

Mirela Romanowska

Istota celu przedsiębiorstwa i jego realizacja na przykładzie spółki Stomil S.A.

Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania 17, 97-106

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Mirela Romanowska

ISTOTA CELU PRZEDSIĘBIORSTWA I JEGO REALIZACJA NA PRZYKŁADZIE SPÓŁKI STOMIL SA

Istotną cechą działania każdego podmiotu gospodarczego (przedsiębiorstwa), rozumianego jako element **systemu**, jest jego **celowość**. Każdy cel funkcjonowania przedsiębiorstwa wiąże się z występowaniem określonych **potrzeb**, które można zaspokoić w rozmaitej skali i odmienny sposób.

Cel rozpatrywany w aspekcie ekonomicznym jest motywem wewnętrznym, zamiarem, dążeniem do osiągnięcia określonego stanu bądź chęcią wykonania pewnych czynności, które wynikają z potrzeb ludzkich i interesów społecznych. Cele działania wywołują określone skutki. Z celu wyodrębnia się dwa elementy:

- zamiar osiągnięcia określonego stanu, będący siłą motoryczną działania,
- skutek działania.

Z charakteru własności środków produkcji w znaczeniu ekonomicznym wyprowadza się cel gospodarowania (cel produkcji). Główną przesłanką jest odpowiedź na pytanie: jaki cel wynika z charakteru własności (typu własności)? Ogólnie polega on na przeciwstawieniu zamierzeń i filozofii przedsięwzięcia. W miarę rozwoju działalności przedsiębiorstwa trzeba aktualizować formalne określenie celu.

Cel działalności przedsiębiorstwa jest wielkością niejednorodną, trudną do jednoznacznego określenia i skwantyfikowania. Jest bowiem wielkością agregatową różnych, współzawodniczących ze sobą celów cząstkowych z powodu ograniczonej ilości środków, którymi dysponuje podmiot.

E. Burzymowa uważa, że celem działalności przedsiębiorstwa jest „wytwarzanie i sprzedaż produktów użytecznych przy optymalnym wykorzystaniu środków

oddanych do jego dyspozycji”¹. W definicji tej wytwarzanie produktów użytecznych występuje jako obiektywny cel, a optymalne wykorzystanie środków jako obiektywna konieczność, warunkująca rozwój przedsiębiorstwa. Tak określony cel można ująć w postaci²:

cel przedsiębiorstwa = zadanie + sposób realizacji.

Aby formuła ta była precyzyjnie rozumiana i mogła być zastosowana, konieczny jest odpowiedni system pomiaru osiągniętego celu.

Według L. Bednarskiego³, w warunkach gospodarki rynkowej strategicznym celem działalności firm jest dążenie przede wszystkim do przysporzenia właścicielom (udziałowcom, akcjonariuszom) przyrostu kapitałów własnych przez osiąganie zysków. Pogląd ten podzielają również V. Jog i C. Suszyński, stwierdzając, że „podstawowym, długookresowym celem przedsiębiorstwa jest maksymalizacja finansowych korzyści współwłaścicieli, oznaczająca praktycznie maksymalizację ich majątku”⁴. Można zauważyć, że przyjęty cel gospodarowania, a nigdy nie jest on jeden, może budzić wiele kontrowersji. Jest to wynikiem podejścia różnych grup interesów lub czynników środowiskowych⁵.

¹ E. Burzymowa, *Pomiar i ocena rentowności przedsiębiorstw przemysłowych*, PWE, Warszawa 1971, s. 21.

² Z. Dresler, *Mierniki wyniku finansowego w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, ZN WSE, Kraków 1971, s. 19. Inne spojrzenie na elementy składowe celu prezentuje W. Janasz. Wyróżnia on dwa elementy: zamiar osiągnięcia określonego stanu, będącego siłą motoryczną działania, i skutek tego działania. Por. W. Janasz, *Funkcja celu w działalności przedsiębiorstw*, w: *Przedsiębiorstwo w gospodarce rynkowej*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 127, Szczecin 1994, s. 13.

³ L. Bednarski, *Analiza finansowa w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa 1994, s. 11. Pogląd ten podziela wielu autorów. Por. W. Bień, *Zyskowność firmy i podział zysku przy wysokiej inflacji*, „Rachunkowość” 1998, nr 2; T. Waśniewski, W. Skoczylas, *Zasady analizy finansowej w praktyce*, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa 1994.

⁴ V. Jog, C. Suszyński, *Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, CIM, Warszawa 1993, s. 2; T. Waśniewski, W. Skoczylas, *Ocena wyniku finansowego przedsiębiorstwa*, „Rachunkowość” 1993, nr 7–8, s. 267. W literaturze ekonomicznej, zwłaszcza amerykańskiej, przyjmuje się, że funkcje kryterium wyboru decyzji obciążonych ryzykiem pełni maksymalizacja dochodów akcjonariuszy, a więc maksymalizacja bieżącej wartości przedsiębiorstwa. Por. m.in. R. Dobbins, W. Frąckowiak, S.W. Witt, *Praktyczne zarządzanie kapitałami firmy*, Paanpol, Poznań 1992, s. 27; S. Sojak, *Rachunkowość finansowa w warunkach inflacji*, TNOiK, Toruń 1996, s. 7.

⁵ Por. M. Marcinkowska, *Kształtowanie wartości firmy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 18; S. Sudół, *Przedsiębiorstwo. Podstawy nauki o przedsiębiorstwie. Teorie i praktyka zarządzania*, Dom Organizatora, Toruń 2002, s. 83 i n.

Wszystkie formułowane cele dotyczą sytuacji oczekiwanych w przyszłości i są ściśle związane z zaspokojeniem określonych potrzeb. W działalności gospodarczej każdego podmiotu powinna być stosowana zasada racjonalnego gospodarowania. Jej istota tkwi w tym, aby „przy danym nakładzie środków otrzymać maksymalny stopień realizacji **celu**, albo przy danym stopniu realizacji celu użyć minimalnego nakładu środków”⁶.

W przedsiębiorstwie najczęściej są formułowane następujące cele⁷:

- maksymalizacja zysku,
- maksymalizacja sprzedaży,
- osiągnięcie „zadowalającego” poziomu zysku,
- osiągnięcie zakładanego udziału w rynku,
- przetrwanie firmy,
- utrzymanie dotychczasowego poziomu zatrudnienia,
- stabilizacja przychodów.

W podanych przykładach występują zarówno jednoznaczne kategorie zysku i przychodów, jak i ogólne określenia wszystkich przejawów funkcjonowania przedsiębiorstwa (np. przetrwanie firmy). Cele mogą obejmować zobowiązania natury finansowej, marketingowej (np. udział w rynku) i elementy o charakterze społecznym (stabilizacja przychodów). Sposób sformułowania celu ukazuje również „filozofię” przedsiębiorstwa, preferowaną strategię działań – od zdecydowanie defensywnej (przetrwanie), przez neutralną (stabilizacja), po ofensywną (maksymalizacja). Przykłady tak sformułowanego celu przedsiębiorstwa można podzielić na dwie grupy. Do jednej można zaliczyć pierwsze cztery, ściśle związane z kategorią zyskowności. Trzy ostatnie uwypuklają kategorię ryzyka, a konkretniej – poziom ryzyka akceptowanego przez przedsiębiorstwo.

⁶ O. Lange, *Dziela*, t. III, Warszawa 1975, s. 384.

⁷ Oprócz wymienionych pozycji literaturowych przydatnych do sformułowania celów por. E.J. Mc Laney, *Business Finance for Decision Makers*, wyd. II, Pitman Publishing 1994, s. 16–18; H. Levy, M. Sarmat: *op.cit.*, s. 4.

Przedsiębiorstwo⁸ jako dynamiczny system zbudowany przez ludzi ma swoje cele. J.M.Bocheński dzieli je na immanentne i transcendentne⁹. Immanentnym celem przedsiębiorstwa jest tylko i wyłącznie produkcja. Ponadto są jeszcze inne zewnętrzne cele przedsiębiorstwa, które mogą być osiągnięte dopiero po osiągnięciu celu głównego. Gdy nie ma produkcji, nie będzie ani dywidend, ani zarobków, a to oznacza, że „solidarność celów poszczególnych grup elementów z celami ogólnymi jest także wpisana w sens przedsiębiorstwa”¹⁰.

Literatura przedmiotu dostarcza licznych przykładów prób budowy hierarchii celów przedsiębiorstwa. Na przykład M. Rutkowski wyróżnia cel główny, cel operacyjny i cele taktyczne¹¹, K. Bobińska – cel wewnętrzny organizacji, cel immanentny oraz cel operacyjny¹², a W. Falkiewicz i J. Oleński twierdzą, że przedsiębiorstwo jako system o działaniu celowym realizuje dwa rodzaje celów:

- cele wewnętrzne (własne), zorientowane na przetrwanie i rozwój,
- cele zewnętrzne, narzucane przez supersystem gospodarki narodowej (np. obronność kraju, cele socjalne czy ekologiczne)¹³.

⁸ Klasycznie rozumianą kategorię „przedsiębiorstwo” wyraża:

- istnienie przedsiębiorcy, będącego podmiotem praw własności w stosunku do zasobów stanowiących majątek przedsiębiorstwa;
- ponoszenie przez przedsiębiorcę odpowiedzialności majątkowej i ryzyka gospodarowania;
- działanie w celu maksymalizacji korzyści przedsiębiorcy – maksymalizacja zysku, trwała pozycja na rynku, dążenie do przetrwania rozwój itp.;
- prowadzenie przez przedsiębiorcę planowania działalności, rozstrzygającej: co wytwarzać i w jakich ilościach, jak i dla kogo.

Por. A.K. Koźmiński, *Przedsiębiorstwo nie całkiem samodzielne*, „Przegląd Techniczny 1983, nr 4, s. 41–43.

⁹ Por. A. Czech, *Ojca Bocheńskiego uwagi o przedsiębiorstwie*, „Przegląd Organizacji” 1989, nr 3, s. 12.

¹⁰ Por. *ibidem*, s. 13.

¹¹ Por. M. Rutkowski, *O strategii przedsiębiorstwa*, „Gospodarka Planowa” 1985, nr 6, s. 388–391.

¹² Por. K. Bobińska, *Cel państwowego przedsiębiorstwa przemysłowego jako organizacji*, „Gospodarka Planowa” 1984, nr 5, s. 215–221.

¹³ Por. W. Flakiewicz, J. Oleński, *Cybernetyka ekonomiczna*, PWE, Warszawa 1989, s. 316–319.

Ogólnie zarysowaną strukturę celów można rozbudować za pomocą różnorodnych wskaźników bądź jednoznacznych dyrektyw. Można wyróżnić między innymi¹⁴:

- a) cele związane z rynkiem:
 - wielkość udziału w rynku,
 - dynamika obrotów,
 - wejście na nowy rynek i jego opanowanie;
- b) cele efektywnościowe:
 - wielkość zysku,
 - rentowność obrotu,
 - stopa zysku od kapitału własnego (*return on equity* – ROE);
- c) cele finansowe:
 - zdolność kredytowa,
 - przepływy pieniężne (*cash flow*),
 - płynność majątku;
- d) cele socjalne:
 - zadowolenie pracowników z warunków pracy i płacy,
 - integracja pracowników z celami firmy,
 - zapewnienie każdemu pracownikowi rozwoju osobowego;
- e) cele prestiżowe i związane ze środowiskiem:
 - niezależność,
 - *image* i prestiż,
 - misja społeczna,
 - wpływy polityczne, społeczne.

Przedstawiona struktura celów nie wyczerpuje wszystkich możliwości, wskazuje jednak na ich pluralizm, który bywa określany w literaturze wiązką celów¹⁵.

Zdaniem W. Janasza, „celem przedsiębiorstwa jest postulowany, zamierzony i syntetycznie opisany przyszły stan przedsiębiorstwa, wyrażony w postaci zbioru najistotniejszych jego charakterystyk na koniec przyjętego horyzontu czasowego.

¹⁴ Por. J. Becker, *Marketing – Konzeption, Grundlagen des des strategischen Marketing-Managements*, wyd. II, München 1989, s. 11, za J. Chwałek, *Innowacje w handlu. Strategia rozwoju przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 1992, s. 43.

¹⁵ Por. S. Sudoł, *Przedsiębiorstwo przemysłowe*, PWE, Warszawa 1988, s. 15.

Zbiór tych postulowanych przyszłych stanów określa się mianem wiązki celów¹⁶. Poszczególne elementy wiązki celów mogą być w stosunku do siebie:

- neutralne – realizacja jednego nie ma wpływu na poziom realizacji drugiego z nich,
- konkurencyjne – realizacja jednego powoduje obniżenie poziomu realizacji innego celu,
- komplementarne – realizacja jednego wiąże się ze wzrostem realizacji drugiego celu¹⁷.

Wymienione cele i scharakteryzowanie niektórych z nich nie prezentuje całego przekroju klasyfikacyjnego **celu** przedsiębiorstwa. Ulegały one zmianie wraz ze zmianami, jakim podlegała gospodarka. Typ przedsiębiorstwa również determinował rodzaj celu.

W obecnych publikacjach najczęściej pojawiającym się celem jest zwiększanie majątku udziałowców, a inaczej – kreacja wzrostu bieżącej rynkowej wartości przedsiębiorstwa¹⁸. Na rozwiniętym rynku kapitałowym kryterium to jest optymalne. Bieżące notowania cen akcji, będące wynikiem podejmowanych decyzji, są poddawane weryfikacji rynkowej i pozwalają jednoznacznie określić ich wartość. Cena rynkowa akcji, a w konsekwencji wartość rynkowa podmiotu, są obiektywną miarą efektywności gospodarowania przedsiębiorstwa. Notowania są odbiciem sprawności działania i jeśli będzie ona zadowalająca, to podmiot automatycznie ma ułatwiony dostęp do kapitałów nie tylko krajowych, ale i zagranicznych. Kryterium to nie dotyczy jedynie przedsiębiorstw komunalnych, których celem jest trwanie i świadczenie usług służących zaspokajaniu potrzeb społecznych, oraz spółek z o.o. i przedsiębiorstw państwowych, które nie są uczestnikami rynku kapitałowego.

¹⁶ W. Janasz, *Zarządzanie kapitałem trwałym przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 1993, s. 43. Autor twierdzi, że „rzeczywista funkcja celu przedsiębiorstwa wyraża się maksymalizowaniem jakiejś jednej wielkości ekonomicznej i przyjmowaniem wszystkich innych zadań (wielkości ekonomicznych) za ograniczenia, nawet gdyby przedsiębiorstwo zmierzało do osiągnięcia kilku bądź więcej celów”. *Funkcja celu w działalności przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwo w gospodarce rynkowej*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 127, Szczecin 1994, s. 22; P. Drucker, *Skuteczne zarządzanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1976, s. 197–208.

¹⁷ Por. R. Ertel, *Volkswirtschaftslehre*, Oldenbourg Verlag, München–Wien 1988, s. 9.

¹⁸ Por. m.in. A. Rappaport, *Shareholder Value. Wertsteigerung als Masstab für die Unternehmensführung*, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 1995, s. 1–15; T. Waśniewski, W. Skoczylas, *Teoria i praktyka analizy finansowej w przedsiębiorstwie*, Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce, Warszawa 2004, s. 4.

Wspomniany pluralizm i osiąganie wiązki celów przez przedsiębiorstwo nie są wyraźnie widoczne w Spółce „Stomil-Poznań” SA. Powstała ona w wyniku przekształcenia Poznańskich Zakładów Opon Samochodowych „Stomil” 5 lutego 1992 roku i od tego momentu prowadzi działania restrukturyzacyjne zmierzające do realizacji wytyczonych celów. Zgodnie z *Planem strategicznym na lata 2007–2010* w grupie celów finansowych założono¹⁹:

- wzrost rentowności sprzedaży docelowo do poziomu 4% (minimalny poziom) w 2010 roku,
- utrzymanie wskaźnika rentowności netto na poziomie około 4%,
- wykorzystanie nadwyżki kapitałów na inwestycje,
- wzrost wartości księgowej akcji.

Z analizy sprawozdań finansowych przedstawionej spółki wynika, że nie osiągnięto celów. Ponadto dwa z nich wzajemnie się wykluczają – chodzi o rentowność netto i wykorzystanie nadwyżki kapitałów na inwestycje. Potwierdza to analiza rentowności i płynności finansowej. Wyniki badań przedstawiono w tabelach 1 i 2.

Tabela 1. Wskaźniki rentowności w latach 2004–2008 (%)

Wskaźniki rentowności (zyskowności)	2004	2005	2006	2007	2008
Rentowność marży brutto	34,30	32,50	25,02	*	*
Rentowność operacyjna podstawowa	8,23	0,14	0,18	10,32	2,0
Rentowność operacyjna	8,33	0,61	3,66	10,57	2,92
Rentowność EBITDA	16,80	12,12	12,90	17,8	10,87
Rentowność działalności gospodarczej	2,22	11,80	8,62	12,23	5,91
Rentowność brutto	2,22	11,80	8,62	*	*
Rentowność netto	1,72	7,45	6,67	8,48	3,6
Rentowność aktywów ROA	0,74	2,59	2,97	5,41	2,0
Rentowność kapitału własnego ROE	0,81	2,82	3,28	5,84	2,28

* *Brak danych.*

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych spółki.

¹⁹ Zgodnie z wcześniejszą klasyfikacją celów obejmują one cele efektywnościowe i finansowe. Jednak w *Planie strategicznym spółki* są one określane jako finansowe.

Przyjęte reguły wyliczania wskaźników:

- rentowność marży brutto = relacja zysku (straty) brutto ze sprzedaży do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność operacyjna podstawowa = relacja zysku (straty) na sprzedaży do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność operacyjna = relacja zysku (strata) z działalności operacyjnej do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność EBITDA = relacja zysku z działalności operacyjnej + amortyzacja do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność z działalności gospodarczej = relacja zysku (strata) z działalności gospodarczej do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność brutto = relacja zysku (straty) brutto do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność netto = relacja zysku (straty) netto do przychodów ze sprzedaży;
- rentowność aktywów ROA = relacja zysku (straty) netto do sumy aktywów na koniec okresu;
- rentowność aktywów ROE = relacja zysku (netto) do kapitału własnego.

Na podstawie danych zaprezentowanych w tabeli 1 można stwierdzić, że w badanym okresie wskaźniki rentowności kształtowały się na różnym poziomie, począwszy od ich zadowalających wielkości do niekorzystnych tendencji spadkowych. Należy podkreślić, że „Stomil-Poznań” SA w Poznaniu we wszystkich badanych latach osiągała zyski netto. Stąd wszystkie wskaźniki rentowności ukształtowały się na dodatnim poziomie.

W całym analizowanym okresie wskaźniki rentowności: marży brutto, operacyjnej podstawowej, operacyjnej EBITDA, kształtowały się na poziomie świadczącym o tendencjach spadkowych. Oznacza to, że w badanym okresie zmniejszyło się w spółce pokrycie kosztów działalności podstawowej i operacyjnej wypracowanym wynikiem finansowym

Pozostałe wskaźniki, czyli rentowności brutto, netto, ROA i ROE, miały do 2008 roku tendencje wzrostowe. Pomimo że poziom tych wskaźników nie był na zadowalającym poziomie, to ich wzrost wskazywał na to, że działalność finansowa wzmacnia działalność operacyjną firmy.

Spółka ma ogromną ilość wolnych środków pieniężnych. W latach 2004–2008 ich poziom kształtował się od około 56 mln zł do 62 mln zł. To one były znacznym źródłem przychodów spółki, co widać po wskaźnikach rentowności, a co jednocześnie przeczy celowości działalności przedsiębiorstwa produkcyjnego.

Analizowana płynność finansowa, której przypisuje się obecnie ogromne znaczenie, kształtowała się na bardzo wysokim poziomie, przekraczającym wielkości uznawane za optymalne (por. tabelę 2).

Tabela 2. Wskaźniki płynności w latach 2004–2008

Wskaźniki płynności	2004	2005	2006	2007	2008
Wskaźnik płynności bieżącej	16,25	18,72	12,50	19,94	11,03
Wskaźnik szybki	14,55	16,25	10,33	16,92	9,64
Wskaźnik natychmiastowej płynności	11,66	13,34	7,88	13,00	7,83

Źródło: opracowanie własne na podstawie sprawozdań finansowych spółki.

Przyjęte reguły wyliczania wskaźników:

wskaźnik płynności bieżącej = relacja aktywów obrotowych
do zobowiązań krótkoterminowych;

wskaźnik płynności szybkiej = relacja aktywów obrotowych pomniejszonych
o wartość zapasów i krótkoterminowych rozliczeń międzyokresowych
do zobowiązań krótkoterminowych;

wskaźnik natychmiastowej płynności = relacja inwestycji krótkoterminowych
do zobowiązań krótkoterminowych.

Wskaźniki płynności finansowej wykorzystywane są do oceny zdolności jednostki do terminowego regulowania bieżących zobowiązań nieprzekraczających roku. Za optymalny poziom wskaźników przyjmuje się najczęściej następujące wielkości²⁰:

- dla bieżącej płynności: 1,5–2,0,
- dla szybkiej płynności: 1,2–1,5,
- dla natychmiastowej płynności: od 0,2–1,0.

²⁰ Wśród autorów wielu publikacji wartości te różnią się nieznacznie. Por. m.in. T. Waśniewski, W. Skoczyła, *op.cit.*, s. 438 i n.; M. Sierpińska, D. Wędzki, *Zarządzanie płynnością finansową w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998 (2004).

Z przedstawionych informacji wynika, że badana spółka dysponuje nadmiernymi środkami obrotowymi, co z punktu widzenia racjonalności i efektywności gospodarowania nie jest pożądane. Wskaźnik natychmiastowej płynności wielokrotnie przekracza granicę bezpieczeństwa finansowego, co oznacza zamrożenie i nieefektywne wykorzystanie środków pieniężnych. Jeśli więc w planie strategicznym założono wykorzystanie nadwyżki kapitału (wolnych środków) na inwestycje, to bez odpowiedzi pozostaje pytanie, dlaczego spółka przez lata tego nie uczyniła? Nie osiągając postawionych celów, nie przysporzyła ona korzyści właścicielom, którym jest Skarb Państwa i pracownicy spółki.

ENTERPRISE'S AIM AND IT'S REALIZATION ON THE EXAMPLE STOMIL SA COMPANY

Summary

The paper presents decomposition of the company goal with respect to many possible criteria. The example of such decomposition is based on the Stomil SA company. The company has been restructured many years ago. Outcome of the analysis shows that in this case clear goals of the company did not result in good company performance.

Translated by Mirela Romanowska