
GŁOS KUPIECTWA

ORGAN STOWARZYSZENIA KUPCÓW
MIASTA ŁODZI

THE COMMERCIAL VOICE



LA VOIX DE COMMERCE



KAUFMANNSTIMME

Rok III.

Sobota, dnia 15 września 1928 r.

Nr. 18

— TREŚĆ: —

Potrzeba silnego handlu. — Życie gospodarcze Łodzi w zwierciadle upadłości i nadzorów sądowych. Mgr. Sew. F. Jak pracuje Państwowy Instytut Eksportowy? — Wystawy jako środek reklamy (odcinek). Inż. E. Milwicz. I — Jak się w Niemczech popiera eksport (dokończenie)? Dr. H. B. — O kolejnictwie naszym słów kilka. — Podatki i opłaty skarbowe. — Konjunktury na rynkach towarów i surowców. — Targi i wystawy międzynarodowe. mk. — Wybory do izby przemysłowo-handlowej w Łodzi.

Pod
Polską
Bandera

Okrętami
Państwowego
Przedsiębiorstwa

ŻEGLUGA POLSKA

WYŁĄCZNIE
ładunki masowe:

węgiel, drzewo,
cement, cukier,
— rudy, —
nawozy sztuczne.

wysyłajcie Wasze towary i sprowadzajcie Wasze surowce z zagranicy.

ŻEGLUGA PRZYBRZEŻNA:

Regularna komunikacja pomiędzy Gdańskiem, Sopotami, Gdynią, Helem i Jastarnią.

GDYNIA, UL. STAROWIEJSKA,

WILLA „LAGUNA”

— Telefony: —
Sekretariat 69
Wydz. Frachtowy 70
Wydz. Żeglugi Przybrzeż.
i Buchalterji 93.

Adr. tel. „POLMORSK”.

GŁOS

KUPIECTWA

ORGAN STOWARZYSZENIA KUPCÓW MIASTA ŁODZI

Rok III.

Łódź, dnia 15 września 1928 r.

Nr. 18 (46)

Potrzeba silnego handlu

Czem może i powinien być handel Polski.

P. A. Wieniawski na łamach „Przeglądu Gospodarczego” pisze:

Chaos, wytworzony w życiu gospodarczym, znika powoli. Podstawowe zasady życia gospodarczego odzyskują swoje znaczenie w miarę znikania złudzeń co do skuteczności różnych doktryn niezdolnych do wytrzymania prób życia.

Od lat kilku powraca świadomość, że w życiu zbiorowym przedsiębiorstwo odgrywa dużą rolę, a przedsiębiorca przestaje już być uważany za wroga społeczeństwa. Rozumie ono, że pomyślny rozwój kraju związany jest ściśle z powodzeniem przemysłowca prywatnego, dla którego godziwy zysk jest bodźcem do postępu, do rozszerzenia i udoskonalenia wytwórczości.

Wytwórczość krajowa, zatamowana w pierwszych okresach istnienia państwa polskiego przez niewłaściwą politykę gospodarczą, stopniowo przywrócić zaczyna opiekę, poparcie i zachętę sfer kierowniczych. Znikają również stopniowo ograniczenia, krępujące rozwój wytwórczości. Potrzeby komunikacyjne są coraz więcej uwzględniane, a zaspokojenie pilnych potrzeb kredytowych jest przedmiotem szczególnej troski rządu. Dla zapewnienia wytwórczości należytych warunków rozwoju — konieczna jest jeszcze wielka praca prawodawcza, stworzenie najwłaściwszych systemów podatkowych, przystosowanie polityki socjalnej do wymogów życia i t. d. Braki w tej dziedzinie są duże.

W różnych dziedzinach wytwórczości przemysłowej i rolniczej stwierdzamy wydatny postęp. Natomiast w zaniedbaniu pozostał handel, którego wielkie znaczenie jako czynnika gospodarczego jest wciąż jeszcze niedoceniane. Zaniedbanie handlu cechowało życie gospodarcze na ziemiach polskich oddawna.

Kwitający w XVI wieku handel upada lub przechodzi w ręce obce. Znikły tradycje kupieckie, a skoro tylko rodzina kupiecka zdobywała poważniejsze środki materialne, wnet przerzucała się do innego zawodu, ciesząc się większym uznaniem.

Po krótkim stosunkowo ożywieniu, jakiego doznał handel w okresie rozkwitu życia gospodarczego w Królestwie Kongresowym za czasów Lubeckiego, zapanowała następnie na tem polu martwość. Stan kupiecki na ziemiach polskich był przed wojną nader słaby. W b. zaborze pruskim handel spoczywał prawie wyłącznie w rękach niemieckich. Częstka tylko handlu prowadzona była przez Polaków lub polskie organizacje spółdzielcze.

Nielepiej sprawy stały w Galicji, gdzie dopiero w początkach XX wieku ujawniać się zaczął ruch w kierunku tworzenia zrzeszeń handlowo-rolniczych.

W b. Kongresówce handel był stosunkowo więcej ożywiony dzięki ruchliwości żywołu żydowskiego. Poza tem w drugiej połowie XIX wieku powstał szereg poważnych i solidnych firm kupieckich częściowo polskich, częściowo pochodzenia niemieckiego, ale już w dalszych pokoleniach całkowicie spolszczonych.

Ale i w b. Kongresówce handel obejmował jedynie rynek wewnętrzny, jakim był wówczas rynek rosyjski, a firmy handlowe polskie pośredniczyły głównie w dostarczaniu wytworów przemysłu polskiego do różnych okręgów b. Cesarstwa Rosyjskiego. Obroty w tej dziedzinie były znaczne. Agenci i kupcy polscy docierali do rozległych zakątków olbrzymiego Imperjum, a zasobność kraju wzrastała.

Natomiast handel międzynarodowy w ścisłem tego słowa znaczeniu nie istniał wcale. Polska, pozbawiona własnej państwowości, nie mogła samodzielnie występować na rynku światowym. Poza kilkoma poważniejszymi firmami, trudniącymi się przywozem zagranicznych artykułów, handel międzynarodowy nie istniał.

Wojna zniszczyła i te słabe przejawy działalności handlowej. Inflacja, ograniczenia różnego rodzaju, ujęcie przez państwo w swoje ręce niektórych dziedzin handlu, zniszczenie kapitałów, oplakane stosunki kredytowe i t. d. przyczyniły się do obniżenia podstawowych pojęć etyki kupieckiej, otwierając naocześnie wrota najgorszym żywołom, nie mającym

nic wspólnego z kupiectwem. Handel stał się synonimem wyzysku lekceważenia wszelkich zobowiązań, ukrytej lichwy i t. p.

W miarę jednak ustalania się stosunków gospodarczych objawy te stopniowo zaczęły znikać. Niemal jednak i dziś jeszcze handel w zachodnio-europejskim znaczeniu tego słowa wciąż jeszcze leży odłogiem.

* * *

W obecnej chwili zagadnienie handlu nabiera szczególnego znaczenia. Od szeregu miesięcy zarówno koła urzędowe jak i szeroki ogół interesują się żywo bilansem handlowym i nie bez obawy patrzą na niedobory tego bilansu, utrzymując się w ostatnich miesiącach na poziomie około 100 milionów złotych miesięcznie. Bliższa analiza bilansu handlowego stwierdza, że przywóz artykułów luksusowych gra nieznaczną stosunkowo rolę. Przeważają surowce, niezbędne dla wytwórczości, maszyny i inne towary, bezpośrednio zwiększające wytwórczość. Ciężarem jest przywóz artykułów żywnościowych, stanowiących jednak przeszło 20 proc. ogólnego przywozu. W tej rubryce spotykamy artykuły, które mogłyby z powodzeniem być zastąpione artykułami krajowymi, jak np. słonina i inne tłuszcze. Jeżeli produkt masowy wypada drożej lub nie dociera na rynek, to bezwątpienia jedną z przyczyn jest zupełny brak sprawnej organizacji handlowej, nadmierna liczba rąk, przez które dany artykuł przechodzi, niezajomość potrzeb rynku i brak przedsiębiorczości. Życie codzienne daje nam pod tym względem niesłychanie jaskrawe przykłady, a przecież umiejętnie zorganizowany handel nietylko pośredniczy pomiędzy wytwórcą i spożywcą, ale, zaznajamiając nabywcę z wymaganiami rynku, wskazuje mu kierunek wytwórczości.

Łała ostatnie dowiodły należycie bezskuteczności ograniczeń i reglamentacji w dziedzinie przywozu. Zrównoważenie tą drogą bilansu handlowego okazało się niemożliwe. Pozostaje więc droga zwiększenia wywozu. Udoskonalenie wytwórczości, obniżenie kosztów, pomoc państwa przy wywozie są bezwątpienia czynnikami dużego znaczenia, ale istotne rozszerzenie naszego wywozu nie da się pomyśleć bez należytego zorganizowania handlu wywozowego. P. Stanisław Rutkowski w pracy swej o bilansie płatniczym wykazuje, że w roku 1926 w ogólnych rozchodach naszego bilansu płatniczego w kwocie 2,918,9 milj. zł. rozchody z tytułu przywozu towarów wynosiły 1,356,2 milj. zł., czyli 46,5 proc. W przychodach bilansu płatniczego w sumie 3,548,8 milj. zł., przychody z tytułu wywozu stanowiły 2,221,8 milj. zł., czyli 62,6 proc. Odnośne liczby dla r. 1925 wynoszą: rozchody 4,629,0 milj. zł., w tem rozchody z tytułu przywozu towarów 3,364,1 milj. zł. (72,7 proc.), przychody 4,560,6 milj. zł., w tem przychody z tytułu wywozu towarów 2,209,8 milj. zł. (48,5 proc.). Liczby te dostatecznie wskazują, jak ważnym jest wzmoczenie naszego wywozu. Ale handel wywozowy oprócz bezpośredniego wpływu na bilans płatniczy ma jeszcze i duże pośrednie znaczenie. W bilansie tym zysk z operacji handlowych odgrywa minimalną rolę, mimo że stanowiłoby to mogło bardzo poważną pozycję. Większość towarów, wywożonych zagranicę, sprzedawana jest bądź na miejscu, bądź z dostawą do Gdańska lub stacji pogranicznej. Nabyte nato-

miast zagranicą towary dostarczane są przez dostawców przeważnie do kraju. W ten sposób cały poważny zysk pośrednika, ekspedytora i t. d. odpływa zagranicę.

Jeżeli obrót handlowy Polski w roku 1927 przekroczył 5,400 milj. zł., to nieznaczny nawet procent zysku na operacjach handlowych wpłynąłby dodatnio na nasz bilans płatniczy. Poza uniezależnieniem się od czynników zewnętrznych — wywiera rozwój żegluga duży wpływ na handel polski i na bilans płatniczy.

Dotychczas wytwórczość krajowa znajdowała przeważnie zbyt na rynku wewnętrznym, którego pojemność wzrastała w ostatnich latach poważnie. Musimy sobie jednak zdawać sprawę, że szybki wzrost ludności, zatamowany wychodźstwem zarobkowym i ujawniające się już w niektórych okolicach kraju przeludnienie wsi — zmusi do szybkiego rozwoju przemysłu. W miarę tego postępu Polska szukać będzie musiała poza granicami kraju ujścia dla swoich wytworów.

Konieczność tworzenia handlu międzynarodowego występować będzie coraz jaskrawiej. Poparcie i pomoc rządu są z natury rzeczy ograniczone, a pomyślnie rozwiązanie tej sprawy zależy będzie od ujęcia jej przez odpowiednie, uzdolnione siły fachowe.

Aby zawód ten pociągał wybitniejsze jednostki, obdarzone energią, inicjatywą i szerszymi aspiracjami — trzeba, aby oprócz korzyści materialnej zawód dawał zadowolenie moralne i zapewniał należyte stanowisko społeczne. W opinii publicznej nastąpić musi pod tym względem poważny zwrot, a zwrot ten dokonywać się będzie tem szybciej, im wyższy będzie poziom umysłowy kupca. Gruntowne przygotowanie się do zawodu, należyście przeprowadzona praktyka w kraju i zagranicą, są tu niezbędne. Rozwiał się musi legendy, że sama tylko ruchliwość i spryt kupiecki i trochę szczęścia wystarczy, aby być kupcem we współczesnym rozumieniu. Wyższe uczelnie handlowe przygotowują zastępy młodzieży, której dopełnienie studjów ułatwione być powinno przez umożliwienie jej odbycia praktyki na Zachodzie dla gruntownego zapoznania się z metodami nowoczesnego handlu.

Izby handlowo - przemysłowe wywrą niewątpliwie poważny wpływ i przyczynią się do wyrobienia etyki kupieckiej, a z drugiej strony do szerszego aniżeli dotychczas uwzględnienia postulatów świata kupieckiego. Ale oprócz akcji o charakterze teoretycznym, której owoce mogą się ujawnić dopiero po dłuższym czasie, należy ująć należycie szereg zagadnień praktycznej natury. Byłoby rzeczą ze wszech miar pożądaną, aby sprawa reform podatkowych, dostosowanych do wymagań życia kupieckiego, była przedmiotem obszernej dyskusji. Daleki jestem od zamiaru dotykania w krótkim artykule tego ważnego zagadnienia, które powinno być przedmiotem specjalnych rozważań.

Handel musi ponosić ciężary państwowe i być przygotowanym na stały wzrost tych ciężarów. Chodzi jednak o to, aby forma i sposób wymiaru tych podatków nie krępowały swobody ruchów i nie naruszały tajemnicy zawodowej. Zagadnienie to przedstawia szczególną trudność w naszych warunkach, w których liczne zastępy handlowe, nie mające nic

wspólnego z kupiectwem, nie posiadając ani firmy, ani nie prowadząc należytych ksiąg, uchylają się od podatków i przy dużych niekiedy obrotach stanowią dla kupiectwa konkurencję. Zadaniem organizacji kupieckiej jest stopniowe uzdrowienie panujących obecnie stosunków.

Przedmiotem dyskusji powinny być również dezcyderaty handlowe, które wymagają swobody ruchu i normalnych stosunków gospodarczych między państwami. Reklamacja, zamknięcie przywozu i wywozu, nagle zmiany w taryfach celnych, ograniczenia paszportowe i t. d. godzą bezpośrednio w interesy handlu, który rozwijać się może tylko w atmosferze pokoju gospodarczego.

Poważną usługę oddać może państwo przez dostarczenie kupiectwu należytych informacji. Czynnione są w tym kierunku duże wysiłki, a organizacja placówek zagranicznych, działając coraz sprawniej i dążąc do utrzymania kontraktu z życiem gospodarczym, oddawać będzie niewątpliwie poważne usługi.

Szczególne znaczenie posiada handel morski, która to dziedzina jest w Polsce prawie zupełnie nieznaną i dążyć musi do zapewnienia sobie fachowej współpracy zagranicznej w tej ciężkiej walce, jaką państwo prowadzić musi dla stworzenia należytych podstaw rozwoju gospodarczego. Stworzenie zdrowego i silnego handlu polskiego jest jednym z zagadnień szczególnie pilnych i doniosłych.

Życie gospodarcze Łodzi w zwierciadle upadłości i nadzorów sądowych

Jednym z przejawów życia gospodarczego Łodzi, w którym znajdują swe odbicie wahania i zmiany konjunktur — są niewątpliwie upadłości i nadzory sądowe.

Po wielkiej liczbie upadłości i nadzorów sądowych w okresie poinflacyjnym, w którym padły firmy, stojące na kruchych podstawach, nieprzygotowane do zmian konjunktur, nie oparte na zdrowej kalkulacji i korzystające z usług prywatnych dyskontów (trwało to przez cały 1925 i część 1926 roku) — nastąpiło pewnego rodzaju odprężenie sytuacji.

Sądząc z ogłoszonych w 1927 roku 37 upadłości i 24 nadzorów sądowych (patrz Nr. 11 „Głosu Kupiectwa” z dnia 1.VI. 1928 r.), nastąpiła widoczna zmiana na lepsze.

W 3-ch wypadkach sąd uchylił próby petentów, co do ogłoszenia nadzorów sądowych, gdyż ze złożonych podań i załączonych bilansów wynikało, że właściciele chcieli działać na szkodę swych wierzycieli. Niektórzy z nich wnosili potem na następne posiedzenia podania o ogłoszenie upadłości. Tak naprzykład firma „Bracia Pietrkowscy” (fabryka pończoch) wniosła w dniu 20 października 1927 roku podanie o zarządzenie nadzoru sądowego. Podanie to ze względu na brak istotnych przyczyn zostało odrzucone; ta sama firma w 6 dni później, t. j. 26 października wniosła podanie o ogłoszenie upadłości, które zostało ogłoszone.

Przeglądając wykazy upadłości ogłoszone w 1927 roku, widzimy, że ogłoszono je tylko kilku poważnym przedsiębiorstwom, a mianowicie: „Towarzystwu Akcyjnemu Manufaktury Bawełnianej Jakub Kestenberg”, „Towarzystwu Akcyjnemu Wyrobów Wełnianych M. A. Wiener”, „Towarzystwu Akcyjnemu Zgierskiej Fabryki Maszyn Juliusz Hoffman w Zgierzu”, „Przędzalnia Jakób Aron Grinstein i S-ka”, „Polwat” sp. z ogr. odp., „Lekpol” Laboratorium Chemiczno-Farmaceutyczne, sp. z ogr. odp.

Prawie wszystkie z wymienionych firm są nadal czynne i produkują swe wyroby.

Nadzór sądowy ogłoszono między innymi tylko jednemu poważnemu przedsiębiorstwu: „Towarzy-

stwu Wyrobów Wełnianych Maksymiljan Szyffer, Spółka Akcyjna”, pozostałe — to drobne firmy.

Z zestawienia upadłości i nadzorów sądowych w pierwszym półroczu 1928 roku (patrz Nr. 15 „Głosu Kupiectwa” z dnia 1.VIII. 1928 r.) wynika, że ogłoszono 32 upadłości, z których 30 — to drobne firmy lub handlujący, a trzy dotyczą większych firm, a mianowicie: „Przemysłu Wełnianego Goński i Engelman”, „Spółki Akcyjnej Fabryki Sukna A. G. Borst w Zgierzu” i Mowszy Lajba Brodacza w Zgierzu (przędzalnia, farbiarnia i wykończalnia). Wszystkie firmy pracują normalnie.

Z dobrodziejstwa odroczenia wypłat (nadzoru sądowego) korzystały firmy: „Towarzystwo Wyrobów Wełnianych Maksymiljan Szyffer, Spółka Akcyjna”, „Szlama Litrowski” (fabryka pończoch), „Landsberg, Sittenfeld i Redel” (fabryka mebli i skład dywanów) oraz niektóre mniejsze.

Jak z tego zestawienia wynika sytuacja powoli zaczyna się wyjaśniać. Widać poprawę sytuacji gospodarczej od drugiej połowy 1926 roku, do czego w znacznym stopniu przyczyniły się poczynania rządu Marszałka Piłsudskiego, a między innymi zawarcie traktatów handlowych z państwami, które były kiedyś odbiorcami przemysłu łódzkiego.

Doniosłym momentem dla uzdrowienia stosunków handlowo-przemysłowych było ogłoszenie dekretu Prezydenta Rzeczypospolitej, zamieniającego dotychczasowy nadzór sądowy na odroczenie wypłat.

Obecnie żadna firma lub handlujący nie może przyjść do sądu i zarządać na mocy dobrze spreparowanego bilansu odroczenia wypłat, musi wnieść umotywowaną prośbę, a żądanie to jest podane przez ogłoszenia w miejscowej prasie do publicznej wiadomości; każdy z zainteresowanych wierzycieli może przyjść w oznaczonym dniu na posiedzenie sądu i złożyć swe wyjaśnienie za lub przeciw odroczeniu wypłat. Sąd na podstawie tych wyjaśnień i załączonych dowodów rozpatruje sprawę.

Sędziowie handlowi, reprezentujący sfery handlowo-przemysłowe, biorąc udział w wyrokowaniu wogóle, a przy ogłaszaniu upadłości i nadzorów

w szczególności, mogą, znając im dobrze stosunki miejscowe wyjaśnić je przewodniczącemu sędziemu koronnemu.

Dekret Prezydenta Rzeczypospolitej o odroczeniu wypłat i ustawa o rejestrze handlowym, zmusza-

jąca firmy do rejestracji i ujawniania publicznie swych stosunków majątkowych oraz zachodzących zmian, przyczynia się w znacznej mierze do uzdrowienia handlu i przemysłu.

Mgr. Sew. F.

Jak pracuje Państwowy Instytut Eksportowy?

W całokształcie planowych poczynań rządu Marszałka Piłsudskiego, w dziedzinie organizacji i intensyfikacji wywozu, doniosłym momentem było niewątpliwie powołanie do życia Państwowego Instytutu Eksportowego.

Placówka ta, utworzona w myśl rozporządzenia Prezydenta Rzeczypospolitej o Państwowym Instytucie Eksportowym rozwinęła pod kierownictwem dyrektora Marjana Turskiego niezwykle ożywioną i planową pracę.

Na tle dotychczasowych poczynań Instytutu uwidocznia się jego doniosła rola w organizacji eksportu.

Poniższe dane czerpiemy z referatu dyr. Turskiego, wygłoszonego na inauguracyjnym posiedzeniu rady Państwowego Instytutu Eksportowego.

Zasadnicza działalność P. I. E. w pierwszej fazie jego istnienia szła w następujących kierunkach: 1) badanie możliwości eksportu, 2) inicjowanie eksportu, 3) standaryzacja artykułów eksportowych, 4) opinjowanie projektów ustaw i rozporządzeń, pozostających w związku z eksportem, 5) propaganda

w kraju i zagranicą. Czynności organizacyjne instytutu polegają przede wszystkim na pracy ewidencyjnej i informacyjnej. Organicznie działalność instytutu podzielona została na trzy działy: ogólno-ekonomiczny, przemysłowy i rolniczy. Zadaniem działu ogólno-ekonomicznego jest wiązanie pojedynczych prac przez instytut wykonywanych i ogólne ich wykorzystywanie, dostarczanie działom bankowym materiałów informacyjnych użytecznych w ich pracy oraz wykonywanie prac i badań związanych nie z poszczególnymi gałęziami eksportu lecz z jego całokształtem. W myśl tego działu ekonomiczny rozpoczął organizowanie zbioru czasopism fachowych i książek oraz rozwinął akcję publikacyjną, mającą na celu obznajmianie sfer gospodarczych o wszelkich faktach i obserwacjach ważnych z punktu widzenia eksportu, z drugiej strony zaś propagandę eksportu polskiego zagranicą.

Akcja publikacyjna Instytutu dokonywana jest drogą: 1) wydaniu „Komunikatu informacyjnego” przenikającego do sfer gospodarczych bezpośrednio, jak również użytkowanego przez czasopisma gospo-

Wystawy jako środek reklamy

Wbrew dość powszechnemu mniemaniu, nie wszystkie wstrząsające wrażenia utrwalają się w pamięci; dowodem powyższego twierdzenia mogą służyć często spotykane w praktyce sądowej sprzeczne zeznania naocznych i wiarygodnych świadków jakiejś tragedji czy katastrofy.

Rzec można, iż mózg ludzki tylko wówczas odbiera trwałe wrażenia, gdy jest do nich przygotowany oczekiwaniem, gdy naprzód w wyobraźni swej zarysuje kontury spodziewanych zdarzeń. Naprzykład, przebieg rzadko zdarzającego się całkowitego zaciemnienia słońca, pierwszego egzaminu, pierwszej wycieczki do obcych krajów i t. d. pamiętamy ze wszystkimi szczegółami, przeważnie bardzo długo.

Posługując się porównaniami, można powiedzieć, iż w mózgu przygotowany był zapas świeżych i czułych klisz, które dokładnie odbijały zmieniające się kolejno obrazy oraz stany duchowe i utrwały je na szereg lat.

Słowem, zwraca naszą uwagę wszystko, co jest niezwykle, niecodzienne, lecz w pamięć wryć się mogą tylko te wrażenia, do których odczucia jesteśmy przygotowani.

Przechodząc z dotychczasowymi rozważaniami na teren psychologii stosowanej i opartej na jej prawach propagandy handlowej, możemy stwierdzić, zgodnie z obserwacją i doświadczeniami, że tran-

zacje skuteczniejszą się w umyśle nabywcy, jako skutek logicznych przesłanek, a zapłata za towar jest ostatecznym wnioskiem, zakończeniem procesu psychologicznego.

Jest to proces dość zawity, a więc środki oddziaływania w pożądanym kierunku muszą być siłą rzeczy nieco złożone. Pomimo istnienia olbrzymiej literatury, niezliczonej ilości obserwacji oraz skrupulatnie przeprowadzonych laboratoryjnych doświadczeń, nie udało się wypracowanie niezawodnego schematu, według którego dałoby się bez trudu skutecznie sprzedać wszystkich towarów.

Niestety, propagandę handlową każdego towaru musimy traktować indywidualnie w zależności od psychiki nabywców, pojemności rynku, ceny, jakości, zwyczajów, przesądów i wielu innych czynników, nie wyłączając nawet orientacji politycznej.

Czytałem w jednym z dzieł Forda zdanie mniej więcej tej treści: „myślenie należy do najtrudniejszych prac i dlatego posiadamy tak mało myślicieli”. Nie jest to bynajmniej paradoks, lecz swego rodzaju aksjomat, który każdy może sprawdzić w swym najbliższym otoczeniu, o ile oczywiście nie ulegnie złudzeniu i myślących cudzemi kategorjami nie weźmie za samodzielnych myślicieli.

O tym pewniku szef propagandy handlowej winien pamiętać i ułatwiać kandydatom na nabywców cały proces psychologiczny, począwszy od zwrócenia uwagi na towar, a kończąc na akcie kupna. Istnieje mnóstwo rodzajów reklamy mniej lub bardziej skutecznej, lecz do najskuteczniejszych należy zaliczyć

darce i prasę codzienną, 2) sporządzenie artykułów dla prasy fachowej, krajowej i zagranicznej, 3) sporządzenia referatów specjalnych, omawiających zagadnienia nienadające się do szerszej publikacji, 4) opracowywanie wydawnictw własnych P. I. E.

Dział ogólny - ekonomiczny oprócz prac stałych — opracowuje szereg studjów natury ogólnej, z pośród których wymienić należy badanie nad rolą pośrednictwa obcego w eksporcie polskim, organizację ubezpieczeń kredytów eksportowych i współpracę w udoskonalaniu metod sprawozdawczych rządowych placówek zagranicznych w zakresie gospodarczym.

W ten sposób ukazało się około 40 numerów „Komunikatu”, zawierających paręset artykułów, referatów i informacji.

Praca działów branżowych instytutu idzie przede wszystkim po linii sporządzania dokładnej ewidencji importerów zagranicznych, przy jednoczesnym badaniu rynku krajowego odnośnie potencjalności wywozu, przyczem rozważyć należy, że praca w tym ostatnim kierunku następcza specjalnie wielkie trudności, prowadząc za to do specjalnie interesujących wniosków wymagających stałej i ścisłej kontroli. Wnioski te zawierają w sobie program dalszej działalności organizacyjnej, ewidencyjnej i koordynującej pewne różniczkowane poczynania eksportowe, skłaniając instytut do tworzenia krajowych grup eksportowych, względnie współdziałania w tworzeniu się zagranicznych organizacji handlowych, współdziałających z eksportem polskim.

Dział przemysłowy obejmuje całą produkcję surowców i produkcję przetwórczą, nie objętą zakre-

sem produkcji rolniczej; dział ten posiada w swej ewidencji liczne adresy zagraniczne z 30-tu krajów. Zarówno ewidencja firm zagranicznych jak i krajowych związana jest z jednoczesnym nawiązywaniem kontaktu między stronami zainteresowanymi, przez udzielanie im informacji ścisłych i szczegółowych oraz czuwanie nad pierwszym stadium transakcji celem stworzenia stosunków obustronnie zadawalających i trwałych.

Jedną z ważnych gałęzi działalności działu przemysłowego była sprawa przetargów zagranicznych, o których instytut starał się informować sfery bezpośrednio zainteresowane ze szczególną ścisłością i punktualnością, niestety rzadko jedynie powodując efektywne z ich strony oddziaływanie.

Do zakresu prac działu przemysłowego należy również interwenjowanie zarówno na rzecz transakcji konkretnych, jak i pewnych ogólnych posunięć eksportowych. Ze względu na szczególne znaczenie dla ekspansji naszej na rynki Bliskiego Wschodu zorganizowano wewnątrz działu przemysłowego referat specjalny, którego działalność już obecnie wykonuje skutki konkretne. Wyodrębnione zostały również poczynania, dotyczące transportów i komunikacji, polegające na interwenjowaniu w tych sprawach i inicjowaniu posunięć nowych, a dla eksportu ważnych; również i w tym względzie uzyskano realne wyniki.

W dziale rolniczym sprawa produkcji zwierzęcej jest jedną z tych, do których instytut od początku przywiązywał wielką wagę, ze względu na brak — w obecnym stanie rzeczy — danych informacyjnych co do możliwości potencjalnych tej gałęzi eksportu, jej niezorganizowanie i nieustalenie kierunków

ten rodzaj, gdzie oryginalny towar demonstruje się wielkiej liczbie widzów, którzy zjawili się umyślnie celem oglądania, zapoznania się z zaletami i ewentualnego nabycia. Połączenie wyszczególnionych zasadniczych warunków skuteczności reklamy zdarza się dość rzadko, tembardziej, że stworzenie ich jest technicznie niewykonalne nawet dla największego przedsiębiorstwa. Instytucjami, spełniającymi to zadanie są wystawy, które dzięki intensywnej wstępnej propagandzie, przyciągają setki tysięcy i miliony zwiedzających. Co najważniejsze, zwiedzający wystawy nie są przygodnymi przechodniami obok okien sklepowych, na które czasem się spogląda zazwyczaj nie zwraca uwagi, lecz wszyscy przychodzą po to, aby się przypatrywać i przysłuchiwać, a ich mózgi, jak wzmiankowałem na wstępie, posiadają zapas świeżych, czułych klisz, przygotowanych do przyjęcia nowych wrażeń.

Teraz z kolei zjawiają się bardzo ważne pytania: jak zwrócić uwagę na towar? jak zainteresować nim widzów? jak wzbudzić do towaru zaufanie? i jak wywołać chęć posiadania?

Na te pytania postaram się odpowiedzieć w zarysie, zaznaczając, iż omówienie szczegółów jest niemożliwe w szczytych ramach jednego artykułu.

1) Zwracanie uwagi na eksponowany towar odbywa się przeważnie za pośrednictwem jakiejś atrakcji działającej na zmysł wzroku lub słuchu. Wiele przedsiębiorstw popelnia w tym dziale reklamy jeden z dwóch rażących błędów: albo rzuca się

w oczy brak przyczynowego związku między atrakcją a towarem, albo, wbrew intencjom sprzedawcy, reklamowany towar zostaje usunięty na dalszy plan.

Co może mieć np. wspólnego wypchany niedźwiedz z reklamowaniem brzytw, lub wiatrak z sardynkami? Nielogiczność razi; widz instynktownie wzrusza ramionami i skutek atrakcji jest raczej ujemny. Tymczasem niedźwiedz nadaje się do propagowania futer lub broni, okręt zaś zamiast wiatraka mógłby służyć atrakcją dla rybich konserw. Co się tyczy mimowolnego usuwania reklamowanych towarów na dalszy plan, klasycznym przykładem jest przygoda fabrykanta, który umieścił na plakacie bardzo ładną panienkę piszącą na maszynie. Otrzymał coprawda, moc zapytań, lecz o nazwisko i adres stenotypistki, a maszynami prawie nikt się nie zainteresował.

Najwłaściwszą atrakcją na wystawach zdaje się być dekoracja z reklamowanych towarów, ułożonych według logicznie i artystycznie przemyślanego planu z zachowaniem harmonji i estetycznego wyglądu stoiska.

Przeładowywania stoiska dekoracjami o motywach nic wspólnego z towarem nie mającymi, należy zasadniczo unikać, gdyż tego rodzaju ozdoba, choćby najbardziej artystycznie wykonana, rozprasza uwagę zamiast ją zogniskować i koniec końców właściwy cel zostaje chybiony. Natomiast bardzo pożytecznym jest zastosowanie ruchu, który zawsze przykuwa uwagę widza; zadanie to łatwo daje się rozwiązać za

wywozu. Przeprowadzono odpowiednie badania statystyczne na mocy istniejących materiałów krajowych i zagranicznych oraz rozpisywanych ankiet, osiągając w szeregu wypadków nieznaną dotąd dane i stwierdzając, że nieskoordynowanie i brak organizacji jest główną przyczyną słabej prężności tego eksportu, niemożności lokaty towaru polskiego na najpożądanych rynkach i uzależnienia wywozu od bezpośredniego wplywu importerów zagranicznych. Uskuteczono badania i prace ewidencyjne, zmierzające do zorganizowania wywozu tych działów produkcji zwierzęcej, które nie zajęły dotąd w ramach naszego bilansu handlowego miejsca, odpowiadającego ich sile produkcyjnej; poczyniono kroki celem stwierdzenia przyczyn, dla których eksport omawiany w lwiej swej części kieruje się do krajów ościenych, nieosiągając cen należytych oraz celem znalezienia dlań rynków właściwszych, których pojemność okazuje się bardzo znaczna. W pracy tej uzyskano szereg konkretnych rezultatów, zwłaszcza na rynku angielskim. Dalszym zadaniem działu rolniczego było oddziaływanie w kierunku zwiększenia, ulepszenia i uszlachetnienia produkcji szeregu artykułów w ten sposób, by odpowiadały one wymaganiom rynków światowych. Uskuteczono to drogą odpowiedniej propagandy, praktycznego obznajmiania producentów z zagranicznymi metodami przygotowywania towaru, opakowywania, znakowania i t. p., wreszcie dostarczania wskazówek transportu i warunków kredytowych. Wymienić należy przeprowadzone w porozumieniu z importerami angielskimi akcje ulepszeniu hodowli nierogacizny bekonowej, prace nad standaryzacją eksportowego bydła opasowego,

nad kwestją tuczarni drobiu, przeróbki i czyszczalni szczeciny i jelit, zainteresowano przemysł konserwowy dostawami dla armij zagranicznych dostarczając mu odpowiednich wzorów; zorganizowano szereg związków eksportowych jaj i czynnie współdziałano z Ministerstwem Przemysłu i Handlu w opracowywaniu norm eksportu jaj, udzielono Ministerstwu Komunikacji szczegółowego materiału co do zapotrzebowań poszczególnych centrów produkcyjnych na nieracjonalnie dziś wykorzystywane wagony chłodnie, zbadano kwestję eksportu koniny i przygotowano warunki kredytowe dla bezpośredniego eksportu do krajów dotąd przez ekspansję polską z racji tych właśnie braków niedostatecznie wykorzystanych. Podział produkcji roślinnej w dziale rolniczym instytutu wobec konieczności aktualizacji pracy ograniczył się odnośnie produktów zbożowych do poszukiwania nowych rynków zbytu na owies i jęczmień. Notomiast przedmiotem szczegółowych badań była kwestja eksportu siodu i kiełków słodowych oraz chmielu, przyczem sięgano do rynków odległych i niewykorzystanych jak Australja, Palestyna, Ameryka i t. d. Współpracowano przy opracowywaniu norm standaryzacyjnych odnośnie jakości przemiału artykułów zbożowych, nasion konicyzny, fasoli eksportowej i t. p., poczyniono kroki celem rozszerzenia obecnych względnie znalezienia nowych rynków zbytu na nasiona buraka cukrowego, to samo odnośnie konicyzny i maku. Specjalną uwagę poświęcono sprawie przetworów ziemniaczanych czyniąc m. in. starania o obniżenie stawek transportowych na ziemniaki dostarczane z prowincyj wschodnich do przetwórni w województwach zachodnich,

pośrednictwem automatów przesuwających lub obracających towary, jak również zapomocą zmiennych efektów świetlnych.

2) Zainteresować widza można różnemi sposobami, z których najważniejszymi są: a) demonstrowanie sposobów użycia i zastosowania, uzupełniane ustnemi wyjaśnieniami, b) rzucające się w oczy barwne plakaty, zaopatrzone w krótkie opisy najważniejszych zalet towarów, c) rozdawanie ilustrowanych katalogów i ulotek, możliwie wielobarwnych i drukowanych na dobrym papierze, gdyż tylko taki rodzaj ma szanse zainteresowania publiczności, wszelka zaś tandeta powiększa jedynie stopy makułatury i szkoda na nią wydawać pieniędzy. Tekst plakatu ograniczać się musi do niewielu słów, aby widz jednym spojrzeniem mógł objąć całą treść i jeżeli pierwsze wrażenie jest dodatnie a rysunek wraz z myślą przewodnią utrwała się w pamięci — rolę plakatu możemy uważać za skończoną; natomiast zadanie katalogów, prospektów i ulotek jest znacznie trudniejsze.

Muszą one nietylko zwrócić uwagę na towar, lecz być ogniwami łączącemi uwagę z zaufaniem i chęcią posiadania. Więc, zależnie od rodzaju propagowanego towaru, tekst powinien uwypatniać możliwość zaspokojenia przeróżnych potrzeb ludzkich i poruszać bądź struny uczucia, bądź rozumu, jako to: osobisty wygląd i urodę, zdrowie, bezpieczeństwo, wygodę, czystość, smak, miłość dzieci, gościnność, wydajność pracy, oszczędność pieniędzy, cza-

su energii i materiału, naśladownictwo, ambicję, ciekawość, uczucia twórcze, sport, zabawę, humor itd.

Rzeczą bardzo ważną, czynnikiem niemal miarodajnym celowości reklamy jest wzbudzenie zaufania do towaru. Cel ten osiąga się drogą wykazania, że towar posiada rzeczywiście przypisywane mu zalety oraz, że cena odpowiada jakości. Najwymowniejszym argumentem, który przekonywa szerokie warstwy społeczeństwa o zaletach towaru, jest demonstrowanie zapomocą wyraźnych i ogólnie zrozumiałych wykresów lub brył geometrycznych stopniowego wzrastania zbytu; również dobrze oddziałują dowody, że znane osoby i przedsiębiorstwa stale zamawiają dany towar.

Jeśli chodzi o towary, od których wymaga się dużej wytrzymałości (np. środki lokomocji, materiały budowlane, skóry, częściowo wyroby włókiennicze itd.) bezwzględne zaufanie wzbudza demonstracja wielkiego ich obciążenia, przyczem zaleca się stosowanie zwykłych odważników zamiast kombinacji dźwigni, które mniej działają optycznie na nieobeznanych z prawami mechaniki. Ze względu na olbrzymią różnorodność towarów, trudno o uniwersalną receptę na wzbudzenie zaufania, jednakże z dużą dozą prawdopodobieństwa można twierdzić, że najbardziej celowym jest oddziaływanie na instykt naśladowczy: wiadomo powszechnie, że nowy, nieznanany dotychczas towar, trudno wprowadzić na rynek, natomiast po przełamaniu pierwszych lodów o dalszych nabywców - naśladowców jest stosunkowo łatwo.

odczuwających brak taniego surowca oraz o dostosowanie tych taryf do przyznanych konkurentom taryf tranzytowych. Zasadą pracy instytutu w odniesieniu do całokształtu jego zadań było na terenie krajowym stworzenie jak najściślejszego kontaktu z życiem gospodarczym, przede wszystkim z organizacjami branżowymi i racjonalnymi, przy jednoczesnym tworzeniu tych reprezentacji zawodowych, których brak dał się odczuwać. W organizowaniu swej pracy na terenie zagranicznym instytut opierał się dotąd w przeważnym stopniu na współpracy z placówkami rządowymi. Z drugiej strony tendencją instytutu było przygotowanie kadr włas-

nych korespondentów zagranicznych w ścisłym porozumieniu z odnośnymi placówkami dyplomatycznymi. Mianowanie korespondentów instytutu zastrzeżone jest statutem Radzie P. I. E. wobec czego narazie zorganizowano współpracę prowizoryczną z kandydatami na korespondentów. Prócz tego w porozumieniu z organizacjami przemysłowymi i handlowymi wysłał instytut szereg delegatów mających zbadać warunki na poszczególnych rynkach. W organizowaniu własnej sieci informacyjnej P. I. E. główną uwagę poświęcał krajom, w których nie posiadamy dotąd placówek rządowych.

Jak się w Niemczech popiera eksport?

(Dokończenie).

4. AKCJA RZĄDU I IZB HANDLOWYCH.

A jednak cały ten rozrosły aparat, będący na usługach eksportu już w czasach przedwojennych okazał się niewystarczającym po wojnie, kiedy to na dotychczasowych rynkach zbytu zaszły głębokie zmiany gospodarcze i polityczne, stwarzające konieczność sprawnej, szybkiej, gruntownej i nieustannej służby informacyjnej. Wszystkie wymienione organizacje mają bądź terytorjalnie, bądź rzeczowo ograniczony zakres działania, chodziło zaś o stworzenie służby informacyjno - propagandowej we wszystkich dziedzinach handlu, a zatem służby, wymagającej olbrzymich środków pieniężnych. Pod naciskiem sfer

4) Ostatni dział wzmiankowanego procesu psychologicznego to jest chęć posiadania, poprzedzająca bezpośrednio akt kupna, musimy traktować jako skutek ewentualnych celowych zabiegów; właściwie grunt powinien być tak przygotowany, żeby nabycie towaru było jedynie postawieniem kropki nad i. Niezmiernie ważną rolę w akcie końcowym odgrywają pertraktacje nabywcy ze sprzedawcą, który powinien umieć w ramach swych uprawnień stosować system kompromisowy. Często drobne, mało znaczące ustępstwa w terminach płatności lub kosztach dyskonta umożliwiają zakończenie transakcji. Dobrze zorganizowane przedsiębiorstwa delegują na wystawy swych najlepszych sprzedawców; aczkolwiek podpisywanie umów, względnie zamawianie towaru ma miejsce przeważnie poza obrębem wystawy, niemniej chodzi o wywołanie jaknajsilniejszego napięcia chęci posiadania.

Reasumując treść artykułu, dochodzimy do następujących wniosków: a) towar sam się nie sprzedaje, b) od wytwórcy do konsumenta jest bardzo daleka droga i nowoczesna organizacja sprzedaży opiera się na złożonych procesach psychologicznych, których znajomość jest potężną bronią w rękach fabrykanta i kupca, c) terenem, który łączy wszelkie zalety niezbędne dla celowego i wydajnego przeprowadzenia kampanji propagandy handlowej są wystawy w rodzaju Powszechnej Wystawy Krajowej w Poznaniu.

Inż. E. Milwicz.

handlowych, z których z czasem wyłoniła się istniejąca dotąd ta „Deutscher Wirtschaftsdienst” (z inicjatywy prywatnej też powstało kilka przedsiębiorstw gospodarczych, minist. spraw zagranicznych i gospodarki Rzeszy powołało do życia po kolei kilka instytucji o charakterze prywatnych firm wywiadowczozarobkowych tego typu np. „Seediens A. G.” w Hamburgu). Ale i to nie rozwiązywało problemu, gdyż przedsiębiorstwa te, jak zresztą i inne wywiadownie, udzielają informacji wyłącznie niemal na żądanie, a więc wtedy, kiedy stosunki handlowe są już, wzgl. mają być, konkretnie nawiązane. Ofensywa eksportowa wymaga zaś nowych zdobyczy, a zatem stałej służby wywiadowczej obserwującej bacznie ewent. rynki zbytu i możliwości ekspansji niezależnie od już nawiązanych stosunków. Zdecydowano się przeto — zresztą za przykładem innych państw na stworzenie specjalnego aparatu informacyjnego, pozostającego pod nadzorem min. gospodarki oraz min. spraw zagranicznych, którym utworzono w tym celu specjalny urząd (Abteil. X. für Aussen handel). Z organizacji własnej sieci placówek zagranicą — dla zgromadzenia materiału, i w kraju — dla jego rozdziału — zrezygnowano, postanawiając na życzenie sfer gospodarczych wyzyskać w tym celu: zagranicą — konsulaty, a w kraju — izby handlowo - przemysłowe.

Przeważająca większość z pośród 140 izb handlowych niemieckich posiadała i przedtem wydziały handlu zagranicznego, które ograniczały się jednak tylko do udzielania informacji o cłach, traktatach, przepisach podatkowych, policyjno - zdrowotnych, miarach i wagach, stosunkach walutowych, transportowych, przepisach statystycznych, probierczych, paszportowych, normach prawa handlowego, zakazach przywozu i t. d., słowem informacji, czerpanych z dostępnych dla wszystkich dzienników i zbiorów urzędowych odnośnych krajów. Te „biura celne” istnieją nadal przy stu prawie izbach, przyczem niektóre (np. Aussenhandelsabteilung izby berlińskiej) posiadają imponujące zbiory odnośnych materiałów, świetnie szkolony personel (referent wschodni izby berlińskiej włada m. in. językiem perskim i tureckim, południowo - amerykańskim — hiszpańskim i portugalskim oraz ich odcieniami połud.-amer., a kierownik całej instytucji porozumiewa się podobno w 20 językach), ale praca ich niewiele ma wspólnego ze służbą informacyjną, o którą chodziło. W drodze umowy między

zainteresowanemi ministerstwami a 26 izbami powołano więc do życia w większych ośrodkach placówki specjalne, t. zw. Reichsnachrichtenstellen (w Hamburgu, Bremie, Lipsku, Monachjum, Norymbergji i Stuttgardzie — t. zw. Zweigstellen des Ausw. Amts für Aussenhandel), udzielające informacji o konkretnych możliwościach eksportowych, odbiorcach, ich zdolności kredytowej i sympatjach dla Niemiec, o sytuacji gospodarczej w krajach zbytu, koniunkturach na rynkach światowych i t. d.

Całokształt organizacji przedstawia się zatem następująco. O stawkach celnych i t. p. obiektywnych warunkach handlu zagranicznego, informują biuro celne izb na podstawie abonowanych oryginalnych materiałów; dla izb, które sobie na materiały te pozwolić nie mogą, wydaje min. gospodarki Rzeszy czasopismo „Deutsches Handels-Archiv”, zawierające przegląd zmian w ustawodawstwie celnem, reglamentacji handlu i t. d. całego świata. Natomiast konsulatory oraz „Reichsnachrichtenstellen” odciążone są całkowicie od żmudnego, ale w gruncie rzeczy automatycznego udzielania tego rodzaju informacji. Wspomniany zaś wyżej materiał o bezpośrednich możliwościach eksportowych, ciekawych zdarzeniach gospodarczych i t. d., nadsyłają konsulatory do min. spr.

zagr. (Abt. X), skąd zbiorowo przechodzi do Reichsnachrichtenstellen, a te dopiero przesiewają i przesyłają wiadomości bezpośrednio dany okręg interesujące, do firm znowu ewent. bezpośrednio zainteresowanych. Ciekawe, że decyduje nie tylko branża, ale istotne zdolności eksportowe przy tym wyborze adresatów, a zatem R-stellen dokonywują pewnego rodzaju selekcji! Obecnie nastąpić ma dalsze uproszczenie: z materiałów, nadsyłanych przez konsulatory część będzie niezwłocznie publikowana (zwięźle w dzienniku Deutsche Industrie- u. Handelszeitung, obszerniej z komentarzem w tygodniku Nachrichtenblatt für Ein- und Ausfuhr, a tylko poufne, ściśle rzeczowe wiadomości otrzymają za pośrednictwem R-stelle godne zaufania firmy. Wspomniana wreszcie wywiadownia eksportowa Deutscher Wirtschaftsdienst udziela na żądanie i za opłatą wyczerpujących wiadomości o ewent. kontrahentach zagranicznych, konkurentach i t. d., a zatem informacji, których konsulatory zdobyć nie mogą.

Dobrzeby było, aby polski Instytut Eksportowy przy zamierzonej niezawodnie sieci zagranicznej i krajowej skorzystał z doświadczeń 10-cio letnich wysiłków niemieckich.

Dr. H. B.

O kolejnictwie naszym słów kilka

Poniższą rubrykę zamierzamy umieszczać stale ku wiecznej chwale naszego kolejnictwa i prosimy czytelników naszych o nadsyłanie uwag, które im się nasuwają odnośnie naszych kolei.

I. Mieszkańcy Łodzi, chcąc udać się do Warszawy na przeciąg jednego dnia, zmuszeni są wyjechać z Łodzi w godzinach rannych pociągiem pospiesznym, który notabene spóźnia się stale conajmniej o 30 minut i wrócić wieczorem również pociągiem pospiesznym. Jadąc z Warszawy do Łodzi wyjechać można rano pociągiem zwykłym, a więc znacznie tańszym, który odbywa drogę do Łodzi w czasie o 12 min. dłuższym, aniżeli pociąg pospieszny, a wrócić można wieczorem również pociągiem zwykłym. Jest to charakterystyczny „zbieg okoliczności”.

II. Przed paru dniami położono kamień węgielny pod budowę gmachu Warszawskiej Dyrekcji Kolejowej. Uroczystość odbyła się według przyjętego ceremonjału, przyczem w fundamentach zamurowano gazety. Ciekawe, czy w tych numerach gazet znajdowały się wiadomości o skierowaniu pociągów pospiesznych, łączących Polskę z Europą Zachodnią, drogą na Kutno z pominięciem Łodzi.

Dom, którego budowę rozpoczęto, będzie gmachem imponującym, o pojemności 100.000 mt. sześć. W gmachu tym urzędować będzie 1.500 urzędników, a przypuszczalny koszt budowy, licząc po 80 zł. mt. sześć., wyniesie 8.000.000 zł. Obywatel, płacący podatki i podwyższoną o 20% opłatę za przejazd kolejami, musi sobie zadać kilka pytań: 1) czy wspomniani urzędnicy w ilości 1.500 osób urzędują dotychczas pod gołem niebem, czy też mają pomieszczenia,

w których jest im być może niewygodnie? A przecież 12.000 pasażerów przyjeżdżających do Łodzi i wyjeżdżających z naszego miasta w ciągu doby cierpi bezwarunkowo większe niewygody na dworcach łódzkich, na przebudowę których Ministerstwo niema pieniędzy. 2) czy w obecnym stanie rzeczy, kiedy inwestycje są robione z bieżących dochodów wskazane jest budowanie kosztownych gmachów, przeznaczonych dla biurokracji kolejowej, zamiast krwawo zaoszczędzone pieniądze zużyć na zastąpienie zgniłych podkładów nowymi lub zamianę szyn przestarzałych typów, a wykonanie zbyt kosztownych budowli odłożyć na lepsze czasy.

Sprostowanie

Sekretarjat Stowarzyszenia Ekspedytorów Transportowych m. Łodzi niniejszem komunikuje, iż z winy i przez niedopatrzenie Sekretarjatu w ogłoszeniu wszystkich członków Stowarzyszenia, umieszczonem w ostatnim numerze „Głosu Kupiectwa” pominięty został członek

p. J. Willinger

właściciel firmy Zjednoczeni Ekspedytorzy

Łódź, Kilińskiego 61, tel. 11-44,

co niniejszem zostaje sprostowane.

Podatki i opłaty skarbowe

NORMY ŚREDNIEJ DOCHODOWOŚCI PRZY WYMIARACH PODATKU DOCHODOWEGO NA ROK 1928.

Wobec uskutecznianych obecnie przez Komisję Szacunkowe dla spraw podatku dochodowego wymiarów na rok 1928 aktualną staje się kwestja stosowania t. zw. norm średniej dochodowości przedsiębiorstw przemysłowych, handlowych i zawodów wolnych.

Normy średniej dochodowości stosowane są przy wymiarach jako odsetki od sum całorocznego obrotu w tych wypadkach kiedy brak ksiąg handlowych lub innych dowodów określających dochód uzyskany przez płatnika w danym roku podatkowym uniemożliwia dokonanie wymiaru podatku dochodowego. Tabela średniej dochodowości ustalona została przez władze skarbowe jeszcze w roku 1925, jest więc obecnie nieaktualna ze względu na zmienione w wielu branżach warunki. I tak np. stopa dochodowości w hurtowym handlu manufakturą wynosi według tabeli 5%, w sprzedaży zaś detalicznej 10%, co np. w warunkach panujących na łódzkim rynku włókienniczym jest rażąco niesprawiedliwością. Najwięcej jednak zastrzeżeń powoduje sposób stosowania norm średniej dochodowości przez organa wymiarowe, a mianowicie szablonowe stosowanie tabeli i zbyt częste uciekanie się do opierania wymiarów na tym bardzo uproszczonym, ale też i bardzo niedoskonałym sposobie obliczania dochodu. Chcąc przyczynić się do ograniczenia skutku niewłaściwego stosowania norm średniej dochodowości Ministerstwo Skarbu wydało w ciągu ostatnich paru lat szereg okólników, ustalających warunki i sposób postępowania się tą formą wymiaru. Szczególnie znamieny jest wydany w tej sprawie dnia 22.VIII.1928 r. okólnik Min. Skarbu za L. V. 3548/II treści następującej:

„Dążąc do osiągnięcia równomierności w opodatkowaniu Min. Skarbu poleca, aby przy wymiarze podatku dochodowego na 1928 rok stosowano przy ustalaniu dochodu przedsiębiorstw handlowych i przemysłowych oraz zajęć zawodowych normy orientacyjne przeciętnej zyskowności, podane w okólniku Min. Skarbu z dnia 29.V.1925 r. L. D. P^{1/2} 2062/II. Zaznacza się przytem, że szacowanie do-

chodu według norm orientacyjnych winno być ograniczone do wypadków, gdy płatnik nie przedłoży na poparcie swego zeznania o dochodzie ksiąg rachunkowych, względnie innych dowodów, a władza wymiarowa nie rozporządza konkretnym materiałem, umożliwiającym indywidualne oszacowanie. Braki formalne księgowania nie powinny być powodem odrzucenia dowodów z ksiąg, które pozatem nie budzą wątpliwości co do rzetelności ich prowadzenia. Z tych względów winny być przyjmowane również jako wystarczający dowód na poparcie zeznania nawet zapiski płatnika, o ile budzą zaufanie co do swjej rzetelności. W końcu Min. Skarbu podnosi z naciskiem, że przy stosowaniu norm przeciętnej zyskowności należy postępować ostrożnie i z zastrzeżeniem jaknajdalej idącej indywidualizacji poszczególnych jednostek gospodarczych”.

Chodzi teraz tylko o to, by i w praktyce normy średniej dochodowości stosowane były w sposób istotnie elastyczny i liberalny, t. j. w myśl wyżej przytoczonego okólnika Min. Skarbu. Z.

PRZEDSIĘBIORSTWA PRZEKLASOWANE WINNY SKŁADAĆ ZEZNANIA O OBROCIE.

Obowiązkowi składania zeznań o obrocie podlegają, jak wiadomo, przedsiębiorstwa przemysłowe, wykupujące świadectwa I—V kat. przem. z przedsiębiorstw zaś handlowych — wykupujący świadectwa przemysłowe I-ej i II-ej kat. handl. Wątpliwem natomiast było, czy te z przedsiębiorstw przemysłowych, którym na zasadzie art. 94 ustawy o podatku przemysłowym władze skarbowe zezwoliły na wykupienie świadectw przemysłowych niższej kategorii, a więc niepodlegającej obowiązkowi składania zeznań winny również składać zeznania. Kwestję tę wyjaśnia ostatecznie okólnik Min. Skarbu z dnia 17 sierpnia r. b. L. D. V. 9864/I, głoszący, że „przeklasowanie art. 94 ustawy o państw. pod. przem. przedsiębiorstw I-ej i II-ej kat. handl. oraz I — V kat. przem. do III-ej kat. handl. względnie VI-ej kat. przem., ewentualnie do niższych kategorii świadectw nie powoduje bynajmniej zwolnienia tych przedsiębiorstw od obowiązku składania zeznań o obrocie i, że w tych wypadkach mają zastosowanie postanowienia art. 86 i 103 ustawy o państw. pod. przem.

Konjunktury na rynkach towarów i surowców

RYNEK MANUFAKTURY BAWELNIANEJ.

Na łódzkim rynku wyrobów bawełnianych sezon zimowy rozwija się pomyślnie. Frekwencja kupców zamiejscowych jest bardzo znaczna, przyczem wszystkie dzielnice Polski są licznie reprezentowane. Transakcyj dokonywano prawie wyłącznie towarami zimowymi, natomiast towary białe nie znajdują nabywców. Wyjątek stanowią jedynie płótna obrusowe i pościelowe, nabywane zresztą w niewielkich ilościach. Z towarów zimowych największym popytem cieszą się flanele deseniowe, a następnie sybiry. Z tych gatunków szczególnie poszukiwane są wyroby L. Geyera, jak „Zefir”, „Como”, „Parma

6/4”, „Parma 6/4-0” oraz wyroby Sp. Akc. I. K. Poznanski, jak „Flanela 300” i „Welwetina”. Cenniki towarów zimowych wykazują niewielką zwyżkę w porównaniu z cennikami z roku ubiegłego. Zwyżka ta wynosi przeciętnie około 5%. Warunki sprzedaży mimo pomyślniej konjunktury dla producentów nie uległy ostatnio zmianie i z reguły należności za towar uiszczane są weksłami o terminach płatności, wynoszących 6—7 miesięcy. Wskutek tak długich terminów kredytu wekslowego rabat udzielany za gotówkę jest bardzo znaczny i wynosi 12—14%. Odnośnie wypłacalności kupców prowincjonalnych, to naogół jest ona niezła, pomijając protesty wekslowe, napływające dość obficie do Łodzi.

JUTA I WYROBY JUTOWO-KONOPNE.

Tendencja dla juty surowej na rynkach światowych jest mocna, co tłumaczy się wiadomością o zmniejszeniu pól uprawnych w Indiach pod jutę surową z 3.169.300 akrów na 3.166.000 akrów.

Wskutek wstrzemięźliwej podaży, ilość dokonywanych transakcyj na rynkach w Londynie i Kalkucie jest stosunkowo niewielka. Ostatnio notowano na giełdzie londyńskiej za tonnę angielską w Ł. sh.: First marks loco 3 i pół, na lipiec 3 i pół, sierpień 37 i pół, wrzesień 37 i ćwierć, gorsze marki loco 35 i ćwierć, na lipiec 35 i ćwierć, na sierpień 35 i trzy czwarte.

Zatrudnienie krajowych fabryk wyrobów jutowych i konopnych było doniedawna dobre. Obie wielkie bielskie fabryki juty „B-cia Deutsch” i „Unja” rozbudowały w dalszym ciągu we wzmożonym tempie swoje przedsiębiorstwa oraz przystąpiły do urządzenia tkalni płótna nieprzemakalnego. Jednakże z końcem czerwca i początkiem lipca ożywienie w fabrykach i u hurtowników było mniejsze, ponieważ zarówno przemysł młynarski, jako też cukrownie, wskutek niezbyt pomyślnie zapowiadających się zbiorów, względnie mniejszej produkcji cukru, dają mniejsze zamówienia.

Na składach hurtowych zapasy są duże i hurtownicy sprzedają częstokroć towar nawet po cenie kosztu, byle tylko zyskać gotówkę na pokrycie zobowiązań i podatków.

W kraju znajduje się jeszcze dość znaczna ilość towaru zagranicznego, sprowadzonego przed waloryzacją, obecnie bowiem, wskutek podwyższenia ceł o 30 proc. import się nie kalkuluje.

Ceny wyrobów jutowo-konopnych mają od szeregu miesięcy tendencję zniżkową i spadły w porównaniu z rokiem ubiegłym o 5—10 proc. Odbiorcy płacą za towar wyłącznie weksłami, dochodzącymi do 6 miesięcy.

Eksport w tym dziale w ostatnich czasach dość dobrze się rozwijał. Wywóz kieruje się obecnie do krajów bałkańskich, Anglii i na Bliski Wschód. Na

rynkach zagranicznych daje się dotkliwie odczuć konkurencja włoska, czeskosłowacka i austriacka. Warunki płatności dla odbiorców zagranicznych podobne, jak dla krajowych.

Surowiec do wyrobu znajduje się częściowo w kraju, częściowo sprowadzany jest z Włoch i Rosji Sowieckiej.

ZE ŚWIATOWEGO RYNKU BAWELNIANEGO.

Ostatni szacunek bawełny surowej w Ameryce był wbrew przewidywaniom o wiele mniejszy, aniżeli w roku ubiegłym. Spowodowało to poważną zwyżkę notowań, która trwa zresztą do chwili obecnej.

Jak dalece surowa bawełna w ciągu ostatnich tygodni zwyżkowała, świadczy najdobitniej poniższa tabela porównawcza:

Notowania bawełny amerykańskiej za 1 lb. cts. loco:

Dzień	N. Orleans N. York Liverpool Brema			
	centy	centy	pensy	centy
3. 1.	19.30	19.55	11.08	21.92
1. 2.	17.09	17.45	9.95	19.84
1. 3.	18.39	18.95	10.54	20.69
2. 4.	19.46	19.95	10.83	21.49
1. 5.	21.55	22.20	11.96	23.83
1. 6.	20.52	21.05	—	22.90
2. 7.	22.54	22.50	12.45	25.06
1. 8.	19.78	19.90	11.12	22.46
2. 8.	19.61	19.70	10.85	21.94
3. 8.	19.70	19.85	10.80	21.80
4. 8.	19.70	19.95	—	21.94
6. 8.	19.40	19.65	—	22.05
7. 8.	19.45	19.65	10.66	21.68
8. 8.	20.16	20.10	10.72	21.72
9. 8.	18.75	18.95	10.32	20.98
10. 8.	19.10	19.30	10.32	20.98
11. 8.	—	18.90	—	20.83
13. 8.	18.27	18.95	10.21	20.83
14. 8.	18.71	19.20	10.22	20.70
15. 8.	18.94	19.20	10.51	21.15
16. 8.	19.28	19.55	10.56	21.19

Targi i wystawy międzynarodowe**MIĘDZYNARODOWE TARGI WSCHODNIE**

LWÓW, 2. IX. — 12. IX. 1928

(Od specj. wysł. koresp. „Głosu Kupiectwa”).

Lwów, we wrześniu.

Ósma kampanja Targów Wschodnich doszła do skutku wśród szczególnie trudnych warunków. Przedewszystkiem przygotowania do Powszechnej Wystawy Krajowej w Poznaniu musiały z natury rzeczy odbić się niekorzystnie na udziale przemysłu i kupiectwa polskiego w Targach Wschodnich. Poza to rok bieżący obfituje w cały szereg imprez wystawowych i targowych, których termin bądź to poprzedza bezpośrednio termin Targów Wschodnich, bądź też z nim się pokrywa. Imprezami temi są Targi Wileńskie, Wystawa Rolnicza w Łucku, Wystawy w To-

runiu i Katowicach. Zwłaszcza Wystawa w Łucku, posiadająca rolniczy charakter i w swym terytorjalnym zasięgu obejmująca województwo wołyńskie, stworzyła stan rzeczy, w którym wprost można mówić o kolizji interesów pomiędzy obu imprezami.

Również oddziaływanie na wystawców zagranicznych było w roku bieżącym szczególnie trudne. Przyczyna tego leży w tem, że VIII. Targi Wschodnie przypadają na okres przewalutowania ceł, zatem okres silnych tarć handlowo-politycznych, co wywołuje abnegację zagranicy do uczestniczenia w polskich imprezach targowych. Również i tu dała się odczuć równoczesność targów zagranicznych, przede wszystkim targów Lipskich i Wiedeńskich.

Mimo tych trudności tegoroczne Targi nie tylko dorównują poprzednim kampanjom, ale przewyższają je pod względem wartości i techniki organizacyjnej. Zgodnie bowiem z wytycznymi planu racjonalizacji importu, opracowanego przez Ministerstwo Przemysłu i Handlu pragnęły VIII. Targi Wschodnie dać w ramach tej kampanji praktyczny pokaz importu, opartego na zasadach racjonalnej kalkulacji kupieckiej. Celem tego pokazu jest systematyczne wskazywanie najodpowiedniejszych źródeł zakupu, wedle cen i jakości towarów importowanych, dogodności taryfowych i przewozowych, warunków kredytowych i t. p. Dażyły przytem VIII. Targi Wschodnie do położenia szczególnego nacisku na import inwestycyjny, gromadząc w swych pawilonach przedewszystkiem techniczne urządzenia, służące do modernizacji przemysłu.

Równorzędnie starały się VIII. Targi Wschodnie skierować zapotrzebowanie polskiego odbiorcy do krajów, które zawarły z Polską traktaty handlowe. Pociągnęło to za sobą zasadnicze zmiany w technicznym urządzeniu Targów. Dotychczasowy system, polegający na grupowaniu ekspozycji według branż ustąpił miejsca systemowi łączenia ekspozycji zagranicznych, pochodzących z państw połączonych z Polską węzłem traktatu, by ekspozycje te odróżnić od innych, nie odpowiadających powyższemu warunkowi. Powstał szereg „pawilonów państw traktatowych”, mieszczących w sobie bądź to zbiorowe reprezentacyjne grupy, bądź też luźne ugrupowania wystawców, pochodzących z tych krajów. Z grup tych najbardziej reprezentatywna jest grupa austriacka, zajmująca odrębny pawilon o przeszło 600 m² powierzchni wystawowej. Pokazną jest również grupa francuska, z innych grup wymienić należy odrębną grupę palestyńską, grecką i egipską. Ta ostatnia została zorganizowana przez prezesa Egipsko-Polskiej Izby Handlowej w Kairze, p. Henryka Gabbour'a, przy oficjalnym współdziałaniu egipskiego ministerstwa rolnictwa, które wystawiło bawełnę w rozmaitych gatunkach i odmianach.

Wskutek organizowania grup zagranicznych, udział zagranicy w roku bieżącym jest wyższy niż zazwyczaj. Podczas gdy w 1927 r. odsetek wystawców zagranicznych wynosił 26—27%, w roku bieżącym dojdzie do 34%. Zagraniczne firmy wystawiają na tegorocznych Targach przedewszystkiem okazy przemysłu metalurgicznego, w szczególności zaś maszyny. Dział maszyn przedstawia się imponująco, bowiem bez doliczenia maszyn rolniczych, zajmują ekspozycje maszynowe przeszło 1.000 m² powierzchni. Wśród firm w dziale maszynowym wystawiających, wyróżniają się firmy czeskie maszynami piekarskimi, szczególnie ważnymi wobec ustawy o mechanizacji piekarń. Firmy francuskie i angielskie wystawiają motory i aparaty elektryczne, oraz motory spalinywe. Bardzo poważnie prezentuje się również przemysł samochodowy, w którym ekspozycje pochodzące z krajów traktatowych zajęły odrębny pawilon o około 1.300 m² powierzchni.

Tradycyjne łączenie Targów Wschodnich z wystawami służącymi celom dydaktycznym i poglądowym znalazło w bieżącej kampanji Targów Wschodnich swój wyraz w Wystawie miar i wag, organizowanych przy współdziałaniu Głównego Urzędu Miar i

Wag. Wystawa ta jest szczególnie interesująca a uczestniczy w niej cały szereg firm zagranicznych, co daje możność porównania wytwórczości polskiej z obcą. Z innych imprez wystawowych wymienić należy wystawę gazownictwa, z którą połączono ogólnopolski zjazd gazowników.

Jak każdego roku, przybyły na Targi Wschodnie liczne wycieczki kupców i przemysłowców, udających się do Polski, celem studjowania problemów, związanych z obecnym układem sił gospodarczych, oraz przydatności Targów Wschodnich dla nawiązania stosunków handlowych z Polską. Przybyła więc tradycyjnym zwyczajem wycieczka gdańska, zgrupowani wystawcy francuscy i austriaccy wykorzystali czas, który przepędzili na Targach w charakterze wystawców, również dla studjowania rynku polskiego. Przybyła również wycieczka bułgarska, odpadła natomiast zapowiadzana wycieczka Grecka z powodu katastrofalnej grypy, szerzącej się obecnie w Grecji, oraz walk wyborczych w tym kraju.

* * *

W dniu otwarcia VIII. Targów Wschodnich zwróciliśmy się do p. Dyrektora H. Grosmana z prośbą o pewne źródłowe informacje, których znajomość umożliwiłaby Czytelnikom zorientowanie się w charakterze i głównych tendencjach obecnych Targów. Informacje te, udzielone nam z całą — mimo nawału pracy — uprzejmością, podajemy poniżej.

Tutaj należy jeszcze wyjaśnić, że p. Dyr. Grosman poza działalnością ściśle związaną z instytucją Targów, rozwinął również nader szeroką i owocną akcję, zmierzającą do propagandy życia gospodarczego Polski zagranicą i do ułatwienia obustronnego kontaktu. Owoce tej pracy, wymagającej wielu zabiegów i stosunków osobistych, są nader doniosłe i znalazły pełne zrozumienie u naszych czynników miarodajnych.

— Targi Wschodnie jako instytucja żywotna i idąca z prądem czasu, dażą stale w kierunku zaspokojenia aktualnych potrzeb gospodarczych Państwa. Dziś troski wiążą się z „wyprostowaniem” naszego bilansu handlowego. Temu zagadnieniu i my poświęcamy specjalną uwagę. I tak pragniemy przyczynić się do uzdrowienia naszego importu, który — mimo obracania się w sumach bardzo wysokich — nie jest zorganizowany. Brak mu również należytej orientacji co do kolejności potrzeb, źródeł nabycia i t. p. Otóż Targi Wschodnie podejmują się — za zgodą i poparciem sfer miarodajnych — próby wskazania polskim kupcom źródeł zakupu z pierwszej ręki. Przytem dążeniem naszym jest, aby dać pierwszeństwo przedmiotom charakteru nie konsumpcyjnego, lecz inwestycyjnego, więc tym, których przywóz wzmacnia twórczość naszych warsztatów pracy. Równoległe z tem przeprowadziliśmy podział rynków obcych na państwa traktatowe i te, z którymi Polska umów handlowych jeszcze nie zawarła.

Ze sprawą bilansu handlowego łączy się również kwestja wzmocnienia eksportu, a to jest właśnie druga część naszych zadań. Organizacja eksportu jest przedewszystkiem organizacją handlu. P. Premier dr. Bartel wspominał niedawno o palącej konieczności rozszerzenia horyzontów polskiego handlu i wyprowadzenia go z „zaułków”. Staramy się współdziałać w

tem dwoma szlakami: przez zorganizowanie systematycznego napływu kupców i przez zorientowanie nabywców, jakich eksponatów mogą się na Targach spodziewać. Wyniki tych zabiegów naszych są już w pierwszym roku pomyślne o tyle, że zapowiadają się bardzo liczne zjazdy kupców różnych grup i branż. Niezależnie od tego, staramy się udostępnić korzystanie z naszych materiałów również poza Targami przez stworzenie stałego Biura informacyjnego dla kupców. Jest to próba rozwiązania najważniejszego zadania Targów, a ponadto rzecz dla Targów Wschodnich zupełnie specyficzna, bo nigdzie indziej dotąd nie podejmowana. Jak zaś bardzo takie stałe informowanie sfer kupieckich jest konieczne, tego chyba nie trzeba udowadniać. — Wszak kontakt dzielnic uprzemysłowionych z rolniczymi jest wciąż jeszcze słaby, proces zjednoczenia gospodarczego ledwie rozpoczęty i często zdarzają się wypadki, że kupiec polski, skutkiem nieznamośności stosunków sprowadza z zagranicy to, co w Polsce wyrabiają lepiej i taniej. Dlatego nie można wprost dość silnego nacisku położyć na potrzebę wymiany i to właśnie za cel główny wytknęły sobie Targi Wschodnie.

— Dają się niekiedy słyszeć poglądy, że Targi Wschodnie stworzone zostały przede wszystkim dla

handlu ze Wschodem i że dopóki granica sowiecka jest zamknięta, Targi właściwie nie mają racji bytu.

— Takie postawienie sprawy jest z gruntu mylne — chociażby dlatego, że Wschód jest większy, niż terytorjum sowieckie, a tradycyjne linje handlowe Lwowa szły raczej ku Morzu Czarnemu, niż Kaspijskiemu. Nie wynika z tego, abyśmy rezygnowali z ekspansji handlowej na obszary dzisiejszego Związku Sowieckiego. Ale to jest rzecz przyszłości i żmudnego przygotowania. Ludziom się wydaje, że wystarczyłoby otwarcie granicy wschodniej do podjęcia ożywionych stosunków handlowych. Tymczasem nie wolno zapominać, że na przeszkodzie — poza obecnym kryzysem ekonomicznym Z.S.S.R. — stałby u nas brak odpowiednich warunków kredytowych i brak ludzi, którzyby — posiadając zresztą pełne kwalifikacje z doby przedwojennej — potrafili opanować nowe, zupełnie zmienione stosunki. Na to trzeba nam szkoły.

— Powiedział ktoś, że Targi Wschodnie są dla Polski taką poglądową nowoczesną szkołą gospodarczą...

— Nie wiem, czy tak jest — zakończył uprzejmy informator — ale dokładamy wszelkich wysiłków, aby tak było.

mk.

Wybory do izby przemysłowo-handlowej w Łodzi

Łódź została podzielona na 12 obwodów

Komisarz wyborczy dla spraw wyborów do izby przemysłowo-handlowej inż. Bajer wydał pierwsze zarządzenie w związku z wyborami.

Miasto podzielone zostało na 12 obwodów, odpowiadających 12-tu urzędom skarbowym i tak kolejno obwody mieszczą się: 1-szy w lokalu stow. kupców przy ul. Ogrodowej 10, obwód 2 przy ul. Zawadzkiej 5, w stow. kupców, obwód 3 Zachodnia 68, stow. fabrykantów, obwód 4 Piotrkowska 73, stow. kupców, obwód 5 Andrzeja 34, stow. polskich kupców, obwód 6 Piotrkowska 113, stow. kupców i przem. chrześcijan, obwód 7 Zgierska 28, stow. handlujących warzywami, obwód 8 Piotrkowska 10, centr. stow. kupców, obwód 9 Piotrkowska 73, stow. kupców, obwód 10 Moniuszki 5, krajowy zw. przemysłu włók., obwód 11 Moniuszki 5, stow. handlujących odpadkami, obwód 12 Piotrkowska 82, stow. drobnych kupców.

Obwód 13 obejmuje Łódź-powiat i mieści się przy ul. Moniuszki 9, w lokalu związku eksportowym przem. włók.

Pozatem oddzielne obwody stanowią powiaty: Piotrków, Radomsko, Kalisz, Wieluń, Sieradz, Łęczyca, Konin, Koło, Turek, Słupca, Kalisz (2), Tomaszów, Brzeziny, Łask i Pabjanice.

W okresie od 19 września do 2 października włącznie spisy wyborców wyłożone zostaną w obwodowych komisjach wyborczych dla przeglądu i w tym okresie mogą być składane reklamacje w sprawie pominięcia w spisach lub zamieszczenia osób nieuprawnionych.

W okresie od 19 września do 9 października winny być składane na ręce komisarza wyborczego listy kandydatów na radców z II-jej kategorii wyborczej grupy przemysłowej i obu kategorii wyborczych grupy handlowej, przyczem grupa przemysłowa musi listę kandydatów zaopatrzyć w 50 podpisów wyborców, a grupy handlowe w 100 podpisów osób zamieszczonych na listach wyborców.

Cena prenumeraty:		Adres Redakcji i Administracji:		Cena ogłoszeń:	
Rocznej	Zł. 14.—	Łódź, Piotrkowska 73 — Telefon 170.		Cała strona	Zł. 120.—
Półrocznej	„ 7.—	Redaktor naczelny przyjmuje w środy od g. 4—5 pp.		Pół strony	„ 65.—
Kwartalnej	„ 4.—	„Głos Kupiectwa”		Ćwierć strony	„ 35.—
Numer pojedynczy	„ 0.60	wychodzi 1 i 15 każdego miesiąca.		Ósma strony	„ 20.—
		Konto czekowe P. K. O. Warszawa Nr. 65194.		Szesnasta strony	„ 12.—
				Ceny powyższe nie dotyczą Nr. specjalnych. Przy ogłoszeniach wielokrotnych — rabaty.	

Redaktor naczelny: Dr. JÓZEF SACHS.
Redacteur en chef:

Redaktor: MIECZYSLAW KOŁTOŃSKI.
Redacteur:

Wydawca: Stowarzyszenie Kupców m. Łodzi.

Sprzedaż przędzy jedwabnej

we wszystkich gatunkach i kolorach, do wyrobu pończoch i tkanin.

S. I. BLAUSZTAJN

ul. Wschodnia 72. Łódź Telefon Nr. 29-49.

ŁÓDZKI BANK WŁÓKIENNICZY

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

w ŁODZI, Moniuszki Nr 5, telefony 3-31, 26-45

Adres telegraficzny „WŁÓKNOBANK”.

Instytucja zorganizowana z inicjatywy i pozostająca pod patronatem „Krajowego Związku
— — — Przemysłu Włókienniczego” — — —

Załatwia wszelkie operacje bankowe, ustawowo Spółdzielniom dozwolone. Połączenia inkasowe
— — — ze wszystkimi ośrodkami kraju. — — —

Fabryka Chustek
i wyrobów wełnianych

G. ZYLBERSZTAJN

SKŁAD i BIURO:

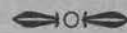
ul. Prez. Narutowicza 18.

FABRYKA:

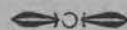
ul. Kilińskiego 206, tel. 29-96
i 17-53.

ALEKSANDER KIMPFEL ŁÓDŹ

Przędzalniana 29. Telefon 12-92



Fabryka żaluzji drewnianych
ROLOWYCH i LISTWOWYCH,
SŁONECZNYCH ORAZ ŚCIANEK
ŻALUZYJNYCH ZWIJANYCH



Warsztaty reperacyjne
PRZERABIANIE i PRZEMALOWYWANIE
ŻALUZYJ
WŁASNA WYTWÓRNIA TASIEM
i SZNURÓW ŻALUZYJOWYCH

Krycie dachów
 Konserwacja dachów
 Roboty blacharskie
 Roboty asfaltowe



Fabryka Wyrobów Pończosznich

„PUSMAK”

wł. Szlesinger i Waldman

Łódź

ul. Zielona Nr. 13, telefon 58-02

„GŁOS POLSKI”

Największe pismo demokratyczne Łodzi i okręgu przemysłowego łódzkiego wychodzi w objętości 10-16 stron dziennie.

Oprócz wyczerpującej części informacyjnej zawiera „GŁOS POLSKI” część handlową „Gazeta Handlowa”, która poświęcona jest specjalnie zagadnieniom przemysłu włókienniczego, oraz specjalny dodatek: literatura, sztuka, sport, radio, mody.

Pod względem redakcyjnym daje „Głos Polski” wszystko, co czytelnika może interesować i jest doskonałym

Organem Ogłoszeniowym

Redakcja i Administracja

„Głosu Polskiego”

Łódź, ul. Piotrkowska 106

Telefon 1-99, 19-71, nocny 7-99.

Comptoir Central du Raisin de Corinthe

Siège à Athènes

9, Rue Métropole — Téléphone 7-10
 Adresse télégraphique: STAFORGAN Athènes

REFERENCES:

Banque Nationale de Grèce, Athènes
 Westminster Bank et Midland Bank, Londres
 Deutsche Bank, Hamburg

BUREAUX A L'ETRANGER:

LONDRES: Central Currant Office, 46 Fish Street Hill London E.C. 3.
 HAMBURG: Dr. Demetrios Panos, Dovenhof, Hamburg
 MOSCOU: Conseiller Hommercial à la Légation Hellénique

CORRESPONDANTS:

Liverpool — Trieste — Vienne — Bruxelles — Galatz — Fiume —
 Skobje — Budapest — Varsovie — Poznan — Zagreb — Cracovie —
 Copenhague — Shanghai.