

JERZY DIETL i KAZIMIERA MAGOTT

ROLA HANDLU W PROCESIE ROZWOJU GOSPODARCZEGO POLSKI LUDOWEJ

Zadaniem artykułu jest ustalenie roli handlu we wzroście naszej gospodarki narodowej, ponadto chodzi o wskazanie podstawowych kierunków rozwoju handlu oraz stwierdzenie, czy wypełniał on swoje funkcje w stosunku do ludności. W rozważaniach naszych ograniczymy się jedynie do problemów ogólnych, nie uwzględniając odrębnie poszczególnych ogniw obrotu towarowego oraz ujęcia przestrzennego. Handel traktujemy jako wyodrębnioną dziedzinę gospodarki narodowej, wskazując na jego cechy, które pozwalają na scharakteryzowanie handlu jako całości, dlatego też zaczniemy od omówienia roli handlu w tworzeniu dochodu społecznego. Następnie rozważane będą problemy zatrudnienia i wydajności pracy oraz kwestia inwestycji i związane z tym problemy postępu technicznego i sieci handlu. Wreszcie, postaramy się odpowiedzieć na pytanie, jakie koszty ponosił handel i w jakim stopniu aktualne koszty rynku umożliwiają wypełnianie podstawowych jego funkcji. Ze względu na to, że chodzi o wykazanie roli handlu w procesie rozwoju gospodarczego, interesujące nas zjawiska ujmowane będą w możliwie długich szeregach chronologicznych. W zasadzie dane statystyczne obejmują okres lat 1950—1962. Podstawowe wielkości charakteryzujące rozwój handlu ujęto w tabeli 1. W rozważaniach mniejszych będziemy nawiązywali do tych danych.

Należy wskazać na wstępie, że handel w procesie rozwoju gospodarczego ma zarówno charakter pasywny, jak i aktywny. Rozwój gospodarczy kraju powoduje poważne rozszerzenie funkcji handlu w związku ze wzrostem dochodów realnych ludności i związanym z tym jeszcze szybszym zwiększaniem się popytu na usługi handlowe. Ponadto rozwój pozostałych dziedzin gospodarki narodowej rozszerza funkcje handlu związane z coraz to bardziej różnorodnymi procesami w sferze obrotu towarowego. Nie trzeba jednak zapominać, że jego aktywizacja jest niezbędnym warunkiem wzrostu gospodarczego. Nie do pomyślenia jest rozwój szeregu przemysłów bez oddziaływania nań preferencji konsumpcyjnych, w których przekazywaniu pośredniczy handel. Ponadto handel

jako samoistna dziedzina gospodarki narodowej może się wydatnie przyczynić do wzrostu aktywnej ekonomicznie ludności. W zależności od sytuacji rynku pracy oraz funduszy przeznaczonych na inwestycje możemy bez trudności wybrać kierunek kapitałochłonny lub pracochłonny rozwoju handlu. W pozostałych dziedzinach gospodarki narodowej natomiast musimy na ogół wprowadzać w maksymalnym stopniu postęp techniczny, co się z reguły wiąże z poważnym i stale zwiększającym się rozmiarem kapitału przypadającym na jednego zatrudnionego.

UDZIAŁ HANDLU W TWORZENIU DOCHODU NARODOWEGO¹

Rola, jaką handel spełnia w gospodarce narodowej najogólniej rzecz biorąc może być określona udziałem handlu w tworzeniu dochodu społecznego. W omawianym okresie handel średnio partycypował w 8% w dochodzie narodowym, dzięki czemu zajmował 4 z kolei miejsce po przemyśle, rolnictwie, i budownictwie. W 1947 r. udział handlu wynosił 7%; za dalsze lata omawiane wielkości zawiera tabela 1 (poz. 1). Daje się zauważyć nieznaczna tendencja wzrostu udziału handlu w dochodzie społecznym.

W latach 1949—1955 dochód narodowy wzrósł o 75%. Dla poszczególnych działów gospodarki wskaźniki wzrostu wynosiły: w przemyśle — 100%, w rolnictwie — 15%, w budownictwie — 140%, w transporcie i łączności — 30%, w obrocie towarowym — 60%². Jak widać, dynamika dochodu społecznego wytworzonego przez handel była więc z wyjątkiem rolnictwa najniższa³. W latach 1955—1960 dochód społeczny zwiększył

¹ Mówiąc o wkładzie handlu do dochodu narodowego bierzemy pod uwagę wielkość dochodu narodowego wytworzonego, a nie podzielonego. Ze względu na brak danych dotyczących udziału handlu wewnętrznego w dochodzie narodowym uwzględniamy udział tzw. obrotu ekonomicznego, przyjmujemy tym samym, że poszczególne dziedziny zaliczane do obrotu ekonomicznego rozwijały się równocześnie, co niekoniecznie jest zgodne z rzeczywistością. Obrót ekonomiczny obejmuje wartość marży globalnej realizowanej przez obrót towarowy wewnętrzny i zagraniczny oraz obrót w zakresie zaopatrzenia materiałowo-technicznego.

² Ze względu na brak wiarygodnych materiałów statystycznych za lata 1950—1955 dynamika wytworzonego dochodu narodowego przez handel, a także przez inne działy gospodarki jest obliczona szacunkowo. Założenia do obliczeń szacunkowych były w odniesieniu do handlu następujące: przyjęto dynamikę produkcji czystej według indeksu obrotów detalicznych w cenach porównywalnych, danych wyjściowych, produkcja czysta handlu w 1950 r. (L. Zienkowski, *Jak obliczać dochód narodowy*, Warszawa 1959, s. 202 i 203).

³ Należy zwrócić uwagę, że tak jak to zaznaczono w poprzednim przypisie, L. Zienkowski podaje wskaźnik wzrostu dochodu narodowego wytworzonego przez poszczególne działy za rok 1955 w porównaniu do roku 1949 z wyjątkiem budownictwa i obrotu ekonomicznego, dla których punktem wyjścia jest rok 1950. Ze

się o 38%, odpowiednie wielkości wynosiły dla przemysłu 48%, budownictwa 43%, rolnictwa 14%⁴, handlu 74%⁵. W przeciwieństwie do okresu poprzedniego w latach 1955—1960 najwyższy był przyrost dochodu społecznego tworzonego przez handel. W latach następnych, tj. 1960—1962 spada on nieznacznie w porównaniu z innymi dziedzinami. Powyższa konfrontacja wskazuje na to, że ożywienie w obrocie towarowym nastąpiło dopiero od 1955 r., a szczególnie w latach 1956—1957 (przyrost dochodu społecznego tworzonego przez handel był najwyższy). W tym okresie uległy zmianie proporcje w podziale dochodu społecznego między akumulację i spożycie na korzyść wzrostu spożycia, szczególnie w początkowym okresie (do roku 1958 spożycie wzrosło o 26,6%, a akumulacja o 25,8%⁶). Pociągnęło to za sobą dalsze konsekwencje w postaci zmiany nakładów inwestycyjnych dla tego okresu. Znacznie szybszy był wzrost inwestycji w sferze nieprodukcyjnej i w dziedzinach produkujących środki konsumpcji oraz w handlu. W związku z tym poważnie zwiększyła się produkcja gałęzi wytwarzających towary na zaopatrzenie rynku. Produkcja przemysłu spożywczego wzrosła w tym okresie o 45,4%, włókienniczego o 48,1%, skórzano-obuwniczego o 59,7%. W dużym stopniu podniosła się produkcja w przemyśle dóbr konsumpcyjnych trwałego użytku. Produkcję pralek w 1960 r. w stosunku do 1955 r. zwiększono 19 razy, lodówek 11 razy, maszyn do szycia 3,6 razy, motocykli 4-krotnie, radiodbiorników 1,4 razy⁷. Nastąpił także duży przyrost produkcji rolnej najwyższy w całym 12-leciu⁸. Zwiększyła się zatem podaż masy towarowej pod względem ilości, jakości i asortymentu. Wzrost nakładów inwestycyjnych dla obrotu towarowego przyczynił się w bardzo szybkim tempie do ożywienia jego działalności. Znalazło to wyraz w dużej dynamice wzrostu obrotów (w latach 1950—1955 obroty

względem na to, że dochód społeczny wytworzony wzrósł w roku 1950 w stosunku do roku 1949 o 15%, należy przypuszczać, że wskaźnik wzrostu dochodu społecznego wytworzonego przez handel jest wyższy niż 60%. Nie zmienia to jednak faktu, że dochód społeczny wytworzony przez handel wzrastał w tym okresie wolniej niż w pozostałych działach gospodarki poza rolnictwem.

⁴ *Polska w liczbach w latach 1946—1961*, Warszawa 1962, s. 15.

⁵ Dochód narodowy w cenach z roku 1956 wynosił w 1955 r. 239 mld zł, a w roku 1960 — 333 mld zł. Udział handlu w dochodzie społecznym dla tych lat wynosił odpowiednio 7,4% oraz 9,2% (por. tabela 1, poz. 1) tzn. w wielkościach absolutnych 17,7 mld zł i 30,6 mld zł, co stanowi wzrost o 74% (Rocznik Statystyczny 1963, s. 67, tab. 5; *Polska w liczbach*, op. cit., s. 15 i 16; L. Zienkowski, op. cit., s. 206).

⁶ *Polska w liczbach*, op. cit., s. 18 i 19.

⁷ Ibidem, s. 32 i 33.

⁸ W latach 1956—1960 wynosił on 20,2%, w okresie 1950—1955 tylko 7% (ibidem, s. 58).

Tabela 1
Wielkości charakteryzujące rozwój handlu w Polsce w latach 1950—1962

Lp.	Wyszczególnienie	Lata												
		1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960	1961	1962
1	Udział procentowy obrotu ekonomicznego w wytworzonym dochodzie narodowym	(.)	(.)	(.)	(.)	(.)	7,4	7,9	8,7	8,5	8,9	8,9	9,2	9,6
2	Zatrudnienie w handlu uspołecznionym w tys. osób	477	533	572	595	607	643	663	662	651	687	706	738	759
3	Wskaźnik dynamiki zatrudnienia w handlu	100	111,7	119,9	124,7	127,2	134,8	139,0	138,7	136,5	144,0	148,0	152,0	159,0
4	Udział procentowy zatrudnionych w handlu uspołecznionym w stosunku do ogółu zatrudnionych w gospodarce uspołecznionej	10,1	10,0	9,8	10,1	10,3	10,1	10,2	10,4	10,5	10,1	10,1	9,4	10,1
5	Liczba osób zaangażowanych w handlu na 1 mld dochodu społecznego	309	321	323	305	281	273	261	229	183	218	188	180	184
6	Wskaźnik dynamiki liczby osób zaangażowanych w handlu na 1 mld dochodu społecznego	100	103,8	104,8	98,7	90,9	87,7	84,5	72,4	59,2	70,5	60,8	58,2	59,5
7	Liczba osób zaangażowanych w handlu na 10 tys. mieszkańców	194	218	224	228	228	237	240	236	228	237	240	249	254
8	Wskaźnik dynamiki liczby osób zatrudnionych w handlu na 10 tys. mieszkańców	100,0	112,0	115,5	117,5	122,2	123,7	123,7	121,6	117,5	122,2	123,7	128,3	130,9
9	Obroty uspol. handlu detal. w mld zł w cenach 1955 r.	95,4	100,7	104,6	100,7	120,5	132,5	152,3	177,5	185,5	204,0	206,7	223,9	234,5
10	Wskaźnik dynamiki obrotów uspoleczn. handlu detal.	100,0	106,0	109,0	106,0	126,0	139,0	161,0	187,0	196,0	215,0	216,0	235,0	236,0
11	Wydatki na 1 zatrudnionego w handlu ogółem: wielkość obrotu przypadająca na 1 zatrudnionego w handlu uspol. (w tys. zł)	20,0	18,9	18,3	16,9	19,8	20,6	22,0	22,0	22,0	23,7	26,3	30,3	30,9
12	Wskaźnik dynamiki wzrostu wydajności pracy	100,0	94,8	91,4	84,6	99,2	103,0	110,0	134,0	142,4	148,4	146,3	151,6	154,4

13	Zatrudnienie w uspoł. handlu detalicznym w tys. osób	(.)	(.)	195,4	200,4	202,7	206,2	207,5	234,9	250,6	257,2	265,6	272,0
14	Wydatki na wydatki w handlu detalicznym: wielkość obrotu przypadająca na 1 zatrudnionego	(.)	(.)	51,5	60,1	65,3	73,8	77,4	78,9	81,9	77,6	79,2	78,4
15	Wskaźnik dynamiki wzrostu wydajności pracy w handlu detalicznym			100,0	116,7	126,7	150,2	153,3	151,2	159,0	148,7	153,7	152,2
16	Udział procentowy inwestycji towarowych w stosunku do inwestycji netto całej gosp. narodowej	4,2	3,8	3,3	2,9	3,0	2,8	2,8	3,4	3,8	3,5	3,3	3,4
17	Roczna stopa ilościowego wzrostu sieci detalicznej i gastronomicznej	—	1,8	3,5	7,5	4,3	2,9	9,4	2,2	3,2	2,3	2,3	2,2
18	Ilość jednostek sieci detalicznych na 10 tys. mieszkańców	40	40	41	44	48	49	51	65	53	53	54	55
19	Przebiegły poziom marż w handlu ogółem (w %)	24,3	15,7	15,2	11,8	11,9	10,8	10,5	13,1	13,3	13,8		
20	Przebiegły poziom marż w handlu detalicznym (w %)	14,7	11,0	10,6	8,8	9,0	7,7	7,4	9,8	10,0	10,6		
21	Przebiegły poziom marż w handlu detal. artykuł. żywnościowymi (w %)	14,8	13,8	12,8	11,0	11,1	9,2	8,9	10,5	10,8	10,9		
22	Przebiegły poziom marż w handlu detalicznym artykułami nieżywnościowymi	14,5	8,1	8,0	6,3	6,4	6,0	5,8	9,1	9,2	10,1		
23	Przebiegły poziom marż w handlu hurtowym (w %)	9,6	4,7	4,6	3,0	3,0	3,1	3,1	3,3	3,2	3,2		

Źródła i objaśnienia:

1. Brak danych uniemożliwia podanie wielkości udziału handlu (obrotu ekonomicznego) w tworzeniu dochodu społecznego za l. 1950—1955, *Polska w liczbach 1944—61*, Warszawa 1962, s. 15, (za lata 1955—1959) Rocznik Statystyczny podaje udział obrotu w dochodzie społecznym za rok 1960 9,2%, a nie jak poprzednie źródło 8,9% (podstawę obliczenia stanowią ceny z roku 1961, a nie z roku 1956 jak w odniesieniu do pierwszego źródła). Dlatego też dane za lata 1961—1962 są nieco zawyżone w porównaniu do poprzednich lat. Rocznik Statystyczny 1963, s. 67, tab. 5. 2. Rocznik Statystyczny 1963, s. XXXIV. 3. Rocznik Statystyczny 1963, s. XXXIV (przeliczenia własne). 4. Rocznik Statystyczny 1963, s. XXXIV (przeliczenia własne). 5 i 6 Rocznik Statystyczny 1963, s. XXXIV, Statystyka Polski Warszawa 1960, z. 34 (przeliczenia własne). 7 i 8 Rocznik Statystyczny 1963, s. XXXIV, s. 13, tab. 1 (przeliczenia własne). 9 i 10 Rocznik Statystyczny 1963, s. XXXV, s. 292, tab. 1 (przeliczenia własne). 11. Obliczone na podstawie poz. 2 i poz. 9, tab. 1. 12. Obliczone na podstawie i oz. 11. 13. Rocznik Statystyczny 1957, s. 228; 158, s. 281; 1959, s. 249; 1960, s. 1963, 285; s. 310 (wielkość zatrudnienia w detalu bez uczeni). 14. Obliczone na podstawie poz. 9 i poz. 13. 15. Obliczone na podstawie poz. 14. 16. Rocznik Statystyczny 1963, s. 78, tab. 3. 17. Rocznik Statystyczny 1963, s. 300, tab. 15. 18. Rocznik Statystyczny 1963, s. 300, tab. 15 i s. 13, tab. 1. 19, 20, 21, 22, 23 - Z Krasieński, *Marże handlowe*, Handel Wewnętrzny 1961, nr 1, s. 22, (technika obliczenia poziomu marż oraz materiały wyjściowe stanowiące podstawę tego obliczenia podane są w powołanym artykule).

wzrosły o 38%, a w latach 1955—1960 o 56%⁹) oraz zapasów rynkowych przekraczających wzrost obrotów (w latach 1955—1960 obroty wzrosły o 63,6%, zapasy w handlu ogółem o 87,8%, w detalu o 107,9%, w hurcie o 71,1%¹⁰).

Utworzyły się zapasy nie biorące udziału w obrocie, co miało duże znaczenie dla normalizacji rynku, umożliwiło przejście od rynku sprzedawcy do rynku nabywcy. Obciążenie powyższymi zapasami sfery obrotu towarowego stanowiło niejako koszt społeczny stabilizacji rynku. Nastąpił także duży przyrost sieci handlowej. Zaczęto wprowadzać nowe formy sprzedaży samoobsługowej i preselekcyjnej. Zwiększono w szerokim zakresie usługi handlowe itp. W konsekwencji przyczyniło się to wszystko do poważnego wzrostu udziału handlu w tworzeniu produktu społecznego w latach 1955—1960, a także w latach następnych. Dla pełniejszego obrazu omawianych zagadnień warto podać kształtowanie się udziału handlu w dochodzie społecznym w innych krajach. W niektórych krajach kapitalistycznych omawiany udział był następujący: w NRF — 13,6% (1960 r.)¹¹, Szwecji 13—19% (1950—1953)¹², w USA około 16,5% (1955—1962)¹³, w Wielkiej Brytanii 14% (wraz z transportem)¹⁴, w Szwajcarii 20%, w Danii 16%, w Finlandii 13%, w Holandii 14% (dotyczy roku 1960)¹⁵. W krajach obozu socjalistycznego udział handlu w dochodzie społecznym jest nieco niższy; w ZSRR 10,9% (1962)¹⁶, w NRD 7,4% (1962)¹⁷, w Rumunii 4,8% (1959)¹⁸, w Czechosłowacji 6% (1955)¹⁹, w Jugosławii 10,7% (1959)²⁰. Nie można jednak wyciągać zbyt daleko idących wniosków z porównania udziału handlu w dochodzie społecznym w Polsce oraz w innych krajach, ze względu na to, że metoda obliczania dochodu społecznego w krajach kapitalistycznych jest odmienna, gdyż do dochodu społecznego wlicza się szereg dziedzin nie mających charakteru gospodarczego. Przy przyjęciu jednolitej metody obliczania dochodu społecznego różnice między udziałem handlu w do-

⁹ Rocznik Statystyczny 1963, s. XXXIV.

¹⁰ E. Wiszniewski, *Handel uspołeczniony w warunkach szybkiego wzrostu gospodarki socjalistycznej*, Warszawa 1962, s. 84, tab. 15.

¹¹ Statistisches Jahrbuch für Bundesrepublik Deutschland 1963, s. 145.

¹² J. Kurnal, *Handel wewnątrzny w Szwecji*, Warszawa 1959, s. 11.

¹³ Statistical Abstract of the United States 1963, s. 321, tab. 428.

¹⁴ Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 1963, s. 285.

¹⁵ *Świat w przekroju*, Warszawa 1962, s. 48, 55 i 74.

¹⁶ Narodnoje Hezjajstwo 1962, Sostatizdat, Moskwa 1963, s. 482.

¹⁷ Statistisches Jahrbuch der DDR, 1962, Berlin 1963, s. 12, tab. 2.

¹⁸ Anuarul Statistical RPR 1960, s. 104, tab. 32.

¹⁹ Statistická vocenka Republiky Ceskoslovencke 1957, Praha 1958, s. 291, tab. 20—3.

²⁰ Statistische Taschenbuch Jugoslaviens, Beograd 1961, s. 32.

chodzie społecznym Polski i innych krajów jeszcze bardziej powiększyłyby się. Ponadto zakres działalności gospodarczej zaliczany do dziedziny handlu jest nieco odmienny w poszczególnych krajach.

W związku z niskim udziałem handlu w dochodzie społecznym Polski dwa problemy wymagają rozważenia. Po pierwsze, handel w Polsce jest bardziej wydajny, a tym samym mniej kosztowny. Innymi słowy, gospodarka narodowa jest obciążona niskimi kosztami z tytułu funkcjonowania handlu. Po drugie, funkcje spełniane przez handel nie są w Polsce dostatecznie rozbudowane w stosunku do potrzeb społeczno-gospodarczych istniejących w tym zakresie. Może się to odbijać ujemnie na pozostałych dziedzinach gospodarki narodowej, gdyż handel ze względu na brak dostatecznego zainwestowania ogranicza ekspansję tych dziedzin, np. niedostateczna ilość powierzchni magazynowych w hurcie, brak chłodni, przechowalni itp. W tej sytuacji handel nie spełnia także swoich funkcji w stosunku do ludności w zakresie świadczonych usług handlowych. Trzeba ponadto zwrócić uwagę, że relatywne zwiększanie roli handlu nie jest tylko następstwem ilościowego podnoszenia się konsumpcji ludności na skutek wzrostu dochodów na jednego mieszkańca, ale także wynikiem coraz większego popytu na usługi handlowe oraz rozszerzania się asortymentu towarowego. Można podać wiele przykładów niedoceniań znaczenia handlu w procesie rozwoju gospodarczego. Tak na przykład jedną z głównych przyczyn niedostatecznego i niewłaściwego rozwoju produkcji warzywno-owocowej jest zła organizacja rynku, w zakresie której jednym z podstawowych czynników wpływających ujemnie na produkcję jest niedostateczne zainteresowanie obrotu towarowego (głównie brak przechowalni, chłodni oraz niedostateczna ilość środków transportowych). Fakt relatywnie niskich płac w handlu, co szczególnie uwydatnia się w mikrorejonach uprzemysławianych, pociąga za sobą obniżenie jakości świadczonych usług handlowych, co z kolei odbija się na wydajności pracy osób zatrudnionych w innych działach gospodarki narodowej. Tego rodzaju przykładów można podać znacznie więcej.

ZATRUDNIENIE W HANDLU

W okresie 1950—1962 zatrudnienie w handlu wzrosło o 59%, w tym samym czasie w przemyśle o 62,4%²¹. Biorąc pod uwagę okres 1950—1955 oraz lata 1956—1962, przyrost zatrudnienia w przemyśle kolejno wyniósł 34,4% oraz 20,9%²², natomiast w handlu dla pierwszego okresu

²¹ Rocznik Statystyczny 1963, s. 128, tab. 25 (145).

²² Ibidem.

34,8%, a dla drugiego 18% (obliczono na podstawie danych poz. 2 i 3 z tabeli 1). Zatrudnienie w handlu w stosunku do ogółu zatrudnionych w gospodarce narodowej poza rolnictwem i leśnictwem w ciągu całego okresu wynosiło około 10% (por. tabela 1, poz. 4). Świadczy to o tym, że wielkość zatrudnienia wzrastała równomiernie w stosunku do przemysłu, a także w stosunku do tempa wzrostu zatrudnienia, w całej gospodarce uspołecznionej.

Można się zastanowić, czy jest uzasadniony nie zmieniający się udział zatrudnienia w handlu w stosunku do ogólnego zatrudnienia w gospodarce narodowej. Poważny rozwój gospodarczy kraju oraz wzrost realnych dochodów na jednego mieszkańca usprawiedliwiają budowę usług handlowych świadczonych ludności. Tymczasem nie daje się zauważyć wyraźnych zależności między procentowym zatrudnieniem w handlu a poziomem dochodu społecznego na jednego mieszkańca²³. Wprawdzie jeżeli weźmiemy pod uwagę liczbę osób zaangażowanych w handlu na 10 tys. mieszkańców (por. tabela 1, poz. 7 i 9), to okaże się, że w omawianym okresie nastąpił wzrost ze 194 osób w 1950 r. do 254 w 1962 r., tj. o 30,9%, ale nie trzeba jednak zapominać, że w tym samym czasie miało miejsce bardzo poważne podniesienie aktywnej ekonomicznie ludności w stosunku do ogólnej liczby ludności w Polsce. Jeżeli weźmiemy pod uwagę zatrudnienie w handlu na 10 tys. mieszkańców w innych krajach, to okazuje się, że jest ono znacznie wyższe²⁴. Zaznaczyć jednak trzeba, że wszelkie porównania międzynarodowe mają jedynie charakter orientacyjny. Wynika to ze zróżnicowanych kryteriów klasyfikacji zatrudnienia w poszczególnych krajach oraz z powodu ujmowania zatrudnienia w handlu w odniesieniu do Polski jedynie w gospodarce uspołecznionej.

Uderzające jest stosunkowo małe zatrudnienie w Polsce w handlu detalicznym. Gdy oprzemy się na danych zawartych w tabeli 1 (poz. 2 oraz poz. 13), to okaże się, że pracownicy w handlu detalicznym w roku 1953 stanowili zaledwie 32% ogółu zatrudnionych w handlu, a w 1962 r. 35,8%. Widać więc, że nastąpiła minimalna zmiana na korzyść handlu

²³ W wielu krajach rozwijających się gospodarczo ma miejsce relatywny wzrost zatrudnienia w tzw. dziale III (usługi, handel, transport) w miarę wzrostu dochodu społecznego na jednego mieszkańca. Prawidłowość ta jest jedną z podstawowych tez wysuniętych przez A. G. B. Fishera i C. Clarka. Sporo przykładów z tego zakresu zawiera praca: Kindleberger, *Economic Development*, New York 1958, s. 112—119.

²⁴ W NRF w 1962 r. wskaźnik ten wynosił 482 osoby, w Holandii — 554, w Szwecji — 534, w Wielkiej Brytanii w 1960 r. — 764 osoby (wraz z transportem). Obliczono na podstawie: Rocznik Statystyczny 1963, s. 521, tab. 27, s. 515, tab. 20; *Świat w przekroju 1963*, s. 74; Statistisches Jahrbuch, op. cit., s. 145 i 146.

detalicznego, ale w dalszym ciągu jego rola w tym zakresie jest bardzo mała²⁵.

Rozszerzenie funkcji usługowych obrotu towarowego w stosunku do ludności następuje głównie za pośrednictwem handlu detalicznego, ponadto warunki wprowadzenia postępu technicznego w ogniwach hurtu, skupu lub zbytu są znacznie większe niż w detalu. Proporcje między zatrudnieniem ogólnym a zatrudnieniem w detalu w rozwiniętych krajach kapitalistycznych są zupełnie różne. Tak na przykład biorąc pod uwagę wszystkie europejskie kraje kapitalistyczne stosunek zatrudnienia w handlu do ogółu zatrudnionych stanowił 11%. Zatrudnienie w handlu detalicznym natomiast w stosunku do ogólnej ilości pracowników wynosiło aż 8,4%²⁶.

Należy się obecnie zastanowić nad tym, jaki jest stosunek zatrudnienia w handlu do dochodu społecznego. Zagadnienie to rozpatrywać będziemy biorąc pod uwagę liczbę osób zaangażowanych w handlu na 1 mld złotych dochodu społecznego (ujętego w cenach z 1956 r.). Odpowiednie wskaźniki dla lat 1950—1962 zawiera tabela 1, poz. 5. Analiza tych danych jest o tyle ważna, że pośrednio wskazują one na zmiany efektywności handlu jako całej gałęzi gospodarki narodowej. Wskaźniki omawiane podają, w jakim stopniu dochód narodowy obciążony jest zatrudnieniem w handlu. Wielkości krańcowe były następujące: w roku 1950 na 1 mld dochodu społecznego przypadało 309 osób, a w 1962 r. 184 osoby, zmniejszenie zatem wynosiło około 40%. Równocześnie dochód społeczny wzrósł w tym okresie o 129%²⁷. Wzrost zatrudnienia w handlu był analogiczny jak w całej gospodarce. Podniesienie natomiast dochodu społecznego tworzonego przez handel było znacznie wyższe²⁸.

²⁵ Okazuje się że ostatnio w krajach kapitalistycznych rozwiniętych gospodarczo zatrudnienie w handlu hurtowym wzrasta nieco szybciej niż w handlu detalicznym, jest to jednak następstwem nie tylko wzrostu zatrudnienia w ogniwach hurtu handlu wewnętrznego, ale zatrudnienia w handlu zagranicznym. Tendencja ta dotyczy krajów takich, jak NRF, Dania, Francja, Norwegia, Szwecja. Szwajcaria. W krajach tych nastąpił poważny wzrost roli handlu hurtowego, w którym zatrudnienie waha się w granicach od 22 do 34% ogółu zatrudnionych w handlu. Niemniej jednak udział handlu detalicznego w całkowitym zatrudnieniu w handlu jest znacznie wyższy niż w Polsce (J. B. Jefferys, D. Knee, *Le commerce de detail en Europe*, Paris 1963, s. 9).

²⁶ J. B. Jefferys, D. Knee, op. cit., s. 8 i 15.

²⁷ Rocznik Statystyczny 1963, s. XXVII.

²⁸ Według cen z roku 1956 dochód społeczny wytworzony wyniósł w roku 1950 156 mld zł, a w roku 1960 — 323,7 mld zł. Wzrost więc wyniósł 111%. Przy przyjęciu szacunkowo udziału obrotu ekonomicznego w dochodzie społecznym w wysokości 7%, dochód społeczny wytworzony przez handel stanowił w tym roku 10,9 mld zł, w roku 1960 — 28,8 mld zł (udział wyniósł 89% por. poz. 1 tabeli 1). Stanowiło to wzrost o 173%, a więc znacznie większy niż dochód społeczny ogółem.

Można na podstawie tego sądzić, że handel jest dziedziną społecznie bardzo wydajną. Oznacza to, że gospodarka obciążona została stosunkowo niskimi kosztami z tytułu jego funkcjonowania, lecz jednocześnie przypuszczać należy, że część nakładów ponoszą konsumenci²⁹.

Powstaje zatem problem, co jest bardziej opłacalne dla gospodarki, czy obciążenie konsumentów kosztem działalności handlu, czy też zwiększenie nakładów finansowych na jego rozwój, co w tym przypadku wyrażałoby się wzrostem zatrudnienia. Odpowiedź jest niezmiernie trudna. Szybki wzrost zatrudnienia w handlu jest łatwy do zrealizowania ze względu na dużą podaż siły roboczej obecnie i w najbliższych latach (zgodnie z prognozami demograficznymi ludność w wieku zdolności do pracy w latach 1966—1970 wzrośnie o około 1,5 mln osób). Konieczne będzie zatem zapewnienie odpowiednio zwiększonej ilości nowych miejsc pracy, co w kontekście z wytycznymi polityki gospodarczej powinno nastąpić drogą bezinwestycyjną lub małokapitałochłonną. Handel, jako dziedzina wymagająca najmniejszych inwestycji w zakresie tworzenia nowych stanowisk roboczych, najbardziej odpowiada tym warunkom³⁰. Ponadto w handlu istnieją w wielu wypadkach możliwości zwiększenia zatrudnienia bez rozwijania bazy materiałowo-technicznej³¹.

²⁹ Trzeba zwrócić uwagę, że w omawianym okresie stosunkowy przyrost akumulacji był wyższy od spożycia. Ze względu na to, że handel w głównej mierze obsługuje sferę spożycia, należałoby rozważyć zmiany, jakie zachodzą w liczbie osób zatrudnionych w handlu na 1 mld zł dochodu społecznego przeznaczonego na konsumpcję. Dysponujemy tutaj danymi dla lat 1955—1962 w cenach z roku 1956. Wskaźniki te przedstawiają się następująco: 344, 320, 284, 274, 272, 275. Jak widzimy, w latach 1955—1962 nastąpił spadek zatrudnienia na 1 mld zł przeznaczonego na spożycie — 30,2%. W tym samym czasie zmniejszenie zatrudnienia w handlu na 1 mld zł dochodu społecznego wynosiło 40,4%. Tempo spadku zatrudnienia w stosunku do dochodu społecznego przeznaczonego na spożycie jest zatem nieco większe.

³⁰ przemysłe koszty budowy nowego warsztatu pracy dla dodatkowo zatrudnionych pracowników wynosiły przeciętnie w latach 1950 do 1955 — 123 tys. zł; w latach 1956—60 wzrosły do 550 tys. zł, a obecnie do około 650—700 tys. zł. W poszczególnych gałęziach koszty kształtują się niejednakowo, dla przykładu — w przemyśle spożywczym wynoszą około 324 tys. zł, w przemyśle skórzano-obuwniczym 97 tys., w przemyśle wytwarzającym energię elektryczną 4700 tys. zł (W. Lissowski, *Zastosowanie relacji majątek—praca—produkcja w programowaniu rozwoju przemysłu*, Warszawa 1962, s. 75). W handlu natomiast koszty te są znacznie niższe, dla przykładu w CSR „Samopomoc Chłopska” utworzenie 1 miejsca pracy waha się w granicach od 154,5 do 184,5 tys. zł. kosztu. Przy budowie pawilonów handlowych w miastach utworzenie 1 miejsca pracy, np. w Poznaniu w pawilonach handlowych podległych PSS zbudowanych przez Spółdzielnię Mieszkaniową, kosztuje jeszcze mniej — około 104 tys. zł.

³¹ Wydaje się, że w tych rejonach, gdzie istnieje nadmiar siły roboczej, kierunek pracochłonny rozwoju handlu jest wskazany, w ten sposób bowiem handel może się przyczynić do częściowego wchłonięcia nadwyżki siły roboczej, co ma

WYDAJNOŚĆ PRACY W HANDLU

Niejednolity w przeważającej części usługowy charakter pracy w handlu sprawia, że w tej dziedzinie ujęcie wydajności pracy jest szczególnie skomplikowane. Wydajność pracy wiąże się bezpośrednio lub pośrednio z zakresem i jakością usług świadczonych przez handel konsumentom. Mieści się tutaj szereg usług niewymiernych, zwanych kulturą handlu. Równocześnie na wydajność pracy w handlu mają wpływ nieliczne co prawda, niemniej jednak odrębne funkcje produkcyjne, stanowiące przedłużenie procesów produkcji, takie jak: transport, magazynowanie sortowanie i pakowanie. Podniesienie wydajności pracy przy spełnianiu przez handel tych ostatnich zadań wiąże się ściśle, podobnie jak w przemyśle, z zastosowaniem w szerokim zakresie mechanizacji. Bezpośrednia obsługa konsumentów nie ulega przez długi okres czasu zmianom, dopiero w ostatnim czasie dzięki zastosowaniu nowych form sprzedaży następuje pewien postęp w tej dziedzinie. Na ogół obecnie jak i dawniej przy ocenie wydajności pracy, nie bierze się pod uwagę czynności produkcyjnych, lecz wyłącznie obsługę procesów kupna-sprzedaży.

Wydajność pracy zależy ogólnie biorąc od wielkości obrotów i zatrudnienia. Powszechnie przyjętym miernikiem wydajności pracy jest wielkość obrotów przypadających na jednego zatrudnionego. Zanim jednak przystąpimy do scharakteryzowania wydajności pracy, pokrótce omówimy kształtowanie się obrotów w omawianym okresie (tabela 1, poz. 9).

W ciągu lat 1950—1962 obroty handlu detalicznego wzrosły o 14%. Przyrost obrotów w początkowym okresie był minimalny do 1955 r. — 39% przy czym w 1953 r. wystąpił nieznaczny spadek. Poważny wzrost obrotów miał miejsce dopiero od 1956 r. i trwał do 1959 r. Po tych latach dynamika obrotów znów nieco spada aż do 1961 r. W sumie w latach 1956—1962 obroty wzrosły o 77%.

Wskaźniki wzrostu zatrudnienia kształtowały się nisko w stosunku do wzrostu obrotów, rok 1955 do 1950 — 34,8%, rok 1962 do 1955 — 18%).

Szybszy wzrost obrotów niż zatrudnienia wywołał poważne podnie-

duże znaczenie w pierwszym stadium industrializacji. Handel może więc spełnić aktywną rolę w procesie rozwoju gospodarczego. Na zjawisko to zwraca uwagę Holton (por. R. H. Holton, *Marketing Structure and Economic Development*, Quarterly of Economics 1853, LXVII, s. 344-361, oraz N. R. Collins, R. H. Holton (*Organizzazione di Mercatore Sviluppo Economico*, Nord e Sund 1962, nr 32, s. 50—63). Ciekawym przykładem jest tutaj polityka gospodarcza na tym odcinku, stosowana w latach 50-tych we Włoszech Południowych, szczególnie zaś na Sycylii. W tych rejonach zastosowano kierunek rozwijania drobnego i w związku z tym nieracjonalnego handlu detalicznego, chcąc w pierwszym stadium industrializacji zwiększyć udział aktywnie ekonomicznej ludności w stosunku do ogółu ludności.

sienie się wydajności pracy, nie możemy jednak zapominać, że nadmierne tempo zwiększania wydajności pracy w handlu w sytuacji wzrostu obrotów na 1 mieszkańca oraz rozszerzenia się asortymentu sprzedawanych towarów może się wiązać z pogorszeniem usług świadczonych na rzecz ludności.

Trzeba podkreślić, że wzrost wydajności pracy w handlu był nierównomierny. W okresie początkowym wydajność wzrastała bardzo powoli (w latach 1950—1956 podniosła się zaledwie o 10%). Od 1957 r. wskaźnik wydajności pracy wzrastał szybciej. Dla całego handlu wyniósł w 1962 r. 182, biorąc za 100 1953 r. W handlu detalicznym był mniejszy — 152,2 (tabela 1, poz. 15).

W miarę wzrostu obrotu towarowego oraz unowocześnienia bazy materiałowo-technicznej stwarza się warunki wzrostu wydajności na skutek relatywnego spadku zatrudnienia w handlu hurtowym oraz administracji różnych ogniw obrotu towarowego. Tu też trzeba szukać możliwości ogólnego podniesienia się wydajności pracy w handlu. Nie wydaje się natomiast możliwe, ażebyśmy mogli uzyskać w perspektywie poważny wzrost wydajności na 1 pracownika operatywnego zatrudnionego w handlu detalicznym. Ponadto połowiczne zastosowanie postępu technicznego utrudnia otrzymanie efektów w zakresie wydajności pracy w związku z wprowadzeniem nowoczesnych form sprzedaży. Wreszcie trzeba zaznaczyć, że w niektórych latach przyrost wydajności pracy był powstrzymany na skutek nie zaspokajania efektywnego popytu ludności, co w konsekwencji powodowało spadek wykorzystania zdolności obrotowych przedsiębiorstw handlowych.

Porównując tempo wzrostu wydajności pracy w handlu z przemysłem należy stwierdzić, że do 1955 r. w przemyśle było ono znacznie wyższe (o około 25% do 1953 r.), natomiast od 1956 r. na "Skutek dużego wzrostu wydajności pracy w handlu wskaźniki omawiane w obydwu działach gospodarki narodowej niemal się wyrównały — w przemyśle 60%³² w handlu ponad 50%. W całej gospodarce wzrost wydajności pracy szacowany jest na około 60%. Trzeba jednak zwrócić uwagę na fakt, że stosunek kapitału do produkcji oraz jego wielkość przypadająca na 1 zatrudnionego wzrasta znacznie szybciej w przemyśle niż w handlu. Do tego należy dodać, że w handlu istnieją mniejsze możliwości zwiększenia wydajności pracy na skutek postępu technicznego niż w przemyśle. W świetle tych uwag widać, że wzrost wydajności pracy w handlu jest szczególnie duży.

Poważną rolę w kształtowaniu się wydajności pracy w obrocie towarowym odgrywał system oraz poziom płac. W Polsce pod tym względem

³² Z. Fiejka, *Wydajność pracy w przemyśle polskim*, Warszawa 1962, s. 164.

istnieje sytuacja szczególna. W latach 1953—1962 płace nominalne w handlu wzrosły o 70%³³; w tym samym czasie wzrost wydajności pracy mierzony obrotem przypadającym na 1 zatrudnionego (w cenach porównywalnych) wynosił około 82%³⁴. Biorąc ponadto pod uwagę znaczne rozszerzenie funkcji usługowych w tym okresie, możemy śmiało powiedzieć, że w handlu przyrost wydajności pracy w przeciwieństwie do całej gospodarki narodowej (przyrost płac wynosił 82%) oraz przemysłu (przyrost płac równał się 81%³⁵) jest szybszy niż przyrost płac. Jest to kolejnym dowodem niskich kosztów, jakie ponosi gospodarka narodowa na skutek działalności handlu.

INWESTYCJE I SIEĆ HANDLU

W latach 1950—1962 nakłady inwestycyjne wzrosły w obrocie towarowym około 151%, dla porównania w całej gospodarce wzrost inwestycji wyniósł 208%, w przemyśle 244%, w rolnictwie 184,1%³⁶. Z podanych liczb widać, że rozwój inwestycji w handlu był najmniejszy.

Średnia stopa przyrostu inwestycji w obrocie towarowym dla omawianego okresu wynosiła 7,1%, natomiast dla całej gospodarki była znacznie wyższa — 8,3%. Jeżeli jednak weźmiemy pod uwagę przyjęte przez nas podokresy, to okaże się, że w latach 1950—1956 średnia stopa przyrostu inwestycji w obrocie towarowym wynosiła 3,7%, gdy tymczasem dla całej gospodarki narodowej 8,4%.

W okresie 1956—1962 nastąpił jednak bardzo poważny wzrost inwestycji, na skutek czego średnia stopa ich przyrostu w obrocie towarowym wynosiła 9,5% i nie odbiega od stopy przyrostu inwestycji całej gospodarki narodowej — 8,3%³⁷. Pozycja 16 tabeli 1 podaje procentowy udział inwestycji w obrocie towarowym w stosunku do inwestycji netto w całej gospodarce narodowej. Z danych tych wynika, że rola handlu w działalności inwestycyjnej do 1956 r. ulegała stałemu zmniejszaniu się, natomiast od 1958 r. następował wyraźny wzrost znaczenia inwestycji w handlu. Od 1960 r. udział inwestycji w obrocie towarowym w stosunku do inwestycji w skali całej gospodarki narodowej kształtuje się na tym samym poziomie, wahając się w granicach od 3,3 do 3,5%. Przytoczone dane świadczą o odmiennych kierunkach polityki handlu w przyjętych podokresach.

Do 1955 r. rozwój handlu odbywał się poprzez wzrost zatrudnienia.

³³ Rocznik Statystyczny 1963, s. 428, tata. 3.

³⁴ Por. tabelę 1, poz. 15.

³⁵ Rocznik Statystyczny 1963, s. 428, tata. 3.

³⁶ Rocznik Statystyczny 1963, s. 77, tab. 3 (105).

³⁷ Ibidem.

W drugim podokresie wzrost zatrudnienia odgrywał znacznie mniejszą rolę, podniosło się natomiast znaczenie inwestycji. Ten kierunek rozwoju handlu można nazwać kapitałochłonnym. Narzuca się pytanie, w jakim kierunku pójdzie dalszy rozwój handlu. Wspominaliśmy już o tym, że handel jest dziedziną umożliwiającą poważny wzrost zatrudnienia przy znacznie niższych nakładach kapitałowych niż ma to miejsce w przemyśle. Należy się jednak także liczyć z poważnym wzrostem inwestycji w dziedzinie handlu, na skutek niezadowolającego stanu sieci handlu detalicznego oraz zbyt szczupłej bazy materiałowo-technicznej (głównie magazyny, przechowalnie, chłodnie, środki transportowe w różnych ogniach handlu hurtowego). Tak więc istnieje potrzeba zarówno zwiększenia udziału handlu w inwestycjach, jak i podnoszenia zatrudnienia w obrocie towarowym. Rzecz jasna, że taki kierunek rozwoju, pozwalający na rozszerzenie usług handlowych, wiązać się musi ze wzrostem kosztów rynku. W dalszym ciągu nie będziemy się zajmowali strukturą inwestycji w handlu, zwrócimy jednak uwagę na rozwój sieci handlu detalicznego, gdyż spełnia ona główną rolę w rozszerzaniu usług świadczonych ludności.

Okres 1950—1962 cechuje poważny wzrost sieci w całym kraju, szczególnie zaś w miastach. Wzrost wskaźnika ilościowego sieci przewyższał zmiany wskaźnika liczby mieszkańców. Przy wzroście wskaźnika ludności do 1961 r. o 24,4%, wskaźnik liczby punktów sprzedaży wzrasta o 61,3%, jeśli przyjmiemy za podstawę 1950 r.³⁸

W tabeli 1 (poz. 17 i 18) zestawiono dane charakteryzujące omawiane przez nas zagadnienia. Uwzględniona została roczna stopa ilościowego wzrostu sieci detalicznej i gastronomicznej (poz. 17) oraz ilczba ludności przypadająca na 1 punkt sprzedaży handlu uspołecznionego (poz. 18). Wskaźnik 185 mieszkańców na 1 sklep w 1962 r. w porównaniu do 245 osób w 1950 r. uwidacznia niewątpliwą poprawę w zakresie usług, które świadczy handel ludności.

Okazuje się jednak, że w porównaniu z szeregiem innych krajów rozwiniętych gospodarczo sieć handlu w Polsce w stosunku do liczby ludności jest za mała³⁹. Do porównań takich odnieść się trzeba jednak

³⁸ O. Haubold, *Z zagadnień wydajności pracy w handlu*, Roczniki IHW 1960, z. 1/13, s. 70. Należy podkreślić, że ilościowy rozwój sieci handlu detalicznego nie jest najlepszym miernikiem, gdyż nie pozwala stwierdzić, czy następowała modernizacja sieci, przejawiająca się między innymi w zwiększaniu średniej powierzchni punktów sprzedaży, co oczywiście odbija się na wskaźnikach wzrostu ilościowego stanu sieci.

³⁹ Jeżeli weźmiemy pod uwagę liczbę zakładów handlu detalicznego w całej Europie zachodniej, to w roku 1955 wskaźnik liczby ludności na 1 punkt sprzedaży detalicznej wynosił zaledwie 72. W poszczególnych krajach natomiast można, zaobserwować poważne zróżnicowanie, tak na przykład w Islandii wskaźnik wy-

z dużą ostrożnością. Potencjał obrotowy sklepów w krajach kapitalistycznych jest wykorzystany bowiem w niewielkim stopniu. Poważna rozbudowa bazy materiałowo-technicznej pociąga za sobą wysoką marżę handlową, która niekiedy przekracza parokrotnie marże stosowane w Polsce. Nie ulega jednak wątpliwości, że powinien nastąpić u nas wzrost sieci handlu detalicznego, głównie poprzez jakościowe podnoszenie jej poziomu (np. zwiększanie średniej powierzchni lokali sprzedażowych). Uzasadnieniem tego jest przyrost obrotów detalicznych oraz asortymentu towarowego. W Polsce, jak również i w innych krajach, następuje znaczny szybszy wzrost obrotów niż sieci handlu detalicznego⁴⁰ „

Dotychczasowe rozważania wykazały, że wybór dróg rozwojowych handlu detalicznego nie jest prosty. Znalezienie optymalnych rozwiązań nastrocza dużo trudności. Trzeba uwzględniać potrzeby konsumpcyjne, których zaspokojenie zwiększa koszty rynku i powoduje wzrost cen, a w konsekwencji w następnych okresach czasu podnosi koszty funkcjonowania handlu, którymi obciążone jest społeczeństwo. Rozwój sieci i jej modernizacja obniża niejednokrotnie rentowność zakładów przy założeniu niezmiennych marż. Wreszcie na uwagę zasługuje konieczność uwzględ-

niósł 158, w Finlandii 123, we Francji 57, we Włoszech 59, w Belgii zaś 34. Wysoki wskaźnik w pierwszych dwóch krajach nie świadczy wcale o niedostatecznej sieci handlu detalicznego. Rozwój spółdzielczości spożywców w tych krajach umożliwia tworzenie bardziej racjonalnych zakładów handlowych, o dużej stosunkowo powierzchni sprzedażowej. Handel drugiej grupy krajów (Francja, Włochy, Belgia) był w okresie, z którego pochodzą dane, bardzo rozdrobniony i składał się w dużej części z punktów sprzedaży ulicznych. Tak na przykład jeżeli weźmiemy pod uwagę stałe punkty sprzedaży, wskaźnik dla Francji wynosił 66, a dla Włoch 70. O rozdrobnieniu handlu detalicznego w Europie zachodniej świadczyć może fakt, że w 1955 r. aż 41% wszystkich punktów sprzedaży zatrudniało tylko 1 osobę, partycypując w globalnych obrotach zaledwie w 15%. Przeciętnie 2 osoby były zatrudnione w 21,5% wszystkich punktów sprzedaży, partycypując już w 23,5% w obrotach. Zaledwie 2% sklepów zatrudniało powyżej 9 osób, uzyskując przeszło 23% globalnych obrotów (por. J. B. Jefferys, op. cit., s. 24 i 29). Można wskazać, że nadmiernie rozbudowany ale racjonalnie zorganizowany handel detaliczny USA charakteryzował się wskaźnikiem 91, a więc wyższym niż przeciętna dla Europy zachodniej. Należy podkreślić, że pomimo poważnych przyrostów obrotów na 1 mieszkańca, liczba mieszkańców na 1 sklep w wielu krajach nie uległa zwiększeniu, a nawet spadła na skutek postępu technicznego w handlu oraz procesu koncentracji.

⁴⁰ Tak np. przyjmując obrót oraz stan ilościowy sieci handlu detalicznego w 1953 r. za 100, wskaźnik wzrostu obrotów w 1960 r. wynosił w Polsce 205, a w odniesieniu do sieci handlu — 133. Odpowiednie dane dla NRD wynoszą 164,96, dla ZSRR — 193, 120, dla Węgier — 196, 169, wreszcie dla Czechosłowacji — 187, 93. Widać z tego, że przyrost ilościowy sieci handlu w Polsce jest stosunkowo duży, przy czym Polskę wyprzedzają jedynie Węgry (A. Olearczyk, *Powierzchnia sklepowa w analizie i planowaniu sieci detalicznej*, Warszawa 1964, s. 58, tab. 5 (maszynopis powielony).

niania właściwego rozwoju kierunku sieci z punktu widzenia ogólnogospodarczego. Powstaje tu problem wspomnianego już przez nas wyboru kierunku kapitałochłonnego lub też pracochłonnego.

Trzeba by jeszcze wspomnieć o trudnościach mierzenia efektów inwestycyjnych w handlu. Duża część nakładów ma charakter infrastrukturalny. Przykładowo można podać transport w ogniowach hurtu, chłodnictwo, przechowalnictwo itp. Wiadomo, że poprawa organizacji rynku odbija się w różnych dziedzinach produkcji oraz znajduje też odzwierciedlenie w sferze konsumpcji. W szeregu wypadków dodatkowe nakłady inwestycyjne nie przynoszą efektów wyrażających się spadkiem kosztów eksploatacyjnych, nawet przy pominięciu oprocentowania zaangażowanych środków trwałych. Mogą się zwiększyć wprawdzie usługi świadczone ludności, wątpliwe jest jednak dokonanie wyceny dodatkowych usług dostarczanych przez handel na skutek przyrostu nakładów inwestycyjnych⁴¹.

W pewnych wypadkach modernizacja handlu nie znajduje akceptacji społecznej. Są sytuacje, w których takie inwestycje można ocenić negatywnie. W niektórych jednak okolicznościach modernizacja handlu oraz nakłady inwestycyjne poprzedzać muszą ujawnione potrzeby społeczeństwa⁴².

Zbadanie potrzeb rozwoju handlu na tym odcinku jest niezmiernie trudne, między innymi dlatego, że handel znajduje się w sytuacji monopolistycznej w stosunku do konsumenta oraz większość instytucji handlowych ma charakter ponadregionalny, co w poważnym stopniu utrudnia dostosowanie się handlu do potrzeb konsumpcyjnych, które nie tylko pod względem ilości, ale i jakości są przestrzennie zróżnicowane⁴³. Można

⁴¹ W pełni doceniamy pozytywne znaczenie poglądów wyrażanych przez zwolenników tzw. teorii usługowej w handlu, której propagowanie w naszym piśmiennictwie zainicjował prof. A. Wakar. Doniosłość tej teorii jest duża, gdyż zwraca ona uwagę na ważność funkcji świadczenia przez handel różnorodnych usług na rzecz konsumentów. Realizacja tego kierunku rozwoju w handlu w jeszcze większym stopniu utrudnia, a właściwie uniemożliwia mierzenie efektów uzyskiwanych poprzez przyrost inwestycji w handlu.

⁴² Według badań prowadzonych przez Katedrę Ekonomiki Handlu Wewnętrznego w konińskim rejonie uprzemysławianym, okazuje się, że nowoczesne formy sprzedaży, w każdym bądź razie w odniesieniu do samoobsługi, nie są zawsze chętnie widziane przez konsumentów. Tak np. na podstawie badań ankietowych w mieście Turku 67% respondentów wyraziło opinię, że woli tradycyjną formę sprzedaży (por. J. Dietl, Z. Nogala, *Charakterystyka sieci handlu detalicznego w powiecie tureckim*, Zeszyty Badania Rejonów Uprzemysławianych PAN, nr 11). Przewidywany rozwój urbanistyczny i demograficzny skłaniają często do budowy zakładów handlowych, których potencjał obrotowy może być w pełni wykorzystany dopiero po pewnym okresie czasu.

⁴⁵ Dla przykładu można wskazać, że w wielu rejonach modernizacja sieci handlu

jeszcze wskazać, że niemal całkowity brak zróżnicowania cen detalicznych w zależności od kategorii zakładu handlowego oraz niezaspokojenie efektywnego popytu na wiele artykułów utrudnia ustalenie szczegółowych kierunków rozwoju handlu detalicznego.

Nie ulega jednak wątpliwości, na co zresztą wskazały już przytoczone i omawiane przez nas dane, że w handlu detalicznym nastąpił poważny postęp techniczny, głównie w okresie od 1957 r. Przejawiał się on w trojkiej formie.

Nastąpiło po pierwsze, unowocześnienie urządzeń technicznych zakładów handlowych oraz wyraźna poprawa w zakresie asortymentu towarowego, świadczonych usług oraz specjalizacji sklepów. Polepszenie to nie polegało głównie, jak poprzednio, na uwzględnieniu punktów widzenia przedsiębiorstw przemysłowych i hurtowych, lecz konsumenta. Dzięki temu w pewnym zakresie wzięto pod uwagę zjawisko substytucji i komplementarności w zakupie towarów, częstotliwość zakupu towarów oraz stopień ich wybieralności. Dalszy postęp w handlu powinien ten punkt widzenia uwzględnić w jeszcze większym stopniu.

Po drugie, należy wskazać, że miała miejsce wyraźna poprawa w zakresie rozwiązań przestrzennych w handlu. Odstąpiono od dużego marnotrawstwa nakładów inwestycyjnych na skutek niewłaściwej lokalizacji sieci handlu detalicznego oraz rozwiązań architektonicznych. Sieć handlu jest względnie stałym elementem przestrzeni i zarówno czynnikiem miastotwórczym, jak i wpływającym na życie społeczno-gospodarcze wsi. Po roku 1957, a szczególnie po 1958 daje się zauważyć w omawianej dziedzinie wyraźna poprawa. Przykładowo można tu wskazać w dużych miastach na koncepcję tworzenia centralnych i dzielnicowych ośrodków handlowych, na system grupowania sklepów. W dalszym ciągu podkreślić można budowę uniwersalnych sklepów o mieszanym asortymencie artykułów żywnościowych oraz nieżywnościowych, budownictwo pawilonowe zarówno w mieście jak i na wsi, związanie handlu z szeregiem usług oraz tworzenia tzw. ponadgromadzkich ośrodków handlowych.

Po trzecie, modernizacja handlu detalicznego przejawiała się szczególnie od 1958 r. w rozwoju nowoczesnych form obsługi — tzw. samoobsługi (głównie sklepy z artykułami żywnościowymi) i preselekcji (głównie sklepy z artykułami nieżywnościowymi). Charakterystyczne jest, że rozwój nowoczesnych form sprzedaży przybrał od razu wielkie rozmiary, nie spotykane nawet w europejskich krajach kapitalistycznych, jak w NRF oraz Szwecji, gdzie rozwój samoobsługowej sprzedaży był szczególnie silny.

wiejskiego nie przyniosła spodziewanych rezultatów z uwagi na niedostateczne potrzeby społeczeństwa. W innych natomiast te same nakłady inwestycyjne okazały się niewystarczające.

Dla przykładu można podać, że sklepów stosujących nowoczesne formy sprzedaży w 1958 r. było 235, a w 1960 — przeszło 10 tys. (wzrost o 43 razy). Odpowiednie dane dla sklepów samoobsługowych spożywczych przedstawiają się następująco: 157 i około 2400 (wzrost prawie 14 razy), sklepy z artykułami niezwywnościowymi preselekcyjne i samoobsługowe odpowiednio 78 i około 7900 (wzrost przeszło 100 razy)⁴⁴.

Wprowadzenie nowoczesnych form sprzedaży uzasadnione jest wygodą konsumenta oraz niższymi kosztami eksploatacyjnymi, przejawiającymi się głównie we wzroście wydajności pracy. Zwiększenie wygody konsumenta nie polega tylko, jak się uważa, na formie wyboru towarów, ale w ogóle na stworzeniu warunków umożliwiających wybór towarów. Wzrost asortymentu sprzedawanych towarów uniemożliwia praktycznie masową ich sprzedaż w niektórych branżach przy utrzymaniu tradycyjnej formy sprzedaży. Ta ostatnia może być pozostawiona jedynie dla niektórych branż oraz w sklepach luksusowych, gdzie w dalszym ciągu sprzedawca odgrywa dużą rolę jako doradca zakupu. Niestety, rozwój form nowoczesnych sprzedaży w Polsce nie brał niekiedy pod uwagę tej okoliczności. (Dla przykładu można podać, że w sklepach samoobsługowych w Polsce ilość grup asortymentowych waha się w granicach od 160 do 300 artykułów, gdy tymczasem w krajach Europy zachodniej w tym typie sklepów asortyment obejmuje przeciętnie od 800 do 1200 artykułów, a w niektórych krajach asortyment wynosi od 1800 do 4000⁴⁵). W tej sytuacji trudno uzyskać dostateczne wykorzystanie powierzchni sprzedażowej sklepów stosujących nowoczesne formy sprzedaży w Polsce. Odbija się to na wydajności pracy w handlu detalicznym.

Omawiane formy sprzedaży i modernizacja handlu pociąga za sobą konieczność budowy sklepów o znacznie większej powierzchni niż przy tradycyjnej sprzedaży. Dlatego, przy niedostatecznym asortymencie towarowym, ograniczanie nowoczesnych form sprzedaży do małych lokali sklepowych mija się z celem. Zresztą, w miarę powiększania się powierzchni sklepów samoobsługowych powinien rozszerzać się asortyment sprzedawanych towarów. Nie ma to niestety zawsze miejsca w Polsce. Dla przykładu można podać, że w spółdzielczych sklepach samoobsługowych w NRF asortyment towarów zawarty w przedziale powierzchni od 200 do 300 m² większy jest o 40% od asortymentu sklepów o powierzchni do 60 m². W sklepach prywatnych o powierzchni ponad 150 m² w porównaniu ze sklepami o powierzchni do 60 m² asortyment jest większy

⁴⁴ M. Napieralski, *Rozwój sieci handlu detalicznego*, Handel Wewnętrzny 1961, nr 4, s. 73.

⁴⁵ W. Kozłowska, *Asortyment sklepów samoobsługowych*, Roczniki IHW 1958, nr 7, s. 100.

o 70%⁴⁶. W tej sytuacji stworzone są warunki nie tylko wyższej wydajności pracy w sklepach stosujących nowoczesne formy sprzedaży, ale także większych obrotów na 1 m² powierzchni sklepu. Wskaźnik ten podnosi się w miarę zwiększania powierzchni lokali sprzedażowych. Możliwości wprowadzania nowoczesnych form sprzedaży nie ograniczają się tylko do stosunkowo dużej powierzchni sklepowej oraz asortymentu towarowego. Nasuwa się konieczność pewnej standaryzacji odpowiedniego wyposażenia wnętrza sklepów. Wiąże się to najczęściej z koniecznością budowy nowych lokali sprzedażowych⁴⁷. Należy więc przy trudnościach podniesienia nakładów inwestycyjnych w handlu z większą niekiedy rezerwą wprowadzać niektóre udoskonalenia, możemy bowiem zetknąć się z sytuacją, w której nakłady inwestycyjne na częściowe unowocześnienie handlu są stratą społeczną. Niestety, w rzeczywistości znajdujemy potwierdzenie tego. Nowoczesne formy sprzedaży ułatwiają wprawdzie zakup towarów, ale nie przynoszą spodziewanych rezultatów ekonomicznych. Według badań przeprowadzonych w końcu 1960 r. w warszawskich sklepach ogólnospożywczych okazuje się, że w zakładach stosujących tradycyjne formy sprzedaży przypada na 1 m² obrót miesięczny 5,2 tys. zł, a w sklepach samoobsługowych 4,8 tys. zł. Wydajność więc w tych drugich jest niższa o około 13%⁴⁸. Ponadto w miarę wzrostu powierzchni sprzedażowej sklepów obrót przypadający na 1 m² ulega zmniejszeniu. Tak na przykład, według badań przeprowadzonych w 1957 r. w Warszawie, obejmujących 108 sklepów spożywczych w przedziale wielkości sklepów od 1 do 40 m², obrót przypadający na 1 m² wynosił 5,23 tys. zł; od 41 do 70 m² — 5,23 tys. zł; od 71 do 120 m² — 4,64 tys. zł; powyżej 120 m² — 2,63 tys. zł.⁴⁹ Wyniki te potwierdzają wspomniane już badania w konińskim rejonie uprzemysławianym. Dla przykładu w pow. konińskim według danych za rok 1962 obrót przypadający na 1 m² wyraźnie maleje w miarę wzrostu powierzchni sklepów, w przedziale klasowym powierzchni sklepów od 1 do 20 m² wynosi on dla miasta Konina 4,5 tys. zł, dla pozostałych miast powiatu 3,7 tys. zł; w przedziale od 41 do 60 m² odpowiednie dane wynoszą 4 tys. zł oraz 1,7 tys. zł; w przedziale od 121 do 180 m² — 2,2 tys. zł i 1,3 tys. zł⁵⁰.

⁴⁶ W. Kozłowska, op. cit., s. 102.

⁴⁷ W niektórych krajach kapitalistycznych nowoczesne formy obsługi wprowadza się prawie wyłącznie w nowo wybudowanych lokalach sklepowych. Jest to jedną z przyczyn likwidacji wielu sklepów.

⁴⁸ A. Olearczyk, *Powierzchnia sklepowa w analizie i planowaniu sieci detalicznej*. Warszawa 1964, s. 187, tab. 19 (maszynopis powielany).

⁴⁹ A. Olearczyk, *Próba badania powierzchni sklepowej na przykładzie sklepów ogólnospożywczych*, Roczniki IHW, s. 8. s. 101.

⁵⁰ J. Dietl, H. Książka, *Perspektywy rozwoju sieci handlu detalicznego w powiecie konińskim*, Zeszyty Badania Rejonów Uprzemysławianych PAN 1964, nr 11.

Uwagi nasze wykazały, że istnieje wprawdzie pilna potrzeba wzrostu nakładów inwestycyjnych w handlu, decyzje inwestycyjne jednak muszą być poprzedzone bardzo wszechstronnymi studiami.

MARŻE HANDLOWE — KOSZTY RYNKU

Funkcje wypełniane przez handel znajdują swoje odzwierciedlenie w kosztach rynku, które rozumiemy bardzo szeroko jako wszystkie nakłady ponoszone od momentu opuszczenia danego dobra przez zakład produkcyjny lub gospodarstwo rolne do momentu przejęcia go przez konsumenta. Stałe zwiększanie czynności spełnianych przez przedsiębiorstwa działające w sferze obrotu towarowego powoduje tendencje wzrostu kosztów rynku. Nasuwają się pytania: jak wysokie są koszty rynku oraz jaka jest ich tendencja zmian w Polsce.

Przedstawienia danych o kształtowaniu się faktycznych nakładów nasuwa poważne trudności, dlatego ograniczymy się do podania niektórych wielkości dotyczących marż handlowych. Przyjmujemy przy tym, że marże ujmują rzeczywiście poniesione koszty oraz zaplanowany zysk w przedsiębiorstwach handlowych. Nie odpowiadają one jednak w żadnym wypadku kosztom rynku, gdyż te ostatnie ponoszone są przez szereg placówek gospodarczych nie zaliczanych do przedsiębiorstw handlowych. Ponadto trudno jest przedstawić bardziej wnikliwą analizę bez uwzględnienia rynków branżowych, co z uwagi na ogólny charakter artykułu nie wydaje się celowe.

Marże zrealizowane przez uspołeczniony handel detaliczny i hurtowy w latach 1950—1960 obrazuje tablica 1 (poz. 19—22). Z tabeli tej wynika, że przydzielone w tym okresie handlowi środki w postaci marży wahały się ogółem w granicach od 10,5 do 24,3% w relacji do obrotów. W handlu detalicznym marże mieściły się w granicach od 7,4 do 14,7%, w hurcie marże były niższe — mieściły się w przedziale od 2,9 do 9,6%. Ogólnie biorąc, marże do 1958/59 r. wykazywały tendencję spadkową. Najbardziej była ona w okresie forsownej industrializacji w latach 1950—1953. Przyczyną spadku marż było skoncentrowanie i skierowanie środków na rozwój przemysłu oraz niski poziom dochodów ludności, który w latach 1951—1953 uległ nawet pewnemu obniżeniu. W tej sytuacji konieczne stało się zmniejszenie rozmiarów usług, aby w ten sposób ochronić konsumenta przed jeszcze większą podwyżką cen. W latach 1953—1957 nastąpił właściwie okres stabilizacji poziomu marż, z nadal jeszcze w końcowej jego fazie utrzymującą się tendencją spadkową. Występowała ona w odmiernej sytuacji rynkowej — w sytuacji szybkiego wzrostu dochodów realnych ludności. Podwyższenie poziomu marż w ostatnim okresie wynikało z potrzeby zaspokojenia wzrastającego popytu społeczeństwa na usługi handlowe.

W zasadzie istniał system marż jednolitych. Wyrażało się to w tym, że towary o różnej cenie sprzedaży i odmiennych kosztach obrotu miały taką samą marżę procentową. Marże mogą odgrywać poważną rolę w rozwoju usług handlowych wówczas, jeżeli podciągnięte zostaną do rangi bodźca materialnego zainteresowania pracowników poprzez powiązanie z systemem płac. Ponadto ich rola polegać powinna na tym, że stworzyłyby preferencje lub ograniczenia w sprzedaży dzięki ich właściwemu zróżnicowaniu, np. dla poszczególnych grup asortymentowych, w zależności od form sprzedaży itp.⁵¹ Zmiany dokonane w systemie marż począwszy od 1959 r. nie miały jednak głębszego podłoża ekonomicznego. Nastąpiło podwyższenie poziomu marż zarówno artykułów żywnościowych, jak i przemysłowych. Zróżnicowanie marż było spowodowane różną pracochłonnością przy tych artykułach sprzedaży. Mimo że dokonana podwyżka marż nie wywarła większego wpływu na podniesienie poziomu usług handlowych, to jednak oznaczała pewien zwrot w dotychczasowej polityce w stosunku do handlu.

Mówiąc o tendencjach zwykłych w polityce marż należy zwrócić uwagę na fakt, że w handlu znacznie szybciej rośnie wydajność pracy niż marże. Równocześnie wzrastają, jak już wykazano, relatywne różnice między płacami w handlu a płacami w innych dziedzinach gospodarki. Nastąpił także wzrost usług świadczonych przez handel. Dlatego należy zdawać sobie sprawę, że warunkiem dalszego rozwoju nie tylko ilościowego, ale i jakościowego handlu — jest wyrównanie nie uzasadnionych różnic relatywnie powiększających się w płacach osób zatrudnionych w handlu i w innych dziedzinach. Jedynie ta polityka pozwoli na zwiększenie kultury handlu oraz świadczonych przezeń usług. To wszystko łącznie z koniecznością dalszego wzrostu zatrudnienia oraz nakładów inwestycyjnych pociągać będzie za sobą pewien wzrost marż handlowych a tym samym kosztów rynku, co wydaje się w pełni uzasadnione.

W ciągu całego omawianego okresu przeciętny poziom marż detalicznych był dla artykułów żywnościowych wyższy o 40% w porównaniu do artykułów nieżywnościowych, tymczasem dostępne materiały, które obrazują relacje marż w innych krajach, wskazują na całkowicie odmienny ich układ. W krajach wysoko rozwiniętych wynika to z niższych cen na towary przemysłowe niż żywnościowe, co w dużej mierze jest rezultatem wysokiego poziomu usług, bogactwa asortymentowego oraz mniejszych możliwości innowacji w zakresie form obsługi. Należy wskazać, że marże w handlu kapitalistycznym są w detalu 2—3-krotnie wyższe niż w krajach socjalistycznych. Obrazuje to zestawienie⁵², w którym uwzględniono poziom marż w stosunku do obrotu w %.

⁵¹ Por. A. Głowacki, *Marże w polityce handlowej*, *Życie Gospodarcze* 1959, nr 11/13.

⁵² Z. Krasiński. *Marże handlowe*, *Handel Wewnętrzny* 1981, nr 3, s. 22.

Polska		ZSRR		NRF		USA	
lata	%	lata	%	lata	%	lata	%
1951	11,0	1950	8,2	1953	22,7	1924	28,6
1952	10,6	1951	8,4	1954	23,2	1939	29,7
1953	8,8	1952	8,6	1955	24,0	1948	29,7
1954	9,0	1953	8,8	1956	24,3		
1955	8,9	1954	8,8				
1956	7,7	1955	8,4				
1957	7,4	1956	8,3				
1958	9,8	1957	8,0				
1959	10,0	1958	8,0				
1960	10,6						

W rozwiniętych krajach kapitalistycznych ma ponadto miejsce daleko posunięte zróżnicowanie marż, przede wszystkim w zależności od rodzaju i typu przedsiębiorstwa, od formy obsługi oraz rodzaju i jakości towaru. W naszym handlu odczuwa się brak takiego zróżnicowania marż, dlatego też można się zastanowić, czy w niektórych dziedzinach handlu, np. w gastronomii, oraz w pewnych rejonach kraju, np. industrializowanych czy turystycznych (w okresie sezonu), nie podwyższyć marż, a także zróżnicować je w zależności od poziomu i rodzaju świadczonych usług.

Uwagi nasze wykazały, że handel spełnia doniosłą rolę w procesie rozwoju gospodarczego. Rozwój handlu nie jest tylko następstwem wzrostu ekonomicznego, ale wpływa na ten wzrost, gdyż racjonalnie zorganizowany rynek odbija się na działalności szeregu dziedzin życia gospodarczego. Uzasadniona jest więc ekspansja handlu oraz rozszerzanie się zakresu usług świadczonych na rzecz ludności.

Konieczny staje się wzrost zatrudnienia w handlu, podniesienie relatywne płac oraz w pewnym zakresie — nakładów inwestycyjnych. Wszystko to pociągnie za sobą niewątpliwie pewien wzrost kosztów rynku oraz podniesienie się znaczenia handlu w tworzeniu dochodu społecznego.

Handel, mimo bardzo trudnych warunków rozwoju w okresie industrializacji Polski Ludowej, spełniał swoje rozliczne funkcje przy stosunkowo niskich kosztach. Wydajność pracy poważnie wzrosła, ale w przyszłości dążyć należy do dalszego jej zwiększania. Jest wątpliwe jednak, czy podnoszenie się wydajności pracy przejawiać się będzie w wydatnym wzroście obrotów na 1 zatrudnionego. Byłoby bardzo wskazane, aby wzrost ten wyrażał się w lepszej jakości świadczonych usług, stąd przyrost obrotów nie będzie adekwatną miarą podnoszenia się wydajności pracy w handlu.