

优劣分析:立即降价出售与库存一期降价出售的比较

山东财政学院 赵国杰 常东坡

[摘要] 如何处理好季节性商品滞留商品是每个流通企业头疼的问题,使企业最大限度避免损失,本文针对这一问题进行了分析,提出了较为合理的解决办法,并进一步针对现阶段存在的问题提出了思考。

[关键词] 库存 正确的决绝方法 思考

1. 引言

库存的一类经济决策属于典型的互斥方案优劣比较,例如季节性供大于求的商品,是立即降价出售有利,还是库存一期再降价出售有利呢?本文拟解决这类问题。

2. 问题的提出

某商店销售某种牌子的家用电取暖器,由于进货不当,天气将暖之际还剩 20 台未能售出。该商品进价 500 元,此外每台还发生 100 元的进货费用,该商品原销价为 1000 元。

如果降价到 800 元,估计可全部售出。如果不降价而库存至明年冬季,估计可以 920 元售出,即降价 8%,库存费每台平均 20 元,资本成本 $i = 15\%$,试分析,是降价出售好,还是库存到来年出售好。

3. 传统的解法

在解决这个问题时,通常认为已发生的每台 100 元的进货费用属于沉没成本,当然不考虑。据此若设降价方案为 A,库存方案为 B,则两方案的利益 M 分别为:

$$M_A = (800 - 500) \times 20 = 6000(\text{元})$$

$$M_B = (920 - 500 - 20) \times 20 - 20 = 8000(\text{元})$$

由此可以判定选择库存方案。

这种决策方法是否正确呢?

4. 错误的分析

这种解法显然是错误的。首先,上述解法中均扣除 500 元每台进价是错误的,因为这个 500 元已进货的购入费用实际上和那 100 元的进货费用性质相同,均为沉没成本,它与决定是否折价出售决策无关。⁽¹⁾ 无妨换个降价假设,如果降价到 500 元可以全部售出,商家真应留着这种已经不值钱的货吗?如果市场接受的价格真这么低,它不是应该立即清仓出售换回 $500 \times 20 = 10000$ 元的现金吗?

其次,500 元进货价和 100 元进货费虽为沉没成本,在决策中无须考虑,但若现在无从收回这笔费用,到

技术导向的,应该以客户需求为导向。特别是易逝性技术的强兼容性,更使得把握顾客需求成为竞争成败的关键,这就要求企业建立正确的顾客导向。大多企业都在进行顾客需求调查,都在迫切询问顾客想要什么产品。然而,1996 年美国的相关调查发现,270 个世界级企业中竟有 71% 发现自己实际并不了解顾客的真正需求。倾听顾客的声音是否重要?回答是肯定的。但是,企业不能仅仅满足于倾听顾客的声音,必须突破倾听这一层面,进一步辨别什么是顾客口头表达的内容,什么是他们心中真正想要的东西,即建立正确的顾客导向,从而提高对市场反应的主动性与灵活性。这样,企业才能通过持续的技术创新为目标顾客创造价值,将技术创新与顾客价值创造有机融合起来。

图 1 是对易逝性技术三特征与其超越路径的匹配。当然,在具体环境中易逝性技术所表现出的特征各有侧重,与之对应也需要突出不同路径的重要性。

四、结论

本文归纳了易逝性技术的特征,并从战略规划、组织学习、正确的顾客导向三方面对如何超越易逝性技术加以分析。本文的研究结论是:需要在战略上重视易逝性技术,以把握企业的长远发展机会;加强组织学习,才能突破原有技术和管理系统的惯性,突破原有认知模式;正确顾客导向使企业既能提高顾客价值又不至于盲目依附于顾客的短期要求,从而提高组织对市场反应的主动性与灵活性。

参考文献

- [1] 王永朵、鲁若愚《易逝性高科技产品更新的研究》, [J], 《中国科技论坛》, 2004 年 1 期, P85-88.
- [2] 夏保华《技术间断、技术创新陷阱与战略技术创新》, [J], 《科学学研究》, 2001 年 4 期, P81-86.
- [3] 约瑟夫·鲍尔、克莱顿·克里斯坦森《破坏性技术:逐浪之道》, [J], 《哈佛商业评论》(中文版), 2004 年 1 期, P129-140.

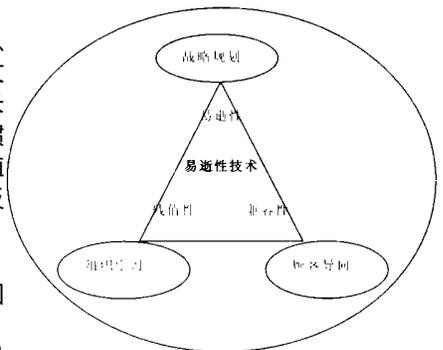


图 1: 易逝性技术特征及其超越路径

平衡计分卡:一种新型的业绩评价工具*

安徽技术师范学院管理学院 闫永海

[摘要] 平衡计分卡是顺应时代要求而产生的一种新型的合绩效评价方法,是当代最有影响的管理理念之一。据统计,目前,世界 500 强中的 80% 的企业都在使用它。本文首先介绍了平衡计分卡的基本内容,然后探讨了它与传统业绩评价方法的差异。

[关键词] 业绩评价 平衡计分卡 传统业绩评价

业绩评价是对企业在一段时期内利用其资源转化为成果的考核与计量,是企业管理中的一个重要环节。通过业绩评价,可以反映企业经营效率的高低,企业的目标是否完成或达到,从而促进企业改善经营,提高管理水平。在不同时期,由于企业生产经营特点以及所处的社会经济环境不同,企业绩效评价与管理方法大不相同。19 世纪以前,企业绩效评价基本采用观察性绩效评价方法。19 世纪工业革命以后,企业绩效评价基本用统计性业绩评价方法,设置了一些指标,但这些指标与财务会计无必然联系,只是统计性的。从 20 世纪

明年这时就相当于占用资金 1 年,其机会成本是不能不考虑的,因此,不处理商品库存一年的经济费用为

$$[(500 + 100) \times 0.15 + 20] \times 20 = 2200(\text{元})$$

所以,立即折价出售方案和库存一年后的方案的净收益分别为

$$M_A = 800 \times 20 = 16000(\text{元})$$

$$M_B = 920 \times 20 - [(500 + 100) \times 0.15 + 20] \times 20 = 16200(\text{元})$$

但是, A、B 方案的收入时点不同,不能直接比较,故依然不能得出应库存的结论。

5. 正折价的解法

在遵循沉没成本不计原则和基于机会成本比较原则之后,还应遵循技术经济学的时间价值可比原则,进行经济分析才能得出正确解。

基于 A、B 现金流量图,我们有

$$M_A = 800 \times 2 \times (1 + 0.15) = 18400(\text{元})$$

$$M_B = 16200 \text{ 元}$$

显然,应该立即折价出售而不应库存 1 年再出售。

6. 更深的思考

上述分析是基于传统经济理论的分析,如果考虑到实际微观决策中,还有一种“认知性亏损”现象,分析将更为接近其实际现象。例如,塞勃等提出并得到大量心理实验证实的“拥有效应”^[4],即一旦人们知道某一物品归自己所有,对该物品的喜好程度就会上升。为检验该效应,有学者将学生分为两组,一组拥有咖啡,一组不拥有咖啡,分别让两组学生出价,结果发现拥有咖啡的学生组的平均卖价比未拥有但平均买价高两部多,表明两组学生对咖啡价值的认知是非对称的。换言之,该商店的估计的可全部售出的降价估值很可能偏高。另一方面,季节转换之际降价销售或明年冬季再降价销售今天的商品都会使客户产生卖旧货的感受或认知,如阿克劳夫指出的旧车市场的逆向选择问题。买主信息缺失带来的认知性亏损导致其压价行为,压价的结果使较高质量的车逐渐退出市场,车的平均质量降低又使买主进一步压价,这将使整个市场萎缩乃至消失。总之,双方认知性亏损的存在导致成本高价格下跌,显然,交易期拖延越长,认知性亏损越大,实际成本高价格下降越多,这将加剧库存方案的不利性。故考虑“拥有效应”和“旧车市场的逆向选择效应”,立即降价出售,方案无疑比库存 1 年再降价出售更为有利。

参考文献

- [1] 赵国杰. 技术经济学(M). 天津:天津大学出版社,1996
- [2] 斯蒂格利茨. 经济学(M). 北京:中国人民大学出版社
- [3] 赵国杰. 工程经济学(M). (第 2 版)天津:天津大学出版社,2004
- [4] Thaler, R. Mental Accounting and Consumer Choice (J). Management Science, 1985, 4:199 - 214
- [5] Akerlof, G. The Market for Lemons: Quality Uncertainty and Market Mechanism (J). Quarterly Journal of Economics, 1971, 84:488 - 500

* 该文得到省教育厅人文社科研究课题《安徽省企业家人力资本开发问题与对策研究》(2005SK221)、院重点学科建设课题《安徽省企业家人力资本开发研究》(YZD2004 - 28)、院人文社科研究课题《财务、会计理论与教学研究》(RC200101)资助。