Maria SŁAWIŃSKA

UWARUNKOWANIA I SPOSOBY POMIARU EFEKTYWNOŚCI DZIAŁANIA PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH

Jedną z przesłanek wprowadzonych zmian systemowych w gospodarce polskiej jest dążenie do zwiększenia efektywności gospodarowania. Znajduje to swój wyraz zarówno w nadaniu podmiotom gospodarczym większej samodzielności, jak i w przyjęciu za podstawowy miernik oceny działalności przedsiębiorstw osiągniętego wyniku finansowego.

Celem artykułu jest określenie uwarunkowań wzrostu efektywności funkcjonowania handlu oraz wskazanie na sposoby pomiaru efektywności działania przedsiębiorstw handlowych. Podjęcie tego tematu jest uzasadnione brakiem zgodności poglądów w literaturze co do uznawania określonych wielkości za efekty pracy handlu. Złożoność tego zagadnienia wynika z jednej strony z różnego ujmowania zadań i funkcji handlu a z drugiej strony z warunków jego działania.

Pojęcie i istota efektywności handlu

Z punktu widzenia gospodarowania i nauki o nim istotne jest nie samo tworzenie produkcji, realizowanie obrotu czy uzyskiwanie dochodu lecz odniesienie tych wielkości do poniesionych nakładów. W myśl bowiem zasady gospodarności cechującej wszelkie działania w zakresie gospodarki, celem i powodem gospodarowania ograniczonymi środkami zaspokajania potrzeb jest uzyskiwanie pewnej nadwyżki wartości ponad użyte środki, która może służyć zaspokajaniu potrzeb[1].

Pojęcie efektywności wyraża stosunek otrzymanego efektu do poniesionego nakładu. Efekty są to korzyści, rezultaty, wyniki działania, natomiast pod pojęciem nakładów rozumie się wszelkiego rodzaju środki i wydatki ponoszone w celu uzyskania efektów. Występuje ścisła współzależność pomiędzy nakładami a efektami, określony między nimi stosunek ilościowy. Podstawowa konstrukcja pomiaru efektywności polega więc na porównaniu efektów z nakładami. Porównanie to może mieć dwie podstawowe formy: formę relacji E/N lub formę różnicy E – N[2]. Efektywność uznaje się za wyraz i miarę racjonalności gospodarowania. Można założyć, że im bardziej efektywne jest jakieś działanie, tym bardziej racjonalne się ono okazuje. Dążeniom do podnoszenia efektywności gospodarowania nadaje więc tradycyjnie sens dążenia do działania bardziej racjonalnego[3].

[1] D. Taylor, Wstęp do ekonomiki. Cz. II. Czynniki i elementy gospodarcze. Poznań 1938, s. 143.

[2] Por. J. Pajestka, Kryteria efektywności i mierniki efektywności. „Gospodarka Planowa" 1978 nr 6, s. 286.

[3] Z. Sadowski, Zasada racjonalności a społeczna efektywność gospodarowania. „Ekonomista" 1978 nr 5, s. 1128.

Teoria gospodarki rynkowej w dziedzinie racjonalnego gospodarowania zakłada, że wszystkie indywidualne podmioty gospodarcze składające się na system społeczno-gospodarczy działają zgodnie z zasadą racjonalnego gospodarowania[4]. Na tej podstawie dowodzi się, że system jako całość działa również w sposób racjonalny, czyli zgodnie z tą zasadą dokonuje alokacji środków. Dzięki racjonalnemu działaniu jednostek dążących do realizacji swych indywidualnych celów uruchamia się samoregulujący mechanizm rynkowy, który ma zapewnić społeczeństwu optymalną alokację środków oraz optymalny podział rezultatów produkcji[5]

Natomiast jako jedną z podstawowych cech gospodarki planowej przyjmowano dotychczas, że społeczno-gospodarcza racjonalność działalności gospodarczej wymaga podporządkowania celów, do jakich dążą poszczególne przedsiębiorstwa celowi obejmującemu całość społecznego procesu produkcji i dystrybucji. Innymi słowy, wymaga ona koordynacji działaności poszczególnych przedsiębiorstw, integracji ich celów przez wspólny cel całej gospodarki. Obecnie coraz częściej wyrażany jest pogląd, że planowość w kierowaniu gospodarką jest czynnikiem niezbędnym, ale niewystarczającym do zapewnienia jego racjonalności[6]. Zasady funkcjonowania organizacji gospodarczych powinny być tak skonstruowane, aby wyzwalały dążenie do optymalnego wykorzystania zasobów, niezależnie od tego czy plan wszystko przewidział, czy też nie[7]. Oznacza to, że podstawowe reguły systemowe w swej istocie powinny nawiązywać do zasady racjonalnego gospodarowania.

Przechodząc do omówienia problemu efektywności handlu, należy zaznaczyć, że w ramach działalności handlowej ma również zastosowanie zasada racjonalnego działania, a jednym z kryteriów celowości podejmowania tej działalności jest stopień opłacalności. W przypadku gdy pośrednictwo handlu w procesie przekazywania dóbr ze sfery produkcji do konsumpcji nie przynosi wymiernych korzyści ekonomicznych w stosunku do poniesionych nakładów nie powinno mieć ono wówczas miejsca[8].

Nie zawsze jednak w literaturze ekonomicznej zwracano w sposob wyraźny uwagę na kryteria opłacalności działania przy omawianiu istoty efektywności handlu. Przechodząc do przedstawienia poglądów na ten temat, zaznaczyć należy, że jednym z pierwszych ekonomistów, który podjął ten problem w polskiej

---

[4] K. Boczar stwierdza, że podstawową regułą postępowania przedsiębiorstw w warunkach gospodarki towarowo-pieniężnej jest zasada racjonalnego gospodarowania. K. B o c z a r, Efektywność i demokracja w działalności handlu wewnętrznego. „Handel Wewnętrzny" 1982. nr 2 s. 3.

[5] Z. S a d o w s k i, Zasada racjonalności a społeczna efektywność, op. cit., s. 1135.

[6] W. B a k a, Racjonalność a problemy kierowania gospodarką socjalistyczną. W: Kierowanie gospodarcze. Warszawa PWE 1981, s. 16.

[7] W. W i l c z y ń s k i, Makro-i mikroekonomiczne kryteria wyboru oraz problemy ich integracji. „Gospodarka Planowa" 1979 nr 2, s. 108.

[8] Trafnie to ujmuje prawo Schära, które wyjaśnia istnienie organizacji handlowych, a tym samym podział pracy w handlu. To prawo jest sformułowane następująco: samodzielność i możliwość egzystencji każdej jednostki handlowej jest uzależniona od sumy użytecznych i niezbędnych usług, które ona wykonuje w ramach cyrkulacji towarów, ewentualnie, które przez inną jednostkę nie tak samo dobrze i oszczędnie mogą być wykonane. J. Schär, Allgemeine Handelsbetriebslehre, Leipzig 1923. Za: B. T i e t z, Handelsbetrieb. Grundlagen der Unternechmenspolitik München 1985, s. 24.

literaturze powojennej był J. Kurnal. Przyjął on, że nakłady w handlu oznaczają ponoszenie kosztów handlowych (k), a efekty — wykonywanie usług handlowych (u). Pomiędzy nimi istnieje zawsze jakiś określony stosunek ilościowy k/u. Stosunek ten jest zależnością o charakterze funkcjonalnym. Oznacza to, że określone zmiany w nakładach powodują zawsze określone zmiany w efektach u = f(k). Stosunek między nakładami a efektami można najwłaściwiej określić przy pomocy rachunku marginalnego. Stosunek krańcowego efektu do krańcowego nakładu jest miarą efektywności handlu $\Delta u/\Delta k$[9].

Według J. Kurnala usługi handlowe są to czynności wykonywane przez aparat handlowy, które dotyczą bezpośrednio nabywcy, natomiast wszystkie inne operacje handlowe (jak składowanie, odbiór ilościowy, jakościowy analiza rynku) usługami nie są[10]. Już sam fakt wąskiego rozumienia usług, a zatem objęcia pomiarem efektywności wybranych działań handlu świadczy o małej przydatności praktycznej tego ujęcia. Ponadto proponowany współczynnik efektywności handlu nie może być stosowany jako miara efektywności handlu, ponieważ koszty krańcowe usługi handlowej nie mogą być wyodrębnione z ogólnej sumy kosztów.

Innym ze sposobów rozpatrywania efektywności działania handlu jest spojrzenie na zadania handlu poprzez formułę zarządzania[11]. Właściwa formuła zarządzania stwarza podstawy do szybkiego i celowego działania, zaś niewłaściwa formuła utrudnia efektywne działanie handlu. Zdaniem twórcy tej teorii, A. Wakara, nie ma obiektywnej skali pozwalającej mierzyć w sposób syntetyczny poziom dostarczanych usług handlowych. Dlatego też zarządzanie handlem powinno być oparte na bodźcach uznaniowych. Wynika z tego wniosek, że handel kwalifikuje się do zarządzania w sposób scentralizowany. Ta teza spotkała się z polemiką w literaturze. Między innymi Z. Kossut stwierdził, że zysk może spełniać funkcję zastępczej miary efektywności handlu. Inne ujęcie problemu efektywności handlu przedstawia Z. Zakrzewski. Wskazał na rezultaty działania handlu w skali makroekonomicznej. Celem handlu w tym ujęciu jest zaspokojenie popytu ostatecznych odbiorców. Jako podstawowe kryteria, według których można ocenić wywiązywanie się handlu z zadań, przyjęto: kształtowanie struktury rodzajowej towarów, oferowanie towarów w odpowiednim czasie, miejscu, w odpowiedniej ilości, jakości i asortymencie oraz stwarzanie właściwych warunków zakupu. We wskaźnikach efektywności ujęto efekty obrazujące stopień wywiązania się handlu z tych funkcji oraz koszty z nimi związane. Koncepcja ta ma głównie charakter teoretyczny. Nie znajduje zastosowania w praktyce z uwagi na trudność wyliczenia efektów i kosztów poszczególnych funkcji[12].

A. Klimas wyraził pogląd, że z uwagi na to, że efektywność ekonomiczna handlu określana przez porównywanie obrotów, marż i kosztów nie wyraża w pełni funkcji wykonywanych przez handel, celowe jest spojrzenie na efektywność handlu jako na:

---

[9] J. K u r n a l, O problemie efektywności handlu. „Handel Wewnętrzny" 1958. nr 2, s. 4-5.

[10] J. K u r n a l, Zasady gospodarowania usługami handlowymi w polskim modelu gospodarczym. Warszawa SGPiS 1959, s. 8.

[11] Teoria handlu socjalistycznego. Pr. zbior. pod red. A. Wakara. Warszawa PWN 1966, s. 130-138.

[12] Z. Z a k r z e w s k i, Rola i funkcje handlu wewnętrznego. Warszawa PWE 1977, s. 279.

— rachunek rzeczowej efektywności usług handlowych, tj. różnorodnych zabiegów zmierzających do zaspokojenia potrzeb ostatecznych odbiorców towarów;

— ocenę pośrednich skutków pracy handlu z punktu widzenia potrzeb i kierunków rozwoju gospodarki narodowej jako całości[13]. P. Blaik wskazał na potrzebę kompleksowego badania problemu efektywności nie tylko w skali handlu, lecz także w zakresie całego obrotu towarowego[14]. Jego zdaniem analiza i ocena efektywności wymaga uwzględnienia nie tylko relacji między nakładami i efektami, ale także relacji między celami a osiągniętymi efektami oraz między celami a zaangażowanymi i zużytymi nakładami[15].

Najszersze w naszej literaturze ujęcie problemu mierzenia efektywności w skali przedsiębiorstwa handlowego zawiera praca E. Budzicha i R. Głowackiego. Słusznie w tej pracy stwierdzono, że w skali przedsiębiorstwa ważne są zjawiska mierzalne oraz kategorie ekonomiczne, które zgodnie z faktycznie obowiązującymi sposobami liczenia można przedstawić ilościowo[16].

Kończąc ramowy przegląd różnych podejść do problemu efektywności handlu, wskazać należy na to, iż wielu Autorów dostrzega pewną trudność w jego badaniu wynikającą z konieczności równoczesnego uwzględnienia kryteriów społecznych i ekonomicznych[17]. Efektywność społeczno-ekonomiczna handlu wewnętrznego jest pojęciem zbiorczym, obejmującym różne punkty widzenia i zakresy. Wyraża się ona w dążeniu do realizacji możliwie największej wartości użytkowej towarów, przy najbardziej racjonalnych w danych warunkach rozmiarach nakładów pracy społecznej: Pomiar i ocena społeczno-ekonomicznej efektywności handlu okazują się bardzo złożone w świetle wymagań metodologicznych sprowadzających się do dwóch warunków: zarówno rezultaty pracy handlu jak i nakłady muszą być mierzalne oraz wyrażone w jednostkach jednorodnych. Ponadto relacje między efektywnością ekonomiczną i społeczną zależą od warunków, w jakich przedsiębiorstwa handlowe funkcjonują. One rzutują bowiem na osiąganą efektywność działań zarówno w aspekcie ekonomicznym, jak i społecznym.

Uwarunkowania efektywności funkcjonowania przedsiębiorstw handlowych

W analizie efektywności handlu niezbędne jest uwzględnienie podstawowych uwarunkowań, które kształtują jego działalność. Do nich zaliczyć można:

— sytuację rynkową zarówno po stronie rynku zakupu, jak i rynku sprzedaży;

— system kierowania gospodarką;

— strukturę organizacyjną gospodarki.

---

13 M. K l i m a s, Analiza i rachunek ekonomiczny w handlu. Warszawa PWE. 1984, s. 60.

14 Por. P. B l a i k, Podstawy rachunku efektywności obrotu towarowego. Opole WSP 1987.

15 P. B l a i k, O potrzebie makroekonomicznej analizy efektywności obrotu towarowego, Handel Wewnętrzny 1986. Nr 4/5, s. 3.

16 E. Budzich, R. Głowacki, Rachunek ekonomiczny w przedsiębiorstwie handlowym. Warszawa PWE 1976, s. 31.

17 Por. J. D i e t l, Efektywność handlu jako działu gospodarki narodowej. Poznań 1975, s. 2 (praca nie publikowana).

Sytuacja rynkowa stanowi istotne uwarunkowanie działalności przedsiębiorstw handlowych, ponieważ mogą one podejmować racjonalne decyzje tylko wówczas, gdy istnieje możliwość nabycia towarów w takim rozmiarze, w jakim jest to niezbędne z punktu widzenia przyjętego celu działania. Fakt, że przedsiębiorstwa handlowe jako pośrednicy w wymianie działają w określonym otoczeniu rynkowym powoduje, że ich działalności towarzyszy duże ryzyko. Wynika ono głównie z trudności rozpoznania popytu nabywców jak też czynników go kształtujących[18]. Im rynek jest bardziej zrównoważony tym w większym stopniu efekty pracy handlu są uzależnione od trafności rozpoznania popytu i dostosowania do niego oferowanej podaży. Z kolei występowanie znacznego stopnia niezaspokojenia efektywnego popytu utrudnia, a niekiedy nawet uniemożliwia, analizę działania handlu w kategoriach efektywnościowych. Wówczas ani wielkość zrealizowanej sprzedaży, ani osiągnięty zysk czy też udział w całkowitej podaży nie obrazują w pełni efektów pracy handlu z punktu widzenia celów jego działalności. Obserwacja praktyki gospodarczej dostarcza wiele przykładów na to, że nierównowaga rynku nie wpływa na obniżenie efektywności ekonomicznej zarówno przedsiębiorstw handlowych, jak i handlu jako działu gospodarki narodowej. Mimo niedostatecznej podaży towarów w stosunku do popytu i w związku z tym niezaspokojenia potrzeb nabywców handel osiąga nadwyżkę przychodów nad kosztami[19]. Skwantyfikowany, syntetyczny rachunek efektywności posiada więc ograniczoną wartość poznawczą w sytuacji, gdy przedsiębiorstwa nie dysoponują dostateczną swobodą w zakresie kombinacji czynników wytwórczych i nie mają podstaw do stosowania rachunku ekonomicznego. Pozwala jedynie na opis badanych zjawisk, ale nie daje podstaw dla ich oceny[20]. Równowaga rynkowa, czy szerzej gospodarcza, jest zatem niezbędnym warunkiem zbliżenia efektywności ekonomicznej z oceną pracy handlu przez ostatecznych nabywców.

Kolejnym istotnym uwarunkowaniem efektywności handlu jest system kierowania gospodarką. Określa on między innymi sposób ustalania zadań gospodarczych, zakres samodzielności decyzyjnej przedsiębiorstw, zasady kształtowania podstawowych instrumentów ekonomicznych w tym cen i marż. W zależności zatem od obowiązującego systemu kierowania przedsiębiorstwo może być traktowane jako podmiot gospodarczy lub jako jednostka wykonawcza. W pierwszym przypadku określa ono samo cele swojej działalności, w drugim realizuje cele dane z zewnątrz. W warunkach wdrażanej reformy gospodarczej przedsiębiorstwa mają zagwarantowaną prawnie możliwość samodzielnego określania przedmiotu i celów swej działalności. Ustawowe zabezpieczenie samodzielności jednostek gospodarczych stało się konieczne, ponieważ dotychczasowy sposób funkcjonowania

18 Zwraca na to uwagę B. T i e t z, Handelsbetrieb, op. cit., s. 1048.

19 Np. Wynik finansowy osiągnięty przez handel zwiększył się w latach 1985-1987 o 125,4%. Jego stosunek do obrotu kształtował się w 1985 roku na poziomie 1,57% a w 1987 – 2,20%. Por. Rocznik Statystyczny GUS, 1988 r., tab. 6/544.

20 Zdaniem E. Budzicha nierównowaga rynku i monopolistyczna pozycja przedsiębiorstwa handlowego stanowią warunki nie sprzyjające stosowaniu kryteriów ekonomicznych dla oceny sprawności przedsiębiorstw handlowych. E. B u d z i c h, Mierniki oceny przedsiębiorstwa handlowego w aktualnej sytuacji rynkowej. „Handel Wewnętrzny" 1982 nr 1/2, s. 15.

gospodarki socjalistycznej nie stwarzał przesłanek do prowadzenia racjonalnej działalności w skali mikroekonomicznej. Brak było rozwiązań systemowych w zakresie kryteriów oceny i motywacji, które by zmuszały jednostki gospodarcze do efektywnego działania[21].

Na efektywność handlu wpływa także struktura organizacyjna gospodarki. Może ona stwarzać większe lub mniejsze szanse wyboru dostawcy towarów przedsiębiorstwom handlowym. Zależy to od liczby uczestników rynku w poszczególnych jego segmentach. Istnienie wielu podmiotów gospodarczych zajmujących się tą samą działalnością stanowi podstawowy warunek wystąpienią mechanizmu konkurencji, który może z kolei wpływać na wzrost efektywności ekonomicznej. W przypadku gdy określone przedsiębiorstwo jest na danym rynku wyłącznym uczestnikiem po stronie podaży może ono dążyć do maksymalizacji zysku w drodze kształtowania oferty najbardziej korzystnej ze swego punktu widzenia, ale nie zawsze odpowiedniej dla nabywców. Zjawisko konkurencji w gospodarce (przy założeniu rynku nabywcy) sprawia więc, że zysk staje się nie tylko miernikiem efektywności ekonomicznej, ale również pośrednim wskaźnikiem poziomu świadczonych usług.

Za podstawowe warunki wzrostu efektywności działania przedsiębiorstw handlowych należy uznać:

— możliwość swobodnego doboru czynników wytwórczych: zatrudnienia, bazy materialno-technicznej, a także towarów jako przedmiotu obrotu;

— istnienie wielu uczestników rynku na każdym szczeblu obrotu prowadzących tę samą działalność;

— powiązanie systemu zasilania i pobudzania z wynikiem finansowym.

Sposoby pomiaru efektywności działania przedsiębiorstw handlowych

Cele stawiane przed handlem jako działem gospodarki narodowej mogą być wypełniane tylko przez właściwą w sensie ekonomicznym działalność przedsiębiorstw kształtujących efekty i ponoszących nakłady, czyli przez uzyskiwaną efektywność w skali mikroekonomicznej[22]. Zamiennie z pojęciem efektywność używa się w odniesieniu do przedsiębiorstw pojęcie rentowność w rozumieniu osiągnania z działalności gospodarczej nadwyżek dochodów nad kosztami jej prowadzenia[23].

---

21 Zdaniem J. Pajestki nie może być pełnej racjonalności makroekonomicznej, jeżeli nie jest ona oparta na racjonalności mikroekonomicznej – nie może dobrze działać całość, jeżeli nie działają dobrze jej wszystkie części składowe. J. Pajestka, Świadome kształtowanie procesów społeczno-gospodarczych w gospodarce socjalistycznej. „Ekonomista" 1977 nr 1, s. 25.

22 Innymi słowy, handel może spełniać w sposób zadowalający swe funkcje i realizować cele społeczno-ekonomiczne pod warunkiem, że jego podstawowe jednostki organizacyjne – przedsiębiorstwa funkcjonują prawidłowo. Niezbędne jest więc występowanie w gospodarce takich rozwiązań systemowych i warunków rynkowych, które sprzyjają i wymuszają racjonalne gospodarowanie w skali przedsiębiorstw.

23 Mała encyklopedia rachunkowości. Warszawa PWE 1971, s. 737. W praktyce gospodarczej stosowane są różne miary rentowności zarówno w ujęciu bezwzględnym jako kwota zysku, jak też w ujęciu względnym, wyrażające stosunek osiągniętego zysku do innej wielkości np. obrotów czy kosztów.

Przeciwieństwem rentowności jest deficytowość, która występuje wtedy, kiedy dochody są niższe od poniesionych kosztów.

Jeżeli przyjmiemy, że celem przedsiębiorstwa handlowego jest dokonanie sprzedaży towarów w sposób możliwie sprawny i oszczędny w rozmiarze jakości, asortymencie, czasie i miejscu odpowiadającym efektywnemu popytowi nabywców to wówczas za podstawowy efekt jego działalności można uznać sprzedaż towarów w ujęciu ilościowym i wartościowym. Wielkość ta nie odzwierciedla jednak jakościowej strony pracy handlu, tzn. poziomu świadczonych usług. Pomocniczym więc miernikiem efektów może być także wielkość zrealizowanych marż obrazująca w przybliżeniu wartość usług handlowych[24]. Przedsiębiorstwo handlowe winno być jednak oceniane nie tylko ze względu na główny cel swego działania, lecz także według tego, jakim kosztem cel ten realizuje. Zysk jako wielkość wynikowa, uwzględniająca dochód przedsiębiorstwa osiągnięty na sprzedaży (w formie marż, prowizji i innych wpływów) oraz koszty z nią związane umożliwia ocenę przedsiębiorstwa w kategoriach efektywnościowych. Kwota zysku ilustruje w sposób syntetyczny nie tylko stopień gospodarności przedsiębiorstwa, jego zdolność do zwiększenia potencjału środków trwałych i obrotowych, do zaspokojenia potrzeb załogi, ale i jego wkład w tworzenie dochodu dla społeczeństwa. Kwotę osięgniętego zysku uważa się jednak za miarę niedoskonałą określenia efektywności z uwagi na ograniczoną jej przydatność w zakresie porównywania wyników różnych przedsiębiorstw. Znacznie lepszymi miernikami rentowności z tego punktu widzenia są liczby względne wyrażające stosunek osiągniętego zysku do innej wielkości lub też przyrost kwoty zysku wyrażony w procencie wielkości bazowej.

Do najczęściej stosowanych mierników obrazujących efektywność przedsiębiorstwa handlowego można zaliczyć:

- stosunek zysku do obrotów,
- stosunek zysku do kosztów handlowych,
- stosunek zysku do zaangażowanych środków.

Stosunek zysku do obrotu zwany rentownością obrotu lub zyskownością obrotu wyraża w swej treści ekonomicznej efektywność działalności handlowej w zakresie sprzedaży towarów. Jest to miernik powszechnie stosowany w praktyce gospodarczej. Natomiast relacja zysku do kosztów handlowych jest miernikiem o ograniczonej użyteczności dla oceny efektywności pracy przedsiębiorstwa handlowego. Koszty handlowe są bowiem z jednej strony wyrazem zużytych środków w ramach prowadzonej działalności, a z drugiej zaś — określonego poziomu usługi handlowej. Obniżka kosztów wpływa korzystnie na wielkość wskaźnika, zwiększając licznik (zysk) i zmniejszając mianownik (koszty). Reakcja tego miernika na zmianę kosztów jest bardzo silna, a z racji na zadania handlu nie wszystkie rodzaje kosztów można minimalizować. Z kolei stosunek zysku do zaangażowanych środków trwałych i obrotowych zwany stopą zysku można uznać za najpełniej ilustrujący gospodarowanie posiadanymi przez przedsiębiorstwo zasobami. Stanowi on najbardziej syntetyczny wskaźnik obrazujący efektywność ekonomiczną całego przedsiębiorstwa handlowego.

---

[24] E. B u d z i ch, R. G ł o w a c k i, Rachunek ekonomiczny w przedsiębiorstwie handlowym, op. cit., s. 32.

Dla potrzeb zarządzania przedsiębiorstwem i oceny podejmowanych przedsięwzięć gospodarczych stosowane są także mierniki szczegółowe zwane też pomocniczymi. Rozpatrywać je można w różnych przekrojach czy obszarach działalności przedsiębiorstwa. Najczęściej stosuje się je w celu oceny wykorzystania poszczególnych czynników wytwórczych, tj. zatrudnienia, sieci handlowej, oraz oceny gospodarowania towarami. Jeżeli chodzi o zatrudnienie to można badać efektywność jego wykorzystania poprzez obliczenie wartości sprzedaży i zysku przypadających na 1 pracownika, w odniesieniu do liczby pracowników operatywnych lub w stosunku do liczby przepracowanych godzin. Wskazane jest także analizowanie relacji kosztów osobowych do kosztów rzeczowych i udziału kosztów osobowych w całkowitych kosztach handlowych w odniesieniu do poprzednich okresów lub innych przedsiębiorstw. Efektywność wykorzystania sieci handlowej można analizować przy pomocy następujących mierników: wartość obrotu przypadającego na 1 m^2 powierzchni sprzedażowej i sklepowej, zysku przypadającego na 1 m^2 powierzchni. Efektywność gospodarowania towarami określa się najczęściej badając przeciętny zapas na 1 m^2 powierzchni sprzedażowej i sklepowej, rotację w dniach i w razach, dynamikę zakupów i sprzedaży. Mierniki pomocnicze spełniają funkcję podstawy wyboru ekonomicznego w przedsiębiorstwie. Ich znaczenie wzrasta wraz z rozszerzeniem pola swobodnych decyzji podejmowanych przez jednostki handlowe.

Z rozważań zawartych w tym artykule wynika, że podnoszenie efektywności funkcjonowania handlu jest uzależnione z jednej strony od sytuacji rynkowej i rozwiązań systemowych wdrażanych w ramach reformy gospodarczej, a z drugiej strony od przestrzegania i stosowania zasad racjonalnego gospodarowania przez przedsiębiorstwa handlowe.

Maria SŁAWIŃSKA

Conditions for and Means of Assessing Efficiency in Commercial Enterprises

(Summary)

The problem of assessing efficiency of trade is very complex taking into account the objectives which trade has to achieve. The objective of trade considered as a sector of national economy is the highest satisfaction of the demand of the final consumers. This objective can be achieved only through appropriate (in economic sense) activity of enterprises forming effects and sustaining outlays ie. through efficiency on the microeconomic scale. Efficiency of trade can be studied from different viewpoints. Most frequently it is presented in economic categories of the macro and microeconomic approaches and in social categories.

Studying the efficiency of trade one should determine the conditions in which it functions. In this context the following phenomena are important: market situation (the degree of market equilibrium), the system of trade management (the means of establishing economic tasks, the degree of independence of trade enterprises, the principles of fixing prices and profit margins), the relations between enterprises and the political-legal situation. These coniditions effect efficiency of trade enterprises and also have an influence on the convergence and divergence of economic efficiency in respect to the assessment of trade from the consumers viewpoint.