

курс ценной бумаги на рыночную доходность (средний показатель доходности всех или большой выборки акций). Для сопоставления доходности и риска У. Шарпом была выведена модель САМР (Capital Asset Pricing Model), основанная на понятии требуемой доходности, которая показывает требуемый уровень доходности при данном уровне риска, измеренного с помощью фактора В.

$$\text{Требуемая доходность} = r_f + B \cdot (r_m - r_{\text{therefore}}), \quad (1)$$

где r_f — доходность безрисковых активов, r_m — рыночная доходность.

Данная модель характеризует тенденцию изменения доходности ценной бумаги.

Предлагается использовать формулу (2), полученную из формулы (1), для оценки системного риска при управлении предприятием.

$$\text{Фактическая доходность} = r_f + B \cdot (r_n - r_f) + \Delta, \quad (2)$$

где r_f — доходность безрисковых активов, r_n — средняя рентабельность в отрасли или уровень доходов, Δ — разница между фактической и требуемой доходностью (учитывает несистематический риск).

Т.о. для уменьшения систематического риска предприятию необходимо:

определить изменение рыночной доходности (реальные доходы населения), а также возможное изменение Δ (не систематического риска)

рассчитать доходность для прогнозируемого периода (при котором произойдет изменение рыночной доходности);

комбинировать виды деятельности, таким образом, чтобы:

$$(\sum d_i \cdot \text{доходность } i) \text{ текущая} \approx (\sum d_i \cdot \text{доходность } i) \text{ прогн.},$$

где d_i — удельный вес i -го проекта; доходность i — доходность i -го проекта ($\sum d_i \cdot \text{доходность } i$) текущая — фактическая доходность по проектам в текущий момент времени;

($\sum d_i \cdot \text{доходность } i$) прогн-расчетная доходность по проектам в прогнозируемый период на основе формулы (2).

<http://edoc.bseu.by>

Г.А. Короленок
БГЭУ (Минск)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Интеграция экономики Республики Беларусь в мировое сообщество предполагает новые подходы к ведению хозяйственной деятельности на рынке. В этих условиях современному менеджеру нужны новые знания в области менеджмента. В первую очередь необходимы знания и умения в области международного менеджмента. На сегодняшний день данному вопросу уделяется слишком мало внимания по причине отсутствия понимания проблемы и ее не разработанностью в теоретическом аспекте.

Сегодня в мировом сообществе образованы и продолжают образовываться различные объединения по созданию благоприятных условий для внешнеторговых операций между странами. Так, в 1992 г. Венгрия, Польша, Словакия, а в 1996 г. и Словения подписали Центральноевропейское соглашение о свободной торговле. С 1994 г. вступило в силу Соглашение между США, Канадой и Мексикой об образовании Североамериканской ассоциации торговли, которое будет способствовать созданию единого континентального рынка товаров, услуг, капитала и рабочей силы.

Происходят интеграционные процессы и в Латинской Америке. В 1991 г. образован Общий рынок стран Южного конуса, в состав которого вошли Аргентина, Бразилия, Парагвай и Уругвай (MERCOSUR).

Бизнесмен каждой страны, с которой осуществляются торговые отношения, обладает определенным менталитетом, имеет свои традиции, управленческую культуру. Рассматривая функцию планирования в контексте нашего менталитета, сформированного в годы централизованного планирования, менеджеры часто отождествляют планирование с установлением плановых заданий сверху. В последние годы эта функция понималась как тактическое и оперативное планирование в рамках предприятия.

В большинстве экономически развитых стран бизнесмены рассматривают функцию планирования как осуществление стратегического планирования развития фирмы на долгосрочную перспективу и на основе разработанной стратегии определяют направления в тактическом и оперативном планировании. Подходы к планированию в разных странах различные. В основе стратегии американских компаний заложен принцип максимального получения прибыли в возможно короткий промежуток времени. В Японских компаниях ориентируются на долгосрочную перспективу получения прибыли и на рост количества новых товаров на рынке. Таким образом, в зависимости от стратегии, принятой в той или иной стране, различаются и подходы к планированию.

Функция организации в плане преломления действий руководителя ставит перед менеджером следующие задачи:

- создание организационных структур управления;
- координация действий членов коллектива;
- определение квалификации специалистов на каждую должность;
- подбор и обучение кадров и т.д.

Указанные выше задачи в каждой стране решаются опять же с учетом специфики и традиций менеджмента, присущих данной стране.

С позиции функции мотивации перед менеджерами в разных странах также существуют различные способы воздействия на подчиненных с целью активизации их деятельности. Так, например, в Японии одним из наиболее действенных мотиваторов является запланированное продвижение по службе, повышение социального статуса работника и т.д.

Аналогичная ситуация складывается и при реализации функции контроля.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что назрела необходимость изучения проблемы международного менеджмента не только менеджерами-практиками, но и студентами высших учебных заведений экономического профиля.

И.В. Коротчикова

Гомельский кооперативный институт

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИЕЙ

Потребительская кооперация не может существовать без тесных и многочисленных связей с государственными предприятиями, учреждениями и организациями. Наличие многообразных хозяйственных связей сказывается на сложности управления. Особенностью управления кооперативным хозяйством является также и то, что ему присущи профессиональное и общественное управление. Оно основано на широком участии в руководстве членов потребительских обществ — пайщиков. Сложность управления в потребительской кооперации в полной мере относится и к главной ее отрасли — торговле.

Перечисленные и ряд других особенностей требуют дальнейшего совершенствования управления кооперативной торговлей, перевода его на научную основу. Процесс совершенствования должен носить комплексный характер. затрагивать все основные части общей системы управления.

Н.П. Кохно

БГЭУ (Минск)

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

В своей основе смысл понятий “экономичный” и “технологичный” один и тот же. Тот или иной продукт также как и тот или иной процесс называют экономичным, если продукт либо процесс характеризуется низкой затратностью. Аналогично продукт или процесс называют технологичным, когда они легко обрабатываются, осуществляются, эксплуатируются. Очевидно, что отмеченная легкость обработки и осуществления приводит к низкой затратности. Следовательно, традиционное применение сравниваемых понятий практически тождественно.

Вышеотмеченное подтверждается тем, что цель изучения технологической и экономической деятельности соответствующими науками также едина. Экономика изучает производство с целью достижения минимальных затрат при максимизации выпуска. Такова и цель техноло-