

НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ В ТЕОРИИ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА

Хотя и сложился единый подход к определению «неопределенности», недостаточно полно раскрыты источники неопределенности и формы ее проявления в экономике.

Во всем незнании или общей неопределенности можно выделить три основных момента:

Во-первых, неопределенность возникает вследствие объективной невозможности точного и однозначного познания системы при сложившихся в современных условиях уровне и методах теории познания. Неопределенность тесным образом связана с групповыми интересами, субъективными влияниями и оценками, сказывающимися на формировании общественных явлений.

Во-вторых, неопределенность связана с неудовлетворительным познанием, причиной которого является несовершенство существующих социально-экономической, статистической и математической теорий.

В-третьих, это информационная неопределенность, возникающая вследствие неудовлетворительного и недостаточного измерения и исчисления, а также преднамеренного искажения исходной информации (асимметричность информации).

Основными факторами, порождающими неопределенность в экономической системе, являются:

- фактор сложности, обусловленный тем, что, как правило, экономическая система представляет собой «большую систему»;
- стохастические (вероятностные) факторы, которые проявляются как в воздействиях на экономику со стороны природы и общества, так и внутри самих экономических связей;
- влияние механизма координации хозяйствующих субъектов;
- неоднозначность производственного процесса;
- социальные факторы, которые определяют вероятностный характер взаимодействий в хозяйственной системе;
- технико-экономические факторы;
- состояние внешней среды;
- человеческий (субъективный) фактор;
- глобализация экономических процессов.

В результате можно выделить следующие причины и виды неопределенности: количественная, обусловленная значительным числом объектов и элементов системы; информационная, вызванная недостатком информации ее неточностью по техническим, социальным и другим причинам; субъективная, зависящая от профессионализма лица принимающего решения; технологическая, определяемая взаимозаменяемостью ресурсов и вариантностью технологических способов производства конечного продукта; социальная, связанная с вероятностным поведением населения в зависимости от изменения их окружающего социально – экономического пространства; глобальная, микро-, макроэкономическая, обусловленная уровнем иерархии субъектов и объектов в экономической системе; временная, обусловленная динамическими процессами, проявляющимися в виде лагов; пространственная, связанная с региональным размещением про-

изводительных сил и территориальном разделении труда, в диспропорциональности развития экономики; воспроизводственная, обусловленная сложностью взаимосвязи между производством, распределением, обменом и потреблением; внешней среды, с одной стороны, вызванная влиянием окружающей среды, а с другой – с реакцией конкурентов на принятие решений экономическим субъектом.

*Савашицкая О.В.
УО БГЭУ (Минск)*

ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ АГРАРНЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ

Можно выделить следующие основные функции управления:

- функция планирования предполагает решение вопроса, какими должны быть цели организации и что должны делать ее члены, чтобы достичь этих целей;
- функция организации состоит в установлении постоянных и временных взаимоотношений между всеми подразделениями и условий их функционирования;
- мотивация – это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личностных целей и целей организации;
- контроль в самом общем виде означает процесс соизмерения (сопоставления) фактически достигнутых результатов с запланированными. В теории и практике управления агропроизводством выделяют предварительный, текущий и заключительный контроль.

*Салата Н.К.
УО БГЭУ (Минск)*

УВЕЛИЧЕНИЕ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СЛЕДСТВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Осуществляя инвестиции в акции компании, инвесторы преследуют свою главную цель – получение максимального дохода.

Непосредственное получение дохода от акций компании подразумевает выплату дивидендного дохода на акции или рост рыночной стоимости акций.

Перед менеджерами компаний всегда формулируется основная задача – увеличение доходов акционеров. В этой связи в мире корпоративных финансов выработался основной принцип, заключающийся в следующем: основной целью деятельности менеджеров компании является максимизация ее рыночной стоимости.

Максимизируя стоимость компании, менеджеры компании увеличивают рыночную стоимость акций, принадлежащих акционерам, а, следовательно, увеличивают благосостояние акционеров.

Повысить стоимость фирмы можно двумя способами: управляя вложениями или источниками капитала. Управление вложениями (активами) позволяет повысить текущий результат или размер денежных потоков, что напрямую ведет к увеличению стоимости фирмы. Практика показывает, что таким путем обеспечивается большая часть возможного ее прироста, но такой практике постоянно сопутствует сосредоточение усилий на наиболее доходных участках работы фирмы. Причем процесс реструктуризации заходит так далеко, что когда обеспечить требуемую доходность на вложенный капитал больше невозможно, возникает вопрос о дальнейшем существовании самой фирмы.