

Opłata pocztowa uiszczona ryczałtem



GŁOS KUPIECTWA

ORGAN STOWARZYSZENIA KUPCÓW MIASTA ŁÓDZI

THE COMMERCIAL VOICE — DIE KAUFMANNSSTIMME

LA VOIX DE COMMERCE

Łódź, dnia 1 lipca 1933 r.

Nr. 13 i 14

Rok VIII

S. ŚWIĘTOSŁAWSKI, ŁÓDŹ

ul. Traugutta Nr. 2. Tel. 214-80.

Reprezentacja i sprzedaż przędzy

bawełnianej krajowej i zagranicznej dla celów przemysłowych oraz nici do haftu, robót szydełkowych — cerowania i szycia, jak również wełny i włóczki do robót ręcznych pod marką ochronną



Frontem do towaru krajowego!

Zwracamy uwagę na prospekt, umieszczony na odwrotnej stronie.

FRONTEM

do
towaru krajowego!

Gospodarstwo światowe i gospodarstwo polskie znalazło się w okresie, w którym na wielkim froncie gospodarczym zarysował się moment zwrotny.

Maksymalne nasilenie kryzysu mamy już poza sobą, a wskaźniki poziomu wytwórczości, zbytu, obrotów handlowych na rynku wewnętrznym, oraz cen wykazują od szeregu miesięcy tendencje do stabilizacji, a nawet w niektórych wypadkach tendencje zwykłe.

Zahamowanie postępów przesilenia na odcinku wewnętrznym zbiega się z oznakami poprawy gospodarczej na rynkach zagranicznych.

Nie przeceniając znaczenia dodatnich objawów, jakie występują w ostatnich czasach, zarówno wewnątrz kraju, jak i zagranicą, oraz zdając sobie sprawę, że warunki obecne nie sprzyjają powrotowi wyjątkowo pomyślnych koniunktur, jakie panowały w okresie 1925—1928, równocześnie można stwierdzić, iż era, w której wysiłki społeczeństwa i państwa koncentrowały się na odcinku obrony przed przesileniem i pracy nad zachowaniem podstaw naszej gospodarki, należy w znacznej mierze do przeszłości. Maksymalne nasilenie energii winno być w nadchodzącym okresie skierowane ku pobudzeniu i ożywieniu życia gospodarczego.

Wydarzenia polityczne w Niemczech nasuwają konieczność z jednej strony zastąpienia produkcji niemieckiej towarem polskim, z drugiej — przestawienia naszego rynku z importu niemieckiego na import z tych krajów, do których stosunkowo najwięcej wywozimy. Zarówno dążenie do pogłębienia spożycia towarów krajowych, jak i zwiększenie eksportu przyniesie jednak tylko wówczas pozytywne wyniki, o ile zarówno konsumenci krajowi, jak i zagraniczni odbiorcy poinformowani będą dokładnie — co rolnictwo, przemysł i rzemiosło w Polsce produkuje i co handel polski sprzedaje. Zdając sobie dokładnie sprawę z tych olbrzymich możliwości potencjalnych wzrostu konsumpcji towarów krajowych — redakcja „Głosu Kupiectwa” w Łodzi, Piotrkowska 73, tym właśnie zagadnieniem poświęca specjalny numer. Numer ten, który ukaże się 1 sierpnia, zawierać będzie **branżowe zestawienia i omówienia krajowych placówek, opisy produkowanych artykułów, możliwości zastąpienia towarem krajowym importu niemieckiego i t. d.** Ponieważ będzie to doskonałą okazją do zapoznania konsumenta z towarem polskim, gdyż numer ten w wielkich ilościach **rozesłany zostanie zarówno do placówek i instytucyj gospodarczych, jak i do poszczególnych firm i osób** zwracamy się do zainteresowanych przedsiębiorstw z apelem o wzięcie udziału w tej inicjatywie, realizowanej pod hasłem **„Frontem do towaru krajowego!”**

Nadsyłanie opisów działalności firm, artykułów produkowanych, z uwzględnieniem możliwości zastąpienia produktów importowanych — nastąpić winno do dnia 20 lipca.

WYDAWNICTWO

„Głosu Kupiectwa”

Łódź, Piotrkowska 73, tel. 101-70, 224-35



GŁOS KUPIECTWA

ORGAN STOWARZYSZENIA KUPCÓW MIASTA ŁODZI

THE COMMERCIAL VOICE • DIE KAUFMANNSSTIMME • LA VOIX DE COMMERCE

Nr. 13 i 14 (Rok VIII)

Łódź, dnia 1 lipca 1933 r.

Wychodzi 1 i 15 k. m.

Zamierający handel

W początkach czerwca 370,000 sklepów i magazynów w całej Francji zostało zamkniętych, manifestując jednodniowym strejkim swój protest przeciwko polityce podatkowej rządu. W drobnym i średnim handlu obserwujemy analogiczne zupełnie objawy, jak w Polsce: wzrost obciążenia podatkowego przy stopniowym kurczeniu się dochodów w miarę postępowania kryzysu. Mieliliśmy i w Polsce strejki kupców, będące odruchem rozpaczki przeciwko bezwzględnej polityce podatkowej rządu. Odruchy te nie przyniosły jednak widocznych rezultatów w postaci radykalnych zmian polityki podatkowej. Kupiectwo w Polsce jest w dalszym ciągu czynnikiem, który nie znajduje dla swych postulatów tego zrozumienia, z jakim spotyka się sytuacja rolnictwa i przemysłu. We Francji natomiast stan średni odgrywa poważną rolę polityczną i gospodarczą. Strejk kupców we Francji był jednocześnie wyrazem organizacji tych mas, które skonsolidowały się w centralną organizację, prowadzącą całą tę akcję, przeciwko wprowadzaniu nowych podatków, a za obniżeniem podatków obowiązujących.

W Polsce całokształtem tych zagadnień zajęła się komisja dla spraw handlu przy ministrze Zarządkim. Dotychczas jednak realne wyniki prac komisji są stosunkowo niewielkie i sądzić należy, że długo jeszcze trzeba będzie czekać na gruntowną poprawę tych stosunków.

Narazie sytuacja handlu kształtuje się coraz gorzej i kupiectwo przeżywa okres zupełnego upadku. Składają się na to 3 grupy przyczyn.

W pierwszym rzędzie wymienić należy zagadnienia ogólnoswiatowe, związane z kryzysem, spadkiem konsumpcji wskutek zubożenia, redukcja obrotów handlu międzynarodowego i t. d. Do drugiej grupy przyczyn zaliczyć należy momenty czysto wewnętrzne. W pierwszym rzędzie podkreślić należy politykę protekcjonistyczną, monopolistyczną i kartelową. Protekcjonizm

spowodował zmniejszenie obrotów, skurczenie zakresu handlu i zanik samodzielnych warsztatów handlowych na rzecz biur sprzedaży wszelkiego rodzaju syndykatów. Najlichnieszy konsument w związku z zubożeniem — rolnictwo — stał się idealnie samowystarczalny. W tym kierunku oddziałują również etatyzacja i monopolizacja życia gospodarczego. Etatyzacja prowadzi do zwięźania zakresu gospodarki prywatnej, uderzając w pierwszej linii w handel, dzięki łatwości obciążania go. Kupiectwo musi mieć dla normalnej swej pracy kredyt, którego w Polsce nie mogło uzyskać. Lichwiarskie procenty podważyły sytuację finansową kupiectwa, a resztę dokonał fiskalizm podatkowy. Wspomnieć wreszcie należy o daleko posuniętym ustawodawstwie socjalnym, o braku jednolitego ustawodawstwa i o silnym rozroście aparatu biurokratycznego, który deprymująco oddziałował na wszelkie poczynania handlu, wymagającego dla swego rozwoju maximum swobodnego działania. Jest jeden jeszcze czynnik, który zasługuje na podkreślenie, a o którym na łamach „Głosu Kupiectwa” musieliśmy mówić bardzo często. Jest to psychoza antykupiecka, eliminowanie kupiectwa, negliżowanie zawodu kupieckiego i psychiczna niechęć do tego zawodu. Wreszcie oddziaływały tu specyficzne momenty dzielnicowe, występujące z całego szeregu powodów na terenie poszczególnych dzielnic. Wkońcu pewne momenty czysto branżowe przyczyniły się do pogłębienia niezwykle ciężkiej sytuacji w handlu.

Aktualne jego postulaty, które zapobiegłyby zupełnie zniszczeniu aparatu rozdzielczego, obejmują racjonalną likwidację zaległości podatkowych i zliberalizowanie w odniesieniu do handlu ustaw podatkowych, odciążenie socjalne przedsiębiorstw kupieckich, udostępnienie przedsiębiorstwom tym taniego kredytu obrotowego i nienakładanie na handel nowych ciężarów, którym nietylko nie będzie mógł sprostać, ale pod którymi musi się ostatecznie załamać.

Problemat handlu detalicznego

W jednym z poważniejszych czasopism szwajcarskich znaleźliśmy rozważania, które rzucają charakterystyczne światło na sytuację handlu detalicznego zachodniej Europy, zmiany, zachodzące w strukturze tego handlu oraz drogi, prowadzące ku jego uzdrowieniu.

Na wstępie autor konstatuje **nieustanną ekspansję tak zwanych nowych form handlu**. Miejsce samodzielnych przedsiębiorstw kupieckich coraz częściej zajmują domy towarowe, przedsiębiorstwa wielooddziałowe, przedsiębiorstwa okrągłocenowe. Jednocześnie postępuje **upadek hurtu**, który opiera się w swojej pracy o samodzielne przedsiębiorstwa kupieckie. Upadek ten następuje w sposób naturalny, wskutek **znikania odbiorców**.

Rozwój ten strukturalnie oznacza **ekspansję przedsiębiorstw wielokapitalistycznych ze szkoda średnio lub drobnokapitalistycznych**.

Na tle tego procesu powstaje pytanie, czy dla gospodarstwa narodowego jest korzystniejsza nowa konfiguracja struktury handlu. Na to pytanie autor wspomnianego artykułu daje odpowiedź negatywną, dowodząc, że **rozwój przedsiębiorstw handlowych wielokapitalistycznych pogłębia pauperyzację społeczeństwa**.

Drogi wyjścia, a raczej środki zaradcze, leżą w dziedzinie **zbiorowych wysiłków kupiectwa detalicznego**. Przedewszystkiem musi nastąpić pogłębienie świadomości grożącego niebezpieczeństwa wśród kupiectwa, jak również należyte uświadomienie całego społeczeństwa. W tym kierunku wdzięczne zadanie mają do spełnienia zawodowe organizacje. Dalej wysiłki powinny pójść w kierunku **organizowania zbiorowych zakupów, zbiorowej reklamy i propagandy**, jednym słowem — wspólnych poczynań kupiectwa w tych dziedzinach, gdzie spełnienie zadań przerasta indywidualne siły. Wreszcie autor rzuca śmiało myśl **ściślej współpracy kupiectwa nie tylko z producentami, lecz również i z wielkimi związkami konsumentów**.

* * *

Nie ulega wątpliwości, że chociaż sytuacja nasza w porównaniu z sytuacją kupiectwa zachodnio-europejskiego jest pod wieloma względami inna, to jednak zasadnicze linje, nakreślone przez autora wspomnianego artykułu, można przyjąć bez zastrzeżeń. Umieszczenie punktu ciężkości na zbiorowych poczynaniach kupiectwa wydaje się rzeczą ze wszech miar słuszną,

T. H.

Gospodarka materiałowa

Dotychczasowe metody narażają przedsiębiorstwa na straty

Pod tytułem „Analiza norm zapasów materiałowych” ukazała się nakładem Biura Badań Dynamiki Bilansów bardzo ciekawa i pożyteczna praca Karola Orszulika. Jak słusznie stwierdza w swojej przedmowie do tej książki inż. Bajkowski, asystent Instytutu Naukowej Organizacji, jednym z najbardziej zakłanych zagadnień w organizacji przedsiębiorstw przemysłowych jest **należyte zorganizowanie gospodarki materiałowej**. Jeszcze do niedawna dział ten był uważany za dziedzinę, w której zastosowanie ścisłych metod naukowo-organizacyjnych byłoby po prostu niemożliwe.

Wskutek tego gospodarka materiałowa w wielu przedsiębiorstwach przemysłowych znajduje się jeszcze do chwili obecnej w pierwotnym stanie organizacyjnym i jest źródłem marnotrawstwa, **powiększającym w większym lub mniejszym stopniu kosztą własne**.

Prawie powszechną wadą organizacyjną tej gospodarki jest **przeciążanie magazynów nadmiernymi zapasami**, przyczem przy nadmiarze jednych materiałów obserwuje się równocześnie **brak lub niedomiar innych**. Ta, zdawałoby się na pierwszy rzut oka, nieszkodliwa ambicja posiadania większych zapasów materiałów, uważana w wielu przedsiębiorstwach za dowód zapobiegliwości organów zakupów, lub też organów zużywających materiały, **powoduje w rzeczywistości dla przedsiębiorstwa straty na oprocentowaniu kapitału, uwięzionego w zbędnych zapasach; na kosztach magazynowania zbędnych zapasów; z powodu ewentualnego psucia**

się leżących dłuższy czas bez użytku materiałów; z powodu ryzyka zmiany sortymentów materiałów przez produkcję; z powodu ryzyka pożaru, kradzieży i t. d.; z powodu ryzyka obniżenia się cen, co w szczególności jest ważne w okresach depresji gospodarczej.

Autor książki stwierdza, że należyta ocena bilansowej pozycji wartości zapasów materiałowych jest możliwa tylko wówczas, gdy zostanie dla niej stworzony pewien wzór, i to wzór, oparty na planie produkcji i normach zużycia materiałów.

Wniosek ten stanowi poważny moment, charakteryzujący kardynalny zwrot w metodach, jakimi posługiwała się buchalterja, zazwyczaj oderwana od zagadnień produkcyjnych. Rozważania autora oparte są na systemie rachunkowości analitycznej. Najważniejszą cechą tego systemu jest posługiwanie się założeniami, opartymi na funkcjach czasu, który stanowi podstawowy element analizy wartości zapasów, w związku z użyciem, uzupełnieniem i kontrolą zapasów materiałowych. Celem autora jest wskazanie pewnej metody obliczania wzorców wartościowych zapasów w zależności od planu produkcji oraz od sposobów pobierania materiałów z magazynów. O ile posiadamy takie wzorce, przeprowadzenie należytej analizy pozycji bilansowej wartości zapasów staje się rzeczą łatwą.

Autor podając syntezę wzorca wartości zapasów, siłą rzeczy wchodzi w dziedzinę zagadnień **przelotności materiałów przez składy**, wyprowadzając szereg praktycznych wniosków, dotyczących tak war-

tości minimalnych i maksymalnych zapasów, jak momentów zakupów i ich wielkości, warunkujących tworzenie się zapasów magazynowych.

Poszczególne ustępy pierwszej części książki noszą następujące tytuły: Zapasy a produkcja; zasady obliczania zapasów; sposoby pobierania materiałów; przekroczenie terminów dostaw; tempo dostaw; okres ekonomiczny.

W drugiej części autor mówi o obliczaniu norm; w trzeciej o „skipach”, wyrazu przyjętego dla określenia ruchów, jakim podlegają w rachunkowości ma-

terjałowej stany, czyli salda magazynowe; czwarta część nosi tytuł: „Odnawianie zapasów”, a piąta „Charakterystyka metody”. Książka ilustrowana jest bogato wykresami i tabelkami.

Praca p. Orszulika, precyzująca i należycie oświetlająca szereg szczegółów normalizacji zapasów i zakupów materiałowych, niewątpliwie dopomoże zainteresowanym placówkom przemysłowym do samodzielnego przeprowadzania usprawnień w tej arcyważnej dziedzinie ich gospodarki.

Święto morza i... handel

W związku z żywiołowym entuzjazmem, jaki wywołał w całym społeczeństwie uroczysty obchód „Święta morza” w dniach od 29 czerwca do 1 lipca — otrzymujemy z kół kupieckich następujące uwagi:

Handel wewnętrzny i zagraniczny składa się zasadniczo z trzech elementów: bankowość (względnie finansowanie, spedytorstwo (łącznie z transportowaniem i asekuracją), oraz pośrednictwo. Są to elementy niezmiennie od czasów powstawania handlu, po wojnie zaś doszedł czwarty element — reglamentacja handlu pod najrozmaitszymi postaciami w najrozmaitszych krajach.

O ile przed wojną ludzie zdolni i rzutcy względnie łatwo — przy normalnym nakładzie pracy te trzy zasadnicze elementy pojęcia handlu opanowywali, osiągając bardzo poważne sukcesy majątkowe lub zadowolenie ambicji — o tyle obecnie przy doświadczeniu czwartego czynnika „reglamentacji” handel wewnętrzny i zagraniczny przestał być jedną z atrakcyjnych kariery życiowej.

Bankowość jako zawód, praktycznie nie kształci kupców, chociaż pochłania bardzo pokaźną liczbę inteligencji, wyrabia przeważnie urzędników — rutynistów.

Inaczej jest ze spedytorstwem i właściwym handlem (kupno-sprzedaż i pośrednictwo). W tych ostatnich dwóch działach, polegających zasadniczo na akwizycji i znajomości rynków, wymagana jest od pracownika oprócz odpowiedniego wykształcenia pilność i sprężystość, a także wiele energii i wrodzonej inteligencji; dzielny kupiec w handlu międzynarodowym musi posiadać dokładną znajomość wszystkich trzech elementów, co wymaga naturalnie dłuższego czasu praktyki.

Biorąc pod uwagę wszystkie te momenty, każdy młody człowiek wyraźnie zdaje sobie sprawę z tego, że w czasach powojennej reglamentacji handlu — a co zatem idzie — protekcji, nigdy nie opłaci się tak znaczny nakład pracy. Bo czyż trzeba być wykwalifikowanym kupcem, aby zostać dyrektorem etatystycznego przedsiębiorstwa? Często nie wiedza jest walorem — lecz protekcja. Od czasu do czasu

słyszysz się, że niefachowiec zostaje kierownikiem etatystycznej instytucji handlowej lub przemysłowej, lecz jednocześnie mówi się: „że to bardzo porządny człowiek, gdy popracuje na posadzie, to się nauczy”. Resztki zaś tak zwanego prywatnego handlu międzynarodowego znajdują się w rękach przeważnie albo wielkich koncernów lub ad hoc tworzonych organizacji w znakomitej części przy pomocy czynników rządowych, samorządowych, w których znowuż odgrywają znaczną rolę przytoczone wyżej czynniki.

Po wojnie naskutek rozmaitych reglamentacji i utrudnień, do handlu rzuciły się też jednostki przeważnie niefachowe, ale zato typy bez skrupułów i grynderzy, opierając swe egzystencje na protekcjach i poparciach. Taki układ stosunków handlowych przyspiesza zamieranie handlu i gwałtowne pogłębianie się kryzysu.

Dewaluacja pieniędzy i dumping — handlu i obrotu międzynarodowego nie uzdrowią, a zwiększą tylko ilość kupców i bankierów typu jak Kreuger, w mniejszym czy większym stylu.

Reglamentacje, dewaluacje i dumpingi zdyskredytowały handel moralnie, bogacąc indywidualia o ciemnych charakterach, ludziom zaś uczciwym, nie umiającym wykorzystywać poparcie i protekcji, taki handel nie zyski, lecz tylko straty i kłopoty przynosi.

W Polsce powojennej zawód kupca jest przykry, gdyż od samego początku powstania Polski z powodów nierozumienia zawodu, jak i wybryków demagogicznych, zawód ten zdyskredytowano i ludzi, pracujących na tem polu, wprost postponowano. Wskutek tego i dzisiaj wykształcony kupiec w Polsce nie jest na równym poziomie stawiany z inżynierem, lekarzem lub adwokatem, a nawet i urzędnikiem bez dyplomu.

Praktyczne wykształcenie kupieckie młodego człowieka zagranicą jest bardzo kosztowne, gdyż otrzymanie obecnie płatnej praktyki zagranicą jest dla cudzoziemca bardzo trudne. Czyż w tych warunkach można zachęcać młodzież wykształconą do obierania zawodu kupieckiego? Niestety, jak dotąd reglamentacja handlu czyni wciąż dalsze postępy i coraz więcej zacieśnia krąg obrotu międzynarodowego, zmniejszając zapotrzebowanie na wykształconych kupców, a zwiększając popyt na kadry urzędnicze.

Dzisiejszy świat i mentalność ludzka jęczy i wije się w bólach jakby naskutek jakiegoś przekleństwa. Codziennie rodzą się teoretycy handlu, mało jest jednak ludzi, głoszących, że motorem wszelkiego życia i dobrobytu jest niekrępowana inicjatywa i niekrępowany ruch. Ruch jest życiem — bezwład śmiercią!

Popierajcie wyroby Krajowe!

Każdy przeciętny inteligent zna określenia „ruchu i bezwładu”, niechże wreszcie te określenia zaczną mieć ciągłe w mózgu i sercu kierownicy państw i dyplomaci na całym świecie!

Gdy te niezłomne prawa naturalne w życiu narodów zaczną być respektowane, to i polska młodzież narówni z inną rzuci się do handlu międzynarodowego, jak to już rozpoczęła w latach 1900—1914.

W latach tych pełno było polskiej młodzieży na praktyce, a nawet i na odpowiedzialnych stanowiskach

w najpoważniejszych firmach handlowych, żeglugowych, spedycyjnych i bankowych w Berlinie, Hamburgu, Londynie, Hawrze, Paryżu, Marsylii i t. p., a nawet i Szanghaju. Niestety mało z tych ludzi w niepodległej Polsce zostało zatrudnionych.

Gdy system handlu wróci na świecie do naturalnego łożyska, niepotrzebną będzie wówczas ani propaganda, ani hasło: „Frontem do morza”, gdyż młodzież wówczas samorzutnie skieruje swe kroki ku handlowi międzynarodowemu. **K. B.**

Upraktycznienie szkolnictwa zawodowego

Nowa ustawa o ustroju szkolnictwa, która została uchwalona przez sejm w roku bieżącym, wprowadza szkolnictwo zawodowe na nowe tory.

Celem nowej ustawy jest przede wszystkim upraktycznienie szkolnictwa, czyli osiągnięcie stanu, zapewniającego dostarczanie organizmowi gospodarczemu jednostek, pracujących z pożytkiem dla ogólnego dobrobytu kraju. Już szkoły powszechne będą budziły w młodzieży zainteresowanie do spraw gospodarczych, usuwając zarazem szkodliwe uprzedzenia — tkwiące, niestety, jeszcze dość głęboko w pojęciach społeczeństwa — co do uprzywilejowanego stanowiska wolnych zawodów w stosunku do rzemiosła przemysłu i handlu. Nie można pominąć milczeniem i tego momentu, że szkoły powszechne, wobec kasowania I-iej i II-giej klasy gimnazjum ogólnokształcącego, otrzymają dopływ lepszego materiału uczniowskiego.

Na specjalne podkreślenie zasługuje fakt, że dawniej szkoły zawodowe nie dawały możliwości przejścia do szkół akademickich, co właśnie w wielu wypadkach odstraszało rodziców od umieszczania dzieci w szkołach zawodowych, każąc im zdobywać się na wysiłek oddawania syna, czy córki do gimnazjum ogólnokształcącego. Obecnie zaś sprawa ta uległa zasadniczej zmianie, a mianowicie: po ukończeniu 4-letniej szkoły zawodowej typu gimnazjalnego można przejść do liceum zawodowego, które daje absolwentowi prawo wstąpienia na wyższą uczelnię. Oczywiście jest rzeczą, że wobec pewnych ograniczeń, stosowanych przez szkoły akademickie, tylko wybitniejsze jednostki będą mogły korzystać w praktyce z tego uprawnienia.

Podział szkół handlowych według nowej ustawy o ustroju szkolnictwa przedstawia się jak następuje: 1) szkoły dwuletnie, o charakterze wyłącznie praktycznym, przygotowujące np. do pracy w kupiectwie;

2) szkoły trzyletnie, o charakterze również praktycznym, ale dające zarazem pewne wykształcenie ogólne; 3) szkoły czteroletnie, dające wykształcenie ogólne o kierunku ekonomicznym z dodaniem wiadomości praktycznych, odpowiadające czteroletniemu gimnazjum. Projektuje się utworzenie w nich różnych typów, jak: jednolita szkoła czteroletnia lub taka, w której na ostatnim roku ma miejsce specjalizacja, 4) licea handlowe: dwuletnie lub trzyletnie, których podbudową jest gimnazjum ogólnokształcące lub szkoła zawodowa typu gimnazjalnego.

Pozatem dla szerokich mas młodzieży, której warunki materialne nie pozwalają na ukończenie wspomnianych szkół i która zdobywa wiedzę bezpośrednio tam, gdzie zarobkuje, będą otwierane bardzo liczne trzyletnie szkoły handlowe doksztalające, w których nastąpi uzupełnienie wiadomości, nabywanych w warsztacie pracy. Oprócz tego ministerstwo oświaty przewiduje roczne szkoły przysposobienia handlowego, z przeznaczeniem dla tej młodzieży, która kończąc szkołę powszechną przed 15-tym rokiem życia, nie może jeszcze otrzymać pracy w handlu (wymagany wiek — przynajmniej 15 lat), przez co narażona jest na marnowanie czasu. W tych rocznych szkołach przysposobienia handlowego otrzymają słuchacze wstępne wiadomości. Projektowane są również kursy (czas ich trwania różny) o charakterze specjalnym, jak: stenografia, pisanie na maszynie, korespondencja, akwizycja, reklama, umiejętność sprzedaży, spółdzielczość i t. d.

Ministerstwo oświaty przywiązuje w swych zamierzeniach bardzo dużą wagę do nadania szkołom zawodowym charakteru praktycznego, do czego między innymi służyć będzie kontakt ze sferami gospodarczymi.

Mieczysław Maksymiljan Keller (Poznań)

Racjonalna dekoracja wystaw

Okno wystawowe w myśl doświadczeń nad skutecznością poszczególnych rodzajów reklamy, przeprowadzonych przez prof. Mode'go, kierownika berlińskiego Instytutu Psychotechnicznego, zajmuje drugie miejsce o skali procentowej 31,1 proc.

Chociaż weźmiemy pod uwagę obecny kryzys, uniemożliwiający w części przeprowadzenie racjonalnej reklamy prasowej lub też bezpośredniej, a to ze względu na brak dostatecznej gotówki, to jednak okno

wystawowe, którego urządzenie dostosowanej dekoracji nie wymaga znacznego nakładu pieniężnego, powinno, mimo dzisiejszych trudności gospodarczych, być odpowiednio udekorowane, by spełniło należycie rolę sprzedawcy.

Okno wystawowe choć skromne, lecz umiejętnie udekorowane, należy do najlepszych akwizytorów sprzedaży detalicznej, pracujących wytrwale przez 15 godzin dziennie.

Wartość i skuteczność reklamy wystawowej zależy przede wszystkim od tego, w jakim okresie roku przeprowadzamy szczególnie intensywną propagandę sprzedaży.

Przedewszystkiem w czasie przedświątecznym powinniśmy pod każdym względem starać się, aby dekoracja spełniła zadanie i wykazała podniesienie skali obrotów od 35 do 50 proc.

Spełnić to z pewnością może ze względu na klienta, który w poszukiwaniu za źródłem zakupów przedświątecznych szczególnie jest usposobiony do kupna często zbytecznych przedmiotów.

Pamiętać należy, że 86 proc. ludzi nakłania się do kupna właśnie przez odpowiedni pokaz towarów, a najstosowniejsem miejscem do pokazu jest okno wystawowe o odpowiedniej dekoracji, podnoszącej wartość wystawionego towaru.

Nasuwa się więc pytanie, jak przeprowadzić urządzenie racjonalnej dekoracji okna wystawowego?

Estetyka okna

Przedewszystkiem szyba wystawowa powinna być cała, a nie stłuczona, względnie połączona różnymi nakrętkami metalowymi, a już najmniej wskazanym jest stłuczone części szyby zasłaniać drzewem lub blachą, niszcząc przez to estetykę okna wystawowego.

Czystość nie tylko szyby, lecz i wystawionego towaru jest kardynalnym czynnikiem powodzenia wystawy.

W okresie zimowym jak i przejściowym ważnym jest, by okna nie zamarały, względnie nie parowały, czego uniknąć możemy przez zastosowanie odpowiedniej wentylacji i uchronienie ich od działania temperatury wnętrza.

Najważniejsze przedmioty ustawiać należy w linii ócz, najmniej bowiem publiczność reaguje na przedmioty powyżej wzroku leżące.

Jak najmniej towaru należy wystawiać, szczególnie, gdy jest towar jednolity. Asymetria ułożonych towarów przyczynia się do urozmaicenia wystawy.

Sam jednak towar nie wystarcza, nieodzowną jest tak zwana dekoracja pomocnicza w postaci wyciętych figur; tutaj najodpowiedniejszym materiałem jest dykta, którą pokrywamy papierem kolorowym względnie malujemy, aby uzyskać wycięty obraz przedmiotów plastycznej dekoracji pomocniczej.

Manekiny czyli figury woskowe ułatwiają zadanie dekoracji, lecz nie zawsze odnoszą skutek. Zastosowanie figur ruchomych, poruszanych przy pomocy elektryczności, względnie mechanicznej zwiększa rezultat, szczególnie, gdy odznaczają się oryginalnością i nowością niespotykaną.

Celem zwrócenia uwagi przechodniów, szczególnie na pewien rodzaj towaru, można zastosować dekorację „żywą”, czyli przez osobę, wykonującą pewną czynność praktycznego zastosowania towaru. Mimika musi jednak być artystyczna. Ten rodzaj propagandy wystawowej zastosować można tylko w wyjątkowych wypadkach, ostrożność jest wskazana, czas trwania takiej wystawy winien być ograniczony.

Bardzo ciekawą wystawą jest pokaz miniaturowej fabryki lub poszczególnego przebiegu fabrykacji ułożonych towarów.

Oświetlanie wystaw

Kryzys gospodarczy, zmniejszający siły kupną, regulując każdemu budżet w rubryce koniecznych zakupów, zmusza kupiectwo do wyznaczenia cen na poszczególne towary, a umieszczane powinny one być w takt sposób, by widz natychmiast spostrzegł różnicę cen na korzyść danego kupca w porównaniu z cenami konkurencji.

Podane ceny same przez się powinny wskazywać, że „tu” jest najkorzystniejsze źródło zakupu.

Pomocą mogą być napisy, zwracające uwagę na towary, zastosowane w pewnym okresie, lub hasła, zachęcające do kupna.

Napisy powinny być czytelne, wielkości umiarkowanej, nierażące dla oka.

Jeżeli okno wystawowe ma dziennie 15 godzin „pracować”, wówczas oświetlenie jest tak samo ważnym, jak i umiejętne rozłożenie towarów; niestety w 85 proc. sprawa oświetlenia jest w zaniedbaniu pomimo stwierdzenia, że mniejsze okno wystawowe więcej sprzedaje, niż obszerne a źle oświetlone.

Cenne wskazówki oświetlenia okien wystawowych znajdujemy w pracy, wydanej przez F. S. Piaseckiego, inż.-elektrotechnika. Wydawnictwo: Stowarzyszenia Organizacji Gospodarki Światłej, Warszawa. Broszurę tę polecam osobom, pragnącym zastosować najnowsze wypraktykowane sposoby oświetlenia.

Nie posiadając zdolności dekoracyjnych, lepiej uczynimy, gdy odnośną pracę powierzymy fachowcom; koszty zwrócą się, a korzyść jest większa od oszczędności, uzyskanych z własnej nieumiejętnej dekoracji.

Statystyka wykazuje, że na tysiąc przechodniów 178 osób zwraca uwagę na okno wystawowe, zatem wystawy położone przy główniejszych ulicach, zostają w przeciągu 4 dni przez wszystkich przechodzących mieszkańców miasta zlustrowane. Wniosek zatem, że takie wystawy powinno się najmniej co 10 dni zmieniać.

Oryginalność dekoracji

Praktyka wykazała, że sklepy położone po prawej stronie znacznie przewyższają „wartość” sprzedaży sklepów, położonych po lewej stronie ulicy.

Nie zrażajmy się tem, bo i tu możemy powiększyć uwagę publiczności przez stosowne powiększenie wystawy, wywieszając transparenty, umieszczając czytelne napisy firmy, jak i specjalności przedsiębiorstwa.

Godła firmowe, jak i pomocnicze napisy, powinny bezwzględnie odznaczać się od sąsiednich, widoczne w dzień i wieczór, budząc oryginalnością już zdala

„Głos Kupiectwa”

broni interesów kupiectwa
Każdy czytelnik „Głosu Kupiectwa”
popierając swe pismo
broni swych własnych interesów

zainteresowanie szerokich mas, szukających stale nowości.

Niezrozumienie i niezastosowanie powyższych zasad dekoracji jest powodem, dla którego większa część okien wystawowych zostaje przez publiczność omijana. Niejedne okna wystawowe rażą wprost nieumiejętnością i chaosem w dekoracji. A szczególnie zauważyć to można w mniejszych miejscowościach, jak i na przedmieściach. Niejednokrotnie właściciel

zaniedbanej wystawy dziwi się, że klientela śpieszy do „miasta” lub do „sąsiada”, którego okno wystawowe jest skromnie, lecz umiejętnie udekorowane, gdzie widz, chociaż niecierpliw, zatrzymuje się przeciętnie 16 sekund i zdoła jednakże ważniejsze szczegóły wystawy uchwycić w pamięci.

Zastosowanie umiejętnej dekoracji okien wystawowych jest więc tanim środkiem do zdobycia klienta i zależy li tylko od sprzedawcy i dekoratora.

Tajemnica powodzenia

Zamierzchłych czasów sięga powstanie sztuki, który dziś do słownika ludzkiego wszedł pod nazwą reklamy. Zmienia się jej postać, zmieniają jej drogi i środki, jakimi zwykła operować, rozwija i rozrasta skala potrzeb i wymagań, a nawet i sama jej treść ulega głębokim przeobrażeniom, lecz istota reklamy i jej zadania pozostają od wieków niezmiennie te same. Począwszy od piszczałki czarnoksięskiego kapłana i malowanej w pasy twarzy dzikusy, poprzez feudalne bębny i dzwony, którymi zwoływano ludność dla wysłuchania nowych obwieszczeń i nakazów władzy, poprzez malowane i rzeźbione godła u wejścia do traktjerni „Pod Merkurem”, „Pod białym niedźwiedziem”, czy „Pod Karpiem”, aż do dzisiejszych skrzących i mieniących się barwami napisów świetlnych i neonów, do tysiącznych sposobów, którymi posługuje się nowoczesna reklama — ma ona zawsze jeden i ten sam cel: zwrócić uwagę przechodnia, słuchacza lub widza. Lecz czasy się zmieniają i zmienia się też ulega pogląd na reklamę: koło jej różnorodnych zadań olbrzymieje. W czasach dawniejszych, gdy o konkurencji gospodarczej niewiele jeszcze było mowy, znaki zewnętrzne służyły raczej dla orientacji konsumenta: napis czy malowidło na drzwiach kupca, lub miedziane talerze u okien cyrulika miały na celu poprostu wskazać poszukującemu drogę, by, dokąd szedł, trafił. Rola tych znaków orientacyjnych począła się jednak zmieniać, gdy np. „traktjerni” przybawało coraz więcej: „natchniony” malarz szyldów zaczął malować piękne kufle piwa ze spływającą, spienioną jak mydliny, pianą, która miała nęcić spragnionego przechodnia. Dziś tego typu środki reklamy też są już przeżytkiem i, choć gdzieniegdzie wiszą jeszcze melancholijnie odrapane i wypelzłe szyldy, to wielkiej nadziei w ich atrakcyjność pokładać już nie można.

Rzecz zrozumiała, że reklama dla kupca nie jest celem, lecz jednym ze środków dla osiągnięcia celu, t. j. wzmoczenie obrotów i zysków. Trzeba jednak dokładnie zdać sobie sprawę, że w dobie szalejącej walki o rynek zbytu, gdzie zdobycze techniki i nowoczesna produkcja seryjna wytrąca powoli z rąk sprzedawcy argument ceny, reklama stała się najpotężniejszym, jeśli nie jedynym, pozytywnym środkiem w walce o zwycięstwo.

Reklama dzisiejsza nie tylko „sprzedaje” towar poszukiwany, ale tworzy zastępy nowych konsumentów. Nie mówimy bynajmniej w tej chwili i na tym miejscu o powstawaniu nowych warsztatów pracy, związanych z produkcją reklamy, lecz właśnie o istotnym wpływie reklamy na odnajdywanie i dostarczanie nowych odbiorców towaru reklamowanego.

Reklama poszukuje i stwarza konsumenta — oto jak można i jak należy rozumieć lapidarnie, w „slogan” ujęte zadania nowoczesnych środków propagandy.

Rozumna polityka reklamowa nie może się cofać przed kosztami i wzrostem budżetu reklamowego. Statystyka wykazuje naocznie, że zwiększenie budżetu reklamowego tak wpływa na wzmoczenie obrotów sprzedaży, że koszt reklamy na jednostkę nie zwiększa się, a wydatnie maleje. Oto kilka cyfr porównawczych ze statystyki papierosów w Ameryce („Printers' Ink” 1929):

Rok	Ilość papierosów sprzedanych w tys	Budżet reklamowy w \$	Koszt reklamy na jednost. sprzed. (.000 szt.)
1888	1,933	—	—
1892	35,360	11,401.78	32,1
1897	163,297	52,401.19	32,1
1904	1,133,788	280,985.11	24,8
1912	5,504,956	1,182,257.18	21,5
1922	15,437,612	1,948,733.33	12,6
1928	24,212,519	3,455,373.86	14,3

Z tabelki tej wynika, że pomimo zwiększenia kwot użytych na reklamę, wydatek ten, przy należytej organizacji, nie tylko nie zwiększył kosztów towaru, lecz stawał się coraz mniej uciążliwym dla producenta i konsumenta. W konsekwencji zmuszeni jesteśmy zanotować na tem miejscu fakt napozór paradoksalny, a jednak bezsprzecznie prawdziwy: im większy jest budżet reklamowy, tem mniej obciąża on cenę samego towaru; dzięki temu o wiele łatwiejszą jest walka o jego zbył.

Oczywiście proporcja tego rodzaju będzie ważną i prawdziwą przy odpowiedniej konjunkturze i wówczas tylko, gdy w parze ze wzrostem budżetu reklamowego pójdzie właściwe zużycie sum propagandowych oraz intensywne dostosowanie organizacji pracy do powstających nowych warunków.

J. R.

Lourdes — światowe centrum pielgrzymek

Statystyka wykazuje coroczny przyrost liczby pielgrzymów, udających się do Lourdes. Liczba pociągów specjalnych z 246 w roku 1922 podniosła się do 400 w latach 1930 i 1931, przyczem fala pielgrzymów, którą przewiozły te pociągi jest o wiele mniejszą od ilości osób pojedynczych, które przybywają ze wszystkich stron świata pociągami zwykłymi.

Dwadzieścia lat istnienia Stowarzyszenia Przedstawicieli Handlowych w Warszawie

W Warszawie odbyło się Ogólne Zebranie Członków Stowarzyszenia Przedstawicieli Handlowych.

Zebranie powołało na przewodniczącego sędziego Wohla. Przed przystąpieniem do obrad, na wniosek Zarządu, z okazji okoliczności, że Zebranie Walne odbywa się w 20-ym roku istnienia Stowarzyszenia, zgromadzeni jednogłośnie uchwalili nadać członkostwo honorowe za szczególne zasługi pp. Szymonowi Baumritterowi, wiceprezesowi Stowarzyszenia, który jest czynny jako członek Zarządu nieprzerwanie od jego powstania, p. Jerzemu Meyerowi, jako seniorowi zawodu i wychowawcy szeregu wybitnych przedstawicieli handlowych, oraz pp. dyr. Wacławowi Dzierżawskiemu i Juljuszowi Paulowi, jako tym, którzy podpisali w swoim czasie wystąpienie do władz o legalizację Stowarzyszenia, którego ofiarnymi członkami są po dziś dzień.

Szczegółowe sprawozdanie z działalności Stowarzyszenia złożyli prezes Friede oraz dyr. Perl

Ze sprawozdania wynika, że Stowarzyszenie rozwijało ożywioną działalność zarówno w dziedzinie ogólnych zagadnień gospodarczych, jak i zawodowych. Takie ujmowanie zadań Stowarzyszenia przyczyniło się do jego spopularyzowania w szerokich sferach i do podniesienia autorytetu zawodu. Ciekawą jest okoliczność, że pomimo dotkliwego kryzysu, jaki przechodzą przedstawiciele handlowi w związku z ogólnym kryzysem gospodarczym, Stowarzyszenie rozwija się liściebnie, budżet zaś swój zamyka pomyślnie. Świadczy to o uświadomieniu społecznym przedstawicieli handlowych i zrozumieniu potrzeby opierania się o organizację zawodową. Ożywioną działalność wykazało Stowarzyszenie w dziedzinie kultury myśli gospodarczej przez odczyty, wygłaszane w Stowarzyszeniu przez wybitnych prelegentów na tematy ekonomiczne i prawnogospodarcze.

Dział prawno-ekonomiczny Stowarzyszenia opracowywał opinie i uwagi zarówno dla izby przemysłowo-handlowej, jak i też dla ministerstw odnośnie projektów prawodawczych.

W dążeniu do ożywienia stosunków handlowych Polski z innymi krajami i celem utworzenia drogi eksportowej towarów polskich na te rynki, które dawniej pokrywały swoje zapotrzebowania na rynku niemieckim, Stowarzyszenie nawiązało ścisły kontakt z przedstawicielstwami państw obcych w Warszawie, placówkami konsularnymi zagranicą oraz instytucjami gospodarczymi.

Dla opracowania materiałów, które w związku z tem licznie napływają do Stowarzyszenia powołana została specjalna komisja dla handlu zagranicznego.

Zawód przedstawicieli handlowych jest reprezentowany w komisji dla handlu przy ministrze przemysłu i handlu, w komisji arbitrow izby przemysłowo-handlowej, w podatkowych komisjach szacunkowych i odwoławczych, w sądach pracy oraz w innych placówkach pracy społecznej.

Oddziały Stowarzyszenia znajdujące się w większych ośrodkach przemysłowo-handlowych pomimo kryzysu wykazują systematyczny rozrost.

Z sekcji Stowarzyszenia największą aktywność ujawniły Sekcja Fotograficzna, Sekcja Branży Zapalczanej, Chemiczna-Farmaceutyczna oraz Włókiennicza.

W okresie sprawozdawczym przybyło Stowarzyszeniu nowych 89 członków.

Biuro Stowarzyszenia w licznych wypadkach udzielało porad zawodowych, prawnych oraz skutecznie interwenjowało w różnych sprawach zawodowych. Ogrom pracy wykonanej przez Stowarzyszenie charakteryzuje ilość korespondencji,

Stowarzyszenie bowiem rozesłało w okresie sprawozdawczym nie licząc zawiadomień i okólników, 5519 różnych pism, jak to memorjalów do władz, instytucji, pism do organizacji i osób prywatnych i t. p. Pism w tym czasie otrzymało Stowarzyszenie 1475.

Po ożywionej dyskusji nad sprawozdaniem, po wysłuchaniu sprawozdania finansowego, zebranie uchwaliło Zarządowi absolutorjum oraz przyjęło proponowany preliminarz budżetowy na rok 1933. Następnie zebranie zaleciło Zarządowi poczynienie najusilniejszych starań o uzyskanie dla Stowarzyszenia udziału w Centralnej Komisji Przywozowej i przyjmowania podań o pozwolenie na przywóz, oraz wypowiedziało się za energicznym popieraniem Gdyni przez kierowanie za pośrednictwem tego portu ładunków importowych i eksportowych.

Następnie dokonano wyborów nowych władz Stowarzyszenia.

Co warto zobaczyć we Francji?

Sezon letni w Monte-Carlo

Doskonale warunki klimatyczne umożliwiają pobyt w Monte Carlo podczas całego roku. Zarząd miejski przygotował na sezon letni bardzo urozmaicony program atrakcyjnych artystycznych i sportowych, konkursów, festiwalu etc.

W Muzeum Oceanograficznym oraz Akwarjum, które pod względem swych zbiorów są jedyne na świecie, zostały otwarte nowe działy.

Dyrekcje Kolei Francuskich, chcąc ułatwić podróż do Monte Carlo, jak zresztą i do innych miejscowości Riwieri Francuskiej, wprowadziły zniżkowe bilety kolejowe „tam i z powrotem”. Zniżka wynosi w kl. I — 30 proc., w kl. II — 25 proc. i w kl. III — 20 proc.

Sezon w Aix-les-Bains

Dnia 1 kwietnia rozpoczął się sezon w Aix-les-Bains, który w roku bieżącym zapowiada się niezwykle zajmująco. Dbając o kuracjuszy, dyrekcja uzdrowiska organizuje cały szereg festiwalów, imprez sportowych i towarzyskich, wśród których należy wymienić otwarcie nowej plaży, konkurs elegancji, regaty o mistrzostwo Francji etc.

Dyrekcje Kolei Francuskich udzielają zniżek na przejazdach kolejowych w wysokości od 20 do 30 proc. w zależności od klasy, którą odbywa się podróż.

Chantilly — Wystawa w Muzeum Condé

W roku bieżącym zostanie zorganizowany cały szereg ciekawych wystaw w Muzeum Condé w Chantilly. Na wyróżnienie zasługuje Wystawa rysunków malarza Poussin — otwarcie 1 lipca, oraz dnia 2 września Wystawa artystycznie oprawionych książek w XIX wieku.

Dziesiątki pociągów, odjeżdżających z Gare du Nord w Paryżu utrzymują komunikację z Chantilly, dokąd podróż trwa zaledwie pół godziny. Ulgowe bilety kolejowe Paryż — Chantilly i z powrotem kosztują tylko fr. 20.— w klasie II-e i fr. 13.— w kl. III.

NOWE MOŻLIWOŚCI

Polska — Austria

Izba Handlowa Polsko-Austrjacka podaje do wiadomości, że następujące firmy poszukują przedstawicieli na Polskę, względnie pragną nawiązać kontakt handlowy:

Austrjacka fabryka konserw jarzynowych i owocowych pragnie oddać swe zastępstwo. (1108).

Fabryka opatentowanego elektro-medycznego aparatu odda przedstawicielstwo solidnej firmie dobrze obeznaną z tą branżą. (1114).

Fabryka wiedeńska, wyrabiająca modne artykuły i materiały dziane, pragnie oddać swe przedstawicielstwo na Polskę. (1183).

Wiedeńska fabryka maszyn piekarskich i cukierniczych oraz pieców odda przedstawicielstwo na obszar całej Polski. (1202).

Fabryka austrjacka odda przedstawicielstwo na uniwersalne wiertarki, docieraczki, szlifierki i t. p. Specjalnie na Gdynię, Kielce, Kraków, Lwów, Łódź i Tarnopol. (28).

Wiedeńska firma, wyrabiająca folje antyoksydowe do druku na materiałach, trudno się dających zaopatrzyć drukiem, pragnie nawiązać stosunki z firmą polską. (278).

Firma austrjacka poszukuje przedstawiciela na środek, usuwający kamień w kotłach, rurach i t. p. (362).

Wiedeńska firma poszukuje przedstawiciela na aparat spirytusowy, używany głównie do grzania moszczu (wina jabłecznego). (402).

Firma wiedeńska, wyrabiająca okucia do mebli, pragnie nawiązać kontakt z firmą, dobrze wprowadzoną u odnośnych odbiorców. (418).

Firma wiedeńska, trudniąca się sprzedażą nowości technicznych pragnie nawiązać kontakt z firmami polskimi celem oddania generalnego przedstawicielstwa względnie sprzedaży licencji na:

- a) aparat, dający mydło w proszku;
- b) pompę do czyszczenia zatłoczonych wodociągów. (444).

Firma austrjacka, wyrabiająca obicia meblowe, pragnie oddać przedstawicielstwo firmie polskiej dobrze wprowadzonej u klienteli. (482).

Firma austrjacka sprzedaje licencję na gaśnicę nowoczesnej konstrukcji (gaszenie zapomocą wody pod wysokim ciśnieniem). (828).

Austrjacka fabryka wyrobów metalowych i z brązu pragnie nawiązać kontakt z firmami polskimi. (931).

Hurtownia austrjacka wyrobów nożowniczych (noże kuchenne, noże do jarzyn, do mięsa, noże sportowe, myśliwskie i t. p.) pragnie nawiązać kontakt z firmami polskimi tej branży. (950).

Austrjacka firma, wyrabiająca szkła do okularów lepszej jakości, t. zw. „Punktalgläser”, pragnie nawiązać kontakt z firmami polskimi tej branży. (1013).

Firma wiedeńska, której specjalnością są branże: żelazna, wyroby żelazne, wyroby ze szkła i porcelany, naczynia kuchenne i domowe, reprezentująca szereg bardzo poważnych fabryk, posiadająca zorganizowany aparat sprzedaży oraz personel, władający językiem polskim, pragnie objąć przedstawicielstwo poważnej fabryki polskiej z branży wyżej wymienionej względnie podobnej. (248).

Austrjacka fabryka papieru poszukuje przedstawiciela dobrze obeznanego z tą branżą. (1054).

Wszelkich bliższych informacji udziela biuro Izby, Warszawa, Ossolińskich 8, m. 2 (tel. 761-08), przy czym firmy zainteresowane proszone są o podanie referencji oraz wpłatę tytułem zwrotu kosztów sumy zł. 3.— na konto P. K. O. Nr. 17.670 względnie o przesłanie równowartości w znaczkach pocztowych.

Polska — Holandia

Według miarodajnych informacji, jakie Stowarzyszenie Przedstawicieli Handlowych otrzymało z Amsterdamu, bojkot towarów niemieckich w Holandji zaostreza się ze względu na stanowisko kupców importerów Żydów oraz unikanie towarów niemieckich przez konsumentów, protestujących w ten sposób przeciw zarządzeniom Rzeszy niemieckiej, niekorzystnym dla rolnictwa holenderskiego.

Z tej sytuacji korzysta dzisiaj w pierwszym rzędzie przemysł czeskosłowacki, który intensywnie stara się opanować rynek holenderski. Istnieją więc niewątpliwie poważne możliwości i dla przemysłu polskiego, który winien wyzyskać nadarzającą się sposobność i możliwie licznie wysłać do Holandji swoich przedstawicieli.

W związku z bojkotem towarów niemieckich możnaby było wprowadzić do Holandji: a) z towarów włókienniczych: jedwabie sztuczne, firanki, portjery, plusze na meble, okrycia na stół i sofy, makatki na ścianę, wieszane w przedpokojach za wieszadłami (tanie), b) z konfekcji: bielizna damska i męska, za wyjątkiem skontyngentowanych koszul dziennych niesportowych męskich, kapelusze damskie i męskie, pantofle domowe, szlafroki damskie i męskie, c) z galanterji i pasmanterji: pasmanterja gumowa i gum-elastyka, hafty mechaniczne, frendzle i t. p. z jedwabiu sztucznego, krawaty i guziki, d) z przetworów chemicznych: nawozy sztuczne (Niemcy wywoziły za przeszło 15 milionów fr. rocznie), farby i barwniki,

o żywienia stosunków gospodarczych z zagranicą

sól (znaczny artykuł importu z Niemiec), kosmetyki i perfumerja, różne przetwory chemiczne, używane w przemyśle, e) wszelkie metalowe wyroby, które Polska może eksportować, wyłączając maszyny i narzędzia, które są specjalnością Niemiec, lecz które mogą być fabrykowane w Polsce, f) wszelkie wyroby z drzewa, jak meble (wielki artykuł importu z Niemiec), oraz przedmioty użytku domowego, np. ramiączka do ubrań (nie są wyrabiane w Holandji), g) wszelkie zboża i ziemniaki, które Rzesza eksportowała do Holandji, h) szkło.

Przedstawicielom handlowym, którzy pragnęliby zainteresować się eksportem do Holandji, Stowarzyszenie Przedstawicieli Handlowych służyć będzie wszelką pomocą i poparciem.

Polska — Stany Zjednoczone

Panujący obecnie na rynku amerykańskim stan sytuacji gospodarczej należy uważać za przejściowy, jako związany z wahaniami walutowymi. Z chwilą jednak ustabilizowania dolara konjunktura ulegnie poważnej zmianie i niewątpliwie otworzą się poważne możliwości eksportu do Stanów Zjednoczonych. Dlatego też ważną jest rzeczą, aby producenci i eksporterzy polscy przygotowywali się już obecnie do przyszłych dostaw na rynek amerykański, poznali upodobania i wymagania rynku, jego ceny, zapotrzebowanie, rodzaj opakowania, gatunki towaru.

Jeśli chodzi o rynek chicagowski, to należy zaznaczyć, że polskie artykuły spożywcze mogą znaleźć zbyt w istniejącej w Chicago dużej kooperatywie, zrzeszającej około 300 sklepów spożywczych polskich. Wspomniana kooperatywa, która ma poważne widoki rozwoju, interesuje się produktami polskimi, z tym jednak warunkiem, że towar polski będzie ściśle dostosowany do wymagań odbiorców amerykańskich, zarówno pod względem cen, jak i jakości, wyglądu zewnętrznego i t. p. Państwowy Instytut Eksportowy zwraca uwagę polskich sfer przemysłowych i handlowych na konieczność głębszego zainteresowania się dostawami na rynek amerykański, przyczem udzielić może zainteresowanym eksporterom wszelkich bliższych informacji, dotyczących gatunków towarów, jakie mogą być wywożone do Stanów Zjednoczonych, jak również przepisów importowych amerykańskich, stawek celnych i t. p.

Polska — Boliwja

Celem nawiązania bezpośrednich stosunków handlowych pomiędzy POLSKĄ a BOLIWIJĄ, zwracamy uwagę na możliwości gospodarcze, jakie dla Polski przedstawia ten kraj w Południowej Ameryce.

Bogactwa naturalne Boliwji odgrywają wielką rolę w konjunkturze gospodarczej świata, albowiem kraj

ten zasila w surowce najważniejsze rynki zagraniczne, które jednocześnie znajdują w nim wielki ośrodek zbytu dla swoich fabrykatów.

W związku z tem Boliwja ofiaruje rynkom polskim swoje następujące surowce:

Minerały — rudy: Cyna, miedź, ołów, bizmut, antymon, cynk, mika, wolfram, złoto, srebro.

Guma: Elastyczna, gutaperka, kauczuk, balata, guma zwyczajna — twarda.

Żywe zwierzęta: Domowe i dzikie, oraz ptaki.

Środki żywnościowe: Kawa, kakao, herbata matte (rodzaj herbaty argentyńskiej), suszone owoce.

Skóry surowe (niewyprawione): Krowie, tygrysię, lisie, z Perico, owcze, z llamy, tapiru, kocie, jelenie, z Viscacha, końskie, niedźwiedzie, krokodylowe, wężowe.

Rośliny lecznicze: Liście kokainy, matico, kora chinowa, Ipecacuana, castana.

Organiczne: Szczecina, struny, włosia, rośliny i kwiaty suszone, tłuszcze roślinne, tabaka w liściach, fibra i drzewo elastyczne, kora drzewna do farbowania, ropa naftowa.

Wełny: Z llamy, owcza, z alpaki.

Nieorganiczne: Produkty chemiczne dla celów przemysłowych (małe ilości).

Wyroby metalowe (szlachetne): Złoto w stanie surowym, monety srebrne i złote, stare srebro.

Przyczem na mocy handlu kompensacyjnego, firmy boliwijskie wprowadziłyby na rynek swego kraju wyroby polskie wszelkiego rodzaju.

W końcu sierpnia r. bież.
ukaze się źródłowa praca

ADWOKATA
LEOPOLDA STEFANA
MARGULIESA

KOMENTARZ DO USTAWY O KARTELACH

Obrót z Niemcami

Wyzwalanie się naszego gospodarstwa z zasięgu niemieckiego postępuje naprzód bardzo szybko. Różne kraje europejskie i zamorskie skwapliwie ubiegają się o spuściznę po odrzuconym eksporcie hitlerowskim. Krajowa produkcja odczuwa ożywczy prąd zapotrzebowania. Analiza importu niemieckiego do Polski jeszcze nigdy chyba tak skrupulatnie nie była przeprowadzana, jak obecnie, kiedy każdy najdrobniejszy nawet artykuł niemieckiego pochodzenia jest przedmiotem prawdziwej i serdecznej troski, by się go jak najprędzej wyżyć i znaleźć zastępcze źródło. Przysłowiowa niemiecka głupawo-tępawa „metodyczność”, jak się okazuje, nie starczy na nowoczesne żywioły ducha i postępu. Tak jak nie pomógł podczas wojny kradziony i wywożony z Małopolski na „chude piaski brandeburskie” czarnoziem, jak nie pomogły kradzione klamki i rondle miedziane, tak nie pomoże dyplomacja, nie pomoże polityka gospodarcza, nie pomoże „der schöne Adolf” w opinii świata. W swoim Drang'u na wschód napotkali na zaporę wieczną, na osiadłe szeroko młode państwo, co umiało stworzyć nową potęgę polityczną, gospodarczą i moralną na terenie Europy.

W swoim prymitywnym bestjalstwie, już podczas wojny ujawnionem, napotkali Niemcy na odruch narodów duchowo wyższych. Tak i teraz! Świat cały odpowiada na wyczyny zoologiczne hitleryzmu wstętem do produktu niemieckiego, do tolerowanej dotychczas tandety niemieckiej. Zamyka się przed eksportem niemieckim rynek międzynarodowy. Staro-dawne i, zdawałoby się, niezastąpione „monopole” niemieckie, czy to w branży chemicznej, czy metalurgiczno - maszynowej bledną i rozplývają się w nicłość przed wyższą produkcją francuską, angielską, szwajcarską i amerykańską. Cały szereg artykułów, sprowadzanych w ostatnich czasach z Niemiec, już zaczęto z dobrym rezultatem wyrabiać w Polsce właśnie w krótkim okresie od końca lutego r. b. począwszy.

W tym stanie rzeczy otwierają się nowe możliwości przed naszym eksportem, mogącym zastąpić na rynkach światowych odrzucony towar niemiecki w całym szeregu dziedzin. Wchodzą tu w grę rynki angielski, holenderski, belgijski, różne ciekawe rynki zamorskie, a także rynek rosyjski, na który musimy zwrócić baczną uwagę, by wykorzystać przyjazną konstelację. Co do obrotu naszego z Rzeszą pamiętać musimy, że Niemcy nic dla siebie „zbędnego” od nas nie sprowadzają i nigdy nie sprowadzali, jeżeli zaś w latach ubiegłych sprowadzali więcej surowców i półsurowców, to dla zarobku, gdyż na reeksportie naszych produktów grubo zarabiali. Nigdy też w naszym eksporcie do Niemiec wielkich plusów nie osiągnęliśmy.

Saldo aktywne w wysokości 206 milionów złotych w roku 1926 tłomaczy się załamaniem złotego na jesieni 1926 r., co dało nam poważną premję eksportową.

W roku 1932 aktywne saldo nasze wyniosło już tylko 2,7 miliona, czyli tyle co nic, szczególnie jeśli uwzględnić niemiecki eksport do Polski przez Austrię, Szwajcarię, Włochy itp., a także „zielonawy” eksport przez Śląsk i Gdańsk. Pierwszy kwartał roku 1933 dał znaczny spadek obrotu polsko-niemieckiego, gdyż całkowity obrót (przywóz 36,674 milj. zł., wywóz 38,09 milj. zł. (zł. 74,674,000 przez 3 miesiące odpowiada średniej miesięcznej około 25 milionów, w roku zaś 1932 średni miesięczny obrót wynosił

$$\frac{(173,118 + 175,902)}{12} = 29 \text{ milj.}$$

Sądzić wypada, że drugi kwartał naskutek zmniejszenia się importu do Polski da dalsze zmniejszenie obrotu globalnego. Nie wiemy, oczywiście, jakie będą rezultaty „porządkowania” świata przez konferencję londyńską i przez „pakt 4-ch”, ale jedno wiemy, że u nas i na całym świecie najwyższe napięcie przeciwnieckie i przeciwhitlerowskie będzie domino- wało w poczynaniach gospodarczych w całej pełni.

Szkodliwe zmiany w prawie przemysłowem

Projekt rozporządzenia Prezydenta Rzeczypospolitej, wprowadzający zmiany w ustawie przemysłowej, budzi liczne zastrzeżenia w sferach gospodarczych.

Tak więc, zdaniem centralnego Związku Przemysłu Polskiego wprowadzenie zmian w dotychczasowym stanie prawnym, dotyczącym bytu prawnego stowarzyszeń i związków, jest rzeczą całkiem zbędną. Stan prawny w tej dziedzinie został uregulowany w sposób jednolity dla całego państwa ustawą z dnia 27 października 1932 r. W tych warunkach tworzenie odrębnych przepisów dla pewnych grup stowarzyszeń jest rzeczą niepożądaną z punktu widzenia porządku prawnego. Nieuzasadnioną jest również projektowana w noweli parcelacja władzy państwowej w zakresie funkcji nadzoru

nad działalnością stowarzyszeń. Działalność ta, zgodnie z konstytucją, jest wolna, a ingerencja państwa ograniczona jest do wypadków, gdy działalność stowarzyszenia zagraża bezpieczeństwu, spokojowi lub porządkowi publicznemu. Z tego względu zwierzchni nadzór nad życiem stowarzyszeń winien być nadal sprawowany przez najbardziej do tego powołany czynnik — ministra spraw wewnętrznych. Poddanie niektórych stowarzyszeń bezpośrednio nadzorowi minis'tra przemysłu i handlu, tak, jak to projektuje nowela, niema natomiast racji bytu i doprowadzi do niepożądanego rozdziału jednolitej funkcji państwa wobec życia zbiorowego, przejawiającego się w działalności stowarzyszeń i związków. Rozdział ten jest tembardziej nieuzasadniony, że, według pro-

jektu rozporządzenia, różne stowarzyszenia nawet tego samego typu mają podlegać zwierzchniemu nadzorowi różnych ministrów.

* * *

Związek izb przem.-handl. opracował opinię o projektowanej przez rząd zmianie prawa przemysłowego. Stwierdza ona m. in. iż w stosunku do projektowanego wprowadzenia ograniczenia, by stowarzyszenia przemysłowe mogły organizować się wyłącznie na podstawie prawa przemysłowego, związek izb wypowiada się: 1) przeciwko wprowadzeniu przymusowych organizacji przemysłowych (odnosi się to również do cechów rzemieślniczych), 2) przeciwko zakazowi organizowania się przemysłowców na podstawie ogólnie obowiązujących przepisów o stowarzyszeniach, a natomiast uznaje całkowicie potrzebę znowelizowania odpowiednich

przepisów w taki sposób, by nadawały się one nie tylko dla rzemiosła lub drobnych wytwórców, ale i dla zrzeszeń większych przedsiębiorstw przemysłowych i handlowych.

W związku z nowelizacją prawa przemysłowego, związek izb wysuwa następujące desideraty: 1) unifikacja ustawodawstwa przemysłowego przez ograniczenie do minimum wykazu przedsiębiorstw, niepodlegających ogólnemu prawu przemysłowemu, 2) kodyfikacja ustawodawstwa przemysłowego t. j. ustalenie, jakie przepisy, wydane przed wejściem w życie prawa przemysłow. względnie sprzeczne z tym prawem, obowiązują nadal, 3) przyspieszenie wydania rozporządzeń wykonawczych, przewidzianych w prawie przemysłowem, a w szczególności przepisów, regulujących prowadzenie poszczególnych przedsiębiorstw koncesjonowanych.

PRAWO-PODATKI

USTAWODAWSTWO
ORZECZNICTWO

KALENDARZYK PODATKOWY na m. lipiec 1933 r.

Do dnia 15 lipca r. b. — podatek przemysłowy od obrotu za r. 1932 (różnica pomiędzy wymiarem definitywnym a zaliczkami kwartalnymi na r. 1932).

Do dnia 15 lipca r. b. — zaliczka miesięczna na podatek przemysłowy od obrotu, osiągniętego w miesiącu czerwcu roku bież. przez przedsiębiorstwa prowadzące prawidłowe księgi handlowe.

Podatek dochodowy od uposażeń służbowych, emerytur i wynagrodzeń za najemną pracę — w terminie do dnia 7 po dokonaniu potrącenia podatku;

Opodatkowanie odpraw

z tytułu rozwiązania stosunku służbowego

W związku z wątpliwościami, jakie się wyłoniły przy opodatkowaniu t. zw. odpraw z tytułu rozwiązania stosunku służbowego, min. skarbu okólnikiem L. D. V. 3279-2-33 wyjaśniło, co następuje:

Odprawy, wypłacone przez służbodawcę wdowom i sierotom po śmierci pracownika (t. zw. odprawy pośmiertne), nie podlegają opodatkowaniu podatkiem dochodowym ani według działu II, ani też według działu I ustawy o państwowym podatku dochodowym, gdyż osoby, które otrzymują te odprawy nie łączą z pracodawcą żaden stosunek służbowy, a o ile chodzi o dział I ustawy — odprawy te nie są dochodem w rozumieniu art. 6 ustawy.

Odprawy, wypłacone przez pracodawców pracownikom z tytułu rozwiązania stosunku służbowego bądź to na podstawie obowiązujących norm prawnych, bądź też na podstawie specjalnie zawartych umów o najem pracy, podlegają opodatkowaniu wg działu II ustawy o państwowym podatku dochodowym, gdyż są dochodem, uzyskiwanym z tytułu stosunku służbowego wzgl. najmu pracy w rozumieniu art. 20 ustawy.

Do końca lipca — podatek od wszelkich wynagrodzeń i uposażeń, zarówno pracowników umysłowych, jak i fizycznych, wypłacanych w miesiącu czerwcu na rzecz Funduszu Pracy (wysokość podatku wynosi 1 proc. od pracowników i 1 proc. od pracodawców).

Ponadto płatne są zaległości, odroczone lub rozłożone na raty, z terminem płatności w lipcu, tudzież podatki, na które płatnicy otrzymali nakazy płatnicze, również z terminem płatności w tym miesiącu.

Odprawa, wypłacona pracownikom po rozwiązaniu stosunku służbowego wzamian za zrzeczenie się praw emerytalnych, nie podlega opodatkowaniu ani wg. działu I, ani wg. działu II ustawy, nie jest ona bowiem dochodem, uzyskiwanym ze stosunku służbowego, nie jest również dochodem w rozumieniu art. 6 ustawy. Odprawa tego rodzaju jest nadzwyczajnym dochodem, uzyskanym ze spieniężenia prawa majątkowego (emerytalnego) i jako taka — w myśl art. 7 ustawy — nie uważa się za dochód, podlegający opodatkowaniu. * * *

Powyżej przytoczone wyjaśnienia min. skarbu odpowiadają całkowicie ustalonym zasadom prawa cywilnego i ustawodawstwa o pracę i w związku z tem obracają się w ramach ustawodawczych. Mamy tu do czynienia z istotną interpretacją ustawodawstwa podatkowego w granicach ogólnych zasad prawnych. Sprawy powyższe wzbudzały dotąd niesłuszne wątpliwości u niższych władz skarbowych, przyczem w poszczególnych wypadkach docierały do Najwyższego Trybunału Administracyjnego, znajdując odpowiednią interpretację.

Jak umarzone będą wszelkie zaległości podatkowe

W związku z stosowaniem w praktyce okólnika min. skarbu o umarzeniu zaległości podatkowych izba przem.-handl. na zasadzie porozumienia z izbą skarbową podała do wiadomości organizacyj gospodarczych okręgu następujące wyjaśnienia:

1. a) Wszelkie podania, dotyczące umorzenia zaległości w wypadkach, w których okólnik przewiduje bieg spraw na zasadzie indywidualnych wniosków płatników, winni podatnicy bezpośrednio składać właściwym władzom skarbowym.

O ile idzie o podania, które ze względu na kompetencję podlegają ostatecznej decyzji izby wzgl. ministerstwa — wnosić należy je również za pośrednictwem urzędów skarbowych, właściwych dla danych płatników. Ten sam tryb postępowania dotyczy także b) wniosków o umorzenie zaległości, składanych stosownie do pkt. VI okólnika (podania o umorzenie motywowane faktem zawarcia ugody sądowej z wierzycielami). Równocześnie odpis odnośnego podania ad b) skierować należy do izby przem.-handl., która zkolei bezpośrednio zakomunikuje swoją opinię władzom skarbowym.

Izba skarbową zgodziła się, by do wszystkich wniosków według własnego uznania organizacyj dołączana była ewent. ich opinia o sytuacji majątkowej

płatnika i okolicznościach, uzasadniających umorzenie z uwagi na istotnie zagrożoną egzystencję płatnika.

Zgodnie z okólnikiem ministerstwa definitywny odpis zredukowanej sumy zaległości podatkowych nastąpi dopiero po wpłaceniu pozostałej sumy, do której uiszczenia płatnik zobowiązał się w czasokresie, odpowiadającym terminowi końcowemu oznaczonemu w układzie z wierzycielami. Rozterminowanie spłaty reszty zaległości, niepodlegającej umorzeniu, władze skarbowe ustalą po stwierdzeniu faktycznej sytuacji majątkowej płatników. Według oświadczenia izby skarbowej przywiązywana będzie szczególna waga do faktu należytego i punktualnego wywiązywania się z bieżących świadczeń podatkowych, nie poddanych działaniu umorzenia.

2. Izba skarbową ustaliła, iż urzędy skarbowe winny wszystkie wnioski w przedmiocie umorzenia, które przekraczają ich kompetencję przedstawić celem ostatecznej decyzji izbie skarbowej bez względu na okoliczność, jak są one zaopiniowane, t. j. czy władza I instancji popiera je czy też opinuje w sensie negatywnym.

Całokształt sprawy poddany będzie tem samem ponownemu i merytorycznemu rozpatrzeniu na terenie izby skarbowej.

RYNKI

Doniesienia specjalnej służby informacyjnej

Od własnych korespondentów „Głosu Kupiectwa”

Pogorszenie w Łodzi

Okres czerwca przyniósł na łódzkim rynku włókienniczym poważne pogorszenie sytuacji.

Depresja ogarnęła w pierwszym rzędzie rynek gotowych tkanin bawełnianych, na którym zaplanowało poważne zmniejszenie obrotów. Niepewne pogody spowodowały bardzo silne zmniejszenie zapotrzebowania ze strony odbiorców hurtowych. Stanowisko swe tłumaczą hurtownicy tem, iż ich mniejsi odbiorcy prowincjonalni zanotowali również wydatny spadek transakcyj, to też nie uskuteczniają oni żadnych zakupów na skład, aby nie narazić się na straty z tytułu „zamrożenia” kapitałów w towarze. Na pogorszenie sytuacji w tej branży wpływa też fakt, że konsumpcja tkanin bawełnianych kształtuje się w zależności od pory roku. O ile więc jeszcze w maju kupowano niektóre gatunki towarów całorocznych, o tyle w czerwcu moda się zmienia i odbiorcy zakupują wyłącznie towary letnie. Wyprodukowane więc w okresie postrejkowym towary bawełniane nie zostaną sprzedane, co spowoduje pozostanie poważniejszych zapasów w składach fabrycznych. Analogicznie kształtuje się sytuacja w handlu bawełnianym. Kupcy nie mogą obecnie znaleźć nabywców, co zmusza ich do zwracania większych partij towarów. Zwroty towarowe, które w okresie maja uległy wydatnej re-

dukcji, przybrały pod koniec czerwca znowu charakter masowy. Pogarsza to oczywista sytuację finansową przemysłu. W kołach producentów utrzymuje się opinia, że o ile w najbliższym czasie nastąpi poważne ocieplenie i pogody letnie ustalą się na dłuższy okres czasu, zapotrzebowanie na towary bawełniane ulegnie poważnemu wzrostowi, gdyż rynek bynajmniej nie został nasycony. Wówczas też liczyć się można z ożywieniem transakcyj, gdyż odbiorcy prowincjonalni zmuszeni będą uskutecznić zakupy towarów wybitnie letnich. Warunki pokrycia w tej branży nie uległy większej zmianie.

Pogorszeniu uległa również sytuacja na rynku przędzy bawełnianej, co pozostaje w związku z wahaniami cen surowej bawełny oraz w związku z nieunormowaną sytuacją kartelu przedziałników, gdzie wystąpienie 11 firm spowodowało nadmierne uruchomienie i wydatny wzrost zapasów przędzy bawełnianej.

Na rynku tkanin wełnianych sytuacja kształtowała się analogicznie. Nadmienić należy, że sezon letni w tej branży został już właściwie w znacznej mierze zakończony. Zapotrzebowanie na letnie towary czesankowe damskie wydatnie zmalało, jakkol-

wielokrotnie. Utrzymuje się ono jeszcze, jeżeli chodzi o męskie towary letnie ubraniowe.

Na rynku przędzy chesankowej transakcje w drugiej połowie czerwca ograniczały się do sporadycznych zakupów. Ceny przędzy chesankowej pomimo spadku zapotrzebowania utrzymywały się na poziomie dość wysokim, co pozostaje w związku z mocną tendencją cen na rynku surowej wełny. Zaznaczyć przytem należy, że tendencja zniżkowa objęła nie tylko rynki zagraniczne, ale i w dużej mierze polską wełnę krajową, co pozostaje w związku częściowo z wprowadzeniem z dniem 12 czerwca zakazu przywozu surowej wełny. Wprowadzenie tego zakazu przyczyniło się do wzmocnienia cen, które w okresie przyszłego sezonu zimowego niewątpliwie ulegną dalszejwyżce.

Najdotkliwiej odczuł zmianę pogód rynek tkanin jedwabnych. Dotychczasowy przebieg sezonu w branży jedwabnej był naogół zadawalniający, jakkolwiek obroty były niższe aniżeli w r. ub. Kupowano w pierwszym rzędzie tkaniny tanie sztucznojedwabne oraz z jedwabiu naturalnego. Ilość transakcyj towarami manipulowanymi z jedwabiu z domieszką bawełny i wełny uległa wydatnemu zmniejszeniu. Głównym nabywcą w tej branży był konsument miejski. Ceny towarów jedwabnych i sztucznojedwabnych kształtowały się pod znakiem tendencji zwyżkowej, do czego przyczynił się m. in. długotrwały strejk w Tomaszowskiej Fabryce Sztucznego Jedwabiu. Z drugiej strony oddziaływała na podrożenie towarów czysto jedwabnych stosunkowo znaczna zwyżka cen surowego jedwabiu na rynkach międzynarodowych.

Dotychczasowy przebieg sezonu w tej branży wypadł zadawalniająco, do czego przyczyniły się przeważnie zakupy gotówkowe, wpływając na poprawę sytuacji finansowej. Wypłacalność uległa poprawie, o czym świadczy spadek ilości protestów. W kołach kupiectwa tej branży utrzymuje się opinia, że analogicznie, jak w dziale bawełny dalsze ożywienie na rynku towarów jedwabnych spowodować może jedynie ustalenie się ciepłych pogód. Od tego zależeć będzie zresztą całokształt sytuacji tegorocznego sezonu letniego.

Sezon ten rozpoczął się wskutek strejku w przemyśle łódzkim z dużym opóźnieniem i trwał właściwie tylko przez okres kwietnia, maja i pierwszej połowy czerwca. Dlatego też trudno byłoby już dzisiaj omawiać bilans tego sezonu.

Izba Przem.-Handlowa w Sosnowcu w r. 1932.

Izba Przem. - Handlowa w Sosnowcu opublikowała sprawozdanie za r. 1932.

Część pierwsza sprawozdania zawiera protokoły zebrań plenarnych izby, część druga — sprawozdanie z działalności izby w r. 1932, część trzecia — sprawozdanie o stanie gospodarczym okręgu.

Sprawozdanie omawia na wstępie charakterystykę okręgu pod względem rozwoju przemysłu i handlu, następnie ogólną sytuację gospodarczą w kraju i ocenę stanu gospodarczego okręgu izby w r. 1932. Kolejno omówiono sytuację handlu, eksport, stan bezrobocia i sytuację rynku pieniężnego, a następnie konjunktury w poszczególnych dziedzinach życia gospodarczego, t. j. w górnictwie i hutnictwie, przemyśle, handlu i t. d. Sprawozdanie izby uzupełnia zestawienie wykupionych świadectw przemysłowych, wykaz szkół zawodowych w okrę-

gu oraz spis radców i skład zarządu, komisji i biura izby, a wreszcie spis rzeczoznawców, zaprzysiężonych przez izbę.

Sprawozdanie opracowane w sposób niezwykle źródłowy i wyczerpujący, uzupełnione szeregiem sumiennie zestawionych danych statystycznych jest niezwykle cennym przyczynkiem do działalności izby i stanowi doskonałą charakterystykę jej owocnej pracy.

Instytut Praktycznej Wiedzy Gospodarczej

Zarząd Główny Instytutu Praktycznej Wiedzy Gospodarczej (dawniej Instytut Szerzenia Praktycznej Wiedzy Przemysłowej) zawiadamia, iż biuro Instytutu oraz redakcja i administracja miesięcznika „Praktyczna Wiedza Gospodarcza” zostały przeniesione z ulicy Orlej 4 na ulicę Widok 20, m. 1, tel. 540-92.

Żydowskie Towarzystwo Krajoznawcze w Polsce ODDZIAŁ w ŁODZI ul. Wólczańska 35, tel. 121-53.

Zarząd Oddziału Łódzkiego Ż. T. K. uruchomił w Karwi nad Bałtykiem

KOLONJĘ WYPOCZYNKOWO - TURYSTYCZNĄ

Niezmiernie malownicze położenie Karwi w bezpośrednim sąsiedztwie sosnowych lasów i obszernej pięknej plaży stanowi uroczy zakątek wypoczynkowy nad „Wielkim Morzem”

Kolonja znajduje się w największej willi w Karwi „Znicz” oraz kilku obszernych budynkach. Pokoje 2 i 3-osobowe. Rozkład kurytarzowy zapewnia spokój. Kolonja posiada salę towarzyską na 300 osób.

W okresie trwania kolonji zorganizowany będzie szereg ciekawych wycieczek pieszych, autobusowych i morskich do miejscowości na polskim wybrzeżu, do Szwajcarii Kaszubskiej, Gdyni i t. d. Udział w wycieczkach nie wymaga opłat. Uczestnicy wycieczek dalszych pokrywają rzeczywiste koszty przejazdów, noclegów i t. p.

Posiłki składać się będą: ze śniadania, obiadu, podwieczorku i kolacji.

Opłata za okres 4 tygodniowy zł. 154.—, wraz z przejazdami i taksą klimatyczną zł. 194.—; za okres 2 tygodniowy zł. 77.—, wraz z przejazdami i taksą klimatyczną zł. 117.—.

Nieczłonkowie uiszczają opłatę manipulacyjną w kwocie zł. 10.—.

Przy zapisie należy wypełnić deklarację i wnieść zaliczkę zł. 25.—, która nie ulega zwrotowi w razie wycofania się uczestnika. Resztę należności należy wnieść najpóźniej na 5 dni przed wyjazdem. Niedopłacenie reszty w terminie powoduje wykreślenie z listy uczestników. Każdy z uczestników obowiązany jest złożyć świadectwo lekarskie oraz winien posiadać dowód osobisty.

Ekwipunek: poduszka, koc, bielizna pościelowa, kostjum kąpielowy, ciepłe ubranie, buty turystyczne i t. p.

Kasa Pożyczkowa

przy
Stowarzyszeniu
Kupców m. Łodzi
udziela pożyczek
niskooprocentowanych

Szczegółowe informacje w kancelarii Stowarzyszenia Kupców
Piotrkowska 73

Czorsztyn - Podzamcze

Polski Touring Klub uruchomił w Czorsztynie-Nadzamczu cudowne letnisko.

Położone na wysokości ok. 600 m. nad poziom morza posiada pierwszorzędne warunki klimatyczne. Wspaniała dolina Dunajca z kąpielą, ożywcze powietrze, bezpośrednia bliskość lasu szpilkowego, idealna południowa wystawa słoneczna, cisza i spokój, niezrównany widok na Tatry oraz bliskość gór, składają się na zapewnienie prawdziwego wypoczynku. Jednocześnie przeprowadzone programem gimnastyka oraz lekkoatletyka wraz z takimi sportami jak tenis, pływanie, siatkówka i inne, w szybkim czasie krzepią organizm, budząc w nim odporność i zdrowie. Nowocześnie zbudowany Dom Letniskowy P. T. K. posiada pokoje czyste, widne, suche, kompletnie umeblowane i urządzone.

Elektryczne światło, telefon, na warandach leżaki. Pokoje posiadają łóżka ze sprężynowymi siatkami, włosianymi materacami, kocami i poduszkami.

Pocztą, telegraf, telefon na miejscu. Połączenie autobusowe z Nowym Targiem, Szczawnicą i Zakopanem. Dojazd koleją do Nowego Targu.

W programie są przewidziane wycieczki w Pieniny, zjazd łódkami od Czorsztyna do Szczawnicy, wycieczka na czeską stronę do Czerwonego Klasztoru, na Trzy Korony i inne. Cały ten pobyt wraz z mieszkaniem, utrzymaniem, przejazdem kolejowym pociągiem osobowym z Katowic do Nowego Targu i zpowrotem, autobusami, ew. wizą na czeską stronę wynosi zł. 150.— od osoby za dwa tygodnie.

Kto nie chce korzystać z przejazdów, wycieczek, programu i t. p. i przybędzie na własny koszt do Domu Letniskowego Polskiego Touring Klubu w Czorsztynie opłaca koszt pobytu w wysokości ok. zł. 100.— za 14 dni od jednej osoby.

Wszelkich bliższych informacji udziela: Polski Touring Klub w Katowicach, ul. Stawowa L. 14, tel. 71.

1908—1933

XXV

XXV

Łódzka Odlewnia Żelaza

„FERRUM”

WŁAŚCICIELE:

E. BAUER i A. WEIDMANN

Łódź, Kilińskiego 121. Telefon 218-20.

WYKONYWA:

szybko, dokładnie i po cenach
znacznie obniżonych

wszelkie odlewy z szarego żelaza
podług własnych lub nadesłanych
modeli i rysunków, oraz wszelką
mechaniczną obróbkę metali.

Prenumerata kwartalna wynosi z przesyłką
pocztową w kraju 6 zł.
zagranicą 1 dol.

Cena numeru pojedynczego: 1 zł. 50 gr.

Cennik ogłoszeń na żądanie
w administracji.

Redakcja i administracja
Łódź, ul. Piotrkowska 73
tel. 224-35 i 101-70.

Przedstawicielstwa — Offices

BIAŁYSTOK — E. Rajzman, Kupiec-
ka 33.

KRAKÓW — Stanisław Górowski,
Powiśle 12, tel. 10-60.

LWÓW — B. Habergritz, Kazimie-
rzowska 17, tel. 6-45.

POZNAŃ — Jan Kozubski, Św. Woj-
ciecha 16

WARSZAWA — Adw. Jerzy Koe-
nigstein, Chmielna 43.

ATENY — Aleksander Śliziński,
Chambre de Commerce Greco-
Polonaise, Rue Solon.

BERLIN W. — Fr. Nesser, Kant-
str. 150.

BRNO — M. Lipszyc, Na Ponar-
ce 26.

GDAŃSK — Mark Weissman, An-
kerschmiedegasse 10 b.

LIZBONA — Rita Silberman, Polska
Izba Przemysłowo - Handlowa,
Praça do Municipio Nr. 19.

LOZANNA — Jerzy Kweitman, Esc.
du Grand Pont 3.

MANCHESTER — Aleksander Ro-
senbaum, 32 Jork-Street.

Korespondenci i informatorzy
w większych miastach kraju
i zagranicy.

Redaktor naczelny: **MIECZYŚLAW HERTZ**
Redacteur en chef:

Redaktor: **MIECZYŚLAW KOŁTOŃSKI**
Redacteur:

Wydawca: Stowarzyszenie Kupców m. Łodzi.

Odbito w Zakładach Graficznych „KOMPAS” w Łodzi, ul. Gdańska 130, tel. 126-37.