

1 września 1

Oplata pocztowa uiszczona ryczałtem



GŁOS KUPIECTWA

ORGAN STOWARZYSZENIA KUPCÓW MIASTA ŁODZI

THE COMMERCIAL VOICE — DIE KAUFMANNSSTIMME
LA VOIX DE COMMERCE

Łódź, dnia 1 sierpnia 1931 r.

Nr. 14 i 15

Rok VI

Trzydzieści dni

Na froncie rolniczym Polski

Organizacja handlu detalicznego

Niebezpieczeństwo bezplanowych zakupów

Nie mamy konsumpcji!

W atmosferze plotek

Międzynarodowe prawo przedstawicieli handl.

Racjonalizacja kampanji reklamowej

„Marjanna może spać spokojnie”

Prawo — Podatki

Rynki

Z życia organizacyj gospodarczych

Cena pojedynczego numeru

1 złoty 50 groszy „GŁOS KUPIECTWA” wychodzi 1 i 15 każdego miesiąca

Przedsiębiorstwo Transportowo - Ekspedycyjne
Robert Thomas i S-ka

Tel. 208-31

MIĘDZYNARODOWE TRANSPORTY

„I N T R A N S”

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

Łódź, ul. Piotrkowska 85, tel. 106-49

Sprzedaż przędzy jedwabnej

we wszystkich gatunkach i kolorach, do wyrobu pończoch i tkanin

S. I. Blusztajn i Syn

Ł ó d ź

ul. Piłsudskiego nr. 72. Telefon nr. 129-49

Łódzka Odlewnia Żelaza

„**FERRUM**”

WŁAŚCICIELE:

E. BAUER i A. WEIDMANN

Łódź, Kilińskiego 121. Telefon 218-20

WYKONYWA:

szybko, dokładnie i po cenach
bardzo umiarkowanych:

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

Komunikat

Niniejszem podajemy do łaskawej wiadomości
naszej P. T. Klienteli, że

każdy oryginalny worek sody amonjakałnej

(BIELIDŁA)

ZAKŁADÓW SOLVAY W POLSCE

cechowany jest nadrukiem

ZAKŁADY SOLVAY w POLSCE

I. z O. P.

SODA KALCYNOWANA

(AMONJAKALNA)

98%

i zaopatrzony jest w plombę fabryczną.

Cecha i plomba gwarantują produkt pełnowartościowy, na co prosimy zwrócić uwagę przy kupnie.

Zakłady Solvay w Polsce

Oddział w Łodzi

Kościuszki 69, tel. 115-52 i 151-43

Warszawa, w czerwcu 1931 r.

UWAGA: Winni rozpowszechniania falsyfikatów jako naszej oryginalnej sody amonjakałnej (bielidło) zostaną pociągnięci do odpowiedzialności karnej.



GŁOS KUPIECTWA

ORGAN STOWARZYSZENIA KUPCÓW MIASTA ŁODZI

THE COMMERCIAL VOICE • DIE KAUFMANNSSTIMME • LA VOIX DE COMMERCE

Nr. 14 i 15 (Rok VI)

Łódź, dnia 1 sierpnia 1931 r.

Wychodzi 1 i 15 k. m.

Trzydzieści dni

Sytuacja w Niemczech

Wydarzenia w Niemczech stanowią obecnie punkt centralny zainteresowań światowej opinii gospodarczej.

Pogłębiający się kryzys gospodarczy z jego odłącznym zjawiskiem, miljonowym bezrobociem, katastrofalna sytuacja niemieckiego skarbu państwa, wywołana deficytową gospodarką, masowa ucieczka kapitałów z Niemiec, stawiająca zarówno Bank Rzeszy w niezmiernie ciężkiej sytuacji, jak również pogłębiająca i potęgująca depresję, przeżywaną przez życie gospodarcze Niemiec, oto czynniki niezmiernie groźne nie tylko dla Rzeszy, ale mogące się odbić i odbijające się, jak wykazał dalszy przebieg wypadków, na ogólnej sytuacji gospodarczej.

Sytuacja Niemiec znalazła przedewszystkiem odźwięk — rzecz na pozór dziwna — w odległej i niechętnie biorącej udział w wydarzeniach europejskich — Ameryce.

Echem i to bardzo mocnym poważnej sytuacji Niemiec było w odległych St. Zjednoczonych orędzie Hoovera, występujące z propozycją moratorium dla Niemiec.

To wystąpienie prezydenta St. Zjednoczonych, zapoczątkujące akcję międzynarodowej pomocy dla Niemiec było jednocześnie dowodem wrażliwości Ameryki wobec wydarzeń niemieckich, aż nadto uzasadnionej ogromnymi sumami kapitałów amerykańskich, zaangażowanych w Niemczech.

Sytuacja obecna w Niemczech uległa już pewnemu odprężeniu, o ile chodzi o rynek pieniężno-walutowy, niemniej przedstawia się zasadniczo w dalszym ciągu wielce niekorzystnie. Zarządzenia rządu i Banku Rzeszy wpłynęły na częściowe opanowanie sytuacji, jednakże nie mogą przynieść zmiany zasadniczej a la longue.

W chwili obecnej istnieje przekonanie, że pomoc dla Niemiec może przynieść jedynie wspólna akcja państw europejskich i Ameryki.

Warunkiem tej pomocy jest spełnienie szeregu żądań natury politycznej, wysuwanych przez Francję.

Dolar a złoty

Groźna sytuacja gospodarcza Niemiec wyraziła się spadkiem kursu marki niemieckiej na giełdach światowych. Jednocześnie szerząca się panika spowodowała w szeregu państw wzmożone poszukiwanie dolara. Objaw wymieniony miał miejsce również i u nas, jednakże — trzeba to stanowczo podkreślić — zdołaliśmy opanować całkowicie sytuację. Zarządzenia Banku Polskiego, stojącego na straży naszej waluty, jak również odpowiednie stanowisko sfer finansowych zdołało pokonać zarysowującą się, niczem nie uzasadnioną falę paniki, i zahamować zwyżkę dolara gotówkowego. Sytuacja na naszym rynku walutowym była, pomimo dość znacznego napięcia psychicznego, złagodzona w pewnej mierze przez zarządzenia obronne Banku Rzeszy, przerywające czasowo komunikację z zagranicą w zakresie pieniężnym, co przyczyniło się pośrednio również i u nas do przerwania akcji, stosowanej już i uprzednio przez niemieckie koła bankowe, polegającej na wykupywaniu na naszym rynku dolarów gotówkowych.

Obecny etap walki dolar—złoty, który był jedynie odbiciem sytuacji na rynku niemieckim, wykazał postępującą eliminację naszego życia gospodarczego z pod wpływów niemieckich, które zresztą w zakresie stosunków finansowych, poza Śląskiem i Gdańskiem, były zawsze niewielkie. Pokutujące w pewnych kołach w Polsce przekonanie o wielkiej zależności naszego życia gospodarczego od Niemiec zostało przez przebieg wypadków obecnych dość wyraźnie przekre-

ślone. Odniesione przez nas bezsporne zwycięstwo na niezmiernie ważnym w obecnej sytuacji odcinku walutowym jest faktem b. doniosłym, który winien się w dużym stopniu przyczynić do wzmożenia zaufania w nasze własne siły i w żywotność naszego organizmu gospodarczego. Ta świadomość jest w okresie obecnym ogólnego zaniku zaufania elementem niezmiernie ważnym i ułatwiającym w wielkim stopniu przetrwanie ciężkiej sytuacji.

O ile chodzi o efektywne rezultaty omawianej sytuacji, to wyrządziła ona, jak każda zresztą panika, dość znaczne szkody. Wycyfywanie składów z banków i zamiana ich na dolary przyjęła dość znaczne sumy, które zajęły ponownie jak za dawnych czasów inflacyjnych, miejsce w pończosze, pozostając z jednej strony bez racjonalnego użytku gospodarczego, a przyczyniając się jednocześnie do pogorszenia się stopnia płynności na rynku pieniężnym i wpływając tem samym wysoce hamująco na bieg życia gospodarczego.

Im prędzej nastąpi wreszcie uspokojenie i przekonanie, że naszemu życiu gospodarczemu nie grozi bezpośrednio obecnie żadne nagłe załamanie się, tem będzie lepiej z punktu widzenia dalszego rozwoju wypadków i z punktu widzenia poprawy naszej sytuacji gospodarczej.

Konferencja londyńska

Konferencja londyńska, stanowiąca jeden z etapów walki Francja i Niemcy i mająca zadecydować o międzynarodowej pomocy dla Niemiec zakończyła się według ogólnego przekonania najszybszym kół opinii publicznej w Europie fiaskiem. Konferencja nie przyniosła żadnego konkretnego postanowienia o przyznaniu Rzeszy odpowiedniej sumy kredytów i ograniczyła się do apelu o niewycyfywanie z Niemiec kredytów. Ogromna rozgrywka Francja—Niemcy przy udziale całego drugo- i pierwszorzędnego zespołu państw europejskich i St. Zjednoczonych trwa w dalszym ciągu. Obie strony wymieniły swoje żądania i postawiły warunki. Obecnie toczą się targi w czasie których żądania są popierane niesłychanie delikatnymi, lecz stokroć bardziej skutecznymi od wszelkich zbrojeń i wojen, argumentami pociągnięć finansowych. Silny odpływ złota z Banku Angielskiego, wyższa stopa dyskontowej przez tą instytucję, konferencje Montagu Normana z czynnikami decydującymi we Francji, wizyta angielskich ministrów w Berlinie, dochodzące do nas niezmiernie ciekawe i ważne słowa Morgana — oto wiążące się w jedną całość epizody wielkiej gry polityczno-gospodarczej, która się toczy przed naszymi oczyma.

Czy konferencja londyńska naprawdę skończyła się takim beznadziejnym fiaskiem? Wbrew temu, co pisze nasza prasa, sądzimy, że nie.

Podstawą tego naszego sądu jest znaczne uspokojenie na światowych giełdach w porównaniu z okresem przed zwołaniem konferencji.

O ile porównamy ogromną falę paniki, jaka załaziła wówczas giełdy światowe z względnie spokojnym nastrojem, jaki panuje obecnie na tym terenie, pomimo nieświadomości opinii publicznej, co do dalszego przebiegu wypadków, pomimo, że sytuacja Nie-

miec nie uległa żadnej poprawie, to stwierdzić należy, że w życiu gospodarczym i nastrojach światowych kół finansowych, w opinii Europy dokonał się jakiś przełom. Ten przełom spowodowała konferencja londyńska, kładąca kres panice, wskazująca dobitnie, że istnieją dziś w Europie siły, kierujące przebiegiem wypadków, zdecydowane opanować rozlewającą się falę rozprzeżenia gospodarczego i w imię własnego interesu przyjść z pomocą Niemcom. Nad ceną tej pomocy, pomimo, że sama konieczność jej udzielenia została już zdecydowana, toczą się targi.

Tak mówią nastroje giełd światowych. A giełdy są najczulszym barometrem w sprawach gospodarczo-politycznych.

Nasza sytuacja gospodarcza

Dalszy spadek dochodów skarbowych

Wpływy z danin i monopolu państwowych wyniosły w czerwcu ogółem 147,623 tys. zł., a więc o 23 milj. zł. mniej niż w maju r. b. i o 30,2 milj. mniej niż w czerwcu r. ub.

Z poszczególnych pozycji wpływów skarbowych dalszy spadek dochodów miał miejsce w grupie podatków bezpośrednich, gdzie wpływy z podatku dochodowego zmalały z 24,3 milj. zł. w maju do 13,8 milj. zł. Również wpływy z ceł i opłat skarbowych w grupie podatków pośrednich były niższe niż w poprzednim miesiącu r. bież. Zwiększyły się natomiast wpływy z podatku majątkowego w związku z przypadającą na czerwiec płatnością tego podatku przez płatników II i III grupy kontyngentowej. Największy spadek wpływów wykazały monopole państwowe, szczególnie zaś monopol spirytusowy. Ogółem deficyt gospodarki budżetowej za pierwszy kwartał r. b. wynosi sumę 76 milj. zł., a więc przekracza jakieś 10 proc. wydatków za ten czas. Deficyt powyższy przypisać należy bardzo znacznemu spadkowi dochodów skarbowych, wynoszącemu w ciągu omawianego kwartału do 20 proc. Powyższy stan rzeczy przekracza przewidywaną przez kierowników skarbu konieczność redukcji budżetu.

Wyżej omówione kształtowanie się wpływów skarbowych potwierdza wypowiedziane na tem miejscu kilkakrotnie obawy. Sytuacja skarbu państwa przedstawia się w świetle dotychczasowego stanu wpływów niekorzystnie.

Bezrobocie

Ostatnie dane o liczbie bezrobotnych w Polsce wykazały dalszy spadek, wynoszący około 4 tys. ludzi. Ogółem jednak liczba bezrobotnych pozostaje w dalszym ciągu dość wysoka, bo o blisko 75 tys. wyższa niż w tym samym okresie r. ub. Ta rozpiętość między liczbą bezrobotnych w r. ub. a obecnie jest miarą pogłębiania się depresji gospodarce. Z poszczególnych okręgów wzrost bezrobocia wykazują woj. centralne: Warszawa, Sosnowiec, dalej szczególnie znaczny wzrost wykazuje bezrobocie na Śląsku i w dzielnicach zachodnich i południowych. W zakresie bezrobocia względnie korzystniej kształtuje się ewolucja stosunków w Łodzi, gdzie liczba bezrobotnych w po-

równaniu z lipcem r. ub. wykazuje spadek o 4 tys. ludzi.

Cyfrы powyższe rzucają wielce ujemne światło na sytuację na rynku pracy. Przyjmując, że sytuacja gospodarcza nie ulegnie pogorszeniu liczyć się należy

z tem, że ilość bezrobotnych w Polsce wzrośnie na zimę do 425—450 tys. ludzi, a więc do liczby jak na nasze stosunki bardzo dużej.

Kwestja bezrobocia w Polsce nabiera coraz większego znaczenia i kształtuje się wielce niepokojąco.

Na froncie rolniczym Polski

Na terenie Łodzi kwestja bilansu tegorocznej kampanji zbożowej budzi szczególne zainteresowanie.

Jak wykazały bowiem najdobitniej ostatnie lata kryzysu, sytuacja produkcji i handlu włókienniczego pozostaje w ścisłym związku z położeniem wsi, z ukształtowaniem się siły nabywczej jej ludności. W okresie obecnym, po dokonanych znacznych redukcjach zarobków warstw urzędniczych, problem zdolności nabywczych wsi w stosunku do wytworów przemysłu włókienniczego, nabiera tembardziej specjalnego znaczenia z punktu widzenia interesów handlu i produkcji włókienniczej, z punktu widzenia interesów Łodzi.

Na ostateczny wynik kampanji zbożowej składa się zazwyczaj szereg elementów, z których najważniejsze, po wyeliminowaniu przyczyn przypadkowych, i trudnych do przewidzenia, a więc jakichś nagłych zmian politycznych, niespodzianych klęsk żywiołowych, spekulacji etc., są: efektywny wynik batalji zbożowej, ilość zapasów i cena.

Jak się przedstawiać będzie kwestja finansowej realizacji zbiorów nie można w chwili obecnej nic konkretnego powiedzieć. Odkładając więc kwestję wyników finansowych batalji zbożowej na później, zajmijmy się obecnie sprawą zasadniczą, a więc zastanowieniem się nad oceną tegorocznych zbiorów.

Jak wynika z ostatniego raportu Głównego Urzędu Statystycznego z okresu przed rozpoczęciem żniw sytuacja przedstawiała się następująco:

Pomimo sprzyjających warunków atmosferycznych stan zasiewów w ciągu ostatnich dwóch tygodni nie uległ znacznieszym zmianom i w stopniach kwalifikował się następująco:

(5 — stan wyborowy, 4 — dobry, 3 — średni, 2 — mierny, 1 — zły)

| | 1931 | 1930 |
|----------------|------|------|
| pszenica ozima | 3,4 | 3,7 |
| „ jara | 3,2 | 3,3 |
| żyto ozime | 3,0 | 3,8 |
| „ jare | 2,9 | 3,1 |
| jęczmień ozimy | 3,2 | 3,4 |
| „ jary | 3,2 | 3,1 |
| owies | 3,2 | 2,9 |

Najgorzej przedstawiał się stan zasiewów ozimych w woj. wileńskim i nowogrodzkim, co należy przypisać w znacznym stopniu skutkom powodzi, oraz częściowo w tarnopolskim.

We wszystkich bez wyjątku województwach stan zasiewów pszenicy ozimej wypadł w r. b. gorzej niż w r. ub. Podobnie przedstawia się sytuacja za wyjątkiem jedyne go może woj. nowogrodzkiego, o ile chodzi o pszenicę jara, oraz warszawskiego i nowogrodzkiego dla żyta jarego. W zakresie jęczmienia jarego lepiej nieco wypadł w r. b. stan zasiewów

w woj. warszawskim, łódzkim, kieleckim, znacznie lepiej natomiast w dzielnicach wschodnich, a mianowicie w woj. wileńskim, nowogrodzkim, poleskim, a także i na Pomorzu. W innych województwach zasiewy jęczmienia jarego utrzymały się na poziomie z r. ub., względnie wykazały pewien spadek.

Zasiewy owsa w r. b. wypadły według danych GUS'u w całym kraju znacznie lepiej, niż w r. ub. Wyjątek stanowi jedynie Wołyń i woj. lwowskie, co wpłynęło jednak w niewielkim stopniu na ogólny obraz.

Jak wynika z powyższych danych, ostateczny rezultat tegorocznej kampanji zbożowej będzie mniej więcej przeciętny, względnie nieco wyżej niż przeciętny.

Dla zdania sobie sprawy z wysokości tegorocznych zbiorów, koniecznym jest uwzględnienie faktu, że w rolnictwie naszym nastąpiło w roku bież. dalsze przesunięcie w kierunku powiększenia uprawy pszenicy, kosztem żyta. Przesunięcia tego, z uwagi na znaczny spadek cen pszenicy na rynkach światowych, co znalazło również odbicie na polskim rynku zbożowym, ciężące w dalszym ciągu nad rynkiem światowym zapasy pszenicy w St. Zjednoczonych i Kanadzie i względnie pomyślne zbiory tegoroczne tego zboża w najważniejszych krajach producentach — a więc z uwagi na splot faktów, mogących spowodować jeżeli nie dalszą niżkę cen pszenicy, to w każdym razie utrzymać jej cenę na dotychczasowym niskim poziomie — nie można uznać za pomyślny.

W chwili obecnej trudno jest wysnuć z pewną dozą prawdopodobieństwa jakieś konkretne wnioski, co do wpływu tegorocznej kampanji zbożowej na stan odnośnych rynków. Niemniej zdaje się uchodzić już obecnie za rzecz więcej niż prawdopodobną, że tegoroczna kampanja zbożowa nie wpłynie w większym stopniu na zasadniczą poprawę sytuacji na froncie rolniczym.

W obecnem położeniu duże znaczenie mogą mieć przedsięwzięte przez czynniki decydujące kroki, w kierunku wzmocnienia pozycji rolnictwa w drodze dostarczenia wsi odpowiednich tanich kredytów.

W każdym razie nie należałoby się — powtarzamy — liczyć z większą poprawą w położeniu wsi jeszcze w roku bieżącym, o ile chcemy oceniać sytuację z punktu widzenia wyników tegorocznej kampanji zbożowej.

Obecną sytuację rolnictwa i wpływające z niej wnioski winny wziąć pod baczną rozwagę również sfery handlowe i przemysłowe, a w pierwszym rzędzie, zbyt może w tej materji optymistycznie usposobione, koła handlowe i przemysłowe włókienniczej Łodzi.

M. W.

Organizacja handlu detalicznego

W ogólnej tendencji przezwyciężenia kryzysu dominuje obecnie moment koncentracji. Wychodzi się tu z zupełnie słusznego założenia, iż we wspólnym wysiłku organizacyjnym można będzie stworzyć nowe podstawy produkcji i handlu, któreby były przystosowane do zmniejszonej siły nabywczej konsumenta i tą drogą dojdzie się nawet do równowagi między produkcją i konsumcją. Pogląd powyższy jest uzasadniony szczególnie w obecnych czasach i został całkowicie udowodniony w tych dziedzinach naszego życia gospodarczego, gdzie w mniejszym lub większym stopniu doszło do koncentracji. Jeżeli więc z jednej strony koncentracja jest w chwili obecnej może jedynym wyjściem z ciężkiej sytuacji, to jednak z drugiej strony należy baczyć, by nie przybrała ona form monopolistycznych, by regulowała raczej rynek, a nie rugowała słabszych i dyktowała warunki zbytu. Zorganizowany w syndykaty przemysł ze swoim skartelizowanym aparatem winien się należycie rozwijać, jak również handel winien się uzdrowić. Leży to w interesie obu stron i żadna ze stron nie może i nie powinna mieć przewagi. Wspólne porozumienie i ustalenie wspólnych i jednolitych warunków współpracy da gwarancję zdrowego i normalnego rozwoju, zapewniającego egzystencję zarówno przemysłowi, jak i handlowi. Istota zagadnienia leży głównie w zrozumieniu konieczności poddania swej woli i swej indywidualnej inicjatywy kontroli kolektywnej a nawet kierownictwu ciała zbiorowego i z tą koniecznością trzeba się raz na zawsze pogodzić, gdyż narzuca nam to samo przez się smutna rzeczywistość, która każdego podcina i niweczy, tembardziej w obecnych bardzo trudnych warunkach gospodarczych. Próba organizacji handlu detalicznego wydała pozytywne re-

zultaty. Branża obuwiana, t. j. detaliści tej branży, zorganizowawszy wspólny zakup, przetrwali zwycięsko opierając się kryzysowi i przeciwstawiając się konkurencji zagranicznej a także innym szkodnikom. To był pierwszy krok, musimy iść dalej i jeżeli znajdziemy zrozumienie również ze strony prowincji, a ze swej strony wzmoczymy wysiłki organizacyjne — niewątpliwie stworzymy wspólny front dla podstawy zdrowej egzystencji kupców detalistów. Dla zorganizowania w najszybszym tempie prowincji Zrzeszenie detalistów branży obuwianej w Warszawie pod protektoratem Centrali Związku Kupców zwołuje ogólnopolski zjazd wszystkich detalistów branży obuwianej i gumowej na dzień **16 sierpnia r. b.** Porządek dzienny obejmują bardzo ważne i aktualne sprawy, a mianowicie:

1. Unormowania stosunków między fabrykantami wyrobów gumowych a detalistami.
2. Kolektywny zakup obuwia mechanicznego — krajowego.
4. Uregulowanie — wstrzymanie importu zagranicznego obuwia.
5. Uzyskanie kredytu państwowego.
6. Sprawy podatkowe i walka z nieuczciwą konkurencją.

Wszyscy detaliści branży obuwianej i pokrewnych, zrzeszeni i niezrzeszeni dla obrony i uzdrowienia swych interesów zrozumieją chyba doniosłość zjazdu i zgłoszą gremjalnie swe uczestnictwo, by w obecności przedstawicieli władz wypowiedzieć swe bolączki i tem samem usunąć stojące na przeszkodzie trudności w reorganizacji naszego handlu detalicznego.

(Warszawa).

S. Trembowler.

Niebezpieczeństwo bezplanowych zakupów

Organizacje kupieckie rzucają hasła samoobrony pod adresem całego kupiectwa polskiego.

Zdaniem ich handel — w dobie obecnego kryzysu gospodarczego — otoczony jest zbyt małą opieką przez czynniki, regulujące życie ekonomiczne. A przecież handel był, jest i będzie jedynym czynnikiem, który w ustroju kapitalistycznym utrzymuje całą nadbudowę gospodarczą kraju. Utrzymanie równowagi budżetowej i stałości pieniądza jest w stałej zależności od wpływu podatków, opłat stemplowych, celnych, przewozowych i t. p., które w tem większych sumach wpływają do Skarbu Państwa, im lepiej handel prosperuje. Pauperyzacja stanu kupieckiego — to strata dziesiątków i setek milionów złotych dla tegoż skarbu.

Pozostawione bez opieki kupiectwo musi wszcząć akcję samoobronną, akcję skoordynowaną i opartą o związki kupieckie, które jako potężne organizacje zawodowe potrafią niewątpliwie zespolic celowo swą pracę, stwarzając dla naszego handlu jak najdogodniejsze warunki bytowania.

Chociaż kryzysy w handlu są bardzo skomplikowane, jednakże rozwiązanie ich nie jest bynajmniej niemożliwe.

Jedną z wielu bolączek, które kupiectwo samo usunąć może jest należyte regulowanie zakupu, który powinien się równoważyć z możliwością sprzedaży, ażeby w ten sposób uzgodnić zobowiązania z dochodami, nie obciążając niepotrzebnie oprocentowania kapitału obrotowego i podnosząc tem samem rentowność danego przedsiębiorstwa.

„Dziki”, t. zn. bezplanowe zakupy towaru od każdego oferenta, a w szczególności od osób, które towar od razu przywożą — noszą cechy handlu domokrążnego i są bardzo ryzykowną formą zakupu, z którą bezwzględnie zerwać należy.

Tą drogą nabywane towary częstokroć niewiedomego pochodzenia i wątpliwej wartości, nie znajdują przeważnie łatwego zbytu i nierzadko są powodem trudności finansowych firmy, nie mówiąc już o skutkach bardziej przykrych.

A można tego ryzyka uniknąć, działając przez przedstawicieli handlowych, których los i dobrobyt są całkowicie związane z losem całego kupiectwa i których interesy idą równolegle do interesów firm handlowych.

Przedstawiciel handlowy jako doradca, nie zawiedzie zaufania kontraktującego się z nim kupca,

dlatego też przez niego właśnie powinno się dokonywać zakupów. Pracując z przedstawicielem handlowym, można z nim pozostawać w stałym kontakcie, można odręcznie załatwiać przez niego wszelkie reklamacje, życzenia, zapytania, wreszcie — ma się na miejscu wzory i próbki, a nierzadko i towar konsygnacyjny pierwszorzędnej jakości.

Ten pierwszy krok wzajemnej pomocy, nie da w swoich skutkach długo czekać na wyniki; znikną

wkrótce przykrości z nieodpowiednim towarem, a przede wszystkim zmniejszą się trudności płatnicze, bo miejscowy przedstawiciel, w dodatku przedstawiciel zrzeszony, z którym w każdej chwili można się osobiście porozumieć — dbając o dobro swego klienta, załatwi mu wszystko pożytecznie i jak najpomyślniej.

Na tej więc drodze powinno nasze kupiectwo szukać obrony swych zagrożonych interesów.

Nie mamy konsumpcji!

„Kozłem ofiarnym” obecnego ciężkiego kryzysu gospodarczego w Polsce ma być kupiec, albowiem wedle twierdzeń niektórych osób miarodajnych pośrednictwo w handlu zbyt drogo kosztuje i dlatego cena sprzedaży jest zbyt wysoka. Powoduje to zmniejszenie konsumpcji, co odbija się na produkcji, wywołując zmniejszenie zatrudnienia i wzrost bezrobocia. Główna przyczyna obecnego kryzysu tkwi zatem w tem, iż mamy za dużo kupców i pośredników, wobec czego najlepiej zlikwidować pewną ilość tychże. W ten sposób pozostali zrobią większe obroty, a przy wielkich obrotach będą mniejsze koszty administracyjne, co pociągnie za sobą niżkę cen w handlu i większą konsumpcję, zatem zmniejszenie bezrobocia i t. d.

Na pierwszy rzut oka logicznie rozumowane.

Nie jest to jednak zgodne z faktycznym stanem rzeczy i cyframi.

Stwierdzono na podstawie materiału statystycznego, iż w Polsce znacznie mniejszy odsetek ludzi zajmuje się handlem, aniżeli w innych krajach. W Polsce ledwie 6,4 proc. ludności trudni się handlem, gdy natomiast w Niemczech 11,4 proc. Zatem u naszego sąsiada już podwójna ilość ludności ma przy handlu zatrudnienie. Niesłuszne jest tedy twierdzenie, iż mamy w Polsce za dużo kupców i pośredników handlowych i należałoby pewną ilość tychże zlikwidować. Mamy w Polsce jedno przedsiębiorstwo handlowe na 80 głów ludności. Naszym zdaniem, opartem na doświadczeniu życiowym, ma każde przedsiębiorstwo handlowe możliwość pracy i egzystencji, gdyż ma za zadanie obsługiwanie dostatecznej ilości kupujących.

Zlikwidowanie pewnej części kupiectwa byłoby pożądane wówczas, gdyby było za dużo miejsc sprzedaży, a nie za mało obrotu. **To trzeba odróżnić!** Musimy mieć tyle przedsiębiorstw handlowych, aby publiczność mogła bez zbytecznej straty czasu załatwić sprawunki. Życie samo jest dobrym regulatorem i widzimy, iż jest więcej sklepów spożywczych, aniżeli składów obuwia lub z kapelusznymi. Codziennie potrzebujemy artykuły żywności i dlatego w tej branży jest stale większy ruch handlowy, aniżeli w składach obuwia, gdyż obuwie kupujemy raz lub dwa razy w roku, zależnie od zużycia lub stanu naszej kieszeni. W każdej branży mamy sezonowe lub przedświąteczne ożywienie. Poza tem mamy w wielu wypadkach ożywienie lokalne, spowodowane zjazdami, jarmarkami, targami, odpustami i t. d., które odbywają się w danym okresie czasu w pewnych miejscowościach. W tym czasie w danej miejscowości wzmaga się ruch handlowy i życie wymaga od ruchliwego

kupiectwa, aby wykorzystało wzmogoną konsumpcję. Widzimy często takie zjawisko: w pewnej miejscowości przez cały tydzień sklepy są próżne i kupcy nie mają roboty, gdy natomiast raz tygodniowo, n. p. we wtorek odbywa się targ i okoliczni mieszkańcy przyjeżdżają. Jest taki napływ kupujących, iż kupcy nie są w stanie ich należycie obsłużyć. Kupiec przez cały dzień bez jedzenia musi obsługiwać kupujących. Przez zmniejszenie przedsiębiorstw handlowych mielibyśmy taki stan rzeczy, iż publiczność nie byłaby w stanie pokrywać swego zapotrzebowania. Nie możemy od niej żądać, aby ona przyjechała specjalnie do tego miasteczka w innym dniu, kiedy kupiec jest wolny i ma dużo czasu. To samo widzimy w mieście. Sklepy z artykułami spożywczymi są przeważnie w godzinach rannych pełne, jatki tylko rano mają ruch. Nie możemy żądać od naszych gospodyń, aby kupowały mięso wieczorem na drugi dzień, albowiem z powodu braku dostatecznej ilości jatek, musiałyby rano wystawać godzinami w ogonku!!!

Przy normalnej konsumpcji, przy stopie życiowej naszego sąsiada zachodniego, gdzie każdy człowiek konsumuje rocznie wszelkich towarów na kwotę zł. 1,000.—, obrót każdego kupca w Polsce wynosiłby conajmniej dwa razy tyle, aniżeli teraz. Obecnie mamy, niestety, taki niski poziom życiowy, iż konsumpcja jednego człowieka w Polsce wynosi rocznie ledwie zł. 450.—. Przy tak niskiej konsumpcji i małym obrocie zysk jest minimalny. Stopa życiowa samego kupiectwa jest również bardzo niska, gdyż kupiec żyje w stosunku do swych dochodów i sam stał się małym konsumentem, on też nie ma za co kupować!!

Kto ma oczy otwarte na obecne stosunki widzi, jaka nędza jest w masach.

Ludność z Polski nie wyemigrowała; z powodu naturalnego przyrostu ludności powinno się powiększać zapotrzebowanie na wszelkie artykuły spożywcze i wyroby przemysłowe. Powinna się powiększać konsumpcja, co jednak widzimy? Produkcja dóbr rolniczych i gospodarczych jest w obecnym stanie konsumpcji zbyt wielka. Nawet przy niżonych cenach niema odbiorców, bo niema za co kupować. Z wypłat z funduszy bezrobocia nie można żyć! Sytuacja jest groźna. Mamy prócz 350,000 bezrobotnych miliony rzemieślników, chałupników, pracowników umysłowych, kupców, wolnych zawodów i t. d., którzy nie spożywają tego, co konsumować powinni. Nie mamy konsumentów. Z powodu zbyt niskiej stopy życiowej mamy nadwyżkę w produktach rolnych i przemysłowych, a wiadomo, iż o ile artykuł jest mało poszukiwany wówczas cena jego spada. Nasza

niska stopa życiowa spowodowała zubożenie rolnika, a z nim i całego kraju. Musimy dążyć do podniesienia stopy życiowej.

Pomimo zniżki cen w niektórych gałęziach handlu i przemysłu, nie widzimy zwiększonego zbytu. Widzimy natomiast coraz mniejsze obroty i coraz mniejszą rentowność przedsiębiorstw handlowo-przemysłowych. Nie likwidowanie przedsiębiorstw handlowo-przemysłowych prowadzi do celu, gdyż przy normalnej konsumpcji obecna ilość tych przedsiębiorstw nie wystarczyłaby dla normalnej obsługi publiczności. Publiczność nie lubi czekać w sklepach.

Dość cofania się wstecz! Dość ograniczeń i likwidacji! Trzeba raz pomyśleć o rzeczywistych przyczynach kryzysu i o praktycznych metodach naprawy groźnej sytuacji gospodarczej! Dość ściągania pasa, który nas już dusi i dławi, iż oddychać nie możemy. Trzeba pomyśleć o uruchomieniu warsztatów pracy i zatrudnieniu bezrobotnych. Pracy mamy w Polsce dość. Materiały są też na miejscu, nie trzeba aż z Francji, Anglii lub Ameryki sprowadzać.

Ludzi nam też nie brak! Brak nam tylko zaufania do swych sił, swej inicjatywy, za którą dotychczas nieraz wiele płaciliśmy. Kto tylko pokaże koniec banknota, ten jest zaraz obciążony podatkami. Obciążony nieraz ponad miarę, wbrew wszelkim logicznym wywodom i faktom. Brak nam też pewnego, muszę to nazwać ofiarnego, poświęcenia się społeczeństwa. Właściciele placów budowlanych, lasów, cegielni, piaskowni, kamieniołomów, hut żelaza i t. d. powinni wykazać, iż oni rozumieją obecną sytuację i niech sami się łączą do opanowania kryzysu. Niech sami tworzą spółki budowlane i dadzą jako wkład materiał na kredyt długoterminowy. Nam wystarczy w ten sposób budowlana pożyczka wewnętrzna długoterminowa. Na pokrycie zaś samej robocizny, na co trzeba gotówki, musi Rząd znaleźć pieniądze. Zamiast płacić zapomogi bezrobotnym, należy te pieniądze uruchomić na inne cele. Nie likwidować, lecz tworzyć. Nie mamy za dużo kupców, lecz konsumpcja jest zbyt mała.

E. M. Kirszon.

W atmosferze plotek

W obliczu obecnego kryzysu gospodarczego wysunęły sfery handlowe i przemysłowe postulat bezwzględnej reformy naszego systemu podatkowego. Również obecny wicemin. skarbu Starzyński uznał doniosłość tego postulatu. Wiadomo, iż obecnie pracuje ministerstwo skarbu nad licznymi projektami podatkowymi. O treści tych projektów krążą rozmaite niesprawdzone wersje. Podatek przemysłowy od obrotu ma być zniżony do 1 proc.; podatnicy o rocznym obrocie do kwoty 5,000 zł. będą zwolnieni od tego podatku, zaś dla płatników o obrocie rocznym do 50,000 zł. ma być ten podatek zryczałtowany.

Podatek dochodowy ma być zreformowany wedle wzoru francuskiego, co by oznaczało wprowadzenie oprócz podatku dochodowego w jego obecnej formie również podatku zarobkowego dla handlu i przemysłu na wzór Austrii i Niemiec. Nie wiadomo tylko, czy z tą reformą byłoby połączone zniesienie podatku obrotowego?

Reforma ma być wprowadzona dopiero za trzy lata i t. d. i t. d.

Podobno urzędnikom skarbowym, pracującym nad reformą podatkową zakazano pod rygorem dyscyplinarnym zdradzenia treści opracowanych projektów podatków.

O treści zamierzonej reformy podatkowej krążą zatem rozmaite niesprawdzone wersje, a ministerstwo skarbu w tej mierze milczy.

Nie ulega najmniejszej wątpliwości, iż ministerstwo skarbu przygotowuje liczne projekta ustaw podatkowych dla najbliższej sesji sejmowej. Jest jednak rzeczą niezrozumiałą, dlaczego miarodajne sfery dotychczas okrywają całą reformę tak ścisłą tajemnicą. Wszak nieraz zwracały uwagę sfery miarodajne na konieczność współpracy ze sferami gospodarczymi. Współpraca ta objawić się może między innymi również we wspólnym omawianiu projektów podatkowych. Niema przeto żadnej racji dla okrycia tych prac tak wielką tajemnicą. Przeciwnie. Przy przewyciężeniu

względnie przetrwaniu obecnego kryzysu gospodarczego odgrywają bardzo wielką rolę również momenty natury psychicznej. Już sama nadzieja uzyskania jakichś ulg podatkowych ułatwia przetrwanie obecnych nader ciężkich czasów. Ponadto może opinia interesowanych sfer już w samym początku skierować reformę na właściwe tory i zapobiec niejednemu szkodliwemu postanowieniu projektowanych ustaw podatkowych.

Zerwanie zasłony z dotychczasowego stanu prac nad reformą podatkową może zatem z jednej strony mieć wielką doniosłość psychiczną dla ułatwienia przetrwania obecnego kryzysu gospodarczego, a z drugiej strony wywołać dyskusję korzystną dla dalszych prac nad projektowaną reformą.

Autorytatywne oświadczenie o obecnym stanie prac nad reformą podatkową byłoby przeto bardzo pożądane w interesie ogólnie gospodarczym oraz celem położenia kresu temu wszystkiemu, co dotychczas w tej mierze mówią.

Dr. A. M.

Monopol produkcji ołówków

Nowy trust obejmuje trzy wielkie fabryki ołówków w Niemczech i Czechosłowacji z ich filjami w Polsce, Rumunii i Brazylii, a po połączeniu z fabrykami w Stanach Zjednoczonych przyłączy się ośm fabryk.

Fabryki te obejmują wytwórczość ołówków grafitowych, chemicznych, kolorowych, linje, obsadki, gumę do wycierania, i mają uzgodnić interesy z fabrykami amerykańskimi. Kapitał zakładowy ustalono na 25 milj. fr., a centralna siedziba będzie w Szwajcarii.

Siedziba biura sprzedaży nie została wyznaczona.

Należy przewidzieć, że jak każdy trust będzie zwalczał konkurencję mniejszych fabryk, aby mógł zmonopolizować u siebie sprzedaż.

Międzynarodowe prawo przedstawicieli handlowych

W piśmie wiedeńskim „Der Wiener Tag”, zamieszczono artykuł pióra jednego z wybitnych działaczy na terenie organizacji austriackich przedstawicieli handlowych, poświęcony omówieniu konieczności stworzenia jednolitego powszechnego ustawodawstwa o stosunkach prawnych przedstawicieli handlowych. Uzasadnienie tej tezy w streszczeniu jest następujące:

Zawód przedstawicieli handlowych jako pomocniczy dział handlu rozwinął się w swej obecnej postaci dopiero w ciągu ostatnich 50-ciu lat. Z tego powodu zagadnienia prywatno-prawne, które wypływają z jego działalności, nie mogły jeszcze ustalić się tak, jak to ma miejsce w innych dziedzinach życia gospodarczego.

Działalność przedstawiciela handlowego polega m. i. na stworzeniu nowych stosunków, jest więc to działalność, różniąca się zasadniczo od normalnego wytwarzania i podziału dóbr. W istocie swojej wykazuje ono poważne podobieństwo do działalności, objętej prawem patentowym i autorskim. We wszystkich tych trzech dziedzinach chodzi o okazanie świadczenia, przez które powołane są do życia nowe gospodarcze wartości.

U przedstawiciela handlowego są to nowe nawiązane stosunki, których posiadanie i korzystanie powinno być mu zapewnione, jako temu, który stosunki te stworzył, tak samo, jak to ma miejsce w prawie patentowym i autorskim, które zapewnia twórcy czy wynalazcy, korzystanie ze stworzonych dóbr w ciągu całego szeregu lat.

Nie ulega wątpliwości, że również i nawiązane nowe stosunki gospodarcze są dobrami niematerialnymi, powinny więc korzystać z takiej samej ochrony prawnej, jak i twórcy samych wartości niematerialnych. Uprawnienie do takiej ochrony uznane jest w austriackiej ustawie o agentach, jako prawo bezwzględnie wiążące.

Trudność stworzenia takiej ochrony międzynarodowej polega na tem, że w wielu wypadkach nawiązane przez przedstawiciela handlowego stosunki handlowe rozciągają się na kraje, oddzielone od siebie granicami politycznymi, wskutek czego zaraz pierwsza czynność gospodarcza posiada charakter działalności międzypaństwowej. Ta jednak okoliczność z drugiej strony w pewnej mierze sprzyja idei prawa międzynarodowego.

Aby więc pchnąć naprzód sprawę międzynarodowej ochrony pracy przedstawicieli handlowych, wskazanem byłoby, aby międzynarodowa organizacja przedstawicieli handlowych zwróciła się do Komitetu Ekonomicznego Ligi Narodów z wnioskiem o międzynarodowe uregulowanie tego szczególnego prawa przemysłowego. Ustalenie granic materialnej treści międzynarodowego prawa ochrony przedstawicieli handlowych jest niewątpliwie rzeczą niełatwą.

Zadaniem Ligi Międzynarodowej Przedstawicieli Handlowych powinno być opracowanie podstaw tego prawa, które winno być zastosowane wyłącznie do samodzielnych przedsiębiorstw z wykluczeniem zasad prawodawstwa socjalnego, stosowanego przez Ligę Narodów do ochrony pracy najemnej.

Niezbędnem jest stworzenie takiego prawa dla przedstawicieli handlowych, któreby zapobiegało je-

dnostronnemu bogaceniu się, bez dawania odszkodowania, firm zastępowanych, które po rozwiązaniu umowy z zastępcą w dalszym ciągu utrzymują stosunki z klientelą, przez tegoż pozyskaną. Również powinien być przedstawiciel handlowy wzięty w obronę wobec swojego następcy, który niejednokrotnie bez wszelkiego zachodu korzysta z owoców, będących wynikiem uciążliwej pracy swego poprzednika.

To samo odnosi się do samo przez się zrozumiałych uprawnień, które posiadać powinni prawni następcy, względnie spadkobiercy zmarłego przedstawiciela handlowego, w warunkach dotychczasowych całkowicie niezabezpieczeni w możliwości korzystania z kapitału pracy, nagromadzonego przez głowę rodziny.

Szczególna uwaga powinna w przyszłym prawie międzynarodowym być zwrócona na olbrzymie wartości, jakie tracą przedstawiciele handlowi, pozbawieni swych warsztatów pracy przy tworzeniu karteli i innych porozumień gospodarczych, które bezpłatnie korzystają z terenu, przygotowanego przez przedstawicieli handlowych. Obrony duchowego i osobistego, idealnego i materialnego kapitału obrotowego przedstawiciela handlowego, którym jest jego klientela, doprowadzana zastępowanemu domowi, powinna być podwaliną nowego prawa. Wszystkie inne przepisy ochronne, ewent. zawarte w tem prawie, tylko pod tym warunkiem zyskałyby istotną wartość i miałyby podstawowe znaczenie dla rozwoju zawodu przedstawicieli handlowych.

Jest rzeczą oczywistą, że Polska, mająca rozległe stosunki handlowe z zagranicą i wybijająca się jako kraj eksportujący, a w przyszłości mogąca odgrywać poważną rolę pośredniczącą pomiędzy Zachodem i Wschodem, zainteresowana jest w powstaniu międzynarodowego prawa, regulującego działalność przedstawicieli handlowych. Dobrze więc zrobiłyby poszczególne organizacje zawodowe przedstawicieli handlowych, działające na terenie Polski, z Federacją Zrzeszeń Przedstawicieli Handlowych Rzeczypospolitej Polskiej na czele, gdyby ze swej strony żywo zainteresowały się poruszonem zagadnieniem, poddając je gruntownemu rozważeniu, celem opracowania odpowiednich wniosków, jako materiału dla Ligi Międzynarodowej Zrzeszeń Przedstawicieli Handlowych w Amsterdamie.

Związek Zawodowy Agentów i Wojażerów

Rz. Polsk. Oddział we Lwowie

ul. Janowska 14/II

podaje niniejszem do powszechnej wiadomości, iż uruchomił Biuro Pośrednictwa Pracy i poleca zupełnie bezinteresownie

zdolnych i odpowiedzialnych

agentów i wojażerów

Racjonalizacja kampanji reklamowej

Cel reklamy — zdobycie nowych rynków zbytu, łączy się z zagadnieniem progresji wytwórczości. W każdą zaś dziedzinę życia społecznego, wysuwającą dezyderat produktywności, ingeruje naukowa organizacja pracy, kierunek, istniejący od niespełna 3 dziesiętków lat, skondensowany w zasadzie gospodarczości, opiewającej „maksimum wydajności przy nakładzie minimum środków”. Cechą charakterystyczną naukowo-organizacyjnej idei jest do perfekcji doprowadzony podział każdej działalności na: pracę umysłową — przygotowawczą i fizyczną — wykonawczą. Naukowa organizacja pracy popularnie, jakkolwiek niezupełnie ściśle, nosi miano racjonalizacji.

Mówiąc o racjonalizacji reklamy, mamy wyraźny cel przeprowadzenia propagandy jakiegoś towaru stosunkowo najmniejszymi funduszami tak, aby propaganda ta doprowadziła stosunkowo do najliczniejszego zbytu danego wytworu, przyczem przeprowadzenie akcji propagandowej winno biec nieodzownymi dla każdej działalności naukowo-organizacyjnej etapami.

Oto one:

- 1) ustalenie celu i zadania,
- 2) obmyślenie planu i działania,
- 3) zbadanie środków realizacji,
- 4) przygotowanie tych środków i warunków,
- 5) wykonanie,
- 6) kontrola wyników i porównanie ich z zamierzeniami.

Wyrazem racjonalizacji reklamy jest kampanja reklamowa, która ujęta w szablon wszelkiej naukowo-organizacyjnej działalności, realizuje się w wyżej wyszczególnionych fazach.

Pierwszą jest **ustalenie celu i zadania** — a jest nią zasadniczo wprowadzenie jakiegoś nowego towaru lub intensyfikacja zbytu już na pewnym rynku wprowadzonego.

Obmyślenie planu — to drugi kolei etap, kształtujący się pod wpływem gruntownego studjum rynku towarowego. Na troskliwą uwagę zasługuje w niej obiektywna ocena użyteczności danego towaru dla społeczeństwa. Niezmiernie pouczającą w tym względzie ankietę rozpisała pewna fabryka maszyn do prania, pomiędzy nabywców jej wytworów, w celu ustalenia istotnych motywów nabycia, a zebrane w ten sposób opinie — stanowiły wspinały materiał orientacyjny, w jakim kierunku winna iść w następnym okresie gospodarczym kampanja reklamowa. W zakres badań rynku towarowego wchodzi kwestja kontyngentu ilościowego dotychczasowego zbytu, jak również i okresy, w których sprzedaż jest najintensywniejsza. Materiałem, kontrolującym planowość kampanji, będzie dokładne studjum problemu konkurencji, mieszczące w sobie kwestje jakości i ceny. Niemniej doniosłem jest zbadanie organizacji sprzedaży, obejmujące: ustalenie sposobów i kosztów zbytu przez odsprzedawców, możliwości uproszczenia sprzedaży, metod nabywania i zbycia, stosowanych przez hurtowników i detalistów.

Jak się z powyższego można zorientować — ustalenie planu kampanji reklamowej pociąga za sobą konieczność a nadewszystko umiejętność przeprowa-

dzenia szczegółowych i skomplikowanych studjów. Tę dziedzinę pracy wykonywują biura reklamowe, dysponujące sztabem wykwalifikowanych specjalnie w resorcie reklamy fachowców.

W przedmiocie **obmyślenia działania** kampanji — obserwujemy niezwykle różnorodność środków, z których jednakże praktyka wyłoniła 2 zasadnicze typy: pierwszy obejmuje cały szereg środków, stosowanych w zależności od rodzaju osób, do których ma dojść reklama — drugi bierze pod uwagę jej formę. Jakie są środki działania reklamy w zależności od przyszłego konsumenta? Podzielmy je:

1) na **środki indywidualne**, stosowane dla pozyskania pewnych określonych osób, polegające na zwracaniu się do nich zapomocą listów, katalogów lub innych druków, o zredagowanej w ten sposób treści, aby bezpośrednio tyczyła każdego z adresatów oraz wywierała wrażenie osobistej prywatnej korespondencji.

2) **środki grupowe**, gdy przedmiot reklamy jest przeznaczony dla pewnych tylko grup czy sfer społecznych. Zastosowanie tych środków sprowadza się do właściwego zawiadomienia odpowiedniej sfery czy grupy. Dajmy na to ogłoszenie fabryki aparatów medycznych zamieszcza się w pismach fachowych lekarskich, które bezwzględnie dotrą do interesujących się wspomnianym artykułem wszystkich lekarzy.

3) **środki masowe**, przeznaczone dla reklamy artykułów powszechnego zapotrzebowania, która zainstalowana bywa w punktach największego przepływu ludności.

Dalszy typ działania reklamy jest poprostu zestawieniem jej najprzeróżnorodniejszych form.

Niezwykle doniosłym a może najdonioślejszym jest następny etap **zbadania środków realizacji** — drogą ustanowienia funduszu, zgodnie z preliminarzem dochodów i rozchodów. Kwestją dość trudną do rozwiązania jest oznaczenie jego wysokości, gdyż ta zależna jest w wysokim stopniu od rodzaju, towaru, sytuacji rynkowej oraz samego sposobu reklamy. W przedmiocie prelimitowania funduszu właściwym jest następujące założenie: zadaniem naszym jest wprowadzenie danego towaru na dany rynek — należy ustalić jakich ten zamiar wymaga środków i obliczyć jakie z tego tytułu powstaną koszty. Przeciwnie temu założenie błędne — asygnowania określonej zgóry sumy na reklamę danego wytworu. Błąd tkwić będzie — w niedokładnym budżetowaniu kampanji — czyniąc całą akcję nieskuteczną i powodując nieobliczalne nieraz straty.

Z powyższego staje się widoczną dla całokształtu kampanji reklamowej doniosłość budżetowania w odpowiedniej wysokości. Zwykle jednak najczęściej stosowanym sposobem określania budżetu jest obliczanie go procentowo od sumy sprzedaży, dokonanej lub zamierzonej. Oczywiście, gdy dany towar zajmuje monopolistyczne stanowisko — odsetek ten będzie mniejszy — silniejsza zaś konkurencja spowoduje konieczność wyższego nakładu kosztów. W odmienny sposób dokonywuje się obliczania budżetu przez oparcie go o wielkość rynku zbytu. Powyższy system przyjęty jest przez amerykańskie potężne przedsiębiorstwa, których wytwory dostarczane są masowo po

niskiej cenie najszerszym warstwom ludności. Wytwórca popularnego w U. S. A. napoju Coca Cola (rodzaj lemoniady) przeznaczając rocznie jednego centa na każdego obywatela St. Zjedn., a więc mniej więcej milion dolarów na reklamę, przyczem cena szklanki napoju wynosi tylko 5 centów. Wspomniany system przyjęły również, jako dogodny, przedsiębiorstwa, posiadające stosunkowo małą ilość odbiorców. Najbardziej uzasadnionym sposobem obliczania jest ten, który oparty został na wynikach doświadczeń poprzednich, unaocznionych statystyce kosztów kampanij reklamowych danego towaru za okres kilkuletni. Ogólnie wzięwszy, głównymi czynnikami w kwestji budżetowania są: rodzaj przedsiębiorstwa i rodzaj towaru.

Rozpatrując w zależności od rodzaju przedsiębiorstwa staje się z cyfr statystycznych amerykańskich widocznym, iż najmniejsze koszty reklamy ponosi handel hurtowy — do 1 proc. sumy sprzedaży — budżet reklamy handlu detalicznego oraz przemysłu waha się w granicach od 0,2 do 5 proc. (przeważnie jednak 3—4 proc.). Dość rozpowszechniona w Ameryce kategoria przedsiębiorstw — domy wysyłkowe — nie dokonywujące żadnych transakcyj na miejscu lecz drogą pocztową za zaliczeniem, zaoszczędzająca na kosztach urządzenia lokalu, utrzymania personelu sprzedaży — asygnuje zato bardzo wiele, bo aż do 10 proc.

Wniknijmy w kształtowanie się kosztów w zależności od rodzaju towaru. Artykuły codziennego użytku, zwłaszcza spożywcze są najniżej obciążone — 0,2 proc. Towary nabywane przez pewne warstwy społeczne (szczególnie przedmioty zbytku lub sezonowe), wykazują obciążenia na rzecz reklamy silniejsze — jubiler np. asygnuje 3 proc. Stosunkowo najwięcej łożą wydatków fabryki najrozmaitszych preparatów chemicznych, środków odżywczych, leczniczych a składa się na to niezwykle ostra konkurencja, niskie ceny surowców i tanie koszty produkcji.

Prawdziwą rewelację wywołało dojście do wiadomości opinii publicznej o swoistym układzie kalkulacyjnym popularnych w Anglii pigulek Beecham — owóz z obrotu rocznego £. 150,000 reklama pochłonęła £. 100,000, czyli 66,7 proc. ceny sprzedaży, przyczem czysty zysk przedsiębiorcy wynosił jeszcze £. 25,000 !!!

Rozważmy jak wyznaczają fundusz reklamowy przedsiębiorstwa, sprzedające nie towar, lecz usługę, np. banki. Zaobserwujemy tu 3 metody obliczania:

1) fundusz stanowi odsetek od kapitałów i rezerw, zwykle około 1 proc.

2) oblicza się odsetek od zysku przewidywanego lub z poprzedzających okresów — procent waha się od 1—5.

3) preliniuje się od złożonych depozytów i oszczędności — 0,1 proc.

Zkolei następuje w naszych rozważaniach dalszy punkt szematu działalności naukowo - organizacyjnej **przygotowanie środków i warunków** — odpowiednikiem którego jest w akcji reklamowej — kampanja przygotowawcza. Polega ona w zasadzie na przysposobieniu całego materiału reklamowego, jak: ostateczna redakcja tekstów ogłoszeń, sporządzenie ilustracji, przyszykowanie klisz i katalogów — a na odpowiedniość i celowość tego materiału składa się

dorobek poprzedzającej fazy wywiadowczej. Niezależnie od tego kierujący kampanją stara się poza przygotowaniem środków, o urządzenie ich wypróbowania. Przykładem oryginalności i celowości tego rodzaju próbnego alarmu, będą poczynania pewnej wytworni papy dachowej w U. S. A., która wzywając do ochrony ptactwa, podjęła się dostarczania w cenie kosztów własnych domków dla ptactwa. W rezultacie osiągnęła korzyści następujące: 1) uznanie ze strony społeczeństwa, 2) uzyskanie listy adresowej, 3) możność rozesłania próbek ich wytworów, z których domki ptasie były sporządzane.

Realizacją całej akcji jest **wykonanie** kampanji reklamowej dla osiągnięcia celu — intensyfikacji zbytu. Dlatego też niezbędnym jest w tej fazie — utrzymanie ścisłego kontaktu między instytucją, jeśli nią jest biuro reklamowe, lub osobą, przeprowadzającą kampanję a oddziałami sprzedaży przedsiębiorstwa ze szczególnym uwzględnieniem pozyskania współdziałania personelu w lansowaniu zbytu reklamowanego wytworu.

Z naszych wywodów możnaby napozór przypuszczać, iż przyczyniająca się do intensyfikacji zbytu działalność reklamowa, z chwilą jej zaprzestania — zdobywszy raz odbiorców — utrzyma ich dotychczasowy stan posiadania. Nie zapominajmy jednak o tem, że reklama jest bronią w walce konkurencyjnej. Dotkliwe konsekwencje niebacznego w tym sensie rozbrojenia doświadczyła na sobie światowej sławy wytwórnia mydeł A. G. Pears, która w r. 1916 na przeciąg 6 miesięcy, kierując się trudnościami produkcji, zawiesiła wszelkie wydatki na reklamę. Skutek był taki, że owe półroczne milczenie obniżyło cyfrę obrotów o 35 proc.

Że kampanja reklamowa nie może być traktowana pochopnie, świadczy fakt, iż jej przygotowanie dla wprowadzenia na rynek wiecznego pióra pochłonęło 3 miesiące czasu oraz kosztowało pewną firmę niemiecką 70,000 marek. Kampanja jednak przewidziała wszystko, co leżało w jej horyzoncie, a organizacja sprzedaży, idąca w ślad za nią opanowała całkowicie rynek.

Pozostaje jeszcze do omówienia ostatni punkt szematu — **porównanie wyników z zamierzeniami**. Omówienie ograniczymy do zaakcentowania wspomnianej już doniosłości materiału orientacyjnego, jakim jest całokształt kampanji reklamowej, przybierającej charakter wskaźnika: w jakiej formie, w jakim kierunku, w jakim zakresie — należałoby racjonalnie następną zkolei kampanję przeprowadzić.

Wiktor Rundbakin.

„Głos Kupiectwa”

broni interesów kupiectwa

Każdy czytelnik „Głosu Kupiectwa”

popierając swe pismo

broni swych własnych interesów

Znaczenie przemysłu sztucznego jedwabiu i rozwój jego w Polsce

Dr. Leon Wittkind

Odczyt, wygłoszony w lokalu Ligi Mocarstwowego Rozwoju Polski, staraniem Instytutu Szerzenia Praktycznej Wiedzy Przemysłowej

Ostatnio, a to specjalnie po wojnie, stał się jedwab coraz ważniejszym obiektem konsumpcji szerokich mas ludności, i to nie tylko miejskiej, jak dotychczas, ale i wiejskiej. Mówiąc jednak o przemyśle jedwabniczym, o jego zadziwiających powojennym rozwoju, i imponujących wynikach, ma się na myśli zazwyczaj przemysł jedwabiu sztucznego. I to przeważnie u nas w Polsce, gdzie przemysł ten wspinał się rozwinął i stał się poważną pozycją w bilansie naszej gospodarki.

Przemysł jedwabiu naturalnego, ongiś chluba szeregu państw, jak na przykład Francji, Szwajcarii, Włoch, szczytujący się szlachetnością i doskonałością swych wyrobów, jak gdyby stracił na znaczeniu, zeszedł na drugi plan, stał się jak gdyby mniej potrzebny.

Dziwną wydać się musi ta konkurencja tych dwóch, moglibyśmy powiedzieć, braci, z których młodszy, bo liczący zaledwie lat 50 i niedoświadczony wychodzi zwycięsko, mimo, że ma przeciwnika rutynowanego, związanego ściśle z życiem kulturalnych starych narodów; o długiej i sławnej historii przemysłu naturalnego jedwabiu niech świadczy chociażby fakt (nie opierający się co prawda na ściśle naukowych danych), że jedwab naturalny używany był przez Chińczyków już 2,000 lat przed Chrystusem.

A więc — 4000 lat z jednej strony i 50 lat z drugiej — i jednak ten szalony rozwój.

Widocznie natrafił przemysł sztucznego jedwabiu na podatny grunt w ekonomicznej strukturze naszej epoki, widocznie musiały to być specjalne siły, drzemające w światowej gospodarce 20-go wieku, które przyczyniły się do triumfalnego pochodu sztucznego jedwabiu.

Przedtem, niż przystąpię jednak do zanalizowania tych sił i zjawisk, chciałbym w krótkich słowach zaznajomić słuchaczy z historią sztucznego jedwabiu.

Przemysł ten, jak już zaznaczyłem, powstał zaledwie 50 lat temu. Jako jego ojca, jako tego, który pierwszy wynalazł fabrykację sztucznych włókien, można uważać hrabiego de Chardonnet, który w roku 1885 po raz pierwszy otrzymał kolodjum z nitrocelulozy. Jego też imieniem nazywamy przędzę, otrzymaną systemem kolodjonowym — przędzą Chardonnet.

System ten polega na tem, że bawełna pod działaniem kwasów azotowego i siarkowego daje nitrocelulozę; celuloza, rozpuszczona w mieszaninie alkoholu i eteru, daje kolodjum. To ostatnie przepuszcza się pod ciśnieniem 50—60 atmosfer przez kapilarki do wody albo na powietrze. Alkohol i eter ulatniają się, podczas, gdy nitroceluloza w formie cieniutkich nitek nawija się na szpulki. Redukowane zapomocą wodorosiarczków, dają nici nitrocelulozowe ostatecznie przędzę sztucznego jedwabiu.

Oprócz tego systemu istnieją jeszcze 3, które wkrótce opiszę: system miedziowo-amoniakalny, polegający na rozpuszczaniu bawełny w odczynniku

Schweitzera (Kupferoxyd amoniak). Rozczyn ten przeprowadza się przez włoskowate naczynia, znajdujące się w płynie alkalicznym, dzięki czemu nic się ścina, poczem zostaje nawinięta na szpulki. Przędzę w ostatecznej postaci otrzymuje się przez dalsze przemycanie w kwasie.

Pozatem system wiskozowy — teraz najczęściej używany — polega na tem, że celulozę sulfitową rozpuszcza się w siarczku węgla w obecności sody kaustycznej. Rozczyn ten, przeprowadzony przez platinowe filferki z otworami o małej średnicy, zanurzone w płynie kwaśnym, ścina się, tworząc przędzę-wiskożę.

I nareszcie — system czwarty, dający jedwab octanowy, tak zwany acetat (Acetat-Seide), który otrzymuje się przez działanie bezwodnika octowego w obecności katalizatora na bawełnę. Otrzymany w ten sposób octan celulozy rozpuszcza się w acetonie i z roztworu wyrabia się przędzę.

Jak widzimy — podstawowym surowcem wszystkich systemów jest celuloza, otrzymywana bądź z bawełny, bądź z drzewa. Poddaje się ją w celu rozpuszczenia działaniom różnych chemikalji, otrzymany roztwór przepuszcza się przez niewielkie, niemal włoskowate otwory pod ciśnieniem, przyczem roztwór się ścina i daje nic — sztuczny jedwab. Od wielkości tych otworów, przez które przepuszczamy roztwór, zależy grubość przędzy i jej numeracja w handlu.

Wszystkie cztery omówione sposoby istnieją dotychczas obok siebie, a otrzymywane produkty znajdują zastosowanie, gdyż każdy posiada specjalne właściwości, zależne od sposobu otrzymywania włókna.

Najdawniejsza przędza sztucznego jedwabiu — kolodjonowa — w wielu krajach nie mogła się utrzymać z powodu drożyzny spirytusu i trudności fiskalnych, np. w Niemczech i we Francji. Jedwab kolodjonowy odznacza się dużą wytrzymałością, ciepłym dotykiem i jest powszechnie używany do wyrobu trykotaży i specjalnych tkanin wzorzystych. Znajduje też zastosowanie przy wyrobie pończoch i jako materiału na krawaty.

Przy fabrykacji pończoch coraz silniej konkuruje z jedwabiem kolodjonowym — jedwab miedziowo-amoniakalny.

Niemiecka fabryka Bemberg, wyroby której są znane i u nas w Łodzi, zaczęła już po wojnie wyrabiać przędzę o bardzo cienkich włosach, dzięki czemu dodała nowego życia tej już przed wojną zamierającej metodzie.

Do masowej jednak produkcji nadaje się najlepiej system wiskozowy, który obejmuje przeszło 85 proc. światowej produkcji. Wiskoza odznacza się pięknym, równym połyskiem, zimnym dotykiem i wielką wytrzymałością na działanie chemikalji. Jest co prawda słabsza od jedwabiu kolodjonowego i trudniejsza do obróbki na warsztacie tkackim?

Jedwab wszystkich powyższych systemów jest wrażliwy na wilgoć, pod tym względem jedwab octanowy przewyższa pozostałe. Temu też należy przypisać, że produkcja ta przed wojną wcale nie istniejąca, zdołała się już rozwinąć do dość poważnych rozmiarów. Fabryki jedwabiu octanowego powstają prawie że we wszystkich krajach przemysłowych.

U nas w Polsce stosowane są dwa systemy: wiskozowy i kolodjonowy. Początkowo miała fabryka w Myszkowie pracować podług metody miedziowo-amoniakalnej. Lecz ostatecznie przeszła na system wiskozowy, na który też coraz więcej przechodzi najpotężniejsza polska fabryka sztucznego jedwabiu w Tomaszowie. Dział produkcji systemem kolodjonowym kurczy się coraz więcej i obecnie wynosi zaledwie 6 proc. ogólnej produkcji polskich fabryk sztucznego jedwabiu.

Teraz, gdyśmy w ogólnych zarysach zapoznaliśmy się z techniką produkcji przędzy sztuczno-jedwabnej, postaram się przedstawić te warunki, które umożliwiły wyjątkowo pomyślny rozwój tego przemysłu, na co wskazałem wyżej.

Złożył się na to szereg kompleksów, które można rozdzielić na 3 grupy: 1) przesłanki techniczne, 2) społeczne i 3) gospodarcze.

Warunki techniczne odgrywają dominującą rolę w XX wieku. Koniec XIX-go i początek XX-go wieku przeszedł pod znakiem rozwoju techniki we wszystkich dziedzinach. Bodźcem ku temu było coraz powiększające się zapotrzebowanie ludzkości, stawiające przed wyobraźnią i talentem wynalazców coraz to nowe zadania i cele. Każdy wynalazek służył znowu stymulantem nowych potrzeb. Było to zaczarowane koło, zmuszające ludzi do stałych zmagania z siłami przyrody, do nieustających starań wyrwać coraz więcej tajemnic u niej, broniącej je dotychczas zazdrośnie.

Coraz częściej zadawano sobie pytanie, czy można będzie dopiąć takiego technicznie doskonałego

stanu rzeczy, aby ludzkość, stale powiększająca się w geometrycznej progresji i stale podnosząca swą życiową stopę, mogła znaleźć dość konsumpcyjnych dóbr, aby zaspokoić swe rosnące zapotrzebowania. Coraz częściej zwracali uczeni uwagę na dysproporcję między dynamicznym ruchem ludzkości i statycznym stanem znajdujących się w świecie do dyspozycji ludzkości obiektów konsumpcji. Metale, żelazo, węgiel, drzewo, zboże — wszystkie te dobra, które wydobywamy z ziemi, są eksploatowane od niepamiętnych czasów, ilość i wydajność ich siłą rzeczy musi się zmniejszać. Można więc się liczyć z momentem, gdy zapasy te zupełnie się wyczerpią, i cóż wtedy?

Trzeba więc zawczasu myśleć o uzupełnieniu tych elementów. Albo jeszcze lepiej — o zastąpieniu ich innymi, dotychczas jeszcze nie wykorzystanymi surowcami.

To gorączkowe poszukiwanie nowych surowców jest *signum temporis* naszego czasu. Odnajdujemy to we wszystkich nowoczesnych utopjach, we wszystkich planach, traktujących o dziejach dalszego rozwoju życia ludzkiego na ziemi.

Weźmy ideał socjalistyczny: znajdziemy tam także świat, zamieszkały przez szczęśliwą ludzkość, nie znającą ciężarów bytu, bo życie ułatwione jest w najwyższym stopniu przez zupełne ujarzmienie przyrody, uczynienie z niej posłusznego sługi człowieka. Każde zapotrzebowanie ludzi pokrywane jest bądź przez maszyny, bądź przez genialne wykorzystywanie nieznanymi dotychczas sił przyrody.

W utopijnych powieściach naprzykład czytamy, że jedzenie zastąpione jest spożyciem kilku pastylek, zawierających skondensowane witaminy, zupełnie zastępujące co do pożywności zwykłe dania.

(D. c. n.)

„Marjanna może spać spokojnie”

U źródeł potęgi finansowej Francji

(Korespondencja oryginalna GK)

Paryż, 20 lipca 1931 r

W okresie doniosłych zmagania między mocarstwowych o przyszłość pokoju światowego i rozwoju gospodarczego niezwykle ciekawie zarysowała się potęga finansowa Francji, która dzierży przez to klucz do rozwiązania sytuacji.

Poniższa korespondencja naszego paryskiego współpracownika (E. W.) ilustruje dokładnie rozwój ekonomiczny Francji w ostatnich latach, który ułatwi niezawodnie zrozumienie sytuacji obecnej.

REDAKCJA GK.

Wstępne usiłowania rozpoczęły się w 1918 r., zakazem wywozu kapitałów z kraju, a 16 lipca 1925 r. rząd nakazał natychmiastowe wycofanie z zagranicy wkładów i funduszy lokacyjnych, pod groźbą kar osobistych.

Nie wywołało to pożądanego skutku.

Dopiero po objęciu przez Poincarégo rządów w lipcu 1926 r. wszystko się zmieniło. Wartość franka została zrewaloryzowana, ale niepewność i nie-

dowierzenie do jakiej wysokości kurs będzie podniesiony — doprowadziły do niebywałej spekulacji.

Banque de France zmuszony był przejmować dewizy w walutach obcych, które jako takie odpływały zagranicę i pogarszały położenie.

Stopniowe obniżenie stawek dyskontowych z 7,5 proc. na 3,5 proc. nie wpłynęło na osłabienie spekulacji.

Wyjątkowa twórczość Poincarégo doprowadziła do ostatecznej stabilizacji franka i utrwalenia waluty.

Stan kruszcu złota w banku państwowym wzrósł z 28,9 do 42 miliardów i prócz tego 17 milj. franków bezwzględnie pierwszorzędnych dewiz.

Pieniądz płynął do kraju. Wytwórczość średniego przemysłu wzrosła w 1928-9 r. z 549 do 628 milj. fr. i szuka możliwości wywozu.

Pobory skarbowe *peu a peu* zostały obniżone z 4 proc. na 1,05 od sta — a dla firm pozostających

w kontakcie z ministerjum finansów i doradców droit de transmission wynoszą tylko 0,25 proc., a od kuponów (impôt sur le revenu) 0,50. Od papierów zagranicznych obniżono stawki z 25 na 18 proc., a przy obrotach giełdowych płacą 5^o/₁₀₀.

Ponieważ rząd przyznaje pierwszeństwo pożyczkom krótkoterminowym postanowił przeprowadzić ogólne ulepszenia dla banków.

Bank Francuski dąży do przeważającej działalności nie tylko w kraju, ale na całym kontynencie.

Tani kredyt dla handlu i przemysłu doprowadził we Francji do przedterminowego wykupywania weksli.

Lokata kapitału tania wpłynęła na rozwój przemysłu i handlu.

Żniżka stopy procentowej daje sferom przemysłowym możliwość istnienia i rozwoju.

Paryż stanął na wyżynie wielkości finansowej jako najpoważniejszy współzawodnik Ameryki na kontynencie.

Dodamy tu jeszcze, że ten pomyślny stan zachęca do użytecznych inwestycji, ale rząd dalej stoi na straży roztropnej gospodarki finansowej, wprowadzonej przez Poincarégo.

Czyny wielkich ludzi rzucają cień przed siebie. Wielcy ludzie — wielkie dzieła.

Marjanna może spać spokojnie.

E. W-cki.

Rewizja doktryn ekonomicznych w U. S. A.

Obraz ekonomicznego życia Stanów Zjednoczonych na tle dzisiejszego kryzysu gospodarczego, został bardzo treściwie ujęty przez wybitnego znawcę tamtejszych stosunków gospodarczych p. Achille Vialate w „L'économiste français”. Streszczenie tego artykułu poniżej zamieszczamy:

Statystyka bankructw za rok ubiegły świadczy o ciężkich skutkach kryzysu, którego wybuchowym objawem był wielki pogrom giełdy jesienią 1929 r. Liczba bankructw (nie wliczając w to banków) sięgała 23,842 firm w r. 1928, w roku 1929 spadła do 22,909, a w 1930 wynosiła 26,355. Suma długów niepokrytych wynosiła w r. 1928 — 489 milionów dolarów, w r. 1929 — 483, a w r. 1930 — 668, z tego przypada na bankructwa przemysłowe 238 milionów (6,278 przedsiębiorstw).

Bankructw banków było 934, których pasywa sięgały 908 milionów dolarów; dziewięć dziesiątych tych banków znajdowało się w okręgach rolniczych zachodu i południa kraju. Gwałtowność kryzysu dała się wyczuć również i w tych przedsiębiorstwach, które nie runęły: czysty dochód (po potrąceniu wszystkich wydatków i bez potrącenia dywidendy) 375 spółek przemysłowych i handlowych, które ogłosiły sprawozdania za rok 1930, zmniejszył się o 34 proc. w stosunku do roku poprzedniego, czyli z 2,899 milionów dolarów w r. 1929 spadł do 1,916 milionów dolarów w roku 1930. Czysty zysk kolei żelaznych obniżył się z 1,276 milj. dol. w roku 1929 do 855 milj. dol. w roku 1930 — jest to spadek o 30 proc. Czysty zysk w roku 1930 jest od roku 1922 najniższą cyfrą.

Bezrobocie daje się również mocno we znaki. W grudniu 1930 roku było 4,5—5 milionów, t. j. prawie 24 proc. ogółu robotników, a 21,3 proc. pracowało tylko przez kilka dni w tygodniu i tylko 55 proc. robotników miało pracę normalną. W lutym r. bież. powstał Komitet (prawo Wagnera), który ma na celu stale informować prez. M. Hoovera o biegu spraw gospodarczych, by rząd mógł ustalić program robót publicznych, które mają być wykonane w okresie depresji. Prezydent zaaprobował prawo, którego mocą wyasygnowano 116 milionów dolarów na roboty publiczne, z czego 80 milionów na budowę dróg, a 22,5 miliona na regulację rzek i udoskonalenia portowe.

Położenie rolników, a w szczególności producentów zboża i bawełny na zachodzie i po-

łudniu kraju wciąż jest niepewne. Panuje wśród nich nędza nie mniejsza niż wśród bezrobotnych. Kongres uchwalił w końcu grudnia ub. r. specjalny kredyt 45 milj. dolarów dla tych, którzy ucierpieli wskutek zeszłorocznej suszy w lecie. Kongres przyznał też nowy kredyt 150 milj. dolarów dla Federal Farm Board, podnosząc w ten sposób fundusz związku do 400 milj. dolarów (poprzednie sumy związek otrzymał w r. 1929). Związek pracuje nad tem, by rolnicy zmniejszyli ilość zasianych gruntów, by zasiewy były bardziej urozmaicone i by kierować wysiłki rolników na drogę rozwoju gospodarki mlecznej i hodowli drobiu. Te same wskazówki udzielane są plantatorom bawełny na południu kraju: banki również ograniczyły znacznie kredyty plantatorom, pragnąc w ten sposób obniżyć produkcję bawełny. To też w roku bieżącym jest przewidywany znaczny spadek zbioru.

Handel zewnętrzny też mocno ucierpiał wskutek kryzysu.

Spadek o 2.736 milj. dol. w r. 1930 w stosunku do roku poprzedniego nastąpił głównie wskutek niżki cen. Co do ruchu złota, to nadwyżka importu, która nastąpiła w r. 1929 trwała też w r. 1930:

(miliony dolarów)

| | | | | | | |
|----------|--------|-------|---------|-------|---------|---------|
| rok 1928 | Import | 168,8 | Eksport | 560,7 | nadw. — | 391,9 |
| " 1929 | " | 291,6 | " | 116,5 | " | + 175,1 |
| " 1930 | " | 396,0 | " | 115,9 | " | + 280,1 |

Obroty kredytowe w handlu przyjęły rozmiary niezwykle. Rocznie sprzedawano na kredyt za 6 miliardów dolarów, z czego czwarta część była wpłacana w krótkim terminie, a reszta rozkładała się na raty w okresie jednego roku. Dotychczas niema jeszcze wyraźnych oznak poprawy sytuacji. Są jednak pewne symptomy, po których spodziewać się można, że najcięższy okres kryzysu już minął, albo, że już nie potrwa zbyt długo. Nastąpiła też już lekka poprawa w przemyśle stalowym, który podźwignął swą produkcję do 51 proc. swej zdolności i uruchomił 7 dużych pieców. Od marca 1930 r. jest to pierwszy wypadek wzrostu produkcji.

Reprezentanci wielkich banków wypowiadają się o sytuacji obecnej optymistycznie, ale z wielką rezerwą. Wskazują oni jako główną przyczynę kryzysu, starą praktykę amerykańską — nadmiar kredytu, inflację kredytową. Gdy już konsument, wskutek wysokich cen, których trzymano się

uparcie, przestał kupować, to ekscytowano go kredytem zamiast zmierzać do obniżenia cen towaru przez obniżenie kosztów produkcji.

W Stanach Zjednoczonych następuje wielka rewizja doktryn ekonomicznych.

L. P.

Firmy zagraniczne w Z. S. S. R.

Kwestję tę reguluje rozporządzenie Rady Komisarzy Ludowych z dnia 11 marca r. b. w sposób następujący.

O dopuszczalności wszelkiego rodzaju przedsiębiorstw do zakładania oddziałów, ustanawiania zastępstw o charakterze stałym i t. p. decyduje Komisarjat Ludowy dla Spraw Handlu Zagranicznego. Zakazuje się organizacjom i przedsiębiorstwom krajowym zawierania umów handlowych z temi zagranicznymi osobami i organizacjami, które nie mogą wykazać się takim zezwoleniem.

W każdym zaś wypadku respektuje się obowiązujące przepisy dotyczące handlu zagranicznego. Naruszenie tych obowiązujących ograniczeń równoznaczne jest z przestępstwem przeciwko monopolowi państwa na prowadzenie handlu z zagranicą i ścigane jest karnie.

Szczególnie surowo normuje się odpowiedzialność urzędników, którzyby zagranicznym przedsiębiorcom mieli okazać pomoc. Umowy handlowe zawarte bez należytego zezwolenia są nieważne. Zezwolenie, które uzyskać można stosownie do wymogów specjalnej instrukcji Komisarjatu dla spraw handlu zagranicznego, obejmuje szereg warunków i ograniczeń pod względem czasu i zakresu dokonywania transakcyj. Winno być wykorzystane pod skutkami nieważności najpóźniej w ciągu 3 miesięcy od daty jego wydania. Osoby uprawnione do zawierania transakcyj z tytułu wydanych im zezwoleń odpowiadają za

zaciągnięte zobowiązania całym swym majątkiem bez względu na miejsce jego położenia. Ten przepis z punktu widzenia zasad wzajemności międzynarodowej nie może mieć żadnego skutku, gdyż trudno sobie wyobrazić, by jakiegokolwiek państwo zezwoliło na poszukiwanie na majątku jego obywatela z tytułu zobowiązań, zaciągniętych w Rosji Sowieckiej, skoro tam własność prywatna nie istnieje. Biorąc pod uwagę, że Komisarjat Ludowy ma prawo każdej chwili cofnąć wydane zezwolenie, gdy czyjakolwiek działalność nie odpowiada interesom państwowym, trudno przypuścić, by rozporządzenie z dnia 11 marca stwarzało pewne dostateczne podstawy, umożliwiające lokowanie zagranicznych kapitałów w Rosji Sowieckiej.

Utwierdza w tem przekonaniu i ta okoliczność, że wydana 23 kwietnia r. b. instrukcja wykonawcza Komisarjatu Ludowego dla Spraw Handlu Zagranicznego b. rygorystycznie traktuje wszystkie utrudnienia, połączone z możliwością uzyskania zezwolenia na prawo prowadzenia handlu i daje nawet możliwość organom komisarjatu ludowego bezpośredniego kontrolowania sposobu prowadzenia interesów przez firmę zagraniczną. Taka podstawa prawna egzystencji firm zagranicznych w Rosji Sowieckiej wpływa obok ogólnych wytycznych polityki państwowej na powszechne ukształtowanie się wzajemnych stosunków gospodarczych w sposób, pozostawiający wiele do życzenia.

(Warszawa).

Jerzy Koenigstein, adw.

Traktat niemiecko-rumuński

Tekst traktatu handlowego niemiecko-rumuńskiego podpisanego pod koniec ub. m., trzymany jest w tajemnicy. Przedostające się nazewnątrz wiadomości o wspomnianej umowie są sprzeczne ze sobą w niejednym punkcie, i tylko pod jednym względem są ze sobą zgodne, mianowicie w przywiązywaniu wielkiej wagi do nowego traktatu, mającego być pierwszą w Europie umową bilateralną, opartą na zasadzie preferencji.

Według jednej z wersji Rumunja miała uzyskać od Niemiec preferencyjną zniżkę celną na szereg płodów rolnych, przyczem kontyngenty importowe tychże płodów rumuńskich ustalone zostały według przeciętnego eksportu z Rumunji do Niemiec za ostatnie lata. Najważniejsze to to, że według tejże wersji, z preferencyj przyznanych Rumunji przez Niemcy, będą mogły korzystać i inne kraje rolnicze Europy, a w szczególności kraje naddunajskie.

Natomiast według drugiej wersji, Niemcy miały udzielić Rumunji zniżek celnych na najważniejsze produkty rolnictwa rumuńskiego, przyczem wywóz tych artykułów nie został ograniczony zgoła żadnymi kontyngentami. Ulgi te stanowić mają wyłączną preferencję na rzecz Rumunji i nie będą przez Niemcy udzielone innym państwom, na mocy zawartych na zasadzie klauzuli największego uprzywilejowania traktatów.

Takie oto są sprzeczności w informacjach, jakie ukazały się w prasie zagranicznej. Zresztą, mniejsza nawet o to, czy import płodów rumuńskich do Niemiec ma zostać skontyngentowany, czy też nie, grunt w tem, że Rumunja zdobyła sobie na Niemcach preferencję celną na import płodów rolnych. Niedosć na tem.

Jak zgodnie informuje prasa zagraniczna, opracowana jednocześnie z traktatem handlowym umowa

weterynaryjna przewiduje dalekoidące ułatwienia dla tranzytu rumuńskiego bydła przez Niemcy na zachód. Poza tym wielkim, niebywałym sukcesem Rumunja zdobyła sobie ponoć pożyczkę od Niemiec na 100 milionów marek, która w całości przeznaczona zostaje na zakup w Niemczech wyrobów przemysłu inwestycyjnego, t. j. maszyn i urządzeń fabrycznych, materiału kolejowego i t. p.

Wzamian za wszystkie te dobrodziejstwa, a więc za niebywałe korzystne umowy handlową i weterynaryjną oraz za pożyczkę 100-miljonową, Rumunja miała udzielić Niemcom zniżek celnych na wyroby przemysłowe bez wyłączości na rzecz Niemiec. Zniżki te

podpadać będą pod klauzulę największego uprzywilejowania, z której więc będą mogły korzystać wszystkie państwa, a także i Polska, z którą Rumunja posiada traktat handlowy, oparty na klauzuli najwyższego uprzywilejowania.

Tak mniejwięcej przedstawia się nowy traktat niemiecko-rumuński. Posiada on dla przyszłego rozwoju europejskich stosunków gospodarczych znaczenie bardzo doniosłe.

To posunięcie niemieckiej polityki gospodarczej, równa się dotkliwej porażce naszej polityki.

K. Lw.

Praktyczna Wiedza Przemysłowa

Wyszedł z druku Nr. 6-7 kwartalnika „Praktyczna Wiedza Przemysłowa”, wydawanego przez Instytut Szerzenia Praktycznej Wiedzy Przemysłowej.

Wśród bogatej treści zawiera ten numer stenogram przemówienia wiceministra skarbu Stefana Starzyńskiego, wygłoszonego w klubie parlamentarnym BBWR.

Przemówienie to znane dotychczas z krótkich streszczeń prasowych — wywołało powszechne zainteresowanie, gdyż dotyczy ono wszystkich najważniejszych zagadnień gospodarki ogólnej i światowej.

Autor, zastanawiając się nad przyczynami światowego kryzysu gospodarczego dochodzi do wniosku, że przyczyny te tkwią w zjawiskach wytworzonych przez wojnę, kryzys jest procesem dostosowywania się do nowych warunków i poza charakterem przesilenia cyklicznego, konjunkturalnego, ma znamiona kryzysu ustrojowego. Drogę wyjścia należy szukać „w organizacji kapitalizmu, przyjmując zasadę planowości”.

Omawiając sytuację gospodarczą Polski — wiceminister Starzyński wiąże w szerokich perspektywach sprawę nowych dróg postępu ekonomicznego Polski z współczesnymi tendencjami Europy i Ameryki do międzynarodowych porozumień.

Bezpośrednio aktualne znaczenie zawiera ostatnia część pracy, w której wiceminister Starzyński kreśli doraźny program usprawnienia administracji państwowej i uzdrowienia życia gospodarczego. Niektóre z tych postulatów już wcho-

dzą w życie, wiele innych w najbliższym czasie stanie się aktualnymi.

Z pozostałych prac wymienić należy na wysokim poziomie utrzymaną rozprawę J. Wojtyny p. t. „Zagadnienie racjonalizacji naszych stosunków gospodarczych z zagranicą”, rzucając nowe światło na sprawę bilansu płatniczego. Cz. Peche pisze o „Kryzysie i zagadnieniu zniżki cen”. L. Tomaszkiwicz „Polonia w St. Zjednoczonych, jako teren eksportu polskiego”.

Na podkreślenie zasługuje artykuł Wiktora Rundbakina p. t. „Współczesna analiza sprawności i rentowności przedsiębiorstw”, świadczący, iż redakcja w tym, jak i w poprzednich numerach udziela wiele miejsca nauce o prowadzeniu przedsiębiorstw.

W obszernym tym artykule autor omawia kolejno źródła księgowe, źródła rzeczowe źródła analityczne i podkreśla w końcu, że okres, w którym żyjemy wysunął na plan pierwszy hasło racjonalizacji i wszelkie zagadnienia życia społecznego muszą przejść przez filtr naukowych badań, wskazujących najwłaściwszą drogę organizacyjną.

Z dalszych artykułów, zamieszczonych w kwartalniku, załuguje na uwagę streszczenie odczytu dr. Lecha Wittkinda o przemyśle sztucznego jedwabiu i rozwoju jego w Polsce.

Zagadnienie to, tak aktualne w dobie obecnej, bezwzględnie zainteresuje sfery przemysłowe, a to specjalnie łódzkie.

Całość kwartalnika, ładnie wydanego, pozostawia dodatnie wrażenie.

PRAWO-PODATKI

USTAWODAWSTWO
ORZECZNICTWO

KALENDARZYK PODATKOWY na m. sierpień 1931 r.

W miesiącu sierpniu r. b. płatne są następujące podatki:

W czasie do 15 sierpnia — zaliczka na poczet państwowego podatku przemysłowego od obrotu, osiągniętego w lipcu r. b. przez przedsiębiorstwa handlowe I i II kategorii.

W ciągu 7 dni po dokonaniu potrąceń — podatek dochodowy od uposażeń i wynagrodzenia za pracę najemną.

Nadto płatne są zaległości odroczone i rozłożone na raty, z terminem płatności w sierpniu, tudzież

podatki, na które płatnicy otrzymali nakazy płatnicze również z terminem płatności w tym miesiącu.

Płatna jest również II zaliczka kwartalna na rok 1931 w terminie ulgowym 15 sierpnia dla tych płatników, którzy podatek obrotowy za r. 1930 i I zaliczkę już zapłacili w przewidzianych terminach.

POTRĄCANIE ODSETEK PROLONGACYJNYCH PRZY WYMIARZE PODATKU PRZEMYSŁOWEGO

N. T. A. wyrokiem z dnia 21 maja 1928 r. L. rej. 1570-28 ustalił, iż t. zw. odsetki prolongacyjne, pobrane od nabywców towaru z powodu niezapłacenia w umówionym terminie zakredytowanej ceny kupna,

stanowią odszkodowanie za zwłokę i wobec tego nie mogą być traktowane jako podlegający opodatkowaniu przychód za towar. W praktyce wymiarowej sporadycznie nastrożają się jednak trudności co do dokładnego odróżnienia wspomnianych odsetek prolongacyjnych od odsetek, bezpośrednio przy zawieraniu transakcji doliczanych do ceny sprzedanego na kredyt towaru, ponadto zaś wspomniany na wstępie wyrok stosowany jest z pewnymi ograniczeniami, niezajdującymi uzasadnienia w tezie interpretacyjnej, ustalonej przez N. T. A.

W związku z powyższym Izba Przemysłowo-Handlowa w Łodzi wystąpiła do Łódzkiej Izby Skarbowej z odpowiednimi wnioskami, wskazującymi na potrzebę jednolitego dostosowania praktyk wymiarowych do orzecznictwa N. T. A., w myśl których należycie udowodnione odsetki prolongacyjne winny być wyłączone z podstaw wymiaru podatku przemysłowego.

KOMISJE SZACUNKOWE PODATKU PRZEMYSŁOWEGO

Z końcem bieżącego roku upływa czteroletnia kadencja Komisji szacunkowych dla spraw podatku przemysłowego, wobec czego Izba Przemysłowo-Handlowa w Łodzi zgodnie z art. 59 ustawy o państwowym podatku przemysłowym, do dnia 1 października bież. roku winna przedstawić Łódzkiej Izbie Skarbowej listy kandydatów, mających wejść w skład nowo wybranych Komisji. Listy kandydatów, zaproponowanych przez Izbę zawierać powinny trzykrotnie większą liczbę nazwisk, niż liczba członków i zastępców Komisji, przyczem stosownie do art. 59 cyt. ustawy na zasadzie odnośnych propozycji samorządu gospodarczego względnie zawodowego mianowana będzie połowa członków i zastępców Komisji.

W interesie możliwie dokładnego i starannego przygotowania list kandydatów Izba już obecnie zwraca się do organizacji gospodarczych okręgu o poczynienie jej odnośnych propozycji.

ULGI PRZY ŚWIADECTWACH PRZEMYSŁOWYCH

Min. Skarbu upoważniło Izby Skarbowe do zezwolenia poszczególnym przedsiębiorstwom na prowadzenie zakładów na podstawie dotychczasowych świadectw przemysłowych, w wypadku powiększenia ilości robotników przy jednoczesnym zmniejszeniu okresu pracy każdego z nich w tygodniu. Dotychczas bowiem na zasadzie obowiązujących przepisów, przedsiębiorstwa winne były wykupić świadectwa przemysłowe wyższej kategorii, skoro zwiększyły ilość robotników, przewidzianą dla danej kategorii świadectw, chociażby ilość tak zwanych robotniko-godzin nie uległa zwiększeniu. Powyższe zezwolenia udzielane będą przez Izby Skarbowe przedsiębiorstwom przemysłowym na podstawie indywidualnych próśb, zaopiniowanych przez inspektorów pracy.

Na mocy specjalnego okólnika Min. Skarbu, Izby Skarbowe są upoważnione do załatwiania we własnym zakresie podań przedsiębiorstw handlowych o ich przeklasowanie z kategorii II. do III. i z III. do IV. świadectw przemysłowych. Jednocześnie Izby Skarbowe są upoważnione do zwalniania od obowiązku nabywania świadectw IV. kategorii płatników wyjątkowo ubogich, których przedsiębiorstwa nie wytrzymały w chwili obecnej obciążenia podatkowego z tytułu wykupienia świadectw.

RYNKI

Doniesienia specjalnej służby informacyjnej

Od własnych korespondentów „Głosu Kupiectwa”

Przed sezonem zimowym w Łodzi

Przemysł włókienniczy w Łodzi czyni już przygotowania do zbliżającej się kampanii zimowej. Dotyczy to w pierwszym rzędzie producentów branży wełnianej, gdzie prace nad przygotowaniem warsztatów do potrzeb produkcyjnych sezonu zimowego oraz opracowaniem prób i wzorów tkanin zimowych — są w toku.

W przemyśle bawełnianym prace w tym kierunku w większym zakresie, o ile chodzi o produkcję tkacką, są zapoczątkowane. Przedsiębiorstwa bawełniane tkackie posiadają jeszcze znaczne ilości niesprzedanych tkanin z ubiegłego sezonu zimowego, co oddziałuje hamująco na inicjatywę tych fabryk.

Zmiany wzorów

O ile chodzi o koncepcje w zakresie wzorów i prób, to — najprawdopodobniej — większych zmian w porównaniu z wzorami z sezonu zimowego r. ub.

nie będzie. Jeśli zaś zostaną rzucone na rynek jakieś nowe „szlagiery”, to zjawia się one zapewne w toku kampanii, t. j. w pełni sezonu zimowego. Oczywiście wzory tych szlagierów komponowane są przez każde większe przedsiębiorstwo, w ścisłej tajemnicy przed przedsiębiorstwami konkurencyjnymi.

Naogół uwydatniająca się ostatnio we włókiennictwie łódzkim tendencja do nieczynienia większych zmian w dotychczasowych wzorach tkanin, w celu uniknięcia większych strat na pozostających po zakończeniu sezonu zapasach, utrzymuje się w dalszym ciągu, w przeciwieństwie do taktyki większości przedsiębiorstw włókienniczych w latach ubiegłych, kiedy poszczególne przedsiębiorstwa pod wpływem ostrej walki konkurencyjnej, rzucały na rynek nieskończone ilości nowych „szlagierów”.

Ta tendencja pewnej stabilizacji w dziedzinie mody tłumaczy się zarówno znacznym wyczerpaniem finansowym większości łódzkich firm, jak również

przejawiającym się ze strony konsumpcji popytem na modne, ale tańsze tkaniny, dzieje się to w przeciwieństwie do kresów, kiedy klientela, szczególnie miejska płaciła chętnie słone ceny za t. zw. szlagiery sezonowe.

Polityka sprzedaży

Obecnie, w związku ze znacznym zubożeniem szerokich sfer klienteli miejskiej, „polityka sprzedaży” poszczególnych firm, polegająca na wypuszczaniu na rynek niewielkich ilości towaru danego gatunku oraz szybkim skomponowaniu i produkcji nowych wzorów tkanin, musi być zaniechana. Wyjątek stanowią może fabryki, nastawione na produkcję wyrobów dla kobiet, jednakże i w tym dziale niesłychanie wielka ilość „szlagierów” w ciągu jednego sezonu uległa już i ulegnie niewątpliwie dalszej redukcji.

Ceny

O kształtowaniu się cen w przyszłym sezonie zimowym obecnie nie można jeszcze nic konkretnego powiedzieć. Kluczową sytuacją w tej dziedzinie szukać należy w zagranicznych rynkach surowca bawełnianego i wełnianego. Wszelkie fluktuacje cen surowca zagranicą będą miały zapewne znaczny wpływ na kształtowanie się cen gotowych wyrobów naszego przemysłu w nadchodzącym sezonie.

Horoskopy na przebieg zbliżającego się sezonu są raczej pesymistyczne.

Postępujący znaczny spadek sił nabywczych ludności miejskiej, brak znamion znacznie lepszej poprawy w sytuacji wsi, wewnętrzne trudności przemysłu włókienniczego w związku z jego coraz bardziej zwiększającym się głodem kapitału, wreszcie pewne pogorszenie się wypłacalności w tej branży — wywołują uzasadniony nastrój pesymistyczny i tendencję do jak najbardziej ostrożnej i wstrzemięzliwej oceny sytuacji.

Rynek wełniano-jedwabny w Krakowie

Na towary wełniane naogół w tym sezonie niema prawie żadnego zbytu, tylko cienkie materiały dla użytku kąpielowego i wypoczynkowego znajdują jeszcze nabywców. Jedwabie obecnie idą słabiej, niż w czerwcu, który był bardzo gorący i wymagał w ubiorze tego rodzaju materiałów. Tanie markizety i sztuczne gazy znajdują większy popyt. Silna apatia społeczeństwa wzrosła i nawet pomimo zniżki cen utrzymuje się nadal. Zniżka dochodzi niewątpliwie do 30 proc., nieuczciwa jednak konkurencja wyzbywa się materiału poniżej tej ceny, prawie bez zarobku lub ograniczając się od jednego do trzech procent zysku brutto. To samo odnosi się do klienteli, która wyszukuje różnicę ceny — nawet 10 groszy — opuszczając firmy solidne, których kalkulacja nie może zezwolić na dalszą zniżkę ceny. Obroty zmniejszyły się przeszło 50 proc., a wypłacalność rat klienteli sięga nawet 70 proc.

Od zakupów towaru jesiennego kupcy narazie się wstrzymują, wyczekując z jednej strony na zmianę mody, a z drugiej nie mogą poczynić nawet zakupów, gdyż znana firma francuska „Rodier”, dająca modele, plombuje obecnie każdy metr towaru, celem uniknięcia plagiatów, które specjalnie są dobrze naśladowane w Łodzi. Obecna tendencja w jedwabiu jest stała, w wełnach mała zwyczajka. Moda w tym sezonie z powodu przypuszczalnej pauperyzacji prawie zupełnie nie oddziaływała na zwiększenie obrotów. Zapowiedziana zaś zima przewiduje tylko bardzo gładkie materiały. Z powodu spodziewanych dalszych zarządzeń oszczędnościowych, kupcy są bardzo ostrożni i nie angażują się zbyt ani w zakupie, ani też w udzielaniu kredytu, natomiast chętnie sprzedają swój towar z dużym nawet skontem. Warunki sprzedaży są stosunkowo dość dobre, jednak wstrzymywanie się od zakupów nie zachęca kupców do czynienia większych zapasów z powodu uciążliwego kredytu, tak, że operuje się prosto ilościami zamówionymi i branża prowadzi się komisowo. Na ożywienie w tej branży narazie żaden z kupców nie liczy i woli swój pozostały jeszcze kapitał ulokować w bardziej pewnym interesie.

Handel i przemysł wielkopolski

w świetle sprawozdania Izby Przem.-Handlowej w Poznaniu

Rozpatrując sytuację ogólnogospodarczą w lipcu w okręgu Izby, należy stwierdzić, że przedstawia ona dalszy ciąg depresji gospodarczej, którą przeżywa przemysł i handel od dwóch lat. Depresja ta przybiera na sile. Poza ogólnymi przyczynami, występującymi jako skutki kryzysu, na zaostrzenie sytuacji wpłynął niewątpliwie sezon letni, który odbił się na niektórych gałęziach przemysłu i handlu.

Główne czynniki ożywienia: wyczerpanie się zapasów oraz ekspansja kredytowa, nie wróżą w najbliższym czasie zmiany na lepsze. Siła nabywcza ludności rolniczej, dzięki obniżeniu się w okresie sprawozdawczym tak płodów rolnych, jak i produktów hodowlanych, w dalszym ciągu maleje. Sfery urzędnicze, będące w ostatnim czasie bardzo poważnym klientem handlu, zmuszone są po obniżce pensyj do znacznych ograniczeń. W takich warunkach nie można mówić o szybkiej likwidacji dotychczasowych zapasów. Naprężenie na rynku pieniężnym zgóry wyklucza możliwość ekspansji kredytowej. Brak ruchu budowlanego wstrzymuje wszystkie gałęzie przemysłu z nim związane.

Położenie gospodarcze wsi doznało dalszego pogorszenia. Niektóre gałęzie przemysłu notują dalsze zmniejszenie produkcji oraz silny spadek zamówień.

Obroty handlowe w stosunku do miesiąca ub. nie poprawiły się, lecz przeciwnie, zmniejszyły się ponownie, co możnaby częściowo, o ile chodzi o prowincję, kłaść na karb zaabsorbowania ludności wiejskiej pracą w polu.

Wypłacalność stale się pogarsza. Płatne weksle, w szczególności ziemiańskie, nie reguluje się, lecz obraca bez upłaty. Z tego powodu uzyskanie w prywatnych bankach nowych kredytów jest prawie wykluczone.

Z życia organizacji gospodarczych

Kasa Pożyczkowa Stowarzyszenia Kupców

Kasa Pożyczkowa przy Stowarzyszeniu Kupców m. Łodzi rozpoczęła swą działalność.

W obecnym zwłaszcza okresie kryzysu i depresji gospodarczej utworzenie tego rodzaju instytucji, mającej na celu udzielanie pożyczek bezprocentowych niezamożnym kupcom, uznać należy za fakt zewszecmiar pożądanym.

Na czele kasy jako jej przewodniczący stoi p. Maurycy Sachs, wiceprezesem jest p. Małachowski, a skarbnikiem — p. M. Szenwic.

Z uwagi na charakter instytucji — wszyscy kupcy powinni przyczynić się do pomocy innym, mniej zamożnym.

Z apelem przeto zwracamy się do wszystkich, którzy zrozumieć winni społeczną doniosłość tej inicjatywy.

Biblioteka ekonomiczna im. b. p. d-ra Józefa Sachsa

Celem uczczenia pamięci Prezesa i Założyciela naszego Stowarzyszenia b. p. D-ra Józefa Sachsa i podkreślenia zasług, jakie Zmarły położył przy organizowaniu i rozwoju naszego Stowarzyszenia, Zarząd Stowarzyszenia postanowił ufundować ekonomiczną bibliotekę imienia b. p. D-ra Józefa Sachsa.

Zarząd Stowarzyszenia wzywa wszystkich Członków do składania ofiar w postaci datków pieniężnych, celem stworzenia funduszu bibliotecznego lub w naturze w postaci książek ekonomicznych.

„Informacja” w Katowicach

Wzmagające się coraz więcej nasze życie gospodarcze, przy równoczesnych komplikacjach ekonomicznych tak na rynku krajowym jak i na rynkach światowych, wywołało potrzebę i wprost konieczność stworzenia instytucji, która by w sposób rzeczowy i bezstronny informowała sfery gospodarcze i handlowe o stosunkach handlowo-kredytowych tak krajowych jak i zagranicznych.

W odczuciu tej potrzeby Izba Handlowa w Katowicach, Izba Przemysłowo-Handlowa w Bielsku, Związek Kopalń Górnośląskich, Sp. z o. p. „Robur” w Katowicach, Związek Banków Województwa Śląskiego w Katowicach, Związek Komunalnych Kas Oszczędności Województwa Śląskiego w Katowicach, Polski Związek Towarzystw Kupieckich Województwa Śląskiego w Katowicach, Polski Związek Reiffeisena w Katowicach, a następnie i inne najpoważniejsze organizacje gospodarcze województwa śląskiego powołały do życia firmę „Informacja”, Sp. z o. o. w Katowicach.

Do zakresu jej działalności należy:

Udzielanie płatnych wywiadów handlowych o osobach i przedsiębiorstwach w całej Polsce, windykacje, stała ochrona kredytów, badanie ksiąg i bilansów przedsiębiorstw, zastępstwo właścicieli akcji i papierów wartościowych, prowadzenie zarządu lub nadzoru przedsiębiorstw, reprezentowanie wierzycieli w postępowaniach upadłościowych i zapobiegawczych, przyjmowanie depozytów i inne czynności, które są w tym zakresie do pomyślenia.

Ze względu na to, iż firma ma obsługiwać cały teren Rzeczypospolitej, nawiązano stały kontakt z wszystkimi Izbami Przemysłowo-Handlowymi na całym obszarze Rzeczypospolitej jak również z Związkami Banków, z wszystkimi Związkami Kas Komunalnych, a następnie z wszystkimi ugrupowaniami i organizacjami przemysłowymi i handlowymi, by mieć jak największe i jak najszersze podstawy do należytego, racjonalnego i solidnego prowadzenia wywiadu handlowo-kredytowego.

Narazie rozpoczęto pracę od udzielania wywiadów handlowych, następnie w najbliższym czasie wprowadzona zostanie windykacja i stała kontrola kredytów.

SKŁAD I KANTOR W ŁODZI — TEL. 209-82 i 102-20

FABRYKA w ZDUŃSKIEJ-WOLI — TELEF. 4

FABRYKA WYROBÓW
WŁÓKIENNICZYCH

M. ROZEN i N. D. WIŚLICKI

ADRES TELEGRAFICZNY: ROWIGO ŁÓDŹ

SKRYTKA POCZTOWA 427

ŁÓDŹ, WÓLCZAŃSKA 18

POLECA:

MATERJALY UBRANIOWE
BAWELNIANE i WEŹLIANE
oraz KONFEKCJĘ MĘSKĄ



LIPSKIE TARGI JESIENNE

30 sierpnia do 30 września 1931

Zainteresowanym udziela na żądanie informacji
z podaniem ulg i ułatwień w podróży

**Przedstawiciele honorowi Lipskiego Urzędu
Targowego**

WŁADYSŁAW GLAZER, WARSZAWA
Al. Jerozolimska Nr. 41, telefon Nr. 230-55

Targi ogólne

w 40 gmachach wystawowych śródmieścia

Targi techniczne i budowlane

przedmiotów do użytku domowego i prze-
mysłowego w pawilonach 1, 2, 3, 4, 6, 11,
12, 19 i 20

Duży wybór towarów, ułożonych bardzo
przejrzysto

oraz **BRUNO MORITZ, ŁÓDŹ**
Wólczańska 125, tel. 192-78

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 Górski,
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.

Zarząd

Stowarzyszenia Kupców m. Łodzi Piotrkowska 73

zawiadamia P. P. Członków, że Klub Towarzyski przy Sto-
warzyszeniu czynny jest w czwartki, soboty i niedziele.

GDAŃSK — Mark Weissman, An-
kerschmiedegasse 10 b.

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.