

*ANDRZEJ LETKIEWICZ**

UWARUNKOWANIA SAMOREGULACJI CENOWO-KOSZTOWEJ PRZEDSIĘBIORSTW TRANSPORTU DROGOWEGO ŁADUNKÓW

Za regulacyjny wymiar dokładnego rozpoznania i klasyfikacji kosztów przedsiębiorstwa transportowego odpowiedzialny jest system ekonomiczno-finansowy. Podsystem zasady generowania kosztów, obejmując swym zasięgiem identyfikację kosztów praktycznie całości przedsiębiorstwa, łącznie z kosztami promocji, w konsekwencji polega na kalkulacji kosztu jednostkowego produkcji transportowej. Regulacyjne, z kolei, kształtowanie cen następuje zaś w systemie marketingowym, który przy zestawianiu ceny jednostkowej i produkcji transportowej buduje warunki do osiągnięcia przez przedsiębiorstwo przychodów i oczekiwanego zysku. Stąd istota samoregulacji cenowo-kosztowej sprowadza się do identyfikacji sprzężenia zwrotnego i poszukiwania stanu równowagi – zgodności regulacyjnej, między podsystemem zasady generowania przychodów i podsystemem zasady cenotwórstwa uwzględniającego uwarunkowania zewnętrzne występujące na rynku transportowym.

Słowa kluczowe: samoregulacja, ceny, koszty

Wprowadzenie

Gospodarowanie, w szczególności w transporcie, jest związane z koniecznością osiągnięcia założonych celów, które z jednej strony sprowadzają się do celów rynkowych, a z drugiej – do celów ekonomiczno-finansowych. Z uwarunkowań narzędziowych sfery te stanowią dwa rozłączne aspekty funkcjonowania, jednakże w ramach podmiotu gospodarującego stają się wzajemnie od siebie zależne. Brak możliwości osiągnięcia celów rynkowych, jak na przykład zreali-

* Andrzej Letkiewicz, dr, Katedra Ekonomiki i Funkcjonowania Przedsiębiorstw Transportowych, Wydział Ekonomiczny, Uniwersytet Gdański, e-mail: ekoalt@univ.gda.pl.

zowanie zaplanowanego poziomu sprzedaży, oznacza niemożność osiągnięcia przez przedsiębiorstwa transportowe celów finansowych i odwrotnie. Stąd dla przedsiębiorstw transportu drogowego ładunków warunkiem uzyskiwania stanu równowagi funkcjonalnej – osiągnięcia celów rynkowych i finansowych – jest świadomość wzajemnej korelacji tych dwóch sfer funkcjonalnych i świadomość mechanizmu samoregulacji na tym poziomie, przy czym ważne jest uwzględnianie regulacyjnych warunków polityki transportowej. Dlatego celem artykułu jest zaprezentowanie istoty mechanizmu samoregulacji cenowo-kosztowej wraz z jego uwarunkowaniami.

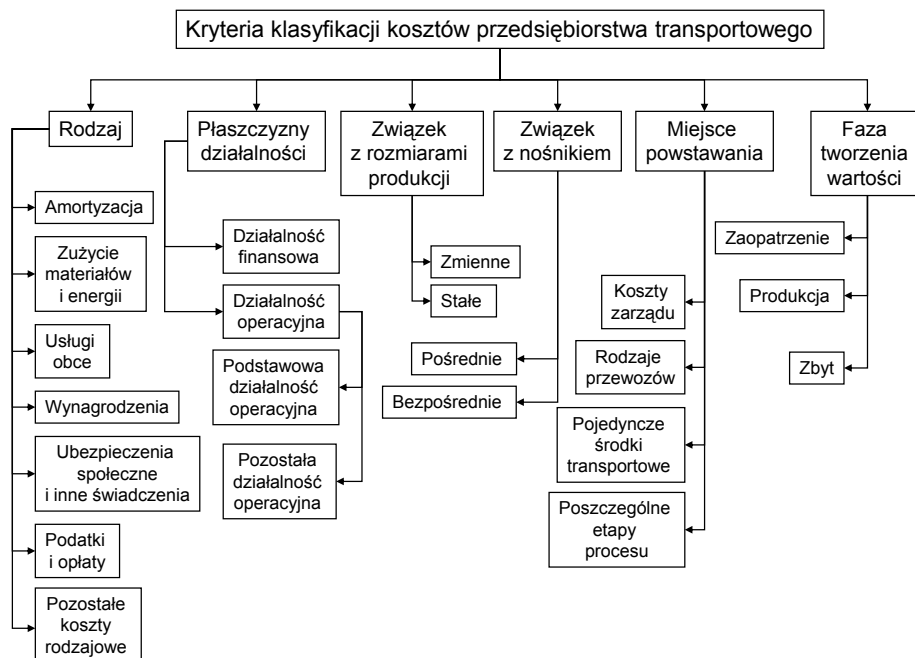
Samoregulacja cenowo-kosztowa przedsiębiorstw transportu drogowego ładunków

Zgodnie z przepisami podatkowymi kosztem jest każdy wydatek poniesiony w celu osiągnięcia przychodów lub zachowania albo zabezpieczenia źródła przychodów. Kosztami są też wydatki poniesione przez pracodawcę na zapewnienie prawidłowej realizacji pracowniczego programu emerytalnego – w rozumieniu przepisów o pracowniczych programach emerytalnych – oraz odpisy amortyzacyjne majątku posiadanego przez przedsiębiorstwo¹. Z punktu widzenia przedsiębiorstwa zatem, z uwagi na mnogość operacji gospodarczych generujących koszty, konieczne jest prowadzenie czynności prowadzących do ustalenia kosztów w różnych przekrojach. Podejściem analitycznym jest grupowanie kosztów w układzie rodzajowym i opcjonalnie według miejsc powstawania lub w układzie kalkulacyjnym. Jednakże z uwagi na specyfikę transportu można mówić nie tylko o analizie kosztów wynikających z przepisów rachunkowych (obowiązek grupowania kosztów według wspomnianych układów wynika z ustawy o rachunkowości² i dotyczy tylko podmiotów prowadzących tak zwaną pełną rachunkowość). Koszty służą praktycznym potrzebom w zakresie planowania, ewidencji, kalkulacji ceny, czy podejmowaniu decyzji zarządczych³, w tym samoregulacyjnych (kryteria klasyfikacji kosztów przedsiębiorstw transportowych przedstawiono na rysunku 1).

¹ Art. 15 Ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych, t.j. Dz.U. 2011, nr 74, poz. 397.

² Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz.U. 1994, nr 121, poz. 591 z późn. zm.

³ A. Koźlak, *Ekonomika transportu. Teoria i praktyka gospodarcza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2008, s. 296.



Rys. 1. Kryteria klasyfikacji kosztów przedsiębiorstwa transportowego

Źródło: opracowanie własne.

Tak więc z punktu widzenia procesu samoregulacji podstawową informacją – niezbędną do prowadzenia działalności transportowej na rynku przewozów transportem samochodowym – jest informacja kosztowa. Każdemu kosztowi przyporządkować można nośnik, który odpowiada za jego powstanie. Ekonomiczny nośnik kosztów to każde zdarzenie, które opisać można za pomocą kosztów (należy odróżnić go od nośnika księgowego, który jest jednostką ewidencyjną; na przykład nośnikiem ekonomicznym może być alternatywnie zastosowanie – koszt alternatywny). Wyodrębnionemu nośnikowi przyporządkować można całkowity koszt własny. W transporcie samochodowym można stosować następujący podział nośników, ustalony według poziomu agregacji⁴:

- działalność przedsiębiorstwa,
- typ procesów zachodzących w działalności przedsiębiorstwa,
- konkretny proces występujący w działalności przedsiębiorstwa,
- nakład rodzajowy występujący w konkretnym procesie danego typu.

⁴ A. Letkiewicz, *Gospodarowanie w transporcie samochodowym – wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2006, s. 117.

Analizując proces transportowy, można zastosować klasyfikację kosztów uzależnioną od stopnia zależności od podstawowych parametrów opisujących zaangażowanie transportu samochodowego i jego potencjał. Koszty całkowite wytworzenia (K_c) w rachunku kosztów zmiennych – przy produkcji jednorodnej – opisuje następujące równanie:

$$K_c = K_{jz} \cdot P + K_s,$$

gdzie:

K_{jz} – jednostkowy koszt zmienny,

P – praca przewozowa,

K_s – koszty stałe wytworzenia, takie, które są kosztami okresu.

Koszty zmienne to koszty, które można bezpośrednio przyporządkować danej usłudze, zamówieniu. Koszty stałe to te, które są ponoszone, by utrzymać gotowość do wytwarzania usług transportowych. Dzięki zastosowaniu rachunku kosztów opartego na kosztach stałych i zmiennych, można uzyskać bardzo cenne informacje, przydatne do podejmowania decyzji związanych z oceną efektywności zamówień wpływających do przedsiębiorstwa. Ranking usług z punktu widzenia ich efektywności inspirował służby techniczno-produkcyjne do poszukiwania w sposób ukierunkowany metod obniżania kosztów, a służby handlowe i marketingowe – do korzystnego kształtowania struktury zamówień.

Wychodząc z założenia, że nie ma sensu świadczenie usług transportowych, których cena nie pokrywa kosztów zmiennych powodujących wpływ gotówki, podstawowym pytaniem dotyczącym zasadności wykonywania pracy przewozowej jest pytanie o koszt jednostkowy. Z reguły przewoźnicy zainteresowani są informacjami na temat kosztu jednostkowego przypadającego na⁵:

- tonokilometr,
- godzinę pracy taboru,
- przewiezioną tonę ładunku,
- posiadany pojazd samochodowy.

Za regulacyjny wymiar identyfikacji kosztów w przedsiębiorstwie jest odpowiedzialny system ekonomiczno-finansowy. Jego funkcjonalne znaczenie wynika z realizowania zadań wytwórczych, zgodnie z wymogami efektywności ekonomicznej, oraz z obowiązku pomiaru i rozliczania całej aktywności gospodarczej w ujęciu wartościowym. Istota funkcjonalna sprowadza się do

⁵ Tamże, s. 121.

takiego kształtowania warunków ekonomicznych funkcjonowania podmiotów gospodarujących, aby były one stale zainteresowane poprawą efektywności gospodarowania. Struktura systemu, przez instrumenty i procedury, będzie tworzyła warunki zapewniające efektywne działanie, transponując zdarzenia gospodarcze przez kryteria ekonomiczno-finansowe w decyzje kierownicze. System ten zapewnia równowagę funkcjonalną podmiotom gospodarującym, wykorzystując tworzące go regulatory (rysunek 3)⁶. Regulatorami tymi są:

- podsystem *ewidencja gospodarcza*, przez który rozumie się umiejętności i urządzenia techniczne umożliwiające rejestrację atrybutów i obliczanie cech zdarzeń gospodarczych identyfikowanych przez pryzmat wartościowy;
- podsystem *mierniki funkcji celu ekonomiczno-finansowego*, przez który rozumie się umiejętności i urządzenia umożliwiające analizę bieżącego stanu ekonomiczno-finansowego identyfikowanego zarówno odrębnie, jak i łącznie przez pryzmat ekonomiki i finansów, a odwołującego się do dwóch równowag cząstkowych tworzonych przez równoważenie przychodów i kosztów oraz wpływów i wydatków;
- podsystem *finansowanie*, przez który rozumie się działalność podmiotów gospodarujących związaną z regułami pozyskiwania i angażowania środków finansowych na określone cele, co w konsekwencji warunkuje możliwość wypełniania funkcji podstawowych i kształtuje strukturę kapitału własnego i obcego, dając możliwości inwestycyjne;
- podsystem *zasady generowania przychodów*, przez który rozumie się zbiór elementów kwantyfikujących finansową wartość sprzedaży (tworzoną przez uwzględnienie ilości sprzedanych dóbr lub usług i ich ceny katalogowej) w wartość przychodu (tworzoną przez korektę wartości sprzedaży o upusty, rabaty, zniżki), budując równowagę w wymiarze polityki cenowej;
- podsystem *zasady generowania kosztów*, przez który rozumie się zbiór elementów kwantyfikujących finansową wartość kosztów związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej;
- podsystem *zasady generowania wyników finansowych*, przez który rozumie się zbiór elementów zespalających wartości ekonomiczne podsystemu finansowanie (zestawiając ze sobą wpływy i wydatki – rachunek przepływów pieniężnych) oraz podsystemów zasady generowania przy-

⁶ K. Szałucki, *Przedsiębiorstwa transportowe – warunki i mechanizmy równowagi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1999, s. 51 i 61–63.

chodów i zasady generowania kosztów (zestawiając ze sobą przychody i koszty w układzie całościowym – rachunek zysków i strat oraz w układzie cząstkowym – kalkulacja zleceniowa czy analityczno-procesowa).

Z uwagi na samoregulację cenowo-kosztową, która przez wymiar podsystemu *zasady generowania kosztów* obejmuje swym zasięgiem praktycznie całość przedsiębiorstwa, w konsekwencji przekładając się na koszt jednostkowy produkcji transportowej, szczególnego znaczenia nabiera podsystem *zasady generowania przychodów*, który jest nierozdzielnie związany z podsystemem marketingowym przedsiębiorstwa transportowego. Podsystem marketingowy w swych strukturach funkcjonalnych ma element odpowiedzialny za zasady cenotwórstwa – w jego ramach zapisane są regulatory porządkujące sferę metodologii kalkulacji cen.

Bazując na podejściu systemowym oraz wzajemnej zależności przyczynowo-skutkowej działań marketingowych realizowanych przez przedsiębiorstwa, należy stwierdzić, że każde pojedyncze działanie w zakresie rynkowym powinno być traktowane jako część projektu podzielonego na dwie elementarne części. Pierwsza jest częścią materialną przedsiębiorstwa (świadczenie usługi transportowej) i w tym kontekście konieczne jest stosowanie miar sprawności, druga część to sfera regulacji, która zapewnia właściwy przebieg procesów realnych, kontrolując skuteczność działań rynkowych. Towarowo-pieniężne relacje podmiotów gospodarujących z otoczeniem na pierwszy plan relacji i uczestnictwa w sieciach międzyorganizacyjnych wysuwają relacje o charakterze dystrybucyjnym. Relacje te i struktury je realizujące stają się jednocześnie częścią podmiotu i otoczenia (a więc podsystemami zewnętrznymi) w ramach systemu marketingowego i samoregulacji marketingowej. Dotyczą one przede wszystkim wyboru zasad tworzenia warunków do korzystania z usługi transportowej. W ramach odwrotnego kierunku – w kontekście relacji towarowych – realizowane są relacje pieniężne wynikające z ekwiwalentności wymiany. Relacje pieniężne w zakresie sumarycznych stanów i strumieni pieniężnych, a także efektywności zastosowań są regulowane na poziomie ekonomiczno-finansowym, na poziomie marketingowym samoregulacja polega na określaniu i dobieraniu zasad generowania cen w zgodności z celami marketingowymi i warunkami występującymi na poszczególnych rynkach. Sytuacja występująca na poszczególnych segmentach rynku przewozu ładunków wzbogacana o uwarunkowania funkcjonalne samoregulacji w innych wymiarach wyznacza zakres działań samoregulacyjnych⁷.

⁷ A. Letkiewicz, *Samoregulacja w symetryzacji systemów przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2013, s. 216.

Identyfikacja i kształtowanie uwarunkowań zewnętrznych, a także postrzeganie zachowań stosowanych przez konkurencję wymaga od podmiotów gospodarujących konstruowania systemów, które z jednej strony będą zapewniały uporządkowany dopływ informacji opisującej stan przedsiębiorstwa i stan otoczenia, a z drugiej – będą umożliwiały, przez decyzje kierownicze, spinanie dążeń do celów rynkowych i finansowych, dzięki możliwości skutecznego oddziaływania na zachowania odbiorców. Zatem system marketingowy w wymiarze regulacyjnym funkcjonowania podmiotów gospodarujących współtworzony jest przez następujące podsystemy⁸:

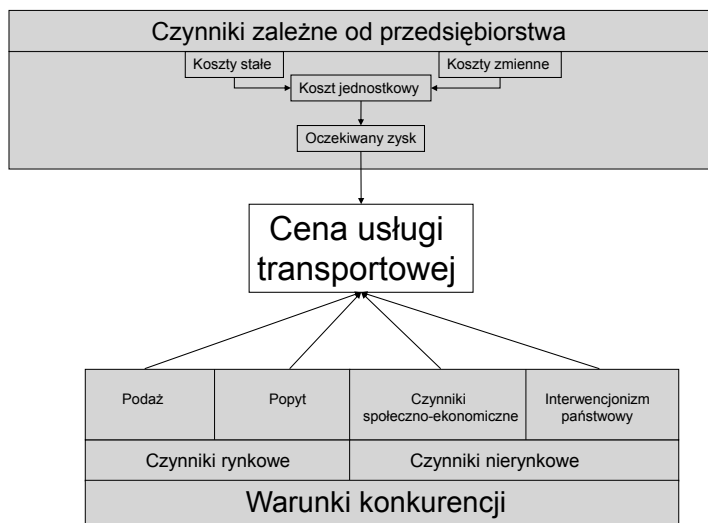
- *ewidencja gospodarcza*, który powinien zapewnić wewnątrznie spójny i indywidualnie określony system informacji marketingowej przedsiębiorstwa, w ramach którego następuje odwzorowanie systemów realnych, czyli obiektów procesów o charakterze rynkowym, za pomocą wybranego języka znaków⁹;
- *mierniki funkcji celu produkcji*, który pozwala określić możliwe do realizacji poziom założonego celu rynkowego wynikający z posiadanego rzeczowego (WRw) i ludzkiego (WLw) potencjału wytwórczego oraz wartości posiadanego kapitału pieniężnego (WKp), tworząc funkcję celu przybierającą postać: $C_p = f(WRw; WLw; WKp)$;
- *system produkcyjny* generujący informacje o posiadanych przez przedsiębiorstwo czynnikach produkcji i asortymencie wytwarzanych produktów;
- *zasady cenotwórstwa*, który precyzuje sposoby kalkulowania cen z decyzjami dotyczącymi wyboru rynku docelowego, uczestnicząc we współtworzeniu równowagi na poziomie ekonomiczno-finansowym;
- *zasady promocji* precyzujący zestaw środków i metod, za których pomocą podmiot przekazuje informacje na rynek;
- *zasady dystrybucji*, przez który należy rozumieć metody i techniki tworzenia warunków umożliwiających dogodnie względem przestrzeni, czasu i form dostarczanie produktów lub korzystanie z usług.

Uwarunkowania zewnętrzne zasad cenotwórstwa sprowadzają się do uwzględnienia (rysunek 2) poziomu ceny akceptowanego przez odbiorcę – dekla-

⁸ K. Szałucki, *Przedsiębiorstwa transportowe...*, s. 69–71.

⁹ A. Letkiewicz, *Samoregulacyjne uwarunkowania funkcji marketingowych przedsiębiorstw*, w: *Zachowania podmiotów na rynkach dóbr konsumpcyjnych*, red. M. Grzybowska-Brzezińska, J. Michalak, A. Rudzewicz, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2005, s. 195.

rowana gotowość do dokonania zakupu po danej cenie, stopnia niepowtarzalności oferowanej usługi transportowej, kosztów wytworzenia, przy czym tylko w nielicznych wypadkach, w określonej sytuacji, koszty mogą stać się podstawą kalkulacji ceny, cen usług podmiotów konkurencyjnych, wartości znaku firmowego, marki, zgodności z innymi celami funkcjonalnymi, zasad różnicowania cen w wymiarze odchyleń od ceny podstawowej (upusty, rabaty, zniżki) i odchyleń w wymiarze przestrzennym¹⁰, czynników społeczno-ekonomicznych (infrastruktura, efekty zewnętrzne), interwencjonizmu państwowego (polityka transportowa – licencje, podatki i opłaty, ekoograniczenia, warunki wykonywania przewozów)¹¹.



Rys. 2. Czynniki wywierające wpływ na cenę usługi transportowej

Źródło: opracowanie własne.

Wskazane czynniki można sklasyfikować, dzieląc je na czynniki zależne od przedsiębiorstwa, na przykład odchylenia od ceny podstawowej, i czynniki niezależne od przedsiębiorstwa, a tworzące warunki brzegowe regulacji tych pierwszych. Szczególnym czynnikiem jest polityka transportowa tworząca system regulacji publicznej oddziałujący na system transportowy w kierunku osiągnięcia celów makroekonomicznych. Za jego pomocą dąży się do uzyskiwania

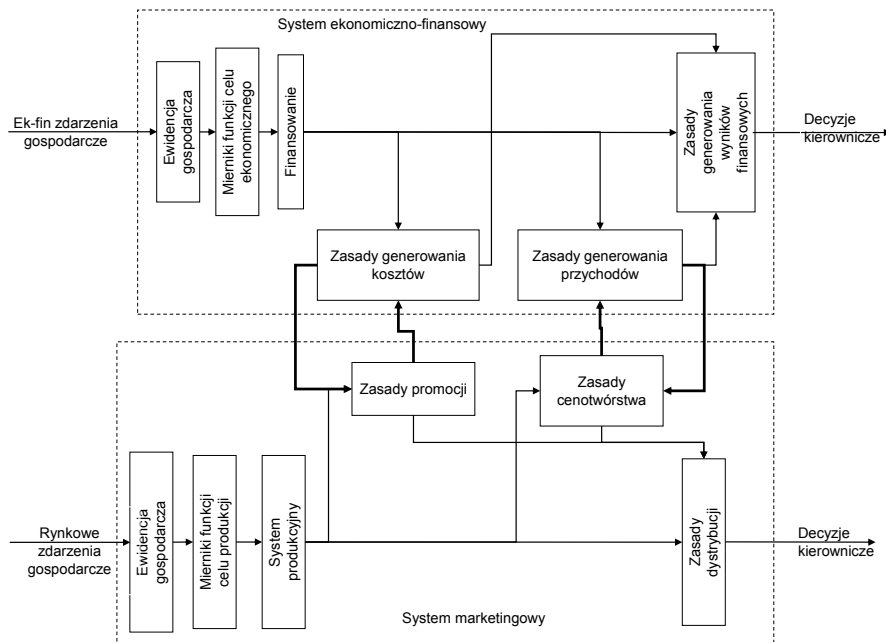
¹⁰ A. Letkiewicz, *Samoregulacja w symetryzacji systemów przedsiębiorstw...*, s. 217.

¹¹ A. Koźlak, *Ekonomika transportu...*, s. 324.

ustalonych efektów transportowych, takich, których nie można osiągnąć bezpośrednio w wyniku działań mechanizmu rynkowego. Zatem polityka transportowa koncentruje się na kształtowaniu podażowej strony rynku i na regulacji samego rynku transportowego. W drugim przypadku występuje w roli publicznego narzędzia wymuszającego oczekiwane z punktu widzenia ustalonych celów polityki transportowej korekty w sferze działania mechanizmu rynkowego, mające doprowadzić do usprawnienia jego działania. Polityka transportowa w tym zakresie urasta do rangi instrumentu korygującego ułomności regulacyjne rynku – głównie w sferze wzrostu racjonalności dokonywania wyboru operatora transportowego za pomocą stosowanych narzędzi cenowych. W tym sensie jest ukierunkowana na zapewnienie większej przejrzystości rynku transportowego przez świadome oddziaływanie również na jego stronę popytową¹². Polityka transportowa niwelująca ułomności rynku wymusza na przedsiębiorstwach uwzględnianie regulatorów w niej zawartych w systemach marketingowych i ekonomiczno-finansowych, gdyż systemy te są ze sobą ściśle związane (poprzez zasady generowania kosztów i zasady promocji oraz zasady generowania przychodów i zasady cenotwórstwa) z systemem sprzężeń zwrotnych posiadających charakter pętli wzmacniających lub kompensujących (rysunek 3).

Celem samoregulacji przedsiębiorstw transportowych jest utrzymywanie równowagi dynamicznej, charakteryzującej się wymianą z otoczeniem energii, materii i informacji, przy ciągłych zmianach elementów systemu, powiązań między nimi, uzyskując nowe unikatowe, niewynikające z właściwości elementów składowych, cechy – efekt synergiczny. Podstawą systemowego efektu synergicznego jest umiejętność cyklicznego postrzegania wpływów zamiast sekwencji liniowych. Śledząc cykle i stany wynikłe w toku ich realizacji, można zaobserwować zachowania systemu zmieniające się cyklicznie – pogarszające lub polepszające sytuację. W połączeniach między elementami systemu o charakterze wzmacniającym mały na początku efekt jest wzmacniany, gdyż siły działające w ramach tej pętli działają w tym samym kierunku, co może prowadzić do efektu błędnego koła, w którym zdarzenia nasilają się, choć pętla wzmacniająca sama w sobie nie ma nic złego. Pętla ta przez swój charakter wzmacnia również zjawiska pozytywne, na przykład powodzenie rynkowe usługi powoduje pozytywną opinię, co prowadzi do zwiększenia sprzedaży,

¹² A.S. Grzelakowski, *Ocena mechanizmów regulacji systemu transportowego UE w aspekcie wymogów budowy wspólnej europejskiej przestrzeni transportu*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 741, Problemy Transportu i Logistyki nr 18, Szczecin 2012, s. 77.



Rys. 3. Model samoregulacji cenowo-kosztowej przedsiębiorstw transportowych
Źródło: opracowanie własne.

zwiększenie sprzedaży z kolei zwiększa rzeszę zadowolonych, polecających usługę klientów itd. Takie podejście do zdarzeń zachodzących w podmiotach gospodarujących sugerowałoby, że wzmocnienie nie ma granic, w rzeczywistości jednak można wskazać granicę takiego wzmocnienia – granicę zdolności produkcyjnych. Brak możliwości zaspokojenia oczekiwań w zakresie czasu dostawy obniża poziom zadowolenia klientów, zmienia się wizerunek, zmniejszają się oczekiwania, buduje się nowy stan równowagi dynamicznej systemu. Pętle stabilizujące leżą u podstaw działań celowych bazujących na planowaniu, a planowanie celowe leży u podstaw procesów równoważących. Zaplanowany poziom sprzedaży, produkcji, gotówki, zatrudnienia staje się podstawą działań porównawczych i podstawą wprowadzania korekt prowadzących do zrealizowania zaplanowanych działań. Pętle równoważące są z reguły trudniejsze do zidentyfikowania, jeśli chodzi o mechanizm i strukturę, lecz jawnym ich działaniem jest opór przeciwko zmianom, który jest właśnie związany z występowaniem ukrytych procesów równoważących. Opór ten nie jest ani kaprysem członków systemu, ani tajemniczym zjawiskiem i prawie zawsze wynika ze strachu

człowieka przed zmianą. Procedurę równoważenia komplikuje fakt wysterowania opóźnień między działaniami a ich konsekwencjami. Praktycznie wszystkie procesy sprzężeń zwrotnych zawierają jakąś postać opóźnienia. Nierozpoznane opóźnienia mogą prowadzić do niestabilności systemu, stąd upływ czasu staje się warunkiem sukcesu lub przesłanką porażki. Brak uwzględniania opóźnienia w działaniu powoduje nerwowość zachowań podmiotów gospodarujących, co w konsekwencji prowadzi do „rozregulowania” systemu, a nie do jego stabilizacji samoregulacyjnej¹³.

Zakończenie

Skuteczność dążeń do osiągnięcia celów ekonomiczno-finansowych przedsiębiorstw transportu drogowego ładunków jest warunkowana świadomością mechanizmu samoregulacji realizowanej w obszarze regulatorów stanowienia cen i generowania przychodów oraz regulatorów porządkujących generowanie kosztów, w tym kosztów promocji. Wzajemna korelacja samoregulacyjna wskazanych obszarów bazuje na pętlach sprzężeń zwrotnych wzmacniających lub kompensujących odchylenia od stanu pożądanego. Działanie tego mechanizmu jest uzależnione od czynników zewnętrznych w postaci podaży i popytu usług transportowych, warunków konkurencji panującej na obsługiwanym rynku oraz od polityki transportowej. Wewnętrzne uwarunkowania samoregulacji cenowo-kosztowej sprowadzają się do umiejętności właściwej ewidencji i kalkulacji kosztów świadczonych usług, a w szczególności kosztów jednostkowych, prowadząc do właściwych decyzji rynkowych.

Bibliografia

- Grzelakowski A.S., *Ocena mechanizmów regulacji systemu transportowego UE w aspekcie wymogów budowy wspólnej europejskiej przestrzeni transportu*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 741, Problemy Transportu i Logistyki nr 18, Szczecin 2012.
- Koźlak A., *Ekonomika transportu. Teoria i praktyka gospodarcza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2008.
- Letkiewicz A., *Gospodarowanie w transporcie samochodowym – wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2006.

¹³ A. Letkiewicz, *Samoregulacja w symetryzacji systemów przedsiębiorstw...*, s. 163–165.

- Letkiewicz A., *Samoregulacja w symetryzacji systemów przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2013.
- Letkiewicz A., *Samoregulacyjne uwarunkowania funkcji marketingowych przedsiębiorstw*, w: *Zachowania podmiotów na rynkach dóbr konsumpcyjnych*, red. M. Grzybowska-Brzezińska, J. Michalak, A. Rudzewicz, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2005.
- Szałucki K., *Przedsiębiorstwa transportowe – warunki i mechanizmy równowagi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1999.
- Ustawa z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych, t.j. Dz.U. 2011, nr 74, poz. 397.
- Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości, Dz.U. 1994, nr 121, poz. 591 z późn. zm.

THE CONDITIONS OF THE PRICE-COST SELF-REGULATION IN THE ROAD CARGO TRANSPORT COMPANIES

Summary

The economic-financial system is in charge of the regulatory dimension of an accurate diagnosis and the classification of transport enterprise costs. The subsystem of the cost generation principle, having in its reach of cost identification practically the whole enterprise, including the promotion costs, in consequence realizes the unit cost calculation of the transport production. However, the regulatory price shaping takes place in the marketing system which, by putting together the unit price with the transport production, builds the conditions for the enterprise to generate income and expected profits. Therefore, the essence of the price-cost self-regulation boils down to the identification of the feedback and the search for the state of equilibrium – the regulatory compatibility between the subsystem of the income generation and the subsystem of the price formation, which takes into account external conditions occurring in the transport market.

Keywords: self-regulation, prices, costs