

BIBLIOTEKA GŁÓWNA
Akademii Ekonomicznej
w POZNANIU
Wpl. 1988-12-27

rynkki zagraniczne

GOSPODARKA ŚWIATOWA · HANDEL MIĘDZYNARODOWY · POLSKI EKSPORT-IMPORT

Cena 80 zł

Nr 155-156 (4931-4932) Rok XXXI

Warszawa, 26 i 28 grudnia 1988 r.

Aukcje: Emocje i korzyści

ZAWIERANIE transakcji kupna-sprzedaży w wyniku licytacji historycznie sięga starożytności i zawsze wiązało się z napięciem, szybkością decyzji, sprytem. Z czasem rozwijały się i wzbogacały warunki i formy tego sposobu handlowania, choć istota aukcji pozostaje nie zmieniona: zgromadzić zainteresowanych dokonaniem zakupu oraz doprowadzić do licytacji do uzyskania cen odpowiadających aktualnym warunkom rynkowym. I jeśli warto dziś przypomnieć niektóre pojęcia z tym związane, to jest to celowe z dwóch powodów.

Po pierwsze — zamierzamy w możliwie szerokim zakresie korzystać z mechanizmów rynkowych, a to wiąże się z koniecznością wzbogacenia form w relacjach sprzedawca-nabywca. Lekceważenie zasad ekonomii doprowadziło bowiem w okresie ostatnich kilkudziesięciu lat do prawie całkowitej likwidacji takich form obrotu towarowego jak giełdy, aukcje, przetargi itp. Tymczasem handel w formie aukcyjnej w wielu krajach rozwija się i jest źródłem poważnych wpływów w budżetach miast, instytucji, a także państwa i kraju. Tymczasem jedynym źródłem wielu przedmiotów jest źródłem dochodów państwa i kraju. Tymczasem jedynym źródłem

Dobra koniunktura w państwach OECD

(TAZ) W ogłoszonym niedawno raporcie koniunkturalnym OECD stwierdza się, iż wzrost gospodarczy 24 krajów członkowskich był w mijającym roku wyjątkowo szybki. Tak dobrej koniunktury nie notowano tam od początku lat siedemdziesiątych. Jego wskaźnik oceniany na prawie 4 proc. jest zdecydowanie wyższy od prognoz stawianych jeszcze w połowie br. i znacznie odbiega w górę od przewidywań z końca ubiegłego roku, kiedy to na skutek największego od 1929 r. krachu giełdowego sądzono, iż wynikające z tego perturbacje spowodują w wysoko uprzemysłowionych krajach kapitalistycznych sytuację recesyjną.

Za główny czynnik tegorocznej poprawy uważa się silny wzrost inwestycji przemysłowych oraz polepszenie klimatu zaufania w świecie biznesu, do czego przyczyniła się również ściślejsza współpraca rządów. Eksperci zwracają jednak uwagę

nie 124 mld dol. (wobec 132 mld dol. w 1987 r.). Prognozy na lata 1989 i 1990 nie zapowiadają większych zmian dla tych dwóch krajów, natomiast w USA miałyby dojść do pewnego spadku deficytu.

Według ekspertów OECD, najbliższe dwa lata powinny przynieść lekkie osłabienie tempa wzrostu w krajach członkowskich. W 1989 r. wyniosłoby ono 3,25 proc., a w 1990 r. — 2,75 proc. Nie oczekuje się ponadto poprawy wskaźników bezrobocia (z 7,25 proc. ogółu siły roboczej w 1988 r. ma on dojść do 7,5 proc. w 1990 r.). Wskaźniki te pozostają zresztą bardzo zróżnicowane (2,5 proc. w Japonii, 3,5 proc. w USA i blisko

Problem ten, dla którego rozprawy podniesienie stóp procentowych, a tym samym i przyhamowanie wzrostu, zaznacza się najostreż w Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Kanadzie, Szwecji, Finlandii, Islandii, Hiszpanii, Grecji, Portugalii, Turcji i Włoszech. W krajach tych zachodzi również potrzeba większej konsolidacji fiskalnej z powodu wysokich deficytów budżetowych, stale podnoszących

Badania i planowanie w przedsiębiorstwach eksportujących

W artykule pt. „Co przeszkadza w konkuroowaniu na rynkach zagranicznych?” zamieszczonym w „RZ” nr 141 z 23 listopada br. przedstawiono analizę opinii producentów z regionu pomorskiego, zmierzającą do ustalenia jakie czynniki i z jaką siłą wpływają na relatywnie niską pozycję konkurencyjną polskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych. Prezentowane dane i wnioski zostały opracowane na podstawie badań ankietowych na próbie 200 przedsiębiorstw. Do opracowania zakwalifikowano 135 odpowiedzi (na temat metody badań i respondentów zobacz szerzej we wspomnianym artykule).

W tym samym badaniu podjęto także próbę bliższego przyjrzenia się zagadnieniom badania rynków, planowania i analizy w przedsiębiorstwach eksportujących. Część ankiety poświęconą formułowaniu strategii eksportowej otwierało pytanie o źródła informacji rynkowej i o ich znaczenie dla planowania eksportu. Respondentom podano cztery typowe źródła informacji: informacje otrzymane w przedsiębiorstwach handlu zagranicznego (phz), informacje uzyskiwane podczas wyjazdów zagranicznych pracowników przedsiębiorstwa, informacje z pracy fachowej oraz zamówione przez przedsiębiorstwo opracowania badawcze. Poproszono ich, by ocenili znaczenie podanych źródeł na skali czterostopniowej, na której 0 oznaczało brak znaczenia, 1 — małe znaczenie, 2 — średnie oraz 3 — duże znaczenie danego źródła. Uzyskane odpowiedzi ilustruje tabela 1.

Tab. 1. Źródła informacji rynkowej

Źródło	Srednia M
a) informacje phz	2,4
b) wyjazdy zagr.	2,2
c) prasa fachowa	1,6
d) zamówione badania	0,5

Jak można było przypuszczać, głównym źródłem informacji o rynkach zagranicznych są dla producentów-eksporterów współpracujące z nimi przedsiębiorstwa handlu zagranicznego (średnia ocen M = 2,4). Nie było w tej kwestii istotniejszych rozbieżności w opiniach przedsiębiorstw.

Poważnym źródłem informacji są też zagraniczne wyjazdy pracowników przedsiębiorstwa (M = 2,2). Występują tu jednak rozbieżności w ocenach. Być może decyduje o tym różna częstotliwość wyjazdów w poszczególnych przedsiębiorstwach. Być może jest to związane z innymi czynnikami, jak asortyment eksportowy, rynki, stopień zaangażowania się w działalność eksportową itp.

Znacznie mniej niż średnio (M = 1,6) istotunkowo jednolicie oceniana jest rola prasy fachowej. Można to interpretować dwójako — albo przedsiębiorstwa nie potrafią korzystać z publikacji fachowych, albo nie znajdują w nich potrzebnych informacji. Za tą ostatnią interpretacją może przemawiać niedostatek wąsko specjalistycznych

wydawnictw, niezwykle długi cykl wydawniczy i słabość specjalistycznych ośrodków badawczych w zakresie analiz rynkowych.

Prawie bez znaczenia (M = 0,5) są zamawiane przez przedsiębiorstwa opracowania badawcze. Taki pogląd wyznaje znakomita większość respondentów. Ciekawe jest, że około 20 proc. przedsiębiorstw takie opracowania zamawia. Kilkanaście „głębokości” analiz przeprowadzonych pod kierownictwem autora w przedsiębiorstwach eksportujących nie wykazało jednak ani jednego przypadku zamówienia przez przedsiębiorstwo opracowań analitycznych dotyczących rynków zagranicznych.

Ujawniona hierarchia znaczenia źródeł informacji wskazuje na utrzymywanie się w przedsiębiorstwach tradycyjnej, bierniej postawy eksportowej. Symptomatyczne jest tu małe znaczenie i brak znaczenia aktywnych sposobów pozyskiwania informacji.

PRZEDSIĘBIORSTWA zapytano też jak oceniają stopień pokrycia zapotrzebowania na informacje o rynkach zagranicznych. Respondentom przedstawiono sześć zagadnień wymagających uzyskania informacji i poproszono by ocenili na skali czterostopniowej stopień odczucia braków informacyjnych. W zastosowanej skali 0 oznaczało całkowity brak danych informacyjnych, 1 — przypadkowe, fragmentaryczne, 2 — dobrą oraz 3 pełną informację o danym zagadnieniu. Pytanie miało charakter częściowo otwarty; respondenci mogli uzupełnić listę zagadnień, na których temat konieczna jest informacja rynkowa. Wyniki prezentuje tabela 2.

Tab. 2. Zakres informacji o rynkach zagranicznych

Informacja o	Srednia M
a) produktach konkurencyjnych	1,0
b) technologiach konkurentów	0,8
c) pojemności rynków	1,0
d) udziale w rynkach	0,7
e) metodach sprzedaży	0,8
f) cenach konkurencji	0,9

Uzyskane wyniki wskazują na ogromną słabość bazy informacyjnej. W żadnym z zagadnień istotnych dla prowadzenia działalności na rynkach zagranicznych wysokość oceny nie prze-

kroczyła wartości 1. Oznacza to, że informacje, którymi dysponują przedsiębiorstwa, są co najwyżej przypadkowe i fragmentaryczne. Szczególnie słabe pokrycie potrzeb informacyjnych dotyczy danych o udziale przedsiębiorstwa w rynkach zagranicznych (M = 0,7), o technologiach konkurentów (M = 0,8) oraz o metodach sprzedaży (M = 0,8). Respondenci byli przy tym względnie jednomyślni w swych ocenach. Jest symptomatyczne, że respondenci nie uzupełnili listy potrzeb informacyjnych

Marian Gorynia
Wiesław J. Otta

KOLEJNE pytanie zmierzało do wykrycia jakie czynności i analityczne są wykonywane w przedsiębiorstwach eksportujących i z jaką częstotliwością. Respondentom przedstawiono listę 12 takich czynności i poproszono by odpowiedzieli czy wykonują poszczególne czynności zawsze, często, rzadko lub nigdy. Można było też uzupełnić listę czynności. Wyniki zebrano w tabeli 3.

Czynnością zawsze wykonywaną w znakomitej większości przedsiębiorstw (91 proc. udzielonych odpowiedzi) jest opracowywanie rocznych planów eksportu. Ciekawostką jest, że 4 przedsiębiorstwa zadeklarowały, że w ogóle nie planują eksportu.

Dużą część przedsiębiorstw zawsze oblicza wskaźnik efektywności WF (74 proc. odpowiedzi) oraz rentowność brutto i netto eksportu (72 proc.). Ciekawe jest to, że 14 proc. przedsiębiorstw nie obliczało wskaźnika WF w ogóle lub obliczało go rzadko. Wskaźnik ten odgrywa bowiem istotną rolę w kalkulowaniu ulg podatkowych z tytułu eksportu. Podobnie wskaźniki rentowności łatwo obliczyć na podstawie standardowej informacji sprawozdawczej.

Tab. 3. Czynności badawcze, planistyczne i analityczne w przedsiębiorstwach eksportujących

Czynności	Częstotliwość				Brak oceny	
	nigdy	rzadko	często	zawsze		
	liczba	%	liczba	%	liczba	%
a) badanie koniunktury	66	69	27	22	0	0
b) prognozy popytu	72	58	33	27	11	5
c) porównywanie produktów	29	22	50	40	38	7
d) porównywanie cen	34	27	43	34	29	10
e) porównywanie kanałów dystr.	72	59	35	28	15	1
f) plany wieloletnie	26	21	26	23	33	23
g) plany roczne	3	2	1	1	7	6
h) obliczanie WF	5	4	12	10	15	93
i) obliczanie rentowności	5	4	14	11	16	89
j) analizy struktury eksportu	39	33	30	25	32	13
k) analiza opłacalności rynków	24	19	22	18	33	26
l) analiza opłacalności wyrobów	10	8	10	8	22	80

Dażą część przedsiębiorstw oblicza tylko globalny wskaźnik WF. Wskazują na to odpowiedzi stwierdzające, że analizę opłacalności poszczególnych wyrobów prowadzi 66 proc. respondentów, a analizę opłacalności poszczególnych rynków tylko 37 proc. Wskaźnik globalny ma małe wartości analityczne, zwłaszcza w przedsiębiorstwach o szerokim zakresie asortymentowym i rynkowym. Poszczególne pozycje asortymentowe i poszczególne rynki mogą wykazywać nawet zasadnicze różnice w opłacalności. Ujęcie globalne wrzuca je do „jednego worka” i zamazuje stan faktyczny.

Nigdy lub rzadko w większości przedsiębiorstw wykonywane są analizy koniunktury na rynkach zagranicznych (nigdy — 69 proc. odpowiedzi, rzadko — 22 proc., analizy kanałów dystrybucji (nigdy — 59 proc., rzadko — 28 proc.), prognozy popytu zagranicznego (nigdy — 38 proc., rzad-

ko — 27 proc.). Jest jednak ciekawe, iż kilkunastu respondentów deklaruje, że wykonuje te czynności często lub zawsze. Być może w niektórych przedsiębiorstwach jest to dokonywane w sposób nieformalny, nie znajdujący odzwierciedlenia w dokumentach. Zagadnienia te są po prostu brane pod uwagę przy podejmowaniu decyzji eksportowych.

W połowie i więcej badanych przedsiębiorstw nie wykonuje się nigdy lub wykonuje rzadko takie istotne czynności badawcze, jak: — analiza i porównywanie produktów eksportowanych z produktami konkurentów (nigdy — 23 proc., rzadko — 40 proc.), — analiza i porównywanie cen eksportowych z cenami konkurencji (nigdy — 27 proc., rzadko — 34 proc.), — opracowywanie wieloletnich planów eksportu (nigdy — 21 proc., rzadko — 29 proc.), — analiza struktury asortymentowej i geograficznej eksportu (nigdy — 33 proc., rzadko — 25 proc.).

W obrazie działań, jakie przedsiębiorstwa podejmują w procesie formułowania strategii eksportowej, dominują ciemne, pesymistycznie nastrojające barwy. Poza rutynowymi czynnościami, które w dużej części utrzymały się silną inercją (plany roczne, obliczanie „grubych” wskaźników opłacalności, dawniej wynikające z potrzeb sprawozdawczych, a obecnie z zasad systemu podatkowego), przedsiębiorstwa nie przejawiają większej aktywności w dziedzinie informacyjnego przygotowania decyzji eksportowych.

PLANOWANIE roczne eksportu jest realizowane w prawie wszystkich badanych przedsiębiorstwach. Ciekawe będzie stwierdzenie jaka jest szczegółowość tych planów — co one zawierają. Przedsiębiorstwom zadano pytania o ceny stosowane w planowaniu (ceny realizacji i ceny transakcyjne), o szczegółowość w określaniu kierunków eksportu i o szczegółowość specyfikacji asortymentu. Nie otrzy-

mento planuje 6 przedsiębiorstw (3 proc.). Ponad 20 proc. respondentów nie określiło stopnia szczegółowości swych planów eksportowych w zakresie asortymentu.

Posylnym zjawiskiem jest stosunkowo duży odsetek przedsiębiorstw uwzględniających w planowaniu ceny transakcyjne. Zapewnia to docieranie do przedsiębiorstw sygnałów z rynków zagranicznych (zmiany cen oraz sygnałów sterujących w systemie regulacji handlu zagranicznego (zmiany kursów walut). Niepokoje natomiast niski stopień szczegółowości większości planów w odniesieniu do kierunków eksportu. Jest to objaw braku polityki rynkowej w przedsiębiorstwach eksportujących. Do podobnych wniosków prowadzą też odpowiedzi na inne pytania z ankiety rozprawdanej wśród producentów-eksporterów regionu pomorskiego — 59 proc. oświadczyło, że nie ma wpływu na wybór rynków eksportowych.

W SKAZNIKIE jakości i realności planowania jest stopień realizacji planów. Poproszono respondentów by określili, na podstawie doświadczeń z ostatnich 5 lat, jaki był przeciętny stopień realizacji planów eksportu na I i II obszar.

W odniesieniu do I obszaru pełne lub prawie pełne (119 proc.) wykonanie planów zadeklarowały 74 przedsiębiorstwa (80 proc. udzielonych odpowiedzi). Odchylenia mieszczące się w przedziale ±11—25 proc. wykazało 11 przedsiębiorstw (12 proc. odpowiedzi). Odchylenia od 1/4 do połowy występowały w 6 przedsiębiorstwach (7 proc. odpowiedzi). Odchylenia przekraczające 50 proc. zanotowano tylko w jednym przedsiębiorstwie.

W odniesieniu do II obszaru pełne lub prawie pełne wykonanie planów występowało w 68 przedsiębiorstwach (68 proc. odpowiedzi). Odchylenia w granicach ±11—25 proc. spotkano w 13 przedsiębiorstwach (15 proc.). Większe odchylenia: ±26—50 proc. występowały w 12 przedsiębiorstwach. O ponad połowę ustalenia planów były naruszane w 5 przedsiębiorstwach.

Odpowiedzi wskazują więc na ogół wysoki stopień realizacji tego, co zaplanowano — nieco niższy w przypadku II obszaru. Mogłoby to świadczyć o wysokiej jakości prac planistycznych w przedsiębiorstwach. Wniosek taki byłby jednak pochopny. Chodzi tu bowiem o plany roczne, w których warunki wyjściowe są w dużym stopniu zdeteminowane i trudno jest popełnić poważniejszy błąd.

B AZA informacyjna i stosowane procedury badawcze, planistyczne i analityczne nie zapewniają w większości przedsiębiorstw eksportujących możliwości opracowania poprawnej, spójnej wizji strategii eksportowej, wyznaczającej kierunek działania na rynkach zagranicznych. Zidentyfikowane właściwości procesu formułowania strategii stwarzają warunki sprzyjające przedsiębiorstwu z planowego kursu w dryf.

Zaobserwowane zjawiska mają też implikacje dla całej gospodarki. Badania wskazują na często ignorowaną stronę procesów reformatorskich. To przecież przedsiębiorstwa mają stać się podstawowymi podmiotami realizującymi reformę. Z badań wynika jednak, że nie bardzo będą wiedziały jak to robić. Skupienie całej uwagi na zagadnieniach makromechanizmów i makrostruktur jest przejawem myślenia, które można określić — narażające po raz kolejny Kartezjusza — „planuję reformę, więc reformuję”. Bez istotnego podniesienia jakości kadr kierowniczych i satabowych i uświadczenia technologii zarządzania w przedsiębiorstwach reformacja się nie uda.



POLSKIE TOWARZYSTWO KONTROLI „SUPERVISE” Ltd.
81-963 Gdynia Derdowskiego 7
tel 20 60 01
tlx 54446
fax 207975

Rok założenia 1878

PRZEDSTAWICIELSTWO

Société Générale de Surveillance (SGS) Geneva najstarszej, czołowej w świecie, niezależnej firmy kontrolnej, oferuje nadzór i kontrolę produkcji oraz wyrobów, surowców i materiałów w eksporcie i imporcie.

HANDLOWCY!

Atesty ze znakiem SGS są uznawane na całym świecie. Współpraca z nami zmniejsza ryzyko związane z importem oraz ułatwia sprzedaż wyrobów za granicą.