

ANDRZEJ SZPADERSKI

O POJĘCIU HANDLU

Rozważania o pojęciu handlu prowadzi będziemy przede wszystkim z punktu widzenia celu istnienia i działania tej dziedziny gospodarowania. Cel istnienia i działania jest bowiem głównym, a nawet konstytutywnym elementem pojęcia jakiegokolwiek dziedziny (działu) gospodarki, podobnie zresztą jak i każdej instytucji społecznej. Jednakże równocześnie będziemy mieli na uwadze pozostałe elementy owego pojęcia, tj. przedmiot i zakres działalności.

W każdej dziedzinie życia społecznego, szczególnie zaś w dziedzinie życia gospodarczego, odczuwa się potrzebę oparcia decyzji na jasno sformułowanym celu przedsięwzięcia. Trafne ujęcie celu stanowi pierwszy, nieodzowny warunek utrzymania trwałej zgodności między potrzebami a wywołanym przez nie postępowaniem człowieka. Ujęcie to rozstrzyga następnie o zakresie szczegółowego programu działania i przeznaczeniu środków, będąc ponadto właściwą miarą dla oceny podjętych czynności. Im doskonalej są one spełniane, tym przychylniejszy jest nasz sąd o nich, im mniej przyczyniają się one do zaspokojenia konkretnych potrzeb, tym silniejsze będą dążenia do zmian w systemie kierowania danym postępowaniem, działem gospodarki lub nawet całym systemem gospodarowania. Tego rodzaju ocena daje więc nie tylko zasadnicze korzyści teoretyczne, ale i doniosłe skutki natury praktycznej.

Instytucjonalne cele wyodrębnionych dziedzin gospodarczej aktywności człowieka tworzą w skali makroorganizacyjnej strukturę ogólnego celu gospodarowania, jakim jest zaspokajanie cywilizacyjnych potrzeb człowieka za pomocą różnego rodzaju środków egzystencji materialnej i duchowej. Tak więc wywodząca się ze społecznego podziału pracy specjalizacja poszczególnych dziedzin gospodarki może być uznana za swoistą gradację ogólności wspomnianego wyżej celu.

Problemowi celów handlu od dawna poświęca się wiele uwagi zarówno w piśmiennictwie społeczno-ekonomicznym, jak i w tekstach prawnych oraz w życiu codziennym. Znajduje on także żywy oddźwięk w dokumentach fachowych, za których pośrednictwem różne instytucje państwowe i samorządowe oraz stowarzyszenia społeczne przekazują przedsiębiorstwom propozycje, wskazówki, a nawet obligatoryjne za-

dania dotyczące działalności handlowej. Cennych informacji w omawianej kwestii dostarczają ponadto konkretne przejawy działalności przedsiębiorstw, jeśli oczywiście są one odpowiednio interpretowane pod tym kątem widzenia.

Dwa zasadnicze kryteria rozgraniczają całość poglądów o celach handlu: 1) zyskowość przedsiębiorstwa, oraz 2) potrzeby społeczne. Niektóre poglądy zajmują jednakże pośrednie stanowisko w tym podziale, a więc niesłuszne byłoby mniemanie, że każde ze znanych nam w tym przedmiocie określeń da się mechanicznie zaliczyć wyłącznie do jednej z podanych kategorii. Niestety — różnorodność, złożoność, dyfuzja i zmienność zjawisk społecznych utrudniają, a czasami nawet wręcz unie możliwiają operowanie absolutnie rozdzielnymi układami w klasyfikacji. Sprzyja to powstawaniu wielu pojęć „pogranicznych”, które oprócz wad mają tę dobrą stronę, iż łagodzą ostrość pojęć zbyt skrajnych, a przez to jednostronnych, dając w nagrodę wiele ciekawych spostrzeżeń o trudnej do objaśnienia rzeczywistości. Podobne zjawisko obserwujemy także w przypadku pojęć z dziedziny nauki o handlu.

Określenia o nastawieniu odpowiadającym pierwszemu kryterium traktują handel jako „zawodowe kupno dóbr gospodarczych w celach sprzedaży dla osiągnięcia zysku”¹ albo jako „zawodowe nabywanie i odprzedaż dóbr dla zarobku”², przenosząc tym samym punkt ciężkości w działalności handlowej z czynności wymiennych na płynące stąd korzyści w postaci zysku kupieckiego³.

Opowiadając się za zyskowością handlu, jedni autorzy nie określają jej poziomu, natomiast inni otwarcie propagują maksymalizację zysków, czasami nawet przy użyciu nierzetelnych sposobów. Ale są też autorzy, którzy tłumacząc uprawnienia kupca do zysku wkładem jego pracy i kapitału oraz gotowością ponoszenia strat i ryzyka, opowiadają się za tzw. godziwym zarobkiem, bądź uczciwym zyskiem, a jednocześnie za ochroną interesów nabywcy⁴.

Mimo oznak zainteresowania sprawami nabywcy, ta koncepcja celu nie jest w stanie wytłumaczyć społecznej i gospodarczej roli handlu. Identyfikuje ona bowiem handel wyłącznie z prywatnym pośrednictwem, dając na ogół pierwszeństwo ciasnemu interesowi kupca przed interesem społecznym. Przez sam fakt istnienia wymiany zaspokojenie potrzeb

¹ *Encyklopedia nauk politycznych*, t. II, Warszawa 1937, s. 535.

² *Podręczna encyklopedia handlowa*, t. I, Poznań 1931, s. 397.

³ Zyskowość, jako cel handlu, uznają ponadto: Lexis, Sonndorfer (por. T. Kłapkowski, *Handel rolniczy — podstawy aprowizacji*, Kraków 1947, s. 2—3) oraz C. F. Findeisen, a w literaturze polskiej: L. Blaumental, M. Seredyński, F. Tomanek, S. Kocot i S. Górniak (por. Z. Zakrzewski, *Rozwój polskiej myśli ekonomicznej w nauce o handlu*, Warszawa 1966, s. 22—23, 48—49).

⁴ Poglądy te omawia Z. Zakrzewski w pracy pt. *Rozwój polskiej myśli ekonomicznej w nauce o handlu*, op. cit., s. 23 i 48—49.

konsumpcyjnych stanowi bezsprzecznie przedmiot kupieckiej działalności, lecz nie jako cel równorzędny w stosunku do celu polegającego na czerpaniu zysku.

Pogląd, że problem celu handlu można rozwiązać na gruncie zysku, pozostaje w ścisłym związku z przyjętą w gospodarce kapitalistycznej zasadą prowadzenia działalności przedsiębiorczej⁵. Każde przedsiębiorstwo, jakkolwiek zostało ono zdefiniowane i bez względu na swoją formę własności, zespala ludzi i środki materialne do planowego wykonania wspólnym wysiłkiem prac zaspokajających potrzeby gospodarze innych osób. Żąda ono w zamian równoważnika wartości dostarczanych tym osobom dóbr czy usług, przewyższającego jednak związane z tym nakłady gospodarze⁶. W przeciwnym razie przedsiębiorstwo nie byłoby zdolne zwiększać wszelkiego rodzaju korzyści, jakich odeń oczekują konsumenci, nie byłoby ono w stanie sprostać rosnącym nieustannie potrzebom społecznym. Uzyskanie i wykorzystanie tej nadwyżki, czyli zysku, to — jak wiadomo — kwestia rozszerzonej reprodukcji gospodarczej przy pomocy akumulacji kapitału. Jednakże podniesienie motywu zysku do roli celu jedyne, a tym bardziej maksymalnego, musi ograniczyć inne cele, przed którymi stoi przedsiębiorstwo, biorąc na siebie obowiązek zaspokojenia ogólnych, a nie własnych potrzeb.

Działalność przedsiębiorstw oparta na zasadzie zyskowości nie mogła nie wywołać ostrej reakcji społecznej i krytyki, podejmowanej zresztą z różnych pobudek i pozycji ideowych. Pierwszym realnym przejawem opozycji społecznej było powołanie spółdzielczości spożywców, rolniczo-handlowej i rzemieślniczo-handlowej oraz przedsiębiorstw tzw. publicznych: komunalnych i państwowych⁷. Przecistawiając tendencji do

⁵ Na temat zysku jako wynagrodzenia przedsiębiorcy piszą: J. B. Say, J. S. Mill, F. B. Hermann (por. E. Taylor, *Historia rozwoju ekonomiki*, t. I, Poznań 1957, s. 100, 163 i 186) oraz E. Böhm-Bawerk, I. Fisher, F. H. Knight i A. Marshall (por. ibidem, t. II, s. 65, 217, 234 i 261). Według L. Misesa (*Bureaucracy*, New Haven 1962, s. 20) „celem każdego przedsiębiorcy, czy to człowieka interesów, czy farmera, jest zysk”. M. Frank (*Konferencja poświęcona zagadnieniom ekonomiki przemysłu — Wisła — maj. 1957*, Katowice 1957, s. 12) wyszczególnia następujące cechy społeczno-ekonomiczne przedsiębiorstwa kapitalistycznego: planowana organizacja czynników produkcji pracujących na rachunek i ryzyko gospodarze przedsiębiorcy, a mających na celu osiągnięcie zysku drogą wytwarzania i wymiany dóbr lub świadczenia usług gospodarczych. Zdaniem E. Taylora (*Teoria produkcji*, Warszawa—Łódź 1947, s. 12), celem przedsiębiorcy „staje się osiągnięcie możliwie maksymalnego zysku”. Pogląd ten podzielają: B. Gliński (*Teorie i praktyka zarządzania przedsiębiorstwami przemysłowymi*, Warszawa 1964, s. 125) oraz P. Sulmicki (*Proporcje gospodarcze*, Warszawa 1962, s. 112).

⁶ Por. *Encyklopedia nauk politycznych*, t. II, s. 384.

⁷ Zarys rozwoju poglądów oraz form organizacyjnych dotyczących przedsiębiorstw spółdzielczych i publicznych przedstawiają: Z. Zakrzewski, op. cit., oraz L. W. Biegeleisen, *Teoria i polityka przedsiębiorstw publicznych samorządu terytorialnego i państwa*, Warszawa 1931.

maksymalizacji zysku i wysokich kosztów pośrednictwa zasadę małego zysku przy dużym obrocie, przedsiębiorstwa spółdzielcze podjęły wysiłki o przebudowę struktury gospodarczej, potaniecie produkcji oraz obrotu. W praktyce przedsiębiorstw komunalnych dążenie do najwyższego zysku przekształcono z celu w metodę postępowania, a sam zysk przeznaczają się na cele społeczne, bez względu na opłacalność nakładów⁸. Od tego momentu obserwuje się poważne przegrupowanie akcentów w poglądach na zagadnienie celów i metod postępowania przedsiębiorstwa.

W opinii P. F. Druckera podkreślenie wyjątkowego znaczenia zysku wypacza działanie zarządców do takiego stopnia, iż może zagrozić istnieniu przedsiębiorstwa. Forsując bowiem produkcję artykułów łatwych do sprzedaży, a zaniedbując produkcję tych, które znajdują zyskowny zbyt w przyszłości, zarządcy dbają o zysk dzisiaj, a zagrażają jutru przedsiębiorstwa⁹.

Maksymalizacja zysku w okresie rocznym musi spowodować zaniechanie nakładów, które nie przyczyniają się do zwiększenia zysku w tak krótkim okresie, a tym bardziej — zaniechanie nakładów, które mogłyby przynieść pożyteczne rezultaty dopiero w przyszłych latach, lecz zmniejszają zysk w danym okresie, np. nakłady związane z udoskonalaniem produkcji artykułów już wytwarzanych, bądź produkcją nowych. Maksymalizacja zysku w okresie rocznym prowadziłaby nieuchronnie do osłabienia czy nawet zahamowania postępu technicznego, ponieważ wymaga on niemal we wszystkich okolicznościach dokonywania nakładów przynoszących efekt ekonomiczny po upływie dłuższego okresu. Stąd też we współczesnej gospodarce kapitalistycznej występuje dążenie do maksymalizacji zysku wieloletniego, a nie rocznego. Dochodzi ono do skutku poprzez swoiste programowanie, mając za podstawę rozszerzenie produkcji i maksymalizację rocznej sumy sprzedaży, przy założeniu, że zysk uważany za minimalny musi być osiągnięty bez podniesienia cen¹⁰. Znamienne w ostatniej kwestii ocenę daje A. D. Chandler: o ile dawniej ceny określały strumień dóbr od producenta do konsumenta, to dzisiaj, w licznych ważnych gałęziach gospodarki, kilka wielkich przedsiębiorstw koordynuje ten strumień na podstawie przewidywań popytu końcowego. Wynikają one z badań przeprowadzonych przez ich wydziały badań statystycznych¹¹. Z faktów tych nowoczesny przedsiębiorca kapitalistyczny zdaje sobie obecnie sprawę o wiele lepiej niż kiedykolwiek przedtem, uzależ-

⁸ L. Biegeleisen, op. cit., s. 3—4.

⁹ P. F. Drucker, *The Objectives of a Business Management*, w: *A Book of Reading*, New York 1964, s. 50.

¹⁰ B. Minc, *Postęp ekonomiczny*, Warszawa 1967, s. 362—363 i 359.

¹¹ A. D. Chandler, *Le rôle de la firme dans l'économie américaine*, *L'Economie appliquée* 1964, t. XVII, nr 2—3, s. 352.

niając zysk od zaspokojenia potrzeb rynku. Ostatecznie gospodarowanie i produkcja społeczna powinny i w tym układzie społeczno-ekonomicznym prowadzić do zaspokojenia ludzkich potrzeb¹². Dlatego rozległą skalę zysku jako dominującego motywu ekonomicznej aktywności kapitalistycznego przedsiębiorstwa wykorzystuje się od punktu minimalnego do maksymalnego.

O kierunku i powodzeniu działalności współczesnego przedsiębiorstwa w coraz silniejszym stopniu decydują trzy główne czynniki: 1) zdolność wyprodukowania i zbytu tego, czego wymagają konsumenci, po cenach, jakie skłonni są zapłacić; 2) zdolność zapewnienia pracownikom atrakcyjnego wynagrodzenia; 3) zdolność osiągania zysków na tyle wysokich, by skłoniły kapitał do inwestowania w dane przedsiębiorstwo. Oczywiście, w warunkach cywilizacji przemysłowej, masowości produkcji i potrzeb oraz rozwoju demokratyzacji społecznej, czynniki te mają nieograniczone znaczenie ekonomiczne¹³. Mutatis mutandis odnoszą się one do zarządzania przedsiębiorstwami we wszystkich jego formach funkcjonalnych.

Wielu badaczy stawia sobie dziś pytanie, czy postępowanie przedsiębiorcy może być dostatecznie wyjaśnione po prostu przez motyw pogoni za zyskiem¹⁴. Pytanie to wydaje się uzasadnione w świetle nowoczesnych poglądów na istotę przedsiębiorstwa. Tak na przykład według P. F. Druckera przedsiębiorstwo charakteryzuje następujący zakres celów i czynności: kreowanie sobie odbiorców i wyrabianie pozycji rynkowej, wprowadzanie innowacji w postaci nowych artykułów, troska o produktywność, zasoby fizyczne, finansowe i zyskowość, rozwój kadry kierowniczej i pracowniczej, a wreszcie — odpowiedzialność publiczna¹⁵. Rozpatrując wielokierunkową działalność nowoczesnego przedsiębiorstwa R. C. Davis w następujący, ciekawy sposób systematyzuje jego cele: 1) podstawowe cele usługowe, organizacyjne i operacyjne, obejmujące dostarczanie odbiorcom dóbr i usług; 2) równoległe cele usługowe, osobowe i społeczne, obejmujące m. in. dobre płace, dobre stosunki międzyludzkie i wysokie dywidendy; 3) wtórne cele usługowe," obejmujące parametry ekonomiczności i skuteczności ważne dla dwóch pierwszych grup¹⁶.

Wielokierunkowy program celów i czynności nowoczesnego przedsiębiorstwa zawarty w przytoczonych ostatnio określeniach odróżnia je w znacznej mierze od poprzednich, reprezentujących stosunkowo wąski punkt widzenia. Nie wdając się w szczegółową ocenę ich konstrukcji

¹² B. Minc, op. cit., s. 60—81.

¹³ A. Szpaderski, *Warunki działania współczesnego handlu*, Handel Wewnętrzny 1967, nr 6.

¹⁴ E. James, *Historia myśli ekonomicznej XX wieku*, Warszawa 1958, s. 380.

¹⁵ P. F. Drucker, *The Practice of Management*, New York 1954, s. 37 i 63.

¹⁶ R. C. Davis, *The Fundamentals of Top Management*, New York 1957, s. 97 i n.

i treści, wypada stwierdzić, że motyw zysku zszedł tu — przynajmniej *ex definitione* — do roli celu równorzędnego względem pozostałych. Z pewnością byłoby rzeczą nadzwyczaj interesującą omawiać sposób, w jaki pewien cel, spośród wyszczególnionych, wpływa na inny, przeciwdziałając bądź sprzyjając w jego osiągnięciu.

Trudno tu podejmować analizę tych zależności, więc musimy poprzestać na następującym stwierdzeniu: zgodność celów współrzędnych ułatwia dostosowanie się przedsiębiorstwa do wszechstronnych potrzeb — własnych i otoczenia, natomiast rywalizacja między celami stanowi na tym polu poważną przeszkodę, stając się źródłem niezadowolenia kontrahentów przedsiębiorstwa z jego wyników.

W stosunku do poglądów wywodzących cel handlu z zasady zyskowości przedsiębiorstwa biegunowo odmienne zapatrywania w tej kwestii reprezentują poglądy uniwersalistyczne¹⁷. Zastępując wąsko pojęty motyw zysku przez szeroko rozumiane interesy i potrzeby społeczne, jako punkt wyjścia i rozstrzygające kryterium w ukształtowaniu celów handlu i przedsiębiorstwa handlowego, poglądy te na innej zgoła płaszczyźnie stawiają czynności kupna i sprzedaży towarów¹⁸, uznawane dotąd tradycyjnie za jedyny przejaw handlowej aktywności. Dążenie do zysku przestało być w tym ujęciu centralnym zjawiskiem, zmieniając się z celu w metodę postępowania. Społeczne funkcje handlu szczególnie wyraźnie podkreślają koncepcje handlu socjalistycznego.

W dalszych rozważaniach będziemy mieli sposobność szczegółowego omówienia celów handlu opartych na podłożu społecznym. Wyrażone *explicite*, bądź za pomocą opisu roli czy też zadań handlu, różnią się one wprawdzie co do zakresu, gdyż rozmaicie akcentują znaczenie poszczególnych funkcji wymiennych, ale pod względem społecznej treści są do siebie bardzo zbliżone.

E. Garbacik definiuje handel „jako wyodrębnioną działalność w procesie cyrkulacji, mającą na celu zawodowe pośrednictwo w wymianie towarowej”¹⁹. Od definicji tej nie odbiega zasadniczo określenie A. Wakara, który stwierdza, że „najbardziej ogólnie handel można określić jako pośredniczenie pomiędzy wytwórcami i konsumentami”²⁰. Podobne zapatrywanie wyraża L. Bücher: handel ma za zadanie pośredniczenie między producentem a konsumentem, a w tej roli może on uzasadnić

¹⁷ Por. T. Kłapkowski, *op. cit.*, s. 2—3.

¹⁸ Por. T. Sztucki, *O teoriach handlu socjalistycznego*, w: *Podstawowe problemy handlu — konferencja naukowa katedr handlowych wyższych szkół ekonomicznych*, 1963, s. 183.

¹⁹ E. Garbacik, *Obrót towarowy w ustroju socjalistycznym*, Zeszyty Naukowe WSE w Krakowie 1961, nr 16, s. 18.

²⁰ E. Wakar, hasło „Teoria handlu” w *Encyklopedii handlowej*, Handel Wewnętrzny 1961, nr 6, s. 113.

swe istnienie tylko tym, że usługi świadczy społeczeństwu lepiej i taniej aniżeli to mogło mieć miejsce bez niego²¹.

W praktyce i literaturze ekonomicznej pośrednictwo handlowe rozumiane jest w dwojaki sposób. W węższym znaczeniu pojęciem tym określa się organizację przenoszenia dóbr z osoby na osobę drogą kupna i sprzedaży. Określenie to poważnie ogranicza zakres faktycznej działalności handlowej, sprowadzając ją jedynie do czynności powodujących zmianę tytułów własności rzeczy i nadając de facto pojęciu handlu sens czysto prawny²². W szerszym znaczeniu tego słowa na czoło wysuwają się funkcje ogólnogospodarcze, których treścią jest nie tyle przenoszenie tytułów własności, co utrzymywanie, doskonalenie i rozwijanie społecznie pożądanej więzi materialnej między producentami i konsumentami. Większość poglądów na istotę handlu wiąże się z szerszym ujęciem pośrednictwa handlowego.

Warto przy okazji zaznaczyć, że dla działalności handlowej charakterystyczne są transakcje nie tylko między producentami i konsumentami indywidualnymi, lecz również między producentami. Mówiąc o konsumentach powinniśmy więc mieć na uwadze odbiorców towarów reprezentujących sferę konsumpcji sensu latorii. Tak pojęta konsumpcja, czyli spożycie, oznacza zużywanie różnorodnych dóbr i korzystanie z usług w celu zaspokojenia bądź to osobistych potrzeb ludzkich (tzw. konsumpcja bezpośrednia, czyli ostateczna w potocznym znaczeniu tego słowa), bądź też potrzeb produkcyjnych, związanych z wytwarzaniem nowych wartości użytkowych, albo usług (tzw. konsumpcja pośrednia, czyli produkcyjna). Drugi rodzaj konsumpcji nie jest jednak celem działalności gospodarczej człowieka, lecz tylko środkiem do celu ostatecznego, tzn. spożycia osobistego. Tym samym spożycie produkcyjne musi być podporządkowane spożyciu osobistemu także w teleologicznym ujęciu istoty handlu.

Konieczności utrzymywania materialnej więzi między producentami a konsumentami za pośrednictwem obrotu towarowego jest w prostej linii następstwem społecznego podziału pracy, który został zapoczątkowany w historycznie zamierzczłym okresie, lecz trwa nieustannie, przybierając coraz nowsze formy. Jego istotę wyraża stałe wyodrębnianie się i równoczesne istnienie różnych uzupełniających się i nawzajem zależnych, bo wyspecjalizowanych rodzajów działalności²³, czyli niezliczonej ilości tzw. prac konkretnych. One to właśnie tworzą podlegające wymianie towarowej wartości użytkowe.

²¹ K. Bücher, *Der deutsche Buchhandel und die Wissenschaft*, cyt. za T. Kłapkowskiem, op. cit., s. 3.

²² Ten punkt widzenia reprezentuje Burri (wg T. Kłapkowskiego, op. cit., s. 3). Zbliżone stanowisko zajmuje: *Meyers Neues Lexikon*, t. III, Leipzig 1962, hasło „Handel”, s. 946.

²³ Por. *Mala encyklopedia ekonomiczna*, Warszawa 1961, s. 504.

W każdej rozwiniętej, a więc opartej na silnie rozbudowanej specjalizacji gospodarce rynkowej zaznaczają się wyraźniej niż w gospodarce naturalnej zasadnicze dysproporcje we wzajemnym ustosunkowaniu produkcji do zapotrzebowania, ze względu na rodzaj, ilość i jakość towaru, element czasu, element przestrzeni oraz asortymentową strukturę obrotu towarowego²⁴. Na tym tle postępuje swoiste uspołecznienie procesu pracy. Oddzieleni pod względem majątkowym wytwórcy stają się bowiem tym bardziej zależni od siebie, im bardziej są wyspecjalizowani. Wiązanie rezultatów wyspecjalizowanej pracy za pomocą sprawnie działającej wymiany towarowo-pieniężnej leży więc w interesie zarówno bezpośredniej, jak i pośredniej konsumpcji dóbr i usług.

W fazie początkowej rozwój społecznego podziału pracy przyniósł wyodrębnienie się hodowli, rzemiosła (przemysłu), a potem — warstwy kupców. W następnych, historycznie bliższych współczesności fazach podział pracy przybrał formy tak bogate, że trudno je uchwycić w szczegółach. Odbywa się on nieustannie w różnych układach, a więc wewnątrz działów i gałęzi gospodarki, a także wewnątrz przedsiębiorstw, ich zakładów i wydziałów. Zazębia się z nim jeszcze podział na zawody i specjalności w zawodzie oraz terytorialny podział pracy. Ten ostatni znajduje wyraz w geograficznym rozmieszczeniu produkcji stosownie do szeregu czynników, jak źródła surowcowe, warunki komunikacyjne, zasoby siły roboczej itp.²⁵.

Pojęcie rynku, jego znaczenie, zasięg, organizacja, a nade wszystko rozwój wyrażony wielkością osiągniętych obrotów nie da się tedy oddzielić od pojęcia społecznego podziału pracy i od stopnia specjalizacji produkcji²⁶. W tych okolicznościach najmniejszy nawet produkt, podobnie jak i najmniejszy efekt użytkowy osiągnięty w konsumpcji finalnej jest wynikiem aktywności ogromnej armii producentów i pośredników handlowych. W obecnych warunkach są oni w jednakowym stopniu pożyteczni dla procesu konsumpcji, nie ma więc potrzeby stopniować znaczenia ich pracy.

Podkreślając doniosłą rolę podyktowanego względami społecznymi pośrednictwa handlowego K. Marks stwierdza, że „handel sprzyja wytwarzaniu nadwyżki produktu. Produkt staje się [...] towarem dzięki handlowi. Nie ruch wyprodukowanych towarów tworzy handel, to właśnie handel sprawia, że produkty przekształcają się w towary”²⁷. W sło-

²⁴ Por. F. E. Clark, C. P. Clark, *Principles of Marketing*, New York 1947, s. 12—21; T. Kłapkowski, op. cit., s. 5—8; W. Abel, *Agrarpolitik*, Göttingen 1951, s. 327; *Ekonomika handlu*, pod. red. Z. Zakrzewskiego, Warszawa—Poznań 1964, s. 19—20.

²⁵ Por. *Mala encyklopedia ekonomiczna*, s. 504.

²⁶ Por. W. Lenin, *W związku z tak zwaną kwestią rynków*, w: *Dziela*, t. I, 1950, s. 96—97.

²⁷ K. Marks, *Kapitał*, t. III, Warszawa ..., s. 353—354.

wach tych — zdaniem E. Garbacika — podkreślona została czynna, dynamiczna rola handlu, który z jednej strony przyspiesza realizację produktu, czyli odtworzenie sił zużytych w procesie pracy, skraca drogi przebiegu towaru i umożliwia zaangażowanie większych nakładów na rozbudowę produkcji, gdyż taniej wykonuje funkcje obrotu, a z drugiej strony, jako reprezentant potrzeb rynkowych i popytu, wpływa na prawidłowe nastawienie samego procesu produkcji²⁸.

Stwierdzenia powyższe rzucają charakterystyczne światło na różne poglądy dotyczące istoty handlu, a więc jego celów, zakresu funkcji, roli i odpowiedzialności. Okazuje się, że te same czynniki, którym handel zawdzięcza swoje istnienie jako pośrednik w zakupie i sprzedaży, określają drugi, równie ważny cel jego działalności. Jest nim kształtowanie i aktywizowanie metodami rynkowymi produkcji towarów, nazywane koordynacją decyzji produkcyjnych i konsumpcyjnych za pośrednictwem obrotu towarowego²⁹. Łatwo teraz dojść do przekonania, że poglądy na istotę handlu akcentujące drugi cel jego działalności utrzymują szeroki margines przewagi nad poglądami, które kładą główny nacisk na takie cele i czynności, jak rozdział i przesuwanie (przenoszenie) towarów w przestrzeni i czasie ze sfery produkcji do sfery spożycia indywidualnego lub też zużycia przetwórczego w drodze umów kupna-sprzedaży³⁰.

Spojrzenie na handel tylko jako na ogniwo wiążące produkcję z konsumpcją nie dość jasno uwypukla jego cel i aktywną rolę w gospodarowaniu³¹. Ten punkt widzenia przemawiałby właściwie na rzecz całkowitego uzależnienia handlu i konsumpcji od produkcji, gdyby nie dodatkowe twierdzenia uzupełniające. Wymienione już poza definicją istoty handlu, dość luźno określają znaczenie metod rynkowych w systemie akceptacji produkcji przez jej odbiorców. Tak na przykład charakteryzując ewolucję koncepcji handlu socjalistycznego w Polsce Z. Zakrzewski

²⁸ E. Garbacik, *Ekonomika obrotu towarowego*, Kraków 1961, s. 51.

²⁹ Por. W. Jastrzębowski, *Handel i pojęcia pokrewne*, Handel Wewnętrzny 1960, nr 5, s. 17 i 27; E. Garbacik, *Przedmiot nauki o obrocie towarowym*, Handel Wewnętrzny 1960, nr 4, s. 5—6, oraz *Obrót towarowy w ustroju socjalistycznym*, op. cit., s. 20—24. Zbliżone na tę kwestię zapatrywanie wyraża L. P. Fiedowa (*O suszczności sowieckiej торговли*, Wiestnik Lenigradskiego Uniwersiteta 1959, nr 25, s. 32), stwierdzając, że zasadniczą funkcją handlu „jest doprowadzenie towarów do konsumentów w asortymencie i jakości odpowiadających popytowi”.

³⁰ Por. *Der Grosse Herder-Nachschlagewerk für Wissen und Leben*, Freiburg im Breisgau 1933, t. V, hasło „Handel”, s. 1185; *Bolszaja sowieckaja encyklopedija*, wyd. 2, t. 43, s. 11—16; *Ekonomika торговли*, Moskwa 1962, s. 70; *Mała encyklopedia ekonomiczna*, s. 202; *Ekonomika handlu*, pod red. Z. Zakrzewskiego, op. cit., s. 11; Z. Zakrzewski, *Podstawy teoretyczne ekonomiki handlu wewnętrznego*, Roczniki Ekonomiczne 1962/63, t. XV, s. 246—247 i 250; *Koncepcje handlu socjalistycznego — charakterystyka*, w pracy Z. Zakrzewskiego pt. *Rozwój polskiej myśli ekonomicznej w nauce o handlu*, op. cit., s. 113—114, 116, 151 i 166.

³¹ *Teoria handlu socjalistycznego*, praca zbiorowa pod kier. nauk. A. Wakara, Warszawa 1966, s. 35—36.

pisze m. in., że dopiero po 1955 r. istotną rolę handlu socjalistycznego widziano słusznie w jego oddziaływaniu na produkcję pod kątem dostosowania jej do wzrastających i w pewnej mierze celowo przez państwo kształtowanych potrzeb³². A dalej czytamy: „W poprzednim okresie przyjmowano ciche założenie, typowe dla sytuacji rynku sprzedawcy, że wszystko, co zostało wyprodukowane, umożliwia zaspokojenie efektywnego popytu ludności, a zatem chodzi tylko o to, aby zbywać towary najniższym kosztem”³³. W innej pracy tegoż autora można ponadto znaleźć takie oto uzupełniające twierdzenie do definicji upatrujących istotę handlu w przesuwaniu towarów z produkcji do konsumpcji: „W warunkach socjalizmu działalność handlu jest programowo nastawiona na możliwie jak najlepsze zaspokojenie potrzeb ludności. Realizacja tego celu [celu handlu] jest zależna od sposobu zarządzania procesami obrotu”³⁴. „Do istoty handlu należy [...] zaspokajanie potrzeb ludności towarami ze sfery produkcji. W warunkach socjalizmu [...] można oczekiwać aktywnej roli handlu w kształtowaniu obrotów rynkowych. Rola ta polega nie tylko na oddziaływaniu handlu na przemysł w sensie pełnego dostosowania jego programu produkcyjnego do żądań konsumentów, lecz również — na wskazywaniu im nowych kierunków i sposobów spożycia”³⁵.

Skoro realizacja (sprzedaż) towarów stanowi ostateczny sprawdzian, czy towary odpowiadają potrzebom społecznym³⁶, a tym samym, czy osiągnięty został cel produkcji, to pośrednictwo handlowe musi być nie tylko rozumiane i rozpatrywane, lecz przede wszystkim *explicite* zdefiniowane — jako działalność uzgadniająca kierunki produkcji towarowej z popytem. Stworzenie popytu rodzi bowiem gospodarczy obowiązek jego pokrycia, a pokrywanie popytu odpowiednią podażą zmusza — z przyczyn czysto ekonomicznych — do kontroli stopnia zaspokojenia rzeczywistych potrzeb. Wszystko to odbywa się przecież w skali masowej nie drogą bezpośrednich kontaktów konsumenta z wytwórcą, lecz za pośrednictwem handlu.

Tego rodzaju konieczności i tendencje ujawniają się najwyraźniej w warunkach ustroju socjalistycznego. Ogólnie mówiąc, za ich pośrednictwem wyraża się społeczno-gospodarczy sens tej formacji, polegający na tym, że użytecznym efektem konsumpcji ustępują miejsca wszelkie inne motywy produkcji i wymiany. Przy tym założeniu celem ekonomicznym socjalizmu jest w dłuższym okresie czasu powiększenie spożycia, wskutek ciągłego wzrostu produktu społecznego³⁷, a jednocześnie

³² Z. Zakrzewski, *Rozwój polskiej myśli ekonomicznej...*, op. cit., s. 115.

³³ Ibidem, s. 166.

³⁴ *Ekonomika handlu*, pod red. Z. Zakrzewskiego, op. cit., s. 21.

³⁵ Ibidem, s. 24.

³⁶ Por. B. Minc, *Ekonomia polityczna socjalizmu*, Warszawa 1963, s. 451—452.

³⁷ P. Sulmicki, op. cit., s. 152.

„zapewnienie zgodnej z popytem konsumenta struktury spożycia oraz stworzenie takiej struktury akumulacji, która przyczyni się do maksymalizacji wzrostu produktu końcowego, a równocześnie zapewni wyznaczone (co do ilości i rodzaju) spożycie w następnym okresie”³⁸. Zdaniem B. Minca, funkcją celu w planach rocznych przedsiębiorstw powinno być osiągnięcie maksymalnego w rozmiarach fizycznych produktu końcowego — nie tylko przedmiotów spożycia, ale i różnego rodzaju usług — w stosunku do rozporządzalnych nakładów pracy żywej i uprzedmiotowionej. Za produkt końcowy należy uważać tylko produkt sprzedany³⁹.

Nasuwa się teraz nieodparcie następujący wniosek: końcowa faza przebiegu towarowego od producenta do konsumenta, będąca zarazem miejscem sygnałów o stopniu faktycznej zgodności produkcji z potrzebami, jest niewątpliwie o wiele bardziej charakterystyczna dla handlowej aktywności niż faza początkowa. Tym samym mechanizm zamówień i decyzji produkcyjnych musi brać początek z doświadczeń konsumpcyjnych, uzewnętrzniczonych w przebiegu sprzedaży i w gotowości do dalszych zakupów, a nie z innych źródeł. Jedynie takie podejście do kwestii powiązania produkcji z rynkiem pozwala w pełni uznać działalność handlową za wyraziciela indywidualnych i ogólnych potrzeb konsumpcyjnych. Podejście to nie odbiera producentom prawa i obowiązku do innowacji i wynalazczości, jeśli tylko odzwierciedlają one rzeczywiste potrzeby i znajdują pokrycie w zgłoszonej sile nabywczej. Ujęcia oparte na odmiennym zapatrywaniu nie są wystarczające i dlatego nie wytrzymują próby życia. Ich źródła tkwią w zbyt sztywnym pod względem instytucjonalnym oddzieleniu produkcji, a zwłaszcza przemysłu, od handlu⁴⁰. Stało się ono obowiązującą zasadą organizacji gospodarki narodowej w silnie scentralizowanych systemach zarządzania, a przecież żadne przesłanki pragmatyczne nie przemawiały za przekształceniem na tak szeroką skalę utartego układu funkcjonalnego w sztywny układ administracyjny, oparty na instytucjonalnych przesłankach.

Instytucje zaliczane do przemysłu zatrzymały przy sobie wyłącznie funkcje zbytu i zaopatrzenia materiałowo-technicznego. Przemysł znalazł się tym samym poza zasięgiem funkcji hurtu i detalu. Wzrosła więc rola i masa czynności polegających na zabieganiu o towary. Układ or-

³⁸ Ibidem, s. 161. Por. także zgodne z tym określeniem poglądy B. Minca w jego pracach: *Cel gospodarki, planowanie i produkcja towarowa w socjalizmie*, Gospodarka Planowa 1960, nr 4, s. 20; *Ekonomia polityczna socjalizmu*, op. cit., s. 87—88; *Problemy i kierunki rozwoju ekonomii politycznej*, Warszawa 1967, s. 20; *Postęp ekonomiczny*, op. cit., s. 370.

³⁹ B. Minc, *Postęp ekonomiczny*, op. cit., s. 370 i 375.

⁴⁰ W. Jastrzębowski (*Handel i pojęcia pokrewne*, op. cit., s. 25) pisze na ten temat: „W gospodarce socjalistycznej zasada podziału pracy i specjalizacji skłania często do aż nazbyt ostrego odcinania czynności handlowych od czynności produkcyjnych”.

organizacyjny hurtu przystosowano bowiem do odbierania towarów i przesuwania ich do detalu, a układ organizacyjny detalu — do przyjmowania i rozdzielania towarów między poszczególne sklepy. Handel hurtowy i detaliczny utracił wskutek tego zdolność prostego współdziałania z równie „czystym” w sensie organizacyjnym przemysłem⁴¹, a także zdolność zabiegania o nabywcę. Sztuczne i sztywne oddzielenie instytucji handlowych od przemysłowych doprowadziło nawet do tego, że pod pojęcie handlu podkładano zakres kompetencji ministerstwa handlu w sprawach dotyczących podległych mu przedsiębiorstw. Dostosowanie rozwiązań organizacyjnych do pełnienia przez handel funkcji rozdzielnictwa, a nie wymiany towarowej w pełnym tego słowa znaczeniu, wzmocnione było dodatkowo przez — towarzyszące nadmiernej centralizacji zarządzania — zjawisko nierównowagi rynkowej, sprzyjające utrzymaniu tych form organizacyjnych, które ułatwiają względnie równomierny rozdział niedostatecznej ilości towarów.

Dzisiaj, na skutek odejścia od silnie scentralizowanych form zarządzania, pojęcie handlu uległo znacznemu rozszerzeniu. Żąda się przy tym, aby przekazywał on producentom informacje o potrzebach nabywców i wpływał na nich, skłaniając do wytwarzania towarów odpowiadających wymaganiom konsumpcyjnym. Żąda się ponadto, aby nie przyjmował on wyrobów niezgodnych z tymi wymaganiami. Handel ma określać wielkość i strukturę przewidywanego popytu konsumpcyjnego, a następnie przedkładać zapotrzebowanie rynkowe w postaci swego zamówienia różnym gałęziom produkcji, by jak najsprawniej doprowadzić pożądanę i wytworzone towary do rąk nabywców⁴². Przesuwanie masy dóbr stanowi w tym układzie czynność wtórną w stosunku do skomplikowanych zabiegów handlowych mających na celu poznanie, sformułowanie, przekazanie i wyegzekwowanie zamówień towarowych, które tym samym decydują o istocie zawodowego pośrednictwa handlu w wymianie.

Oryginalnością w podejściu do kwestii istoty i celu handlu odznacza się tzw. usługowa teoria handlu⁴³. Wyszła ona m. in. z założenia, że utoż-

⁴¹ Stąd w polskiej literaturze handlowej lat sześćdziesiątych szczególną uwagę zwraca poszukiwanie elementów pozwalających ściślej połączyć nadmiernie odgraniczone od siebie sfery: zbytu, hurtu i detalu. Dorobek piśmiennictwa, zjazdów i konferencji poświęcony tej problematyce nosi ogólną nazwę: stosunki handel-przemysł, lub: współpraca między handlem a przemysłem. Wobec piętrzących się trudności w regulowaniu stosunków między tymi sferami, zgodzono się już nawet pod pojęciem handlu rozumieć wyłącznie hurt i detal, aby tylko w jakiś sposób nakłonić przemysł do udziału w kłopotach rynkowych, mimo że posiada on w swej strukturze decydujące dla stosunków rynkowych ogniwo, jakim jest zbyt i zapatrzanie materiałowo-techniczne.

⁴² T. Sztucki, op. cit., s. 183.

⁴³ E. Garbacik (*Rozwój teorii handlu wewnętrznego*, Handel Wewnętrzny 1962, nr 4, s. 7) ustosunkowując się do tej teorii podkreśla m. in. jej oryginalność, lecz

samianie działalności handlu z przesuwaniem masy towarowej między wytwórcami a konsumentami nie wydaje się celowo, a postawienie akcentu jedynie na owym przesuwaniu pozostawia w cieniu istotną funkcję handlu, tj. świadczenie usług nabywcom⁴⁴. Stąd też, opierając swoje twierdzenie na społecznym podłożu, koncepcja usługowej działalności handlu widzi jego cel w świadczeniu indywidualnym konsumentom usług handlowych, czyli w stwarzaniu im udogodnień towarzyszących sprzedaży. Zalicza się do nich przede wszystkim wyręczanie konsumentów w wielu czynnościach związanych z prowadzeniem gospodarstwa domowego oraz pomoc w podjęciu użytkowania szeregu dóbr. Cel ten wyprowadzają autorzy z ogólnego celu gospodarki socjalistycznej⁴⁵.

Działalność usługową handlu obrazuje najlepiej syntetyczne pojęcie tzw. usługi pełnego asortymentu. Składają się na nie następujące usługi: 1) wyręczanie gospodarstw domowych w czynności gromadzenia zapasów na codzienny użytek; 2) dbałość o nieprzerwane i pod każdym względem pełne zaopatrzenie konsumentów w towary (przy czym handel musi dbać o takie zaopatrzenie, aby z jednej strony nie było braków, a z drugiej — aby można było zapobiec zbyt dużym nadmiarom towarów w sieci handlowej); 3) oferowanie towarów w sposób i na warunkach najbardziej dogodnych dla konsumenta⁴⁶. Inne usługi są pochodną owej wiodącej i podstawowej usługi pełnego asortymentu.

Między poszczególnymi odcinkami handlowej działalności istnieje równowaga sił; albowiem jednakowe znaczenie mają wszystkie funkcje, jakie handel spełnia w procesie reprodukcji: 1) dokonywanie obrotu kapitałem społecznym przez zakup i sprzedaż; 2) świadczenie usługi pełnego asortymentu; 3) świadczenie innych usług. Niemniej jednak własne, samoistne, a zarazem najbardziej charakterystyczne funkcje handlu,

równocześnie zauważa, że zawartych w niej wywodów nie można nazywać teorią. Zresztą, nawet ich autorzy sami stwierdzają, że istnieje jedna, ogólna teoria handlu socjalistycznego, a tzw. teoria usługowa stanowi jej rozwinięcie. Tym samym wywodom swoim odbierają przywilej do miana odrębnej teorii (por. *Teoria handlu socjalistycznego*, op. cit., s. 31 i 42—43, oraz E. Wiszniewski, *Usługa pełnego asortymentu*, w: *Podstawowe problemy handlu ...*, op. cit. s. 42—43).

⁴⁴ *Teoria handlu socjalistycznego*, op. cit., s. 15.

⁴⁵ *Ibidem*, szczególnie s. 36—44 i 176, oraz E. Wiszniewski, op. cit., s. 40 i n.

⁴⁶ Różnorodne aspekty usług handlowych przedstawiają w swoich pracach: W. Jastrzębowski, *Podaż usług*, *Życie Gospodarcze* 1957, nr 44, oraz *Rynek usług*, *Handel Wewnętrzny* 1958, nr 2; J. Kurnal, *Usługi handlowe i perspektywy ich rozwoju*, *Handel Wewnętrzny* 1959, nr 1, oraz *Zasady gospodarowania usługami handlowymi w polskim modelu gospodarczym*, Warszawa 1959, A. Wakar, *Konsument a handel*, *Życie Gospodarcze* 1958, nr 20 i 23; *Niektóre zagadnienia teorii handlu socjalistycznego*, *Handel Wewnętrzny* 1959, nr 1, oraz *Handel socjalistyczny*, *Zeszyty Naukowe SGPiS* 1959, nr 15. Pełny wywód na ten temat zawiera cytowana wyżej praca *Teoria handlu socjalistycznego*.

odróżniające go od innych rodzajów gospodarczej działalności, polegają właśnie na świadczeniu usług. Kierując się ogólnym celem gospodarki socjalistycznej, którego treścią jest optymalne zaspokojenie potrzeb społecznych, koncepcja ta nakłada obowiązek aktywnego występowania handlu nie tylko w stosunku do konsumpcji, ale i w stosunku do produkcji.

Tak przedstawia się w wielkim skrócie treść koncepcji handlu opartej na primacie czynności usługowych. By móc sprostać rzeczywistym potrzebom nowoczesnej wymiany towarowej i przyczynić się do rozwoju szeroko pojętej więzi między producentami a konsumentami, koncepcja ta wymagałaby jeszcze wprowadzenia wielu dodatkowych twierdzeń objaśniających. Eksponując bowiem bardzo silnie, lecz zgodnie z aktualnymi potrzebami rolę indywidualnego konsumenta, podporządkowała ona jednocześnie plan handlu nie znajdującemu, niestety, praktycznego odpowiednika rynkowego i nie dość jasnemu w swej teoretycznej treści — wzorcowi konsumpcji. Ponadto odcięła się ona wyraźnie, ale bez głębszego uzasadnienia od zjawisk konsumpcji pośredniej, upatrując cel obrotu pomiędzy przedsiębiorstwami produkcyjnymi w zmniejszeniu kosztów, a nie w tworzeniu usług⁴⁷.

Dwie ostatnie cechy osłabiły znacznie wysoką wartość teoretyczną usługowej koncepcji handlu, nadaną jej przez prokonsumpcyjne podejście do zjawisk wymiany rynkowej. Wynikiem owego rozłożenia akcentów stało się przecieź to, że powszechnie uznany sens i zakres handlu może być teraz odczytany w sposób diametralnie różny. I dlatego z łatwością, choć na pewno wbrew intencjom autorów, można przypisać koncepcji usługowej niekonsekwencję, a nawet jednostronność w ujęciu zjawisk handlowych. Jeśli bowiem decydujący wpływ na wielkość i strukturę konsumpcji wywiera planistyczny wzorzec konsumpcji⁴⁸ współistniejący z nieparametryczną formułą zarządzania handlem, to postulowane zasady, np. oddziaływania na produkcję czy wybieralność dóbr i usług, okazują się w tym stanie rzeczy mało użyteczne lub zgoła trudno osiągalne. Także oderwanie zbytu oraz zaopatrzenia materiałowo-technicznego od całokształtu operacji rynkowych poważnie osłabia kreatywne funkcje handlu, nakreślone przez cel gospodarki socjalistycznej. Podkreślić wypada, mimo wysuniętych wyżej zastrzeżeń⁴⁹, iż oparcie koncepcji

⁴⁷ *Teoria handlu socjalistycznego*, op. cit., s. 16.

⁴⁸ *Teoria handlu socjalistycznego*, op. cit., s. 11: „[...] ceny, struktura dochodów oraz pozacenowe środki oddziaływania na konsumentów służą jedynie do realizacji wzorca konsumpcji. Wzorzec ten nie wymaga zatwierdzenia ani ze strony popytu rynkowego, ani też rachunku ekonomicznego na poziomie przedsiębiorstw przemysłowych i handlowych”.

⁴⁹ Krytycznych uwag spodziewają się sami autorzy koncepcji usługowej działalności handlu, mówiąc, że nie jest ona wolna od błędów, niekonsekwencji i niedopatrzeń (ibidem, s. 13).

handlu na prokonsumpcyjnym podejściu do problemu planu i rynku oznacza zwiążanie obrotu towarowego z ogólnym procesem maksymalizacji użytkowych efektów gospodarowania. Sformułowanie celu handlu pozwalające widzieć w nim oferenta różnego rodzaju usług o własnym ładunku energii rozwojowej zbliża natomiast tę koncepcję do nowoczesnych poglądów na temat roli, jaką w postępie cywilizacji odgrywa współcześnie tzw. sektor trzeci⁵⁰.

Nową próbę ukształtowania teoretycznych podstaw handlu podjął Z. Zakrzewski, wywodząc poświęcone tej problematyce rozważania z wielocłonowej definicji handlu, którą można by streścić w następujących słowach: Handel jest to wyodrębniona w społecznym podziale pracy dziedzina gospodarki, funkcjonująca jako oddzielny, odpowiednio zorganizowany aparat gospodarczy, który zajmuje się zawodowo (1) przesuwaniem dóbr materialnych ze sfery produkcji do sfery konsumpcji pośredniej i bezpośredniej oraz (2) świadczeniem wyspecjalizowanych usług^(a) przystosowujących dobra do potrzeb ostatecznych odbiorców — przeważnie konsumentów indywidualnych — i^(b) powodujących wyrównywanie się trwałych rozbieżności między układami masy towarowej: produkcyjnym i rynkowym⁵¹. Znamienną właściwością powyższego określenia jest to, że łączy ono w sobie i godzi wszystkie pozytywne strony dotychczas stosowanych definicji handlu, nadając mu daleko ściślejszy sens teoretyczny i wyraźnie praktyczny charakter. Niezaprzeczalna zaleta tego ujęcia tkwi we wzajemnym powiązaniu dwóch faz ruchu towarów: początkowej i końcowej. Ale w centrum uwagi znalazły się wszelkie czynności bezpośrednio zwiążane z konsumpcją, zamówieniem towarów i oddziaływaniem handlu na produkcję.

Nie ma już potrzeby wyjaśniać, jak wielkie znaczenie reprezentuje ten sposób podejścia do problematyki zawodowego pośrednictwa w wymianie towarowej. Dość powiedzieć, że dało ono właściwą miarę dla określenia zasięgu usługowej działalności handlu, zarysowując jej zasadnicze formy: 1) usługę uzgadniania ilości i struktur podaży i popytu na towary; 2) usługę gromadzenia i przechowywania towarów; 3) usługę dyspozytorską, czyli przegrupowania, rozprowadzania i przewozu towarów⁵².

Otwarte pozostaje jednak wciąż pytanie, jak zdefiniować pojęcie handlu, by było ono nie tylko zwiążłe i racjonalne, ale i oparte na wy-

⁵⁰ Według autorów cytowanej poprzednio pracy, aparat handlu świadcząc usługi „upodabnia się do takich sekretów zaspokajających zbiorowe potrzeby ludności, jak lecniotwo, oświata, kultura i inne” (s. 176—177).

⁵¹ Por. Z. Zakrzewski, *Teoretyczne podstawy działania handlu*, referat na Konferencję Katedr Handlu, IX, 1967, Zakopane, maszynopis powielony, s. 1—2 i n.

⁵² Por. *ibidem*, s. 10—12 i n.

konalnych celach operacyjnych⁵³. Nie można jednak nie doceniać przy tym faktu, że dziedzina handlowej działalności to przecież rodzaj zjawisk społecznych o długiej tradycji i własnych, tyleż swoistych, co zmiennych tendencjach. Wszelkie zatem „tak, a nie tak” wypowiedziane jednostronnie nie tylko nie utoruje drogi temu, co powinno być możliwie najaktualniejszym odbiciem warunków i potrzeb, ale przekreśli w pewnym zakresie dotychczasowy dorobek, który wydaje nowe poglądy. Z drugiej znów strony nie dość kategoryczne sformułowanie może przypuszczalnie wywołać uczucie pewnego zawodu. Aby sprostać tym wszystkim wymaganiom, byłoby ze wszech miar słuszne i pożądane przy definiowaniu celów i pojęcia handlu oprzeć postulowaną postać jego sprawności na przesłankach wyprowadzonych z obserwacji przejawów życia gospodarczego w krajach ekonomicznie zaawansowanych i z dokonanej powyżej analizy dorobku piśmiennictwa.

Nawiązując do owych przesłanek przyjmujemy, że cele rozległej sfery spełnianych zawodowo czynności wymiennych leżą w pokrywaniu potrzeb społecznych określających stopień swobody działalności przedsiębiorczej, jako zasady ekonomiczno-organizacyjnej nie dającej się skutecznie zastąpić przez inne rozwiązania. Chcąc więc zapewnić konsumentom i producentom najwyższy efekt użytkowy gospodarowania, nowoczesne organizacje handlowe muszą kierować się w swoim postępowaniu celami, które uwzględniają rzeczywiste warunki i odczuwane powszechnie potrzeby. Na cele te składają się: 1) optymalizacja zaspokojenia popytu na dobra konsumpcyjne i produkcyjne⁵⁴; 2) minimalizacja czasu transakcji wymiennych. Handel jest więc zawodowym pośrednictwem w wymianie towarowej dokonywanym za pomocą aktów kupna-sprzedaży, polegającym na kojarzeniu i uzgadnianiu metodami rynkowymi interesów zgłoszonych przez oferentów i odbiorców towarów, a mającym na celu optymalizację zaspokojenia popytu na dobra konsumpcyjne i produkcyjne oraz minimalizację czasu transakcji wymiennych.

Zaproponowana definicja wynika nie tylko z obserwowanego współcześnie poziomu i zarysowującej się tendencji rozwojowej w dziedzinie kultury materialnej społeczeństw uprzemysłowionych, ale w równej mie-

⁵³ Przez operacyjność celów organizacji rozumie się w literaturze zakres, w jakim można zaobserwować i sprawdzić, czy cele są należycie realizowane. Jeżeli bowiem cel ma oddziaływać aktywnie i systematycznie na cały przebieg przedsięwzięcia, musi istnieć jakiś sprawdzian, miernik, albo prosty sposób określenia, czy i w jakim stopniu cel ten można będzie lub można było faktycznie osiągnąć, przyjmując jeden z możliwych, dopuszczalnych kierunków działania (por. J. G. March i H. A. Simon, *Teoria organizacji*, Warszawa 1964, s. 78 i 252, oraz R. M. Cyert i J. G. March, *Behawiorystyczna teoria celów organizacji*, w: *Nowoczesna teoria organizacji*, Warszawa 1965, s. 135).

⁵⁴ A. Szpaderski, *Czynniki kształtujące organizację handlu wewnętrznego*, *Handel Wewnętrzny* 1965, nr 4, s. 9.

rze i z poglądu zastępującego „wąski ekonomizm" oraz „technicystyczny funkcjonalizm" społeczno-ekonomicznym podejściem w kwestii celu gospodarowania, a szczególnie w kwestii celu wymiany handlowej. Dokładna analiza połączonych z tymi celami zagadnień teoretycznych i zjawisk praktycznych wymaga odrębnego opracowania.

THE CONCEPT OF TRADE

Summary

The concept of trade has been considered in this paper mainly because of the aim of existence and activity of this discipline of economy. But simultaneously there are other elements of this concept which ought to be considered e.g. the subject and the sphere of activity.

The entire concept of the purpose of trade is confined in two basic criteria i.e. profitableness of the enterprise and the needs of the community.

Some concepts take an intermediate position in this distribution.

Definitions disposed to answer the first criteria regard trade as the professional purchase of economic goods for the purpose of selling to achieve profit. In this way the point of gravity in the commercial activity moves from the activity of exchange to the flow of benefits in the form of merchant's profit. The concept that the problem of the purpose of trade can be solved on the grounds of profit remains in close contact with the principle accepted in capitalistic economy in running an enterprise. This concept of purpose can not explain the social and economic role of trade. The universalistic concepts represent a totally different opinion. By replacing the narrow meaning of enterprise by the broader meaning of the needs of the community the aims of these concepts change from the pursuit of profit to the method of procedure. The social functions of trade show distinctly the concepts of socialistic trade.

Since numerous definitions of trade based on social grounds stress variously the meaning of different exchangeable functions and do not make its purpose precise, the following definition has been proposed in this paper: Trade is the professional mediation in the exchange of goods accomplished by means of purchase deed and bill of sale depending on association and adjustment of the aims of market methods dictated by the bidders and the receivers of goods, for the purpose of optimalization of meeting the demand for consumptive and industrial goods, and minimalization of the time of transactions.

The salient characteristic of this definition is, that it joins and combines all positive points of definitions of concept of trade applied before. It results also from the apparent contemporary level and developing tendency in this of materialistic culture of industrialized communities.