Maria Sławińska

KSZTAŁTOWANIE POWIĄZAŃ TRANSAKCYJNYCH MIĘDZY PRZEMYSŁEM A HANDLEM W WARUNKACH REFORMY GOSPODARCZEJ

Powiązania transakcyjne między przemysłem a handlem rozwijają się w ramach obowiązującego systemu kierowania gospodarką. Oznacza to, że wraz ze zmianą zasad danego systemu następują określone przeobrażenia w sferze stosunków wymiennych. Wdrażana od 1982 r. reforma gospodarcza spowodowała zmianę systemu kierowania, ponieważ uznano przedsiębiorstwa za podstawowe podmioty gospodarcze oraz przyjęto, że zarządzanie ich działalnością będzie odbywało się za pomocą instrumentów ekonomicznych. Z założeń reformy i podstawowych aktów prawnych określających zasady działania przedsiębiorstw można wyprowadzić cechy układu powiązań transakcyjnych zachodzących między uczestnikami rynku. Do tych cech można zaliczyć: swobodę wyboru partnera transakcji, samodzielność w zakresie kształtowania przedmiotu obrotu, samodzielność w wyborze dróg i form zbytu, kierowanie się kryteriami ekonomicznymi przy zawieraniu umów sprzedaży. Układ powiązań zachodzących między przedsiębiorstwami przemysłowymi i handlowymi miał być jakościowo odmienny od poprzedniego, wynikającego z systemu nakazowo-rozdzielczego.

Podjęto badania empiryczne w wybranych przedsiębiorstwach przemysłowych i handlowych w celu określenia stanu powiązań umownych między przemysłem a handlem w warunkach wdrażanej reformy gospodarczej[1]. Chodziło w nich szczególnie o uzyskanie odpowiedzi na pytania: czy zmieniły się formy

[1] Badania w formie wywiadu przy pomocy kwestionariusza przeprowadzono we wrześniu 1984 roku w celowo dobranych przedsiębiorstwach przemysłowych i handlowych. Wśród siedmiu przedsiębiorstw przemysłowych objętych analizą uwzględniono jednostki o różnym profilu branżowym (przemysł odzieżowy, obuwniczy, maszynowy, elektroniczny, kosmetyczny); przedsiębiorstwa mające wyłączność produkcji i takie, których udział w ogólnej produkcji danej branży jest bardzo mały; jednostki zorientowane na eksport i produkujące wyłącznie na rynek krajowy. Natomiast wśród sześciu przedsiębiorstw

organizacyjne nawiązywanie kontaktów między przemysłem a handlem, jak kształtują się poszczególne etapy powiązań transakcyjnych, co zmieniło się w zakresie oddziaływania centralnych organów gospodarczych na stosunki wymienne. Przedmiotem artykułu jest przedstawienie uzyskanych wyników badań.

Formy organizacyjne nawiązywania kontaktów między przemysłem a handlem

Formy organizacyjne nawiązywania kontaktów handlowych przez przedsiębiorstwa przemysłowe są zróżnicowane w zależności od tego czy produkcja jest objęta programem operacyjnym, zamówieniem rządowym lub centralnym sterowaniem, czy też przedsiębiorstwo przemysłowe ma swobodę nawiązywania kontaktów z odbiorcami, W pierwszej sytuacji, przedsiębiorstwo jest pozbawione możliwości samodzielnego kształtowania dróg zbytu swoich wyrobów. Całą wytworzoną produkcję jest obowiązane sprzedać zgodnie z otrzymanym rozdzielnikiem. Jego funkcje zbytu ograniczają się do podpisania umów zgodnie ze zgłoszoną i przyjętą ofertą i następnie ich wykonania. Taki układ powiązań z odbiorcami nie wymusza na producencie wprowadzania innowacji oraz dostosowywania oferty do popytu. W przypadku wystąpienia trudności zbytu towarów wytwarzanych w ramach programów operacyjnych lub zamówień rządowych, przedsiębiorstwa przemysłowe nie podejmują działań aktywizujących sprzedaż lub zmieniających strukturę asortymentową produkcji, lecz szukają rozwiązań na szczeblu jednostek, które w imieniu rządu umowy podpisały.

Samodzielność przedsiębiorstw przemysłowych w zakresie kształtowania form organizacyjnych powiązań z odbiorcami może wystąpić w warunkach, gdy:

1) oferta ze strony producenta zaspokaja zgłaszany popyt;

2) oferta jest mniejsza od popytu.

Pierwszy przypadek występuje relatywnie rzadko w naszej gospodarce i wymaga od producenta aktywnego podejścia do działalności zbytu. Natomiast drugi przypadek jest dość powszechny. Z badań wynika, że producenci zdają sobie sprawę ze swej przewagi nad odbiorcami, ale jednocześnie dostrzegają możliwość odwrócenia sytuacji w przyszłości. Stosują więc wyważoną politykę zbytu. Jej zasady można ująć w następujących punktach:

1) dokonywanie sprzedaży głównie kontrahentom stałym. Przy niedostatecznej podaży danych wyrobów rozszerzenie zbytu na innych odbiorców musiałoby wpłynąć niekorzystnie na poziom zaopatrzenia dotychczasowych odbiorców;

2) nie różnicuje się jednostek handlowych według kryterium odległości (w przypadku. gdy producent jest głównym dostawcą danych wyrobów), ponieważ z reguły nie chce się utracić rynków zbytu nawet położonych niekorzystnie, gdyż zakładając w przyszłości zmianę sytuacji rynkowej, przedsiębiorstwo mogłoby mieć trudności ze sprzedażą;

---

handlowych znalazły się jednostki hurtowo-detaliczne i detaliczne, wyspecjalizowane i o szerokim asortymencie, przedsiębiorstwa państwowe i spółdzielcze.

3) potwierdzanie przez dział zbytu wszystkich zamówień stałych odbiorców, z tym, że w zróżnicowanym poziomie. Stopień realizacji zamówień zależy od rodzaju przedsiębiorstwa, terenu jego działania (pewne preferencje na rynek lokalny), od znajomości pracowników załatwiających transakcje oraz od innych czynników.

W sytuacji niedostatecznej podaży towarów umożliwienie producentom swobodnego podpisywania umów jest o tyle korzystne, że nie zostaje zerwany ich kontakt z odbiorcami. Natomiast dokonywanie sprzedaży według rozdzielnika prowadzi często do tworzenia nadmiernych zapasów danego artykułu w jednych rejonach kraju i ustawicznego niedoboru w innych. Producent nie wykazuje wówczas żadnego zainteresowania dla analizy rynku. Jego zadanie w dziedzinie zbytu ogranicza się do wykonywania zobowiązań wobec odbiorców, wynikających z otrzymanego rozdzielnika. Ubieganie się przedsiębiorstw handlowych o dodatkowe dostawy poza rozdzielnikiem, sprzyja wytwarzaniu się nieformalnych powiązań z dostawcami opartych nie na kryteriach ekonomicznych.

Bez względu na charakter badanego przedsiębiorstwa przemysłowego, jego pozycję na rynku (jedyny dostawca, czy też mające niewielki udział w całkowitej podaży danego dobra), stosowane formy powiązań (swobodny wybór czy rozdzielnictwo) wszystkie analizowane jednostki opowiedziały się za swobodnie zawieranymi umowami z odbiorcami. Jako zalety tego rozwiązania podano: możliwość doprowadzenia do obustronnie korzystnych porozumień; możliwość prawidłowej oceny rzeczywistego nasycenia rynku w ujęciu przestrzennym, minimalizowanie kosztów sprzedaży, głównie transportu. Natomiast postawy przedsiębiorstw handlowych w tej sprawie okazały się zróżnicowane. W zależności od branży, rodzaju przedsiębiorstwa, jego pozycji na rynku oceniono różnie istniejące sposoby dystrybucji masy towarowej.

Obok opinii uznających za absolutnie niemożliwe zrezygnowanie w danej sytuacji rynkowej z rozdzielnictwa w zakresie podstawowych grup towarów decydujących o zaopatrzeniu rynku (2 spółdzielnie spożywców, Oddział DT Centrum, WPHW, działające na terenie jednego z mniejszych województw) wyrażono też opinię, że jest to możliwe i konieczne z punktu widzenia równoważenia rynku (Spółdzielczy Dom Handlowy). Pomimo że towary zakupione na podstawie rozdzielnika nie zabezpieczają aspiracji przedsiębiorstw handlowych, to jednak stabilizują częściowo ich sytuację zaopatrzeniową, zmniejszają ryzyko nie otrzymania w ogóle danych towarów. Przedsiębiorstwa handlowe, które rozszerzają asortyment towarów także stwierdziły, że zniesienie rozdzielnictwa nie poprawiłoby ich sytuacji na rynku zakupu, ponieważ przy niedostatecznej podaży, producenci bazują na utrwalonych już powiązaniach z odbiorcami. Potwierdza się ta opinia w świetle stosowanej przez badane przedsiębiorstwa przemysłowe polityki sprzedaży. Wszelkie rozdzielnictwo towarów jest sprzeczne z ideą zmian systemowych zakładanych w reformie gospodarczej. Jego występowanie hamuje postęp, zmiany w stosunkach umowych. Sytuacje rynkowe, charakteryzujące się przewagą podaży nad popytem, jeżeli nawet mają miejsce w przekroju pojedynczych

artykułów, nie wpływają w istotnym stopniu na zmianę postaw kontrahentów, gdyż cechuje je najczęściej krótkookresowy charakter.

Analizowane przedsiębiorstwa przemysłowe podejmują produkcję pod zamówienia i zawarte umowy z odbiorcami, natomiast w niewielkim zakresie na własne ryzyko (np. nowości). Nie oznacza to jednak w praktyce, że zamówienia są wyrazem przejawiającego się popytu na określone dobra, ponieważ stanowią one pochodną złożonych przez producenta ofert. Przedsiębiorstwa przemysłowe nie opracowują planów zbytu jako podstawy kształtowania planów produkcji. Informacje rynkowe nie przedstawiają dla nich większego znaczenia. Plany asortymentowe produkcji są wyznaczane przez dostępność czynników wytwórczych, szczególnie w zakresie zaopatrzenia materiałowo-technicznego. Żadne z badanych przedsiębiorstw nie odczuwa trudności zbytu wytwarzanych dóbr. Jeżeli nawet one pojawiają się to incydentalnie i w krótkim czasie. Nie wpływa to w każdym razie na zmianę postaw wobec odbiorców. Bez względu na charakter badanych przedsiębiorstw, rodzaj produkcji nie muszą one w prowadzonej działalności zbytu stosować elementów aktywnej sprzedaży, tj. reklamy, badania chłonności rynku, wprowadzania i lansowania nowości, udzielania odbiorcom bonifikat itd.

Formy organizacyjne nawiązywania kontaktów między przedsiębiorstwami przemysłowymi i handlowymi nie zmieniły się w okresie obowiązywania zasad reformy. Podstawowymi instytucjami służącymi do zawierania umów sprzedaży pozostały targi krajowe i giełdy. Z uwagi jednak na dobrowolność uczestnictwa w nich nie wszystkie przedsiębiorstwa przemysłowe korzystają z tej formy nawiązywania kontaktów z odbiorcami. Wystąpił natomiast znaczny wzrost aktywności przedsiębiorstw handlowych w zakresie poszukiwania źródeł masy towarowej. Jest to spowodowane w dużej mierze zasadą samofinansowania działalności, możliwością zmiany przedmiotu obrotu (tzw. zasada otwartego rynku) oraz pogorszeniem pozycji przedsiębiorstw handlowych na rynkach zakupu.

Etapy powiązań transakcyjnych

Powiązania transakcyjne między przedsiębiorstwami przemysłowymi i handlowymi kształtują się w kilku etapach. Wynikają one z rozłożenia w czasie strumienia informacji związanych z dokonywaniem sprzedaży i zakupu określonych dóbr, strumienia towarów, bądących wynikiem zawartej umowy oraz strumienia pieniądza.

Pierwszym z tych etapów jest przekazywanie informacji w formie ofert sprzedaży lub zamówień.

Z przeprowadzonych badań wynika, że inicjatywę w zakresie nawiązywania stosunków wymiennych wykazują głównie przedsiębiorstwa handlowe. Uruchamiają one różne powiązania informacyjne w celu określenia możliwości zakupu. Przedsiębiorstwa handlowe opierają swoje zamówienia na towary na następujących podstawach: stanie zapasów, informacji o wielkości i strukturze popytu, dotychczasowej wielkości sprzedaży i planowanym jej wzroście. W przypadku towarów, których podaż przewyższa popyt bierze się również pod uwagę cenę jednostkową towaru, jego jakość, odległość od pro-

ducenta, terminowość dostaw i inne czynniki. Przy występowaniu swobodnych powiązań z dostawcami towarów, pozycja przedsiębiorstwa handlowego jako kupującego jest uzależniona od tego, czy ma ono długotrwałe kontakty z danym producentem i jak układa się dotychczasowa współpraca. Im ta pozycja jest korzystniejsza z punktu widzenia powyższych kryteriów, tym mniejsze ponosi ono nakłady związane z uzyskaniem informacji o podaży i ostatecznie z zawarciem umowy. Zamówienia do dostawców są kierowane z odpowiednim wyprzedzeniem w czasie w stosunku do terminów giełd towarowych. Stanowią one podstawę do rozmów i pertraktacji w czasie ich trwania.

Producenci nie biorący udziału w giełdzie ustosunkowują się do zamówień drogą korespondencyjną. W warunkach rynku niezrównoważonego, zamówienia przedsiębiorstw handlowych zawierają najczęściej jedynie ustalenia co do wielkości dostawy w poszczególnych grupach asortymentowych.

Struktura informacyjna powiązań transakcyjnych między przemysłem a handlem jest często modyfikowana wskutek włączenia się centralnych organów gospodarczych w proces kształtowania i podziału produkcji. Wówczas to zadania handlu związane z przygotowaniem i przesłaniem informacji o podaży i popycie rozłożone są między dostawców, odbiorców i centrum.

W dotychczasowej praktyce gospodarczej bardzo rzadko punktem wyjścia procesu transakcyjnego są złożone oferty sprzedaży. Zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw handlowych nie otrzymała w analizowanym okresie żadnych ofert od przedsiębiorstw państwowych. Natomiast sporadycznie oferty sprzedaży składają spółdzielnie pracy, rzemieślnicy oraz firmy polonijne. Wymienione jednostki organizują także lokalne giełdy towarowe, do udziału w których zapraszają przedsiębiorstwa handlowe.

Zarówno przedsiębiorstwa handlowe, jak i przemysłowe mają ograniczone możliwości wyboru partnerów transakcji. Jeżeli jednak warunki rynkowe i struktura organizacyjna gospodarki stwarzają szansę wyboru dostawcy, to przedsiębiorstwa handlowe kierują się kryteriami ekonomicznymi, takimi jak: cena zakupu towaru, dostosowanie oferty do popytu ostatecznych nabywców. Ponadto istotną rolę przy wyborze producenta - dostawcy odgrywają tradycje współpracy. Większość badanych przedsiębiorstw handlowych uważa, że nie ma szans swobodnego dobierania odpowiednich dostawców towarów, jedynie taka możliwość występuje w odniesieniu do rzemieślników, drobnych wytwórców, którzy starają się przedkładać urozmaicone oferty.

Przede wszystkim realne warunki rynkowe rzutują na możliwości wyboru partnerów powiązań transakcyjnych. Przeważająca część kontaktów handlowych nie podlega w ogóle wyborowi ze strony uczestników rynku, ponieważ jest ustalana poza nimi. Jedynie nadwyżki produkcyjne nie zgłoszone przez producentów w ofercie składanej w odpowiednich organach kierujących przepływem masy towarowej są przedmiotem określonej gry ekonomicznej między kontrahentami. Wówczas to zamówienie ze strony jednostki handlowej ma charakter krótkoterminowy, a oferta ze strony producenta dotyczy już wyprodukowanych dóbr.

Ogólnie można stwierdzić, że im mniejsze są możliwości wyboru i zmiany partnera transakcji, tym silniejsza będzie jego pozycja. Jeżeli więc przedsiębiorstwo handlowe nie może znaleźć innego dostawcy lub żadnego

substytutu dla dotychczas sprzedawanego artykułu, to jego pozycja wobec dostawcy jest słabsza.

Kolejnym etapem powiązań transakcyjnych jest negocjowanie poszczególnych elementów umów oraz ich zawieranie.

Istotą procesów negocjacyjnych w sferze obrotu towarowego jest dążenie do uzgadniania treści umowy sprzedaży co do rodzaju dobra, jego ilości, jakości, czasu, miejsca i sposobu dostawy, warunków płatności. Rezultaty wspólnych ustaleń, tak się powinny ukształtować, by obaj partnerzy transakcji, sprzedający i kupujący odnieśli określone korzyści. Wynik, rezultat negocjacji oddaje pozycję partnera na rynku. Ta pozycja uwarunkowana jest z jednej strony obiektywnym stanem rzeczy, np. udziałem w całkowitych obrotach czy dostawach, a z drugiej strony zależy od zasobu posiadanych informacji, jak też umiejętności prowadzenia negocjacji.

Wszystkie badane przedsiębiorstwa przemysłowe, poza jednym mającym wyłączność produkcji, uznały, że występuje sfera negocjacyjna w powiązaniach umownych. Natomiast różny jest jej zakres i nie zawsze ma ona miejsce bezpośrednio w kontaktach między przedsiębiorstwami. Do negocjowania warunków umów bywają włączane zrzeszenia. Dotyczy to szczególnie kształtowania cen, oznaczania cen na opakowaniach jednostkowych, zasad odbioru jakościowego i naliczania kar umownych.

Badane przedsiębiorstwa handlowe stwierdziły, że negocjowaniu podlegają następujące elementy umów: rodzaj towaru, ilość, termin dostawy, jakość towaru, cena, marża, warunki płatności, zasady reklamacji towarów. Z tym, że ich faktyczny wpływ na ustalanie tych elementów jest uzależniony od stopnia zrównoważenia rynku, od obowiązujących zasad podziału masy towarowej i od uregulowań prawnych (np. ustalających zamrożenie cen umownych). Jednocześnie przedsiębiorstwa handlowe ustosunkowując się do problemu, czy w związku z wdrażanymi zasadami reformy zwiększyło się znaczenie negocjacji przy zawieraniu umów uznały, że w niewielkim zakresie. Przyczyną tego jest występowanie rynku producenta, w którym to warunki realizacji umowy dyktuje dostawca. Natomiast obserwuje się wzrost znaczenia negocjowania umów co do jakości towarów, cen i marż w przypadku występowania równowagi na określonym rynku branżowym lub też pojawienia się towarów trudno zbywalnych. W związku z występowaniem w grupie artykułów przemysłowych, głównie cen umownych podjęto w badaniach problem negocjowania cen. Okazało się, że wszystkie przedsiębiorstwa handlowe mają takie same doświadczenia w tym zakresie. Proces negocjowania cen występuje tylko w przypadku zawierania transakcji z firmami polonijnymi, spółdzielniami pracy. Przedsiębiorstwa podejmują niekiedy próby prowadzenia rozmów na temat cen także z przedstawicielami przedsiębiorstw państwowych, ale zwykle bez rezultatów. Jedynym wyjściem jest wówczas nie podpisanie umowy. Przedsiębiorstwa handlowe akceptują zwykle propozycje cen umownych zgłaszanych przez producentów. Wynika to nie z braku uprawnień do negocjowania cen, lecz z powodu niedostatecznej podaży towarów. Negocjowanie cen między przedsiębiorstwami przemysłowymi i handlowymi nabiera dopiero znaczenia w przypadku nasycenia rynku. Dopóki handel nie ma trudności ze sprzedażą danego towaru po określonej cenie nie jest i

nie będzie zainteresowany jej zmianą. Obecnie ceny detaliczne nie są z reguły cenami równowagi, a więc nie informują o aktualnych relacjach popytu i podaży. Uniemożliwia to samoczynne funkcjonowanie mechanizmów regulujących gospodarkę. Przedsiębiorstwa - uczestnicy rynku mają pełną świadomość istnienia możliwości negocjowania elementów umów, ale zarazem zdają sobie sprawę z licznych ograniczeń.

Istotnym etapem powiązań transakcyjnych jest wykonanie umów. Przez wykonanie umów rozumie się spełnienie przez strony wszystkich świadczeń, które w umowie zostały ustalone. W przypadku umów sprzedaży, realizacja dostawy towarów może przebiegać sukcesywnie, zgodnie z porozumieniem. Przeprowadzone badania wykazały, że nie istnieje problem niewykonania umów sprzedaży. Wszystkie przedsiębiorstwa przemysłowe wywiązują się z z zawartych umów. Należy mieć jednak na uwadze, że rozmiary transakcji są najczęściej wyrazem oferty producenta. Jeżeli jednak występują odchylenia od zawartych umów, to dotyczą głównie terminu dostaw, zmiany asortymentu, ilości, jakości. Za główne przyczyny tych odchyleń badani producenci podali:

- przyjęcie zamówień eksportowych jako priorytetowych zadań,
- niewłaściwe zaopatrzenie materiałowo-techniczne,
- brak opakowań,
- braki w zatrudnieniu,
- źle funkcjonująca kooperacja.

Z kolei przedsiębiorstwa handlowe, oceniając wykonanie zawartych umów nie miały żadnych zastrzeżeń co do jednego elementu, mianowicie ilości. Z tego punktu widzenia stopień realizacji umów uważają za poprawny. Natomiast nie zawsze są zgodne z ustaleniami terminy dostaw, jakość towarów. Skutki niewykonania lub nienależytego wykonania umowy określają strony; są one zwane karami umownymi. Z tym, że kary umowne nie zawsze powstają z mocy umowy, lecz mogą też powstać z mocy prawa, gdy są przewidziane przez odrębne przepisy. Takich kar nie wprowadziła nowa regulacja prawna umów sprzedaży i dostawy[2], pozostawiając stronom zawierającym umowy regulowanie tej kwestii. Jednakże centralne organy gospodarcze uznały za konieczne obligatoryjne naliczanie kar, by zapobiec obniżaniu jakości dóbr i wprowadziły w życie stosowne przepisy[3]. Jest to modyfikacja zasad reformy. Oznacza ona w praktyce brak wiary w skuteczność oddziaływania bezpośrednich powiązań uczestników rynku na podnoszenie jakości dóbr. W zasadzie w interesie kupującego przedsiębiorstwa handlowego powinno leżeć nie dopuszczenie towarów złej jakości do obrotu. Dopóki jednak ostateczny nabywca nie ma możliwości zaspokojenia swojego popytu efektywnego poprzez wybór towarów, dopóty będą występowały w obrocie towary nieodpowiedniej jakości. Presję na przedsiębiorstwa handlowe może wywrzeć tylko ostateczny nabywca. Dopiero w obawie przed ponosze-

---

[2]Uchwała nr 207 Rady Ministrów z dnia 27.09.1982 r., Monitor Polski nr 26, 1982, poz. 235.

[3]Uchwała nr 187 Rady Ministrów z dnia 19.12.1983 r., zmieniająca uchwałę w sprawie umów sprzedaży oraz umów dostawy między jednostkami gospodarki uspołecznionej, Monitor Polski nr 1 z 1984 roku, poz. 2.

niem zbyt dużego ryzyka handlowego jednostki handlu zrezygnują z zakupów niewłaściwych towarów.

Formy rozliczeń pieniężnych są ściśle ustalone przez przepisy prawne, natomiast wybór jednej z nich należy (poza pewnymi wyjątkami) do przedsiębiorstw zawierających umowę sprzedaży. Regulowanie zapłaty jest konsekwencją dokonanej dostawy towaru. Termin dokonania zapłaty podlega ustaleniu przez strony zawierające umowę. Producenci - dostawcy preferują w związku z tym możliwie najkrótszy termin, a przedsiębiorstwa handlowe - odbiorcy są zainteresowani ustaleniem jak najdłuższego terminu. Jest to ogólna tendencja. Im jednak towar - w ocenie przedsiębiorstwa handlowego - jest bardziej atrakcyjny, tym chętniej się ono zgadza na krótsze terminy zapłaty. Dochodzi jednak w ustaleniach do kompromisu i przyjmuje się najczęściej okres do 15 dni od daty otrzymania dostawy jako termin płatności. Powszechnie stosowaną formą rozliczeń jest inkaso bankowe. Wszystkie badane przedsiębiorstwa wymieniły tę formę jako nie budzącą żadnych zastrzeżeń. Jak wspomniano - sprawą uzgadnianą - jest przede wszystkim termin. Przedsiębiorstwa - kontrahenci nie traktują formy i terminu rozliczeń jako koniecznego następstwa wykonania zobowiązania (dostawy towaru), lecz zastanawiają się nad takimi rozwiązaniami, które są dla nich najbardziej korzystne z punktu widzenia gospodarki finansowej.

Uwarunkowania powiązań umownych

Na charakter powiązań umownych znaczny wpływ wywierają zewnętrzne warunki gospodarowania poszczególnych przedsiębiorstw handlowych i przemysłowych. Wśród nich decydującą rolę odgrywają realne możliwości nabycia określonych czynników wytwórczych oraz czynniki systemowe, takie jak: obowiązujące zasady funkcjonowania gospodarki (reguły gry) oraz parametry rachunku ekonomicznego, na podstawie których jednostki gospodarujące podejmują decyzje. Wraz z wprowadzeniem w życie reformy gospodarczej uległy zmianie czynniki systemowe, określające między innymi zasady działania jednostek gospodarczych. Jednym z elementów procesu gospodarowania, który miał ulec daleko idącym zmianom miały być sposoby zbywania i nabywania dóbr. Zakładanym, idealnym typem powiązań są powiązania transakcyjne uczestników procesu wymiany towarowej, oparte na ich samodzielnych decyzjach wynikających z oceny sytuacji rynkowej. Powinny one stanowić podstawę do uzgodnień podaży z popytem - co do rodzaju towaru, ilości, czasu i miejsca, asoryymentu i jakości. Przesunięcie tych uzgodnień na bezpośrednich uczestników wymiany nie nastąpiło jednak gwałtownie wraz z wejściem w życie ustaw wprowadzających reformę. Okazało się, że zrezygnowanie z obowiązującego dotychczas trybu i sposobów podziału masy towarowej jest niezmiernie trudne, szczególnie w warunkach ostrego kryzysu gospodarczego. W związku z tym nadal występują dwa typy powiązań transakcyjnych: pierwszy powstający na skutek otrzymanych przydziałów, uprawniających do zakupu. Wówczas kupujący ma zapewnione źródło podaży bez angażowania swoich sił i środków w rozpoznanie rynku zakupu. Drugi typ powiązań charakteryzuje się samodzielnym nawiązywaniem kontaktów między

przedsiębiorstwami: przemysłowymi i handlowymi. Może mieć on różny charakter w zależności od układu sił rynkowych po stronie podaży i popytu.

Założenia reformy gospodarczej okazały się zbyt radykalne w stosunku do rzeczywistości gospodarczej i nastąpiły ich modyfikacje na rzecz centralnego sterowania podziałem dóbr. Wprowadzono nowe rozwiązania wpływające na charakter powiązań transakcyjnych między przemysłem a handlem, mianowicie programy operacyjne i zamówienia rządowe. Nowe zasady funkcjonowania gospodarki nie wpłynęły na zmianę rodzajów zawieranych umów sprzedaży między przesiębiorstwami przemysłowymi a handlowymi. Z umów okresowych najczęściej występują umowy kwartalne i półroczne. O rodzajach umów decydują przede wszystkim producenci. Im trudniejsze mają warunki zaopatrzeniowe, a tym samym odczuwają większą niepewność co do zabezpieczenia w odpowiednim czasie, w odpowiedniej ilości i jakości niezbędnych materiałów, podzespołów, tym chętniej zawierają umowy na krótszy czas. Na przykład, analizowane zakłady radiowe zawierają tylko umowy kwartalne. Umowy roczne występują bardzo rzadko w sferze obrotu artykułami przemysłowymi nieżywnościowymi. Przedsiębiorstwa handlowe byłyby skłonne takie umowy zawierać z uwagi na potrzebę stabilizacji zaopatrzenia, ale producenci nie są zainteresowani takim rodzajem powiązań z odbiorcami. Z punktu widzenia dostosowania podaży do popytu bardziej właściwe są umowy krótkookresowe. Każdorazowo o rodzaju umowy sprzedaży winny rozstrzygać relacje rynkowe w danym segmencie rynku. Umowy roczne są zawierane między przedsiębiorstwami przemysłowymi a upoważnionymi centralnymi jednostkami handlowymi, w przypadku zamówienia rządowego.

Pomiędzy przedsiębiorstwami przemysłowymi i handlowymi zawierane są także umowy jednorazowe (doraźne). Nie można na podstawie przeprowadzonych badań jednoznacznie stwierdzić, czy ilość tych umów wzrasta w okresie obowiązywania zasad reformy gospodarczej, czy też kształtuje się na tym samym poziomie. Zauważa się jedynie, że ten rodzaj umów występuje częściej w przedsiębiorstwach przemysłowych, które mają swobodę w kształtowaniu polityki zbytu. W przypadku realizacji przez przedsiębiorstwa przemysłowe zamówień rządowych lub uczestniczenia w programie operacyjnym istnieje obowiązek zgłaszania wszystkich nadwyżek wyrobów gotowych do jednostki koordynującej podział masy towarowej. Jest to dość długa droga przekazywania informacji, więc zdarza się w praktyce, że przedsiębiorstwo, które musi szybko podjąć decyzję o zbycie np. z powodu braku powierzchni magazynowej, albo też rezygnacji dotychczasowego kontrahenta z odbioru towarów, samo decyduje się na poszukiwanie odbiorcy. Wszystkie badane przedsiębiorstwa handlowe stwierdziły, że umowy patronackie występują bardzo rzadko. W ostatnich latach obserwuje się brak zainteresowania producentów zawieraniem tego typu umowy, ponieważ nie mogą oni zabezpieczyć ciągłości podaży.

Jest to jednak problem bardziej ogólny, występuje bowiem całkowite wręcz odwrócenie się producentów od jakichkolwiek form promocji swoich wyrobów.

Rola centralnych organów gospodarczych w koordynowaniu powiązań przemysłu i handlu

Z przedstawionych rozważań wynika, że przedsiębiorstwa przemysłowe i handlowe w ograniczonym zakresie mogą prowadzić swobodną politykę zbytu i zakupu towarów. Zakres rzeczywistej samodzielności handlowej tych jednostek jest wyznaczany z jednej strony przez decyzje centrum, a z drugiej strony przez decyzje samych przedsiębiorstw, które przystępując do zrzeszeń świadomie rezygnują z posiadanych uprawnień. Podjęcie problemu uczestnictwa centralnych organów gospodarczych w koordynacji podaży i popytu jest niezbędne dla wyjaśnienia, dlaczego powiązania poziome między podmiotami rynku nie rozwinęły się, mimo przyjęcia takiego założenia, w przepisach reformy. Współdziałanie uczestników rynku jest uwarunkowane wieloma czynnikami wynikającymi z systemu funkcjonowania gospodarki narodowej oraz stanu równowagi rynkowej. Okazuje się, że zmiany systemowe zawarte w uregulowaniach reformy nie mają dostatecznego odzwierciedlania w praktyce gospodarczej, ponieważ brak równowagi rynkowej sprzyja rozwojowi daleko idącej koordynacji administracyjnej. Jej istotą jest proces harmonizowania, uzgadniania działalności przedsiębiorstw w celu realizacji określonych zadań. U jej podstaw leży założenie, że nie da się tych zadań wykonać poprzez współdziałanie przedsiębiorstw na drodze osiągania ich indywidualnych celów. Za główną przyczynę występowania koordynacji administracyjnej powiązań przemysłu z handlem można uznać sytuację nierównowagi rynkowej.

W ramach reformowanego systemu gospodarczego winna się głównie rozwijać koordynacja umowna. Za jej formę można również uznać dobrowolne zrzeszenie przedsiębiorstw handlowych czy przemysłowych. Z tym, że ten dobrowolny charakter zrzeszeń jest w praktyce dość względny, ponieważ przedsiębiorstwa przystępują do nich często w obawie przed odcięciem od źródeł zaopatrzenia czy to w materiały i surowce, czy w towary konsumpcyjne. Wszystkie badane przedsiębiorstwa przemysłowe uznały za korzyści z przynależności do zrzeszenia pomoc w zabezpieczeniu surowców i dewiz oraz w aktywizacji eksportu. Natomiast przedsiębiorstwa handlowe dość krytycznie ustosunkowały się do korzyści, jakie przynosi im udział w zrzeszeniu. Z jednej strony wskazywano, że działalność zrzeszenia jest niewystarczająca w zakresie oddziaływania na producentów, z drugiej strony, że jest pomocna wtedy, gdy producent czyni trudności w podpisywaniu umowy. Ogólnie jednak stwierdzono, że zrzeszenie jest konieczne w sytuacji rozdzielnictwa podstawowej masy towarowej.

Rola centralnych organów gospodarczych w kształtowaniu powiązań transakcyjnych między przemysłem i handlem w obecnym etapie wdrażania reformy gospodarczej jest znaczna. Wiele rynków branżowych jest objętych centralnym sterowaniem. Z jednej strony określona zostaje podaż podstawowych dóbr poprzez objęcie części produkcji programami operacyjnymi,i zamówieniami rządowymi, a z drugiej strony ma miejsce podział towarów mię-

dzy poszczególne obszary administracyjne kraju i następnie przedsiębiorstwa[4].

Przeprowadzona analiza form i etapów powiązań umownych między przemysłem dóbr konsumpcyjnych i handlem pozwala na wyciągnięcie następujących wniosków:

1) Zasady reformy gospodarczej nie wpłynęły zaadniczo na zmianę form organizacyjnych powiązań przedsiębiorstw przemysłowych z handlem oraz na zakres swobodnie zawieranych transakcji. Wpłynęły natomiast na zmianę postaw przedsiębiorstw handlowych i przemysłowych w procesie ustalania warunków umów sprzedaży. Są one podyktowane koniecznością prowadzenia rachunku ekonomicznego. Szczególnie widoczne jest analizowanie opłacalności zawieranej transakcji, w przypadku swobodnie nawiązywanych kontaktów handlowych i możliwości wyboru dostawcy. Ma także miejsce rezygnowanie z przydziału, gdy oferowany przez producenta towar nie znajduje popytu. Z kolei w przedsiębiorstwach przemysłowych w procesie planowania produkcji uwzględnia się rentowność poszczególnych wyrobów;

2) Strategia działania zarówno przedsiębiorstw przemysłowych, jak i handlowych jest skierowana na osiągnięcie takich rozmiarów działalności i wyników finansowych, które pozwolą na utrzymanie dotychczasowego potencjału wytwórczego czy handlowego i na ewentualny rozwój. Realizacja stawianych celów jest obecnie możliwa bez orientowania działalności na rozpoznanie i zaspokojenie popytu ostatecznych nabywców. Przedsiębiorstwa przemysłowe dostrzegają potrzebę zmiany swojego postępowania wraz z pojawieniem się trudności ze sprzedaży wytworzonych towarów;

3) Występuje nadal oddziaływanie centrum na kształtowanie powiązań umownych między przemysłem i handlem za pomocą metod administracyjnych. Ma ono na celu zabezpieczenie w miarę równomiernego zaopatrzenia rynku i pobudzenie produkcji deficytowych dóbr. Stosowane formy kształtowania podaży, takie jak: programy operacyjne, zamówienia rządowe z jednej strony są dla przedsiębiorstw przemysłowych korzystne, gdyż gwarantują zaopatrzenie materiałowo-techniczne, ale z drugiej strony - ograniczają ich samodzielność w zakresie zbytu towarów. Cała wytworzona produkcja podlega wówczas rozdzielnictwu według kryteriów określonych przez centralne organa gospodarcze. Nie rozwijają się w tym przypadku swobodnie powiązania transakcyjne między przedsiębiorstwami przemysłowymi i handlowymi;

4) Badane przedsiębiorstwa przemysłowe dostrzegają sprzeczność pomiędzy zasadami reformy gospodarczej a ograniczeniami ich działalności zbytu (przedsiębiorstwo mające wyłączność produkcji, będące zarazem jedynym krajowym dostawcą określonych wyrobów jest pozbawione w praktyce możliwości czerpania korzyści ekonomicznych z tego tytułu);

5) Zauważa się wpływ samodzielności przedsiębiorstw handlowych na rozwój aktywności w dziedzinie zakupu towarów. Wyraża się to w uruchamianiu

---

[4] O zakresie centralnego sterowania podziałem masy towarowej świadczą następujące dane: w 1985 roku na przewidywaną ogólną wartość sprzedaży 780 mld zł, obrót artykułami centralnie sterowanymi wyniesie około 350 mld zł (44,9%), a artykułami objętymi wspólnymi zakupami 69,6 mld zł (8,9%). Handel z krótszym rozdzielnikiem, Życie Gospodarcze nr 48 z 1.12.1985 r., s. 4-5.

różnych działań mających na celu bądź to wzrost przydziałów towarów otrzymywanych na podstawie rozdzielnika, bądź w nawiązywaniu bezpośrednich kontaktów z producentami. Znajduje to swój wyraz w stosowaniu różnych systemów motywacyjnych. Szczególną aktywność w nawiązywaniu swobodnych kontaktów z producentami wykazują spółdzielnie spożywców „Społem". Występuje zjawisko konkurencji w sferze zakupu, wskutek zniesienia barier asortymentowych w obrocie. Wchodzenie na nowe rynki artykułów przemysłowych jest jednak utrudnione, ponieważ nie ma dostatecznej podaży towarów;

6) Zakres negocjowania elementów treści umów jest uzależniony od stosowanych form powiązań jednostek gospodarczych i od pozycji rynkowej kontrahentów. Część uzgodnień bywa przesuwana za zgodą przedsiębiorstw na szczebel zrzeszenia lub central spółdzielczych. Odnosi się to głównie do cen, marż i zasad odbioru jakościowego.

Reforma gospodarcza rozumiana jako proces zmian systemu funkcjonowania gospodarki, winna doprowadzić do istotnych przekształceń w sferze stosunków umownych zachodzących między przemysłem i handlem. Przedsiębiorstwa jako podstawowe podmioty gospodarcze akceptują układ powiązań poziomych. Jednakże pełne jego wprowadzenie jest uzależnione od tych rozwiązań reformy, które mają spowodować motywację do wzrostu produkcji odpowiadającej strukturze popytu.