Krzysztof HETMAŃSKI

KOSZTY W PRZEDSIĘBIORSTWIE HANDLOWYM JAKO PRZEDMIOT BADAŃ

1. Podstawy rachunku kosztów

Powszechne uznawanie poziomu kosztów za jeden z najważniejszych wskaźników charakteryzujących gospodarność przedsiębiorstwa handlowego wynika stąd, że w kosztach w znacznej mierze znajdują odzwierciedlenie wszelkie procesy zachodzące w działalności firmy. Przedsiębiorstwo stoi przed koniecznością wyboru ekonomicznego, dla którego niezbędna jest kompleksowa wiedza o kosztach. Koszty przedsiębiorstwa wyrażają w pieniądzu niezbędne (przynoszące efekt użyteczny) zużycie środków rzeczowych, usług obcych, siły roboczej w określonym celu, związane z prowadzeniem przez firmę działalności w danym okresie[1].

Kategoria kosztów kojarzy się z takimi pojęciami ekonomicznymi, jak nakład i wydatek. Pojęcia te nie są synonimami, wyrażają bowiem różne kategorie ekonomiczne związane z działalnością gospodarczą każdego przedsiębiorstwa. Nakłady stanowią kategorię ekonomiczną oznaczającą wyrażone w różnych jednostkach naturalnych zużycie środków pracy – pracy uprzedmiotowionej w środkach pracy i przedmiotach pracy oraz pracy żywej w działalności gospodarczej przedsiębiorstwa[2]. Nakładów nie można zagregować, a tym samym nie ma możliwości przeprowadzenia sumarycznego rachunku, na podstawie którego można by dokonać całkowitej oceny efektywności gospodarowania w firmie. W związku z tym zachodzi konieczność ukazania

---

1 **A. Czubała**, Analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie handlowym, AE, Kraków 1989, s. 140.

2 **L. Bednarski** i in., Analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie, AE, Wrocław 1993, s. 140.

poszczególnych nakładów w jednostkach wartościowych, czyli w pieniądzu. Wartościowym, pieniężnym wyrażeniem nakładów są koszty. Nakłady stają się zatem kosztami, gdy zostaną wyrażone wartościowo.

Natomiast przez wydatki należy rozumieć każde wykorzystanie (wydatkowanie, rozchodowanie, zaangażowanie) środków pieniężnych bez względu na cel ich ponoszenia[3].

Wzajemne stosunki zachodzące pomiędzy kosztami a wydatkami można przedstawić w następujący sposób[4]:

– koszty przedsiębiorstwa uwarunkowane są ponoszonymi wydatkami (wszystkie koszty są wydatkami, choć nie wszystkie wydatki mają charakter kosztów),

– powstawanie kosztów może być zupełnie niezależne w czasie od dokonywanych wydatków,

– wycena ponoszonych kosztów opiera się z reguły na dokonywanych wydatkach.

Opisując powyższe relacje można wnioskować, że pojęcie wydatków jest szersze od kategorii kosztów. Charakter kosztów mają tylko te wydatki, które zostały poniesione w związku ze zużyciem czynników niezbędnych do osiągnięcia określonych celów i zadań w przedsiębiorstwie. Tak więc wszelkie wydatki związane ze zużyciem środków, które nie przyczyniły się do osiągnięcia celów rzeczowych, nie mają charakteru kosztów. Zużycie środków i cel firmy, wyrażony rzeczowo, są powiązane ściśle z konkretnymi przedziałami czasu, natomiast wydatki z tytułu nabycia tych środków mogą być dokonywane niezależnie.

Koszty handlowe stanowią zatem wyliczone w jednostkach pieniężnych zużycie materiałów, przedmiotów nietrwałych i środków trwałych, wynagrodzeń za pracę – w związku z przemieszczeniem towarów od producenta do ostatecznego nabywcy, czyli konsumenta[5]. Koszty handlowe są kategorią ściśle związaną z prowadzeniem działalności gospodarczej, polegającej na zakupie towarów w celu ich dalszej odsprzedaży. Powstają w przedsiębiorstwach zajmujących się handlem w sensie instytucjonalnym. Koszty te są ponoszone w toku realizacji zadań gospodarczych związanych z zakupem, transportem, magazynowaniem, sprzedażą itd. Do kosztów handlowych nie zalicza się kosztów własnych zakupionych towarów, tzw. wartości towarów

---

3 **A. Jarugowa, W. Malc, K. Sawicki**, Rachunek kosztów, PWE, Warszawa 1983, s. 13.

4 **W. Malc**, Rachunek kosztów postulowanych w przedsiębiorstwie przemysłowym, PWE, Warszawa 1963, s. 19.

5 **K. Białek**, Zasady finansowania przedsiębiorstw handlu wewnętrznego, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa 1986, s. 99.

w cenie zakupów. Jak wynika z definicji kosztów handlowych, są one nośnikiem wielu informacji ekonomicznych niezbędnych do podejmowania decyzji w każdym przedsiębiorstwie. Znajduje w nich odzwierciedlenie cała działalność gospodarczo-handlowa każdego przedsiębiorstwa.

Koszty jako kategoria ekonomiczna stanowią przedmiot opisu rachunku kosztów. Pojęcie rachunku kosztów jest tradycyjnie definiowane jako „ogół czynności zmierzających do ustalenia w różnych przekrojach i zinterpretowania wyrażonej w pieniądzu wysokości nakładów pracy żywej i uprzedmiotowionej, dokonanych w przedsiębiorstwie w określonym czasie i z określonym przeznaczeniem"[6]. Takie pojmowanie rachunku kosztów wydaje się zawężone w stosunku do jego praktycznych zastosowań. W związku z powyższym rozumienie rachunku kosztów szerzej opisuje definicja: „rachunek kosztów polega na badaniu i transformowaniu według przyjętego modelu informacji o kosztach i efektach działań przeszłych, aktualnych i zamierzonych w celu efektywnego zarządzania"[7]. Przy czym model ma za zadanie liczbowe wyróżnienie zmiennych objaśniających wielkość kosztów oraz umożliwienie dokonywania pomiaru relacji między tymi zmiennymi a kosztami.

Istotne dla wymienionych definicji jest wskazanie na:

– cel prowadzenia rachunku kosztów: dostarczanie informacji kierownictwu dla oceny sytuacji przedsiębiorstwa,

– przedmiot rachunku: procesy gospodarcze (zakupy, magazynowanie, sprzedaż) i związane z ich efektami koszty,

– podmiot rachunku: firma handlowa, wydzielona jednostka organizacyjna,

– sposoby działania: pomiar, dokumentacja, wycena, grupowanie, interpretowanie kosztów,

– metody odwzorowania: badania i kwantyfikacja dynamicznego procesu rzeczywistego przebiegu produkcji i narastania kosztów,

– okresową prezentację i interpretację kosztowych aspektów zdarzeń i ich sekwencji,

– operowanie, obok miernika pieniężnego, również jednostkami naturalnymi[8].

Rachunek kosztów stanowi wyodrębniony przedmiotowo i proceduralnie zbiór w systemie informacyjnym przedsiębiorstwa. Zbiór ten zawiera informacje o kosztach opracowywane według jednolitego, dostosowywanego do potrzeb zarządzania modelu. Swym zakresem rachunek kosztów obejmuje:

---

6 Hasło „Rachunek kosztów", w: Mała encyklopedia rachunkowości, PWE, Warszawa 1971, s. 652.

7 **A. Jarugowa, J. Skowroński**, Rachunek kosztów w systemie informacyjnym przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 1982, s. 17-18.

8 **A. Jarugowa**, Rachunek kosztów w systemie informacyjnym przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 1982, s. 17-18.

– badanie warunków ponoszenia kosztów,
– przewidywanie (planowanie, budżetowanie) kosztów,
– pomiar i ewidencyjno-kalkulacyjną transformację kosztów (informacji o kosztach) faktycznych,
– prezentację i interpretację kosztów faktycznych[9].

Rachunek kosztów, rozumiany jako proces badania i transformacji według przyjętego modelu informacji o kosztach działalności podmiotu dla oceny sytuacji, podejmowania decyzji gospodarczych i ich urzeczywistnienia, powinien spełniać następujące funkcje:
– informacyjną, polegającą na przekazywaniu określonym odbiorcom przetransformowanych danych o kosztach,
– planistyczno-optymalizacyjną, dostarczającą informacji o kosztach na potrzeby wyznaczania celów i zadań działalności oraz określenia warunków ich realizacji w czasie i przestrzeni, z zachowaniem najkorzystniejszych relacji między kosztami i efektami,
– motywacyjną, wyrażającą się w przekazywaniu informacji o kosztach umożliwiających sprzężenie celów i zadań z kryteriami ocen (miernikami) oraz z systemem bodźców, aby wykonawcy świadomie angażowali się w realizację wyznaczonych zadań,
– kontrolną, przejawiającą się w dostarczaniu informacji o kosztach dla sprawdzania oceny stopnia i uwarunkowań osiągania wyznaczonych celów oraz przyjętych zadań wraz z wyciągnięciem wniosków dotyczących działań przyszłych.

Ścisły związek omawianych funkcji czyni z rachunku kosztów skuteczny instrument zarządzania, o ile nie występują trudności w ustalaniu kosztów. Dotyczy to w szczególności przedsiębiorstw handlowych z uwagi m.in. na:
– zakres terytorialny działalności, a w związku z tym czas przepływu informacji o kosztach,
– zakres prowadzonej działalności,
– strukturę asortymentową sprzedaży,
– wielkość sprzedaży.

Generalnie w praktyce gospodarczej dotyczącej przedsiębiorstw handlowych uwidacznia się brak modelu rachunku kosztów, który by eliminował trudności w ustalaniu, pomiarze, ewidencji i prezentacji kosztów handlowych.

Pomimo stwierdzenia trudności w ustalaniu kosztów, należy wskazać na znaczenie rachunku kosztów dla:
– podejmowanych przedsięwzięć, śledzenia rzeczywistego poziomu kosztów, kontroli kosztów,

---

9 Rachunkowość – system informacyjny controllingu, red. **E. Nowak**, ARMO-TWIG, Wrocław 1993, s. 38-39.

– ustalania prawidłowego wyniku finansowego,

– ustalenia i oceny wykonania zadań ekonomicznych przez wyodrębnione organizacyjnie komórki, sklepy itp.,

– podejmowania decyzji dotyczących m.in. opłacalności zamierzeń w zakresie prowadzonej działalności handlowej, ustalania i weryfikowania cen, opłacalności zamierzonych inwestycji i przedsięwzięć gospodarczych.

2. Wymagane cechy analizy kosztów

Uznanie kosztów za ważny nośnik informacji oraz miernik oceny działalności przedsiębiorstwa handlowego sprawia, że analiza kosztów stanowi jedną z głównych części analizy ekonomicznej. Informacje o kosztach zawarte w sprawozdawczości finansowej i rzeczowej są zwykle niewystarczające do dokładnego ich poznania i oceny. Analiza kosztów może i powinna być przeprowadzana w różnych momentach działalności przedsiębiorstwa. Zasadniczo ma umożliwić określenie efektywności przyszłych przedsięwzięć organizacyjno-technicznych oraz wspomagać podejmowanie decyzji w sprawach bieżących. Jednocześnie ma ułatwić kontrolę i ocenę kosztów poniesionych w ubiegłych okresach. Jest to możliwe poprzez dokonanie klasyfikacji kosztów, polegającej na podziale ich sumy na indywidualne składniki lub grupy według struktur, które będą przedstawione w dalszej części niniejszej rozprawy.

Zastosowanie różnorodnych podziałów pozwala badać wielkość, poziom i dynamikę wybranych pozycji kosztów i/lub ich grup oraz ustalić przyczyny zachodzących zmian. Powinna ona być przeprowadzona za pomocą odpowiednio dobranych kryteriów, uwzględniających konkretne potrzeby przedsiębiorstwa w zakresie planowania, organizowania, motywowania i kontrolowania działalności.

Wyróżnia się następujące przesłanki analizy kosztów[10]:

– pomoc w przeprowadzeniu bieżącego rachunku kosztów, stwarzającego możliwości określenia celowości i opłacalności zamierzonych działań lub zrealizowanych przedsięwzięć,

– ocena i interpretacja wykonania planów kosztów poprzez wskazanie zaistniałych odchyleń od wielkości zaplanowanych,

– dokonanie podmiotowej oceny działalności przedsiębiorstwa na podstawie wskaźników odnoszących się do kosztów i możliwość porównania ich ze wskaźnikami odnoszących się do innych porównywalnych firm,

---

10 **A. Jarugowa**, **W. Malc**, **K. Sawicki**, Rachunek kosztów, s. 330-332.

– ustalanie głównych czynników wpływających na poziom kosztów przedsiębiorstwa i określenie realnego stopnia oddziaływania tych czynników,

– możliwość ustalenia czynników zależnych od przedsiębiorstwa i obliczenia skutków ich oddziaływania oraz czynników niezależnych od przedsiębiorstwa, na które przedsiębiorstwo nie ma wpływu,

– wspomaganie opracowania całościowych planów przedsiębiorstwa,

– współdziałanie w wykrywaniu błędów i niesprawności w funkcjonowaniu firmy oraz w znalezieniu ukrytych rezerw tkwiących w działalności gospodarczej, a następnie w ich wykorzystaniu, w ramach realizacji zasad rozrachunku gospodarczego.

Analiza kosztów powinna charakteryzować się następującymi cechami:

– rzetelnością stwierdzeń i oceny, która oznacza, że materiały źródłowe do analizy trzeba najpierw zweryfikować, a wskaźniki dobrać w taki sposób, aby obiektywnie przedstawiały badane zjawiska, procesy i współzależności – wyniki analizy muszą odzwierciedlać stan rzeczywisty, zastany w trakcie jej przeprowadzania: w analizie kosztów trzeba stosować prawidłową metodę badań, która powinna umożliwić określenie czynników wpływających na koszty, ustalenie roli i kierunków działania tych czynników oraz wykazanie związków przyczynowo-skutkowych zachodzących między badanymi zjawiskami,

– elastycznością, tzn. dostosowaniem do zmieniających się celów, zadań i zakresów badań (w praktyce należy posługiwać się różnymi rodzajami analiz),

– zwięzłością, tzn. że mimo iż koszty mogą być analizowane w różnorodnych przekrojach, to otrzymane wyniki powinny charakteryzować się zwięzłością,

– opłacalnością, tzn. stosowaniem takich metod, które wymagają możliwie minimalnych nakładów pracy,

– sprawnością przeprowadzenia, aby otrzymane wyniki nie zdezaktualizowały się,

– konkretnością i użytecznością dla właściwych odbiorców[11].

Określenie tych cech zapewnia się poprzez wybór właściwej problematyki, celu, zakresu badań oraz przez odpowiednie przygotowanie prac.

Do najważniejszych zadań analizy kosztów należy zaliczyć:

– ocenę gospodarności przedsiębiorstwa przez porównanie statyczne (np. planu), dynamiczne i w przestrzeni,

– rozpoznanie czynników zasadniczo wpływających na wielkość kosztów,

– wykrycie niesprawności i wykorzystanie ich do dalszych procesów decyzyjnych,

---

11 Analiza ekonomiczna przedsiębiorstw przemysłowych, red. **E. Kurtys**, PWN, Warszawa-Poznań 1988, s. 14.

– ustalenie i ocenę „zniżki" lub „zwyżki" kosztów,
– dostarczenie danych do planowania kosztów[12].

Wyniki analizy stanowią podstawę do weryfikacji słuszności decyzji podjętych w przeszłości oraz ustalenia punktu wyjścia bieżących i przyszłych zamierzeń.

3. Klasyfikacje i przekroje analizy kosztów

Koszty ponoszone przez przedsiębiorstwo przy realizacji jego celów gospodarczych są złożoną kategorią ekonomiczną. Składają się bowiem z wielu różnorodnych pozycji, odznaczających się odmiennymi właściwościami. Dlatego też należy rozpatrywać nie tylko koszty handlowe, czyli całość kosztów ponoszonych przez jednostki handlowe, lecz także ich elementy składowe. Podział kosztów jest podstawą prawidłowego ustalenia poziomu ponoszonych kosztów oraz oceny efektywności działalności gospodarczej.

Dla celów związanych z ewidencją, badaniem oraz oceną wielkości i struktury kosztów handlowych ogół tych kosztów można klasyfikować przy zastosowaniu różnych kryteriów, a mianowicie według[13]:

– rodzaju zużytego środka gospodarczego: rodzajowy układ kosztów, tzn. prostych elementów składowych kosztów,
– podziału na koszty proste i złożone,
– z punktu widzenia reakcji na wielkość obrotu,
– wykonywanych funkcji, tzw. celu poniesienia kosztów,
– miejsc ich powstawania,
– kalkulacyjnego układu kosztów,
– nośników, czyli związku kosztów z poszczególnymi towarami lub grupami towarów.
– logistycznego układu kosztów.

Trudność badania oraz oceny wielkości i struktury kosztów handlowych w podanych przekrojach klasyfikacyjnych wynika stąd, że tylko niektóre z tych przekrojów można uzyskać wprost z posiadanej i prowadzonej ewidencji. Natomiast uzyskanie pozostałych wymaga dokonywania wielu prac rachunkowo-statystycznych, doprowadzających jedynie do przybliżonego ustalenia

---

12 **M. Walczak**, Analiza sytuacji finansowej przedsiębiorstw handlowych, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Łódzkiego, seria III, nr 28, Łódź 1978, s. 19.

13 Oprac. na podstawie: Zasady rachunków jednostek gospodarczych, red. **K. Sawicki**, Firma-Press sp. z o.o., Warszawa 1992, s. 136; **M. Dobija**, Rachunkowość zarządcza, PWN, Warszawa 1994, s. 84-85; **P. Blaik**, Koszty obrotu towarowego, WSP, Opole 1989, s. 105.

wielkości kosztów handlowych w tych przekrojach. Jak już wspomniano, jedynie dwa przekroje klasyfikacyjne znajdują odzwierciedlenie w ewidencji prowadzonej w jednostkach handlowych. Są to przekroje kosztów według rodzaju i według miejsc powstawania kosztów. Charakterystyczną cechą tego układu jest to, że treścią każdej pozycji jest jednorodny prosty koszt, przez który należy rozumieć taki koszt, który w danej jednostce gospodarczej nie może być podzielony na bardziej elementarne składniki.

Rodzajowy układ kosztów jest układem międzybranżowym, co oznacza, że jest wykorzystywany nie tylko przez przedsiębiorstwa handlowe, ale również przez firmy produkcyjne, usługowe, banki itp.

W ewidencji prowadzonej przez przedsiębiorstwa handlowe występują następujące pozycje rodzajowe kosztów[14]:

1) **Amortyzacja** – jest to rozłożona w czasie wartość zużycia środków trwałych, zaliczanego do kosztów. Rolą odpisów amortyzacyjnych jest prawidłowe odzwierciedlenie w kosztach działalności zużycia użytkowanych środków trwałych oraz wygospodarowanie środków przeznaczonych na reprodukcję majątku trwałego. Przedsiębiorstwo dokonuje odpisów amortyzacyjnych od wartości początkowej (brutto) środków trwałych:

– własnych,

– obcych, otrzymanych nieodpłatnie w zarządzanie i użytkowanie,

– inwestycji w dzierżawionych środkach trwałych, np. obiektach handlowych.

Odpisów amortyzacyjnych dokonuje się według stawek amortyzacyjnych właściwych dla określonych podgrup, rodzajów. Obowiązują roczne stawki amortyzacyjne zawarte w specjalnych wykazach, a odpisów dokonuje się w równych ratach miesięcznych, w wysokości 1/12 kwoty rocznej stawki amortyzacyjnej.

2) **Zużycie materiałów, przedmiotów nietrwałych i energii** – w tym rodzaju kosztów ujmuje się takie pozycje, jak:

– zakupione opakowania, materiały, paliwa, ogumienie, części do sprzętu handlowego, materiały biurowe,

– druki, czasopisma, środki czystości itp.

3) **Usługi materialne**, w skład których wchodzą usługi transportowe (obce), usługi remontowe wykonywane przez inne jednostki gospodarcze, a także koszty konserwacji, napraw środków trwałych i przedmiotów nietrwałych, usługi pocztowe, telekomunikacyjne, pralnicze, drukarskie itp.

4) **Niedobory i szkody w granicach norm**, czyli powstałe w obrocie towarowym w trakcie magazynowania i przerobu towarów, nie zawinione przez

---

14 Por. **J. Piskorski**, Wybrane zagadnienia z finansów przedsiębiorstw handlowych, Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Warszawa 1983, s. 26-27.

pracowników i – jak wskazuje nazwa – mieszczące się w ramach ustalonych limitów.

5) **Obniżki cen towarów.**

6) **Wynagrodzenia** – obejmują wszelkie wydatki tak pieniężne, jak i w naturze za pracę, zarówno dla pracowników w ramach stosunku pracy, jak też dla osób wykonujących pracę dla firmy na podstawie umowy-zlecenia, umowy o dzieło itp.

7) **Narzuty na wynagrodzenia**, które dotyczą:

– składek z tytułu ubezpieczenia społecznego, które od 1 marca 1992 r. wynoszą 45% podstawy wymiaru składki, tzn. wynagrodzenia osobowego wynikającego ze stosunku pracy[15],

– składki na fundusz pracy w wysokości 3% podstawy wymiaru składki na fundusz pracy[16].

8) **Podróże służbowe.**

9) **Odpisy na fundusze**: socjalny i mieszkaniowy.

10) **Usługi niematerialne**, do których zaliczamy:

– opłaty bankowe,
– czynsze za dzierżawę lub najem budynków,
– opłaty za szkolenia pracowników,
– opłaty administracyjne,
– tłumaczenia i przepisywanie tekstów,
– koszty dozoru mienia,
– koszty ekspertyz, usług fotograficznych, plastycznych itp.

Ogół kosztów ujętych w układzie rodzajowym można podzielić na koszty materialne i niematerialne (por. rys. 1).

Należy podkreślić, że w tak przedstawionym układzie rodzajowych kosztów występują wydatki, które w ujęciu ekonomicznym nie są kosztami, ponieważ nie reprezentują celowego zużycie pracy żywej i uprzedmiotowionej, ale w systemie finansowym są umownie wliczane do kosztów[17].

Układ kosztów według rodzaju spełnia następujące funkcje:

– umożliwia bezpośrednie ujęcie kosztów działalności według nieskomplikowanych zasad,

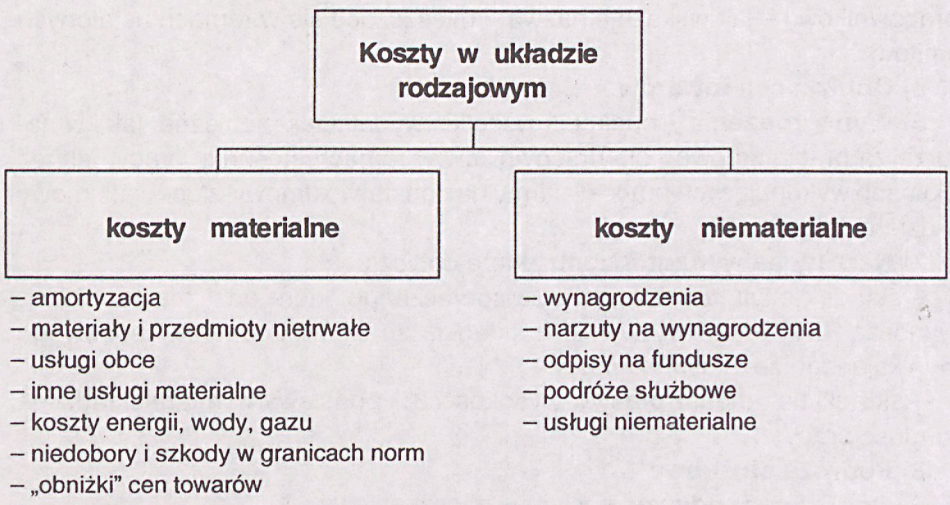
– stwarza możliwość ustalenia wysokości nakładów pracy żywej i uprzed-

---

15 Rozporządzenie z dnia 29 stycznia 1990 r. w sprawie wysokości i podstawy wymiaru składki na ubezpieczenie społeczne, zgłaszania do ubezpieczenia oraz świadczeń z ubezpieczenia społecznego (Dz. U. nr 7, poz. 41).

16 Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 29 stycznia 1990 r. w sprawie obowiązkowej składki na Fundusz Pracy (Dz. U. nr 5, poz. 29).

17 **J. Szczepański, L. Szyszko**, System finansowy handlu wewnętrznego, PWE, Warszawa 1987, s. 122.



Rys. 1. **Podział kosztów w układzie rodzajowym**
Źródło: Opracowanie własne na podstawie pracy: **A. Jarugowa**, Rachunek kosztów w zarządzaniu przedsiębiorstwem, PWE, Warszawa 1986, s. 57

miotowionej według prostych elementów procesu pracy, które są niezbędne do prowadzenia dalszych badań i analiz,

– ułatwia planowanie finansowo-gospodarcze w odcinkowych przekrojach.

Z powyższym podziałem ściśle wiąże się klasyfikacja kosztów w zależności od możliwości szczegółowego ich podziału na elementy składowe[18], tzn. koszty proste, których w danym przedsiębiorstwie nie można rozłożyć na dalsze części składowe, np. wynagrodzenie personelu sklepowego, usługi obce, koszt energii itp., oraz koszty złożone, np. koszty transportu własnego, koszty magazynowania, przerobu itp.

Istotne znaczenie w handlu ma również podział kosztów na koszty osobowe i koszty rzeczowe[19].

Do kosztów osobowych zaliczamy:

– wynagrodzenia pracowników,
– narzuty na wynagrodzenia,
– odpisy na fundusze.

Poziom kosztów osobowych ma istotne znaczenie zarówno gospodarcze, jak i społeczne, gdyż określa wysokość wynagrodzeń pracowników, stanowi

18 **A. Czubała**, Analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie handlowym, s. 141.

19 **K. Białek**, Zasady finansowania przedsiębiorstw handlu wewnętrznego, s. 101-106.

największy procentowy udział w całej strukturze kosztów i wpływa na wynik finansowy przedsiębiorstwa.

Koszty rzeczowe obejmują natomiast:
– amortyzację,
– zużycie materiałów i przedmiotów nietrwałych,
– zużycie energii, wody, gazu na potrzeby działalności przedsiębiorstwa,
– usługi obce i własne (transportowe, remontowe, konserwacyjne itp.),
– inne usługi materialne i niematerialne,
– usługi bankowe,
– podatki.

Z uwagi na uwarunkowanie działalności przedsiębiorstw handlowych ważną rolę odgrywa wykorzystanie w procesie podejmowania decyzji logistycznego układu kosztów. Elementami tej struktury kosztów są przede wszystkim takie koszty, jak:
– koszty magazynowania,
– koszty transportu,
– koszty przygotowania i realizacji zamówień,
– koszty przygotowania towarów do wysyłki i sprzedaży[20].

Zainteresowanie przedsiębiorstw handlowych (dotyczy głównie firm zachodnich) z jednej strony logistyką marketingową, a z drugiej strony rachunkiem kosztów logistycznych[21] jest konsekwencją rosnących kosztów osobowych, zwiększających się nakładów rzeczowych związanych z wyposażeniem magazynów, nakładów na środki transportowe, rosnących zapasów i rosnących wymagań nabywców dotyczących bezpośredniej obsługi. Jednak istotnym ograniczeniem w rozwoju rachunku kosztów logistycznych dla potrzeb zarządzania są istniejące metody rachunku kosztów w przedsiębiorstwach handlowych w Polsce. Zmiana w istniejącym, tradycyjnym systemie rachunku i analiz kosztów jest kosztowna i pracochłonna.

W przeprowadzonych badaniach dotyczących monitorowania zastosowano „uproszczony" układ rodzajowy kosztów. W ramach tego układu wyodrębniono następujące koszty:
– osobowe, obejmujące wynagrodzenia oraz narzuty,
– rzeczowe: zużycie materiałów i przedmiotów nietrwałych, energii, wody, gazu,
– najmu sklepu,
– transportu,

---

20 **P. Blaik**, Koszty obrotu towarowego, s. 105.

21 Por. **P. Blaik**, Logistyka a marketing w strategicznym zarządzaniu przedsiębiorstwem, Handel Wewnętrzny 1994, nr 2.

- reklamy,
- amortyzacji,
- odsetki od kredytów i pożyczek,
- pozostałe koszty.

Tak sklasyfikowane koszty zostaną poddane analizie w następnym artykule.

4. Czynniki kształtujące poziom kosztów

Skuteczne i świadome oddziaływanie na kształtowanie się kosztów wymaga bardzo dokładnego poznania czynników, które decydują o poziomie kosztów. Istotne znaczenie ma zatem podział czynników na zależne i niezależne od przedsiębiorstwa (por. rys. 2).

W prowadzonych badaniach podjęto próbę rozpoznania czynników kształtujących poziom kosztów oraz wskazania ich oddziaływania. Z uwagi na fakt, że badania były przeprowadzone po raz pierwszy, nie



Rys. 2. **Czynniki kształtujące poziom kosztów**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: **M. Strużycki**, Przedsiębiorstwo a rynek, PWE, Warszawa 1992, s. 149-156; **R. Pieretiakowicz, A. Firlejczyk, T. Białecki**, Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa handlowego, PWE, Warszawa 1987, s. 481-487

dokonano oceny tendencji i siły wpływu tych czynników na efektywność gospodarczą sklepów, gdyż otrzymane dane nie mogą stać się przedmiotem analizy porównawczej w czasie. W związku z powyższym dokonano rozpoznania wielkości kosztów w grupach sklepów wyróżnionych ze względu na branżę.

W homogenicznych (branżowo) grupach sklepów dokonano analizy kosztów przy uwzględnieniu następujących czynników kosztotwórczych:

– wielkości miejscowości, w której zlokalizowany jest sklep,
– szczegółowej lokalizacji placówki handlowej w obrębie miejscowości,
– powierzchni użytkowej sklepu,
– powierzchni sali sprzedażowej sklepu,
– liczby osób zatrudnionych w sklepie.

Przy opracowywaniu wyników badań, aby ukazać poziom kosztów w poszczególnych sklepach, wykorzystano tzw. względny wskaźnik kosztów (w literaturze przedmiotu nazywany również wskaźnikiem poziomu kosztów[22]). Wskaźnik ten, będący ilorazem poniesionych kosztów i wielkości sprzedaży, informuje, jakie poniesiono koszty (ogółem lub w podziale ich na rodzaje), aby uzyskać daną sprzedaż.

Na podstawie przeprowadzonych badań można wskazać na znaczne zróżnicowanie wskaźnika poziomu kosztów ogółem w różnych branżach (od 8,53 w sklepach z napojami alkoholowymi do 27,24 w branży piekarsko-ciastkarskiej). Zdecydowanie najwyższy wskaźnik poziomu kosztów ogółem zanotowano w branży piekarsko-ciastkarskiej i motoryzacyjnej, a najniższy w sklepach z napojami alkoholowymi, branży mięsnej i ogólnospożywczej (por. tab. 1).

Należy także wskazać na stosunkowo wysoki wskaźnik względnego poziomu kosztów osobowych. Obszar zmienności tego wskaźnika określa przedział 40-60%. Wskazuje on na duży udział kosztów osobowych w tworzeniu efektu pracy (obrotu) placówek handlowych. Najwyższe wartości wskaźnik ten uzyskuje w branżach: piekarsko-ciastkarskiej, RTV i AGD, jubilerskiej. Pozwala to na uznanie słuszności tezy, że poziom kosztów osobowych zależy wprost proporcjonalnie od kwalifikacji i liczby zatrudnionych pracowników. Pozostałe rodzaje kosztów mają niewielki udział procentowy w kosztach ogółem (2-10%).

Powyższe wyniki pozwalają stwierdzić, że w placówkach handlowych obserwuje się zróżnicowanie poziomu kosztów w zależności od branży sklepu, wynikające m.in. z różnorodności oferowanych towarów i posiadanego asortymentu.

---

22 **A. Czubała**, Analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie handlowym, s. 157-158.

Tabela 1

Koszty handlowe w ujęciu rodzajowym w stosunku do sprzedaży, w przekroju branż

Branża	Koszty ogółem	Koszty osobowe	Koszty rzeczowe	Koszty najmu	Koszty transportu	Koszty reklamy	Koszty amortyzacyjne	Odsetki od kredytu	Pozostałe koszty
Ogólnospożywcza	12,66	5,79	2,00	2,01	0,68	0,64	0,38	0,52	0,64
Owocowo-warzywna	18,64	8,70	2,56	2,89	1,57	0,80	1,22	0,30	0,80
Mięsna	9,12	3,60	1,97	1,94	0,47	0,01	0,39	0,20	0,54
Rybna	17,04	8,66	3,89	4,07	0,09	0,03	0,30	0,00	0,00
Piekarsko-ciastkarska	27,24	12,95	6,06	1,89	0,95	0,26	1,89	0,52	2,77
Napoje alkoholowe	8,53	4,12	0,94	1,37	0,75	0,16	0,37	0,20	0,62
Kosmetyczno-chemiczna	17,29	9,06	3,64	3,31	0,67	0,07	0,08	0,29	0,17
Włókiennicza	22,48	7,91	1,84	3,92	5,22	0,54	0,30	0,70	2,05
Odzieżowa	22,65	9,37	2,50	4,99	1,06	0,43	1,12	1,32	1,86
Obuwnicza (w tym skórzana)	23,47	9,04	5,91	3,19	0,46	0,28	0,52	0,33	3,72
Meblowa (w tym sprzęt oświetleniowy)	19,22	8,40	2,78	3,07	1,29	0,43	0,78	0,48	1,36
Radiowo-telewizyjna i artykuły gospodarstwa domowego	22,55	10,27	3,72	4,48	0,83	0,51	0,50	0,67	1,37
Księgarnie i artykuły piśmiennicze	16,78	7,57	2,43	3,88	0,67	0,33	0,26	0,16	1,48
Motoryzacyjna	24,39	9,62	3,12	2,47	1,33	0,72	1,62	1,06	4,47
Apteki	12,36	6,56	1,92	1,46	0,48	0,04	0,30	0,37	1,23
Budowlana	16,03	6,68	1,99	1,96	1,54	0,47	0,30	0,66	2,81
Zabawki, upominki	19,64	8,53	2,35	2,47	2,33	0,39	0,08	3,43	0,06
Jubilerska	17,98	10,95	1,95	1,93	0,91	0,47	0,23	0,31	1,23
Sprzęt komputerowy, kopiarki	12,67	4,42	0,98	3,27	1,08	0,78	0,25	0,23	1,66
Artykuły, części rolnicze	12,25	6,36	0,81	0,88	2,90	0,09	0,22	0,78	0,21
Wielobranżowa	20,57	8,39	2,49	3,37	1,36	0,24	0,69	2,00	2,03
Inne	18,10	8,56	2,26	2,93	1,70	0,69	1,64	0,00	0,32

Źródło: Opracowanie własne.

Przy analizie omówionych wcześniej czynników kształtujących poziom kosztów posłużono się danymi z branż ogólnospożywczej i odzieżowej. Porównano proste wskaźniki struktury, a także wskaźniki skumulowane (tab. 2). Z analizy tej wynika, iż koszty transportu, reklamy, amortyzacji, odsetki od kredytów oraz grupy kosztów pozostałych mają niewielki udział procentowy w kosztach ogółem sklepu (średnio około 25% kosztów ogółem), natomiast koszty osobowe, rzeczowe[23] oraz najmu sklepu mają stosunkowo wysoki udział procentowy w kosztach ogółem (średnio około 75% kosztów ogółem). Blisko 50% kosztów ogółem sklepu to koszty osobowe. W związku z powyższym uznano za niecelowe ukazywanie wpływu tych czynników na koszty transportu, amortyzacji, odsetek od kredytów i pozostałych kosztów. Ze względu na walor poznawczy omawiane będą natomiast koszty reklamy.

Tabela 2

Struktura kosztów w sklepach branży ogólnospożywczej i odzieżowej

Koszty według rodzaju	Branża ogólnospożywcza		Branża odzieżowa	
	struktura kosztów w %	wskaźnik skumulowany	struktura kosztów w %	wskaźnik skumulowany
Koszty osobowe	45,90	45,90	41,36	41,36
Koszty najmu	15,88	61,78	22,03	63,39
Koszty rzeczowe	15,80	77,58	11,04	74,43
Koszty transportu	5,38	82,96	4,68	79,11
Pozostałe koszty	5,05	88,01	8,21	87,32
Koszty reklamy	5,05	93,06	1,91	89,23
Odsetki od kredytów	4,02	97,08	5,83	95,06
Koszty amortyzacji	3,92	100,00	4,94	100,00

Źródło: Opracowanie własne.

W prowadzonej analizie, dotyczącej wpływu omawianych czynników na poziom kosztów w placówkach handlowych branży ogólnospożywczej i odzieżowej, można wskazać na następujące zależności:

1) Sklepy branży odzieżowej (w odróżnieniu od jednostek handlowych branży ogólnospożywczej) charakteryzuje silna zależność pomiędzy wskaźnikiem kosztów ogółem a wielkością miejscowości, w której prowadzą działalność handlową (tab. 3). Można zaobserwować, że wraz ze wzrostem wielkości miasta (mierzonej liczbą ludności) rośnie udział kosztów ogółem w procencie do sprzedaży, co świadczy o stosunkowo wyższej kosztochłon-

23 W prowadzonych badaniach zastosowano umowne określenie kosztów rzeczowych.

Tabela 3

Wybrane rodzaje kosztów w zależności od wielkości miejscowości, w której znajduje się sklep (w % do sprzedaży)

Wielkość miejscowości	Koszty ogółem		Koszty osobowe		Koszty rzeczowe		Koszty najmu		Koszty reklamy	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Wieś	10,20	0,00	4,81	0,00	2,21	0,00	0,92	0,00	0,11	0,00
Miasto do 20 000 ludności	10,63	18,59	5,06	10,59	1,65	2,56	1,18	2,20	0,09	0,59
Miasto 20 001--50 000 ludności	12,70	20,74	6,66	5,09	2,06	1,68	1,84	5,96	0,05	0,10
Miasto 50 001--100 000 ludności	10,44	20,90	5,06	9,18	1,55	1,63	2,37	3,59	0,05	0,80
Miasto 100 001--200 000 ludności	13,69	22,17	7,42	8,13	2,28	2,26	2,28	5,66	0,09	0,25
Miasto 200 001--500 000 ludności	10,80	22,69	4,29	9,28	2,63	4,02	2,63	5,43	0,08	0,37
Miasto powyżej 500 001	14,34	25,26	6,10	13,76	3,62	2,64	3,62	9,21	6,29	0,55

1 – branża ogólnospożywcza; 2 – branża odzieżowa.

Źródło: Opracowanie własne.

ności tych placówek. Również wraz ze wzrostem liczby ludności w mieście rośnie udział kosztów poniesionych na najem lokalu przez sklepy odzieżowe. Sklepy ogólnospożywcze charakteryzują się stosunkowo wysokim względnym poziomem kosztów ogółem w miastach o liczbie ludności 100-200 tys. i ponad 500 tys. ludności. Także w miastach powyżej 500 tys. ludności obserwuje się znaczny udział kosztów poniesionych na reklamę (wskaźnik względny poziomu kosztów reklamy w branży spożywczej). Podobnie jak w sklepach branży odzieżowej, również w sklepach ogólnospożywczych wyraźny jest wyższy względny poziom kosztów najmu w jednostkach istniejących w dużych miastach.

2) Sklepy branży spożywczej zlokalizowane w śródmieściu (boczna ulica) i w pobliżu dworca PKS, PKP oraz sklepy odzieżowe umiejscowione na osiedlach mieszkaniowych i w śródmieściu (boczna ulica) charakteryzują się stosunkowo wysokim wskaźnikiem względnym kosztów ogółem (odchylenie od średniej arytmetycznej o około 20%) (tab. 4). Rozpatrując pozostałe wskaźniki względne poszczególnych rodzajów kosztów, należy wskazać na wysoką kosztochłonność sklepów obu branż zlokalizowanych w śródmieściu (boczna ulica), w pobliżu dworca (PKS, PKP) oraz na osiedlach mieszkaniowych. Wyniki te zgodne są z tezą, że poziom kosztów zależy od lokalizacji, stopnia uzbrojenia terenu, dostępności do placówek handlowych oraz rozmieszczenia sieci handlu detalicznego.

Tabela 4

Wybrane rodzaje kosztów w zależności od lokalizacji sklepu

(w % do sprzedaży)

Lokalizacja	Koszty ogółem		Koszty osobowe		Koszty rzeczowe		Koszty najmu		Koszty reklamy	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Śródmieście (główna ulica)	12,30	20,76	5,78	8,40	1,95	2,72	2,16	3,42	2,36	0,40
Śródmieście (boczna ulica)	14,01	24,08	6,80	8,89	2,38	2,47	2,27	7,21	0,09	0,79
W pobliżu dworca (PKP, PKS)	14,75	18,28	7,36	11,63	3,06	2,78	1,62	4,90	0,13	0,20
Przedmieście	11,04	17,63	7,28	5,93	1,09	1,69	1,14	2,10	0,03	0,08
Osiedle mieszkaniowe	11,09	25,11	5,05	12,25	2,00	2,23	2,36	7,22	0,06	0,11
Wieś	10,20	0,00	4,81	0,00	2,21	0,00	0,92	0,00	0,11	0,00

1 – branża ogólnospożywcza; 2 – branża odzieżowa.

Źródło: Opracowanie własne.

3) Sklepy branży odzieżowej zajmujące powierzchnię użytkową ogółem od 201 do 300 m^2 i sklepy ogólnospożywcze o powierzchni użytkowej powyżej 1000 m^2 charakteryzują się stosunkowo wysokim wskaźnikiem względnym kosztów ogółem (odchylenie od średniej arytmetycznej o około 25%), co świadczy o relatywnie niższym wykorzystaniu powierzchni użytkowej w stosunku do pozostałych sklepów (tab. 5). Rozpatrując pozostałe wskaźniki względne kosztów można stwierdzić, że sklepy branży odzieżowej o powierzchni użytkowej 101-300 m^2, w odróżnieniu od placówek o powierzchni

Tabela 5

Wybrane rodzaje kosztów w zależności od powierzchni użytkowej sklepu
(w % do sprzedaży)

Powierzchnia użytkowa ogółem (w m^2)	Koszty ogółem		Koszty osobowe		Koszty rzeczowe		Koszty najmu		Koszty reklamy	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Do 50	11,79	19,45	6,81	9,48	1,71	2,60	0,85	1,14	0,09	0,42
51-100	11,29	19,33	6,68	8,40	1,66	1,40	0,78	4,67	0,01	0,50
101-200	12,45	18,50	5,63	8,19	2,33	2,37	2,54	4,87	0,06	0,22
201-300	12,46	31,57	5,26	12,23	1,98	4,86	2,73	4,64	1,37	1,13
301-400	10,30	27,35	4,77	11,29	1,43	4,67	2,28	9,03	1,11	0,90
401-1000	11,49	23,65	5,53	9,78	2,41	3,05	2,33	8,47	1,09	0,80
Powyżej 1000	18,54	24,91	8,10	14,93	2,93	2,84	2,12	6,89	0,87	0,75

1 – branża ogólnospożywcza; 2 – branża odzieżowa.

Źródło: Opracowanie własne.

użytkowej 51-100 m^2, wykazują wysoką kosztochłonność. Sklepy ogólnospożywcze zajmujące powierzchnię powyżej 1000 m^2 charakteryzują się wysokimi kosztami osobowymi i rzeczowymi, a sklepy o powierzchni użytkowej 201-300 m^2 wysokimi kosztami najmu i reklamy.

Otrzymane w wyniku przeprowadzonych badań wskaźniki względne kosztów w zależności od czynnika kształtującego poziom kosztów, jakim jest powierzchnia użytkowa ogółem, mogą wskazywać na słuszność tezy, że poziom kosztów uwarunkowany jest tak wielkością powierzchni, jak i branży, w jakiej jest prowadzona działalność, przy nienależytym wykorzystaniu zatrudnionych osób, środków i przedmiotów pracy.

4) Słuszność powyższej tezy potwierdzają również wynik badań przeprowadzonych przy uwzględnieniu czynnika – powierzchni sali sprzedażowej (tab. 6), gdzie obserwuje się także zróżnicowanie poziomu kosztów w zależności od wielkości tego czynnika. W sklepach branży odzieżowej o powierzchni 51-100 m^2 i placówkach branży ogólnospożywczej o powierzchni 301-400 m^2 zanotowano najniższe wskaźniki względne kosztów ogółem, w przeciwieństwie do placówek o powierzchni ponad 1000 m^2 (w przypadku obu branż).

W zależności od wzrostu liczby osób zatrudnionych w sklepach obu branż, rosną wielkości wskaźników względnych kosztów ogółem i kosztów rzeczowych (tab. 7). Pozwala to na wnioskowanie o nienależytym wykorzystaniu siły roboczej w sklepach zatrudniających większą liczbę pracowników.

Tabela 6

Wybrane rodzaje kosztów w zależności od powierzchni sali sprzedażowej (w % do sprzedaży)

Powierzchnia użytkowa sali ogółem (w m^2)	Koszty osobowe		Koszty ogółem		Koszty rzeczowe		Koszty najmu		Koszty reklamy	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
Do 50	10,99	22,12	6,44	10,47	1,72	1,88	0,85	3,55	0,05	0,75
51-100	11,59	17,25	5,19	7,40	1,62	1,83	3,01	5,10	0,03	0,16
101-200	13,10	24,08	5,79	7,82	2,58	2,98	2,15	3,96	0,09	0,56
201-300	11,63	26,30	5,32	11,38	1,90	4,94	2,05	7,37	2,16	0,39
301-400	9,40	28,18	4,46	16,99	1,10	4,21	2,18	8,98	1,11	0,00
401-1000	12,63	21,74	6,33	12,02	2,36	3,21	2,71	3,41	0,15	0,36
Powyżej 1000	18,46	28,64	7,82	10,96	2,96	3,32	0,35	2,82	0,44	0,31

1 – branża ogólnospożywcza; 2 – branża odzieżowa.

Źródło: Opracowanie własne.

W przeprowadzonych badaniach ze względu na niemierzalność nie przeprowadzono analizy takich czynników (zależnych od sklepu) wpływających na poziom kosztów, jak:

– poziom zaopatrzenia sklepu w towary, w tym jego trafność asortymentową pod względem jakości, ceny i czasu dostawy,

Tabela 7

Wybrane rodzaje kosztów w zależności od liczby osób pracujących w sklepie (w % do sprzedaży)

Zatrudnienie	Koszty ogółem		Koszty osobowe		Koszty rzeczowe		Koszty najmu		Koszty reklamy	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
1 osoba	10,47	17,35	6,53	8,26	1,78	1,90	1,28	1,37	0,10	0,36
2-3 osoby	11,31	18,83	6,31	10,10	1,65	1,49	1,27	5,64	0,04	0,53
4-5 osób	12,70	23,52	6,15	9,42	1,69	2,15	2,40	5,09	0,02	0,22
6-10 osób	11,85	23,99	5,23	10,13	2,16	2,70	2,37	4,11	0,09	0,49
11-20 osób	11,26	25,98	5,54	11,46	2,00	3,44	1,71	7,71	1,75	0,45
21-50 osób	14,12	29,98	7,49	12,05	2,55	3,42	1,73	6,86	0,05	0,21
Powyżej 50 osób	17,85	34,57	7,53	9,80	3,07	3,68	1,03	0,00	0,33	0,62

1 – branża ogólnospożywcza; 2 – branża odzieżowa.

Źródło: Opracowanie własne.

– wyposażenie sklepu,
– wielkość braków towarowych.

Wiele przedsiębiorstw handlowych napotyka obecnie barierę popytu, która w zasadniczy sposób zmienia relacje efektywnościowe zachodzące między tempem wzrostu obrotu, kosztami i wynikiem finansowym.