

ZBIGNIEW ZAKRZEWSKI

## KIERUNKI ZMIAN STRUKTURALNYCH NA RYNKU DÓBR KONSUMPCYJNYCH

Jednym z podstawowych warunków skuteczności poczynań mających na celu trwałe i przybliżone, bo pełne nigdy nie jest osiągalne, "zrównoważenie rynku dóbr konsumpcyjnych jest dokonanie zmian strukturalnych w naszej gospodarce. Racjonalność wszelkich, podejmowanych w tej intencji zabiegów zostaje zapewniona, jeśli w sferze wspomnianego rynku dostrzega się skoordynowany wewnętrznie układ koniecznych i wzajemnie ze sobą związanych elementów. Rozległość i złożoność problemu zmusza do ograniczenia rozważań jedynie do niektórych ważniejszych kwestii. Przedmiotem zainteresowania będą takie elementy polityki rynkowej, jak: wiodące cele gospodarowania, najważniejsze przesłanki działania, struktura organizacyjna gospodarki oraz system planowania i zarządzania.

Wiodącym celem gospodarowania w aspekcie rynkowym jest wytwarzanie i udostępnianie konsumentom wartości użytkowych. Ów cel tak pojmowany posiada istotne znaczenie analityczne, decyzyjne i integrujące; analityczne — gdyż stanowi najważniejsze kryterium celowego, myślowego rozbioru przeszłego lub zamierzonego procesu gospodarczego na elementy składowe oraz ich krytycznego przebadania i oceny; decyzyjne — bo ułatwia trafne dostosowywanie produkcji do rozpoznanych potrzeb społeczeństwa; integrujące — bo pozwala dostrzec głęboki sens łącznego kształtowania całego kompleksu działań produkcyjno-rynkowych, rozpoczynających się do poczynań inwestycyjnych i wytwórczości surowców, a kończących się na zaopatrywaniu konsumentów indywidualnych w różnorodne dobra przez handel detaliczny. Wspomniane, syntetyczne, wybitnie jednoczące ujmowanie procesów gospodarowania sprzyja niezmiernie pożądaney ich harmonizacji, a na odwrót, zdarzające się niestety dość często w teorii i praktyce, sztuczne oddzielanie od siebie kolejnych sfer, składających się na tę organiczną całość, staje się źródłem zakłóceń w realizowaniu działań skierowanych intencjonalnie na najlepsze zaspokajanie potrzeb ludności. Zaszczepienie w świadomości wszystkich podmiotów decyzji głębokiego przekonania, iż wiodącym celem każdej działalności

gospodarczej — inwestycyjnej, wytwórczej, przetwórczej, handlowej i przewozowej — jest zaspokajanie potrzeb społeczeństwa, stanowi wstępny, elementarny warunek skuteczności wszelkich zabiegów zmierzających do bieżącego zharmonizowania podaży z popytem. Na odwrót, ilekroć wysuwany bywa zamiast tego celu cel inny, choćby jak najbardziej jako dodatkowy uzasadniony — pełne spożytkowanie rezerw siły roboczej, aktywizacja gospodarcza danego regionu i tym podobne, trzeba się liczyć z możliwością produkcji chybionej a tym samym z marnotrawstwem sil i zasobów, z nieracjonalnym pomyleniem środków realizacji celu z samym celem.

Blizsze przyjrzenie się sposobowi myślenia jaki panuje w wielu przedsiębiorstwach przemysłowych pozwala stwierdzić, że realizowana przez nie produkcja rozumiana jest bardziej jako kategoria przyrodniczo-techniczna niż jako nowa masa wartości użytkowych. Tymczasem nie da się uchwycić w sposób istotny i głębiej pojęcia działalności produkcyjnej bez uwzględnienia tej okoliczności, iż dobra — jej rezultaty — mają służyć zaspokojeniu potrzeb. Wspomniany, przyrodniczo-techniczny, jednostronny punkt widzenia jest również znamieny dla części naszej literatury ekonomicznej, zainteresowanej problematyką przemysłu; w sposobie prezentacji wielu zagadnień nie odczuwa się zainteresowania dla najważniejszego celu istnienia przedsiębiorstwa przemysłowego, jakim jest umożliwienie zaspokojenia potrzeb przez wytwarzanie dóbr rzeczywiście użytecznych.

Ostateczni odbiorcy interesują się wyłącznie tymi wyrobami, które posiadają wartość użytkową, umożliwiającą zaspokojenie ich potrzeb. Wytwory pracy ludzkiej, społecznie użytecznej stają się przedmiotami wymiany a wobec tego spotkania podaży z popytem jedynie dlatego, że przedstawiają określoną wartość użytkową, która jest koniecznym warunkiem wartości wymiennej, będąc jej niejako „nosicielką”. Uświadomienie tego obiektywnego uwarunkowania, w teorii i praktyce, jak sądzę, wyraźnie niedostateczne, miałyby poważne, ze wszech miar pożądane reperkusje, w celowym dążeniu do lepszego zharmonizowania stosunków rynkowych w Polsce. Wyprowadzając wszelkie, wypływające stąd konsekwencje, można by doprowadzić do znacznie ściślejszego sprzężenia z sobą kolejnych etapów procesu gospodarowania, kierujących się w swym działaniu, jak już wspomniano, jednym wspólnym motywem przewodnim. Można przecież mówić o wyraźnej jedności wszystkich tych etapów w procesie tworzenia wartości użytkowych.

Ważną intencją polityki rynkowej jest dążenie do osiągnięcia bieżącej równowagi rynkowej. Sprawą szczególnie istotną jest osiągnięcie równowagi rynkowej nie tylko formalnej, polegającej na elastycznym dostosowywaniu popytu do rozmiarów faktycznej podaży poprzez manipulowanie cenami, lecz przede wszystkim strukturalnej, przy której poziom cen ustala się jako wypadkowa rzeczywistych, maksymalnie zharmonizowa-

nych ze sobą wielkości fizycznych podaży z popytem<sup>1</sup>. Na dłuższą metę warto mieć na uwadze dążenie do zapewnienia dynamicznej równowagi rynku, występującej przy wyrównaniu sił stwarzających zarówno popyt, jak i podaż w jednym procesie wytwórczym. Zgodność tę uzyskuje się przez ściśle powiązanie wzrostu płac z rezultatami pracy, a więc z produkcją. Szczególne znaczenie w tym procesie należy przypisać funkcjonowaniu sfery mikroekonomicznej, to jest tam, gdzie się wypłaca i gdzie powstają rezultaty pracy<sup>2</sup>. Prawidłowe funkcjonowanie rynku znajduje swój konkretny wyraz przede wszystkim w zapewnieniu ogółu równowag częściowych, pałających na dostosowywaniu się podaży do popytu w przekroju branż i asortymentów lub w odniesieniu do podejmowanych transakcji towarowych. Sprowadzając abstrakcyjne pojęcie równowagi rynku na grunt realiów wymiany, poprawniej jest dostrzegać w nim — zamiast faktycznie nieosiągalnego dokładnego zrównania wielkości i struktury podaży z wielkością i strukturą efektywnego popytu ludności na towary i usługi — pożądaną tendencją, wspieraną przez celowe, trwałe działania i doraźne zabiegi polityki gospodarczej.

Zmiany strukturalne, podejmowane w intencji lepszego zharmonizowania podaży z popytem na dobra konsumpcyjne powinny mieć na względzie określone przesłanki działania. Trzeba tutaj brać pod uwagę przede wszystkim dużą złożoność rynku dóbr konsumpcyjnych i jego funkcjonowania. Wynika ona między innymi z różnorodności czynników, które go kształtują; wielkiej liczby jego uczestników — zwłaszcza na styku handlu detalicznego z jego klientami; faktu udziału przedmiotów obrotu — wieluset tysięcy artykułów konsumpcyjnych, sprzedawanych i kupowanych w zróżnicowanych warunkach; istniejących obiektywnie rozbieżności między podażą a popytem — między preferencjami dostawców i odbiorców co do rodzaju towaru, jego ilości i jakości, czasu, miejsca, asortymentu towarzyszącego i formy, względnie sposobu sprzedaży czy zakupu itd. Popyt konsumpcyjny, którego zaspokojenie jest najważniejszym celem działalności gospodarczej, wykazuje różny stopień elastyczności wobec kształtujących go czynników, pojawiają się też nowe potrzeby i nowe sposoby ich zaspokajania. Zachowanie popytu, z natury swej zmienne i zróżnicowane, okazuje się jeszcze bardziej nieprzejrzyste z tej racji, że dają znać o sobie komplementarność i substytucja. Z kolei podaż jest wypadkową różnych sił, w tym zwłaszcza czynników przyrodniczo-technicznych, zachowujących się wyraźnie autonomicznie. I tutaj, podobnie jak w przypadku popytu, zauważamy, nie zawsze się to dostrzega, rozmaity stopień elastyczności dóbr zaofiarowanych na sprzedaż —

<sup>1</sup> L. Miastkowski, *Sojalistyczna cena produkcji*, Nowe Drogi 1972, nr 12, s. 114.

<sup>2</sup> K. Ryć, *Dynamiczna równowaga rynku a ochrona interesów konsumenta*, Gospodarka Planowa 1978, nr 2, s. 63.

względem różnych czynników determinujących wielkość i strukturę zapotrzebowania. I tutaj zaznaczają się dość złożone związki komplementarności i substytucji, a preferencje sprzedających wykazują daleko idące zróżnicowanie. Dodajmy, że w związku z częstym zjawiskiem rozbicia procesu obrotu na kolejne etapy mamy w gruncie rzeczy do czynienia nie z jednym, lecz z kilkoma odrębnymi rynkami, a tym samym z oddzielnymi układami preferencji po stronie sprzedających i kupujących. Gospodarka socjalistyczna, poza rzadkimi przypadkami reglamentacji spożycia indywidualnego, pozostawia je swobodnemu wyborowi ze strony kupujących. Stąd też słuszne jest dążenie do ukształtowania produkcji i podaży odpowiednio do wielkości i struktury popytu. Jaki byłby bowiem sens tolerowania marnotrawstwa i ponoszenia zbędnych kosztów poświęconych na wytwórczość chybioną lub też wzbudzania niezadowolenia społeczeństwa, którego potrzeby nie są w pełni zaspokajane? W braku samorzutnego mechanizmu, uzgadniającego podaż z popytem za pośrednictwem cen równowagi, niezbędne okazują się odpowiednie podstawy i sposoby bieżącego równoważenia rynku, uwzględniające obiektywny fakt zmienności, zróżnicowania a nieraz i przypadkowości efektywnego popytu, według którego powinna się orientować cała gospodarka, oczywiście poza przypadkami zgłaszania potrzeb nie zasługujących na społeczną aprobatę.

Z dążenia do zapewnienia równowagi rynkowej wynika postulat, nie zawsze w praktyce uwzględniany, by nieprzerwany proces wytwórczo-przetwórczo-handlowy ujmować jako jedną całość kształtowaną pod wpływem jednej motywacji przewodniej. W tym też kierunku powinny działać instrumenty zasilania i pobudzania, skłaniające zarówno przemysł, jak i handel do stałego pomnażania i urozmaicenia oferty dóbr użytecznych.

Warto nieco szerzej zająć się przesłanką polityki rynkowej, dla której nasza praktyka nie wykazuje jak dotąd żywszego zainteresowania. Obserwacja bieżącej działalności przedsiębiorstw wskazuje fakt, że nie uwzględniają one pewnej dozy niepewności występującej w przebiegu procesów rynkowych. Powstawanie takich sytuacji, że coś może się wydarzyć albo nie, z tym iż jedną z tych ewentualności ocenia się jako niepożądaną, jest równoznaczne z uświadomieniem sobie ryzyka, przed którym trzeba się chronić. Sytuacje te oznaczają niezależną od czyichkolwiek przekonań możliwość zajścia pewnego zdarzenia, określoną jako logiczne prawdopodobieństwo, które posiada w pełni obiektywny charakter. Zjawisko ryzyka rynkowego, a nie tylko handlowego, jak się go nieraz zbyt wąsko widzi i rozumie, jest ściśle i nierozzerwalnie związane z procesami bieżącego równoważenia podaży z popytem. Pomijanie tego prawdopodobieństwa i jego niedocenianie w działalności gospodarczej, niekiedy wyrastające ze złudnego przekonania, iż zadania produkcyjne są ustalone w planie z reguły bezbłędnie, pociągają za sobą zlekceważenie

niezbędnych działań zapobiegawczych, podejmowanych w celu równowagi rynku.

Zarówno w przemyśle i rolnictwie, jak i w handlu i transporcie mogą powstawać szkody lub zakłócenia spowodowane przez działanie przyrody, błędne decyzje i poczynania gospodarcze, obiektywne rozbieżności we wzajemnych relacjach: podaż — popyt w ścisłym powiązaniu z kształtowaniem się cen itd. Podejmując się wytwarzania określonych dóbr konsumpcyjnych — wyjąwszy sytuacje realizowania konkretnych zamówień odbiorców lub drastycznego niedostatku podaży w stosunku do zapotrzebowania — nigdy się nie ma pewności czy dobra te dostaną się do rąk zainteresowanych nimi a zarazem efektywnych odbiorców ostatecznych.

Oto typowe okoliczności tłumaczące powstanie ryzyka rynkowego w momencie podejmowania decyzji produkcyjnej, a więc kiedy się go na ogół nie dostrzega. Wspomniana decyzja zawsze wyprzedza konsumpcję, i to przynajmniej o czas potrzebny na przygotowanie produkcji, jej wykonanie oraz doprowadzenie gotowego wyrobu do miejsc zapotrzebowania lub zużycia. Wobec tego, że dobra wytwarza się z reguły z myślą o potrzebach przyszłych, trudno o absolutną pewność czy podejmowana decyzja produkcyjna jest słuszna. Można mówić tylko o mniejszym lub większym prawdopodobieństwie uzyskania przez dany towar zatwierdzenia społecznego, o mniejszym lub większym ryzyku sprzedaży. Rzadko się zdarza, że różnokierunkowa specjalizacja produkcji obejmuje jednocześnie wielu wytwórców, którzy uzupełniając się, przygotowują bogaty asortyment wyrobów. Jeśli w dodatku nie byłoby żadnych błędów w rozprawieniu masy towarowej, można by mówić o pełnej zgodności wielkości i asortymentu wytwarzanych dóbr z popytem na nie. W rzeczywistości warunki te nie są na ogół spełnione, a specjalizacja produkcji i wynikająca z niej wymiana towarowa rodzą poważne ryzyko rynkowe. Z drugiej strony, odczuwana przez przemysł niepewność zbytu skłania go do zainteresowania się dalszymi losami wytwarzanych wyrobów oraz do rozwijania i pogłębiania współpracy z odbiorcami handlowymi, co bez wątpienia sprzyja aktywizacji sprzedaży i oddziaływaniu na popyt. Sądzę, że nie ma powodu ilustrowania przykładami typowych przypadków powstawania ryzyka rynkowego w sferze powiązań przemysłu z handlem oraz w samym handlu, są one bowiem na ogół znane i istnieje zrozumienie dla potrzeby ochrony przed nim.

Niepewność transakcji dobrami konsumpcyjnymi dotyka zatem każdego uczestnika obrotu towarowego, zaczynając od producenta przez ogniwa pośredniczące a kończąc na ostatecznym odbiorcy, to jest konsumencie. Przed wynikającym stąd prawdopodobieństwem zdarzeń ocenianych ujemnie trzeba się zatem bronić przede wszystkim w skali globalnej. Wiadomo przy tym, że można liczyć tylko na ograniczenie lub złagodzenie następstw wspomnianego ryzyka, a nie na całkowite jego uchylenie.

Mogłoby się wydawać, że uznanie roli na rynku czynnika niepewności i ryzyka nie wiąże się z rozważanymi tutaj, pożądanymi zmianami strukturalnymi. A jednak warto wkomponować go na stałe w procedurę i treść planowania i zarządzania, trzeba go też uwzględnić w polityce kształtowania czynników wytwórczych w produkcji i obrocie przez ustalenie niezbędnych rezerw osobowych i materialnych.

Zupełnie podstawowa rola przypada w omawianej dziedzinie strukturze organizacyjnej gospodarki. W naszej literaturze ekonomicznej ugruntowuje się przekonanie o celowości tworzenia i umacniania wielkich działów — kompleksów „przemysłowo-handlowo-usługowych” z zadaniem wszechstronnej i pełnej obsługi określonego rodzaju potrzeb materialnych społeczeństwa. Wspomniane rozwiązanie, w żadnym razie nie kolidując z ogólnymi zasadami gospodarki socjalistycznej, odpowiada doskonale koncepcji marketingu, którego ideą przewodnią jest skoncentrowanie wysiłków dla zaspokojenia potrzeb społeczeństwa<sup>3</sup>. W każdym wielkim dziale produkcyjno-usługowym, wyodrębnionym według kryterium dziedziny zapotrzebowań na dobra konsumpcyjne, skrzętnie je rejestrując a jednocześnie stosując różne instrumenty pobudzania popytu, przedsiębiorstwa mogłyby rozwijać szeroką aktywność w kierunku zharmonizowania produkcji i podaży z preferencjami nabywców. W ramach takiego działu powinny być tworzone w interesie prawidłowego kształtowania stosunków rynkowych różne przedsiębiorstwa przemysłowe i handlowe nawet z możliwością swobodnego podejmowania przez handel działalności produkcyjnej a przez przemysł działalności handlowej<sup>4</sup>. Byłaby to skuteczna droga pożądanego uelastycznienia nadmiernie usztywnionej struktury rynku.

Z punktu widzenia wiodących celów polityki rynkowej istotne znaczenie przedstawia współistnienie wielu producentów wytwarzających ten sam wyrób. Oto niektóre korzyści działania wielu producentów — osiąganie wzrostu elastyczności globalnego potencjału zaangażowanego w produkcji danego wyrobu lub asortymentu; większa łatwość zwiększenia wolumenu danego rodzaju produkcji w ramach dotychczas istniejącej zdolności wytwórczej; ułatwienie dokonywania zmian w strukturze produkcji, co pozwala na uzyskiwanie niezbędnego przyrostu produkcji określonego asortymentu; możliwość zapewnienia dostaw od innych producentów w przypadku przerw w produkcji jakiegoś zakładu spowodowanych awarią. Szerzej problem ten traktując, trzeba by podkreślić dobrodziejstwa konkurencji, której wykorzystanie zostało niestety osłabione wskutek przeprowadzonej w 1976 r. reorganizacji handlu, w której zastosowa-

<sup>3</sup> T. Kramer, *Marketing a problemy współczesnej gospodarki socjalistycznej*, Roczniki Instytutu Handlu i Usług, z. 2, Warszawa 1978, s. 4 - 8.

<sup>4</sup> *Zarządzanie przedsiębiorstwami uczestnikami rynku dóbr konsumpcyjnych* red. J. Beksiak, t. 1, Warszawa 1978, s. 265.

no monopolistyczne rozwiązanie branżowo-terytorialne. Sytuacje monopolistyczne stwarza się przez nadawanie dużej jednostce gospodarczej prawa wyłączności zakupu lub sprzedaży w odniesieniu do produktu lub terenu działania, przyznawanie jej priorytetu w zaopatrzeniu, nadawanie jej statusu tak zwanych jednostek wiodących, uruchamianie przedsiębiorstw z określonym zasięgiem terytorialnym działania a pośrednio również skupianie w ręku danej organizacji gospodarczej całości lub większości działalności przemysłowej lub handlowej. W każdym z tych przypadków chodzi o regulację, względnie trwałą, wyznaczającą na dłuższy czas faktyczne warunki wymiany. W sytuacji konkurencyjnej poszczególni uczestnicy rynku, czując się stale zagrożeni, zmuszeni są dostosowywać się bieżąco do zmiennych relacji podaży i popytu, a wobec tego ustawicznie zabiegać o transakcje będące w profilu ich działalności<sup>5</sup>.

Tworzenie organizacji gospodarczych, obejmujących swoim zasięgiem produkcję całej branży stawia je w szczególnej pozycji, która może być wykorzystywana do prowadzenia polityki monopolistycznej wobec kontrahentów. W ostatecznym rozrachunku najczęściej traci na tym konsument, którego preferencje, zwłaszcza asortymentowe i jakościowe, nie zostają odpowiednio uwzględnione. Ujemnie odbija się na jego interesach ustalanie ograniczonych terytorialnie sfer działania przedsiębiorstw handlowych. Osłabieniu ulega bowiem wtedy ich pozycja przetargowa w kontaktach z przemysłem, przy czym jest to szczególnie niepożądane w sytuacji rynku nie zrównoważonego i braku współdziałania przedsiębiorstw handlowych w polityce zakupu. Obserwuje się również niechęć przedsiębiorstw zintegrowanych do przyjmowania pełnej odpowiedzialności za zaopatrzenie rynku, chociaż powinny je koordynować w określonej sferze branżowo-asortymentowej. Jeśli chodzi o przedsiębiorstwa przemysłowe, ścisłe wyznaczenie zasięgu specjalizacji osłabia ich zainteresowanie dla produkcji nowych wyrobów oraz racjonalnego gospodarowania, co w konsekwencji powoduje nieraz pogorszenie zaspokojenia potrzeb ludności. Do korzyści wielopodmiotowej specjalizacji wytwórczości, a więc udziału w niej co najmniej dwóch producentów, zalicza się między innymi: osiągnięcie tą drogą wzrostu elastyczności globalnego potencjału zaangażowanego w produkcji danego wyrobu lub asortymentu, łatwiejsze możliwości zwiększania danej produkcji w ramach dotychczas istniejących zdolności wytwórczych. Ogólnie biorąc wielopodmiotowa specjalizacja wytwórczości przyczynia się w ten sposób do rozwijania między producentami społecznie pożądanej konkurencji. W rezultacie wzbogaca się i urozmaica ofertę towarową, co leży jak najbardziej w interesie konsumentów. Poczucie niepewności i zagrożenia konkurujących ze sobą przedsiębiorstw i zakładów stanowi niezbędny warunek skutecznego harmonizowania podaży z popytem, z uwzględnieniem wszystkich preferencji nabywców,

<sup>5</sup> Ibidem, s. 48 - 50.

a więc — rodzaju, ilości i jakości towaru, miejsca, czasu i sposobu zakupu oraz asortymentu towarzyszącego.

Możliwości bieżącego uzgadniania podaży z popytem zależą w dużej mierze od zapewnienia przedsiębiorstwu roli aktywnego uczestnika rynku. Pod tym względem istotne znaczenie przedstawia profil jego działalności oraz jego wielkość. Jeśli przedsiębiorstwo jest wąsko wyspecjalizowane, wówczas powstaje dla niego zagrożenie wynikające z wahań i przesunięć popytu. Przedsiębiorstwo wyspecjalizowane bywa nieraz zmuszane do rozszerzania swej aktywności w zasięgu terytorialnym, co przysparza kosztów i może powodować trudności organizacyjne. Ponadto, wąska specjalizacja silnie uzależnia przedsiębiorstwo od kooperantów. Dla konsumenta wąski profil branżowy placówki handlowej jest korzystny o tyle, że oferuje mu głęboki asortyment, natomiast odpada tutaj możliwość dokonywania zakupów komplementarnych i substytucyjnych. W stosunku do przedsiębiorstw wyspecjalizowanych o wiele łatwiej operować nawet niewielkim zestawem nakazów lub parametrów i łatwiej określić ich wysokość niż w stosunku do przedsiębiorstw o szerokim i silnie zróżnicowanym profilu. Jednakże, w zależności od branży i fazy obrotu, działanie centrum, choć formalnie trudniejsze, jest niekiedy skuteczniejsze w stosunku do przedsiębiorstw o różnorodnym profilu. Do zalet tych przedsiębiorstw zaliczają się ponadto — większe możliwości przestawienia się na inny asortyment w razie zmian w popycie, kształtowanie profilu działalności według zasady wielkich kompleksów potrzeb w handlu oraz zbliżenie sieci detalicznej do konsumentów<sup>6</sup>.

W związku z tym byłoby rzeczą wskazaną stosowanie, w zależności od branży lub fazy procesu gospodarczego, w stosunku do różnych przedsiębiorstw odmiennego profilu działania — wąskiego lub szerokiego. Mogą też istnieć uzasadnione racje łączenia w pewnych przypadkach wąskiej specjalizacji branżowej z szerokim profilem funkcjonalnym, na przykład produkcji z handlem lub hurtu z detalem, w innych — szerokiego asortymentu z wąską specjalizacją funkcjonalną, na przykład z handlem wysyłkowym. Jak z tego wynika, pożądane jest tworzenie struktur organizacyjnych odpowiednio zróżnicowanych. W literaturze proponuje się tworzenie specjalnych przedsiębiorstw — organizatorów obrotu, zajmujących się wyłącznie transakcjami handlowymi, na przykład zakupem od producentów na zlecenie i na rachunek innych przedsiębiorstw<sup>7</sup>. W rozwiązaniu tym można upatrywać jedną ze skutecznych form pożądanego uelastycznienia rynku dóbr konsumpcyjnych.

Dla zapewnienia skutecznego harmonizowania podaży z popytem nie jest też obojętna wielkość przedsiębiorstwa. Rozwój techniki pociąga za sobą powiększenie się rozmiarów poszczególnych przedsiębiorstw i za-

<sup>6</sup> *Zarządzanie przedsiębiorstwami uczestnikami rynku dóbr ...*, s. 251 - 253.

<sup>7</sup> *Ibidem*.



kładów, które zatrudniają coraz więcej czynników wytwórczych oraz osiągają większą skalę produkcji i obrotu. Rozwijające się procesy koncentracji nie powinny jednak przekreślać istnienia jednostek gospodarczych małych, które stale zagrożone wykazują z konieczności pożądaną aktywność i elastyczność działania. Dzięki temu mogą one na ogół łatwiej niż przedsiębiorstwa duże sprostać potrzebom szybko zmieniającym się, wybitnie zróżnicowanym i indywidualnym. W związku z tym warto dostrzegać duże znaczenie zakładów drobnej wytwórczości dla ujawnienia i wykorzystania inicjatywy, pełniejszego spożytkowania surowców lokalnych, większego zróżnicowania produkcji a tym samym lepszego zaspokojenia potrzeb.

Rozpatrując różne kierunki zmian strukturalnych na rynku dóbr konsumpcyjnych, nie można pominąć znaczenia jakie przedstawia faktyczna pozycja zajmowana przez dostawcę i odbiorcę. Relacje wielkości przedsiębiorstw przemysłowych i handlowych, będących partnerami umów sprzedaży i dostawy towarów, w poważnej mierze decydują o ich sile negocjacyjnej, a jest rzeczą pożądaną, by ich pozycja była pod tym względem wyrównana. W wyniku nowego podziału administracyjnego kraju, działające w skali województwa, a więc stosunkowo niewielkie organizacje handlowe zawierają transakcje z silniejszymi na ogół od nich, wyspecjalizowanymi dostawcami.

Pozostaje jeszcze do rozważenia problem takiego ukształtowania systemu planowania i zarządzania, by sprzyjał on prawidłowemu funkcjonowaniu rynku dóbr konsumpcyjnych. Jest to jednak zagadnienie wymagające ze względu na swoją złożoność oddzielnego potraktowania. Można jedynie stwierdzić, iż ważne okoliczności przemawiają za utrzymaniem dominującej roli centrum jako podmiotu kształtującego zbiorczo podstawowe wielkości rynkowe w ujęciu makroekonomicznym; celowe jest również rozszerzenie jego funkcji w sferze planowania pośredniego, pobudzającego przedsiębiorstwa za pomocą tak zwanych regulatorów: cen, marż, elementów ekonomiczno-finansowego itp. W systemie planowania operatywnego i krótkookresowego podstawowa rola powinna natomiast przypadać przedsiębiorstwom — uczestnikom obrotu towarowego. W systemie zarządzania należałoby zapewnić większą niż dotąd „dyspozycyjność” przedsiębiorstw, jak również względnie szeroką swobodę negocjowania umów o sprzedaż i dostawę towarów, zawieranych między dostawcami przemysłowymi a odbiorcami handlowymi. Jedynie w warunkach wspomnianej swobody, a jednocześnie przy zachowaniu równej „siły” partnerów wymiany można oczekiwać skutecznego, bieżącego równoważenia rynku w danych warunkach miejsca i czasu. Warto też pamiętać o celowości wykorzystania w systemie planowania i zarządzania w przedsiębiorstwie określonych elementów strategii marketingowej, specjalnie zainteresowanej bieżącym dostosowywaniem oferty towarowej do popytu.

Kończąc rozważania nad najważniejszymi, pożądanymi zmianami strukturalnymi na rynku dóbr konsumpcyjnych, warto podkreślić doniosłą rolę wyboru określonego typu mechanizmu gospodarowania. Sterując procesami produkcji i obrotu centrum powinno nadawać im ogólny kierunek przez zastosowanie skutecznych narzędzi parametrycznych — cen, marż, syntetycznych wskaźników ekonomiczno-finansowych itp. Natomiast bieżąca działalność przemysłu i handlu daje najlepsze efekty wówczas, jeśli odbywa się w rytmie mechanizmu samoczynnego, w którym poszczególne podejmowane decyzje uwzględniają w całej pełni wymagania rachunku ekonomicznego, obejmującego różne warianty wyboru rozwiązań.

#### DIRECTIONS OF STRUCTURAL CHANGES OF CONSUMER GOODS MARKET

##### Summary

To the most important bases of organizational solutions on consumer goods market belong guiding intentions of steering it towards a certain direction. Anxiety for producing and rendering accessible use values to consumers and permanent aiming at current market equilibrium are among these intentions. Structural changes, that are taken up for better harmonization of supply with demand for consumer goods, should take into account definite premisses of action. A great complexity of the market as well as of grasping the permanent production-processing-commercial process as a whole, that is influenced by one, common guiding motivation, should also be taken into account. It is also worth of having in mind the accompanying phenomenon of uncertainty, which calls for protection against risk, not only of purely commercial risk, but — in general — of market one, that occurs still in the sphere of industry. Securing the main objects of market policy is favoured by development and consolidation of big sectors — „industrial-trade-service" complexes within the national economy with the task of comprehensive and full service of a definite kind of society's material needs. Co-existence of many producers of the same commodity is of big importance here. Under competitive conditions particular market participants are forced to adjust themselves to changing demand-supply relationships. Uncertainty and impendency are indispensable conditions of efficient harmonization of supply with demand, when all customers' preferences considered i.e type, quantity and quality of goods, place, time and way of purchase as well as accompanying assortment. The role should be finally pointed out of small enterprises on the market, which show necessary activity and elasticity.