на едно предприятие партньор се явява изходен материал за дейността на друго^{7,8}. Така всеки участник сключва споразумения с другите участници за осъществяване на съвместна дейност и по този начин встъпва в междуорганизационни взаимоотношения. При това дизайн центровете, fables компаниите, фабриките foundry, изпитателните центрове, фабриките за монтаж на електронните компоненти днес едновременно могат да бъдат участници в различни партньорски мрежи⁹.

Партньорството на професионалните участници на руския пазар за микроелектроника се извършва на времева основа с цел проектиране и изработване на микроелектронно изделие в рамките на изпълнение на държавната поръчка или реализиране проекта на fables компанията. Такова партньорство може да се определи като процес, осигуряващ изпълнението на функциите и управленските въздействия, за да се получат търговски резултати¹⁰.

В този случай партньорството за професионалните участници на руския пазар за микроелектроника ще бъде форма на развитие на техния бизнес¹¹. Ако печалбата се отъждестви със синергичния ефект от партньорското взаимодействие на търговските предприятия и усло-

⁵ Вж. **Najafian**, M. Colabi A. M. Inter-organizational Relationship and Innovation: A Review of Literature. *Global Business and Management Research: An International Journal*. № 6 (1). 2014. p. 52-70.

⁶ Вж. **Hekansson**, H. Snehota I. *Developing Relationships in Business Networks* // London: Routledge. 1995. p. 433

⁷ Вж. **Мильнер**, Б. З. Теория организации: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2002. с.558

⁸ Вж. **Thompson**, James D. *Organization in Action: Social Science Bases of Administrative Theory*, Transaction Publishers. 2011. p. 192

⁹ Вж. **Куликова**, Н. Н. Управление партнерскими взаимоотношениями в электронной промышленности. // *Экономика и предпринимательство*. № 11. 2015. с. 542-545.

¹⁰ Вж. **Бек**, М. А. Бек, Н. Н. Бузулукова, Е. В. и др. *Методология исследования сетевых форм организации бизнеса: коллект. моногр. под науч. ред. М.Ю. Шерешевой; Нац. исслед. ун-т „Высшая школа экономики“*. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. с.446

¹¹ Вж. **Ковальская**, М. И. *Корпоративный менеджмент на железнодорожном транспорте. Учебное пособие для студентов специальностей „Менеджмент организации“ и „Управление персоналом“* / Под ред. В. А. Козырева. – М.:МИИТ. 2008. с. 231

вията за дейността им при формиране на технологичната верига на ценностите, то системата, в която възниква такова взаимодействие, може да се нарече бизнес система¹².

Под бизнес система ще разбираме съвкупността от бизнес процеси, които се реализират от професионалните участници на руския пазар за микроелектроника, използващи времеви форми на партньорски междурегистровационни взаимоотношения, за формиране на технологичната верига на ценностите, удовлетворяваща изискванията на конкретния клиент и основана върху съгласуването на интересите и координацията на дейността.

Бизнес системата може и е необходимо да се разглежда като система от отношения. Във взаимоотношенията участниците в бизнес системата трябва да определят „цената“ на своето участие в партньорството. По такъв начин участникът в партньорските взаимоотношения като търговско предприятие може да се реализира само в този случай, когато е постигнато определено съгласие по повод на това „ценообразуване“¹³.

Партньорството на професионалните участници на руския пазар за микроелектроника като бизнес система има свой жизнен цикъл, който отразява множеството закономерни промени във времето от момента на възникване на бизнес системата до момента на нейното изчезване и определено състояние в произволно взета точка през целия период на съществуване на тази система. Към свойствата на ЖЦ на партньорството като система ще отнесем продължителността във времето, а също така наличието на няколко последователни и взаимосвързани стадия¹⁴.

¹² Вж. **Ефремов**, В. С. Бизнес-системы постиндустриального общества // Менеджмент в России и за рубежом. – №5.1999.

<http://www.cfin.ru/press/management/1999-5/01.shtml> (последен достъп 28.04.2016).

¹³ <http://www.cfin.ru/press/management/1999-5/01.shtml> (последен достъп 28.04.2016).

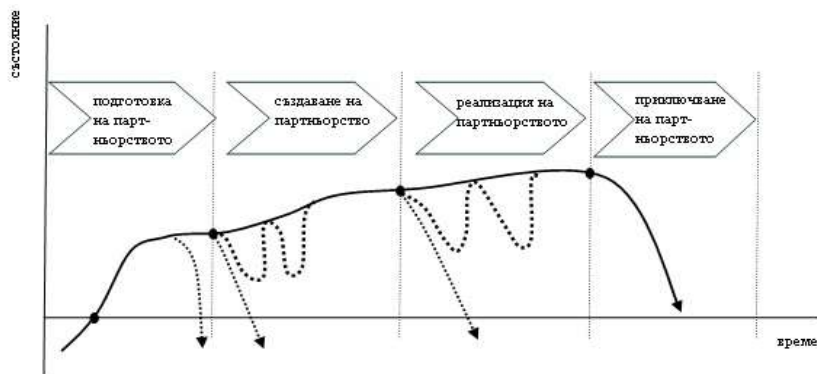
¹⁴ **Дресвянников**, В. А. Особенности жизненных циклов различных экономических систем // Менеджмент в России и за рубежом. №6. 2008. URL: <http://dis.ru/library/557/26780/> (последен достъп: 29.04.2016).

ЖИЗНЕН ЦИКЪЛ НА ПАРТНЬОРСТВОТО НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ...

Междуорганизационните взаимоотношения трябва да бъдат реализирани във всички етапи от ЖЦ на микроелектронното изделие, затова може да се говори за наличието на ЖЦ на партньорство на професионалните участници в руския пазар за микроелектроника, когато те извършват проектирането и изработването на микроелектронното изделие. По такъв начин ЖЦ на партньорството се определя от последователността на технологичната верига на ценностите.

II.

ЖЦ на партньорство на професионалните участници на руския пазар за микроелектроника е значително по-продължителен от сумарното време на непосредствено договорните отношения и традиционните по състав етапи на проектиране и изработване на микроелектронното изделие¹⁵. Ще обособим четири етапа в ЖЦ на партньорство на професионалните участници на руския пазар за микроелектроника (фиг. 3): подготовка на партньорството, създаване на партньорство, реализация на партньорството и приключване на партньорството.



Фигура 3. Жизнен цикъл на партньорството на професионалните участници на руския пазар за микроелектроника

¹⁵ Соловьев, М. М. Концепция и механизмы реализации государственно-частного партнерства / М.М. Соловьев, М.Г. Жалкубаева // Материалы доклада на Международной конференции MLSD' 2, 1-3 октября 2008 г. М., ИГУ РАН. – 2008.

Ще направим характеристика на етапите от ЖЦ на партньорство на професионалните участници на руския пазар за микроелектроника (табл. 2).

Таблица 2.
Характеристика на етапите от ЖЦ на партньорство на професионалните участници на пазара за микроелектроника

| Етапи на ЖЦ на партньорството | Характеристика на етапите |
|-------------------------------|--|
| Подготовка на партньорството | <ul style="list-style-type: none">– Създаване от дизайн центъра с общо предназначение или от fabless компанията на ясна представа за това, че за проектирането и разработването на микроелектронно изделие са необходими междуорганизационни взаимоотношения с предприятията, които имат определени ресурси, мощности и компетенции.– Изискванията към всеки участник и целите на партньорството трябва да бъдат ясно определени с цел по-нататъшно откриване и оценка на потенциалните партньори. |
| Създаване на партньорство | <ul style="list-style-type: none">– Търсене от координатора на технологичната верига на ценностите (от дизайн центъра с общо предназначение или от fabless компанията) на конкретни предприятия, които отговарят на условията; реализация на взаимодействието с потенциалните партньори; обмен на идеи и постигане на съвместни споразумения.– Конкретните възможности и потребности на всеки потенциален партньор трябва да се оценяват, изхождайки от целите на партньорството и желаните атрибути на партньора.– Необходимо е да се разгледа какви предимства ще донесе партньорството за всеки участник и действително ли са достатъчни тези предимства за привличането и задържането на партньорите.– Проектиране на партньорската структура и постигане на необходимите споразумения за стартирането на проекта, свързан с проектиране и разработване на микроелектронно изделие, като се определят ролите и задълженията, а също така стимулите за всеки участник и времевите рамки. |

ЖИЗНЕН ЦИКЪЛ НА ПАРТНЬОРСТВОТО НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ...

| | |
|-------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Формализиране на партньорството чрез договорни споразумения с цел създаване на пътна карта за управление на междуорганизационните взаимоотношения на партньорите. |
| Реализация на партньорството | <ul style="list-style-type: none"> – Разработване на механизми за координация на междуорганизационните взаимоотношения (съгласуване, синхронизация, контрол и стандартизация), които биха спомогнали за съгласуване и синхронизиране на действията при проектиране и изработване на микроелектронното изделие в рамките на изпълнение на държавна поръчка или реализиране проекта на fabless компанията. – Голяма роля на формалните взаимоотношения и съгласувания на текущата дейност в началните етапи от реализацията на ЖЦ на микроелектронното изделие. – Реализация на договореностите; съвместна съгласувана работа за постигане целта на партньорството; всеки участник получава полза и преимущества от своите партньори. – Осъществяване на анализ и оценка на извършените работи в етапите от ЖЦ на микроелектронното изделие; съгласуване на промените, които е необходимо да бъдат внесени въз основа на направената оценка. |
| Приключване на партньорството | <ul style="list-style-type: none"> – Партньорството на професионалните участници на руския пазар за микроелектроника е времева структура. Всички етапи от ЖЦ на микроелектронното изделие трябва да бъдат завършени към определения срок. – Процедурата по приключване на партньорството трябва да бъде определена в рамките на писмените договорни споразумения, така че всички страни да знаят какво се очаква от тях и какви действия е необходимо да предприемат. – Подписване на споразумение с клиента, изпълнителите и съизпълнителите за съвместна дейност. |

Ще обособим ключовите фактори за успеха на всеки етап от ЖЦ на партньорството¹⁶:

- участниците съгласуват интересите и целите, синхронизират своята дейност;
- определят се реалистични цели и очаквания при реализиране на съвместните действия;
- сътрудничество на всеки етап от ЖЦ, свързан с проектирането и разработването на микроелектронното изделие;
- гъвкавост на взаимоотношенията, особено при решаването на неочаквани проблеми и промени.

Осмислянето на ЖЦ на партньорството помага при управлението и оценката на партньорските взаимоотношения на предприятията за микроелектроника и формирането на нови отношения в бъдеще.

Ще изтъкнем особеностите в реализирането на ЖЦ на партньорство на професионалните участници в руския пазар за микроелектроника при проектирането и разработването от тях на микроелектронно изделие.

Клиентът може, самостоятелно и еднолично да определи списъка на останалите подизпълнители, което ще ограничи възможностите на дизайн центровете с общо предназначение. Естествено това определяне може да повлияе върху реализацията на останалите етапи от ЖЦ на партньорството. Освен това ЖЦ на партньорството може да се развива зигзагообразно, като се увеличава времето или да се преустанови на някои етапи, без да се достига стадият на предаване на микроелектронното изделие на потребителя.

Етапът „Подготовка на партньорството” може никога да не премине към следващите етапи, например поради липсата на ясна представа за целевия пазар и неопределеността на техническата задача за проектиране на микроелектронното изделие и подготовката му за производство.

¹⁶ Вж. Бек, М.А. Бек, Н. Н. Бузулукова, Е. В. и др. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса: коллект. моногр. / под науч. ред. М.Ю. Шерешевой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. с. 446. ; Kelly, Rendek. Managing Microinsurance Partnerships:// Geneva: ILO. 2012. p. 56

ЖИЗЕН ЦИКЪЛ НА ПАРТНЬОРСТВОТО НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ...

Етапът „Създаване на партньорство” може, както да се развива зигзагообразно, така и да се преустанови, без да премине към следващия етап. Обсъждането на условията с потенциалните подизпълнители може да се проточи или да бъде прекратено, когато не се постигат споразумения поради различни причини, например поради неудовлетвореност от финансовите условия, времевите ограничения, дълго продължителното съгласуване на функционалните и технологичните изисквания и т.н.

Етапът „Реализация на партньорството” също може да се развива зигзагообразно поради това, че партньорите, например, не са се приспособили към динамиката на взаимодействие, не са разработили необходимите механизми за контрол върху изпълнението на функционалните задачи и оказването на помощ с цел избягване на конфликтите. Тези обстоятелства могат да забавят времето за реализация на етапа.

Заклучение

За извършване на проектирането и разработване на микроелектронното изделие за всички професионални участници на руския пазар за микроелектроника, особено за дизайн центровете с общо предназначение и за fabless компаниите за реализиране на концептуализацията и проектирането, е важно да се знае текущото състояние на ЖЦ на партньорство, а също така умението да се предвижда неговата идеална структура и динамика на развитие с цел ефективно осъществяване на подготовката, създаването, реализацията и приключването на партньорските взаимоотношения.

Всеки етап от ЖЦ на партньорството трябва да включва оценка на резултатите и партньорските отношения. Такава оценка трябва да се извърши също по отношение на първоначалните цели и задачи на партньорството.

Формална оценка е необходима, в случай че са настъпили промени, предизвикани от външни събития. Неофициална оценка е необходима, за да гарантира наличието на процеси на комуникация

между партньорите и оперативно управление на партньорските взаимоотношения. Също така трябва да отбележим, че дори най-безупречните партньорски взаимоотношения ще имат изгода от периодична официална оценка и формиране на официален обзор на нейна база.

Най-разпространените причини за извършване на оценка на партньорските взаимоотношения са следните¹⁷:

- предварително определените от договорните споразумения срокове за извършване на оценката;
- внезапно настъпване на външно събитие, което оказва влияние върху етапите на ЖЦ, свързани с проектирането и разработването на микроелектронното изделие;
- едностранни непланирани действия на един от партньорите;
- получените резултати при реализиране етапите на ЖЦ, свързани с проектирането и разработването на микроелектронното изделие, значително се различават от очакваните.

По такъв начин осмислянето на ЖЦ на партньорството позволява да се прогнозира и идентифицира преобладаващата част от проблеми, възникващи според ръста и развитието на партньорството като бизнес система, да се намират начини за решаване на проблемите, които са най-адекватни на етапите на ЖЦ, да се преминава към следващите етапи в определено време без редуване на неочаквани възходи и необясними падения, а също така напълно да се завършват работите на всеки етап.

Управлението на партньорството е необходимо за успешната реализация на всички етапи от ЖЦ, свързани с проектирането и разработването на микроелектронното изделие. Осмислянето на ЖЦ на партньорството е основа за анализа и по-нататъшното подобряване на съществуващите и бъдещите междуорганизационни взаимоотношения на предприятията от руския пазар за микроелектроника.

¹⁷ Вж. Kelly, Rendek. Managing Microinsurance Partnerships // Geneva: ILO. 2012. p. 56.

Цитирана и използвана литература

1. Бек, М.А., Бек, Н. Н. Бузулукова, Е. В. и др. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса: коллект. моногр. / под науч. ред. М.Ю. Шерешевой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.
2. Дресвянников, В. А. Особенности жизненных циклов различных экономических систем // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – №6. URL: <http://dis.ru/library/557/26780/> (последен достъп 29.04.2016).
3. Ефремов, В. С. Бизнес-системы постиндустриального общества // Менеджмент в России и за рубежом. №5.1999.
4. Карпухина, Н. Н. Модели развития электронной промышленности // Российское предпринимательство, 2013. № 10 (232).
5. Ковальская, М. И. Корпоративный менеджмент на железнодорожном транспорте. Учебное пособие для студентов специальностей „Менеджмент организации“ и „Управление персоналом“ / Под ред. В.А.Козырева. – М.:МИИТ, 2008.
6. Куликова, Н. Н. Управление партнерскими взаимоотношениями в электронной промышленности // Экономика и предпринимательство. № 11. 2015.
7. Ларионова, И. Г. Формирование межфирменных сетей в полиграфическом комплексе региона: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. Наук. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2015.
8. Мильнер, Б. З. Теория организации: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2002.
9. Соловьев, М. М. Концепция и механизмы реализации государственно-частного партнерства / М.М. Соловьев, М.Г. Жалкубаева // Материалы доклада на Международной конференции MLSD' 2, 1-3 октября 2008 г. – М., ИПУ РАН. – 2008.
10. Юлдашева, О. У., Чубатюк, А .А. Управление цепочкой спроса // Маркетинговое управление в коммерции и логистике. Научная сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам НИР 2009. Март-апрель 2010 года.

Факультет коммерции и маркетинга: Сборник докладов в двух частях / Под ред. И.Д. Афанасенко. Ч. II. СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 2009.

11. Hekansson, H., Snehota, I. Developing Relationships in Business Networks // London: Routledge. – 1995.

12. Najafian, M., Colabi, A.M. Inter-organizational Relationship and Innovation: A Review of Literature. Global Business and Management Research: An International Journal. – 2014. – № 6 (1).

13. Kelly, Rendek. Managing Microinsurance Partnerships // Geneva: ILO. – 2012. – 56 p.

14. Thompson, James D. Organization in Action: Social Science Bases of Administrative Theory, Transaction Publishers. – 2011.

15. <http://www.cfin.ru/press/management/1999-5/01.shtml> (последен достъп 28.04.2016).



Стопанска академия
„Д. А. Ценов“ – Свищов

Година XXVI, кн. 2, 2016

СЪДЪРЖАНИЕ

МЕНИДЖМЪНТ – практика

РАЗКРИВАНЕ НА ФАКТОРИТЕ ЗА ИКОНОМИЧЕСКА ЕФЕКТИВНОСТ НА КОЛАБОРАТИВНОТО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В БИЗНЕСА

Проф. д-р т.н. Виктор Алексеевич Бившев,
Проф. д-р ик н. Дмитрий Владимирович Чистов 5

СЧЕТОВОДСТВО и одит

АКТУАЛНИ МОМЕНТИ ПРИ ПРИЛАГАНЕ НА ЗАКОНА ЗА СЧЕТОВОДСТВОТО

Доц. д-р Станислав Александров, ас. д-р Галя Георгиева 20

РАЗБИРАЕМОСТ НА ТЕКСТОВАТА ИНФОРМАЦИЯ – КОНЦЕПЦИЯ И ПРИЛОЖЕНИЕ В СЪВРЕМЕННИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ ПО СЧЕТОВОДСТВО

Гл. ас. д-р Илиян Христов, ас. Любомира Димитрова 41

СЧЕТОВОДНО-ИНФОРМАЦИОННО ОСИГУРЯВАНЕ НА ОДИТА НА СРЕДСТАТА ОТ ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ В ПУБЛИЧНИЯ СЕКТОР

Ас. Ради Димитров 63

ФИРМЕНА конкурентоспособност

ЖИЗЕН ЦИКЪЛ НА ПАРТНЬОРСТВОТО НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ ЕЛЕКТРОННАТА ПРОМИШЛЕННОСТ НА РУСИЯ

Доц. д-р Наталия Николаевна Куликова 82

Редколегия на сп. „Бизнес управление“

Красимир Шишманов – главен редактор, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Никола Янков – зам. главен редактор, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Иван Марчевски, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Ирена Емилова, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Любчо Варамезов, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Румен Ерусалимов, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Силвия Костова, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов

Международна редколегия на сп. „Бизнес управление“

Александру Неделеа – Университет „Стефан Велики“, Сучава, Румъния

Дмитрий Владимирович Чистов, – ФГОБУ ВПО Финансов университет при правителството на руската федерация, Москва, Русия

Йоана Панагорец – Университет Валахия, Търговище, Румъния

Йото Йотов – Драксел университет, Филадельфия, САЩ

Махмуд Ел Батран – Университет Кайро, Кайро, Египет

Наталья Борисовна Голованова – Московски технологически университет, Москва Русия

Татяна Викторовна Орехова – Донецки национален университет, Виница, Украйна

Тадиа Джукич — Университет в Ниш, Ниш, Сърбия

Ян Тадеуш Дуда – AGH Университет за наука и технологии, Краков, Полша

Дадено за печат на 27.06.2016 г., излязло от печат на 8.07.2016 г.,
формат 70x100/16, тираж 100

© Стопанска академия „Димитър А. Ценов“ – Свищов,
ул. „Ем. Чакъров“ 2, тел.: +359 631 66298

© Академично издателство „Ценов“, Свищов, ул. „Градево“ 24

ISSN 0861 - 6604

БИЗНЕС управление

БИЗНЕС управление 2/2016



ИЗДАНИЕ НА
СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ
„Д. А. ЦЕНОВ“ - СВИЦОВ

2/2016

КЪМ ЧИТАТЕЛИТЕ И АВТОРИТЕ НА СПИСАНИЕ „БИЗНЕС УПРАВЛЕНИЕ“

Списание „БИЗНЕС управление“ публикува изследователски статии, методологически и методически разработки и прегледи, рецензии, опит.

1. Обем:

Статии: минимум - 12 страници; максимум - 25 страници;

Прегледи, рецензии, опит: минимум - 5 страници; максимум - 10 страници.

2. Депозирание на материалите:

- на хартиен носител и в електронен вид (по E-mail и/или на CD);

3. Технически характеристики:

- изпълнение Word 2003 (минимум);

- размер на страницата - А4, 29-31 реда и 60-65 знака на ред;

- разстояние между редовете 1,5 lines (At least 22 pt);

- шрифт - Times New Roman 14 pt;

- полета - Top - 2.54 см.; Bottom - 2.54 см; Left - 3.17 см; Right - 3.17 см;

- номерация на страницата - долу вдясно;

- текст под линия - размер 10 pt;

- графики и фигури - Word 2003 или Power Point.

4. Оформление:

- наименование на статията, име на автора, научна степен, научно звание - шрифт Times New Roman, 14 pt, с големи букви Bold - центрирано;

- наименование и адрес на местоработата; телефони за контакти и E-mail;

- резюме на български език в обем до 15 реда; ключови думи - от 3 до 5;

- **JEL** класификация на публикациите с икономически характер (<http://ideas.repec.org/j/index.html>);

- основен текст (изложение);

- таблиците, графиките и фигурите се вграждат софтуерно в текста (да позволяват езикова корекция и превод на английски). Цифрите и текстът вътре в тях се изписват с шрифт Times New Roman 12 pt;

- формулите се създават с Equation Editor;

5. Правила за цитиране под линия:

При цитиране да се спазват изискванията на **БДС 17377-96 Библиографско цитиране**, поместени тук: <http://www.uni-svishtov.bg/?page=page&id=71>

Всеки автор носи отговорност за отстояваните идеи, съдържанието и техническото оформление на своя текст.

6. Контакти:

Главен редактор: тел.: (+359) 631-66-397

Зам.-главен редактор: тел.: (+359) 631-66-425

Стилов редактор и ПР: тел.: (+359) 631-66-335

E-mail: jtananeva@uni-svishtov.bg

Адрес: Стопанска академия „Д. А. Ценов“, ул. „Е. Чакъров“ № 2, Свищов, България