

MAREK BROJERSKI

## WYBRANE PROBLEMY ANALIZY DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA HANDLOWEGO

Przeglądając dotychczasowe publikacje z zakresu analizy działalności przedsiębiorstwa handlowego, jakie powstały w ośrodku naukowym w Poznaniu, nasuwa się kilka spostrzeżeń i refleksji. Nie jest zamiarem artykułu obrazować wkład ośrodka poznańskiego w tej dziedzinie w ujęciu chronologicznym, a problemowym. W rozważaniach uwzględniono publikacje zwarte i najwartościowsze artykuły naukowe dotyczące ściśle zagadnień analizy działalności przedsiębiorstwa handlowego, jakie zostały opublikowane w latach 1955-1979. Ponadto w końcowych fragmentach rozważań wysunięto kilka szczególnie istotnych kwestii, które jak dotychczas nie znalazły jeszcze pełnego rozwinięcia w literaturze naukowej tego przedmiotu.

Rozważania dotyczące analizy działalności przedsiębiorstwa handlowego są stale aktualne, wymagają w swych ujęciach ustawicznego sprawdzania z osiągnięciami teorii funkcjonowania gospodarki narodowej oraz z bieżącymi potrzebami praktyki. Jest to tym bardziej konieczne, że w naszej literaturze ekonomicznej w tym również ośrodku poznańskiego, spotykamy różne podejścia do analizy działalności przedsiębiorstwa handlowego. Problem ten jest tak bogaty i złożony, że nie sposób naświetlić go w całej pełni. Wydaje się wobec tego celowe ograniczenie rozważań do kilku podstawowych zagadnień będących w kręgu szczególnego zainteresowania ośrodka naukowego w Poznaniu. Wśród tych problemów wymienić należy przede wszystkim następujące: po pierwsze — poszukiwanie pełnego i prawidłowego ujęcia ogólnej koncepcji analizy działalności przedsiębiorstwa handlowego, po drugie — rozwijanie i pogłębianie zagadnień dotyczących wybranych elementów analizy przedsiębiorstwa (np. analiza kosztów, analiza zatrudnienia itp.), wreszcie po trzecie — rozwiązywanie niektórych aspektów lub usprawnień poszczególnych dziedzin działalności przedsiębiorstwa handlowego.

Przed wszystkim należy naświetlić i objaśnić poglądy zmierzające do sformułowania ogólnej koncepcji analizy działalności przedsiębiorstwa

handlowego. Warto z tego zakresu wymienić prace przedstawiające w oryginalny sposób najważniejsze problemy kompleksowej analizy działalności przedsiębiorstwa handlowego<sup>1</sup>. W piśmiennictwie ekonomicznym, w tym również ośrodka poznańskiego, bardzo często można było spotkać się z poglądem, iż zadaniem analizy jest jedynie ocena wykonania planów, ujawniania niewykorzystanych rezerw, walka z nieprodukcyjnymi wydatkami, stratami i marnotrawstwem<sup>2</sup>. Tak przyjęte zadanie analizy nie stwarzało potrzeby bliższego zainteresowania się czynnikami zewnętrznymi w stosunku do danego przedsiębiorstwa. Dominowało zatem badanie planowanych i faktycznie zrealizowanych takich elementów działalności przedsiębiorstwa handlowego, jak: sprzedaż, skup produktów rolnych, zapasy towarowe, rotacja, przewozy, elementy gospodarki finansowej itd. W niektórych pracach, jakie publikowane były w ośrodku poznańskim, dostrzegano potrzebę nie tylko ograniczania się wyłącznie do analizy wewnętrznej przedsiębiorstwa, lecz wykazywano również jego działalności na tle ekonomiki rejonu<sup>3</sup>. Jakkolwiek opracowania te nadal nie próbowały bezpośrednio wyznaczać związku potrzeb konsumpcyjnych lub produkcyjnych rejonu działalności z konkretnymi przejawami funkcjonowania przedsiębiorstwa. Podstawowy akcent kładziono na określenie stopnia wykonania planu sprzedaży a tylko ogólnikowo, bez żadnych dalszych propozycji w tym względzie, wskazywano na taki kierunek analizy, który by pozwalał na przyjęcie trafnej oceny o stopniu zaspokojenia potrzeb konsumentów.

Dopiero w pracach Z. Zakrzewskiego, S. Wierzchosławskiego, Z. Krasieńskiego i J. Dietla upowszechnia się przekonanie, że badanie oddziaływania określonych czynników na podaż pozwala na dostosowanie sprzedaży do potrzeb. Zaczęto się zastanawiać nad doбором źródeł oraz metod badań rynkowych. Wysuwano coraz częściej propozycje by korzystały one — niezależnie od ewidencji i oceny zjawiska popytu w toku operatywnej działalności przedsiębiorstw handlowych — z odpowiednio zinterpretowanych informacji, które docierają do nich z zewnątrz<sup>4</sup>. S. Wie-

<sup>2</sup> Z. Zakrzewski, *O właściwą koncepcję analizy działalności przedsiębiorstwa handlowego*. W pracy zbiorowej pt. *Problemy teorii gospodarki socjalistycznej*, Warszawa 1970, s. 456-483; S. Wierzchosławski, *Z zagadnień kompleksowej analizy ekonomicznej przedsiębiorstw handlowych*, Rocznik Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Poznaniu 1956/57, Poznań 1958, s. 9 - 56; Z. Krasieński, *Kompleksowa analiza ekonomiczna w praktyce detalicznych przedsiębiorstw handlowych*, Handel Wewnętrzny 1965 nr 4; Z. Krasieński, *Analiza ekonomiczna przedsiębiorstw handlowych w świetle ich własnych opracowań*, ZN WSE w Poznaniu 1966, z. 27.

<sup>3</sup> J. Boduch, *Analiza działalności gospodarczej przedsiębiorstw handlowych*, Poznań 1953.

<sup>4</sup> J. Dietl, R. Gałęcki, *Analiza działalności gospodarczej przedsiębiorstw skupu i obrotu produktami rolnymi*, skrypt WSE w Poznaniu, Poznań 1956.

<sup>4</sup> J. Dietl, *Zastosowanie badań popytu konsumpcyjnego w handlu*, Biblioteka Instytutu Handlu Wewnętrznego, Warszawa 1961; J. Dietl, *Warunki prowadzenia analizy rynku przez handel detaliczny*, w: *Problemy ekonomiczne i organiza-*

rzchosławski wysunął koncepcję kompleksowej analizy ekonomicznej przedsiębiorstw handlowych, która uwzględnia nie tylko czynniki tkwiące wewnątrz przedsiębiorstwa, lecz także czynniki zewnętrzne, obejmujące środowisko, w którym przedsiębiorstwo funkcjonuje oraz ustalenie i oddziaływanie polityki gospodarczej państwa. Chodzi tu bowiem o to, aby nie była ona jedynie rozwinięciem systemu ewidencji zjawisk gospodarczych, a wykrywała skutki i przyczyny kształtowania konkretnych zjawisk ekonomicznych<sup>5</sup>.

Na szczególną uwagę w pierwszej grupie problemów zasługują jednak prace naukowe ośrodka poznańskiego zmierzające do określenia roli, jaką spełnia analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie handlowym w powiązaniu z planowaniem. Zagadnienia te podjęte zostały w artykułach Z. Zakrzewskiego i Z. Krasieńskiego<sup>6</sup>. W pracach tych zwrócono uwagę, że analiza działalności handlowej powinna wiązać się przede wszystkim z coraz to lepszym zaspokojeniem potrzeb ludności. Rolę analizy powinno rozumieć się pod kątem widzenia interesów konsumenta. Planowanie nie jest celem działalności, a tylko ogólnym środkiem realizacji celu.

Druga grupa zagadnień podejmowanych w pracach ośrodka poznańskiego dotyczyła rozwijania i pogłębiania wybranych elementów analizy przedsiębiorstwa<sup>7</sup>. Przede wszystkim w obrębie tej problematyki dominowały prace z zakresu badań nad kształtowaniem się kosztów przedsiębiorstwa handlowego. Największy dorobek z tego zakresu prezentują studia empiryczne i przyczynki metodyczne S. Wierzchosławskiego.

*cyjne funkcjonowanie przedsiębiorstw handlowych*, Zeszyty Naukowe WSE w Poznaniu 1966; J. Dietl, Z. Gługiewicz, *Metody analizy rynku*, Zeszyty Naukowe WSE w Poznaniu 1961.

<sup>5</sup> S. Wienachosławski, *Z zagadnień kompleksowej analizy ...* op. cit., s. 21.

<sup>6</sup> Z. Zakrzewski, *O właściwą koncepcję analizy ...* op. cit., s. 463 - 464; Z. Krasieński, *Kompleksowa analiza ekonomiczna ...*, op. cit., s. 69.

<sup>7</sup> J. Dietl, R. Gałecki, *Metody analizy kosztów skupu*, Warszawa 1956; F. Wiśniewski, *Wpływ wielkości i struktury obrotów towarowych na koszty to handlu detalicznym*, Ruch Prawniczy i Ekonomiczny 1958, nr 1; T. Kramer, *Koszty młynów gospodarczych*, Zeszyty Naukowe WSE w Poznaniu 1960, nr 16; *Ekonomia handlu*, (red. Z. Zakrzewski), wyd. 1, Warszawa 1964, wyd. 2, Warszawa 1965; M. Sławińska, *Kwalifikacja kadry kierowniczej na przykładzie spółdzielczości zaopatrzenia i zbytu województwa poznańskiego*, Handel Wewnętrzny 1973, nr 6; S. Wierzchosławski, *Tendencje rozwojowe kosztów handlu wiejskiego w świetle badań ankietowych*, Roczniki Ekonomiczne PTE w Poznaniu 1963; tenże, *Koszty detalicznego handlu miejskiego w Wielkopolsce w warunkach modernizacji form sprzedaży*, Roczniki Ekonomiczne PTE w Poznaniu, 1965; tenże, *Zmiany w strukturze kosztów przedsiębiorstw handlu detalicznego w okresie powojennym*, Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny 1965, nr 4; tenże, *Tendencje rozwojowe kosztów w przedsiębiorstwie handlu detalicznego*, Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny 1965, nr 2; tenże, *Wpływ struktury branżowej przedsiębiorstw handlu detalicznego na koszty ich działalności*, Roczniki Ekonomiczne PTE w Poznaniu, 1967.

W pracach tych określone zostały najważniejsze tendencje rozwoju kosztów w przedsiębiorstwach handlowych, a także wpływ modernizacji form sprzedaży na koszty. W rozważaniach ukazane są również zależności zachodzące między układem branżowym sprzedaży, a ponoszonymi kosztami przedsiębiorstwa handlowego. Należy zaznaczyć, że w pracach należących do tej grupy zagadnień spotykamy się z reguły z podobnym podejściem, jak w rozważaniach dotyczących ogólnej analizy działalności przedsiębiorstwa handlowego. Chodzi tu bowiem głównie o wiązanie poszczególnych elementów działalności przedsiębiorstw czynnikami je wyznaczającymi.

Wreszcie trzecia grupa zagadnień dotyczyła niektórych problemów działalności przedsiębiorstw handlowych. Badania te opierały się w głównej mierze na obserwacjach regionalnych, tym niemniej wnioski dotyczyły usprawnienia handlu w całej Polsce. Badania empiryczne przeprowadzono na podstawie wyników badań ankietowych dotyczących podstawowych problemów funkcjonowania handlu i przedsiębiorstwa handlowego. W obserwacjach tych wzięto również pod uwagę takie zagadnienia, jak: politykę przeceny towarów trudno zdobywalnych w przedsiębiorstwie handlowym, zagadnienia wyboru dostawcy, warunki prowadzenia analiz rynku w przedsiębiorstwie, kształtowanie się manka w handlu, płynność kadr, itp.<sup>8</sup>

Na szczególne podkreślenie zasługuje ogólna problematyka rozwoju i funkcjonowania miejskiego i wiejskiego handlu w mikroregionach uprzemysławianych. Obejmuje ona takie problemy jak: zatrudnienie, płynność kadr oraz wynagrodzenia pracowników, stan techniczny sieci handlu detalicznego, transport oraz kontrolę jakościową towarów.

Należy także zwrócić uwagę na obserwacje dotyczące polityki przeceny towarów trudno zbywalnych w przedsiębiorstwie handlowym. W badaniach tych zarysowana została próba możliwie pełnej koncepcji polityki przecen towarów. Zajęto się również problematyką wyboru dostawcy przez handel hurtowy i detaliczny z punktu widzenia warunków i kryteriów ekonomiczno-organizacyjnych, które wybór ten umożliwiają i o nim decydują. W pracach tych podjęto również kwestie oceny dzia-

<sup>8</sup> J. Dietl, Z. Krasieński, *Niektóre problemy funkcjonowania handlu wewnętrznego*; J. Dietl, *Polityka przeceny towarów trudno zbywalnych w przedsiębiorstwach handlu detalicznego*; A. Szpaderski, *Formy organizacyjne współpracy handlu hurtowego z detalicznym*; tenże, *Wybór dostawcy w handlu*; J. Dietl, *Warunki prowadzenia analizy rynku przez handel detaliczny*; Z. Krasieński, *Analizy ekonomiczne przedsiębiorstw handlowych w świetle ich własnych opracowań*; tenże *Kształtowanie się manka w handlu detalicznym*; K. Magott, *Płynność kadr w państwowym handlu detalicznym w Poznaniu*; J. Dietl, J. Tabaczyńska, *Krótkookresowe wahania obrotu detalicznego na przykładzie powiatu kętrzyńskiego w latach 1959 - 1963*. Powyższe pozycje zawarte są w: *Problemy ekonomiczne i organizacyjne funkcjonowania przedsiębiorstw handlowych*, Prace Katedry Ekonomiki Handlu Wewnętrznego, ZN WSE nr 27, Poznań 1966.

łalności przedsiębiorstwa handlowego oraz prowadzenie przez nie analizy rynku. Ustalono także, w jakim stopniu przedsiębiorstwo handlowe może i powinno uzyskiwać i wykorzystywać informacje rynkowe i wyniki analizy rynku. Badania te próbują również odpowiedzieć na pytanie — jaka jest przydatność analiz gospodarczych sporządzanych przez przedsiębiorstwa handlowe i jakie są możliwości wykorzystania ich w kierowaniu przedsiębiorstwem.

Przejdziemy obecnie do przedstawienia kilku szczególnie ważnych problemów analizy działalności przedsiębiorstw handlowych, które jak dotychczas nie znalazły jeszcze ciągle praktycznego zastosowania. Złożyło się na to wiele istotnych przyczyn: słabe kwalifikacje pracowników, brak rynku zrównoważonego, brak elastyczności w zakresie prowadzonych analiz działalności przedsiębiorstwa itp. Przedstawiając te zagadnienia ukazane zostaną następujące problemy: tendencje prowadzonych analiz, nadrzędność zadań planowych, w stosunku do których rozpatrywane bywają faktycznie wykonane zadania, niedostatki operatywnych analiz działalności przedsiębiorstwa z warunkami społeczno-ekonomicznymi regionu. Ten ostatni problem ukazany zostanie na przykładzie przedsiębiorstwa handlu wiejskiego<sup>9</sup>. Dokonywana dla celów zewnętrznych ocena przedsiębiorstwa handlowego może w wielu przypadkach spotkać się z zarzutem tendencyjności. Jest ona wywoływana bardzo często niechęcią do ujawniania niedociągnięć i nieprawidłowości w pracy przedsiębiorstwa. Wśród kierownictw przedsiębiorstw panuje dość powszechne przekonanie, że ujawnianie błędów w działaniu przynosi więcej szkody niż korzyści w każdym razie członkom kierownictwa, że bezpieczniejsze jest ukrywanie wad pracy przedsiębiorstwa w obawie przed sankcjami. W takiej sytuacji ocena przedsiębiorstwa handlowego jest często bardzo ostrożna i niepełna, ogranicza się do nie dających się uniknąć informacji, a przede wszystkim do usprawiedliwiania niekorzystnych wskaźników czynnikami zewnętrznymi, a więc niezależnymi od przedsiębiorstwa. Tak zarysowana intencja prowadzenia analizy pracy przedsiębiorstwa handlowego sprawia, że mija się ona w zasadzie ze swym podstawowym celem, jakim jest wykrywanie rezerw i eliminacja błędów. Można sobie zatem zadać pytanie, dlaczego przedsiębiorstwa handlowe podejmują w ogóle trud oceny swej działalności, skoro z niej na ogół nie korzystają, nie wyciągają z niej wniosków na przyszłość, a koncentrują się na usprawiedliwianiu niedociągnięć. Dzieje się tak dlatego, że przedsiębiorstwa są zobowiązane przez resort i swe jednostki nadrzędne do przeprowadzania takich ocen<sup>10</sup>. Nie są to więc inicjatywy własne przed-

<sup>9</sup> M. Brojerski, T. Rutkowski, E. Urbanowska, *Analiza działalności gospodarczej gminnej spółdzielni*, Spółdzielczy Instytut Badawczy, LXIV, Warszawa 1979.

<sup>10</sup> Obowiązek ten regulują dwa akty normatywne:

— Zarządzenie nr 130 Ministra Handlu Wewnętrznego z 19 X 1965 w sprawie

siębiorstw, wynikające z potrzeby dobrej znajomości swej działalności, współzależności zjawisk ekonomicznych i tendencji rozwojowych przedsiębiorstwa. Sprawia to, że zespoły pracowników powoływane do przeprowadzania oceny nie wykazują z reguły większej inwencji w proponowaniu kierunków i sposobów analizy właściwych dla danego przedsiębiorstwa, nie próbują zaproponować własnej koncepcji oceny, lecz ograniczają swe prace do ramowych wytycznych i przykładowo podanych najważniejszych mierników zawartych w zarządzeniach wykonawczych. Sprawia to, że opracowywane w przedsiębiorstwach handlowych oceny są ubogie, uproszczone, schematyczne i równe. Jednolitość taka poza zaletą możliwości porównywania między sobą wyników i ocen rozmaitych przedsiębiorstw, posiada istotną wadę polegającą na nieuwzględnianiu odrębności danego przedsiębiorstwa, warunków jego działania, środowiska społecznego i wielu innych czynników różnicujących go wobec innych przedsiębiorstw, a także wobec przeciętnego schematu.

Sprzeczność między powszechnością i jednolitością analizy ekonomicznej w przedsiębiorstwach handlowych a jej zindywidualizowaną, dostosowaną do danego przedsiębiorstwa, pełną koncepcji formą i metodyką, nie da się usunąć bez wyrobienia — w kierownictwie przedsiębiorstw i we wszystkich pracownikach — przekonania o potrzebie systematycznego i obiektywnego przeprowadzania oceny przedsiębiorstwa jako podstawy bieżących i długofalowych decyzji, dotyczących kierunków i sposobów jego rozwoju. Wykształcenie takich cech wymaga jednakże stworzenia określonych warunków. Niezbędne byłoby znaczne rozszerzenie kompetencji i swobody podejmowania decyzji zarówno w zakresie organizacji wewnętrznej przedsiębiorstwa, jak i jego działania na rynku. Wzrost samodzielności w zarządzaniu przedsiębiorstwem pozwoliłby na rozwój różnego rodzaju korzystnych ze społecznego punktu widzenia inicjatyw, pośrednio również w zakresie oceny przedsiębiorstwa. Ograniczenie samodzielności dotyczyłoby jedynie nielicznych, najistotniejszych parametrów (cen, zysków, kredytów), poprzez które przedsiębiorstwo byłoby skutecznie powiązane z całym systemem ekonomicznym. Dalszym warunkiem wytworzenia potrzeby analizowania swej działalności przez przedsiębiorstwo jest stan zaopatrzenia rynku konsumpcyjnego, który szczególnie w warunkach istniejących trudności zmusza aparat handlu do stałej penetracji rynku i możliwości produkcyjnych. Aktualnie podaż całego szeregu dóbr konsumpcyjnych nie w pełni zaspokaja popyt konsumpcyjny. W tym świetle rośnie znaczenie w pełni obiektywnej i wnikliwej analizy działalności przedsiębiorstw handlowych.

Istniejąca sytuacja rynkowa wymaga zwrócenia uwagi na znaczenie

organizacji służb ekonomicznych i metodyki rachunku ekonomicznego;

— Zarządzenie nr 24 Ministra Handlu Wewnętrznego z 5 II 1966 w sprawie analiz ekonomicznych.

operatywnych analiz działalności przedsiębiorstwa handlowego. Braki w zaopatrzeniu rynku wymagają doskonałej znajomości stanu zapasów, sytuacji na innych rynkach lokalnych, stałej obserwacji w zmianach sprzedaży w różnych okresach. W chwili obecnej krótkookresowe analizy operatywne służące do bieżącego zarządzania i kierowania przedsiębiorstwem, opierają się na prostych i łatwych do zgromadzenia materiałach informacyjnych oraz bezpośrednich obserwacjach pracowników. Typowymi przykładami analizy operatywnej są: rejestracja dziennych obrotów dla całego przedsiębiorstwa i dla poszczególnych jednostek sklepowych czy magazynowych, informacje polustracyjne jednostek operatywnych, okresowa rejestracja zapasów i kosztów według głównych grup rodzajowych, śledzenie skarg, wniosków i notatek prasowych, śledzenie realizacji zadań inwestycyjnych i remontowych. Inicjatywa własna przedsiębiorstwa w zakresie analizy operatywnej jest w dużym stopniu hamowana przez narzucaną w nadmiarze przez jednostki nadrzędne oraz organizacje społeczne tematyką ocen bieżących. Często zresztą nie stanowi ona dla przedsiębiorstwa zagadnienia najważniejszego i najpilniejszego, a jest realizowana pod presją sankcji. Przykładowo tematyka ta obejmuje: wyniki inspekcji komórek operatywnych, wyniki inwentaryzacji, przyczyny powstawania niedoborów towarowych, informacje o zaległościach i rozliczaniu inwentur, informacje o windykacji należności z tytułu niedoborów, przyczyny oddalania pozwów przez sądy, wyniki kontroli dyscypliny pracy, stan wykorzystania urlopów, informacje o pracy i rozmieszczeniu absolwentów szkół zawodowych. Opracowanie tak znacznej liczby i tak luźno związanych z główną działalnością przedsiębiorstwa ocen opóźnia i ogranicza systematyczną i bieżącą ocenę bardziej istotnych dla przedsiębiorstwa zjawisk gospodarczych. Przyczynia się to często do podejmowania nieprzeanalizowanych i obciążonych znacznym ryzykiem decyzji, co przynosi nieraz poważne straty zarówno dla przedsiębiorstwa, jak i w całej gospodarce narodowej.

Warto także podkreślić, że obserwuje się nadal w prowadzonych analizach działalności przedsiębiorstw handlowych niski stopień współzależności pomiędzy poszczególnymi odcinkami działalności ekonomicznej przedsiębiorstwa, który jest również wynikiem autonomiczności i nadrzędności zadań planowanych, w stosunku do wielkości faktycznie wykonywanych. W związku z tym, że planowanie obejmuje prawie wszystkie przejawy działalności przedsiębiorstwa, stosunkowo łatwo można przeprowadzić analizę poszczególnych zjawisk w sposób autonomiczny i oderwany od całokształtu zachodzących procesów. Zachodzi tutaj jakoby domniemanie, iż wszystkie współzależności zostały już ujawnione przez planistę, co ogranicza rzekomo potrzebę ponownego poszukiwania związków pomiędzy faktycznymi wielkościami.

W tej sytuacji powstaje jednak pytanie czy poszczególne plany są wielkościami na tyle realnymi, że wystarcza jedynie analiza wykonania

planowanych założeń. Praktyka wykazuje, iż nie jesteśmy w chwili obecnej w stanie przewidzieć i ustalić w sposób precyzyjny zasadniczych, nadrzędnych zadań planowanych, do których przede wszystkim zaliczyć należy plan sprzedaży. Wielkość i struktura sprzedaży nie jest bowiem wyłącznie zależna ani od planifikatora, ani od wysiłków przedsiębiorstwa. Pozostaje pod wpływem wielorakich czynników rynkowych, bezpośrednio uzależnionych od zachowania się konsumenta, jego skłonności do konsumpcji, motywów wyboru i preferowania jednych artykułów ponad inne. O ile zatem nastąpiły poważne zmiany w realizacji celu, jakim jest plan obrotów — a świadectwo tego faktu dostarczają nam coroczne sprawozdania przedsiębiorstw — to równocześnie musiały one spowodować określone zmiany w wykorzystaniu środków (zawartych w innych planach szczegółowych), będących w dyspozycji przedsiębiorstwa. Mogą to być zmiany o różnym charakterze i mogą działać w różnych kierunkach. Jako punkt wyjścia dla tej alternatywy przyjmuje się wskaźniki wykonania planu obrotów, z którymi należy następnie porównywać pozostałe wskaźniki planów szczegółowych. Istnieć tu jednak mogą przeróżne warianty i możliwości rozwiązań. Wskaźnik wykonania planu obrotów stanowiłby zawsze wartość korygującą, oczywiście przy założeniu, że plan został właściwie opracowany. Jedynie w tym przypadku dokonana ocena mogłaby okazać się bardzo pożyteczna. O ile jednak warunek poprawności i realności planowania nie został czy nie może być spełniony, wówczas wszystkie konstrukcje, poszukujące współzależności planów odcinkowych stają się bezprzedmiotowe. Wszystko to razem sprawia, że wielkość planu nie może stanowić wyłącznego kryterium oceny działalności przedsiębiorstw i nie może być jedynym punktem wyjścia dla prawidłowej analizy ekonomicznej/Najbardziej słuszne i właściwe wydaje się oparcie jej na badaniach proporcji i związków zależności, na badaniach efektywności pracy handlu na tle funkcji, jakie powinien on spełniać w zaspokojeniu potrzeb konsumpcyjnych, na badaniach wyników pracy handlu przez dłuższy okres na podstawie szeregów rozwojowych, ujętych dynamicznie i porównawczo na tle innych przedsiębiorstw, innymi słowy poprzez analizę międzysklepową i międzyzakładową zachodzącą w czasie zjawisk. Prawidłowa wnikliwa analiza działalności przedsiębiorstwa handlowego, w tym szczególnie przedsiębiorstwa handlu wiejskiego, wymaga zrozumienia wzajemnych zależności zachodzących między warunkami społeczno-ekonomicznymi rejonu a działalnością przedsiębiorstwa handlu wiejskiego. Dlatego też prowadzenie analizy działalności przedsiębiorstwa handlu wiejskiego na tle warunków społeczno-ekonomicznych rejonu stwarza potrzebę gruntownej znajomości jego ekonomiki oraz współzależności zachodzących między poszczególnymi jej elementami a bieżącą działalnością.

Zespół problemów, jakie powinny być przedmiotem analizy społeczno-ekonomicznej rejonu jest bardzo szeroki. W rzeczywistości trudno



w sposób jednoznaczny przesądzać o zakresie tych zagadnień. Zależy on bowiem od charakteru danego rejonu. Charakterystyka ekonomiki rejonu może obejmować takie elementy, jak ukształtowanie terenu, mikroklimat, powierzchnia użytków rolnych, gęstość zaludnienia, stosunki ludnościowe, kultura zdrowia, szczegółowe dane o rolnictwie, komunikacji, handlu, oświacie itp. Do elementów ekonomiki rejonu, które w istotny sposób wpływają na działalność przedsiębiorstwa handlu wiejskiego, należą ponadto zjawiska związane z ruchem turystycznym i stopniem uprzemysłowienia obszaru obsługiwanego przez przedsiębiorstwo. Determinują one zadania przedsiębiorstw przede wszystkim w zakresie zaopatrzenia konsumpcyjnego. Analiza wpływu tych elementów ekonomiki na działalność przedsiębiorstwa stanowi zupełnie samodzielną, obszerną problematykę, wymaga odmiennych metod i technik.

Z punktu widzenia potrzeb analizy działalności przedsiębiorstw handlu wiejskiego charakterystykę ekonomiki rejonu ograniczymy do przedstawienia następujących cech:

- struktury rolnictwa w rejonie działania,
- stosunków ludnościowych na danym terenie,
- kształtowania się siły nabywczej ludności wiejskiej,
- wielkości samozaopatrzenia.

Wybrany zespół cech z pewnością nie jest wyczerpujący, wydaje się jednak, że najbardziej odpowiada potrzebom analizy przedsiębiorstwa handlu wiejskiego. Poznanie, tych cech jest konieczne do wyznaczania prawidłowych kierunków działalności przedsiębiorstwa handlu wiejskiego. Analizując wybrane elementy ekonomiki rejonu warto pamiętać, że poszczególne jej cechy — będąc częściami jednej całości — są wzajemnie od siebie zależne. Rozwój ich nie zawsze jest harmonijny i zgodny — jedne mają charakter rozwojowy, inne zaś zanikający. Jednocześnie nie bez znaczenia pozostają czynniki pośrednie, czynniki spoza zasięgu ekonomiki rejonu, hamujące lub przyspieszające ich rozwój. Wiele elementów ekonomiki rejonu kształtuje się w wyraźnej zależności od rozmiarów dochodów pieniężnych ludności wiejskiej. Wysokość tych dochodów uzależniona jest z kolei od czynników natury społecznej, gospodarczej i politycznej. Ponieważ są to czynniki ułatwiające lub utrudniające działalność handlową przedsiębiorstw handlu wiejskiego należy je jak najlepiej poznać.

Struktura rolnictwa jest jednym z czynników określających organizację i formy działania handlu wiejskiego. Wpływa także niezwykle aktywnie na kształtowanie związków produkcji rolnej z aparatem handlu, reprezentowanym przez przedsiębiorstwo handlu wiejskiego. Charakteryzując strukturę rolnictwa w danym rejonie, można próbować odpowiedzieć na pytanie — w jakim stopniu istniejące warunki rolnictwa rzutują na kierunki i efekty działania przedsiębiorstwa handlu wiejskiego? Niezbędnymi dla przedsiębiorstw handlu wiejskiego danymi chara-

kteryzującymi strukturę rolnictwa w rejonie jego działania są następujące wielkości: liczba gospodarstw rolnych, przeciętna wielkość jednego gospodarstwa, powierzchnia użytków rolnych w gospodarstwach indywidualnych, struktura użytkowania ziemi według form własności, struktura zasiewów, plony i zbiory głównych ziemiopłodów, stan pogłowia ogółem oraz w przeliczeniu na 100 ha użytków rolnych, skup płodów rolnych ogółem oraz w przeliczeniu na 100 ha użytków rolnych. Wszystkie te informacje są zawarte w planach społeczno-gospodarczych rozwoju danego obszaru.

Przedsiębiorstwo handlu wiejskiego dysponując pełną, corocznie korygowaną informacją w zakresie podanych elementów struktury rolnictwa na terenie jej działania oraz wielkości sprzedaży poszczególnych artykułów do produkcji rolnej ustala zużycie: nawozów sztucznych na 1 ha gruntów ornych, pasz — na określoną liczbę sztuk bydła i trzody chlewnej, artykułów budowlanych na 1 gospodarstwo itp. Ustalenia te pozwalają zorientować się w stopniu zaspokojenia popytu ludności rolniczej oraz w prawidłowości rejonizacji sprzedaży artykułów przemysłowych.

Warto także zwrócić uwagę na szczególną potrzebę znajomości struktury wielkościowej gospodarstw indywidualnych na obszarze działania przedsiębiorstwa handlu wiejskiego. Tak na przykład dla prowadzenia bezpośredniego odbioru środków do produkcji rolnej ważny jest przede wszystkim duży udział gospodarstw o obszarze co najmniej 5 ha w ogólnej liczbie gospodarstw. Gospodarstwa o areale poniżej 5 ha charakteryzują się zatem niską towarowością i są z reguły odbiorcami małych ilości środków produkcji (oczywiście z wyjątkiem gospodarstw wyspecjalizowanych). Gospodarstwa te reprezentują dla przedsiębiorstwa handlu wiejskiego zupełnie inny typ nabywcy. Dla tego rodzaju kontrahentów należy więc inaczej organizować zaopatrzenie w artykuły do produkcji rolnej. W gospodarstwach większych natomiast istnieją w tym przypadku dogodniejsze warunki do organizacji bezpośrednich dostaw. Możliwości te sprowadzają się nie tylko do rozwijania form bezpośredniego zaopatrzenia na drodze przemysł—gospodarstwo rolne na bazie ośrodków transportu dostawy, lecz również do wiązania większych gospodarstw z hurtowym handlem wiejskim. Podobnie w zakresie sprzedaży produktów rolnych znacznie większą rolę odgrywają gospodarstwa większe. Przyjmuje się, że towarowy charakter produkcji mają gospodarstwa o obszarze co najmniej 2 ha. W tej sytuacji nie bez znaczenia dla przedsiębiorstwa handlu wiejskiego pozostaje informacja o liczbie gospodarstw większych od 2 ha zlokalizowanych na obszarze jego działania. Mechaniczne dostosowywanie działalności handlu wiejskiego do odpowiedniego kształtowania się elementów struktury rolnictwa w danym rejonie nie w każdym jednak przypadku dałoby korzystne efekty ekonomiczne. Uzależnione jest to często od rozwoju gospodarczego i wa-

runków środowiska geograficznego danego rejonu, które decydują o stosunkach agrarnych, kulturze gospodarczej, a także o ogólnej kulturze ludności, co ma bezpośredni wpływ na kształtowanie struktury wielkościowej gospodarstw, wielkość produkcji rolnej, skupu społecznego oraz siły nabywczej.

Nie bez znaczenia dla działalności przedsiębiorstwa handlu wiejskiego pozostaje również fakt, że wielkość produkcji niektórych artykułów przemysłowych potrzebnych w gospodarstwie rolnym nie jest jeszcze dostateczna, aby w pełni pokrywać zapotrzebowanie. Podobnie ograniczone są możliwości transportowe przedsiębiorstw handlu wiejskiego. W niedostatecznym ciągle stopniu rozwijana jest baza materialno-techniczna w handlu wiejskim. Dlatego też racjonalizacja sprzedaży środków produkcji, jak i racjonalna gospodarka transportowa i inwestycyjna ma ogromne znaczenie w działalności przedsiębiorstwa handlu wiejskiego.

Następnym czynnikiem mającym istotne znaczenie dla zakresu i tematyki analizy przedsiębiorstwa handlowego są stosunki ludnościowe na obszarze jego funkcjonowania. Badanie ich wymaga zgromadzenia danych dotyczących liczby ludności: ogółem, rolniczej i pozarolniczej, według płci i miejsca zamieszkania (wieś—miasto); liczby gospodarstw domowych, gospodarstw rolnych oraz struktury zatrudnienia w gospodarce społecznej. Większość tych informacji jest zawarta w planie społeczno-gospodarczego rozwoju poszczególnych gmin. Wiele danych można również uzyskać ze spisów powszechnych ludności. Na podstawie danych charakteryzujących stosunki ludnościowe oblicza się liczbę jednostek konsumpcyjnych. Liczba mieszkańców równa się liczbie jednostek konsumpcyjnych. Z uwagi na to, że każda jednostka ma swe charakterystyczne cechy wpływające na kształtowanie średniej spożycia artykułów spożywczych i przemysłowych, ludność wiejską zamieszkującą rejon działania przedsiębiorstwa handlu wiejskiego dzielić należy według grup wieku, płci, liczebności rodzin, gospodarstw rolnych itp.

Przyrost naturalny i ruchy migracyjne wpływają na liczebność jednostek konsumpcyjnych. Znajomość tych zjawisk wydaje się więc konieczna przy określaniu prawidłowych kierunków działalności przedsiębiorstwa handlu wiejskiego. Warto jednak zaznaczyć, że często może się zdarzać wzajemne znoszenie się wpływu tych dwóch zjawisk. Tak na przykład, pomimo dużego przyrostu naturalnego, liczba ludności w rejonie działania przedsiębiorstwa handlu wiejskiego może zmieniać się nieznacznie. Zjawisko to występuje wówczas, gdy corocznie lub w ciągu dłuższego okresu pewna liczba ludności wiejskiej przenosi się do miasta. W świetle tych świadczeń sprawą niezmiernie ważną dla działalności przedsiębiorstwa handlu wiejskiego jest prawidłowe określenie zmian liczby ludności wiejskiej. Przyjmuje się, że w ciągu jednego roku liczba ludności rejonu może zmieniać się w granicy 2 - 5% zarówno w wyniku

przyrostu naturalnego, jak i migracji. Warto jednak zaznaczyć, że przyrost naturalny nie może w zasadzie z roku na rok zmieniać wielkości siły nabywczej. Istotne zmiany spowodować może ruch migracyjny, szczególnie osadnictwo rolnicze i rozbudowa przemysłu. Poza ruchami migracyjnymi oraz ruchem naturalnym ludności, dla działalności przedsiębiorstwa handlu wiejskiego duże znaczenie ma ruch turystyczny. Wielkość tego ruchu jest bardzo trudna do uchwycenia, w szczególności w jego części nie zorganizowanej. Zależy to również od atrakcyjności turystycznej danej miejscowości. Pośrednio o wielkości ruchu turystycznego można zorientować się z liczby miejsc noclegowych znajdujących się w danym rejonie.

Konieczność zapewnienia prawidłowych proporcji między dochodami pieniężnymi ludności a wartością towarów i usług stanowi ważną przyczynę gromadzenia przez przedsiębiorstwa handlu wiejskiego niezbędnych w tym zakresie informacji. W rzeczywistości dla działalności przedsiębiorstwa handlu wiejskiego podstawowe znaczenie ma nie tyle orientacja o globalnych dochodach ludności wiejskiej, ile znajomość tej części dochodów, która przeznaczona może być na zakup towarów i usług. Przedsiębiorstwo handlowe powinien więc interesować przede wszystkim fundusz nabywczy ludności wiejskiej, czyli głównie tak zwane dochody netto, pozostające do dyspozycji po uregulowaniu świadczeń obowiązkowych i dobrowolnych.

Ustalenie prawidłowej wielkości siły nabywczej ludności wiejskiej w rejonie działania przedsiębiorstwa handlu wiejskiego nie jest sprawą prostą. Jak dotychczas wszystkie metody szacunkowe, jakie można napotkać w literaturze, mają charakter hipotetyczny i są obciążone większym lub mniejszym błędem. Główna trudność przy ustalaniu faktycznej siły nabywczej ludności wiejskiej polega na uzyskaniu adekwatnych materiałów liczbowych, szczególnie dla tak małych obszarów, jakim jest rejon działania przedsiębiorstwa handlu wiejskiego. Dlatego też niektórych wielkości nie można wyodrębnić spośród ogólnie dostępnych danych statystycznych.

Ludność wiejską można podzielić na ludność rolniczą, ludność zatrudnioną częściowo w rolnictwie oraz ludność pozarolniczą. Stosunkowo najmniej kłopotu sprawia przedsiębiorstwu uzyskanie informacji o dochodach pieniężnych dwóch pierwszych grup ludności z tytułu sprzedaży nadwyżek produktów rolnych uświadczonym przedsiębiorstwom skupu. Pozycja ta, ujęta pod nazwą „skup” stanowi jednak tylko część pieniężnych dochodów ludności wiejskiej ze źródeł rolniczych. Rolnicy otrzymują ponadto poważne środki pieniężne za sprzedane nadwyżki produktów na wolnym rynku (handel targowiskowy, bezpośrednia sprzedaż konsumentom, wymiana sąsiedzka itp.). Sumy te nie są jednak wysokie.

Siłę nabywczą ludności wiejskiej ( $R$ ) w rejonie działania przedsiębiorstwa handlu wiejskiego oblicza się według wzoru:

$$R = S + D_N + D_p,$$

gdzie:  $S$  — wartość skupu,  $D_N$  — dochody osób pracujących zawodowo równocześnie w rolnictwie i w gospodarce uspołecznionej,  $D_p$  — dochody osób zatrudnionych poza rolnictwem.

Dochody ludności wiejskiej nie są oczywiście równoznaczne z funduszem konsumpcyjnym, gdyż wydatkowane są częściowo na zakup artykułów spożycia, częściowo na zakup artykułów przemysłowych konsumpcyjnych, częściowo zaś przez ludność rolniczą na zakup środków produkcji. Z kolei fundusz nabywczy ludności wiejskiej determinowany jest (oprócz rozważanej wysokości dochodów) stanami oszczędności oraz skłonnością do wykorzystania nagromadzonych zasobów pieniężnych, skłonnością do oszczędzania, zaciągania kredytów itp. Istnieją obiektywne trudności poznania sposobu oddziaływania elementów kształtujących fundusz nabywczy na jego rozmiary w ujęciu tak małej jednostki, jaką jest teren działania przedsiębiorstwa handlu wiejskiego.

Dla pełnego przedstawienia dochodów ludności wiejskiej, w związku z tym właściwego przewidywania przez przedsiębiorstwo handlowe przyszłych zakupów bądź też prowadzenia prawidłowej analizy sprzedaży w handlu wiejskim, niezbędne staje się uwzględnienie oprócz dochodów pieniężnych również i dochodów niepieniężnych w części dotyczącej spożycia naturalnego. Nie chodzi w tym wypadku o przeprowadzanie przez każdą spółdzielnię wiejską własnego szacunku spożycia naturalnego ludności rolniczej zamieszkującej w rejonie działania przedsiębiorstwa handlu wiejskiego. Zagadnieniem niezmiernie istotnym dla działalności przedsiębiorstwa jest znajomość zależności zachodzących między wielkością spożycia naturalnego a stanem zaopatrzenia sieci detalicznej w artykuły żywnościowe. Oczywiście rozmiary spożycia naturalnego pozostają pod wpływem wielu innych czynników: relacji cen wolnorynkowych skupu do cen detalicznych, wzajemnych relacji cen produktów (np. pasz treściwych i zbóż do cen żywca i mięsa). Problem powyższy jest o tyle ważny, że tylko systematyczne i pełne zaopatrzenie wsi w artykuły żywnościowe może być najskuteczniejszym narzędziem niwelowania różnic między wzorcami odżywiania się ludności miejskiej i wiejskiej, a tym samym czynnikiem stymulującym proces denaturalizacji spożycia na wsi. Trzeba jednak podkreślić, że na wsi czynnik podaży działa inaczej niż w handlu miejskim i jest silnie zróżnicowany w stosunku do poszczególnych produktów spożywczych, zależnie od tego, jakie miejsce zajmują one w gospodarce rolnej i w konsumpcji naturalnej. Nawyki konsumpcyjne w zakresie żywienia na wsi utrudniają wprowadzanie nowych artykułów żywnościowych. Tradycje, polegają-

ce na odrębnym w określonym regionie sposobie odżywiania się, bywają znacznie silniejsze od wpływu dochodów ludności na poziom i strukturę spożycia. Źródłem tego jest przede wszystkim dość powszechne ścisłe połączenie gospodarstwa domowego z gospodarstwem rolnym.

## SELECTED PROBLEMS OF ANALYSIS OF TRADE ENTERPRISE ACTIVITIES

### Summary

Contribution of Poznań scientific centre to the sphere of analysis of trade enterprise activities has been presented in the article in a problem approach. Since the problem of analysis of trade enterprise activities is very ample and complicated one and it cannot be presented comprehensively, considerations are restricted to few basic questions of special interests in the Poznań scientific centre. There have been then presented problems of comprehensive and proper approach to general concepts of analysis of trade enterprise activities, problems connected with selected analysis elements, such as f. ex. cost analysis, employment analysis, as well as questions of improvements in particular spheres of trade enterprise activities. Much attention is devoted to analysis of country's trade enterprise activities, and especially to relationships between socio-economic region conditions and current activities of trade enterprise.