

WIESŁAW CIECHOMSKI

## DETERMINANTY PRYWATYZACJI HANDLU WIEJSKIEGO

### I. AKTUALNE TENDENCJE DEMONOPOLIZACJI I PRYWATYZACJI HANDLU WIEJSKIEGO

Przez prywatyzację gospodarki narodowej należy rozumieć głęboki proces zmian własnościowych, mający na celu przekazanie zasadniczej części majątku państwowego w prywatne ręce na zasadach i w trybie określonych w ustawie prywatyzacyjnej. Dążenie do takich przemian struktury własnościowej majątku ogólnonarodowego podyktowane jest faktem, że najwyższą efektywność gospodarowania tworzy i rozwija sektor prywatny. Jak dotychczas nie wynaleziono lepszego sposobu racjonalizacji gospodarowania aniżeli mechanizm rynkowy, choć niesie on ze sobą takie niebezpieczeństwa, jak spadek koniunktury (recesja), bezrobocie czy pogłębianie się społecznych dysproporcji w poziomie życia. W świetle założeń Ministerstwa Przekształceń Własnościowych struktura własnościowa majątku w Polsce ma być za 5 lat porównywalna do struktur państw Europy Zachodniej, natomiast już za 3 lata połowa majątku państwowego znaleźć się ma w prywatnych rękach. Dynamikę prywatyzacji określa również fakt, że już połowa placówek handlowych w Polsce należy do właścicieli Prywatnych, a wkrótce proces prywatyzacji sklepów ulegnie dalszemu przyspieszeniu dzięki przepisom nowego prawa lokalowego<sup>1</sup>. Pojawia się przy tym pytanie, czy zakres i tempo działań prywatyzacyjnych oraz bariery tego procesu są relatywnie podobne w handlu i w innych działach gospodarki narodowej. Należy także uwzględnić odrębne cechy handlu wiejskiego, takie jak duże rozproszenie nabywców, odmienna struktura popytu (zakupy środków produkcji rolnej) czy stan głębokiej recesji, w jakim znajduje się aktualnie uspołeczniony handel wiejski.

Rozważania nad problematyką prywatyzacji należałoby rozpocząć od wyodrębnienia jej trzech zasadniczych kategorii. Prywatyzacja nazywana umownie „dużą” dotyczy przejścia wielkich przedsiębiorstw państwowych w prywatne ręce. Niewątpliwie największą barierą „dużej prywatyzacji” jest

<sup>1</sup> A. Sielanko, *Wyboista droga do prywatyzacji*, Rzeczpospolita 1991, nr 6.

brak mobilnego kapitału (zarówno krajowego, jak i zagranicznego), który mógłby zostać zainwestowany w wykupienie akcji prywatyzowanych przedsiębiorstw państwowych. Sposobem przeciwdziałania niedostatkom kapitału krajowego ma być emisja bonów prywatyzacyjnych dla wszystkich obywateli Polski, sprzedaż ratalna oraz kredytowanie zakupów akcji. Oczywiście powyższe zamierzenia pozostają w sferze planów, a ich realizacja stanowi niesłychanie skomplikowany i kontrowersyjny problem. Prawne i ekonomiczne aspekty poszczególnych „ścieżek” prywatyzacji stanowią zagadnienie odmienne, często dyskutowane wśród ekonomistów i polityków. „Mała prywatyzacja” odnosi się głównie do drobnych uspołecznionych przedsiębiorstw handlowych i gastronomicznych. Z kolei trzecia kategoria prywatyzacji polega na powszechnym zakładaniu nowych przedsiębiorstw polskich, zagranicznych oraz z kapitałem mieszanym.

Odrębny i budzący szereg kontrowersji problem stanowi kwestia reprivatyzacji majątku państwowego, czyli zwrotu mienia znacjonalizowanego po II wojnie światowej jego poprzednim właścicielem. Reprivatyzacja odnosi się w znacznie szerszym zakresie do warsztatów rzemieślniczych, młynów, cegielni czy posiadłości ziemskich aniżeli placówek handlowych, których znaczna część po niemal 50 latach przestała fizycznie istnieć.

Uspołeczniony sektor handlu wiejskiego charakteryzuje się silną monopolizacją, gdyż w 1989 r. 98% sklepów spółdzielczych i 87% spółdzielczych placówek gastronomicznych prowadziły na wsi Gminne Spółdzielnie „Samopomoc Chłopska”. Tempo prywatyzacji handlu wiejskiego jest znacznie mniejsze niż handlu w mieście<sup>2</sup>. Sklepy wiejskie są najczęściej własnością GS, dlatego demonopolizacja handlu wiejskiego jest zdeterminowana pojawieniem się na rynku nowych podmiotów gospodarczych stanowiących uzupełnienie i konkurencję dla spółdzielczości. Należy jednak zauważyć, iż w krajach wysoko rozwiniętych nasilają się tendencje do koncentracji kapitału handlowego, spowodowane cechami nowoczesnego handlu oferującego jednostki sklepowe relatywnie większe i przestrzennie skoncentrowane. W Polsce rzecz się ma zupełnie odwrotnie - występują tendencje do dekoncentracji kapitału handlowego.

Proces prywatyzacji lokali sklepowych na wsi przebiega bardzo wolno i nierównomiernie, co jest tym bardziej niekorzystne, że obecnie, na skutek uchylecia preferencyjnych zasad kredytowania, wzrostu kosztów amortyzacji i kosztów transportu oraz podwyższenia składek ZUS - co piąta spółdzielnia jest deficytowa<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Świadczy o tym fakt, że do końca czerwca 1990 r. PSS "Społem" przekazała w prywatne ręce 4200 lokali, czyli ponad 15% sieci, jaką dysponuje, podczas gdy GS "Samopomoc Chłopska" tylko 1041 lokali, co stanowiło zaledwie 1,7% jej sieci handlowej.

<sup>3</sup> *Program demonopolizacji i prywatyzacji handlu wewnętrznego*, Biuletyn Ministerstwa Rynku Wewnętrznego 1990, nr 5/6.

Interesujące wydaje się przestrzenne zróżnicowanie tempa prywatyzacji uspołecznionych placówek handlu wiejskiego. Zjawisko to, według danych z 30 VI 1990 r., ilustruje poniższe zestawienie (na podstawie danych zawartych w „Rzeczpospolitej” 1990, nr 159):

GRUPA I - Województwa, w których sprywatyzowano na wsi ponad 4%sklepów uspołecznionych

1. Katowickie
2. Nowosądeckie
3. Częstochowskie
4. Krośnińskie
5. Wrocławskie
6. Wałbrzyskie
7. Gorzowskie
8. Koszalińskie

GRUPA II Województwa, w których sprywatyzowano od 2,0 do 3,9% uspołecznionych sklepów wiejskich

1. Krakowskie
2. Tarnowskie
3. Bielskie
4. Przemyskie
5. Lubelskie
6. Opolskie
7. Kaliskie
8. Jeleniogórskie
9. Legnickie
10. Piłskie
11. Elbląskie
12. Olsztyńskie

GRUPA III - Województwa, w których w prywatne ręce przekazano od 0,5 do 1,9% uspołecznionych sklepów wiejskich

1. Zamojskie
2. Chełmskie
3. Białkopodlaskie
4. Białostockie
5. Suwalskie
6. Łomżyńskie
7. Ostrołęckie
8. Ciechanowskie
9. Konińskie
10. Sieradzkie
11. Zielonogórskie

GRUPA IV - Województwa, w których sprywatyzowano na wsi poniżej 0,5% sklepów uspołecznionych

1. Rzeszowskie
2. Tarnobrzeskie
3. Kieleckie
4. Radomskie
5. Piotrkowskie
6. Siedleckie
7. Warszawskie
8. Skierniewickie
9. Łódzkie
10. Włocławskie
11. Płockie
12. Toruńskie
13. Bydgoskie
14. Gdańskie
15. Słupskie
16. Szczecińskie
17. Poznańskie
18. Leszczyńskie

Najwolniejsze tempo prywatyzacji handlu wiejskiego występowało w województwach Polski centralnej; aż w 18 województwach nie sprywatyzowano na wsi do końca czerwca 1990 r. nawet 0,5% uspołecznionych sklepów wiejskich. Nieco korzystniejszy przebieg procesu prywatyzacji handlu wiejskiego zanotowano w województwach Polski wschodniej i północno-wschodniej, natomiast zdecydowanie najwyższe tempo prywatyzacji handlu wiejskiego wystąpiło w Polsce południowej oraz w województwach koszalińskim i gorzowskim. W analizowanym okresie ponad 10% uspołecznionych placówek handlu wiejskiego sprywatyzowano tylko w województwach katowickim i nowosądeckim. Przestrzenne dysproporcje procesu prywatyzacji sklepów są w pewnym stopniu skorelowane ze stanem infrastruktury poszczególnych województw. W województwach wrocławskim, wałbrzyskim czy katowickim procesy prywatyzacji handlu wiejskiego są bardziej zaawansowane aniżeli na Kielecczyźnie czy Mazurach.

Prywatyzacja uspołecznionych placówek handlu wiejskiego odbywa się poprzez administracyjne decyzje wypowiedzenia umów najmu dotychczasowym użytkownikom lokali (spółdzielniom) i prywatyzowanie placówek prowadzonych na zasadach agencyjnych w lokalach komunalnych. Większość lokali przechodzi w ręce nowego użytkownika na zasadach przetargu o wysokość stawki czynszu. Znowelizowane prawo lokalowe zniosło limity stawek czynszu za najem lokali sklepowych. Spółdzielnie mieszkaniowe i samorządy terytorialne niemal powszechnie dążyły do maksymalizacji czynszów najmu.

Wybór użytkownika lokalu zależy więc wyłącznie od kwoty, jaką gotów Jest on zapłacić za użytkowanie lokalu, z pominięciem tak istotnych kryteriów, jak kontakty zaopatrzeniowe, doświadczenie potencjalnych użytkowników oraz ich inwestycyjny program rozbudowy placówki. Efektem tego jest Przerwanie działalności po krótkim czasie z powodu zbyt wysokich stawek czynszu lub wręcz zaniechanie podjęcia działalności. Wynika z tego, że proces Prywatyzacji niesie z sobą ryzyko błędów i potknięć. Z drugiej jednakże strony właśnie handel, usługi, a także całe otoczenie sfery rolnictwa należałoby demonopolizować i prywatyzować w sposób dynamiczny, gdyż stwarza to Możliwość uruchomienia mechanizmu gospodarki rynkowej.

Dynamikę powstawania nowych handlowych jednostek gospodarczych przedstawia poniższa tabelka.

Tabela 1

Dość nowych i zlikwidowanych jednostek gospodarczych w polskim handlu, usługach i rzemiośle w 1990 r.

	Jednostki utworzone	Jednostki zlikwidowane
<b>HANDEL</b>		
I. kw. 1990	27.300	4.400
II. kw. 1990	63.700	6.500
III. kw. 1990	89.900	11.600
IV kw. 1990	119.800	19.100
Razem	300.700	41.600
<b>USŁUGI</b>		
Razem	74.800	37.000
<b>RZEMIOSŁO</b>		
Razem	140.600	75.000

Wynika w niej jednoznacznie, że handel wewnętrzny jest tym działem gospodarki narodowej, który mimo niedoinwestowania w latach osiemdziesiątych i głębokiej recesji gospodarczej rozpoczął ekspansywną działalność, <sup>o</sup> czym świadczy fakt utworzenia w 1990 r. ponad 300 tys. jednostek handlowych przy równoczesnej likwidacji niespełna 42 tysięcy. Po wielu kolejnych pięcioletkach dotowania nieefektywnego handlu okazało się, że warunkiem dobrego funkcjonowania przedsiębiorstw handlowych wcale nie Jest stałe ich dotowanie. Proporcje między ilością jednostek handlowych utworzonych i zlikwidowanych w 1990 r. są znacznie bardziej korzystne niż w usługach i rzemiośle, gdzie stosunek ten wynosi 2:1. Oczywiście znaczna część nowo utworzonych jednostek handlowych realizuje swoją działalność na wsi, tym samym problem prywatyzacji w chwili obecnej nie sprowadza się do

zakładania coraz to nowych małych przedsiębiorstw, lecz do demonopolizacji i prywatyzacji od dawna istniejących, uspołecznionych, a wielce nieefektywnych przedsiębiorstw handlowych, na przejmowanie których z reguły po prostu nie ma chętnych. Niestęchanie niska rentowność lub wręcz deficytowość spółdzielczości wiejskiej jest jedną z głównych przyczyn głębokiej recesji w handlu wiejskim, funkcjonującym w warunkach dużego rozproszenia gospodarstw domowych i szczególnego rodzaju przejawianego przez nie popytu. Należałoby zastanowić się nad przyczynami tego stanu rzeczy oraz możliwościami przeciwdziałania niekorzystnym tendencjom w procesie prywatyzacji handlu wiejskiego.

## II. UWARUNKOWANIA I PERSPEKTYWY PRYWATYZACJI HANDLU WIEJSKIEGO

Za dwie najbardziej istotne bariery prywatyzacji należy uznać brak kapitału oraz fachowych kadr. Nie bez znaczenia są również trudniejsze warunki działania handlu wiejskiego w porównaniu z handlem miejskim. Warunkiem dynamicznej prywatyzacji handlu na wsi jest wzrost dochodów ludności wiejskiej, co umożliwiłoby dopływ środków finansowych na odbudowę bazy materialno-technicznej i zahamowanie recesji. Realne dochody ludności wiejskiej, a więc grupy społecznej potencjalnie najbardziej zainteresowanej prywatyzacją handlu wiejskiego, uległy ostatnio znacznemu obniżeniu. Równocześnie płace pracowników Gminnych Spółdzielni należą do najniższych w kraju (często zaledwie 70% średniej płacy krajowej).

Oczywiście pojawiają się przy tym wątpliwości, czy potencjalny przyrost dochodów zostanie przeznaczony w znacznym stopniu na prywatyzowanie dotychczasowych i tworzenie nowych placówek handlu wiejskiego? Tym niemniej wzrost dochodów jest warunkiem ożywienia popytu i przełamania głębokiego zastoju gospodarczego polskiej wsi.

Duża ilość powstających nowych jednostek handlowych - zarówno w mieście, jak i na wsi - nie oznacza jeszcze istotnej poprawy bazy materialno-technicznej handlu, gdyż w znacznej mierze są to niewielkie jednostki handlu obwoźnego, których wyposażenie techniczne jest nader skromne, a zaangażowany kapitał przeznaczany jest niemal w całości na zakup i obrót masą towarową. Wspieranie rozwoju handlu obwoźnego przez państwo jest w tej sytuacji niezbędne, gdyż już w niedalekiej przyszłości może okazać się, że będzie to jedyna forma handlu wiejskiego w bardzo małych miejscowościach, w których utrzymanie stałych punktów sprzedaży detalicznej jest deficytowe. Podjęte zostały już pierwsze działania wspierające handel obwoźny, polegające na produkcji próbnej serii autobusów o specjalnej konstrukcji przeznaczonych dla tego rodzaju handlu. Wypracowanie niezawodnego modelu funkcjonowa-

nia handlu obwoźnego (o stałych godzinach sprzedaży i szerokim asortymencie towarów) jest kwestią niesłychanie istotną, choć niestety wymaga wiele czasu.

Pewnym rozwiązaniem byłoby tworzenie w przyszłości spółdzielczości typu farmerskiego, zakładanie federacji konsumentów i producentów rolnych, które mogłyby dofinansowywać handel w najmniejszych miejscowościach. Bogate gospodarstwa farmerskie mogłyby tworzyć niewielkie spółdzielnie przetwórstwa owoców i warzyw lub mleczarnie, sponsorując jednocześnie funkcjonowanie jednej lub kilku placówek handlowych, co stanowiłoby duże udogodnienie dla lokalnej społeczności rolniczej. Czasochłonność zakupów byłaby wówczas o wiele mniejsza niż w przypadku zaopatrywania się w bardziej oddalonych ośrodkach skoncentrowanego handlu miejskiego.

Uzupełnieniem powyższych niekorzystnych tendencji (tj. niedoboru rodzimego kapitału) jest zjawisko zupełnego braku zainteresowania kapitału zagranicznego inwestowaniem w polskie przedsiębiorstwa handlu wiejskiego. Okazuje się więc, że bariera kapitałowa bardzo silnie ogranicza dynamikę procesów prywatyzacyjnych. Można jej przeciwdziałać poprzez:

- stworzenie alternatywnych źródeł dochodów ludności wiejskiej w sektorze usług i przetwórstwa<sup>4</sup>,
- kredytowanie na dogodnych warunkach zakupu lokali handlowych i urządzeń ich wyposażenia,
- oferowanie korzystnych cen działek pod lokale handlowe,
- wspieranie sprzedaży obwoźnej i handlu targowiskowego,
- ustalenie preferencyjnych stawek czynszu dla księgarń, barów mlecznych oraz zakładów oferujących deficytowe na terenie danej gminy usługi.

Drugą barierą prywatyzacji - w tym również w handlu wiejskim - jest brak doświadczenia w organizacji przekstałceń prywatyzacyjnych i brak fachowych kadr zorganizowanych w formie usankcjonowanych prawnie firm konsultingowych. Każde przedsiębiorstwo jest z natury rzeczy inne, nie ma więc jednego, uniwersalnego sposobu prywatyzacji. Oznacza to, że właśnie firmy konsultingowe powinny rzetelnie przeprowadzać analizę ekonomiczno-finansową, wycenę majątku, analizę prawną prywatyzowanych przedsiębiorstw. Alternatywnym rozwiązaniem byłoby stworzenie regionalnych agencji prywatyzacyjnych. Decentralizacja procesu prywatyzacji, tak istotna dla handlu wiejskiego, wymagałaby w skali całego kraju przeszkolenia około tysiąca fachowców<sup>5</sup>, którzy stanowiliby konkurencję dla spółek konsultingowych i wspierali radą jednostki znajdujące się w trudnej sytuacji finansowej<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Właściwym rozwiązaniem byłoby niewątpliwie uruchamianie małych prywatnych i spółdzielczych zakładów przetwórstwa owocowo-warzywnego, serowarni, młynów zbożowych itp.

<sup>5</sup> A. Sielanko, *Wyboista droga*.

<sup>6</sup> Wielu spółdzielni gminnych nie stać po prostu na korzystanie z usług firm konsultingowych.

Kolejną barierą prywatyzacji, często niesłusznie bagatelizowaną, jest także brak chęci do wzięcia udziału w tym procesie. Załogi poszczególnych przedsiębiorstw są niejednokrotnie przeciwne prywatyzacji ich zakładów pracy, obawiając się utraty pracy lub pogorszenia jej warunków. Niewielkie oddolne zainteresowanie prywatyzacją jest też niekiedy rezultatem niskiej jakości kadr zatrudnionych w przedsiębiorstwach handlu wiejskiego.

Reasumując, należy stwierdzić, że tempo prywatyzacji zmonopolizowanych jednostek uspołecznionego handlu wiejskiego dalekie jest od oczekiwanego. Pogorszenie się finansowych warunków funkcjonowania Gminnych Spółdzielni spowodowało zamknięcie wielu sklepów i zminimalizowanie nakładów inwestycyjnych dla jednostek jeszcze realizujących (najczęściej deficytową) działalność. Z drugiej strony - handel wiejski, szczególnie w dużych wsiach, „ożywił się” dzięki rozpoczęciu działalności przez wiele nowych jednostek (głównie handlu obwoźnego). Nie ma natomiast chętnych do przejmowania likwidowanych, najczęściej zaniedbanych sklepów spółdzielczych. Sytuacja ta przypomina okres przejściowy z deficytowego handlu wiejskiego do nowoczesnych form handlu, co nie sprzyja ani rozwojowi handlu w rozumieniu profesjonalnym, ani też nie sprzyja konsumentom, którym oferuje się towary na straganach lub w pomieszczeniach zupełnie do prowadzenia sprzedaży nie przygotowanych. Dlatego też z prywatyzacją handlu wiejskiego wiąże się tak duże nadzieje na poprawę jego bazy materialno-technicznej i efektywności funkcjonowania.

## DETERMINANTS OF PRIVATIZATION OF RURAL TRADE

### Summary

The article is devoted to the conditions of privatization of rural trade. In the first part the Author carries out the analysis of the present demonopolization tendencies and privatization of rural trade. He points to special disproportions of the speed of privatization of rural enterprises run by GS „Samopomoc Chłopska”. Then, the Author presents the statistics on the number of new and liquidated rural economic units in trade, services and handicraft in Poland in 1990. The second part of the article presents the obstacles to privatization of rural trade and the possibilities to overcome those obstacles.