

Тема: Цели  
деятельности  
фирмы.

---

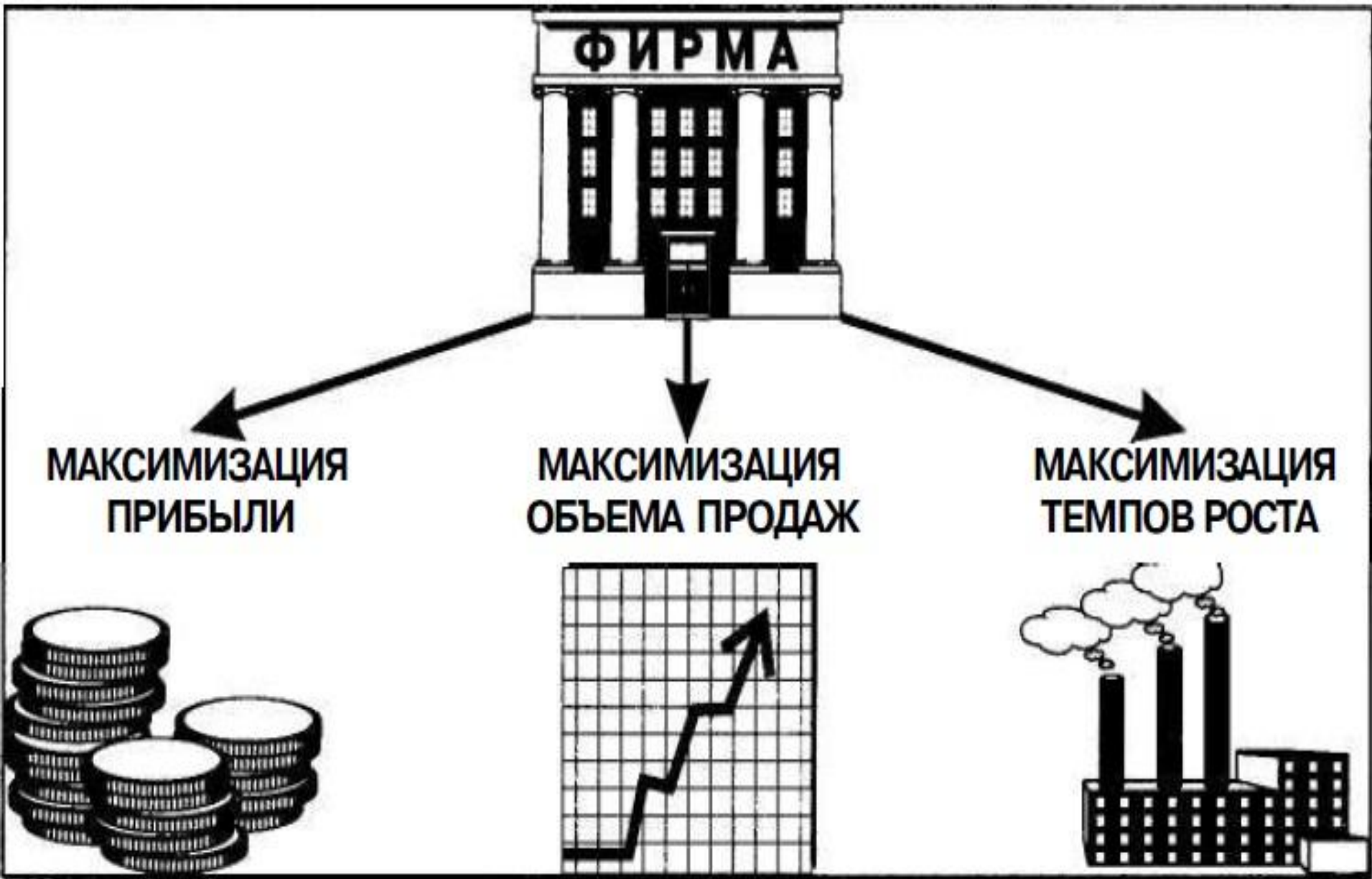


Рис. 4.3. Основные типы целей коммерческих фирм

Наиболее распространены такие цели фирм, как *максимизация*:

- *прибыли*, т. е. величины превышения выручки от продаж товаров над затратами на их производство и сбыт;
- *объема продаж* в течение определенного периода времени (например, года);
- *темпов роста самой фирмы* как таковой (например, величины ее производственных мощностей, числа занятых, количества филиалов и т. д.).

Большими фирмами управляют, обычно, наемные менеджеры.

Владельцы фирм:

- 1) устанавливают цели деятельности фирмы и оценивают успешность работы менеджера по достижению этих целей;
- 2) нанимают менеджера на работу;
- 3) определяют величину его заработной платы и иных поощрений.

Контрольный пакет — доля акционерного капитала, которая обеспечивает большинство голосов на собраниях акционеров и позволяет владельцу такого пакета установить контроль над акционерной компанией.



Рис. 4.4. Модель «двойной звезды» в деятельности российских фирм

Как свидетельствует практика, фирма выбирает получение максимальной прибыли в качестве своей главной цели чаще всего в следующих случаях:

- 1) ею реально управляет владелец;
- 2) владелец желает именно получения наибольшей прибыли.

Иногда владелец, равно как и менеджеры, может отдать предпочтение одной из двух других целей деятельности фирмы:

- 1) достижение максимального объема продаж своих товаров;
- 2) обеспечение максимально высоких темпов роста объемов продаж и масштабов самой фирмы.





Рис. 4.5. Различия в кривых предложения фирм в зависимости от целей их деятельности (при прочих равных условиях)

### Наиболее важные цели для руководителей российских предприятий в 1994—1995 гг.

Предложенные на выбор варианты ответов	Доля руководителей предприятий, выбравших данный вариант ответа (в %) *
Стабилизация численности трудового коллектива предприятия	28,0
Сохранение существующего уровня производства	18,2
Увеличение доли предприятия в общем объеме продаж на рынке	12,8
Максимизация продаж	49,4
Максимизация прибыли	48,2
Улучшение технологии производства	21,3
Освоение новых видов деятельности и продукции	5,5
Проникновение на новые (в том числе зарубежные) рынки	2,4

\* Респонденты имели возможность выбрать несколько вариантов ответа.

Отрасль — группа  
фирм, производящих  
сходные или  
одинаковые продукты  
и потому  
конкурирующих на  
одних и тех же рынках.

Домашнее задание:  
текущая тема.