

Сказка о фирме и о том, как она себя ведет 2

Альтернативные модели поведения фирмы



4 класса альтернативных моделей:

- Максимизации продаж;
- Максимизации роста;
- Управленческого поведения;
- Максимизации добавленной стоимости
(Японская модель)





Модель максимизации продаж

Ученые говорят, что гипотеза максимизации продаж «не очень»...

Особенно для
долгосрочных
задач фирмы





Почему я выбираю увеличение продаж?

Изменение в продажах потребует изменений в методах торговли и технологиях производства, а это наверняка приведет к существенному увеличению прибыли!



Я чувствую, что отсутствие увеличения продаж приносит ущерб репутации компании!



Кроме того, мы можем потерять влияние на рынке и стать уязвимыми для конкурентов!

Оценка моей работы является более чувствительной к уровню продаж, чем к уровню прибылей! Разумеется, если этот уровень поддерживается..



Минимальный уровень прибыли, конечно, необходим, но мы готовы пожертвовать некоторым количеством дополнительной прибыли во имя максимизации продаж!



На самом деле, я жертвую ближайшими прибылями в пользу максимизации отдаленных... Это стратегия!

Модель максимизации роста

При достижении фирмой уровня выпуска, устойчиво обеспечивающего максимизацию прибылей, выпуск продукции должен оставаться постоянным до тех пор, пока остаются постоянными уровень затрат и спроса



Рост должен финансироваться!

**Можно удержать доход, а можно
и займы привлечь. Часто
случается, что приходится
делать и то и другое.**

**Внимание! Соотношение
«обязательства-активы»!**



РИСК

**В отдаленной перспективе рост фирмы
будет определяться наличием
достаточного потока прибылей.**



**Опять максимизация
прибыли в
перспективе...**

Модель управленческого поведения

(Различия между владельцами и управляющими)

База:

Владельцы (акционеры) и управляющие являются рациональными людьми и хотят максимизировать свою выгоду

Между ними существуют противоречия, поэтому, когда управляющие максимизируют свою выгоду, они уменьшают выгоду владельцев



✓ **Модель управленческой выгоды**

✓ **Модель управленческой благоразумности**



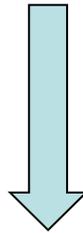
✓ Модель управленческой выгоды

Владельцы стремятся максимизировать стоимость фирмы и заинтересованы в максимизации прибылей

Управляющие больше заинтересованы в личных благах



Ученые говорят, что заработная плата составляет только часть компенсации управляющих. Оставшаяся часть принимает форму ценных вознаграждений, полностью зависящих от прибыли.



Профессиональные управляющие имеют прямую и личную заинтересованность в максимизации прибыли!



Модель управленческой благоразумности

Управляющие преследуют свои личные интересы, если смогли обеспечить достаточный уровень прибыли для выплаты дивидендов владельцам и для дальнейшего роста.

Помимо заработной платы, управляющие желают получать управленческие привилегии и другие, не связанные с доходом блага.

Здесь много тратится на аппарат управления! (Нежели чем в фирме, которая стремится к максимизации прибыли).



Модель максимизации добавленной стоимости (Японская модель)



Добавленная стоимость вычисляется как разность между продажами компании за определенный период и издержками на товары и услуги, приобретенные у внешних поставщиков.

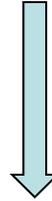
Максимизация выгоды всех участников

**Философия: основная цель компании –
вознаграждение своих работников**



**Вознаграждение – это не
только заработная плата,
но и удовлетворение,
получаемое от
изготовления
высококачественного
продукта**

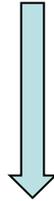
Зарботная плата и другие затраты на управление и персонал – это часть добавленной стоимости



Управление и труд рука об руку «за» увеличение добавленной стоимости



Осознание: личные интересы неразрывно связаны со способностью фирмы конкурировать на мировых рынках



Все стремятся к сокращению затрат, повышению производительности труда, увеличению продаж!

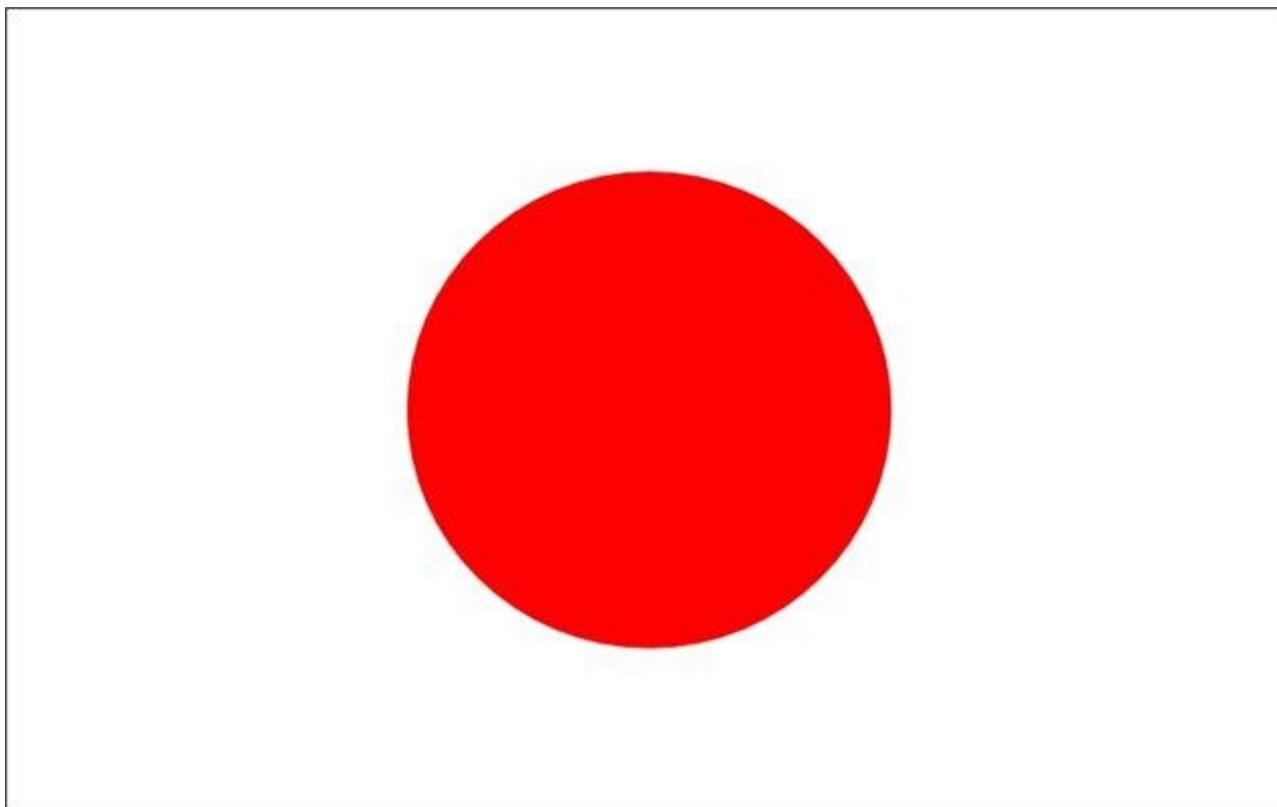


Эта задача постоянна и не зависит от экономических циклов.

Постоянная сосредоточенность на инновациях.



**Японская модель базируется на культуре этой страны,
в основе которой лежит понимание значения
гармоничных отношений между членами семьи,
работниками и управляющими.**



Вопросы:

1. Модель максимизации продаж;
2. Модель максимизации роста;
3. Модель управленческого поведения;
4. Модель максимизации добавленной стоимости.