Barbara FURMANOWSKA

KSZTAŁTOWANIE ZAKUPU JAKO PRZESŁANKA EFEKTYWNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA HANDLOWEGO

Handel, w odczuciu społecznym, cechuje się niską efektywnością. Trudno stwierdzić, czy tak jest w istocie, bowiem efektywność handlu jest wielkością, której mierzenie nie jest łatwe, nie należy przy tym zapominać, że można mówić o efektywności w aspekcie ekonomicznym i społecznym.

Tutaj podjęto ten problem w odniesieniu do skali mikro, czyli do przedsiębiorstwa handlowego. Celem artykułu jest próba przeanalizowania możliwości oddziaływania na efektywność przedsiębiorstwa poprzez kształtowanie zakupu. Zakup jest traktowany jako funkcja służebna wobec funkcji sprzedaży i definiowany jako zagwarantowanie dostaw towarów w sposób zapewniający sprawny przebieg procesu sprzedaży, określający przyszłą strukturę usługi pełnego asortymentu oraz innych usług występujących łącznie z ofertą towarów[1]. Można przyjąć założenie, że takie, a nie inne kształtowanie zakupu w istotny sposób wpływa na sytuację ekonomiczno-finansową przedsiębiorstwa, na jego efektywność.

Pojęcie efektywności jest w literaturze różnorodnie definiowane. W ujęciu prakseologicznym utożsamia się efektywność ekonomiczną ze sprawnością ekonomiczną i wyjaśnia się ją jako zdolność jednostki gospodarczej do wytwarzania w danym czasie i przy pomocy danych sił wytwórczych określonej ilości dóbr i usług zapewniających zaspokojenie potrzeb odbiorcy. Efektywność ekonomiczna charakteryzuje się dwiema zasadniczymi i nierozłącznym cechami: szybkością i celowością działania[2]. Jest to określenie dosyć ogólne, ale znamiennym jest, że ma ono charakter wartościujący, stwierdza bowiem, że efektywność jest pozytywnym, pożądanym walorem działania. W nieco zbliżonym nurcie znajduje się wyjaśnienie efektywności podane przez T. N. Beckmana, N. H. Engle'a i R. D. Bruzzella[3]. Rozróżniają oni pojęcia produktywności i efektywności. Przez produktywność rozumieją stosunek dochodu do odpowiadającego mu nakładu środków. Za dochód uważają rezultat w formie dóbr fizycznych i usług o pewnej wartości rynkowej, za nakład — czynniki wytwórcze zużyte w celu otrzymania dochodu. Przez efektywność rozumieją produktywność porównaną z optimum możliwym do osiągnięcia w danych warunkach (o ile produktywność może być zilustrowana za pomocą wielkości mierzalnych, o tyle poziom efektywności może być przedsta-

[1] M. Brojerski, B. Pilarczyk, Ekonomika przedsiębiorstw handlowych. Skrypty uczelniane AE nr 242. Poznań 178, s. 39.

[2] Mała encyklopedia ekonomiczna. Warszawa PWE 1974, s. 185.

[3] T. N. Backman, N. H. Engle. R. D. Bruzzell, Wholesaling. New York 1959, The Ronald Press Company, s. 237-254.

wiony jedynie szacunkowo ze względu na trudność określenia w kategoriach wymiernych owego optimum). Uczynienie z efektywności wielkości względnej pozwala oceniać ją wartościująco — w tym sensie określenie to jest zbliżone do ujęcia prakseologicznego. Interesujące jest także porównanie wyżej podanych definicji z uwagą P. Blaika, który stwierdza, że kategoria efektywności handlu ma zarówno rzeczywisty, jak i potencjalny wymiar i charakter. Oznacza to, że w kompleksowym rachunku nie chodzi tylko o badanie efektywności rzeczywistej, polegającej na ocenie relacji nakładów i efektów, ale również o rozpoznanie efektywności potencjalnej i porównanie jej z efektywnością rzeczywistą systemu handlu (co można odnieść także do przedsiębiorstwa handlowego)[4]. Takie ujęcie problemu stawia to określenie w nurcie wartościującym.

Powszechne w polskiej literaturze ekonomicznej[5] jest rozumienie nie odnoszące relacji efektów do nakładów do żadnej innej wielkości, stwierdzające, że efektywność jest to stosunek efektu do zaangażowanych lub wykorzystanych środków[6]. Powyższe pojęcie efektywności zostało przyjęte w artykule.

Niemniej jednak, efektywność przedsiębiorstwa handlowego nie jest kategorią prostą, może bowiem okazać się, że przedsiębiorstwo osiągające dobre (w sensie wskaźników wartościowych) wyniki finansowe, jest nieefektywne z punktu widzenia nabywców, nie gwarantując np. zadowalającego poziomu obsługi. Toteż na efektywność przedsiębiorstwa handlowego w ogóle, składa się jego efektywność ekonomiczna (rozumiana jako relacja efektów do kosztów danej jednostki handlowej) oraz efektywność społeczna (pojmowana jako relacja, nie zawsze mająca wyraz ilościowy, efektów i kosztów — w szerokim znaczeniu — wszystkich partnerów przedsiębiorstwa handlowego, a przede wszystkim nabywców indywidualnych[7]. Najprościej byłoby założyć, że osiągnięcie efektywności społecznej jest możliwe poprzez zapewnienie sobie efektywności ekonomicznej. Spełnienie tego postulatu uwarunkowane jest stanem rynku charakteryzującym się równowagą, oraz odpowiednim systemem zarządzania. Realia gospodarki polskiej dalekie są jednak od powyższych założeń. Prowadząc więc dalsze rozważania trzeba mieć na względzie tę dwoistość efektywności.

W artykule tym podjęto próbę określenia sposobów oddziaływania na efektywność poprzez odpowiednio prowadzony zakup. Przez taki zakup rozumieć się będzie działalność, gdzie decyzje podejmowane są na podstawie wyników rachunku ekonomicznego. Rachunek jest pojęciem rozmaicie definiowanym, zarówno w praktyce gospodarczej, jak i w literaturze ekonomicznej. Praktyka z reguły przyjmuje definicje formułowane w aktach normatywnych[8]. W literaturze przedmiotu, zaś występują definicje dające się podzielić na trzy zasadnicze grupy:

---

[4] Por. P. B l a i k, Podstawowe uwarunkowania i czynniki determinujące efektywność społeczno-ekonomiczną handlu. W: Uwarunkowania i kierunki aktywizacji handlu i usług. Część I: Uwarunkowania zewnętrzne. Materiały na ogólnopolską konferencję Instytutów i Katedr, Łódź, 1988, str. 49.

[5] Takie stanowisko prezentują m.in. Z. Z a k r z e w s k i, P. B l a i k, Z. K o s s u t, A. M e l i c h.

[6] E. B u d z i c h, R. G ł o w a c k i, Rachunek ekonomiczny w przedsiębiorstwie handlowym. Warszawa PWE. 1976, s. 31.

[7] Por. P. B l a i k, op. cit., s. 47.

[8] Uchwała nr 224 Rady Ministrów z 29.07.1964 (MP nr 55, poz. 260).

1. Poglądy, według których każdy układ gospodarczy dąży do racjonalizacji swego działania i to dążenie nazywa się rachunkiem ekonomicznym;
2. Rachunkiem ekonomicznym jest wszelkie liczenie w działalności gospodarczej;
3. Definicje ograniczające rachunek do liczenia rentowności[9].

Jak widać sposoby rozumienia rachunku ekonomicznego są zróżnicowane: obok ujęć dość mechanicznych, występują takie, które ujmują istotę badanego zjawiska, ale czynią to w sposób ogólny. Definicja przyjęta na potrzeby artykułu (za Bosiakowskim) nawiązuje do tego nurtu rozumienia rachunku ekonomicznego, według którego jest to dążenie do racjonalizacji gospodarowania (co przyjmuje się za najważniejszą cechę postępowania w rachunku ekonomicznym), precyzuje jednakże na czym dążenie to polega: na wyborze najlepszej w danych warunkach tj. optymalnej decyzji gospodarczej spośród wielu różniących się od siebie rozwiązań[10].

Przyjmuje się założenie, że rachunek ekonomiczny jest narzędziem umożliwiającym wybór optymalnego wariantu działania także w dziedzinie zakupu.

Podstawowe cechy zakupu, które należy określić przed podjęciem decyzji, to: wielkość masy towarowej, którą przedsiębiorstwo chce kupić, jej rozdzaj oraz dostawca. Kluczowym zagadnieniem jest wybór dostawcy, pozostałe elementy są silnie uwarunkowane wewnętrznie. Decyzja o tym, ile kupić zapada w trakcie opracowywania planu handlowo — finansowego, w którym określona jest przede wszystkim wielkość sprzedaży konieczna do zrealizowania określonej sumy marż niezbędnej do wypracowania nadwyżki dochodów nad kosztami. To zaś, co kupić wynika ze specjalizacji branżowej przedsiębiorstwa handlowego. W grę wchodzi więc przede wszystkim określenie od kogo kupić oraz, jako przedmiot odrębnego rachunku, wielkość pojedynczej partii dostaw. Analizując możliwości stosowania rachunku ekonomicznego w dziedzinie zakupu, należy prześledzić wszystkie elementy rachunku oraz nadać im interpretację, stosownie do rozpatrywanego problemu. Wyróżnia się następujące elementy rachunku;

— warunki działania,
— kryterium wyboru,
— nakłady i efekty,
— metody rachunku.

Biorąc pod uwagę warunki działania, trzeba wydzielić dwie grupy tych warunków: zewnętrzne i wewnętrzne. Jeśli chodzi o zakup — a ściślej — wybór dostawcy, decydującą rolę odgrywają uwarunkowanie zewnętrzne, które należy rozumieć głównie jako przepisy prawne regulujące stosunki między podmiotami gospodarczymi. Konieczne staje się określenie zakresu swobody nawiązywania kontaktów umownych w kraju i za granicą. Do warunków zewnętrznych należy także istnienie określonych źródeł zakupu. Jeśli bowiem okaże się, że krąg potencjalnych partnerów przedsiębiorstwa handlowego sprowadza się do jednego dostawcy danych towarów, problem wyboru dostawcy zostaje rozstrzygnięty bez

[9] M. Brojerski, Materiały pomocnicze z ekonomiki przedsiębiorstwa handlowego. Skrypty uczelniane AE nr 352. Poznań 1986, s. 38.
[10] Z. Bosiakowski, Rachunek ekonomiczny w spółdzielczości pracy. Warszawa PWE 1970, s. 9.

przeprowadzania rachunku ekonomicznego. Wśród zewnętrznych warunków działania wyróżnić trzeba także istnienie wszelkiego rodzaju rozdzielników, limitów oraz obowiązkowego pośrednictwa, a także wszelkie dane dotyczące wartości takich składników kosztów jak ceny usług transportowych, bankowych, opłaty za dzierżawę (np. magazynów), odsetki bankowe, taryfy, stawki oprocentowania, różnego rodzaju opłaty i ceny. Do warunków wewnętrznych odgrywających znaczącą rolę przy przeprowadzaniu rachunku ekonomicznego w dziedzinie zakupu zaliczyć należy możliwości finansowe przedsiębiostwa, wielkość powierzchni magazynowej pozostającej do dyspozycji, posiadane środki transportowe.

Przechodząc do kryterium wyboru, należałoby, po pierwsze, określić wymogi co do tego, jak funkcja celu powinna być sformułowana. Rolę kryterium wyboru pełni ta wielkość, określająca efekt przedsięwzięcia, którą chce się maksymalizować, albo ta wielkość, określająca wybrany rodzaj kosztu, którą zamierza się minimalizować. Musi być kategorią możliwą do obliczenia nie tylko w skali przedsiębiorstwa, ale także w skali poszczególnych przedsięwzięć gospodarczych — przynajmniej w przybliżeniu. Z istoty rachunku ekonomicznego wynika wreszcie, że kryterium wyboru musi być sformułowane w sposób zapewniający konfrontację nakładów i efektów. Proponowane w literaturze[11] kryteria mają z reguły taką postać. Najczęściej są to:

— maksymalizacja zysku w kwocie absolutnej, jako różnicy między wartością utargu a kosztami (tzw. wielkością towarów w cenie zakupu plus koszty handlowe);

— maksymalizacja marży jako różnicy między utargiem a wartością sprzedanych towarów w cenie zakupu;

— optymalizacja wskaźnika efektywności, jako stosunku efektów do kosztów;

— minimalizacja kosztu przypadającego na jednostkę efektu przedsięwzięcia wyrażonego miernikiem ilościowym.

Przedstawione powyżej funkcje celu są to jedynie propozycje, decyzja, co zostanie uznane za kryterium wyboru podejmowana jest w przedsiębiorstwie. Należy tylko stwierdzić, że możliwości zastosowania większości z nich są dość ograniczone. I tak: maksymalizacja marży nie spełnia w sposób właściwy podstawowego wymogu: nie konfrontuje efektów i kosztów. Porównuje wprawdzie cenę sprzedaży z ceną zakupu, ale o ile utarg (wartość sprzedanych towarów) można potraktować jako efekt, o tyle cena zakupu jest tylko jedną z pozycji nakładów poniesionych przez przedsiębiorstwo na pozyskanie masy towarowej. Dwa następne kryteria, w różny sposób ujmujące tę samą wielkość ekonomiczną, pozostają nienazwane, pojęcia „efekt" i „koszt" nie zostały w nich sprecyzowane, co powoduje, że w takiej postaci nie mogą służyć jako funkcje celu.

Zakłada się, że w obecnym systemie zarządzania podstawowym kryterium wyboru w przedsiębiorstwie jest wielkość zysku. Tak więc, przy ocenie przedsięwzięć odcinkowych trzeba odpowiedzieć na pytanie — w jakiej mierze realizacja danego przedsięwzięcia wpłynie na zwiększenie wielkości zysku. Należy dodać, że przyjęcie takiego kryterium jest znacznym uproszczeniem w stosunku do założeń, według których decyzje podejmowane w oparciu o wyniki rachunku ekonomicznego mają zagwarantować efektywność ekonomiczną i społeczną przedsięwzięć.

[11] E. Budzich, R. Głowacki, op. cit., s. 125.

Jest to jednak uproszczenie konieczne, gdyż efektywność w tym ujęciu nie jest wielkością mierzalną, podobnie jak pozycje wchodzące w skład nakładów i efektów. Efektywność może być kryterium pomocniczym z zaleceniem, aby mieć ją na względzie przy podejmowaniu decyzji, ale funkcja celu musi być sformułowana jednoznacznie i ściśle. Wobec powyższego, jako kryterium wyboru w rachunku ekonomicznym poprzedzającego wybór dostawcy należy przyjąć maksymalizację zysku jako różnicę między wartością uzyskanych marż a kosztami handlowymi.

Analizując następny element rachunku, trzeba wyszczególnić te pozycje, które w rachunku ekonomicznym dotyczącym zakupu wchodzą w skład nakładów i efektów. W dużej mierze przesądza o tym fakt określenia takiej, a nie innej funkcji celu (do obliczeń rachunku potrzebne są określone dane), tak więc tutaj przedstawione zostaną te wielkości, które mają znaczenie z punktu widzenia przyjętego kryterium. Należałoby zatem wyjść od rachunkowej konstrukcji wyniku finansowego. Zysk (albo strata) jest to różnica między zrealizowaną marżą a kosztami handlowymi, skorygowana o saldo zysków i strat nadzwyczajnych, a także rozliczenia z budżetem (dotacje i podatki). Te ostatnie jednak nie będą brane pod uwagę, jako niemożliwe do obliczenia w skali pojedynczego przedsięwzięcia. Jakie zatem pozycje tworzące marżę należy uwzględnić? Są to: ilość towarów, ich cena jednostkowa, wielkość udzielonej marży (w wyrażeniu kwotowym lub procentowym), wartość całej partii w cenie sprzedaży, suma zrealizowanej marży, a także takie elementy jak ewentualnie przyznana przez producenta zryczałtowana kwota na załatwienie reklamacji klientowskich. Natomiast do wielkości wpływających zmniejszająco na zysk zaliczyć trzeba: koszty transportu, za- i wyładunku, magazynowania, koszty wynikające z ubytków w transporcie i innych, koszty takich czynności jak pakowanie, rozważanie, metkowanie, odsetki bankowe, koszty podróży służbowych. Zmniejszająco na zysk obliczony w rachunku ekonomicznym działa także kwota wydzielona w związku z przewidywanym ryzykiem handlowym. Kwestia wyceny ryzyka handlowego jest problemem bardzo szerokim. Konieczne jest tutaj między innymi przeanalizowanie jakiego rodzaju towary mają zostać zakupione. Czy są to towary, na które popyt ma charakter sezonowy, jeśli tak — czy producent zdoła dostarczyć towary w terminie umożliwiającym sprzedaż tych towarów, jak oceniono walory użytkowe tych towarów, czy są one atrakcyjne z punktu widzenia wzornictwa, kolorystyki, zgodności z tendencjami mody i oczekiwaniami nabywców, nowoczesne i funkcjonalne.

Straty i zyski nadzwyczajne w dziedzinie zakupu przyjmują postać przede wszystkim otrzymanych i zapłaconych kar umownych. Przypomnieć należy, że istnieją dwa rodzaje kar umownych. Pierwszy z nich — kary za niewłaściwą jakość towarów, są w obecnym uregulowaniu prawnym obligatoryjne. Przedsiębiorstwo musi wyegzekwować kary umowne, jeśli bowiem tego nie uczyni, jest zobowiązane zapłacić część kary (której nie otrzymało) do budżetu państwa. Takie rozwiązanie ma zabezpieczyć ostatecznych nabywców przed towarami złej jakości. Kary te naliczane są w przedsiębiorstwie przez pracowników działu odbioru jakościowego, niezależnie od działu handlowego. To, z kolei, ma nie dopuścić do wywierania presji przez pracowników zajmujących się zakupem na pracowników odpowiedzialnych

za jakość, aby ci ostatni nie naliczali kar w imię zachowania dobrych stosunków z dostawcami.

Drugi rodzaj kar — kary za niewłaściwe wykonanie umów — naliczany jest przez pracowników działu handlowego i jest, w chwili obecnej, fakultatywny — decyzja o tym, czy domagać się od producenta zapłacenia kar umownych zapada w przedsiębiorstwie (w przeszłości były to także kary obligatoryjne).

Kary umowne — ich kształtowanie się — są ważnym elementem charakterystyki dostawcy, którą każdorazowo trzeba uwzględnić przy rachunku ekonomicznym[12], mimo że nie wszystkie elementy charakterystyki można ująć jako wartości bezpośrednio wpływające na wysokość zysku. Obok kar umownych wymienić należy: dotychczasową współpracę z producentem, jego miejsce wśród innych dostawców danego przedsiębiorstwa handlowego, terminowość dostaw, stopień wadliwości towarów, sposób załatwienia reklamacji, podatność dostawcy na sugestie wysuwane przez handel. Wszystkie przedstawione elementy odgrywają istotną rolę i w rezultacie, obok kalkulacji zysku sporządzonej dla każdego dostawcy oddzielnie, winny one zadecydować o ostatecznym wyborze producenta.

Ostatnim elementem rachunku ekonomicznego są metody rachunku, czyli sposoby dochodzenia do wyodrębnienia wariantu najkorzystniejszego, biorąc pod uwagę kryterium wyboru. Najogólniej rzecz biorąc wyróżnia się dwie grupy metod[13]:

— metody optymalizacyjne, nazywane także metodami programującymi lub matematycznymi;

— metody kalkulacyjne, czyli inaczej metody analityczno-porównawcze.

Metody kalkulacyjne sprowadzają się do konstruowania wielu wariantów sposobów realizacji danego przedsięwzięcia gospodarczego, zestawienia nakładów i wyników odrębnie dla każdego wariantu oraz na odrzuceniu wariantów niekorzystnych i wybraniu wariantu najlepszego z punktu widzenia przyjętego kryterium wyboru.

Metody optymalizacyjne natomiast, polegają na tworzeniu modelu matematycznego, odzwierciedlającego prawidłowości rządzące określonym przedsięwzięciem, wyrażone w postaci: wielkości niezależnych od przedsiębiorstwa (występujących jako zmienne niezależne, inaczej — parametry modelu) i wielkości zależnej od przedsiębiorstwa (stanowiącej w modelu niewiadomą), zwanej zmienną zależną lub zmienną decyzyjną, oraz na poszukiwaniu, na podstawie tego modelu, rozwiązania optymalnego w danych warunkach z punktu widzenia przyjętego kryterium wyboru. Biorąc pod uwagę problem, jakim jest wybór dostawcy towarów oraz założenie przyjęte wcześniej, należy stwierdzić, że metodą, która znajdzie zastosowanie jest metoda kalkulacyjna bilansowa.

Przedstawiona wyżej charakterystyka rachunku ekonomicznego jest odzwierciedleniem teoretycznego podejścia do zagadnienia wyboru dostawcy towarów. Należałoby zastanowić się, jak problem ten jest rozwiązywany w praktyce, jakie są możliwości stosowania rachunku. Analizując działanie przedsiębiorstw handlo-

---

[12] Por. F. M i s i ą g, Rachunek ekonomiczny w dziedzinie zakupu. Warszawa BIHW 1971, s. 101.

[13] M. K l i m a s, Analiza i rachunek ekonomiczny w handlu. Warszawa PWE 1984, s. 22.

wych, dochodzi się do wniosku, że istnieją poważne ograniczenia co do tych możliwości, wynikające głównie z uwarunkowań zewnętrznych. Nie chodzi tutaj o uregulowania prawne, te bowiem w aktualnie obowiązującym kształcie[14] dają stronom dużą swobodę w kształtowaniu stosunków umownych, czyniąc obligatoryjnymi niektóre tylko elementy — są nimi m.in. kary umowne za złą jakość towarów. O wiele poważniejsze bariery wynikają z istniejącej sytuacji rynkowej. Globalny i strukturalny niedobór podaży powoduje, że o daną partię towaru ubiega się wiele przedsiębiorstw handlowych, w związku z czym nie ma możliwości wyboru producenta, gdyż to właśnie producenci wybierają odbiorców. Nie należą do rzadkości sytuacje, że przedsiębiorstwo przemysłowe zrywa kontakty z niewygodnym kontrahentem, z przedsiębiorstwem handlowym, które nalicza mu (zgodnie z prawem) kary umowne. Dodatkowym utrudnieniem jest znaczne zmonopolizowanie sfery produkcji, co powoduje, że nie dokonuje się wyboru dostawcy, gdyż fizycznie istnieje tylko jeden producent określonego towaru. Monopolistyczna pozycja dostawców jest rezultatem kilku przyczyn. Pierwsza z nich wynika ze zdeterminowanych czynnikami technicznymi i ekonomicznymi procesów zachodzących w układzie podmiotowym gospodarki, polegających na koncentracji i specjalizacji produkcji przemysłowej oraz różnicowaniu wyrobów. Korzyści płynące z produkowania długich serii dyktują konieczność tworzenia odpowiednio dużych przedsiębiorstw. Procesy koncentracji i specjalizacji produkcji w gospodarce średniej wielkości, takiej jak gospodarka Polski, powodują jednak nieuchronnie powstawanie monopolistycznych struktur przemysłowych. Istotną rolę odgrywają przyczyny tkwiące w dążeniu dostawców do wzmacniania i utrwalania swej dominującej pozycji, do kontrolowania coraz szerszego zakresu podaży w ramach danej grupy towarowej. Tendencjom tym sprzyja branżowa struktura organizacyjna gospodarki, ukształtowana jeszcze w latach pięćdziesiątych, gdy kraj znajdował się na stosunkowo niskim poziomie rozwoju, a umocniona w latach siedemdziesiątych. W wyniku deficytów, faktycznych lub pozornych (tj. wynikających z niewłaściwego funkcjonowania aparatu obrotu) producenci monopoliści i organizacje zbytu mają sprzyjające warunki do stosowania różnych form „sterowania" sprzedażą, prowadzących do nieformalnego rozdzielnictwa.

Rozpatrując problem ograniczeń możliwości stosowania rachunku nie sposób pominąć zakresu istniejącego rozdzielnictwa. W chwili obecnej ma ono właściwie niewielkie znaczenie (szczególnie jeśli chodzi o towary konsumpcyjne), ale jeszcze w 1986 r. centralnie dzielone były następujące towary: ubiory i okrycia dla dzieci 0-11 lat, tkaniny bawełniane i bawełnopodobne, tkaniny pieluszkowe i pieluszki, artykuły gorseciarskie.

Istnieje oczywiście rozdzielnictwo na szczeblu zrzeszeń przedsiębiorstw handlowych, które dokonuja zakupów w imieniu swoich członków, po czym

[14] Obwieszczenie Przewodniczącego Komisji Planowania przy Radzie Ministrów z dnia 6 grudnia 1986 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu uchwały nr 207 Rady Ministrów z dnia 27 września 1982 r. w sprawie umów sprzedaży oraz umów dostawy między jednostkami gospodarki uspołecznionej (Monitor Polski nr 33 z 1986 poz. 247).

dokonują podziału zakupionej masy towarowej — jest to jedna z form obrony przed monopolistycznymi praktykami producentów, zrzeszenia przedsiębiorstw dysponują bowiem większą siłą przetargową niż pojedyncze przedsiębiorstwo.

Jeśli chodzi o warunki wewnętrzne, poważnym ograniczeniem, dotyczącym wielkości zakupów, jest sytuacja finansowa przedsiębiorstw handlowych. Centrum, chcąc wprowadzić politykę twardego pieniądza, zostosowało ograniczenie co do wysokości kredytów bankowych, z jakich może korzystać przedsiębiorstwo. Takie postępowanie, w odniesieniu do aparatu obrotu, nie jest jednak przejawem twardego ograniczenia budżetowego, ale utrudnieniem w cyrkulacji towarów i pieniędzy.

Podsumowując, należałoby zebrać i uszeregować podstawowe ograniczenia możliwości stosowania rachunku w dziedzinie wyboru dostawcy. Są to:

1) globalny i strukturalny niedobór podaży;

2) duża koncentracja produkcji — często zdarza się, że producent jest jedynym lub jednym z niewielu;

3) daleko posunięta specjalizacja produkcji powodująca, iż mimo że jest wielu producentów i każdy z nich ma szeroki asortyment produkcji, to prawie każdy z wytwórców specjalizuje się w jakimś wyrobie i staje się jego jedynym producentem;

4) ograniczenia administracyjne w postaci wszelkich form centralnego rozdzielnictwa towarów (jest to czynnik właściwie wtórny w stosunku do braku towarów, rozdzielnictwo wprowadza się bowiem między innymi dla obrony najsłabszych przedsiębiorstw handlowych, które inaczej miałyby niewielkie szanse zakupu towarów deficytowych);

5) brak środków finansowych na zakup towarów w poszczególnych przedsiębiorstwach handlowych.

Tak więc, w chwili obecnej, zakres stosowania rachunku ekonomicznego jest w przedsiębiorstwie bardzo ograniczony, także w dziedzinie zakupu. Istniejące warunki sprawiają, że podstawowym celem działania przedsiębiorstwa handlowego jest nie tyle maksymalizacja zysku, czy nawet sprzedaży, co zapewnienie sobie jakiejkolwiek sprzedaży. W imię uzyskania masy towarowej, na którą jest popyt, przedsiębiorsto jest skłonne przystać na warunki mało korzystne dla siebie. Podstawowym wymogiem, którego spełnienie jest konieczne, aby decyzje w dziedzinie zakupu mogły być poprzedzone rachunkiem ekonomicznym, jest zrównoważenie rynku. Bez równowagi, bez konkurencji wśród producentów przedsiębiorstwo nie ma pełnej, rzeczywistej swobody wyboru dostawcy. Tam zaś, gdzie nie ma wyboru, trudno mówić o efektywnym działaniu, które, jeśli ma polegać na optymalizacji relacji nakładów i efektów, musi opierać się na porównywaniu wielu wariantów realizacji celu.

Barbara FURMANOWSKA

Shaping of Purchase as a Premise of Efficiency in a Trade Enterprise

(Summary)

An attempt to determine the possibilities of influencing efficiency of an enterprise through shaping of purchase is undertaken in the article. It is assumed that activities in the field of obtaining goods substantially influence the economic-financial situation of an enterprise and its efficiency. Efficiency is understood as a relation between the effect and the means employed bearing in mind the fact that efficiency of a trade enterprise is not a simple category since it is possible to discuss economic as well as social efficiency. The article emphasises the economic aspect of efficiency.

The main thesis of the article is the following: if activities connected with purchase are to influence efficiency in a favourable way, decisions must be made on the basis of the results of the economic calculus. Analysis of the possibility of applying the economic calculus takes into account all the elements of the calculus and interprets them in relation to the discussed problem.

In the subsequent part of the article the range in which the theoretical assumptions can be applied in the current economic processes is determined and the restrictions which significantly diminish the practical importance of the economic calculus in the field of purchase are distinguished.