

Jarosław Sosnowski*

SKŁONNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW DO ROZWOJU NOWYCH PRODUKTÓW W WARUNKACH PRZEWYCIĘŻANIA KRYZYSU GOSPODARCZEGO

1. CEL I ZAKRES OPRACOWANIA

Celem artykułu jest analiza czynników warunkujących rozwój i wprowadzanie nowych wyrobów na rynek w kontekście zasad wdrażanej reformy gospodarczej. Precyzując bardziej szczegółowo prowadzone rozważania mające dać odpowiedź na następujące pytania: jakie czynniki determinują rozwój nowych produktów?, jaka jest skuteczność instrumentów centralnego sterowania produkcją?, jakie bariery utrudniają dostosowanie produkcji do potrzeb rynku?, jaka jest skłonność przedsiębiorstw do absorbowania innowacji?, co ogranicza współpracę przemysłu i handlu w wprowadzaniu nowych produktów na rynek?

Zakres prowadzonych rozważań ograniczono do wyrobów przemysłu lekkiego. Zostało to podyktowane szczególnym charakterem tych produktów. Mamy tu do czynienia ze splotem związków substytucyjnych i komplementarnych w zakresie zaspokajania potrzeb, jak również konkurencyjnością między podmiotami oferującymi podaż nie spotykaną w innych branżach. Oczekiwania konsumentów dotyczące dużej wybieralności towarów znajdują dogodne warunki realizacji w przemyśle. Zmiana asortymentu produkowanych wyrobów odbywa się najczęściej w ramach już istniejących możliwości wytwórczych. Do-

* Dr, adiunkt w Katedrze Obrotu Towarowego UŁ.

stosowanie produkcji do potrzeb rynku i osiągnięcie na nim sukcesu obciążone jest jednak stosunkowo dużym ryzykiem¹.

Prowadzone rozważania oparte są na informacjach uzyskanych z badań ankietowych przeprowadzonych na przełomie lat 1985 i 1986 z kadrą kierowniczą państwowych przedsiębiorstw przemysłu lekkiego reprezentujących branże: odzieżową, dziewiarską, skórzaną, bawełnianą, wełnianą, lniarską i jedwabniczo-dekoracyjną. Respondenci, odbywający w Łodzi okresowe szkolenia udzielali odpowiedzi przy pomocy i fachowym instruktazie osoby prowadzącej badania. Pozwoliło to na uzyskanie wyczerpujących i jednoznacznych informacji. Łącznie wypełniono 134 ankiety zawierające po 60 pytań. Udział respondentów w badanej próbie był przypadkowy, jednak liczba odpowiedzi pozwala na potraktowanie niniejszego sondażu jako istotnego źródła informacji o zagadnieniach związanych z rozwojem i wprowadzaniem nowych produktów na rynek.

Pojęcie nowych produktów w przemyśle lekkim jest bardzo pojemne, często trudne do zdefiniowania przez finalnych nabywców. Z punktu widzenia producentów do nowości zaliczane są wyroby, które w zakładzie przeszły tzw. cykl rozwojowy (projektowanie, konstrukcja, technologia, przygotowanie produkcji i produkcja). Nowości w produktach przemysłu lekkiego mogą dotyczyć wzornictwa, technologii i składu surowcowego. W badanej próbie przedsiębiorstw przeciętny udział nowych produktów w całej produkcji w 1985 r. wynosił 27%, przy czym udział ten był różny w poszczególnych branżach i przedsiębiorstwach w ramach branż.

2. CZYNNIKI DETERMINUJĄCE ROZWÓJ NOWYCH PRODUKTÓW

Rozwój nowych produktów uwarunkowany jest splotem czynników stymulujących i hamujących działalność innowacyjną jednostek gospodarczych. Czynniki te mają charakter ekonomiczny, techniczno-produkcyjny i organizacyjny oraz socjopsychologiczny². Siła ich

¹ S. Kasprzak, Innowacje, od koncepcji do produkcji, Warszawa 1980, s. 94.

² K. Kociarz, Mechanizm absorbowania innowacji technicznych przez przemysł, [w:] Ekonomiczny mechanizm procesów innowacyjnych, red. W. Caban i J. Mujżel, Warszawa 1975, s. 40.

oddziaływania uzależniona jest od systemu zarządzania gospodarką narodową i istniejącego zakresu samodzielności przedsiębiorstw, stanu gospodarki³ i sytuacji rynkowej⁴ oraz charakteru i skali wdrażanych innowacji⁵.

Jednym z zamierzeń w prowadzonych badaniach było określenie czynników warunkujących rozwój nowych produktów w przedsiębiorstwie oraz wskazanie siły ich oddziaływania ocenianej przez kadrę kierowniczą zakładów. Zebrane informacje pozwoliły na ustalenie hierarchii badanych czynników, co pozwoliło skoncentrować uwagę na zagadnieniach mających istotny wpływ na proces wzbogacania rynku nowymi produktami. Chcąc rozpoznać przyczyny skłaniające do rozwoju nowych produktów, zamieszczono w ankiecie listę czynników, prosząc o wskazanie tych, które odgrywają znaczącą rolę w sytuacji danego przedsiębiorstwa. Respondenci nie mieli ograniczeń co do liczby wskazań. Uzyskana częstotliwość wskazań pozwoliła na uszeregowanie wymienionych czynników według ich znaczenia. Odpowiednie dane przedstawione są w tab. 1.

Kolejność uporządkowania wymienionych czynników wskazuje na wpływ zasad wdrażanej reformy gospodarczej na warunki funkcjonowania przedsiębiorstw. Pełna realizacja zasady samofinansowania znajduje potwierdzenie w tym, że dążenie do poprawy wyników ekonomicznych stawiane jest na pierwszym miejscu w działaniach związanych ze zmianą struktury asortymentowej produkcji. Dodatkowymi argumentami potwierdzającymi rolę zasady samofinansowania są dążenia do obniżenia kosztów materiałowych oraz energo- i praco- chłonności produkcji. Realizacja zasady samodzielności w działalności przedsiębiorstw uwidacznia się natomiast w stwierdzeniu, że zalecenia jednostek nadrzędnych uplasowały się na ostatniej pozycji wśród wymienionych czynników.

W rozwoju nowych produktów widoczne jest słabe nastawienie proeksportowe przedsiębiorstw. Rynki zagraniczne charakteryzujące się dużą konkurencyjnością i wynikającymi z tego wysokimi wymaganiami stawianymi eksportowanym wyrobom wywierają słabszy wpływ niż

³ W. D. N o r d h a u s, Innowacje, wzrost i dobrobyt, Warszawa 1976, s. 167.

⁴ J. D i e t l, Marketing, Warszawa 1981, s. 235.

⁵ K. P o z n a ņ s k i, Innowacje w gospodarce kapitalistycznej, Warszawa 1979, s. 144.

rynek krajowy. Orientacja produkcji na odbiorców krajowych zwiększa zainteresowanie ich wymaganiami, które w sytuacji braków towarowych na rynku nie są zbyt wysokie⁶.

T a b e l a 1

Czynniki skłaniające przedsiębiorstwa do rozwoju nowych produktów w branżach przemysłu lekkiego

Czynniki	Wskaźnik w %
Dążenie do poprawy wyników ekonomicznych	82
Wymagania stawiane przez odbiorców krajowych	65
Wymagania stawiane przez odbiorców zagranicznych	60
Obniżenie materiało- i energochłonności produkcji	43
Zmiany technologiczne zachodzące u dostawców surowców	38
Chęć zwiększenia konkurencyjności na rynku	33
Obniżenie pracochłonności produkcji	31
Konieczność podjęcia produkcji antyimportowej	15
Sposób reklamowania przedsiębiorstwa	14
Wykonanie zaleceń jednostek nadrzędnych	10

U w a g a: Przyjęte w prezentowanych tabelach wskaźniki określają liczbę wskazań danego czynnika w stosunku do ogólnej liczby udzielonych odpowiedzi na dane pytanie.

Ź r ó d ł o: badania ankietowe.

Wpływ sytuacji rynkowej na wymagania stawiane producentom uwidacznia się wyraźnie w przekroju branż objętych badaniem. Najwyższe wymagania stawiane są przez odbiorców krajowych w branży wełnianej, w której sytuacja rynkowa uważana jest za zrównoważoną. Zarysowały się trudności w sprzedaży wyrobów wełnianych i

⁶ Podobne wnioski wynikają z badań dotyczących działalności innowacyjnej prowadzonych w Instytucie Ekonomii Politycznej UŁ. S. K r a j e w s k i, Mechanizm innowacyjny w przemyśle socjalistycznym, "Acta Universitatis Lodzianensis" 1982, Folia Oeconomica 18, s. 180.

wzrosły zapasy towarów⁷. W rozwoju nowych produktów przedsiębiorstwa upatrują więc jeden ze sposobów poprawy wyników ekonomicznych. Na tę przesłankę skłaniającą do rozwoju nowych produktów wskazało 100% respondentów z branży wełnianej. Ponadto w branży tej skłonność do rozwoju nowych produktów jest najsilniej akcentowana jako sposób na obniżenie materiałochłonności produkcji, a więc i na poprawę sytuacji finansowej przedsiębiorstw. Wpływ wymagań odbiorców zagranicznych na decyzje związane z rozwojem nowych produktów jest najsilniej odczuwany w branży wełnianej, skórzanej i odzieżowej, a więc tych, które charakteryzują się stosunkowo wysokim udziałem w produkcji wyrobów przeznaczonych na eksport.

Okoliczność stwarzającą warunki rozwoju nowych produktów stanowią nie wykorzystane zdolności produkcyjne zakładów. Z przeprowadzonych badań wynika, że w okresie 3-letniego planu wychodzenia gospodarki narodowej z kryzysu (lata 1983-1985), 57% przedsiębiorstw nie w pełni wykorzystywało moce wytwórcze. Istniejące rezerwy zdolności produkcyjnych stanowią szansę rozszerzenia zakresu czynności związanych z rozwojem nowych produktów bez większego uszczerbku dla dotychczasowej skali produkcji w wielkich zakładach. Zmiana asortymentu wytwarzanych wyrobów w przypadku braku rezerw zdolności wytwórczych powoduje bowiem przejściowy spadek wielkości produkcji i inne negatywne krótkookresowe zjawiska (obniżenie jakości produktów i spadek wydajności pracy).

Z branż objętych badaniem większy zakres niewykorzystania mocy wytwórczych sygnalizowały przedsiębiorstwa włókiennicze (lniarskie, bawełniane i wełniane). Na zmiany asortymentu produkowanych wyrobów najwrażliwsze są zakłady odzieżowe i skórzane. Branże te charakteryzują się stosunkowo największym spadkiem wydajności pracy i obniżeniem wielkości produkcji. Sytuację tę należy tłumaczyć najwyższym zaangażowaniem czynnika ludzkiego w procesie produkcyjnym wynikającym z większego zakresu wykonywania skomplikowanych czynności technologiczno-produkcyjnych. Nowe powiązania

⁷ Konjunktura rynku artykułów odzieżowych, ZPHW, PROTIM-OTEX, Łódź, wyniki testu z lipca 1986 r.

w procesie wytwórczym wymagają bowiem stopniowego doskonalenia poszczególnych operacji i czynności produkcyjnych.

Szerokość asortymentu towarowego kształtowana zakresem odnowy produktów⁸ uwarunkowana jest również czynnikami zniechęcającymi przedsiębiorstwa do podejmowania działań związanych z rozwojem i wprowadzaniem na rynek nowych produktów. W tab. 2 zamieszczono dane charakteryzujące omawiane zagadnienie.

T a b e l a 2

Czynniki zniechęcające przedsiębiorstwa do rozwoju nowych produktów
w branżach przemysłu lekkiego

Czynniki	Wskaźnik w %
Brak odpowiednich surowców i materiałów	73
Łatwość zbytu dotychczasowej produkcji na rynku krajowym	67
Brak dewiz	45
Rozwój nowego produktu wymaga wysiłku, lecz nie przynosi wyraźnych korzyści materialnych	32
Słabość własnego zaplecza badawczo-rozwojowego	30
Możliwość kształtowania cen produkcji dotychczasowej	27
Zaabsorbowanie kierownictwa problemami bieżącymi	25
Brak środków finansowych	22
Brak akceptacji jednostek nadrzędnych	3

Ź r ó d ł o: jak w tab. 1.

Przedstawione dane pozwalają na określenie przyczyn ubożego asortymentu na rynku artykułów przemysłu lekkiego. Do głównych powodów należy zaliczyć brak odpowiednich surowców oraz łatwość zbytu dotychczasowej produkcji. Czynniki te dzieli od pozostałych przyjętych w badaniu dystans 2-krotnej odległości mierzonej przyjętymi wskaźnikami natężenia. Jako istotny powód ograniczania

⁸ L. B a l c e r o w i c z, Ogólnogospodarcze skutki zwiększania tempa odnowy produktów, Warszawa 1979, s. 208.

rozwoju nowych produktów wskazywano brak dewiz. Produkcja w przemyśle lekkim jest silnie powiązana z zaopatrzeniem surowcowym pochodzącym z rynków zagranicznych. Brak dewiz jest więc skorelowany z brakiem surowców. W przekroju branżowym braki odpowiednich surowców najdotkliwiej odczuwały przedsiębiorstwa przemysłu wełnianego i skórzanego. Łatwość zbytu produkcji dotychczasowej najbardziej zniechęcała do działalności innowacyjnych w branży bawełnianej i dziewiarskiej.

Niska wybieralność towarów oferowanych na rynku jest również konsekwencją faktu, że kierownictwa przedsiębiorstw poświęcają więcej uwagi zagadnieniom bieżącym niż strategiom dla dłuższych okresów. Utrzymanie ciągłości produkcji uznawane jest często za wystarczający sukces, bez potrzeby sięgania po ambitniejsze cele.

Zakłady nie otrzymują wystarczającego wsparcia w rozwoju produktów ze strony zaplecza badawczo-rozwojowego przemysłu. Obecny stan jest konsekwencją działań oszczędnościowych podejmowanych w przemyśle mających stanowić czynnik amortyzujący negatywne skutki kryzysu gospodarczego. Działania te spowodowały dotkliwe szkody w placówkach badawczo-rozwojowych, obniżając ich możliwości wspierania przedsiębiorstw w rozwiązywaniu kłopotów produkcyjno-handlowych. Odbudowa tego potencjału jest sprawą niezwykle pilną ze względów gospodarczych i społecznych. Trzeba jednak zdawać sobie sprawę, że inwestowanie w placówki badawczo-rozwojowe jest procesem wieloletnim.

Istniejące przepisy finansowe stwarzają możliwość poprawy sytuacji przedsiębiorstw za pomocą zabiegów kalkulacyjno-proceduralnych, bez podejmowania działań innowacyjnych w różnych dziedzinach działalności zakładów. Łatwość kształtowania cen produkcji dotychczasowej odsuwa na dalszy plan czynności związane z rozwojem nowych produktów.

3. SKUTECZNOŚĆ INSTRUMENTÓW STEROWANIA PRODUKCJĄ RYNKOWĄ

Dostosowywanie produkcji do potrzeb rynku wymaga dokonywania ciągłych zmian asortymentowych w podaży towarów. Ograniczenie zasobów gospodarczych w okresie wychodzenia z kryzysu wytworzyło potrzebę koncentracji zdolności wytwórczych na sferach konsumpcji

szczególnie zagrożonych i istotnych ze społecznego punktu widzenia. Zmienione zasady funkcjonowania przedsiębiorstw stworzyły konieczność odmiennego podejścia do zagadnień sterowania procesami wytwórczymi w gospodarce narodowej. Odejście od zaleceń dyrektywnych i preferowanie dobrowolnych porozumień umownych wytworzyły odmienne warunki kształtowania podaży towarów przez organa centralne. Różnorodność pośrednich instrumentów oddziaływania na przedsiębiorstwa jest bardzo duża⁹.

W przeprowadzonym badaniu zebrano opinie pozwalające na ocenę skuteczności niektórych z nich. Pytania dotyczyły: programów operacyjnych, zamówień rządowych, rozdzielnictwa, limitowania paliw i energii, zasilania dewizowego i cen. Pominięto natomiast takie instrumenty, jak: obowiązkowe pośrednictwo pracy, systemy płacowe, dotacje, kredyty, podatki i pewne formy stosowane w zasilaniu przedsiębiorstw w surowce i materiały, takie jak zaopatrzenie gwarantowane i pierwszeństwo w zaopatrzeniu, które w przemyśle lekkim mają stosunkowo mniejsze znaczenie.

T a b e l a 3

Wpływ programów operacyjnych zamówień rządowych
na produkcję przedsiębiorstw przemysłu lekkiego
(wskaźniki w %)

Zmiany w produkcji	Wskaźnik odpowie- dzi ogółem	Według wielkości przedsiębiorstwa określonej liczbą zatrudnionych		
		do 500	1501-2000	ponad 4000
Zwiększenie skali produkcji dotychczasowego asortymentu	46	56	40	29
Podjęcie nowej produkcji	27	33	10	0

Ź r ó d ł o: jak w tab. 1.

⁹ Raport o procesie realizacji i rezultatach reformy gospodarczej w 1983 r. pełnomocnika rządu do spraw reformy gospodarczej przyjęty przez Radę Ministrów na posiedzeniu 22 czerwca 1984 r., PPW "Rzeczpospolita", Warszawa, sierpień 1984.

Zamówienia rządowe i programy operacyjne były rozpowszechnionym instrumentem oddziaływania na przedsiębiorstwa przemysłu lekkiego. W badanej grupie 82% przedsiębiorstw uczestniczyło w realizacji tych programów. W tab. 3 przedstawiono skuteczność wpływu instrumentów sterowania centralnego na działalność produkcyjną zakładów.

Z zaprezentowanych danych wynika, że omawiane instrumenty wywarły wyraźny wpływ na procesy wytwórcze w przedsiębiorstwach. W prawie co drugim z badanych przedsiębiorstw spowodowały wzrost skali dotychczasowej produkcji, a w co czwartym stwarzały warunki rozwoju nowych produktów. Zaobserwować również można malejącą wrażliwość przedsiębiorstw na instrumenty sterowania centralnego wraz ze wzrostem ich wielkości. W przedstawionym zestawieniu zamieszczono jedynie wybrane grupy wielkości przedsiębiorstw. Uczyniono to w celu wyraźniejszego zobrazowania zachodzących zależności. Nasuwa się tu spostrzeżenie, że organizmy gospodarcze reprezentujące większy potencjał ekonomiczny są mniej elastyczne w działaniu, słabiej reagują na potrzeby rynku i impulsy płynące od ośrodków sterujących procesami gospodarczymi.

Istotnym elementem warunkującym dostosowanie produkcji do potrzeb rynku jest stosowana przez centrum polityka zasilania przedsiębiorstw w surowce, materiały, paliwa i energię. Pewne refleksje z tym związane nasuwają się przy analizie danych zamieszczonych w tab. 4.

Celem rozdzielnictwa surowców i materiałów jest podział ograniczonych zasobów między jednostki produkcyjne. Jest on traktowany jako przejściowy przymus mający zapewnić racjonalne wykorzystanie posiadanych surowców i materiałów. Tę argumentację przyjmuje się na ogół ze zrozumieniem. Uważa się jednak, że zakres rozdzielnictwa jest za szeroki (wypowiedziało się za tym 60% badanych). Leżące u podstaw rozdzielnictwa założenie, że przyczynia się ono do racjonalnego wykorzystania zasobów w skali gospodarki, nie sprawdza się w pełni w praktycznej działalności przedsiębiorstw. System rozdzielnictwa zawyża sztucznie popyt, powodując przy ogólnym braku surowców powstawanie nadmiernych zapasów, będących rezultatem ich niewłaściwej alokacji¹⁰. W wielu asortymentach odejście od

¹⁰ L. B a l c e r o w i c z, Rozdzielnictwo, struktury organizacyjne, re-

rozdzielnictwa poprawiłoby sytuację zaopatrzeniową przedsiębiorstw.

Tabela 4

Rozdzielnictwo surowców i paliw
w opinii przedsiębiorstw przemysłu lekkiego
(wskaźniki w %)

Stwierdzenie	Wskaźnik odpowie- dzi ogółem	Według wielkości przedsiębiorstwa określonej liczbą zatrudnionych		
		do 500	1501-2000	ponad 4000
Obecny zakres roz- dzielnictwa surowców i mate- riałów jest za szeroki	60	38	60	75
Limitowanie paliw i energii skłoniło do zmiany asortymentu pro- dukowanych wyrobów	19	23	15	11

Źródło: jak w tab. 1.

Mniej krytycznie do systemu rozdzielnictwa odnoszą się mniejsze przedsiębiorstwa. Wynika to z przekonania, że rozdzielnictwo chroni ich interesy. Wyrażona jest obawa, że w sytuacji wolnego obrotu, przy tendencji do gromadzenia surowców na zapas w celu zabezpieczenia się przed ryzykiem braku dostaw, większe przedsiębiorstwa, mające silniejszą pozycję, będą ograniczały ich dostęp do źródeł zaopatrzenia.

W trakcie badania przeprowadzono sondaż, którego celem było ustalenie, w jakim zakresie ograniczenia w dostawie paliw i energii skłoniły przedsiębiorstwa do zmiany profilu produkcji. Stosowane ograniczenia można określić jako dotkliwe, gdyż w wyniku ich stosowania co piąte przedsiębiorstwo zmieniło asortyment produkowanych wyrobów. Zmianę tę trudno jest ocenić z punktu widze-

forma, [w:] Funkcjonowanie gospodarki polskiej. Doświadczenia, problemy, tendencje, red. J. Mujżel i R. Jakubowicz, Warszawa 1984, s. 291.

nia rynku, brak jest bowiem niezbędnych dodatkowych przesłanek. Można jednak stwierdzić, że limitowanie paliw i energii jest skutecznym instrumentem wywierania wpływu na działalność gospodarczą przedsiębiorstw. Możemy również domniemywać, że wrażliwość na oddziaływanie tego instrumentu maleje w większych przedsiębiorstwach.

Do istotnych instrumentów pośredniego oddziaływania na jednostki gospodarcze zaliczamy zasilanie w środki dewizowe. Formy pozyskiwania przez przedsiębiorstwa dewiz przedstawia tab. 5. Zakres wykorzystywania tych form do finansowania rozwoju nowych produktów jest różny. Najpopularniejszą formą są odpisy dewizowe tworzone z części dewiz uzyskiwanych przez przedsiębiorstwa z tytułu eksportu towarów. Wpływ organów państwowych na jednostki gospodarcze polega na określaniu wysokości stawek odpisów i zasad korzystania z posiadanych rachunków¹¹. Popularnym sposobem zasilania dewizowego były również środki pozyskiwane z centralnego rozdzielnictwa (sposób powszechnie stosowany przed wprowadzeniem reformy gospodarczej).

T a b e l a 5

Formy zasilania dewizowego
wykorzystywane w rozwoju nowych produktów

Formy zasilania	Wskaźnik w %
Odpisy dewizowe	58
Centralne rozdzielnictwo dewiz	25
Kredyty dewizowe	2
Przetargi walutowe	1

Ź r ó d ł o: jak w tab. 1.

¹¹ W. B a k a, Zarys nowego mechanizmu funkcjonowania gospodarki, [w:] Umacnianie zasad i usprawnianie mechanizmów reformy gospodarczej. Kierunki i perspektywy, Warszawa 1984, s. 364.

Zakres korzystania z kredytów i przetargów dewizowych był niewielki¹². Z kredytów dewizowych korzystały jedynie przedsiębiorstwa branży skórzaney, z których ponad połowa z badanych ubiegała się tą drogą o pozyskanie dewiz. Przetargi walutowe były najmniej popularne. Korzystały z nich tylko przedsiębiorstwa branży bawełnianej. Stosunkowo niewielkie zainteresowanie przedsiębiorstw kredytami dewizowymi świadczy o niechęci do samodzielnego podejmowania zobowiązań średnio- i długoterminowych. Wynika ono również z możliwości uzyskania środków dewizowych z innych źródeł oraz ze szczupłości środków złotówkowych w bankach finansujących działalność przedsiębiorstw. Marginesowe znaczenie przetargów walutowych w zasilaniu przedsiębiorstw w dewizy może świadczyć o niedostosowaniu warunków, jakie należy spełnić przy ubieganiu się tym sposobem o środki finansowe, do możliwości przedsiębiorstw.

Tworzenie zasad kształtowania cen zaopatrzeniowych przez organa centralne stanowi kolejny instrument oddziaływania na procesy wytwórcze zachodzące w przedsiębiorstwach przemysłowych. Wpływ państwa na poziom cen na tym rynku jest mniejszy niż na rynku cen detalicznych. Jednakże decyzje o zmianie cen zaopatrzeniowych nie są obojętne dla przedsiębiorstw, zwłaszcza w sytuacji ograniczonych możliwości przenoszenia skutków tych zmian na ceny detaliczne. Wzrost cen zaopatrzeniowych zmusza przedsiębiorstwa do podejmowania różnych działań adaptacyjnych do nowej sytuacji w celu ochrony własnych interesów. Zakres tych działań przedstawiono w tab. 6.

Najpowszechniejszą reakcją na wzrost cen zaopatrzeniowych było oszczędniejsze wykorzystywanie dotychczas stosowanych surowców oraz poszukiwanie ich substytutów. Dużo uwagi zwracano na rozwój nowych produktów kształtowanych na podstawie nowych składów surowcowych i procesów technologicznych. Praktykowano też taktykę zmiany struktury produkcji, przechodząc na zwiększenie udziału wyrobów mniej surowcochłonnych lub tych, w których skład surowcowy uległ relatywnie mniejszemu wzrostowi cen.

¹² Na małe znaczenie tych form zasilania dewizowego przedsiębiorstw w skali kraju wskazują dane raportów o realizacji reformy gospodarczej. Patrz: Raport o realizacji reformy gospodarczej w 1984 r. pełnomocnika rządu do spraw reformy gospodarczej, PPW "Rzeczpospolita", Warszawa, sierpień 1985.

T a b e l a 6

Działania podejmowane w przedsiębiorstwach
przemysłu lekkiego
w wyniku wzrostu cen zaopatrzeniowych

Rodzaj działań	Wskaźnik w %
Zwiększenie wykorzystywania odpadów	62
Podjęcie produkcji nowych wyrobów	45
Zastosowanie innych surowców i materiałów	44
Rozszerzenie stosowania surowców wtórnych	24
Zmiana struktury produkcji	19
Częściowa rezygnacja z dotychczas stosowanych surowców i materiałów	16
Zmiana dostawcy surowców	13

Ź r ó d ł o: jak w tab. 1.

Z branż objętych badaniem najbardziej wrażliwe na zmianę cen zaopatrzeniowych okazały się przedsiębiorstwa branży skórzanej i wełnianej. Zakłady te w największym zakresie podejmowały działania mające ograniczyć inflacyjne działania wzrostu cen surowców.

4. BARIERY DOSTOSOWANIA PRODUKTU DO POTRZEB RYNKU

Rynek artykułów przemysłu lekkiego boryka się z wieloma trudnościami wynikającymi z jednej strony z braków towarowych, z drugiej natomiast z narastających zapasów będących rezultatem trudności sprzedaży towarów. Trudności w sprzedaży są konsekwencją niedostosowania produktów do potrzeb i oczekiwań nabywców. Przyczyny niedostosowania towarów do potrzeb rynku mogą być różne, opinie na temat niektórych z nich przedstawia tab. 7.

Przyczyny niepowodzeń nowych produktów na rynku koncentrują się zasadniczo wokół dwóch zagadnień. Pierwsza grupa przyczyn - silniej akcentowana - związana jest z cechami produktu, a więc jego zbyt wysoką ceną, niską jakością i wzornictwem.

Druga grupa natomiast wynika z niewłaściwych kontaktów przedsiębiorstwa z rynkiem, i to zarówno w zakresie pozyskiwania informacji, jak i ich przekazywania na rynek.

T a b e l a 7

Przyczyny niepowodzeń nowych produktów na rynku
(wskaźniki w %)

Wyszczególnienie	Wskaźnik odpowi- dzi ogółem	Według wielkości przedsiębiorstwa określonej liczbą zatrudnionych		
		do 500	1501-2000	ponad 4000
Zbyt wysoka cena	50	29	52	50
Złe rozeznanie rynku	35	43	35	33
Braki w samym produkcie	25	14	30	35
Zła reklama	24	0	30	50
Brak badań testowych produktu na rynek	24	43	17	33
Nieprzychylnie przyjęcie produktu przez handel	18	0	15	30
Inne	7	14	4	0

Ź r ó d ł o: jak w tab. 1.

Zamieszczone dane potwierdzają tezę o łatwiejszej adaptacyjności małych przedsiębiorstw do potrzeb rynku. Dla tych przedsiębiorstw kontakty z handlem czy kształtowanie cech produktu nie stanowią większej trudności do przezwyciężenia. Cechy te zależą od przedsiębiorstwa i mogą ulec szybkiej modyfikacji w zależności od okoliczności i potrzeb. Za zasadniczą trudność uznaje się natomiast pozyskanie informacji o zjawiskach rynkowych, które pozwoliłyby dostosować produkcję do potrzeb odbiorców. Opinię tę należy traktować jako potwierdzenie niedorozwoju badań rynkowych w naszym kraju.

Wskazywana przez przedsiębiorstwa zbyt wysoka cena jako najistotniejszy czynnik sprawiający, że produkt nie osiąga powodzenia na rynku, jest rezultatem prowadzenia mało elastycznej polityki cenowej. Jedynie 43% badanych przedsiębiorstw w strategii rozwoju nowych produktów zakładało inne poziomy cen dla okresu

nowości i okresu, w którym produkt przestanie być nowością. Podobna liczba odpowiedzi (42%) wskazała, że w przedsiębiorstwie nie prowadzi się polityki cenowej i że ceny na nowe wyroby są na poziomie podobnym jak ceny wyrobów dotychczas produkowanych (39% odpowiedzi).

O mało elastycznej polityce cenowej świadczy też postawa przedsiębiorstw w sytuacji pogarszania się jakości wyrobów: 1/4 respondentów podała, że przedsiębiorstwo nie obniża cen mimo pogarszania się jakości, a ponadto 1/3 - że takie obniżki są sporadycznym zjawiskiem. Uzyskane odpowiedzi wskazują na rozbieżności między przepisami prawa a działalnością praktyczną przedsiębiorstw. Akty prawne wyraźnie określają obowiązek obniżania cen w przypadku pogorszenia się jakości. Przedsiębiorstwa uchylają się od tego obowiązku pociągającego negatywne skutki finansowe. Działania te stanowią naruszenie interesów konsumentów.

Kolejną istotną przyczyną niepowodzeń nowych produktów jest brak informacji o zjawiskach zachodzących na rynku. Przedsiębiorstwa podejmują decyzje produkcyjne bez głębszej znajomości potrzeb konsumentów. Z przeprowadzonych badań wynika, że najbardziej przydatnym źródłem informacji o rynku są dane uzyskane z handlu (wskazanie 69% respondentów), następnie badania własne (25%) i uzyskiwane z COBR-ów (25%), czyli zaplecza badawczo-rozwojowego przemysłu, inne źródła stanowią tylko 3%. Wskazanie tak dużej przydatności informacji uzyskiwanych z handlu jest oznaką słabego zasilania informacją rynkową przedsiębiorstw produkcyjnych. Wyniki bowiem badań rynku prowadzonych w przedsiębiorstwach handlowych mają ograniczoną przydatność w przemyśle¹³. Niepokojąca jest niska ocena informacji o rynku uzyskiwana z placówek badawczo-rozwojowych przemysłu. Ocena ta jest potwierdzeniem poglądów o dominacji w profilu badawczym tych placówek zagadnień produkcyjnych nad sprawami rynkowymi.

Badania własne prowadzone w przedsiębiorstwach przemysłowych koncentrują się wokół różnych aspektów związanych z nowym produktem. Znaczenie poszczególnych zagadnień badawczych przedstawia tab. 8.

¹³ Por. B. Borowska-Kwasik, W. Kasperkiewicz, A. Bogus, Źródła inspiracji oraz przesłanki sukcesu innowacji, [w:] Innowa-

T a b e l a 8

Tematyka badań związanych z produktem
w przedsiębiorstwach przemysłu lekkiego
(wskaźniki w %)

Wyszczególnienie	Badania prowadzone	Badania postulowane
Konkurencyjność produktów na tle wyrobów innych producentów	43	11
Kształtowanie się zapasów i sprzedaży w detalu	36	13
Testowanie rynkowe produktu przed rozpoczęciem seryjnej produkcji	34	14
Zwyczaj dokonywania zakupów (gdzie, kiedy, jak, ile, kto)	17	8
Wybór kanału rynkowego	15	11
Motywy dokonywania zakupu przez konsumentów	14	8
Skuteczność stosowanej promocji	11	17
Cykl życia produktu na rynku	9	12
Inne	2	1

Ź r ó d ł o: jak w tab. 1

Zainteresowania badawcze dotyczą przede wszystkim oceny cech produktów, kształtowania się ich zapasów i sprzedaży w handlu detalicznym. Niewielką wagę przywiązuje się do badań konsumentów i skuteczności działań promocyjnych. Brak zainteresowań skutecznością działalności promocyjnej wynika z planowego ograniczania tych działań w okresie wychodzenia gospodarki z kryzysu. Przedsiębiorstwa w niewielkim zakresie stosują strategię aktywnego oddziaływania na rynek, nie prowadzą bowiem badań cyklu życia produktu na rynku, które są podstawą różnych kombinacji elementów marketingu-mix w celu zwiększenia efektywności sprzedaży.

Przemiany zachodzące na rynku uzmysławiają potrzebę podjęcia szeregu badań w najbliższej przyszłości. Potrzebę tę można oce-

nić jako dość silnie odczuwaną; świadczą o tym relacje między wskaźnikami określającymi zakres badań prowadzonych i postulowanych, np. potrzeby podjęcia badań skuteczności działań promocyjnych czy badań cyklu życia produktu na rynku są deklarowane w większym nasileniu niż zakres badań prowadzonych dotychczas.

Barierą ograniczającą dostosowanie podaży towarów do potrzeb rynku jest system podejmowania produkcji w przedsiębiorstwach wytwórczych. Plany produkcyjne nastawione są na realizację zamówień uzgodnionych z handlem. Produkcja nowych wyrobów nie zakontraktowanych przez handel podejmowana jest bardzo niechętnie, co znacznie utrudnia działalność innowacyjną wytwórców. Przemysł realizując zamówienie handlu jest często przekonany o jego niedostosowaniu do potrzeb rynku. Inspirowanie pracowników handlu do zakontraktowania innej (nowej) produkcji jest jednak utrudnione, gdy nie jest ona sprawdzona na rynku. Ogranicza to możliwości kształtowania rynku i dostosowanie struktury asortymentowej podaży towarów do tendencji obserwowanych na rynkach światowych. Z przeprowadzonych badań wynika, że 18% przedsiębiorstw nie podejmuje nigdy produkcji nie zakontraktowanej przez handel, 60% czyni to sporadycznie, a jedynie 22% dość często. Uwidacznia to brak orientacji proinnowacyjnej w sferze wytwórczej.

5. SKŁONNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW DO ABSORBOWANIA INNOWACJI

Generalnie można stwierdzić, że przedsiębiorstwa nie wykorzystują możliwości prowadzenia prac związanych z wdrażaniem postępu. Tworzone w przedsiębiorstwach fundusze postępu techniczno-ekonomicznego były w pełni wykorzystane jedynie w 31% jednostek objętych badaniem, a niecałe 5% przedsiębiorstw korzystało z dofinansowania z funduszu centralnego. Wskazuje to na brak przywiązywania należytej wagi do spraw unowocześniania procesów produkcyjnych i handlowych. Z funduszu postępu techniczno-ekonomicznego mogą być finansowane prace realizowane przez pracowników przedsiębiorstwa oraz zadania zlecane innym zespołom i instytucjom. Niski stopień wykorzystania funduszy świadczy o niewystarczającym inspirowaniu do prac twórczych pracowników własnego przedsiębiorstwa i o ograniczonym zakresie współpracy z placówkami naukowo-

-badawczymi. Dane charakteryzujące kontakty przedsiębiorstw z tymi placówkami przedstawia tab. 9.

T a b e l a 9

Zakres kontaktów przedsiębiorstw przemysłu lekkiego z placówkami naukowo-badawczymi w prowadzeniu prac związanych z rozwojem nowych produktów

Rodzaj placówki naukowo-badawczej	Wskaźnik w %
Centralne ośrodki badawczo-rozwojowe i centralne laboratoria	64
Instytuty naukowe (resortowe i branżowe)	38
Wyższe uczelnie	16
Placówki Polskiej Akademii Nauk	2

Ź r ó d ł o: jak w tab. 1.

Z układu danych w tab. 9 wynika, że im wyższa ranga naukowa placówki, tym mniej kontaktów z przedsiębiorstwami. Wynika to nie tylko z charakteru prac prowadzonych w tych placówkach i możliwości ich aplikacji w bieżącej działalności przedsiębiorstwa¹⁴, ale również z braku zainteresowań owych placówek problemami praktyki gospodarczej. Istniejąca współpraca w 76% wynikła z inicjatywy przedsiębiorstw. Placówki naukowo-badawcze w zbyt małym zakresie wychodzą z własną ofertą usług do przedsiębiorstw produkcyjnych.

Nawiązane kontakty ocenione są przez przedsiębiorstwa pozytywnie. Ponad 40% przedsiębiorstw stwierdziło, że placówki naukowo-badawcze współpracują z nimi w realizacji projektów od powstania idei do wdrożenia, korygując parametry projektów zgodnie z potrzebami rynku. Rozpatrując zakres współpracy w przekroju wielkości przedsiębiorstw przekonujemy się, że kontakty te są częstsze wśród większych przedsiębiorstw. Można to tłumaczyć potrzebą rozwiązywania bardziej skomplikowanych problemów, jak również możliwością podejmowania bardziej ambitnych celów badawczych, na których realizację trzeba przeznaczyć większe środki finansowe.

¹⁴ S. K r a j e w s k i, Procesy innowacyjne w przemyśle, Warszawa 1985, s. 171.

Istniejący stan niezadowolającej współpracy przedsiębiorstw z placówkami naukowo-badawczymi wynika z pewnych ograniczeń. Czynniki utrudniające współpracę przedstawia tab. 10.

T a b e l a 10

Czynniki utrudniające współpracę przedsiębiorstw przemysłu lekkiego
z placówkami naukowo-badawczymi
(wskaźniki w %)

Wyszczególnienie	Wskaźnik odpowie- dzi ogółem	Według wielkości przedsiębiorstwa określonej liczbą zatrudnionych		
		do 500	1501-2000	ponad 4000
Odmienne kryteria oceny prac naukowych i wdrażania innowacji w przedsiębiorstwie	49	25	63	80
Utrzymująca się sytuacja wzajemnej tolerancji a nie współpracy	45	75	50	20
Brak zrozumienia między przedstawicielami nauki i praktyki	41	50	38	20
Obawa kierownictwa przed- siębiorstwa przed spad- kiem prestiżu w sytuacji szukania pomocy w placów- kach naukowo-badawczych	2	1	2	0

Ź r ó d ł o: jak w tab. 1.

Dane przedstawione w tab. 10 należy uznać za wielce niepokojące. Utrzymywanie się obecnego stanu nie rokuje dynamicznego postępu w przedsiębiorstwach, a w konsekwencji i w całej gospodarce, powiększając istniejącą lukę techniczno-organizacyjną między naszymi przedsiębiorstwami a firmami o przodującej technice. Niechęć do współpracy z placówkami naukowo-badawczymi przejawia się bardziej wśród mniejszych przedsiębiorstw, a więc tych, które z uwagi na mniejszy potencjał kadrowy powinny przy rozwiązywaniu własnych problemów korzystać z usług placówek naukowo-badawczych. W przyszłości przedsiębiorstwa zamierzają wytwarzać nowe produkty na podstawie rozwiązań opracowanych we własnym przed-

siębiorstwie (90% odpowiedzi), rozwiązań placówek naukowo-badawczych (28% odpowiedzi) i zakupu licencji (4% odpowiedzi). Dominuje koncepcja świadcząca o przekonaniu, że przedsiębiorstwa same są w stanie sprostać wyzwaniom nadchodzących czasów.

6. WSPÓŁPRACA PRZEMYSŁU I HANDLU

W ROZWOJU I WPROWADZANIU NOWYCH PRODUKTÓW NA RYNEK

Współpraca przemysłu i handlu w wprowadzaniu nowych produktów na rynek jest jedną z wielu dziedzin kontaktów sfery produkcji i obrotu towarowego. Współpraca ta oparta jest na porozumieniach umownych zawieranych między jednostkami gospodarczymi. Stosowane umowy mają charakter umów kupna-sprzedaży, umów patronackich i umów komisowych. Zebrane opinie przedsiębiorstw przemysłowych na temat rodzaju umów, na których podstawie nowe produkty powinny być wprowadzane na rynek, przedstawia tab. 11.

T a b e l a 11

Opinie przedsiębiorstw na temat rodzaju umów,
na podstawie których powinno się wprowadzać
nowe produkty na rynek

Rodzaj umowy	Wskaźnik w %
Umowa kupna-sprzedaży	76
Umowa patronacka	26
Umowa komisowa	6

Ź r ó d ł o: jak w tab. 1

Przedsiębiorstwa przemysłowe opowiadają się zdecydowanie za umowami kupna-sprzedaży, które nie zmuszają wytwórców do interesowania się losem wyrobów po opuszczeniu bramy zakładu. Charakter tych umów sprawia, że ryzyko związane z wprowadzaniem na rynek nowych produktów przerzuca się na handel. Współpraca przemysłu i handlu ogranicza się do dostarczenia i zapłaty za towar. Umowy patronackie, które przewidują szerszy zakres wzajemnych świadczeń,

są już mniej popularne. W myśl tych umów producent powinien m. in. uczestniczyć w działalności promocyjnej, badaniach rynku, aranżacji sklepów i stoisk, wspólnym ponoszeniu ryzyka. Zakres tych czynności rozszerza zainteresowanie wytwórców losami swoich produktów. Jak widać z przytoczonych danych, nie jest to chętnie widziane w przedsiębiorstwach przemysłowych. Najwięcej zastrzeżeń mają producenci do umów komisowych. W ramach tych umów wytwórcy ponoszą konsekwencje niedostosowania produkcji do potrzeb rynku.

Opinie na temat rodzaju umów, jakie powinny być stosowane we wprowadzaniu nowych produktów na rynek, wykazują zróżnicowanie między branżami. Największą gotowość do współpracy z handlem i troskę o losy wyprodukowanych wyrobów przejawiają przedsiębiorstwa przemysłu wełnianego, najmniejszą natomiast - zakłady przemysłu skórzanego. Dostrzegamy tu wpływ sytuacji rynkowej i jakości wyrobów. Zrównoważenie sytuacji podaży-popytu w branży wełnianskiej zwróciło uwagę producentów na poprawę jakości towarów i dostosowanie asortymentu do potrzeb rynku. Rozszerzenie współpracy z handlem zwiększa odpowiedzialność, ale też zapewnia osiągnięcie sukcesów na rynku. Branża skórzana jest zaabsorbowana problemami ilości produkcji i stara się wynikać z tego niedomagania przerzucić na handel.

Preferowany przez przemysł system powiązań umownych z handlem wywiera wpływ na stosunek przedsiębiorstw handlowych do nowości wprowadzanych na rynek. Zdanem 1/3 przedstawicieli przemysłu handel chętnie kupuje nowości, niecałe 5% respondentów stwierdziło, że kupuje zdecydowanie niechętnie, pozostali określili, że raczej chętnie. Zauważa się więc pewną powściągliwość przedsiębiorstw handlowych w nabywaniu nowości. Oceniając postawę pracowników handlu, należy pamiętać, że jest ona spowodowana obawą przed przejmowaniem na siebie całego ryzyka związanego z nietrafioną produkcją. Wspomniana obawa jest podyktowana brakiem właściwych uregulowań prawnych dotyczących tworzenia i wykorzystywania funduszy za przecenę i ryzyko handlowe.

Przedsiębiorstwa przemysłowe preferują powiązania umowne z handlem, w myśl których nie ponoszą konsekwencji nietrafnej produkcji. Zarzucając przedsiębiorstwom handlowym, że niezbyt chętnie zakupują nowości, same równocześnie nie są skłonne do udzielania im szerszych uprawnień. Uwidacznia się to na przykładzie

prawa do swobodnego ustalania marż na nowe produkty wprowadzone na rynek. Za przyznaniem takich uprawnień przedsiębiorstwom handlowym opowiedziało się 30% badanych respondentów, 1/4 nie miała wyrobionego poglądu, a prawie połowa była przeciwna. Stworzenie takiej możliwości pozwoliłoby przedsiębiorstwom handlowym na prowadzenie zróżnicowanych strategii cenowych uwzględniających sytuację rynkową, formy sprzedaży i walory produktów, pozwalających ubezpieczyć się od ryzyka nietrafnej produkcji. Przyczyniłoby się to do bardziej proinnowacyjnego nastawienia handlu.

Przedstawiciele przemysłu krytycznie oceniają rozstrzygnięcia prawne regulujące stosunki przemysłu i handlu w zakresie kar umownych za dostarczanie towarów nie odpowiadających normom jakościowym. Celem obecnych uregulowań jest dążenie do poprawy jakości wyrobów poprzez stworzenie bezwzględnie obowiązujących sankcji finansowych w przypadku dopuszczenia do obrotu towarów wadliwych. Jeśli przedsiębiorstwo handlowe odstępuje od egzekwowania kary od producenta, samo jest obciążane odpowiednimi wpłatami do budżetu¹⁵. Z badanej zbiorowości jedynie 1/3 odpowiadających stwierdziła, że obowiązujący system skutecznie przeciwdziała pogarszaniu się jakości wyrobów.

Kłopoty nabywców związane z zaspokajaniem swych potrzeb spowodowane są zarówno niedostateczną produkcją rynkową, jak i niedostosowaniem podaży do konkretnych warunków miejsca i czasu. Na pytanie skierowane do przedstawicieli przemysłu, czy przy aktualnej ilości i strukturze produkcji handel mógłby się przyczynić do poprawy zaspokojenia potrzeb rynku poprzez lepszą dystrybucję, 55% respondentów odpowiedziało że tak, 29% - że tak, ale w niewielkim stopniu, 9% nie miało zdania. Uzyskane odpowiedzi stanowią krytykę niesprawności dystrybucji, a pośrednio - systemu rozdzielnictwa, który krępuje procesy dostosowawcze podaży i popytu. Należy je również traktować jako symptom braku przepływu informacji rynkowej między sferami produkcji i handlu, która by umożliwiała właściwe dostosowanie podaży do potrzeb nabywców. Oceny potrzeb rynku dokonywane w przemyśle i handlu są często zróżnicowane.

¹⁵ Kupujący wpłaca na Fundusz Rozwoju Rynku 30% uzyskanych kar lub 50% należnych mu kar w przypadku zaniechania ich dochodzenia (uchwała nr 207 Rady Ministrów z 27 września 1982).

Zdaniem przemysłu zamówienia składane przez handel są rozbieżne z potrzebami rynku. Charakter tych rozbieżności przedstawia tab. 12.

Tabela 12

Rozbieżności
między potrzebami rynku a zamówieniami handlu
w opinii przedstawicieli przemysłu

Wyszczególnienie	Wskaźnik w %
Liczba poszczególnych asortymentów	72
Ilość produkcji ogółem	48
Wzór	30
Kolor	30
Rodzaj surowca	28
Sposób wykończenia	16
Inne	3

Źródło: jak w tab. 1.

Najwięcej zastrzeżeń mają przedsiębiorstwa przemysłowe do struktury asortymentowej towarów kontraktowanych przez handel, najmniej natomiast - do czynników związanych z cechami produktów.

Niedostosowanie podaży do potrzeb rynku wynika również z pewnych ograniczeń w kontaktach przemysłu i handlu. W zawieraniu umów o dostawę towarów przedsiębiorstwa przemysłowe i handlowe w dużym stopniu pozbawione są samodzielności przy wyborze partnerów. Przedsiębiorstwa przemysłowe wskazują, że na wybór odbiorców wpływa: rozdzielnik (70% wskazań), własna inicjatywa producenta (52% wskazań), inicjatywa przedsiębiorstw handlowych co do wyboru dostawcy (37% wskazań), decyzja jednostek nadrzędnych (27% wskazań), ograniczenia terytorialne (10% wskazań) i inne (3%). Najmniejszym skrepowaniem rozdzielnikami i dużą swobodą w wyborze kontrahentów odznaczają się przedsiębiorstwa branży lniarskiej i wełnianej. Największym zakresem rozdzielnictwa charakteryzują się wyroby dziewiarskie i bawełniane.

7. ZAKOŃCZENIE

Skłonność przedsiębiorstw przemysłu lekkiego do rozwoju nowych produktów w warunkach wychodzenia kraju z kryzysu gospodarczego była wypadkową czynników zachęcających i ograniczających prowadzenie działalności innowacyjnej. Postawa wytwórców w rozwijaniu nowych produktów była bardzo ostrożna i mało ekspansywna, nastawiona na przeczekanie okresu trudności gospodarczych. Większą skłonnością do działalności innowacyjnej odznaczały się przedsiębiorstwa działające w branżach charakteryzujących się bardziej zrównoważoną sytuacją rynkową.

Zasady wdrażanej reformy gospodarczej nie wywołują powszechnej postawy proinnowacyjnej. Możliwość poprawy sytuacji finansowej przedsiębiorstw poprzez wpływanie na poziom cen dotychczasowej produkcji zmniejsza zainteresowanie wzrostem skali produkcji i rozszerzaniem jej asortymentu. Rozwój nowych produktów był często wymuszany bądź hamowany niewystarczającym zaopatrzeniem materiałowo-surowcowym.

Instrumenty pośredniego sterowania działalnością przedsiębiorstw stosowane przez centrum bardziej skutecznie oddziałują na mniejsze przedsiębiorstwa. Większe przedsiębiorstwa, reprezentujące silniejszy potencjał ekonomiczny, są mniej wrażliwe zarówno na sygnały płynące z organów sterujących, jak i z rynku. W przemyśle lekkim instrumenty sterowania centralnego w większym zakresie wpłynęły na wzrost skali dotychczasowej produkcji niż na zmianę jej struktury poprzez rozwój nowych produktów.

Przedsiębiorstwa wytwórcze działają w warunkach dużego ryzyka niedostosowania produkcji do potrzeb konsumentów, nie dysponują bowiem informacjami niezbędnymi do podejmowania trafnych decyzji rynkowych. W zmniejszaniu zakresu tego ryzyka otrzymują znikomą pomoc ze strony wyspecjalizowanych placówek badawczo-rozwojowych. Niedorozwój badań rynkowych w okresie wychodzenia z kryzysu gospodarczego wynika z przewagi zainteresowań zagadnieniami techniczno-produkcyjnymi nad problemami rynku i potrzeb nabywców.

Sytuacja nie zaspokojonego popytu zawęża zakres współpracy przedsiębiorstw produkcyjnych i handlowych. Wytwórcy wyrażają niechęć do wspólnego z handlem podejmowania ryzyka sprzedaży, jak

również do ponoszenia kosztów związanych ze zmniejszaniem tego ryzyka. Zakres współpracy przedsiębiorstw przemysłowych i handlowych ograniczany jest stosowanym rozdzielnictwem towarów, które powstrzymuje dowolne zawieranie kontaktów między uczestnikami rynku. Utrudnia to dostosowywanie się przedsiębiorstw produkcyjnych i handlowych do potrzeb konsumentów.

Jarosław Sosnowski

PROPENSITY OF ENTERPRISES TO DEVELOP NEW PRODUCTS IN CONDITIONS
OF OVERCOMING ECONOMIC CRISIS

The article presents the results of studies based on 134 questionnaires conducted among the management of light industry enterprises and concerning development of new products. It appears that enterprises belonging to industrial branches characterized with more balanced market situation display a bigger propensity to develop new products. Difficulties in procurement of industrial supplies prove to be often forcing out as well as checking product innovations.

Centralized distribution of goods restricts co-operation between industry and trade hampering elastic adaptation of supply to market requirements. Bigger enterprises with their stronger economic potential are less sensitive to signals coming from market and from the central organs controlling the structure of production. Meanwhile, deficit of market researches makes it difficult to use effectively economic resources being a result of ill-adjustment of production to market requirements.