

ды, как это подтверждают данные КМ, снижается окупаемость важнейших факторов и повышается неустойчивость результативных показателей.

Ватлин Д.В.
БГЭУ (Минск)

ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ ЗАЕМНОГО КАПИТАЛА ПРИ УПРАВЛЕНИИ ОБОРОТНЫМ КАПИТАЛОМ ФИРМЫ ВО ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЯХ

В условиях рационарирования (недостаточности) капитала определение оптимальной структуры капитала планируемых внешнеторговых операций приобретает важное значение. Основными источниками капитала для внешнеторговой фирмы, как правило, являются собственные и/или заемные (кредитные) средства. Для оценки эффективности использования собственного капитала фирмы в данных внешнеторговых операциях в качестве главного инвестиционного критерия используется такой инвестиционный критерий как годовая рентабельность собственного капитала: $PFCP_{\text{вн}} > 150\%$.

Для ответа на вопрос, на каких условиях и в каком количестве должны приобретаться фирмой заемные средства, чтобы условия соответствия экономических показателей планируемых внешнеторговых операций выбранным инвестиционным критериям, как минимум, не ухудшились; была построена экономико-математическая модель, позволившая исходя из чистой прибыли и годовой рентабельности собственного капитала вычислить процентную ставку.

Веденин Г.А., Орешенков А.А.
ВГТУ (Витебск)

ВОЗМОЖНОСТИ И РИСК ВЫБОРА ВНЕШНИХ РЫНКОВ

При анализе проекта присутствия на внешнем рынке необходимо знать, является ли уровень риска приемлемым или нет. Если ответ положительный, то следует пересчитать доход на капитал с учётом расходов на увеличение определённости результата планируемых операций. Сравнивая страны по признаку ожидаемого дохода на капитал фирма может эффективно распределять свои ресурсы, переход от стран с высокой ожидаемой доходностью инвестиций к странам с менее высоким ожидаемым доходам.

При наличии у фирмы конкурентного преимущества в виде запаса времени, можно воспользоваться стратегией имитационного лага. Фирма может также разрабатывать стратегию поиска стран, в которых острая конкуренция маловероятна. Концепция предпочтения ликвидности может использоваться для объяснения решений о проникновении на зарубежный рынок.

Для снижения риска, связанного с политикой государства, в распоряжении фирмы могут оказаться такие методы оценки её уровня как: анализ характерных действий государства в про-

шлом; анализ мнений людей, отвечающих за принятие государственных решений; анализ нестабильности.

Имея информацию о характеристиках деловых возможностей и риске, фирмы преуспели в процессе сканирования среды - систематизированной оценке внешних условий. Фирмы соединяют результаты сканирования с планированием деятельности в разных странах мира, используя следующие методы сравнения стран:

1. При помощи "сетки параметров".

Сетка параметров позволяет: выявить приемлемые и неприемлемые для бизнеса условия; ранжировать страны по значимым параметрам.

2. С использованием матрицы "привлекательность страны - конкуренто-способность фирмы"

Матрица показывает соответствие продукции фирмы потребностям страны.

3. С применением матрицы "возможности - риска" (метод Борга-Уорнера), с помощью которой можно, выбирать индикаторы, оценить каждую страну, строить диаграммы с точки зрения возможностей и риска, показывать на них ожидаемые изменения в положении стран.

Велеско С.Е.
Fachhochschule (Dortmund)

ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА АРХИТЕКТУРУ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Новые информационные технологии и сеть Интернет породили не только электронную коммерцию, но и принципиально меняют обычный бизнес, наступает эра электронного бизнеса. Электронный бизнес обусловил изменение архитектуры автоматизированных систем управления предприятием, а также структуру и функциональную значимость его подразделений. Прежде небольшое предприятие делилось на подразделения – производственные, конструкторско-технологические, реализации продукции, материально-технического снабжения, бухгалтерия, кадры – каждому, соответственно, поставлялась компьютерная подсистема, интеграция в единую систему осуществлялась путем создания распределенной взаимосвязанной базы данных. При переходе к электронному бизнесу все прежние границы размываются и компьютерные системы предприятия (системы автоматизации управления) создаются с другой структурой:

- подсистема взаимосвязи с клиентами (подсистема маркетинга), основным результатом функционирования которой является определение рынков сбыта товара, их обмена, изучение запросов клиентов;
- управление ресурсами (финансовыми, материальными, производственными, трудовыми);
- производственная подсистема, но с акцентом на автоматизацию использования ресурсов предприятия;