

STANISŁAW WIERZCHOSŁAWSKI

## EFEKTYWNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH JAKO PRZEDMIOT BADAŃ ANKIETOWYCH

Problem efektywności handlu pojawił się w polskiej literaturze ekonomicznej stosunkowo niedawno. Zainteresowanie ekonomistów wzbudził on dopiero z chwilą zarysowania się zmian w stosunkach rynkowych, wyrażających się w przechodzeniu z sytuacji rynku sprzedawcy do rynku nabywcy (1957—1958). Opóźnienie zainteresowań badawczych w tym kierunku znajduje swą analogię w okresie powojennym w krajach kapitalistycznych. Punktem zwrotnym, który przyczynił się do wysunięcia tej problematyki w większości ośrodków naukowo-badawczych w Europie zachodniej na plan pierwszy, był okres, w którym produkcja zrównoważyła popyt (1950—1952)<sup>1</sup>. Odtąd kwestia racjonalnej pracy aparatu handlu stała się przedmiotem większych zainteresowań badawczych<sup>2</sup>.

Zdaje się nie ulegać dyskusji, że sytuacja rynku nabywcy stwarza z punktu widzenia społeczno-ekonomicznego najbardziej dogodne warunki dla prowadzenia tego rodzaju dociekań w skali makroekonomicznej. Dlatego też badań nad efektywnością handlu w warunkach rynku sprzedawcy podjęły się w krajach kapitalistycznych przeważnie instytuty naukowe o dużej tradycji, legitymujące się odpowiednim doświadczeniem badawczym<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Por. J. S. Jefferys, S. Hausberger, G. Lindblad, *La Productivité dans la distribution en Europe*, L'Organisation Européenne de Coopération Economique, Paryż 1956, s. 19—24. J. M. Jeanneney, *Les Commerces de détail en Europe Occidentale, Essai de comparaison internationale de la productivité des magasins et du travail Commercial*, Cahiers de la Fondation Nationale des Sciences Politiques No 61, Paryż 1954, s. 69.

<sup>2</sup> Kierunek tych badań przyjął dość powszechnie znane w literaturze określenie „produktywności”. Głównym ośrodkiem koordynującym prace badawcze w tym zakresie jest Europejska Agencja Produktywności (L'Agence Européenne de Productivite), która utworzona została w maju 1953 r. w ramach Europejskiej Organizacji Współpracy Gospodarczej (OECE) z siedzibą w Paryżu (w 1960 r. przekształconej w Organizację Współpracy i Rozwoju Gospodarczego — OCDE).

<sup>3</sup> Wymienić tu należy przede wszystkim podjęte na szeroką skalę badania handlu detalicznego (1949) i hurtowego przez Instytut Badawczy Handlu Uniwer-

Pewne wysiłki w tym mało sprzyjającym okresie podjęte zostały również przez Katedrę Statystyki Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Poznaniu. W 1953 r. zapoczątkowane zostały bowiem wieloetapowe badania regionalne nad efektywnością przedsiębiorstw handlu uspołecznionego. W przeciwieństwie do instytutów zachodnioeuropejskich, przedsięwzięcie to nie mogło być poparte własnymi doświadczeniami w tej dziedzinie. Podobnie mało realna okazała się możliwość — z uwagi na odmienność warunków ekonomiczno-organizacyjnych — korzystania z istniejących w tym zakresie wzorów w krajach kapitalistycznych. W tej sytuacji zaszła konieczność wypracowania własnej metody dochodzeń. Z tych względów pożyteczne wydaje się zapoznanie w krótkim zarysie z przyjętymi założeniami metodycznymi oraz podzielenie się z krytycznymi uwagami na temat zastosowanej metody i techniki obserwacji statystycznej. Staje się to tym bardziej celowe, że opracowanie wyników pierwszej fazy badań zostało już w zasadzie zakończone.

Obok podstawowego celu poznawczego: oceny ekonomiczno-społecznej efektywności handlu uspołecznionego, badaniom tym postawiono również cele metodyczne. Wśród tych ostatnich wymienić należy m. in. wypracowanie metod porównawczej analizy przedsiębiorstw handlowych, metod analizy przestrzennej struktury handlu, a kosztów obrotu towarowego w szczególności, i innych. Realizacja tych zadań wymagała rozłożenia wysiłków badawczych na dłuższy okres czasu.

Jako punkt wyjścia podjętych badań przyjęto następujące przesłanki:

1. Szeroko rozumiana ocena efektywności handlu powinna być czynnością wielofazową (etapową), która może być przeprowadzana tylko poprzez podjęcie wielostopniowych i wielostronnych badań statystycznych.

2. Kolejne fazy dociekań charakteryzować się mogą różnym pod względem poznawczym stopniem przybliżeń do przedmiotu badania, co wiąże się z zapewnieniem odpowiednich obserwacji podstawowych i rozwinięciem na ich podstawie badań wdrożeniowych.

3. Proces poznawczy nad efektywnością przedsiębiorstw handlowych powinien przebiegać od ekonomicznego do społecznego punktu widzenia.

Zgodnie z przyjętymi założeniami, w pierwszym etapie dociekań główną uwagę starano się skupić na możliwie wszechstronnym ujęciu zjawisk gospodarczych i pozagospodarczych związanych z działalnością

sytetu w Kolonii (Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln) oraz w tym samym czasie — przez największy w Europie zachodniej Instytut Badawczy dla Handlu i Rzemiosła w Hadze (Economisch Institut voor de Middenstand). Nieco wcześniej, lecz w mniejszym zakresie badania te podjęte zostały w Austrii (Arbeitsgemeinschaft für Handelsforschung an der Hochschule für Welthandel in Wien).

przedsiębiorstw handlowych dla przeprowadzenia oceny z ekonomicznego punktu widzenia. Badanie to, uwzględniając różne płaszczyzny dociekań, miałyby objąć wszystkie jednostki organizacyjne handlu społecznego, prowadzące działalność handlową w ścisłym tego słowa znaczeniu w różnych fazach obrotu towarowego na terenie wybranego regionu. Tylko poprzez masową, permanentnie powtarzaną, wyczerpującą obserwację o charakterze instytucjonalnym, obejmującą dostatecznie liczną zbiorowość przedsiębiorstw pracujących w zróżnicowanych warunkach ich środowiska naturalnego, możliwe jest wyprowadzenie szerszych uogólnień występujących prawidłowości ekonomicznych. Sugeruje to jednocześnie konieczność nadania obserwacjom charakteru badań regionalnych. Uzasadnione to jest potrzebą szczegółowej analizy występujących współzależności między wzajemnym ukształtowaniem się różnych wielkości gospodarczych regionu a poziomem kosztów przedsiębiorstw handlowych. W tym znaczeniu region obejmować powinien dostatecznie wielkie terytorium, na którym mogłaby nastąpić obserwacja nie tylko efektywności ekonomicznej wspomnianych podmiotów gospodarczych i przyczyn je determinujących, ale również kierunków ruchu i zmian strukturalnych masy towarowej. W takim ujęciu postulat badań regionalnych łączy się z postulatem obserwacji wyczerpującej.

Opierając się na wszechstronnym poznaniu działalności handlu z punktu widzenia instytucjonalnego, proces poznawczy w następnych fazach badania prowadzony będzie równoległe z punktu widzenia funkcjonalnego dla podjęcia próby oceny społecznej efektywności handlu. Przedmiotem naszych rozważań jest metodyka badawcza związana z pierwszą fazą dociekań. Oparta ona została na wynikach badań przeprowadzonych przy współpracy komisji planowania gospodarczego, którymi objęto wszystkie przedsiębiorstwa działające na terenie województw: poznańskiego, bydgoskiego i zielonogórskiego (w liczbie ponad 800 przedsiębiorstw) pomijając przedsiębiorstwa przemysłu gastronomicznego oraz transportu handlu wewnętrznego, w kolejnych latach 1953—1957. Jest to pierwsze badanie nad efektywnością handlu wewnętrznego w Polsce, podjęte w tak szerokim zakresie pod względem rzeczowym, przestrzennym i czasowym<sup>4</sup>.

W pierwszej fazie dociekania posiadały charakter wybitnie poszukiwawczy. Przyczyniły się do tego w poważnej mierze właściwości przedmiotu badania. Nie bez wpływu pozostał również brak w tym zakresie

<sup>4</sup> Ilością objętych badaniem przedsiębiorstw handlowych oraz zakresem cech, badania te przewyższają podjęte od 1959 r. opracowania wyników działalności przedsiębiorstw państwowego handlu detalicznego na podstawie ewidencji sumarycznej wojewódzkich zarządów (obecnie zjednoczeń) handlu przez Instytut Han-

wypracowanych koncepcji ekonomicznych, które mogłyby być wykorzystane w warunkach modelowych gospodarki planowej<sup>5</sup>. W ocenie przedstawionych doświadczeń badawczych, należy mieć więc na uwadze zarówno trudności wpływające z braku teoretycznych podstaw tegoż problemu oraz ograniczonych możliwości pełnego rozpoznania przedmiotu badania przed rozpoczęciem obserwacji.

U podstaw problemu efektywności każdego działania gospodarczego leży fakt dokonywania określonych nakładów celem uzyskania pożądaných efektów. W sferze obrotu towarowego problem ten sprowadza się do wartościowania wzajemnych proporcji kosztów i realizowanych usług handlowych, w postaci odpowiednich zabiegów technicznych związanych z fizycznymi przesunięciami dóbr uczestniczących w procesie wymiany<sup>6</sup>. Proporcje te rozpatrywać można w oparciu o różne przesłanki. Stąd też, sformułowane w oparciu o nie kryteria oceny, cechuje pewna umowność. Posiada to swe odbicie w literaturze, w której pojęcie efektywności handlu nie jest traktowane w sposób jednoznaczny. Mimo licznych różnic, dopatrzeć się można pewnych cech wspólnych. Wyrażają się one w celowości oraz optymalizacji działania. Cechy te przyjmujemy jako podstawowe i nierozłączne atrybuty oceny

dlu Wewnętrznego w Warszawie. Zbierane przez Instytut informacje ograniczają się wyłącznie do podstawowych cech działalności handlowej (obróć towarowy, marża handlowa, koszty i wyniki finansowe), z pominięciem szerszego opisu samego przedsiębiorstwa oraz środowiska jego działalności. Badania te są prowadzone ściśle z punktu widzenia potrzeb międzyzakładowej analizy działalności gospodarczej. Pod koniec 1959 r. badaniem objęto: 548 przedsiębiorstw handlu detalicznego oraz 134 przedsiębiorstw przemysłu gastronomicznego, a od 1960 r. państwowe przedsiębiorstwa transportowe (31) oraz przemysłu piekarniczego (32), podległe wojewódzkim zjednoczeniom przedsiębiorstw handlowych. Por. *Wyniki ekonomiczne przedsiębiorstw handlu detalicznego i przemysłu gastronomicznego*; Materiały porównawcze, 1959, Instytut Handlu Wewnętrznego, Warszawa 1960, s. 371 (maszynopis powielany, opracowanie zbiorowe pod kierunkiem Z. Kossuta); *Wyniki ekonomiczne przedsiębiorstw państwowych. Handel detaliczny, przemysł gastronomiczny i piekarniczy, transport*, Materiały porównawcze, 1960. Instytut Handlu Wewnętrznego, Warszawa 1961, s. 361 (maszynopis powielany, opracowanie zbiorowe pod kierunkiem Z. Kossuta).

<sup>5</sup> J. Kurnal dopatruje się przyczyn tego w dwóch źródłach: 1. w zacofaniu praktyki naszego handlu wewnętrznego w stosunku do współczesnych światowych osiągnięć w tej dziedzinie; 2. w braku rozwiniętej teorii handlu, stanowiącej część składową ogólnej teorii ekonomii. Por. J. Kurnal, *O efektywności handlu*, Zeszyty Naukowe SGPiS 1959, z. XIV, s. 46.

<sup>6</sup> Por. Z. Zakrzewski, *Efektywność handlu wewnętrznego — próba teorii*, „Ruch Prawniczy Ekonomiczny i Socjologiczny” 1962, z. 1, s. 167.

efektywności handlu. W ujęciu makroekonomicznym rozpatrywać je można zarówno w oparciu o przesłanki ekonomiczne jak i ogólnospołeczne.

Kryterium celowości w przypadku efektywności (sprawności) ekonomicznej sprowadza się do oceny stopnia zgodności spełnianych przez aparat handlu podstawowych funkcji rynkowych z preferencjami konsumenta<sup>7</sup>. Natomiast kryterium optymalizacji działania znajduje swój wyraz w „maksymalizacji efektu” przy danych środkach i warunkach realizacji usług handlowych. Handel z punktu widzenia ekonomicznego jest tym bardziej efektywny im bardziej usługi handlowe są przy najmniejszych kosztach związanych z tym zabiegów rzeczowych zgodne z preferencjami nabywców.

Zakres tych kryteriów ulega znacznemu wzbogaceniu przy uwzględnieniu ogólnospołecznego punktu widzenia. Ocena pracy handlu wymaga w tym przypadku uwzględnienia wszystkich funkcji obciążających handel w aktualnym modelu gospodarki planowej i przeciwstawienia ich ogólnospołecznym preferencjom nie mieszczącym się w preferencjach indywidualnych konsumentów, wyrażanych bezpośrednio na rynku. Dla określenia społecznego efektu użytkowego pracy aparatu handlu, rachunek ten wymaga równocześnie uchwycenia globalnego kosztu zaangażowanych czynników ekonomicznych we wszystkich stadiach ruchu towaru. Stwarza tym samym konieczność uchwycenia wszystkich podmiotów gospodarczych uczestniczących na rynku. W gospodarce narodowej występuje bowiem zjawisko pewnego rodzaju substytucji między usługami świadczonymi na rzecz społeczeństwa przez poszczególne jej gałęzie. Obniżenie poziomu kosztów w aparacie handlu, nie zawsze jest równoznaczne z obniżeniem globalnego kosztu procesu wymiany.

Badanie społeczno-ekonomicznej efektywności handlu wymaga uwzględnienia szeregu płaszczyzn obserwacji, które wydzielić można w następujące pola badawcze: 1. badanie efektywności przedsiębiorstw handlowych, 2. badanie efektywności funkcjonowania rynku, 3. badanie skutków wpływu polityki ekonomicznej państwa (zwłaszcza polityki cen i marż) na mechanizm procesów rynkowych oraz związanych z nim podmiotów gospodarczych. Jakkolwiek pola te tworzą zupełnie autonomiczne kierunki badań, w ogólnym rachunku efektywności zająają się z sobą bardzo ściśle. Jako przedmiot badań statystycznych przedstawiają one z punktu widzenia poznawczego różny stopień trudności. Wynika to nie tyle ze złożoności występujących procesów i zjawisk, ile z niedogodności dojścia do przedmiotu badania i niedoskonałości istniejących urządzeń ewidencyjnych w obrocie towarowym. W tym stanie rzeczy,

<sup>7</sup> Ibidem, s. 169 i nast.

w pierwszym stadium dociekań, jedynie realną okazała się koncepcja badań opartych na instytucjonalnym punkcie widzenia. Przejście do badań nad efektywnością funkcjonowania rynku wymaga bowiem odpowiednich przygotowań pod względem metodologicznym i organizacyjnym (m. in. zasadniczej przebudowy ewidencji struktury masy towarowej i kosztów), poprzedzonych dostatecznie licznymi badaniami o charakterze monograficznym<sup>8a</sup>.

Przyjęcie pierwszej płaszczyzny oceny wysuwa na plan pierwszy dwa podstawowe kierunki dochodzeń, określające rezultaty działania handlu w ujęciu makroekonomicznym. W grę wchodzi tu: rozmiary i rodzaje usług handlowych świadczonych przez jednostki handlu oraz rozmiary i struktura popytu efektywnego ludności. Występuje tu zjawisko pewnej integracji sfery obrotu ze sferą indywidualnej konsumpcji. Wyraża się to w tym, że usługi handlowe stają się składnikiem gospodarki konsumenckiej na równi z towarami — dobrami materialnymi służącymi do zaspokojenia indywidualnych potrzeb konsumpcyjnych. W gospodarowaniu nimi pojawia się moment wyboru ze strony konsumenta<sup>8b</sup>. O rozwoju i zakresie świadczonych usług decyduje funkcja preferencji nabywcy. Konsument wraz ze swymi potrzebami przesądza w ostatecznej instancji o efektach handlu. W warunkach towarzyszących dociekaniu można było uwzględnić w ocenie tylko pierwszy człon określający efekty handlu: wielkość i strukturę usług handlowych przy jednoczesnym założeniu, że popyt efektywny konsumenta zaspokojony został w sposób optymalny. Badanie preferencji konsumenta w sytuacji rynku sprzedawcy staje się bowiem — z punktu widzenia ekonomicznego — bezprzedmiotowe. Handel uspołeczniony w chwili podjęcia badań znajdował się w okresie szybkiego wzrostu gospodarki kraju. Temu szybkiemu wzrostowi towarzyszyły różne trudności, które znalazły swe odbicie w handlu (niezabezpieczenie równowagi rynkowej, niska jakość towarów, i niedostosowanie ich do potrzeb konsumenta itp.)<sup>9</sup>. W tej

<sup>8a</sup> Konieczność podjęcia długofalowych prac przygotowawczych w tym kierunku potwierdzają doświadczenia nielicznych dotychczas badań przeprowadzonych w skali regionalnej w krajach kapitalistycznych. Por. P. Grider, H. Mahler, F. Priess, H. Weinhold, *Produktivitätssteigerung im Handel*, Schriftenreihe der Forschungsstelle für den Handel an der Handels Hochschule St. Gallen, Berno 1960, s. 64.

<sup>8b</sup> Wybór ten dokonany zostaje na podstawie czynników obiektywnych, takich jak: dochód, ceny, stosunki społeczne itd. oraz czynników subiektywnych, takich jak: gusty, przyzwyczajenia, upodobania itd. Czynniki te złączone razem dają określone funkcje indywidualnych preferencji. Por. J. Kurnał, *Zasady gospodarowania usługami handlowymi w polskim modelu gospodarczym*, Warszawa 1959, s. 9.

<sup>9</sup> Por. E. Wiszniewski, *Handel uspołeczniony w warunkach szybkiego wzrostu gospodarki socjalistycznej*, Warszawa 1962, s. 231.

sytuacji zachodziła konieczność zawężenia przedmiotu dociekań do poziomu oraz warunków realizacji usług handlowych przez poszczególne przedsiębiorstwa<sup>10</sup>. Koncepcja oceny w ten sposób określonych efektów w handlu sprowadzona została do uchwycenia spełnianych przez przedsiębiorstwo funkcji rynkowych, w danych warunkach miejsca i czasu oraz rozmiarów zaangażowanych czynników ekonomicznych, posiadających swe odbicie w poziomie kosztów obrotu towarowego.

Określenie pośrednich ogólnoeconomicznych skutków działalności handlu wobec poważnych trudności uniemożliwiających wstępne rozpoznanie szeregu zjawisk ekonomicznych i pozaekonomicznych, wiążących się z badanym problemem (szczególnie od strony polityki gospodarczej państwa — cen, marż handlowych itp.), możliwe było tylko w niewielkim stopniu.

W rezultacie dociekania nad efektywnością ekonomiczną handlu ograniczono do ram organizacyjnych jednostek handlu detalicznego i hurtowego, działających na terenie objętego badaniem regionu. Badaną zbiorowość tworzy więc ogół przedsiębiorstw handlowych, czynnych w województwach: bydgoskim, poznańskim i zielonogórskim, bez względu na formę prawną i przynależność resortową. Za podstawę wyodrębnienia zbiorowości przyjęto, zgodnie z celem badania, samodzielność finansową. Jednostkę badania stanowi przedsiębiorstwo handlowe lub zakład handlowy o ile działalność jego oparta jest na wewnętrznym pełnym rozrachunku gospodarczym. W tym znaczeniu jednostka badania nie zawsze pokrywa się z pojęciem przedsiębiorstwa z punktu widzenia prawnego. Ograniczenie się w badaniu do jednostek samobilansujących, podyktowane zostało tą okolicznością, że stanowią one najmniejszą jednostkę organizacyjną, posiadającą pełną dokumentację prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej. Fakt ten nie pozostaje bez wpływu na przyjęty sposób postępowania badawczego oraz jego wyniki poznawcze.

\*

Istotnym zagadnieniem każdego badania statystycznego jest dokonanie prawidłowego wyboru metody obserwacji. Błędy obserwacji powstałe z tego tytułu przesądzą o wartości poznawczej całokształtu dochodzenia. Żadne późniejsze najbardziej precyzyjne opracowanie statystyczne nie jest w stanie naprawić błędów popełnionych u samych

<sup>10</sup> Odnosi się to do grupy usług „standartowych”, w zakresie których konsument nie może wyrazić swych indywidualnych preferencji. Prof. A. Wakar określa je jako usługi związane — nierozzerwalnie złączone z towarem, których nakłady wkalkulowane są w cenę towaru, Por. A. Wakar, *Handel Socjalistyczny (próba sformułowania problemu)*, Zeszyty Naukowe SGPiS, 1959, z. XV, s. 185—189.

podstaw badania. Wybór metody obserwacji zjawisk i procesów gospodarczych, składających się na efektywność handlu w konkretnym przypadku badania, sprowadzić można do następujących przesłanek, które wynikają z postulowanych założeń metodologicznych wiążących się z obecną fazą dochodzeń, właściwości przedmiotu badania oraz względów techniczno-organizacyjnych badania.

Zgodnie z powyższym metoda obserwacji powinna:

1. Łączyć w sobie cechy badania podstawowego i wdrożeniowego. Postulat ten stwarza wymóg tworzenia własnej dokumentacji podstawowej, co z kolei możliwe jest dzięki obserwacji wyczerpującej, która obejmuje stały zespół cech, odnoszący się do działalności przedsiębiorstw handlowych. Jednocześnie metoda powinna zapewnić możliwość przeprowadzenia modyfikacji zespołu cech dodatkowych (zmiennych), by stworzyć równoległe oparcie dla badań wdrożeniowych.

2. Zapewnić statyczne i dynamiczne ujęcie przedmiotu badania. Integracja tych dwóch właściwości powinna umożliwić szczegółową inwentaryzację występujących podmiotów gospodarczych i ich środowiska w momencie wyjściowym obserwacji i zmian procesów gospodarczych, składających się na działalność tych podmiotów w ich dynamicznym rozwoju, jakie nastąpiły w późniejszym okresie jej trwania.

3. Umożliwić w sposób optymalny dostosowanie techniki obserwacji do całokształtu warunków towarzyszących badaniu. Metoda obserwacji powinna być w taki sposób dostosowana do badanych zjawisk i procesów gospodarczych w obrocie towarowym oraz ogólnej atmosfery, w której przeprowadzane jest dochodzenie, by uzyskane informacje obarczone były stosunkowo najniższym błędem obserwacji.

Przedstawione przesłanki przyjęto jako równorzędnie wpływające na decyzję wyboru metody obserwacji. Stosownie do tego postulowana metoda obserwacji powinna była zawierać właściwości metody wyczerpującej z niewyczerpującą oraz obserwacji jednorazowej z obserwacją ciągłą. W warunkach przeprowadzonego badania wybór metody obserwacji sprowadzić można było do trzech alternatyw: ewidencji sumarycznej (sprawozdawczości), metody reprezentacyjnej i metody ankietowej, jako metod badania zjawisk masowych.

Wykorzystaniu ewidencji sumarycznej, jako metody dochodzeń stały na przeszkodzie następujące okoliczności:

1. sprzeczność z przyjętymi założeniami dochodzenia, która wyra-

zała się w niemożności wykorzystania tegoż sposobu zbierania materiału do badań wdrożeniowych<sup>11</sup>;

2. nieuwzględnienie wszystkich właściwości przedmiotu badania, które wyrażają się w jednostronności ujęcia (tylko strona dynamiczna), w niebezpieczeństwie ograniczenia zakresu rzeczowego badania do zespołu tylko tych zjawisk, które są przedmiotem ujęcia w danym okresie ewidencji sumarycznej<sup>12</sup>; w zupełnym pominięciu zjawisk charakteryzujących środowisko działalności przedsiębiorstw;

3. niedogodności techniki obserwacji, która wymagałaby ekspedycyjnego sposobu zbierania informacji<sup>13</sup>.

<sup>11</sup> Wynika to z pewnej schematyczności ujęć ewidencji sumarycznej, która nie pozwala na uchwycenie zespołu dodatkowych cech badanych zjawisk. Proces poznawczy uzależniony jest więc każdorazowo od danego schematu cech ustalonych a priori przez centralną instytucję statystyczną (GUS), wyznaczając tym samym podmiotowi badania pewne granice poznawcze. Klasyczny przykład ograniczonych możliwości poznawczych w tym względzie stanowią wspomniane badania Instytutu Handlu Wewnętrznego w Warszawie. Dochodzą tu ponadto poważne trudności wiążące się ze zmianami w układzie i zakresie treściowym sprawozdań, co czyni ewidencję sumaryczną mało przydatną dla tego celu. Por. Z. Kossut, *Sprawy zasad sporządzania i wykorzystania sprawozdań przedsiębiorstw handlowych*, „Handel Wewnętrzny” 1961, z. 1, s. 81, 84.

<sup>12</sup> Wyraża się to w pominięciu wszystkich cech indywidualizujących dane przedsiębiorstwo, a w szczególności cech o charakterze jakościowym. Oznacza to jednocześnie rezygnację z uzyskania ocen i sądów wypowiedzianych przez samo zainteresowane przedsiębiorstwo na temat procesów i wyników działalności oraz jego współpracy z innymi podmiotami gospodarczymi.

<sup>13</sup> Odnosi się to do wszystkich przedsiębiorstw handlu detalicznego, a w szczególności do handlu wiejskiego. Zasadniczą trudność stwarza wieloszczebelowość ewidencji sumarycznej w handlu wiejskim. Wobec tego, że korzystanie ze sprawozdawczości na szczeblu wojewódzkiego związku dla tego rodzaju badań staje się bezprzedmiotowe (gdyż dysponuje on tylko zestawieniami zbiorczymi w skali powiatu), zachodziłaby konieczność korzystania z materiałów sprawozdawczych poszczególnych spółdzielni, nadesłanych do związków powiatowych. Zebranie materiałów mogłoby się odbywać tylko przez delegowanie odpowiedniego zespołu pracowników do wszystkich związków powiatowych na terenie badanych województw. Przerzucanie natomiast powyższego ciężaru na aparat handlu wiejskiego byłoby bardzo ryzykowne. Ponieważ niektórym powiatowym związkom podlega kilka lub kilkanaście przedsiębiorstw, odtworzenie (miesięczno-kwartalno-roczej) ewidencji sumarycznej stanowiłoby znaczne obciążenie techniczno-manipulacyjne. Ze względu na ograniczone środki finansowe oraz związany z tym tylko częściowy efekt, korzystanie z tego rodzaju sposobu dochodzeń okazało się niezwykle uciążliwe. Bardziej uproszczoną alternatywę rozwiązań zbierania materiału empirycznego przyjął w 1960 r. Instytut Handlu Wewnętrznego. Obserwacji dokonano na zbiorczych formularzach statystycznych, wypełnianych przez zarządy handlu w oparciu o ewidencję sumaryczną podległych im przedsiębiorstw. Por. Z. Kossut, *Międzyzakładowa analiza działalności gospodarczej przedsiębiorstw handlowych*, Warszawa 1961, s. 122—142.

Podobne obiekcje nasuwała również metoda reprezentacyjna, a to ze względu na niezgodność z założeniami metodologicznymi (daje podstawę raczej do badań wdrożeniowych, aniżeli podstawowych)<sup>14</sup> oraz postulatami wynikającymi z przedmiotu badania, który wymaga dla przestrzennej oceny zjawisk kompleksowego ujęcia działalności wszystkich jednostek zbiorowości.

Poruszone zastrzeżenia odnoszą się głównie do zagadnień poznawczych, eliminując tym samym obie metody zbierania informacji z obecnej fazy badań nad efektywnością handlu uspołecznionego. Metodą, która odpowiada większości wysuwanych przesłanek, jest metoda ankietowa. Została ona przyjęta w naszym badaniu, jako podstawowa metoda obserwacji.

Z uwagi na to, że pojęcie ankiety pozostaje w literaturze statystycznej na ogół nieokreślone lub też jest formułowane w sposób mało precyzyjny, zachodzi konieczność przedstawienia cech konstytutywnych zastosowanej metody obserwacji<sup>15</sup>. Cechy te ujawniają się najostrzej,

<sup>14</sup> Występuje tu zasadnicza kolizja z celem badania, którego zadaniem w obecnej fazie jest dostarczenie podstawowej dokumentacji faktów i zdarzeń związanych z działalnością wszystkich przedsiębiorstw handlowych na terenie badanego regionu. Z punktu widzenia poznawczego wyniki badań reprezentacyjnych dają obraz warunków przeciętnych, lecz uniemożliwiają określenie różnicowań terytorialnych całego regionu. Ponadto w konkretnych warunkach badania brak było dostatecznej gwarancji, że wybrane w sposób losowy przedsiębiorstwa udzielą w kolejnych latach odpowiedzi. Koncepcja oparcia badań na stałych „przedsiębiorstwach korespondentach”, by w ten sposób tworzyć obiektywne warunki dla podejmowania tego rodzaju badań ze względu na dokonujące się ciągle zmiany reorganizacyjne przedsiębiorstw państwowych (proces rozbranzowienia przedsiębiorstw miejskiego handlu detalicznego) i spółdzielczych (proces komasacji gminnych spółdzielni, mający szczególnie intensywny przebieg w województwie zielonogórskim), okazała się w okresie przeprowadzenia badania przedwczesna.

<sup>15</sup> Metoda ankietowa nie doczekała się dotychczas jednoznacznego zdefiniowania w literaturze statystycznej. Zakres treści pojęcia ankiety jako metody obserwacji statystycznej kształtuje się w historycznym rozwoju badań społeczno-gospodarczych w różny sposób. Na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat metoda ankietowa przeszła wprost rewolucyjną fazę przeobrażeń, wykształcając w badaniach zjawisk gospodarczych nowe formy techniki obserwacji ankietowej, odbiegające od tradycyjnych ujęć pojęcia ankiety w większości dostępnych podręczników statystycznych. W pracy współczesnych naukowych instytutów badawczych ankietą stała się niemal powszechnie metodą obserwacji zjawisk masowych, przyjmując — szczególnie w instytucjach zajmujących się badaniem efektywności przedsiębiorstw — postać obserwacji ciągłej, prowadzonej w długich okresach czasu w odniesieniu do tej samej zbiorowości. W chwili obecnej metoda ankietowa obok metody reprezentacyjnej, która wysunęła się w zdecydowany sposób na plan pierwszy, stanowi podstawową formę zbierania informacji w badaniach regio-

gdy rozpatrzmy je na tle cech klasycznego pojęcia metody ankietowej. Za takie uznać należy pojęcie wysuwane przez prof. S. Waszaka, który określa ankietę jako metodę szacunku niekwalifikowanego, polegającą na zapytywaniu osób zainteresowanych za pomocą pytań obiektywnych i subiektywnych, charakteryzującą się anonimowością, dobrowolnością, pośredniością i jednorazowością zbierania informacji<sup>16</sup>.

Definicja ta zawiera w zasadzie wszystkie podstawowe komponenty metody ankietowej. Strona teorio-poznawcza wyrażona jest przy pomocy pytań o charakterze obiektywnym i subiektywnym, natomiast za pomocą cech: anonimowości, dobrowolności, pośredniości i jednorazowości, wyrażona jest technika obserwacji. „Klasyczności” tego sformułowania należy dopatrywać się nie tyle w uchwyceniu całokształtu istotnych cech tej metody, ile w uchwyceniu treści, którą one wyrażają. Z doboru tych cech wynika podstawowa funkcja poznawcza ankiety tradycyjnej, której głównym zadaniem jest zebranie opinii i sądów kompetentnych osób na temat określonych faktów i zdarzeń. Przejawia się ona w uprzywilejowaniu pytań subiektywnych. Pytania o charakterze obiektywnym spełniają natomiast funkcję pomocniczą, ograniczając się jedynie do opisu podstawowych cech jednostki obserwacji. Technika obserwacji tak sformułowanej ankiety dostosowana jest do określonego przedmiotu badań, który tworzą szeroko rozumiane zjawiska społeczne. Pojęcie proponowane przez prof. S. Waszaka reprezentuje więc w sposób najbardziej pełny ogólnie przyjęte w literaturze statystycznej, a jednocześnie w niedostateczny sposób sformułowane — stanowisko traktowania metody ankietowej, jako narzędzia badań zjawisk społecznych (opisu socjograficznego). Ankieta w powyższym ujęciu nie jest natomiast „przystosowana” do badania zjawisk gospodarczych związanych z efektywnością

nalnych. Por. *Application des methodes de sondage aux enquêtes statistiques*, Institut National de la Statistique et des Etudes Économiques, Études Théoriques N° 6, Paryż 1953 s. 187.

<sup>16</sup> Szczegółowe przedstawienie różnic współczesnych poglądów poszczególnych autorów w dostępnej literaturze statystycznej na temat pojęcia metody ankietowej przekracza ramy niniejszych rozważań. Podkreślić warto w tym miejscu tę okoliczność, że na ogół wysuwane przez różnych autorów pojęcia nie wykazują sprzeczności z sobą. Pojęcia te posiadając w większości przypadków charakter definicji opisowej, wzajemnie się uzupełniają. Abstrahując od zgodności czysto semantycznych, różnice między wysuwanymi pojęciami sprowadzają się do tego, że każdy z autorów jako *diferentia specifica* metody ankietowej akcentuje inne jej cechy. Dlatego też nieliczne z proponowanych definicji są pojęciami „pełnymi”, wyczerpującymi większość cech konstytutywnych. Do nielicznych autorów starających się oprócz pojęcia ankiety na próbie ujęcia możliwie wszystkich cech konstytutywnych tej metody, należy pojęcie prof. S. Waszaka (poor. *Statystyka teoretyczna* — praca przygotowana do druku).

handlu. Należałoby zatem pokrótce przedstawić, jakim zmianom uległy cechy techniki obserwacji przyjętej metody w stosunku do cech metody tradycyjnej.

Każdy przedmiot badania wyznacza danej metodzie pewien wariant rozwiązań techniki obserwacji<sup>17</sup>. Dlatego też przyjęte rozwiązania w metodzie badań ankietowych nad efektywnością przedsiębiorstw handlu uspołecznionego rozpatrywać można w świetle czterech cech.

1. Imiennosc obserwacji. Cecha ta stanowi przeciwieństwo zasady anonimowości, która mimo bezspornych zalet, jak gwarancja poufności wypowiedzi (szczególnie w odniesieniu do pytań o charakterze subiektywnym), stwarza podstawę do pełnej swobody sformułowania sądów i ocen (zwiększając tym samym ich wiarygodność), posiada również i szereg wad. Wady te w odniesieniu do badania zjawisk gospodarczych wyrażają się w tym, że:

a) jednostka badania udzielająca odpowiedzi nie liczy się często z prawdziwością wielu swoich twierdzeń,

b) podmiot badania traci kontakt z jednostką obserwacji, co wywołuje szereg trudności w prawidłowym przeprowadzeniu kontroli, opracowaniu, a w badaniach terenowych również i analizie statystycznej uzyskanego materiału<sup>18</sup>. Niedogodności związane ze stosowaniem zasady anonimowości w obserwacjach zjawisk gospodarczych powodują często konieczność zrezygnowania z tej zasady na rzecz imiennosci obserwacji<sup>19</sup>.

<sup>17</sup> Por. S. Waszak, *Zagadnienie techniki statystycznej w literaturze i praktyce*, „Przegląd Statystyczny” 1949, nr 1—2, fi. 51—74.

<sup>18</sup> Powyższe trudności uzasadnione są tym, że podmiot badania traci możliwość: 1. otrzymania pełnego opisu jednostki obserwacji, 2. uzyskania dodatkowych informacji w razie stwierdzenia nieścisłości, lub konieczności dokonania jakichkolwiek uzupełnień, 3. przeprowadzenia weryfikacji uzyskanych informacji na podstawie badań ankietowych przez ich porównanie z informacjami z innych źródeł, 4. przeprowadzenia imiennej analizy porównawczej przedsiębiorstw w czasie i przestrzeni w przypadku regionalnych badań nad efektywnością handlu.

<sup>19</sup> Cecha anonimowości jest często utrzymywana w badaniach zjawisk rynkowych, które stanowią pewne odstępstwo od ankiet gospodarczych, zbliżając się swą metodyką do typu ankiety klasycznej — badania opinii społecznej. W badaniach ankietowych podejmowanych przez instytuty badawcze koniunktur gospodarczych, między innymi również i instytuty handlu zajmujące się badaniem efektywności przedsiębiorstw, stosowana jest quasi — anonimowość obserwacji dla zabezpieczenia tajemnicy przedsiębiorstwa. Anonimowość ta jest w rzeczywistości pozorna i ma raczej znaczenie prewencyjno-wychowawcze (posiadając swój wyraz w publikacjach instytutu). W rzeczywistości podmiot badania może każdorazowo określić imiennosc jednostki udzielającej odpowiedzi przy pomocy odpowiedniego klucza symbolizacyjnego, znanego tylko wtajemniczonym pracownikom instytutu. (Por. m. in. K. Schmalz, *Bilans- und Betriebsanalyse in Amerika*, Stuttgart 1927, s. 25 i nast.; *Betriebsvergleich des Einzelhandels und seine Durchführung*. Mittei-

Wynikające z tego korzyści pod względem poznawczym przewyższają znacznie wszystkie zalety wiążące się z anonimowością dochodzeń<sup>20</sup>.

2. **Obligatoryjność odpowiedzi.** Stanowi ona obok cechy imienności najważniejsze odstępstwo od klasycznego ujęcia metody ankietowej. Podstawą przyjęcia powyższej cechy jest założenie, że w przypadku zastosowania zasady dobrowolności, odpowiedzi udzielą tylko te jednostki badania, których pracownicy posiadają wysoki poziom umysłowy (zawodowy) i odniosą się z pełnym zrozumieniem do celu badania, oraz te, które wykazać się mogą dobrymi rezultatami swej działalności<sup>21</sup>. Wykorzystanie skądinąd słusznej zasady dobrowolności jest więc w obecnej fazie dociekań nie wskazane, gdyż otrzymane odpowiedzi nie stwarzałyby dostatecznych podstaw dla reprezentatywności wyników obserwacji<sup>22</sup>.

3. **Okresowość obserwacji.** Zasada ta polega na tym, że dochodzenie ankietowe jest powtarzane w kolejnych okresach czasu w celu dynamicznego ujęcia badanych zjawisk w odniesieniu do tych samych jednostek zbiorowości<sup>23</sup>.

lungen des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Herausgegeben von Prof. Dr. R. Seyffert, Sonderheft 1, Köln 1955). Stosowanie zasady quasi-anonimowości w odniesieniu do analogicznych dochodzeń ankietowych w warunkach gospodarki planowej, ze względu na wielką uciążliwość takiego postępowania, nie wydaje się celowe.

<sup>20</sup> Stwierdzenie powyższe odnosi się nie tylko do badań zjawisk gospodarczych. W literaturze poświęconej metodyce badań socjologicznych coraz częściej wysuwane są zastrzeżenia odnośnie do cechy anonimowości, postulujące ograniczenie jej do tych przypadków, w których imiennosc obserwacji prowadziłyby do zupełnego niepowodzenia badań.

<sup>21</sup> Nie udzielą natomiast odpowiedzi te jednostki, u których kierownictwa cele badania nie znajdują zrozumienia, które wykazać się mogą słabymi wynikami działalności, które nie posiadają (zdaniem ich pracowników) obiektywnych warunków na wypełnienie kwestionariusza w proponowanym terminie wskutek przeciążenia pracą itp.

<sup>22</sup> Zasada dobrowolności nie jest na ogół nigdy stosowana w swej czystej postaci w ankietowych badaniach zjawisk gospodarczych. Doświadczenia licznych badań wskazują, iż każdy podmiot badania korzysta w mniejszym lub większym stopniu z bezpośredniego lub pośredniego nacisku administracyjnego. Wynika to z tej okoliczności, że jednostkami obserwacji w tych badaniach są najczęściej jednostki gospodarze, na które wywierały wpływ zainteresowane instytucje lub zrzeszenia gospodarcze współdziałające z podmiotem badania. Dlatego też przeprowadzenie ścisłej linii demarkacyjnej pomiędzy zasadą dobrowolności a zasadą obligatoryjności może się okazać bardzo trudne w badaniach ankietowych zjawisk gospodarczych.

<sup>23</sup> Cecha powyższa odgrywa poważną rolę w jednej ze współczesnych technik badań ankietowych w Stanach Zjednoczonych, a ostatnio również i w krajach Europy Zachodniej, określanej jako tzw. *continuous — panel technique* (ankieta

4. Pośredniość obserwacji. Sugeruje ona, że obserwacja odbywa się wyłącznie w formie ankiety pisemnej przy pomocy kwestionariusza. Podmiot badania nie styka się więc bezpośrednio z przedmiotem badania, lecz pośrednio poprzez jednostkę obserwacji. Jest on reprezentowany wobec jednostki udzielającej informacji za pomocą kwestionariusza oraz załączonej instrukcji.

Przytoczone cechy dokonują poważnej modyfikacji techniki obserwacji ankiety klasycznej typu opiniodawczego, na typ ankiety „faktograficznej”, której zadaniem jest zebranie nie tyle subiektywnych opinii i ocen, ile empirycznego materiału liczbowego odnoszącego się do poziomu, struktury i związków zachodzących między badanymi zjawiskami. Cechy te są przystosowane do prawidłowego uchwycenia pytań obiektywnych. Takie ujęcie techniki metody ankietowej powoduje jednocześnie określone konsekwencje poznawcze, przesuwając punkt ciężkości na część obiektywną ankiety, narzucając konieczność traktowania pytań o charakterze subiektywnym w sposób drugoplanowy.

\*

Każdy przedmiot badania wyznacza, wobec przyjętego celu oraz metod i techniki obserwacji, określone możliwości poznawcze. Sfera obrotu towarowego wśród całokształtu zjawisk i procesów ekonomicznych stanowi przedmiot badań szczególnie trudny. Trudność ta jest wynikiem wielkiej złożoności, zmienności i niepowtarzalności w tej samej formie procesów gospodarczych występujących na rynku. Działalność przedsiębiorstwa handlowego wymaga więc od badacza wiele uwagi i wnikliwości, gdyż możliwości poznawcze są tutaj determinowane w większym niż gdziekolwiek indziej nasileniu przez czynniki pozagospodarcze. Stąd też rozpatrywana problematyka efektywności przedsiębiorstw handlowych wymagała uwzględnienia między innymi informacji o tych zjawiskach ekonomicznych i pozaekonomicznych, które wpływają w sposób bezpośredni i pośredni na działalność badanych przedsiębiorstw. Na tej podstawie dopiero można wyodrębnić czynniki oddziałujące na efektywność przedsiębiorstw w sposób względnie

ciągła — wahadłowa, powtarzana z okresu na okres). Por. L. O. Brown, *Marketing and Distribution Research*, Nowy Jork 1949, s. 302. D. M. Hobart, *Marketing Research Practic*, Nowy Jork 1950, s. 222 i nast.; R. Ferber, *Statistical Techniques in Market Research*, Londyn 1949, s. 238; J. Neter, W. Wasserman, *Fundamental Statistics for Busines and Economics*, Nowy Jork 1956, a. 26 i nast.; R. Züger, *Die Marktforschung in der schweizerischen Landwirtschaft*, Bern 1957, s. 57 i nast. Nadmienić należy, iż na ciągłości obserwacji ankietowych opiera się działalność badawcza większości instytutów, których obserwacje ankietowe stanowią charakter badań podstawowych.

stały — jednokierunkowy, oraz czynniki zmienne — oddziałujące w sposób wielokierunkowy. Możliwe to jest jedynie przez ujęcie działalności przedsiębiorstwa handlowego w jego naturalnym środowisku. Należy zdać sobie jednak z tego sprawę, że nie wszystkie z postulowanych cech uzyskane być mogły w przedsiębiorstwie. Przyjmując zasadę jednego źródła informacji, należało wobec tego zmierzać do takiego ujęcia ich zakresu, by wiarygodność ich nie została podważona.

Przyjęcie przedsiębiorstwa jako podstawowej jednostki badań powoduje określone konsekwencje metodologiczne. W rozpatrywanym przypadku narzucało ono badaczowi kompleksowość rozstrzygnięć, które musiał podjąć w stosunku do wszystkich czynników kształtujących działalność przedsiębiorstwa. Zasadnicza trudność metodologiczna sprowadzała się do kwantyfikacji usług handlowych świadczonych przez handel. Wobec tego, że wszelkie koncepcje bezpośredniego mierzenia usług w postaci różnorodnych mierników „fizycznych” okazały się w praktyce mało realne, bezsporną stała się konieczność mierzenia ich drogą pośrednią przy pomocy wielkości symptomatycznych. W ten sposób skonstruowano własny system mierników efektywności, opartych na wielkościach symptomatycznych, tworzących „koszyk” cech reprezentantów typowych czynności związanych z procesem zaspokojenia potrzeb konsumenta. Przyjęcie pośredniego mierzenia efektywności oznaczało dopuszczenie w sposób świadomy pewnego błędu obserwacji, zakładając tym samym *a priori* uzyskanie przybliżonego obrazu rzeczywistości.

Na doborze przyjętych symptomów zaciążyły między innymi następujące okoliczności:

1. usługi handlu występują w sposób kompleksowy w postaci określonych zespołów; każda zmiana niektórych z nich wywołuje odpowiednie zmiany w pozostałych.

2. wielokierunkowość oddziaływania kosztów na usługi, która powoduje, że jeden i ten sam nakład decyduje o szerokim zespole powiązanych ze sobą usług handlowych.

Okoliczności te ograniczały możliwości ścisłego wyodrębnienia poszczególnych funkcji rynkowych spełnianych przez badane przedsiębiorstwa.

Istotne jest zagadnienie, w jakim stopniu poruszona problematyka efektywności ekonomicznej znalazła swój wyraz w treści kwestionariusza. Celowe wydaje się więc poświęcenie problemowi temu osobnych rozważań.

Doświadczenia licznych badań statystycznych wykazują, iż nie można w zasadzie w żadnym konkretnym przypadku badania mówić o idealnej budowie kwestionariusza. Jeśli okaże się ona doskonała pod jednym względem, budzić może zastrzeżenia pod wieloma innymi. Konstrukcja

kwestionariusza stanowić będzie zawsze pewien kompromis między wieloma postulatami wysuwanyymi przez teorię statystyki na rzecz celu badania. Teza ta znalazła swe pełne potwierdzenie przy opracowaniu kwestionariusza dla przeprowadzenia badań nad efektywnością przedsiębiorstw handlu uspołecznionego.

Koncepcja kwestionariusza opracowana została przez Katedrę Statystyki WSE w Poznaniu. W początkowej fazie przygotowania badania projektowano opracowanie kwestionariusza uniwersalnego dla jednostek całej badanej zbiorowości. Wysuwając postulat jednolitego kwestionariusza kierowano się między innymi względami finansowymi oraz uproszczeniem techniki opracowania statystycznego. Myśl ta okazała się jednak błędna w dalszej fazie opracowań<sup>24</sup>. Wystąpiła konieczność zróżnicowania budowy kwestionariusza w zależności od szczebla aparatu handlu, formy prawnej, środowiska działalności oraz organizacji ewidencji w przedsiębiorstwie. Stosownie do tego, dla uchwycenia działalności tak zróżnicowanej zbiorowości przedsiębiorstw, opracowano pięć odrębnych wersji kwestionariusza<sup>25</sup>. Projekty wersji roboczych poddano krytycznej ocenie na zorganizowanych przy współudziale WKPG w Poznaniu specjalnych konferencjach z udziałem kompetentnych przedstawicieli zainteresowanych organizacji handlowych. Narady te stanowiły w zasadzie jedyną formę weryfikacji koncepcji kwestionariusza. Badaniem próbnym objęto bowiem tylko jedną z wersji<sup>26</sup>, co nie pozostało bez

<sup>24</sup> Opracowanie jednolitego kwestionariusza dla wszystkich jednostek badanej zbiorowości stworzyłoby niebezpieczeństwo: 1. zbyt daleko idącego rozbudowania pytań kwestionariusza, 2. niedostatecznego wydobycia cech właściwych dla poszczególnych form organizacyjnych handlu oraz środowiska badanych przedsiębiorstw, 3. dowolnej interpretacji poszczególnych pytań kwestionariusza przez zainteresowane przedsiębiorstwa, 4. uzyskania materiału źródłowego formalnie nieporównalnego ze względu na zróżnicowanie form ewidencji księgowej (odmienność planów kont) oraz ewidencji sumarycznej dotyczącej obrotu towarowego, zatrudnienia w handlu itp.

<sup>25</sup> Zróżnicowanie to utrzymane zostało przez cały okres objęty obserwacją. Poszczególne wersje kwestionariusza odnoszą się do następujących zbiorowości przedsiębiorstw: 1. państwowego handlu hurtowego (centrale gestorzy), 2. spółdzielczego handlu hurtowego, obsługującego strefę wiejską (CRS „Samopomoc Chłopska”), 3. państwowego miejskiego handlu detalicznego (MHD, MHM, PDT, Delikatesy itd.), 4. spółdzielczego miejskiego handlu detalicznego (zrzeszonego w Centralnym Związku Spółdzielni Spożywców „Społem” i innych związkach branżowych), 5. spółdzielczego wiejskiego handlu detalicznego (zrzeszonego w CRS „Samopomoc Chłopska”).

<sup>26</sup> Badaniem próbnym objęto tylko przedsiębiorstwa detalicznego handlu państwowego (24 przedsiębiorstw), działające w różnych miastach woj. poznańskiego. Uzyskane doświadczenia usiłowano przenieść na pozostałe wersje kwestionariusza. Ze względu jednak na bardzo zróżnicowany poziom przygotowania zawodowego

wpływu na wyniki badania w pierwszym roku obserwacji. Wskutek tego jako badanie próbne przyjęto mimowolnie obserwację za 1953 r., na podstawie której dokonano weryfikacji pozostałych wersji kwestionariusza.

Koncepcja budowy kwestionariusza oparta została na przesłankach wpływających z założeń celu i przedmiotu badania; zamówienia społecznego wysuwane przez instytucje współdziałające w badaniu (WKPG i WZGS); dostosowania formy i poziomu pytań do faktycznych możliwości jednostek obserwacji; dostosowania ilości i charakteru pytań do możliwości statystycznego opracowania.

O ile pierwsze dwie przesłanki posiadają charakter metodologiczny, o tyle pozostałe wiążą się ściśle z techniką badania. Spośród nich szczególną uwagę poświęcono dostosowaniu pytań kwestionariusza do faktycznych możliwości jednostek obserwacji. Przejawia się to w przyjęciu zasady dostosowania pytań obiektywnych do faktycznego stanu dokumentacji badanych zjawisk w przedsiębiorstwie oraz poza przedsiębiorstwem<sup>27</sup>, a pytań subiektywnych — do przeciętnego poziomu wykształcenia ogólnego i zawodowego pracowników mających udzielić na nie odpowiedzi. Ponadto przyjęto zasadę nie obciążania jednostki obserwacji wykonywaniem żadnych dodatkowych działań arytmetycznych, celem zmniejszenia do minimum czasu niezbędnego do wypełnienia kwestionariusza<sup>28</sup>. W ten sposób zmierzano do wyeliminowania wszystkich tych czynników, które mogłyby stanowić przeszkodę w jego prawidłowym wypełnieniu.

Każdy kwestionariusz składa się, bez względu na szczebel aparatu handlowego, z czterech części: I. charakterystyka przedsiębiorstwa, II. działalność przedsiębiorstwa, III. wyniki działalności przedsiębiorstwa, IV. uwagi dotyczące oceny działalności gospodarczej przedsiębiorstwa. Jednocześnie dla każdej wersji kwestionariusza opracowano odrębną instrukcję metodyczną odnośnie do jego wypełniania. Ilość i zakres pytań zawartych w poszczególnych częściach kwestionariusza ulegała w kolejnych latach pewnym zmianom. Niektóre pytania zostały przesuwane między poszczególnymi częściami kwestionariusza ze względów

pracowników oraz odmiennosc problematyki w handlu wiejskim i miejskim, uzyskane z tego korzyści okazały się niewielkie. Zrezygnowanie z badania próbnego w odniesieniu do pozostałych zbiorowości przedsiębiorstw podyktowane zostało krótkim okresem czasu, jaki pozostał dla przeprowadzenia obserwacji przed rozpoczęciem prac bilansowych przedsiębiorstwa za 1954 r.

<sup>27</sup> Odnosi się do cech opisujących środowisko działalności przedsiębiorstwa.

<sup>28</sup> Przyjęcie tej zasady dyktowała ponadto chęć uzyskania materiału obciążonego możliwie najmniejszym błędem obserwacji. Zasada ta oznaczała jednocześnie przerzucenie wszystkich czynności rachunkowych z jednostki obserwacji na przedmiot badania.

merytorycznych lub też w celu usprawnienia techniki jego wypełniania. Oprócz zespołu pytań (cech stałych) powtarzanych z okresu na okres, każda z części zawiera również pytania (cechy) zmienne.

Pierwsze trzy kolejne części zawierają przeważnie pytania o charakterze obiektywnym. Część pierwsza kwestionariusza zawiera szczegółowy opis jednostki badania oraz środowiska jego działalności. Zgodnie z przyjętą zasadą imienności badania, starano się ująć pełną nazwę oraz adres przedsiębiorstwa celem: zwiększenia odpowiedzialności za udzielone informacje oraz zapewnienia możliwości uzyskania dodatkowych informacji albo przeprowadzenia czynności kontrolnych. Dalszy zespół pytań odnosi się do określenia przedmiotu, kierunków działalności, wielkości przedsiębiorstwa, struktury branżowej oraz szczegółowej charakterystyki podległych organizacyjnie jednostek sprzedaży. Charakterystykę stanu bazy techniczno-materiałowej przedstawiono przy pomocy dwóch zespołów cech, które zostały odpowiednio rozbudowane w kwestionariuszach dla przedsiębiorstw hurtowych (charakterystyka magazynów i transportu własnego). Cechy te ujęto przeważnie w formie tabelarycznej i uzupełniono pytaniami pomocniczymi. Każda z wersji kwestionariusza posiada ponadto odpowiednio zredagowane pytania o charakterze subiektywnym, odnoszące się do oceny wyposażenia sieci detalicznej, gospodarki magazynowej, polityki inwestycyjnej, lokalizacji jednostek sprzedaży (magazynów) oraz warunków komunikacyjnych. Środowisko działalności przedsiębiorstwa wyrażone zostało przy pomocy pytań dotyczących terenowego zasięgu działania przedsiębiorstwa, liczby zaopatrywanej ludności, relacji przestrzennej rozmieszczenia sieci handlowej (sklepów, magazynów), odległości od źródeł zaopatrzenia, stacji kolejowej, warunków komunikacyjnych terenu (handel wiejski) itp. Pytania tej części miały umożliwić wyrobienie poglądu o warunkach, w jakich badane przedsiębiorstwa świadczyły usługi handlowe.

Część druga składa się wyłącznie z pytań obiektywnych ujętych w postaci zestawień tabelarycznych, kumulujących wartość cech charakteryzujących rozmiary działalności przedsiębiorstwa oraz zaangażowanych czynników ekonomicznych. Stanowi ona najbardziej ustabilizowaną część kwestionariusza. Zmiany w układzie pytań następowały głównie wskutek zmian w planowaniu i ewidencji badanych zjawisk w przedsiębiorstwie.

Niewiele od poprzedniej części różni się swą konstrukcją część trzecia kwestionariusza, poświęcona wynikom działalności przedsiębiorstwa. Zawiera ona w układzie tabelarycznym wyniki finansowe działalności handlowej z uwzględnieniem między innymi następujących cech: szczegółowe ujęcie obrotów (sprzedaż towarów, sprzedaż usług nieprzemysłowych, przerzuty towarów z prowizją, marża handlowa, prowizje (otrzy-

mane i udzielone), koszty w szczegółowym ujęciu rodzajowym, straty i zyski nadzwyczajne, wyniki netto oraz różnice budżetowe. Główny nacisk, zgodnie z celem dociekań, położono na możliwie szczegółowe ujęcie kosztów obrotu towarowego. Podobnie jak w poprzedniej części kwestionariusza, wspomniane cechy przedstawiono w różnych przekrojach czasowych, a to w celu:

1. uchwycenia wahań sezonowych (między innymi określenia stopnia elastyczności kosztów),
2. lepszego określenia współzależności badanych zjawisk,
3. wzajemnego kontrolowania uzyskanych informacji.

W wersji kwestionariusza za 1956 r. wprowadzono dodatkowe pytania pomocnicze dla uchwycenia wartości funduszu płac wypłaconego z tytułu regulacji płac (X—XII 1956 r.), celem uzyskania porównywalności z analogicznym okresem roku poprzedniego. Podobne pytania pomocnicze wprowadzono w wersji za 1957 r.<sup>29</sup>, celem kontroli sposobu rozliczenia kosztów stałych i zmiennych przez dane przedsiębiorstwo. Dla naświetlenia przyczyn kształtowania się kosztów oraz wyników działalności w danym przedsiębiorstwie umieszczono zespół pytań subiektywnych. Zadaniem tych pytań było z jednej strony uchwycenie wszystkich charakterystycznych czynników oddziałujących na rentowność, wraz z omówieniem kształtowania się ważniejszych pozycji kosztów i naświetlenia ich powiązania z innymi wielkościami w przedsiębiorstwie, z drugiej strony — zebranie sądów i opinii na ten temat ze strony kierownictwa zainteresowanych jednostek.

W istotny sposób od przedstawionych różni się czwarta i zarazem ostatnia część kwestionariusza, a to ze względu na strukturę pytań (większość o charakterze subiektywnym) oraz stosunkowo wielką zmienność problematyki w poszczególnym roku. W wersji kolejnych lat pytania te tworzą swego rodzaju autonomiczną całość. Problematyka pytań odnosiła się między innymi do: oceny ewidencji (pierwotnej i sumarycznej), przedmiotu i zakresu wykonywanej analizy ekonomicznej pod kątem wykorzystania jej dla potrzeb zarządzania i kierowania przedsiębiorstwa, źródeł dalszego obniżenia kosztów obrotu towarowego, zmian organizacyjnych i terytorialnych przedsiębiorstwa wynikłych wskutek zmian podziału administracyjnego kraju (handel wiejski), oceny realności poziomu marż handlowych, efektywności kapitałnych remontów i inwestycji,

<sup>29</sup> Wszystkie wersje kwestionariusza, począwszy od 1955 r., zawierały pytania pomocnicze, mające na celu uchwycenie zmian w wysokości opłat za usługi płacone przez przedsiębiorstwa handlowe innym gałęziom gospodarki narodowej (zmiany taryf i stawek przewozowych transportu kolejowego, samochodowego itp.). Zadaniem tych pytań było zebranie odpowiednich informacji dla zapewnienia porównywalności formalnej kosztów obrotu towarowego.

oceny zaopatrzenia ze źródeł zdecentralizowanych. Ujęto też zespół pytań mający umożliwić podjęcie prac nad określeniem optimum wielkości przedsiębiorstwa. Z przytoczonych przykładowo pytań zawartych w tej części kwestionariusza wynika wielkie bogactwo problematyki, która swym zakresem bardzo często wykracza poza zbierany materiał liczbowy, stwarzając tym samym szersze tło dla prowadzonych dociekań. Ponadto pytania te stwarzały dogodną formę wywiązywania się podmiotu badania z dezyderatów wysuwanych ze strony instytucji współpracujących (WKPG i WZGS), spełniając w ten sposób podwójne funkcje pomocnicze.

Stosownie do konstrukcji kwestionariusza, odpowiedniej modyfikacji ulegała treść szczegółowa instrukcji metodycznych dotyczących ich wypełnienia. Część ogólna natomiast, wykazując nieznaczne odchylenia, zawierała podstawowe informacje dotyczące źródeł i sposobu wypełniania kwestionariusza, a w szczególności:

1. komórki i stanowiska pracy, które powinny udzielić odpowiedzi na poszczególne pytania,

2. zasady, jakimi należy się kierować we Wszystkich przypadkach wątpliwych przy wypełnianiu tablic i udzielaniu odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu,

3. sposób postępowania, którym należy się posłużyć w przypadku, gdy miejsce przeznaczone na udzielenie odpowiedzi w kwestionariuszu okaże się niewystarczające itd. Przy opracowaniu instrukcji starano się ściśle przestrzegać zwięzłości i jasności sformułowań, by w maksymalnym stopniu zachęcić jednostki obserwacji do korzystania z niej.

Przedstawiając koncepcję kwestionariusza położono główny nacisk na jego konstrukcję ogólną oraz treść zawartych w nim pytań, pomijając natomiast ich formę, która wymaga osobnego omówienia.

Z dokonanego przeglądu cech zawartych w kwestionariuszu wynika, że wpływ właściwości przedmiotu badania znajduje swój wyraz w treści tegoż instrumentu poznania statystycznego, który w badaniach opartych na pośredniej technice obserwacji odgrywa szczególnie ważną rolę. Koncepcja budowy kwestionariusza przesądza bowiem w znacznym stopniu o powodzeniu całości postępowania badawczego.

Nie wchodząc bliżej w ocenę meritum koncepcji badań, które wykracza poza ramy naszych rozważań, należałoby się z kolei zastanowić nad tym: 1. w jakim stopniu modyfikacja techniki obserwacji tradycyjnej „ankiety opiniodawczej” okazała się z punktu widzenia celu i przedmiotu badania słuszną, 2. w jakim stopniu metoda badań ankietowych okazała się właściwą metodą obserwacji zjawisk i procesów masowych związanych z efektywnością przedsiębiorstw handlowych.

Problemy te wymagają jednak osobnego rozpatrzenia, na tle całości kształtu procesu poznawczego.