

ROZDZIAŁ 3

ALTERNATYWNE TEORIE ZACHOWANIA PRZEDSIĘBIORSTW

1. Wprowadzenie

Na przełomie lat 30. i 40. XX w. pojawiły się publikacje krytykujące neoklasyczną teorię działania przedsiębiorstwa. Zarzuty dotyczyły zarówno jej założeń, jak i przyjętych przez nią podstawowych reguł zachowania podmiotów.¹ Zakwestionowano bez zastrzeżeń dotąd przyjmowany i akceptowany cel, w postaci maksymalizacji zysku.² Wskazywano, że rozdzielenie własności od zarządzania oraz ograniczona możliwość kontroli menedżerów sprawowana przez akcjonariuszy powodują, że maksymalizacja zysku nie jest podstawowym kryterium efektywności przedsiębiorstwa. Pojawiły się alternatywne koncepcje dostarczające nowych hipotez odnośnie do celów realizowanych przez przedsiębiorstwa. Na przykład teorie menedżerskie akcentują maksymalizację użyteczności całkowitej, jako podstawowy cel działalności menedżerów. Nurt behawiorystyczny natomiast jako cel stawia przed przedsiębiorstwem tak zwane satysfakcjonujące zachowanie. Inni autorzy wskazują zaś na przetrwanie w długim okresie i udział w podziale rynku, czy też zapobieganie wejściu do gałęzi kapitałów z zewnątrz i unikanie ryzyka.³

W roku 1939 ekonomiści R.Hall i C.Hitch opublikowali zaskakujące na owe czasy rezultaty badań, przeprowadzonych w kilkudziesięciu przedsiębiorstwach. Najciekawszym ich wnioskiem było to, iż przedsiębiorstwa nie dążyły do osiągnięcia maksymalnego zysku, nie przyrównywały kosztu marginalnego (KM) do przychodu marginalnego (PM), a najczęściej spotykaną formą konkurencji w gałęzi był oligopol. Przedsiębiorstwa biorące udział w tym badaniu zdawały sobie doskonale sprawę z ich zależności od konkurentów. Analiza wykazała, iż podmioty gospodarcze miały na celu maksymalizację zysku długookresowego, natomiast ceny ustalały przy użyciu zasady „average cost pricing”.

2. Tworzenie cen na podstawie kosztów przeciętnych

Autorstwo koncepcji tworzenia cen w oparciu o przeciętne koszty produkcji przypisuje się pierwszym oponentom teorii neoklasycznej, R.Hallowi i C.Hitchowi.

Podstawową kategorią wyjaśniającą mechanizm ustalania cen jest krzywa kosztu przeciętnego, z charakterystycznym dla niej poziomym odcinkiem dla wartości minimalnych.⁴

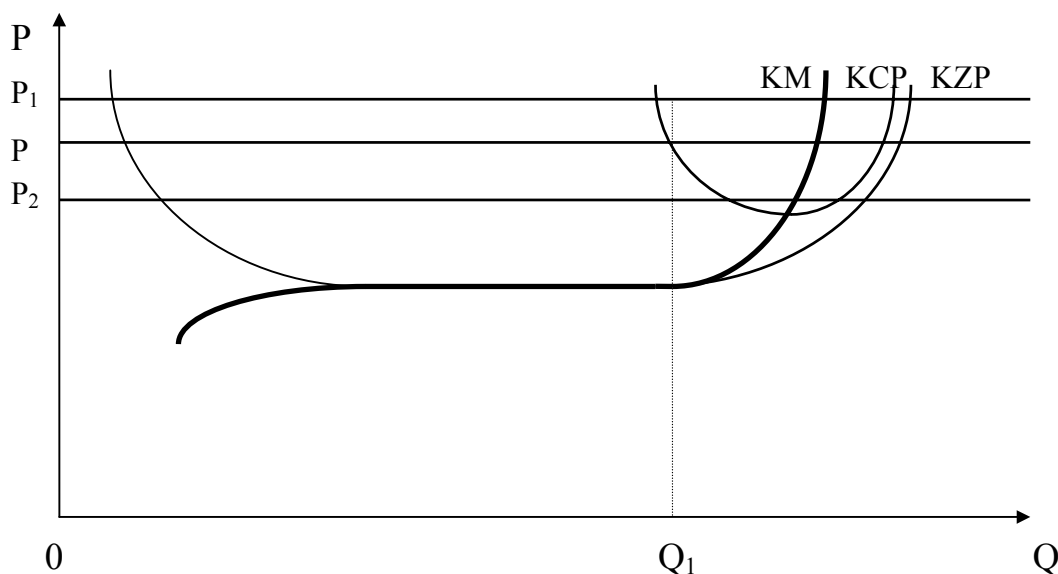
¹ Podważono realność założenia o posiadanej przez wszystkie podmioty gospodarcze doskonałej informacji, której zdobycie nie pociąga za sobą żadnych kosztów. Neoklasyczna teoria przedsiębiorstwa skrytykowana została również za swój statyczny charakter oraz założenia dotyczące możliwości wejścia do gałęzi tylko w okresie długim. Krytyce poddano tzw. „zasadę marginalistyczną” zrównania kosztu marginalnego z przychodem marginalnym ($KM=PM$), zgodnie z którą ten punkt przecięcia dwóch krzywych wyznacza ilość produkcji i cenę maksymalizującą zysk zarówno w okresie krótkim, jak i długim.

² H.I.Ansoff, *Corporate Strategy*, McGraw-Hill Book Company, New York 1965, s. 4

³ *Ibidem*, s. 31-33

Przedsiębiorstwa często realizują wiązkę celów, tworząc ich hierarchię. Zob. K.Dobrzański, T.Mendel, K.Zimniewicz, *Cele polskich przedsiębiorstw w okresie transformacji*, *Organizacja i Kierowanie* 1995, nr4(82), s. 91-95

⁴ W tym obszarze koszt nie podlega zmianom wynikającym ze wzrostu produkcji. Jest to konsekwencją



Rysunek 1. Ustalanie cen na podstawie przeciętnych kosztów produkcji

Źródło: A.Koutsoyiannis, *Modern Microeconomics*, MacMillan, Londyn 1983, s. 275

Ustalanie ceny odbywa się w dwóch etapach. W pierwszym producent określa jej pożądany poziom z punktu widzenia zwrotu poniesionych kosztów i „rozsądnego” poziomu zysku. Następnie przedsiębiorstwo porównuje pożądany poziom ceny z ceną, która spowodowałaby napływ kapitałów do gałęzi. Zwykle ustalona zostaje cena (P'), która powstrzyma napływ obcych producentów. Do ustalenia „pożądaney” ceny przedsiębiorstwo stosuje tzw. zasadę narzutu, dodając do kosztu zmiennego przeciętnego (KZP) narzut zysku (NZB).

$$P = KZP + NZB$$

Koszt przeciętny krótkookresowy uważany jest przez producentów za dobre, dokładne przybliżenie kosztu przeciętnego długookresowego. Wysokość narzutu zysku brutto (NZB) równa jest sumie kosztu stałego przeciętnego (KSP) oraz zysku „normalnego” ($NZB = KSP + NZN$). KSP oblicza się dzieląc koszt stały całkowity (KSC) przez planowaną (normalną) wielkość produkcji. Wysokość zysku netto jest zwykle znana przedsiębiorstwu z przeszłości, z minionych doświadczeń. Te trzy składniki - KSP, KZP, NZN - tworzą cenę „pożądaną”, tzn. cenę zwracającą wszystkie koszty oraz zapewniającą osiągnięcie „uczciwego” zysku. Owa „pożądana” cena jest następnie traktowana jako podstawa ceny ustalonej ostatecznie. Cena ostateczna zależy głównie od stopnia zagrożenia konkurencyjnego poza branżą wytwarzania. Poziome linie P , P_1 , P_2 **nie są** krzywymi popytu, lecz wyznaczają ceny ustalone w różnych, omówionych poniżej warunkach.

Koszt całkowity przeciętny (KCP) zawiera narzut zysku netto, który przedsiębiorstwo uważa za normalny dla danego produktu. Cena P jest „pożądaną” ceną dla lidera. Zapewnia ona zwrot kosztu zmiennego przeciętnego oraz osiągnięcie normalnego narzutu zysku brutto. W przypadku, gdy istnieją bariery wejścia do gałęzi narzucona zostanie cena P_1 , zapewniająca osiągnięcie zysku większego niż normalny. Natomiast jeżeli gałąź charakteryzuje znaczny stopień potencjalnej konkurencji ustalona cena będzie ceną P_2 , zapewniającą zysk mniejszy niż normalny.

tworzenia zakładach pewnej rezerwowej zdolności produkcyjnej, która umożliwi im płynne reagowanie na zmieniające się warunki.

3. Model ustalania cen zaporowych (granicznych)

W latach 40. XX w. stwierdzono, iż przedsiębiorstwa w długim okresie utrzymywały ceny na poziomie, dla którego elastyczność cenowa popytu była mniejsza od jedności⁵, a więc który nie zapewniał maksymalizacji zysku. Według J.S.Baina przyczyną takiego postępowania była obawa przed napływem nowych przedsiębiorstw do gałęzi. J.S.Bain twierdził, iż w długim okresie cena nie spada do poziomu minimum długookresowego kosztu przeciętnego, ponieważ istnieją bariery wejścia do gałęzi, ale też nie osiąga poziomu zapewniającego maksymalizację zysku z uwagi na zagrożenie konkurencją spoza branży wytwarzania. W związku z tym cena kształtuje się w granicach wynikających z warunków konkurencji doskonałej i monopolu pełnego. Jest to najwyższa cena („cena graniczna”), którą działający producenci mogą ustalić nie powodując ani jednej próby wejścia z zewnątrz do danej gałęzi.⁶ Jej wysokość zależy od funkcji kosztów, którą spodziewa się mieć potencjalny przybysz, od jego przewidywań co do popytu na produkty gałęzi i jego udziału w rynku po wejściu do tej gałęzi, a także od jego poglądu na stopień konkurencji lub współpracy, który napotka on po wejściu na dany rynek.⁷

Koncepcja J.S.Baina zasadza się na następujących założeniach:

- istnieje określona długookresowa krzywa popytu na produkty gałęzi wytwarzania,
- między oligopolistami działającymi w gałęzi istnieje porozumienie,
- przedsiębiorstwa są w stanie obliczyć cenę graniczną, poniżej której nie nastąpi napływ kapitałów do gałęzi⁸,
- w sytuacji gdy cena przekroczy poziom ceny granicznej nastąpi napływ kapitałów do gałęzi, a jego wpływ na wielkość sprzedaży dotychczasowych producentów jest niemożliwy do określenia,
- celem producentów jest maksymalizacja zysku długookresowego.⁹

Założono, że krzywa popytu i krzywa przychodu marginalnego dane są odpowiednio jako DABD' i Dabm. Przyjęto także, iż cena graniczna jest właściwie określona na poziomie Q_{aA} i znana jest zarówno dla przedsiębiorstw w gałęzi, jak i dla potencjalnych konkurentów. Krzywa popytu dla cen wyższych od Q_{aA} pozostaje nieznana, ponieważ nieznane jest zachowanie przedsiębiorstwa wchodzącego do gałęzi oraz nieokreślona jest utrata ilości sprzedaży na rzecz nowego konkurenta oraz zmiana cen. Do dyspozycji przedsiębiorstw pozostaje zatem odcinek AD' krzywej popytu i odpowiadający mu odcinek krzywej przychodu marginalnego abm.

Należy zaznaczyć, iż przedsiębiorstwa nie mogą sprzedawać ilości mniejszej niż ilość OQ_a , ponieważ cena przekroczyłaby wtedy poziom Q_{aA} . W tej sytuacji istnieją alternatywne możliwości:

- sprzedawać ilość mniejszą niż OQ_a po cenie niższej od Q_{aA} tworząc barierę wejścia,
- sprzedawać ilość OQ_a po cenie Q_{aA} , również przeciwdziałając napływowi kapitałów,
- podnieść cenę powyżej Q_{aA} i obniżyć produkcję poniżej OQ_a , narażając się na napływ obcych kapitałów i osiągnięcie nieznanego poziomu zysku.

Przedsiębiorstwa wybiorą prawdopodobnie tę z wyżej przedstawionych możliwości, która zapewni największy zysk, przy założeniu, że zyski w dwóch pierwszych wariantach są

⁵ J.S.Bain, A Note on Pricing In Monopoly and Oligopoly, The American Economic Review 1949, Vol. 39, s. 448

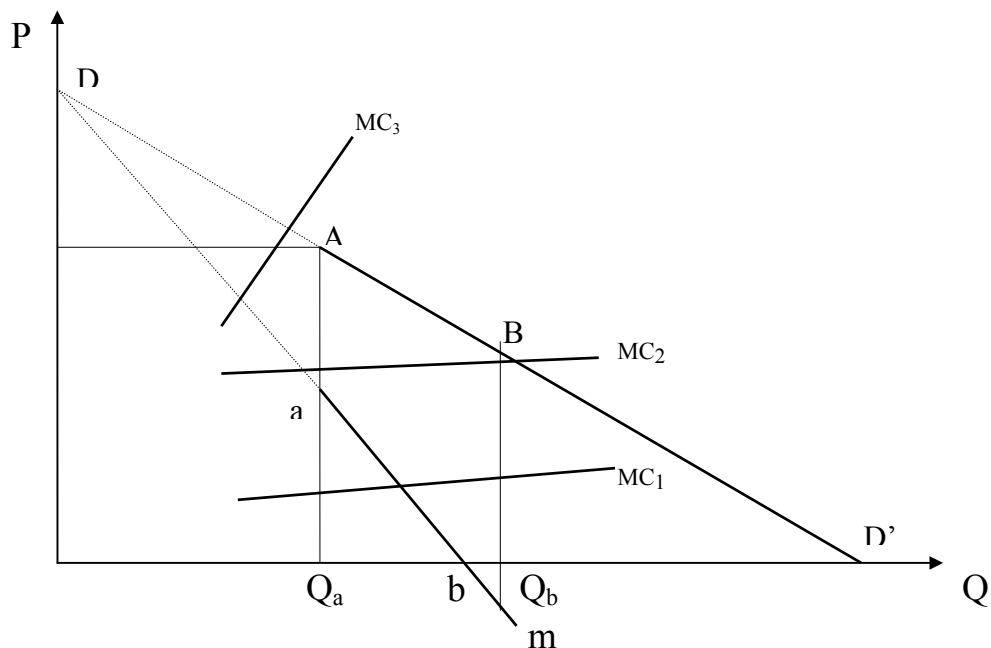
⁶ J.S.Bain, Essays on Price Theory and Industrial Organization, Little, Brown and Co., Boston 1972, s. 63

⁷ Ibidem, s. 68

⁸ Ibidem, s. 63

⁹ J.S.Bain, A Note on Pricing In Monopoly and Oligopoly, op. cit., s. 455-456

możliwe do określenia, natomiast w trzecim przypadku są nieznane i wysoce niepewne.¹⁰



Rysunek 2. Ustalanie ceny granicznej

Źródło: J.S.Bain, *A Note on Pricing in Monopolies and Oligopolies*, op. cit., s. 456

Działające w gałęzi przedsiębiorstwa znajdują równowagę w następujący sposób. Zakładamy, iż krzywa długookresowego kosztu marginalnego monopolisty lub suma kosztów marginalnych oligopolistów dana jest jako MC . W pewnych gałęziach koszt marginalny może kształtować się na poziomie MC_1 przecinając krzywą przychodu marginalnego na odcinku am. Wtedy działający w tej gałęzi producent ustali cenę i wielkość produkcji w punkcie przecięcia, pod warunkiem iż koszt przeciętny jest mniejszy od ustalonej ceny. W tej sytuacji zysk gałęzi zostanie zmaksymalizowany przy cenie mniejszej od ceny granicznej, wejście zostanie uniemożliwione, a liczba sprzedawców w długim okresie będzie stała.

W innych gałęziach koszt marginalny może kształtować się na poziomie MC_2 , a więc pomiędzy przychodem marginalnym a ceną dla granicznej ilości produkcji OQ_a . W tym przypadku przedsiębiorstwa będą produkować ilość OQ_a i sprzedawać po cenie Q_aA . Jeżeli zyski okażą się być na tyle duże aby mogły spowodować napływ konkurentów do gałęzi, nie wybiorą oni punktu przecięcia MC_2 z przychodem marginalnym, ponieważ wynikająca z niego cena nie tworzyłaby blokady wejścia. Natomiast cena Q_aA tworzy barierę wejścia i gwarantuje stałą liczbę sprzedawców w długim okresie. Jednakże w tej sytuacji koszt marginalny przewyższa przychód marginalny i zyski całej gałęzi nie są zmaksymalizowane.

Trzeci wariant analizy dotyczy sytuacji, w której koszt marginalny w danej gałęzi przebiega ponad ceną dla granicznej ilości (jak MC_3), ale z korespondującym kosztem przeciętnym mniejszym od ceny. Działający producenci będą nadal produkować OQ_a i sprzedawać po cenie Q_aA . Liczba sprzedawców pozostanie stała, ale zyski gałęzi nie zostaną zmaksymalizowane, a koszt marginalny przewyższy cenę. Ostatnie dwa przypadki miałyby miejsce, gdyby cena graniczna wyznaczona była na poziomie Q_bB , gdzie popyt ma elastyczność mniejszą od jedności i odpowiadający tej cenie odcinek przychodu marginalnego bm , jest ujemny. Wejście zostanie zablokowane przez cenę Q_bB , koszt marginalny będzie

¹⁰ Ibidem, s. 457

wyższy niż przychód marginalny i prawdopodobnie niż cena, z tą różnicą jednak, iż przychód marginalny będzie ujemny.

Czwarty wariant dotyczy sytuacji gdy koszt przeciętny jest wyższy od ceny dla granicznej ilości OQ_a , a koszt marginalny osiąga wartość mniejszą bądź równą cenie. W tym przypadku cena ustalona zostanie powyżej ceny granicznej, nowi konkurenci zostaną przyciągnięci pod warunkiem, iż istnieje możliwość osiągnięcia zysków dla mniejszych poziomów produkcji. Liczba sprzedawców w gałęzi nie pozostanie stabilna.¹¹

Według Baina głównym celem tworzenia barier wejścia jest maksymalizacja zysku w długim okresie. Przedsiębiorstwo realizując powyższą strategię wykorzystuje przede wszystkim:¹²

- zróżnicowanie produktu,
- przewagę w kosztach absolutnych,
- korzyści skali.

Rozwinięciem teorii J.S.Baina dla sytuacji, gdy barierę wejścia do gałęzi stanowi skala produkcji jest model P.Sylos-Labiniego.¹³ Analizuje on przypadek homogenicznego oligopolu,¹⁴ w którym stosowaną technologię charakteryzują techniczne nieciągłości oraz korzyści skali.¹⁵ P.Sylos-Labini zaprezentował swój model w postaci numerycznej. W początkowej sytuacji gałąź osiąga niestabilną równowagę, ponieważ produkcja jest zbyt niska, natomiast cena zbyt wysoka. Wprowadzie wysoki poziom ceny przy danych kosztach zapewni przedsiębiorstwom w tej gałęzi stopę zysku wyższą niż w innych gałęziach, ale jednocześnie spowoduje wejście do gałęzi nowego konkurenta.

Rozmiary nowego przedsiębiorstwa nie mogą być ani duże ani średnie, ponieważ w takim przypadku wzrost podaży spowodowałby spadek ceny poniżej poziomu akceptowalnego dla wszystkich producentów działających w gałęzi. Jednakże może nastąpić napływ kilku przedsiębiorstw małych, a wtedy ukształtowana na tym rynku cena spadnie do poziomu niższego od minimalnej akceptowalnej ceny.

Ponieważ każde przedsiębiorstwo posiada odmienną funkcję kosztów, cen minimalnych jest tak wiele, jak wiele jest przedsiębiorstw. Poziom ceny minimalnej każdego z przedsiębiorstw określany jest na podstawie jego kosztu przeciętnego. Cena ta zapewnia zwrot kosztów oraz osiągnięcie zysku normalnego. Przywódca, dysponując doskonałą informacją na temat kosztów ponoszonych w każdym z przedsiębiorstw, ustali cenę akceptowalną dla najmniejszego, najmniej efektywnego przedsiębiorstwa, która nie spowoduje napływu nowych kapitałów do gałęzi.¹⁶

Z przyjętych założeń wynika, iż cena długookresowej równowagi musi zapobiegać wejściu do gałęzi oraz musi być akceptowalna dla przedsiębiorstw najmniej efektywnych, zapewniając im co najmniej osiągnięcie zysku normalnego. Przedsiębiorstwa średnie i duże osiągną zyski wyższe od normalnych. Gdy lider ustali cenę na takim poziomie, iż w przypadku wejścia konkurenta do gałęzi cena ta spadnie do poziomu nieakceptowalnego dla niego, przedsiębiorstwa małe mogą również osiągać zysk wyższy od normalnego.

Popyt rynkowy przy najniższej akceptowalnej cenie P_m małych, najmniej efektywnych przedsiębiorstw wynosi Q . Lider ustali cenę graniczną P_G . Cena ta odpowiada ilości $Q_G = Q - Q_m$ i jest ceną równowagi, ponieważ jest akceptowana przez wszystkie przedsiębiorstwa oraz zapobiega napływowi konkurentów do gałęzi. Po wejściu do gałęzi nowego przedsiębiorstwa produkcja wzrośnie o ilość Q_s , do poziomu $Q_G + Q_m = Q$, a to spowoduje spadek ceny poniżej wartości akceptowalnej dla nowego producenta.

¹¹ Ibidem, s. 456-459

¹² Ibidem, s. 255

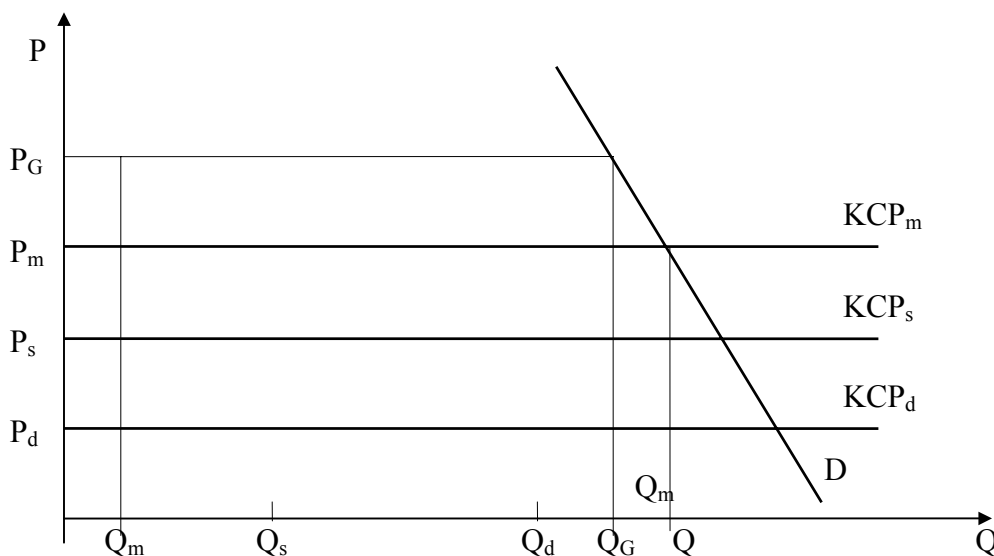
¹³ P.Sylos-Labini, *Oligopoly and Technical Progress*, Harvard University Press, Cambridge 1969, s. 43-50

¹⁴ Ibidem, s. 33

¹⁵ Ibidem, s. 38

¹⁶ Ibidem, s. 50

Jeżeli w długim okresie cena nie może spaść poniżej kosztu najmniej efektywnego przedsiębiorstwa, a nowy producent może zbudować zakład mały i najmniej efektywny, przywódca może określić wielkość produkcji Q , przy której wszystkie działające przedsiębiorstwa wykorzystują optymalnie swoje możliwości produkcyjne. Następnie określa on graniczną ilość produkcji Q_G sprzedawaną w gałęzi w celu uniknięcia napływu nowych konkurentów. Ilość ta jest taka, iż po wejściu nowego przedsiębiorstwa, produkującego w zakładzie małym ilość Q_m , produkcja gałęzi przekroczy poziom Q i cena spadnie poniżej poziomu KCP tego przedsiębiorstwa. Dla danej ilości produkcji Q_G , cena wyznaczona jest na podstawie znajomości krzywej popytu D . Nowe przedsiębiorstwo nie wejdzie na rynek ponieważ wie, iż jego obecność spowoduje spadek ceny poniżej KCP. Każda wielkość produkcji większa od Q_G zapobiega wejściu. Cena równowagi nie może być wyższa niż P_G ani niższa niż P_m .¹⁷



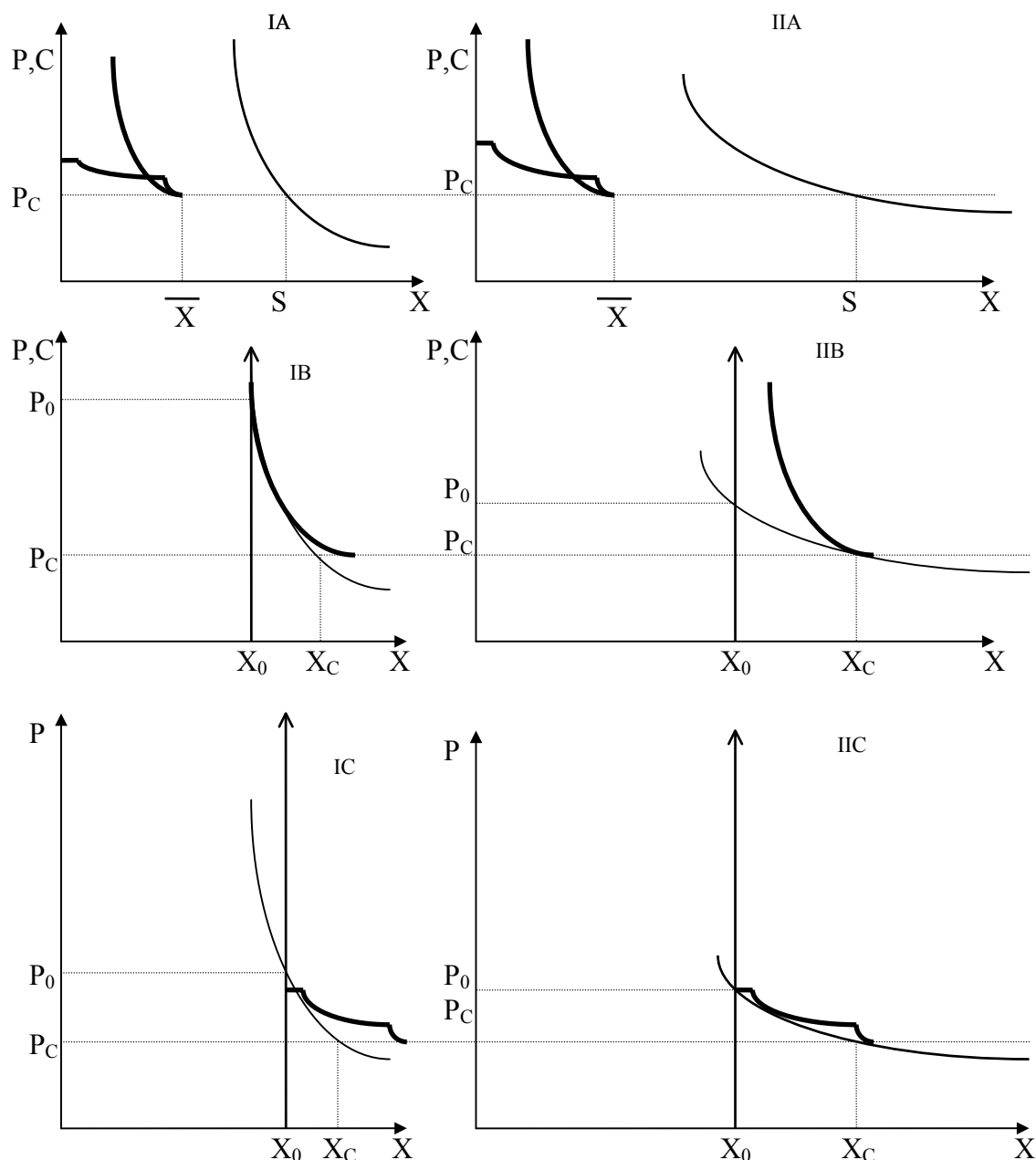
Rysunek 3. Ustalanie ceny w modelu Sylos-Labiniego

Źródło: A.Koutsoyiannis, *Modern Microeconomics*, op. cit., s. 309

Uogólnieniem analiz P.Sylos-Labiniego jest model F.Modiglianiego.¹⁸ Zakładając, że $X = D(P)$ jest krzywą popytu rynkowego na dany produkt, a cena P' jest ceną ustaloną przed wejściem do gałęzi, wtedy $X' = D(P')$ jest odpowiadającą jej wielkością produkcji. Jeżeli dodatkowo założymy, iż potencjalni konkurenci zachowują się tak, jakby spodziewali się, iż działające przedsiębiorstwa nie zmienią swojej produkcji, pozwalając tym samym na spadek ceny po wejściu konkurenta na rynek, to w takiej sytuacji krzywa popytu na produkty przybysza nie będzie linią prostą doskonale elastyczną, ale stanie się odcinkiem krzywej popytu położonym na prawo od P' . Modigliani nazwał ten odcinek marginalną krzywą popytu.

¹⁷ W modelu tym czynnikami wpływającymi na cenę graniczną są: rozmiar rynku, elastyczność popytu rynkowego, technologia określająca rozmiary zakładów w gałęzi, ceny czynników produkcji, które wyznaczają koszt przeciętny przedsiębiorstw.

¹⁸ A.Koutsoyiannis, *Modern Microeconomics*, op. cit., s. 313



Rysunek 4. Ustalanie ilości i ceny granicznej w modelu Modiglianiego

Źródło: F.Modigliani, New Developments on the Oligopoly Front, Journal of Political Economy 1958, Vol. 66, s. 219

Przyjmijmy, iż cena P' jest taka, iż marginalna krzywa popytu leży na całej swej długości poniżej długookresowego kosztu przeciętnego. Oczywiście jest, iż w tych warunkach wejście do gałęzi nie będzie opłacalne, a więc cena P' jest ceną zapobiegającą wejściu.¹⁹

W celu określenia czynników wpływających na cenę graniczną P_0 , Modigliani przyjmuje kolejne założenia. Jeżeli przez \bar{X} oznaczmy optymalną skalę produkcji odpowiadającą najniższemu punktowi krzywej długookresowego kosztu przeciętnego, a poziom tego kosztu wynosi k , wtedy cena w doskonałej konkurencji ukształtuje się na

¹⁹ F.Modigliani, New Developments on the Oligopoly Front, Journal of Political Economy 1958, Vol. 66, s. 217-218

poziomie $P_C = D(P_C) = D(k)$. Rozmiar rynku, czyli stosunek rozmiaru produkcji w doskonałej konkurencji (X_C) do wielkości optymalnej z punktu widzenia kosztów (\bar{X}), Modigliani oznaczył jako S . Najprostszym modelem jest przypadek, kiedy technologia produkcji sprawia, iż produkując ilość mniejszą od \bar{X} ponosi się bardzo wysokie koszty, a nowe przedsiębiorstwo może wkroczyć tylko produkując wielkość produkcji \bar{X} lub większą. W tej sytuacji produkcja zapobiegająca wejściu X_0 jest różnicą między produkcją w warunkach doskonałej konkurencji X_C i optymalnej wielkości produkcji \bar{X} .²⁰

W sytuacji kiedy krzywa kosztu przeciętnego opada co najmniej do ilości \bar{X} , produkcja graniczna może być większa, a cena graniczna mniejsza niż w poprzednim przypadku, ponieważ jeżeli przy danym X_0 nie opłaca się wejść do gałęzi produkując \bar{X} , może opłacać się to z mniejszą ilością. Powyższe sytuacje przedstawiono na rysunku 4.

W części IA i IIA wykresu cienkie linie o ujemnym nachyleniu są krzywymi popytu. Cena w warunkach doskonałej konkurencji wyniesie P_C , a odpowiadająca jej wielkość produkcji jest równa rozmiarowi rynku S . Część IA wykresu odnosi się do mniejszego rozmiaru rynku, natomiast część IIA do rozmiaru większego.

Dwie grubsze linie w każdej z dwóch części wykresu obrazują dwie alternatywne krzywe kosztów dla rozmiaru produkcji \bar{X} . Bardziej stroma z nich jest tradycyjną funkcją kosztów ilustrujących korzyści skali. Druga natomiast utworzona została na mocy przyjętego przez P.Sylosa-Labiniego założenia o istnieniu nieciągłości dostępnych technologii i trzech rozmiarach zakładów. Malejące odcinki tych krzywych wynikają z założenia, iż opłaca się zmienić rozmiary przedsiębiorstwa, nawet jeśli nie można wtedy w pełni wykorzystać zdolności produkcyjnych.

Graniczna cena P_0 i produkcja X_0 dla danej krzywej kosztów może być określona poprzez przesunięcie odpowiedniej krzywej kosztów wraz z osią rzędnych w prawo tak, by była ona styczna do krzywej popytu, tak jak na wykresach IB i IIB oraz IC i IIC. Punkt, w którym przesunięta oś rzędnych przecina krzywą popytu określa cenę graniczną P_0 , punkt, w którym ta oś przecina się z osią odciętych wskazuje ilość graniczną X_0 . Część krzywej popytu znajdująca się na prawo od przesuniętej osi jest krzywą popytu marginalnego, kiedy produkcja działających producentów wynosi X_0 . Jeżeli krzywa kosztów położona jest na całej długości powyżej krzywej popytu marginalnego, nowi konkurenci nie osiągną zysku. Punkt styczności krzywej popytu i krzywej kosztu wskazuje rozmiar przedsiębiorstwa, które jako pierwsze weszłoby do gałęzi.

Z porównania części IB i IC oraz IIB i IIC wynika, że P_0 jest tym wyższa im bardziej stroma jest krzywa kosztu, to znaczy im większe są korzyści skali. Kiedy więc korzyści skali są duże, zagrożenie wejścia pochodzi ze strony przedsiębiorstw dużych, co musi spowodować zwiększenie różnicy między X_0 i X_C .

Porównując części IB z IIB i IC z IIC widzimy, iż dla danej krzywej kosztu i elastyczności popytu P_0 będzie spadać wraz ze wzrostem rozmiaru rynku. Co więcej, dla danego rozmiaru rynku S wyższa elastyczność popytu wywołuje rotację krzywej kosztu w kierunku przeciwnym do wskazówek zegara dookoła punktu konkurencyjnego. Wzrost elastyczności będzie obniżać cenę graniczną P_0 .

Na podstawie powyższej analizy maksymalna nadwyżka, którą można osiągnąć rośnie wraz ze wzrostem korzyści skali i maleje ze wzrostem rozmiaru rynku i elastyczności popytu.²¹

Teoria J.S.Baina zapoczątkowała zainteresowanie potencjalną konkurencją i wywołała trwającą przez wiele lat dyskusję. Stanowiła ona załączek dalszego rozwoju teorii

²⁰ Ibidem, s. 217-218

²¹ Ibidem, s. 218-220

ekonomicznej, którego wyrazem było powstanie między innymi teorii rynków spornych oraz ekonomii przemysłowej.

4. Teoria maksymalizacji przychodu ze sprzedaży W.J.Baumola

Teorie menedżerskie traktują przedsiębiorstwo jako „koalicję” członków o sprzecznych interesach, które należy pogodzić, aby przedsiębiorstwo przetrwało, a najważniejszym jej członkiem jest dyrekcja przedsiębiorstwa. Najbardziej charakterystyczną cechą przedsiębiorstw menedżerskich jest rozdzielenie własności od zarządzania, które pozwoliło na odejście od maksymalizacji zysku na korzyść maksymalizacji użyteczności zarządu.²² Jednakże samodzielność zarządu w ustalaniu celu działania jest ograniczona. Konieczne jest z wielu względów osiągnięcie pewnego minimalnego poziomu zysku, a to z uwagi na dywidendy, inwestycje, dobrą reputację w bankach czy ceny akcji przedsiębiorstwa na giełdzie.²³

Podstawową cechą teorii menedżerskich jest założenie, iż zarząd maksymalizuje swą własną użyteczność zachowując minimalny poziom zysku, który jest warunkiem jego bezpieczeństwa.

Według W.J.Baumola najbardziej prawdopodobnym celem zarządu przedsiębiorstwa jest maksymalizacja przychodu ze sprzedaży. Za taką hipotezą przemawia według niego szereg argumentów. Po pierwsze - zarobki zarządu są najczęściej uzależnione od sprzedaży, a nie od zysków. Po drugie - banki i inne instytucje finansowe zwracają baczna uwagę na przychody ze sprzedaży. Trzeci argument zasadza się na tym, iż problemy personalne są łatwiejsze do rozwiązania gdy przychody przedsiębiorstwa rosną. Po czwarte, wysokie i ciągle rosnące przychody ze sprzedaży zapewniają zarządowi duży prestiż. Po piąte, zarząd preferuje stabilne działanie przy satysfakcjonujących zyskach niż ryzykowne sposoby maksymalizacji zysku.²⁴ Po szóste, wysoka i ciągle rosnąca sprzedaż daje przedsiębiorstwu siłę do stosowania różnych strategii konkurencyjnych.²⁵

W.J.Baumol, mimo iż przyjmuje współzależność zachodzącą między poszczególnymi przedsiębiorstwami, twierdzi jednak, że bardzo często przy okazji podejmowania codziennych decyzji wielu producentów zakłada, iż ich decyzje nie wpłyną na decyzje podejmowane przez ich konkurentów.

Założenia modelu są następujące:

- analiza prowadzona jest w jednym okresie,
- w tym okresie celem działania przedsiębiorstwa jest maksymalizacja przychodu całkowitego ze sprzedaży ograniczona poziomem zysku,
- ograniczenie poziomem zysku zdeterminowane jest oczekiwaniami i wymaganiami akcjonariuszy, banków i innych instytucji finansowych,
- przyjęto, iż krzywe kosztów i krzywa popytu mają kształt konwencjonalny.

Możliwość maksymalizacji przychodu zależy od minimalnego akceptowalnego poziomu zysku, który może stanowić ograniczenie dla rozwoju ilości sprzedaży przedsiębiorstwa. Gdyby celem przedsiębiorstwa był maksymalny zysk, produkcja zostałaby

²² B.Huntsman, W.G.Lewellen, Managerial Pay and Corporate Performance, The American Economic Review 1970, Vol. 60, s. 710

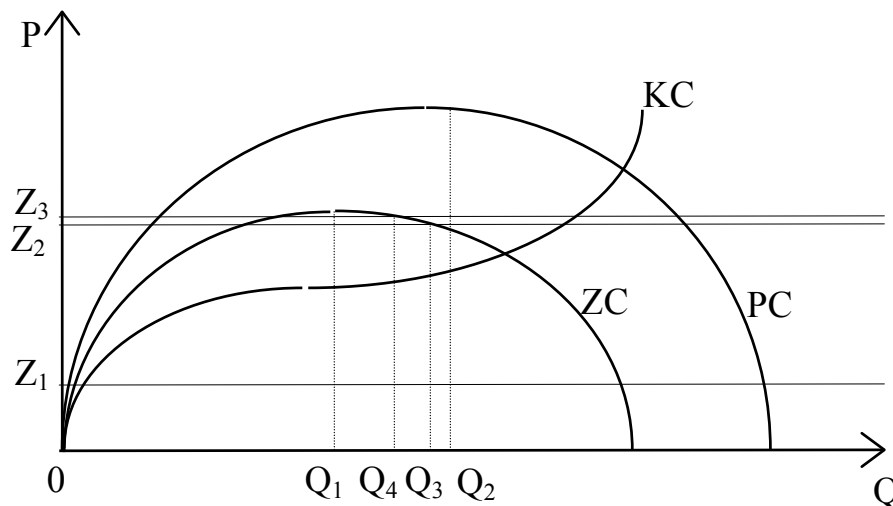
²³ Ibidem, s. 710

²⁴ Z tymi poglądami nie zgodzili się W.G.Lewellen i B.Huntsman, którzy w swych badaniach wykazali, że zarobki menedżerów w znacznej mierze zależą od osiągniętych przez kierowane przez nich przedsiębiorstwa zysków oraz cen akcji przedsiębiorstw na giełdzie, a nie od wielkości ich przychodów. B.Huntsman, W.G.Lewellen, Managerial Pay and Corporate Performance, op. cit., s. 718-719

²⁵ W.J.Baumol, A.S.Blinder, Economic Principles and Policy, Harcourt, Brace, Jovanovic, Inc., San Diego 1985, s. 527

wyznaczona na poziomie Q_1 . W modelu tym jednakże producent dąży do maksymalizacji przychodu, ale musi również osiągnąć pewien zysk, akceptowalny przez akcjonariuszy i instytucje finansowe. Jeżeli minimalny poziom zysku wynosi Z_1 , wtedy przedsiębiorstwo będzie produkowało ilość Q_2 , która maksymalizuje przychód całkowity zapewniając mu zysk całkowity w wysokości Z , wyższy od minimalnego zysku wymaganego przez akcjonariuszy. Mówimy wtedy, iż minimalny poziom zysku nie jest obowiązujący.

Jeżeli najniższy zysk wymagany przez akcjonariuszy wynosi Z_2 , przedsiębiorstwo nie będzie mogło osiągnąć maksymalnego przychodu całkowitego ponieważ ograniczenie zyskiem będzie obowiązujące i przedsiębiorstwo będzie produkowało produkcję Q_3 , mniejszą od Q_2 .



Rysunek 5. Równowaga przedsiębiorstwa maksymalizującego przychód całkowity przy różnych poziomach zysku minimalnego

Źródło: W.J.Baumol, *Economic Theory and Operations Analysis*, Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey 1965, s. 302

Na podstawie powyższej analizy można wyróżnić dwa rodzaje równowagi przedsiębiorstwa: gdy zysk nie jest ograniczeniem dla maksymalizacji przychodu całkowitego (produkcja Q_2 , zysk Z_1) oraz gdy minimalny poziom zysku ogranicza przychód całkowity (produkcja Q_3 , zysk Z_2).²⁶

Zakłada się, że przedsiębiorstwo prowadzi odrębną politykę cenową, a więc ustali cenę umożliwiającą realizację maksymalnego przychodu (przy ograniczeniu zyskiem), nie biorąc pod uwagę ewentualnych reakcji konkurentów.

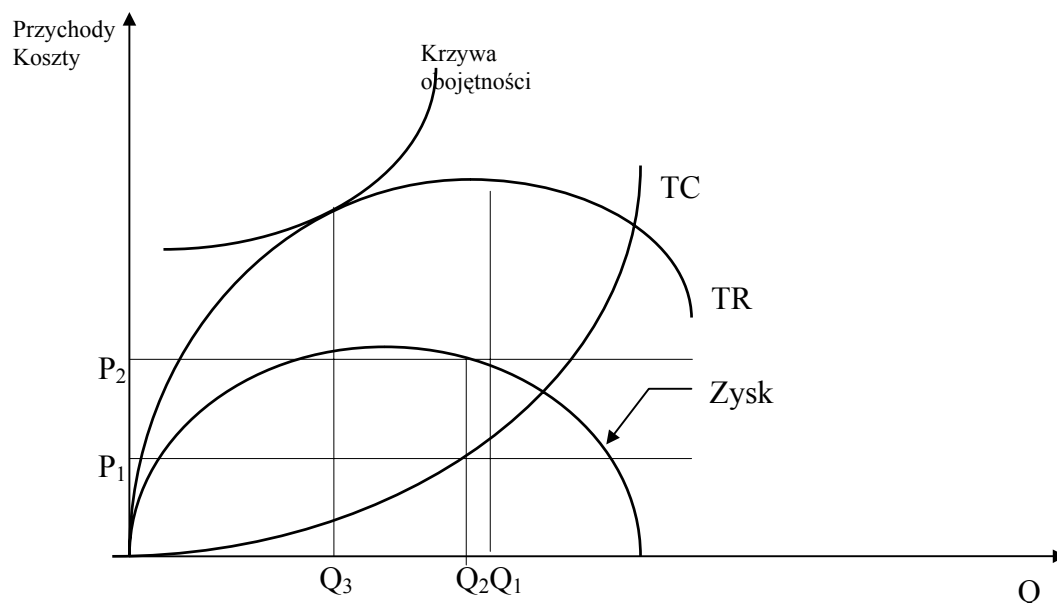
Producent maksymalizujący przychód będzie wytwarzać większe ilości niż działający w tych samych warunkach producent maksymalizujący zysk, a jego cena będzie niższa niż cena przedsiębiorstwa realizującego maksimum zysku. Mniejszy również będzie osiągany zysk całkowity.

Zmodyfikowaną wersję modelu W.J.Baumola przedstawił D.J.Smyth. Wprowadził on mianowicie dodatkowe założenie, że menedżerowie dokonują wyboru między korzyściami ze wzrostu rozmiarów przedsiębiorstwa i kosztami w postaci wzrostu wysiłku.²⁷ Akceptacja tego założenia umożliwia wyjaśnienie przyczyn, dla których produkcja optymalna pojawia się w punkcie, gdzie elastyczność popytu jest większa od jedności.

²⁶ W.J.Baumol, *Business Behaviour, Value, and Growth*, Revised ed., Harcourt, Brace and World, San Diego 1967, s. 54-55

²⁷ D.J.Smyth, *Sales Maximization and Managerial Effort: Note*, *The American Economic Review* 1969, Vol. 59, s. 633

Na rysunku 6 ograniczenie poziomem zysku nie jest efektywne dla P_1 . Produkcja ustalona zostanie na poziomie maksymalizującym przychód (Q_1), gdzie elastyczność popytu jest jednostkowa. Jeżeli ograniczenie jest efektywne (dla P_2) produkcja ograniczona zostaje do poziomu Q_2 , gdzie popyt jest elastyczny.



Rysunek 6. Równowaga przedsiębiorstwa maksymalizującego przychody w ujęciu D.J.Smytha

Źródło: D.J.Smyth, Sales Maximization and Managerial Effort: Note, The American Economic Review, Wrzesień 1969, Vol. 59, s. 633

Jeżeli wysiłek menedżera rośnie wraz ze wzrostem skali produkcji i menedżer ponosi koszty spowodowane większym wysiłkiem można skonstruować jego krzywe obojętności między przychodem całkowitym i ilością produkcji. Będą one opadały w lewo i będą wypukłe względem osi odciętych. Menedżer maksymalizuje swoją użyteczność w punkcie styczności najwyższej krzywej obojętności i krzywej przychodu całkowitego. Produkcja wyznaczona przez ten punkt wynosi Q_3 i jest mniejsza od Q_1 z powodu kształtu obu krzywych. Ograniczenie poziomem zysku jest w tym punkcie nieefektywne. W przeciwnym przypadku produkcja albo będzie taka sama albo niższa od Q_3 , ale elastyczność popytu będzie nadal większa od jedności.²⁸

5. Teoria swobody menedżerów O.E.Williamsona

Punktem wyjścia rozważań O.E.Williamsona jest twierdzenie, że menedżerowie mają swobodę w stosowaniu polityki prowadzącej do maksymalizacji ich użyteczności, a nie użyteczności udziałowców, dążących do maksymalizacji zysków. Zysk jest w przypadku tego modelu jedynie ograniczeniem dla swobody menedżerów. Udziałowcy wymagają bowiem minimalnego zysku wypłacanego w formie dywidend, w przeciwnym razie bezpieczeństwo posady menedżerów zostaje zagrożone.²⁹

Funkcja użyteczności menedżerów zawiera takie zmienne jak płace, bezpieczeństwo, władza, status, prestiż, doskonałość zawodowa, z których tylko pierwsza jest mierzalna w

²⁸ D.J.Smyth, Sales Maximization and Managerial Effort: Note, op. cit., s. 633

²⁹ O.E.Williamson, Economic Organization. Firms, Markets and Policy Control, Wheatheaf Books, Brighton 1986, s. 6

pieniądzu. Aby nadać pozostałym zmiennym wartości liczbowe O.E. Williamson wprowadza koncepcję preferencji wydatku, definiowaną jako zadowolenie osiągane przez menedżerów z wydatków określonego typu.³⁰ Koncepcja preferencji wydatku oznacza, iż menedżerowie nie mają neutralnego stosunku do wszystkich rodzajów wydatków, a więc niektóre wydatki ponoszą chętniej niż inne.³¹

Założono, iż zarząd przejawia dodatnie preferencje w stosunku do wydatków na zatrudnienie, ponieważ może się ono przyczyniać do zwiększenia bezpieczeństwa zarządu oraz osiągnięć zawodowych. Jak długo organizacja jest w stanie funkcjonować na poziomie akceptowanym przez akcjonariuszy zwiększanie zatrudnienia w oderwaniu od kryterium jego produktywności powoduje, iż będzie ono rosło aż do obszaru, w którym jego koszt marginalny przewyższa jego produkt marginalny.³²

Dodatek menedżerski jest tą częścią wynagrodzenia i dochodów ubocznych, który zależy od decyzji ich samych i którego likwidacja nie spowoduje poszukiwania innego miejsca zatrudnienia. Jest on rodzajem renty ekonomicznej, otrzymywanej w rezultacie osiągnięcia przewagi strategicznej, którą posiadają menedżerowie w procesie podziału zysków, źródłem materialnej satysfakcji, a pośrednio statusu oraz prestiżu. Dodatek ten może być traktowany jako element płac lub jako element ubocznych dochodów.³³

„Minimalnym” celem przedsiębiorstwa jest osiąganie dodatnich zysków. Dlatego też dolną granicą osiąganego zysku, warunkującą przetrwanie podmiotu jest zysk zerowy, podczas gdy granicą górną jest zysk maksymalny. Akcjonariusze ze swej strony wymagają, by przedsiębiorstwo osiągało pewien minimalny poziom zysku, który będą oni w stanie zaakceptować.

O.E. Williamson wprowadza do rozważań pojęcie dodatkowego zysku. Jest to kwota, o którą dochody przedsiębiorstwa przewyższają minimalny, akceptowalny poziom zysku. To, że menedżerowie będą dążyć do osiągnięcia zysku większego niż minimalny wynika z faktu, iż nadwyżka zwiększa ich swobodę, satysfakcję oraz podnosi ich osiągnięcia organizacyjne. Osiągnięcie zysków wyższych niż minimalne warunkuje również możliwości powiększania zatrudnienia i wzrostu dodatku menedżerskiego. Czynniki te powodują, iż zysk staje się jedną ze zmiennych w funkcji użyteczności menedżerów.³⁴

O.E. Williamson zakłada wiodącą rolę menedżerów i traktuje cele innych członków organizacji jako dane, pozostawiając tym pierwszym swobodę w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Zakłada on również, iż celem działania menedżerów jest maksymalizacja użyteczności, której zasadniczymi składnikami są: zatrudnienie, dodatek menedżerski i swobodny zysk, a warunkiem ograniczającym jest minimalny poziom zysku akceptowalny przez akcjonariuszy.³⁵ Model odnosi się do działającego na rynku niedoskonale konkurencyjnym przedsiębiorstwa, którego zarząd posiada znaczną swobodę decydowania o przyjętej strategii.³⁶

Autor przedstawia trzy wersje swego modelu. Pierwsza z nich uwzględnia tylko dodatnie preferencje menedżerów w stosunku do zatrudnienia, druga wersja zakłada dodatnie preferencje w stosunku do dodatku menedżerskiego, a trzecia z wersji rozpatruje oba czynniki jednocześnie.

Pierwszy wariant modelu prowadzi do konkluzji, iż przedsiębiorstwo zwiększa zatrudnienie do obszaru, gdzie przychód produktu marginalnego pracy mniejszy jest od

³⁰ Ibidem, s. 7-8

³¹ O.E. Williamson, *The Economics of Discretionary Behaviour: Managerial Objectives In a Theory of the Firm*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs 1964, s. 33-34

³² Ibidem, s. 34-35

³³ Ibidem, s. 35

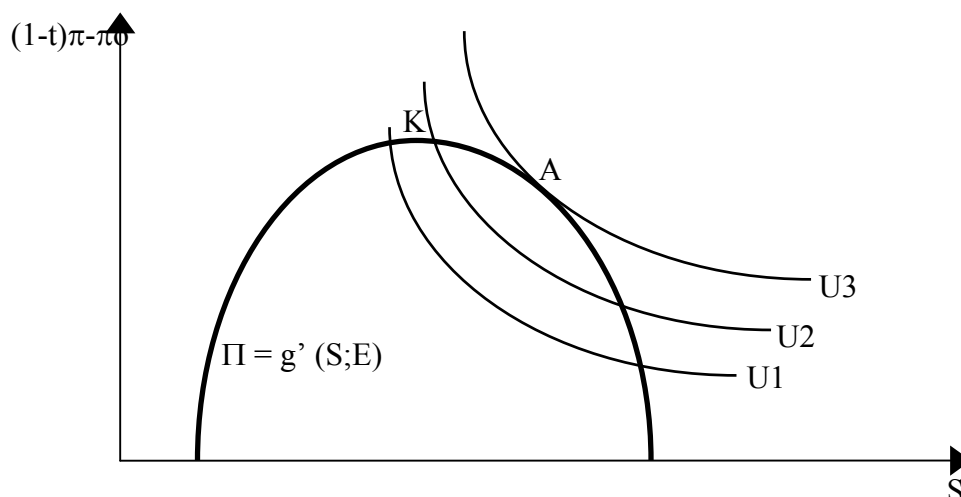
³⁴ Ibidem, s. 35-36

³⁵ Ibidem, s. 37

³⁶ Ibidem, s. 39

kosztu marginalnego pracy. Oznacza to, iż przedsiębiorstwo maksymalizujące użyteczność zatrudni większą ilość czynnika pracy niż przedsiębiorstwo maksymalizujące zysk, a to z kolei wpłynie na fakt, iż poziom produkcji tego przedsiębiorstwa będzie wyższy niż gdyby dążyło ono do maksymalizacji zysku.³⁷

Zależność zysku od zatrudnienia O.E.Williamson przedstawia za pomocą poniższego rysunku.



Rysunek 7. Równowaga przedsiębiorstwa według O.E.Williamsona

Źródło: O.E.Williamson, *The Economics of Discretionary Behaviour: Managerial Objectives in a Theory of the Firm*, op. cit., s. 43

Krzywe obojętności (U_1 , U_2 , U_3) wyrażają preferencje menedżerów w stosunku do zatrudnienia i do zysku. Punkt K przedstawia pozycję przedsiębiorstwa maksymalizującego zysk. Przedsiębiorstwo maksymalizujące użyteczność dążyć będzie do osiągnięcia jak najwyższej krzywej obojętności stycznej do krzywej zysku (punkt A).³⁸

Zaprezentowane przez O.E.Williamsona wyniki badań empirycznych³⁹ potwierdzają generalnie wnioski płynące z podejścia maksymalizacji użyteczności, jednakże nie są na tyle jednoznaczne, aby podważyć teorię opartą na maksymalizacji zysku. Sugerują one bowiem możliwość polegającą na tym, iż przedsiębiorstwo maksymalizuje bieżący zysk i zysk sprawozdawczy pomniejszany jest o część absorbowaną w postaci dodatków menedżerskich lub ubocznych dochodów różnego rodzaju.⁴⁰

Optymalne rozwiązanie w modelu O.E.Williamsona zakłada wyższe wydatki na obsługę administracyjną, honoraria pozapłacowe menedżerów oraz swobodne inwestycje niż w przypadku maksymalizacji zysku. Jednakże nie można sformułować jednoznacznej prawidłowości dotyczącej poziomu produkcji w tych dwóch sytuacjach.

6. Model przedsiębiorstwa menedżerskiego R.Marrisa

Według R.Marrisa w strukturze wpływów przedsiębiorstwa większość menedżerów posiada przynajmniej pewien stopień swobody działania. Jego model oparty jest na hipotezie, że menedżerowie są szczególnie zainteresowani stopą wzrostu przedsiębiorstwa ograniczoną pewnymi warunkami dotyczącymi minimalnego bezpieczeństwa. Autor przyjmuje również, iż

³⁷ Ibidem, s. 40-42

³⁸ Ibidem, s. 42-43

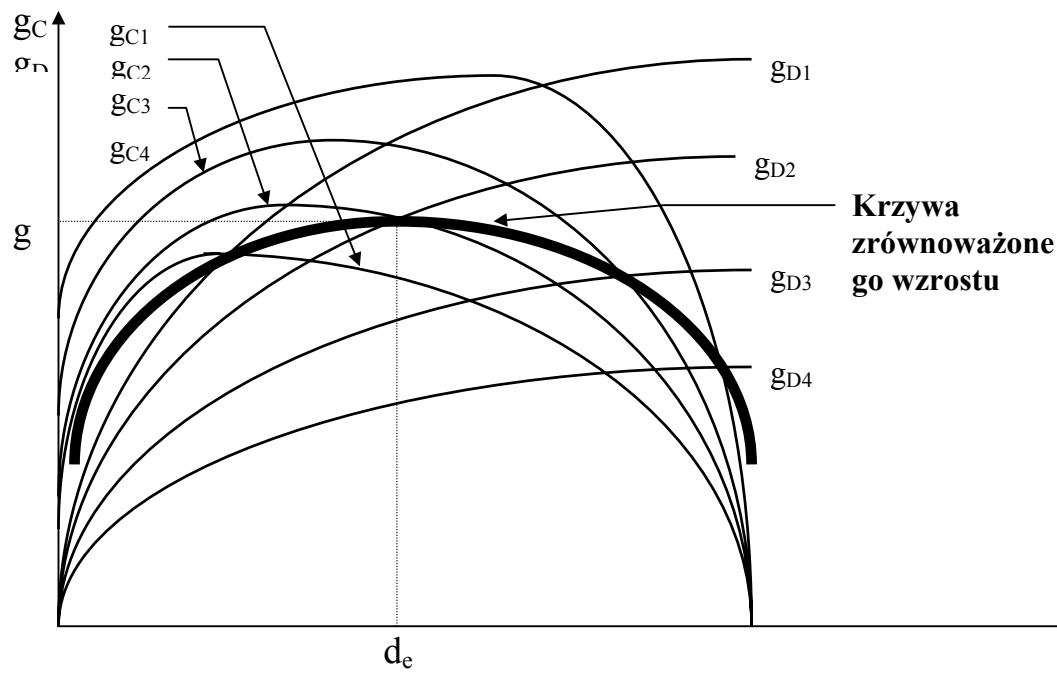
³⁹ Ibidem, s. 13-26

⁴⁰ Ibidem, s. 26

kilka źródeł użyteczności grupy menedżerów jest pozytywnie skorelowanych z rozmiarem przedsiębiorstwa. Dlatego też menedżerowie cenić będą płacę, władzę i status. Przedsiębiorstwo zaś ceni zyski, obrót, kapitał, udział w rynku oraz wizerunek publiczny.⁴¹

Założono, iż przyjęta polityka finansowa czyni możliwą maksymalizację wzrostu (α^*). W takim przypadku stopa wzrostu zależy od stopnia zróżnicowania produktu oraz narztu zysku.⁴²

Model przedstawiono za pomocą poniższego rysunku.



Rysunek 8. Równowaga przedsiębiorstwa maksymalizującego stopę zrównoważonego wzrostu

Źródło: R.Marris, A Model of the „Managerial” Enterprise, The Quarterly Journal of Economics, Maj 1963, Vol. 77, s. 196

Na rysunku zilustrowano dwa zbiory krzywych. Jeden z nich jest zbiorem krzywych zaopatrzenia finansowego (*finance-supply curves*) dla przyjętej wartości współczynnika α określającego politykę finansową przedsiębiorstwa. Drugi zbiór przedstawia krzywe wzrostu popytu. Każdemu z przyjętych poziomów narztu zysku (m) odpowiada jedna krzywa z każdego zbioru. Kiedy wprowadzony zostaje warunek wzrostu zbilansowanego można rozważać tylko punkty, w których krzywe z obu zbiorów dla przyjętego narztu zysku przecinają się. Łącząc te punkty przecięcia otrzymamy krzywą zbilansowanego wzrostu. Krzywa ta osiąga maksimum dla stopy wzrostu C^* .⁴³

W celu osiągnięcia maksymalnej stopy wzrostu zrównoważonego przedsiębiorstwo musi prawidłowo i w sposób spójny obrać stopień zróżnicowania (d) i narzt zysku (m), a także stosować politykę finansową umożliwiającą maksymalizację wzrostu (oddaje ją w modelu współczynnik α). Jeżeli współczynnik ten jest stały maksymalizacja wzrostu oznacza maksymalizację stopy zysku. Jeżeli jednak α ulega zmianie sytuacja staje się odwrotna.⁴⁴

⁴¹ R.Marris, A Model of the „Managerial” Enterprise, The Quarterly Journal of Economics 1963, Vol. 77, s. 185-187

⁴² Ibidem, s. 202-203

⁴³ Ibidem, s. 203

⁴⁴ Ibidem, s. 203-204

7. Behawioralna teoria przedsiębiorstwa R.M.Cyerta i J.G.Marcha

Behawioralne teorie przedsiębiorstwa zaczęły się rozwijać w latach 50. XX wieku, po opublikowaniu przez H.A.Simona artykułu na temat racjonalnego wyboru.⁴⁵ Teoria ta została rozwinięta przez R.M.Cyerta i J.G.Marcha.⁴⁶ Dotyczy ona procesu podejmowania decyzji w dużym, wieloproduktowym przedsiębiorstwie, działającym w warunkach niepewności na niedoskonale konkurencyjnym rynku, w którym nastąpiło rozdzielenie zarządzania od własności. Traktowane jest ono jako wielodecyzyjna koalicja organizacyjna o wielu celach. Jest zespołem różnych grup powiązanych aktywnością na wiele sposobów. Każda z tych grup ma zespół swych własnych celów i interesów.⁴⁷

W myśl tej koncepcji w przedsiębiorstwie występuje dychotomia. Z jednej strony są indywidualni członkowie zespołu-przedsiębiorstwa, z drugiej jest organizacja-koalicja, zwana przedsiębiorstwem. Konsekwencją tej dwudzielności jest konflikt celów: jednostki tworzące przedsiębiorstwo mają inne cele niż przedsiębiorstwo jako całość.⁴⁸

Cele przedsiębiorstwa ustalane są ostatecznie przez zarząd. Przybierają one postać poziomów aspiracji, a nie maksymalizacji stosownych wielkości, i jeżeli zostają osiągnięte działanie przedsiębiorstwa uznawane jest za satysfakcjonujące. To zachowanie określone zostało przez Simona mianem „ograniczonej racjonalności” jako przeciwieństwo globalnej racjonalności przedsiębiorcy w teorii tradycyjnej.⁴⁹ Szkoła behawioralna zmienia definicję racjonalności. Jest to jedyny kierunek, który posługuje się pojęciem satysfakcjonującego zachowania przedsiębiorstwa, które jest racjonalne w sytuacji, gdy menedżerowie dysponują ograniczoną informacją oraz ograniczonymi możliwościami jej przetworzenia.⁵⁰

Istnieje pięć głównych celów przedsiębiorstwa: produkcja, zapasy, sprzedaż, udział w rynku, zysk.⁵¹ Cele te mogą się zmieniać w zależności od historii przedsiębiorstwa, warunków środowiska oraz od zmian aspiracji grup w ramach przedsiębiorstwa. Liczba celów również podlega zmianom. W miarę wzrostu ilości celów proces podejmowania decyzji staje się coraz bardziej złożony, a jego efektywność maleje.⁵²

Prosty model behawioralny użyty został przez R.M.Cyerta i J.G.Marcha jako ilustracja procesu podejmowania decyzji w dużej nowoczesnej spółce akcyjnej. Rozpatrują oni gałąź produkcji, w której działają dwa przedsiębiorstwa produkujące produkt jednorodny, czego konsekwencją jest jedna cena ukształtowana na rynku. Proces podejmowania decyzji dotyczy ilości produkowanego dobra.

Model wyboru organizacyjnego składa się z dziesięciu kroków:⁵³

- przewidywanie reakcji konkurentów,
- przewidywanie popytu na produkty przedsiębiorstwa,
- przewidywanie kosztów,
- określenie celów przedsiębiorstwa w postaci poziomów aspiracji,
- ocena rezultatów w porównaniu z celami,
- jeżeli cele nie są osiągnięte przedsiębiorstwo ponownie kalkuluje swoje informacje,
- ocena nowego rozwiązania za pomocą porównania go z celami,

⁴⁵ H.A.Simon, A Behavioural Model of Rational Choice, The Quarterly Journal of Economics 1955, s. 99-118

⁴⁶ R.M.Cyert, J.G.March, A Behavioural Theory of the Firm, Prentice-Hall, Englewood Cliffs 1963

⁴⁷ Ibidem, s. 9, 27

⁴⁸ Ibidem, s. 19

⁴⁹ H.A.Simon, A Behavioural Model of Rational Choice, op. cit., s. 99-118

⁵⁰ R.M.Cyert, J.G.March, A Behavioural Theory of the Firm, op. cit., s. 99

⁵¹ Ibidem, s. 40-43

⁵² Ibidem, s. 43

⁵³ Ibidem, s. 84-86

- jeżeli cele nie są osiągnięte przedsiębiorstwo wprowadza poprawki w przewidywanym popycie,
- ocena nowego rozwiązania poprzez porównanie go z celami,
- jeżeli cele nie są możliwe do zrealizowania po wprowadzonych poprawkach przedsiębiorstwo obniża swoje poziomy aspiracji. Poziomy aspiracji ulegają przesunięciu w dół.

Przedsiębiorstwo stosuje procedurę sekwencyjnego rozważania różnych alternatyw, w której przyjmowane jest pierwsze satysfakcjonujące rozwiązanie. Kiedy stosowana polityka prowadzi do osiągnięcia zamierzonych celów, nie poszukuje się lepszych alternatyw. Poszukiwania takie zostają rozpoczęte kiedy stosowane metody zawodzą.⁵⁴

Teoria ta została przez H.I.Ansoffa określona jako duży krok w kierunku rozwoju teorii przedsiębiorstwa z punktu widzenia osoby podejmującej decyzje. Koncentruje się ona na problemie operacyjnym, przedsiębiorstwo nie zmienia organizacji, a struktura jego produkcji jest stała.⁵⁵

8. Podsumowanie

Krytyka podstawowego założenia teorii neoklasycznych o maksymalizacji zysku jako celu działania przedsiębiorstwa zaowocowała powstaniem trzech podstawowych kierunków w ekonomii: teorii cen granicznych, teorii behawioralnych oraz teorii menedżerskich. Ich sformułowanie było ważnym krokiem w rozwoju myśli ekonomicznej. Stanowią one bowiem podstawę dla tworzenia kolejnych koncepcji, wyjaśniających w innym aspekcie prawidłowości w zachowaniach podmiotów gospodarczych. W latach późniejszych obserwuje się odejście od analiz na poziomie przedsiębiorstwa w kierunku badań dotyczących zachowań całych gałęzi. Zmiana ta zaowocowała między innymi powstaniem nowej ekonomii przemysłu i teorii potencjalnej konkurencji.

SPIS LITERATURY:

1. Ansoff H.I., *Corporate Strategy*, McGraw-Hill Book Company, New York 1965
2. Bain J.S., *A Note on Pricing In Monopoly and Oligopoly*, *The American Economic Review* 1949, Vol. 39
3. Bain J.S., *Essays on Price Theory and Industrial Organization*, Little, Brown and Co., Boston 1972
4. Baumol W.J., Blinder A.S., *Economic Principles and Policy*, Harcourt, Brace, Jovanovic, Inc., San Diego 1985
5. Baumol W.J., *Business Behaviour, Value, and Growth*, Revised ed., Harcourt, Brace and World, San Diego 1967
6. Cyert R.M., March J.G., *A Behavioural Theory of the Firm*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs 1963
7. Dobrzański K., Mendel T., Zimmiewicz K., *Cele polskich przedsiębiorstw w okresie transformacji*, *Organizacja i Kierowanie* 1995, nr4(82)
8. Huntsman B., Lewellen W.G., *Managerial Pay and Corporate Performance*, *The American Economic Review* 1970, Vol. 60
9. Koutsoyiannis A., *Modern Microeconomics*, MacMillan, Londyn 1983
10. Marris R., *A Model of the „Managerial” Enterprise*, *The Quarterly Journal of Economics*

⁵⁴ Ibidem, s. 112

⁵⁵ H.I.Ansoff, *Corporate Strategy*, op. cit., s. 22

-
- 1963, Vol. 77
11. Modigliani F., New Developments on the Oligopoly Front, *Journal of Political Economy* 1958, Vol. 66
 12. Simon H.A., A Behavioural Model of Rational Choice, *The Quarterly Journal of Economics* 1955
 13. Smyth D.J., Sales Maximization and Managerial Effort: Note, *The American Economic Review* 1969, Vol. 59
 14. Sylos-Labini P., *Oligopoly and Technical Progress*, Harvard University Press, Cambridge 1969
 15. Williamson O.E., *Economic Organization. Firms, Markets and Policy Control*, Wheatear Books, Brighton 1986
 16. Williamson O.E., *The Economics of Discretionary Behaviour: Managerial Objectives In a Theory of the Firm*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs 1964