

Slovenski Pravnik.

Leto XVII. V Ljubljani, 15. decembra 1901. Štev. 11. in 12.

O glavnih pojmih politične ekonomike.

Piše dr. Ivan Žmavc.

IV. Trgovina.¹⁾

Ako hočemo kasneje umeti bistvo borze, razmotrovati nam je prej o bistvu trgovine; kajti borza je trg.

O trgovini ima občinstvo često slabe pojme; na prvi pogled zdi se marsikomu, da trgovina ni produktivna, da je trgovec zajedalec, pijavka na gospodarskem organizmu. Toda kdor stvar mirno in trezno prevdari, uvidi, da je prava trgovina prav tako na mestu, kakor poljedelstvo, obrt in industrija; in če se trgovina kedaj zlorablja, ni pozabiti, da je zlorab tudi v drugih poklicih: fevdalni veleposestnik zlorabljal je in deloma še danes zlorablja svoje ekonomične funkcije v sebične namene, istotako industrijalec in — trgovec. Pa kakor vsled gotovih zlorab ne smemo celega poljedelstva in cele industrije obsoditi, tako tudi ne vse trgovine in trgovskega stanu v celoti.

Namen narodnega gospodarstva je, proizvajati ali producirati gospodarska dobra, imetke, premoženje, ustvarjati ekonomične vrednosti. Rekli smo gori pri analizi vrednosti²⁾ in potrebe³⁾, da je produkcija ustvarjanje in pomnoževanje ekonomičnih vrednostij; vrednost in vsled tega tudi način produkcije se ravna po potrebah človeških. Potrebe so različne; elementarna potreba je potreba po živežu; proizvodstvo živeža in kar k temu spada, t. zv. praproizvodstvo⁴⁾ je torej temelj vsemu gospodarskemu proizvodstvu, kmetijstvo podlaga vsemu ekonomičnemu posloplju. Človek se pa mora tudi oblačiti, mora si zidati do-

¹⁾ Gl. »Slov. Pravnik« 1901. št. 4.

²⁾ »Sl. Pravnik« l. 1899. str. 97 in nad.

³⁾ Ravnotam str. 165 in nad.

⁴⁾ K praproizvodstvu (Urproduction) računa se: poljedelstvo, vrtnarstvo, ribarstvo in navadno tudi rudarstvo.

movja, mora si ob večerih svetiti i. t. d.; brezštevilo obrtov in industrij služi takošnim potrebam, ki se vedno bolj množijo z rastočo kulturo. Praproizvodstvo tvori elementarne snovi ter surovine, industrija pa spreminja in plemeniti surovine; poljedelstvo cvete, kakor ime pové, na deželi, pod milim nebom, obrt ter industrija pa v delavnicah, tovarnah, po mestih. Te dve vrsti produkcij bijeta med seboj več en boj¹⁾; večinoma zmaguje inteligen, napreden obrt po mestih, posebno pa tehnično dovršena industrija, kakor se v novjšem času razvija, nad konservativnim ter naravno nekoliko okornim kmetijstvom. Ta boj je osobito dandanes krut, ko so ceni poljedelski pridelki deviških zemljišč argentinijskih, braziljskih i. t. d. preplavili Evropo, tako da naš kmet ne more več konkurirati na svetovnem trgu, h kateremu je pa na drugi strani neizogibno priklenjen, dočim ima — vsaj imela je dolgo časa — evropska industrija zlate čase, ker se nje izdelki iščejo povsod na zemlji.

Ne more pa biti najprostejšega naturalnega gospodarstva brez menjave — o menjalni vrednosti govorili smo pri temeljni analizi vrednosti ter cene — in še manj more biti razvito narodno gospodstvo brez — trgovine, brez trgovskega stanu.

Predno razmotrujemo o trgovini deduktivnim potom, hočemo se ozreti na konkretne gospodarske pojave.

Kdor nekoliko svet pozna, vé, da se v Evropi kmetijstvo v novjšem času krči, dočim vedno bolj raste pomen industrije in trgovine. Ni namen teh razmotrovanj, kritično presojati ta svetovnogospodarski pojav. Dejstvo je, da je gospodarsko najnaprednejša dežela na zemlji, Anglija, dandanes industrijalna dežela — le $\frac{1}{10}$ prebivalstva živi se še iz kmetijstva — ostale evropske dežele pa so krenile poti, da postanejo prej ali slej industrijalne. Imenujemo na kontinentu najnaprednejšo državo, katera ima tudi

¹⁾ Ta boj med poljedelstvom na eni, industrijo ter trgovino na drugi strani harmonično, ali vsaj s kompromisi ublaževati, je naloga gospodarske politike. Ta gospodarska nasprotja so gmotna podlaga nasprotju med kmečko in mestno kulturo sploh. Potrebno je, da bi Slovenci temeljito razmišljali o tej dvojni kulturi (v Nemcih zastopa iz gospodarskih ozirov agrarno stališče n. pr. K. Oldenberg: Deutschland als Industriestaat 1897 [drobna, toda prezanimiva knjižica], industrijalno pa H. Dietzel: Weltwirtschaft u. Volkswirtschaft 1900. i. dr.).

najboljšo gospodarsko statistiko,¹⁾ tako, da nje material najboljše služi znanstvenim preiskavam. Nemčija bila je v začetku 19. stoletja agrarna država; l. 1882. živelo je le 42·51% prebivalcev iz poljedelstva, 45·53% iz industrije ter trgovine, l. 1895. pa samo še 35·74% iz poljedelstva, in že 50·64% iz industrije ter trgovine. Nemčija je dandanes industrijalna država. Tudi Avstrija gre v tej smeri; cisalajtanska polovica je v nekaterih deželah, kakor na Češkem in Nižjem Avstrijskem, že industrijalna; v celoti so se procenti poljedelskega prebivalstva od 67·2% v l. 1870. skrčili na 62·4% v l. 1890.²⁾

Industrija ter trgovina hodita roko v roko, da, kakor statistika kaže, trgovina se relativno še bolj dviga nego li industrija. To tudi nobeno čudo ni; ako so narodi enkrat v svetovnem gospodarstvu, bilo bi blazno, ako bi kdo zahteval nazadovanje ali celo izločitev trgovine iz gospodarskega organizma; pač pa je trgovina, seveda racionalna trgovina, posebno pa veletrštvo, organizator narodnega in svetovnega gospodarstva. Narod, ki nima izobraženih veletržcev svojih, nima svojega, nima narodnega gospodarstva.

Velikega pomena trgovine za kulturni razvoj narodov v zgodovini ne moremo tu razložiti; vsi pač vemo, koliko se je v prosveti zahvaliti trgovskim narodom, kakoršni so bili Feničani, Židje — ki so še do danes prvi gospodarski narod — Grki — znano je, kake boje so vedli grški kolonisti in trgovci v Mali Aziji, — Rimljani i. t. d., vsi vemo, da tudi do naših dni kulturo najbolj pospešujejo trgovski narodi, kakoršni so bili proti koncu srednjega veka Italijani, pozneje Španci, Holandci, Francozi, Angleži, Nemci. Ne moremo tudi dalje razlagati, da so največji velikani človeštva, dà, največji idealisti, kakor Plato, sv. Frančišek Asiški, izhajali (in še izhajajo) iz trgovskega stanu. Opozarjam le na

¹⁾ Statistični urad v Berlinu izdal je od l. 1872 do sedaj 188 velikih zvezkov »Statistik des deutschen Reichs«. Kar se tiče gospodarske statistike, združil je ravnatelj ces. statističnega urada in znani političnoekonomični učenjak H. v. Scheel glavne rezultate najnovejših podatkov v izborni knjižici: Die Deutsche Volkswirtschaft am Schlusse des 19. Jahrhunderts, Berlin 1900, kjer najdeš pregleden prerez čez mogočni gospodarski organizem Nemčije. Kaj podobnega mi v Avstriji doslej nimamo, ker še pravega obrtnega štetja imeli nismo, kajti le-to je stoprv za letošnje leto določeno.

²⁾ Gl. Rauchberg: Die Bevölkerung Österreichs. Wien 1895.

naše dni: kaj so glavne točke aktualne politike v Avstriji? Železnica čez Alpe do Trsta, kanali in vodne ceste¹⁾ od Donave do Vltave in Hamburga na eni, od Donave do Odre in Vzhodnega morja na drugi strani; trgovinske pogodbe, ki se bodo koncem l. 1903. morale obnoviti s sosednimi državami — na to, na povzdigo prometa in trgovine, na razširjavo narodnega trga mora dandanes misliti razumna politika v Avstriji, to določuje dandanes osodo narodov. Narod pa, ki tega ne more ali noče razumeti, ki se le za malenkostmi žene in z malenkostmi svoje sile drobi, je brez dvoma obsojen k poginu. Bolj kakor boj pri Kralj. Gradci odločuje in odloči osodo avstrijskih ter vseh narodov izid gospodarskih bojev, v katerih so trgovci važni vojskovodje. —

Bistvo trgovine smo teoretično pravzaprav že povdarili pri razkladanju temeljnega političnoekonomičnega pojma, pri razkladanju vrednosti, posebno menjalne vrednosti. Promet je bistven ekonomičen pojav, narodno gospodarstvo je v bistvu prometna organizacija. Ako smo razumeli ekonomično važnost menjave ali zamene, imamo ekonomični princip, od katerega deduktivno preidemo k poedinim lastnostim trgovine.²⁾

Ako sta produktivna poljedelstvo in obrt, produktivna je tudi trgovina. Gori smo izvajali, kako tesno je zvezana menjalna vrednost s porabno. Toda vsaka zamena še ni trgovski čin; trgovina se še le začneja, kadar se izcimijo pravilni sestanki tistih, ki hočejo zamenjavati (sejem, trg); naprednejša ljudstva uvažajo

¹⁾ Agrarni narod, ki niti še nima rek reguliranih i. dr., naj se v prvi vrsti za ta nedostatek pobriga, predno se navdušuje za železnice in kanale, ki pomagajo le eksportnim narodom in kapitalistično močnim slojem.

²⁾ O trgovini je seveda velika literatura; vsako političnoekonomično delo ima poglavja o njej. Izmed velikih monografij omenjam Van der Borch: *Handel u. Handelspolitik*, Leipzig 1900 in Sonnendorfer: *Die Technik des Welthandels*, Wien 1900, so pa tudi enciklopedije, n. pr. Spamer's *Handelslexikon* i. t. d. — Praktičen pregled o celem svetovnem trgovstvu podaje Neumann-Spallart: *Übersichten der Weltwirtschaft* (fortgesetzt v. Juraschek) Wien 1896. Teoretično in praktično zanimiva je knjižica izbornega učenjaka in praktika R. Ehrenberg-a: *Der Handel. Seine wirtschaftliche Bedeutung, seine nationalen Pflichten u. sein Verhältniss zum Staate*. Jena 1897. — Na vrhuncu vede so članki, nanašajoči se na trgovino, v Elster-jevem *Wörterbuch-u der Volkswirtschaft* (n. pr. od Rathgen-a) in v Conrad-ovem *Handwörterbuch-u der Staatswissenschaften* (n. pr. od dunajskega minister. svetnika V. Mataja).

izdelke in stvari (lišp, orožje, zlato, sužnje, ženske) v barbarske tuje dežele — in narobe od tam tudi izvažajo — to je začetek trgovine. Trgovina dobi pa sčasom blažje, tudi za lastni narod pomenljivejše in važnejše oblike. Vsled delitve dela in poklicev se razrahlja domače gospodarstvo, proizvodenik ne proizvaja več premo v svoje svrhe, temveč za trg; zvezo s konsumentom mu pa olajšujejo posredovalci, trgovci, ki postanejo poseben stan in poklic. Trгоvec nakupuje blago, da ga potem proti dobičku prodá; trгоvec je kupec in prodajalec, in trgovina je ono delo, ki hoče doseči dobiček s tem, da obrtno nakupuje in prodava dobra in imetke.

Pri delitvi dela je trgovina neobhodno potrebna; ekonomično dobro ima stoprv tedaj svojo vrednost, če je našlo pot k konsumentu. Kaj bi pomagalo premoženje, ki bi bilo kje zakopano in bi ga ljudje ne mogli doseči? Praproizvodenik brez dvoma tvori dobra; obrtnik in industrijalec spreminja in plemeniti snovi, on jim daje prikladno vrednost za rabo, tvori torej tudi dobra, je produktiven; trгоvec pa posreduje pot k konsumentu, s kojo šele dobi proizvod svojo gospodarsko vrednost; trgovina daje proizvodom krajno vrednost (Ortswert), to je, proizvodu daje trгоvec ekonomično vrednost s tem, da naredi iz proizvoda blago, ki ima tem večjo vrednost, čim bližji, krajno bližji je proizvod konsumu in potrebujočemu subjektu. Saj razmerje k potrebi, h konsumu daje vrednost stvarjem. Trгоvec na ta način zaključuje proizvajanje in produkcijo, trgovina je tako produktivna v pravem pomenu besede, ker tvori ekonomične vrednosti.

Zgodovinskega razvoja trgovine iz primitivnih oblik ne moremo na tem mestu razložiti.

Trgovina se je zelo spopolnila od 16. stoletja naprej, posebno pa, česar bi poprej ne bili verjeli, v 19. stoletju vsled čudovite dovršenosti modernih občil. Ker imajo občila veliko važnost, je razumevno, da se je komunikacija kakor samostojna veja prometne organizacije odcepila od trgovine v ožjem smislu; v starejših časih moral je trгоvec tudi za transport skrbeti, in v to je bilo treba mnogo kapitala pri precejšnjem riziku; dandanes opravljajo transport lastne železnice, ladje i. t. d. Trгоvec ima

sedaj ožjo, pa intenzivnejšo zadačo: gleda samó na špekulacijo, na kombinacije trgovskih črtežev in na korespondenco v svojem biróu; komisijska trgovina na račun tretje osebe raste. Ostala opravila prejšnjega trgovca oskrbujejo špedicija, transportni zavodi, skladišča; črtežem trgovčevim prihajajo na pomoč informacijski birói, inserati v novinah; odjemališč iščejo posebni agenti, ki študirajo in spoznajo ekonomične potrebe raznih pokrajin, dá, celó kapital preskrbujejo trgovcu kreditne organizacije, banke, in plačevanje izvajajo žiro- ter kliring zavodi.

Ako so opravila modernega trgovca na eni strani omejena, je z druge strani intenzivnost in pritisek trgovine na celi gospodarski organizem tako mogočen, da vsi ekonomični organi prihajajo pod upliv trgovine; vsak proizvod poljedelstva, obrta, industrije, celó proizvode duhá in umetnosti potegne trgovina v svoje področje; trgovski duh veje v vseh poklicih, vse je kupčija, žalibog, često tudi barantija; posebno pa dobi v ožjem smislu gospodarsko življenje trgovski značaj. V očigled delitve dela in neskončno mnogih poklicev je prisiljen konsument po posredniku iskati si producenta ter narobe, obrat v blagu je ogromen, in modernemu trgovcu zagotavlja uprava množina z malimi procenti dobička trajni uspeh, nikakor pa ne več kaki oderuški, veliki dobički na mah.

Komercialni in špekulativni duh daje značaj modernemu gospodarskemu življenju ter moderni kulturi sploh; in zakonodavstvo moralo je hoditi za takšnim ekonomičnim razvojem, kateremu se je tu in tam celó preveč uklonilo.

Hud je boj, ki ga bijejo stare oblike proizvodstva z moderno trgovino; te stare oblike so ali izginile — ali še izginejo — ali so se prilagodile novim razmeram; večinoma je trgovina in v duhu trgovine stoječa industrija razjela ter razdrobila staro proizvodstvo. Kdo ne pozna obupne sile pri poljedelstvu, kdo ne vidi razpada rokodelstva ter malega obrta? Še več; kdo ne vidi razpada v okviru trgovine same? Veletgovina izpodgrizuje kramarja ter malega trgovca, veliki magacini ter skladišča (Warenhäuser) izpodkopujejo tla malemu detailistu, in tudi razne konsumne zadruge so v službi tega modernega razjedajočega duha

Predno pa spregovorimo o veliki ter detailni blagovni trgovini, poudariti nam je še nekaj karakteristik trgovine v novejši ekonomiji.

Že smo rekli, da je trgovec posredovalec med producentom in konsumentom. V delodelitvenem gospodarstvu modernem je trgovina neobhodno potrebna, ker organizira izvoz in uvoz živil, surovin, obrtnih ter industrialnih proizvodov i. t. d.; brez trgovine bi ne moglo toliko milijonov ljudi živeti na primeroma majhnem prostoru, ne bila bi mogoča taka pomnožitev prebivalstva, ne vzrastla bi bila vele-mesta, kakoršnih še zgodovina ni videla. Trgovina poravnava krajno in časno nedostatek in preobilico imetkov, ona omogočuje z menjavo imetkov, da se človeške potrebe boljše morejo zadovoljevati, množi porabljenost imetka in blaga, tvori tako gospodarsko vrednost in je produktivna.

Prav radi tega, ker imetkom daje gospodarsko vrednost v večji meri, je trgovina še posebno važna; gospodarska vrednost stvari se objektivno kaže kakor cena; s ceno, izraženo v denarju, označujemo gospodarsko rabljivost stvari: trgovina je pa uprav gledé na ta prepomenljivi pojav gospodarskega organizma v svojem elementu, trgovina tvori, organizira ter regulira ceno gospodarskih imetkov, ona daje gospodarskemu dobru poslednjo, za gospodarske ter družbene funkcije potrebno obliko. V prometnem življenju, v katerem živimo vsi, bogati in revni, visoki in nizki, odkazani smo vsi, producenti in konsumenti, gledé cene stvari na regulujočo moč trgovine. Trgovina ni samo distributiven obrt, ki deli proizvode med konsumente, ampak je tudi organizator celega narodnega gospodarstva. Da trgovec primerja krajno in časno smer cen, da deva ponudbo in povpraševanje v soglasje, s kratka, da ekonomično razmišlja in špekulira, v tem je pravi poklic trgovca.

Oblike trgovine z blagom so različne; starejše oblike so krošnjarstvo in sejmska trgovina, novejše pa štacunarstvo, detailna trgovina, veletrgovina (kontorska trgovina) in borzna trgovina. O poslednji govorilo bo posebno poglavje.

Veletrgovina je, kakor ime pove, trgovina v velikem, posredovanje med velikimi producenti in velikimi konsumenti,

med veletovarnarji in detailnimi trgovci, eventualno med samimi trgovci ali med samimi tovarnarji. Pri veletrgovini vpliva konkurenca dobro, ker zabranjuje prevelike dobičke; moderni duh trgovine se tu zlasti kaže, kjer često odločuje uspeh maloprocenčni dobiček — seveda so tudi izjeme, posebno kadar se veletržci kartelirajo vkljub vsem modrim socijalnopolitičnim zakonom držav. Ker je velikost obrata merodajna, odpadajo preobilni in manjši grosisti, koncentrirano veletrštvo pa ostaja zmagovito na bojišču.

Značaj veletrgovine ima osobito trgovina z efekti in denarjem, ki se vedno bolj osredotočuje v velepodjetjih, zlasti v oblikah delniških družb.

Ako veletrštvo osredotočuje trgovino, je detailna trgovina uprav distributivna, razdeljujoča in v novejšem času zelo razširjena. Skoro v vsaki vasi je štacuna, in mala trgovina veže se intimno tudi s poljedelstvom in industrijo. Kmet stoji sredi denarnega gospodarstva, mora plačati davke v denarju, ne več v naturalijah, ima potrebe, kojih vzadovoljenje zahteva denar n. pr. k nakupu fabriške obleke, fabriškega železja in orodja, pa tudi že k nakupu kave, cukra, piva i. t. d.; mali kmet je vesel, če pride k njemu na dom potujoči nakupec, ki mu odkupi del njegovih pridelkov. Še bolj iščeta zveze s trgovino obrt in rokodelstvo, ki je osobito naseljeno v večjih krajih in mestih ter je še bolj odkazano na denar nego li kmetijstvo; nekateri obrti so itak pravzaprav tudi trgovine, kakor peki in mesarji; rokodelci pa radi postajajo trgovci, ki ne prodajo le izdelkov svojih rok, ampak tudi blago sorodne vrste, vsaj da privabijo več občinstva k sebi; ker je konkurenca velika, je rokodelec zadovoljen, če ima zmerom dela, akopram za majhen zaslužek, in rad prejema naročila od velikih magacinov in večjih trgovcev, a se ne zanaša več toliko na poedine, ker preredke naročnike.

Je li mala detailna in posebno mala lokalna trgovina narodnogospodarsko koristna in potrebna? Da se objektivno na to vprašanje odgovori, treba imeti pred očmi obči blagor celega naroda.

Na razpad celega malega detailnega trgovstva pač ne more in ne sme nikdo misliti. Vendar so pa okolnosti take, da nikdo ne more prezreti modernih tendenc v gospodarstvu, vsled kojih

tudi pri detailni trgovini prevladujejo velike oblike; v duhu teh modernih tendenc so tudi, kakor smo že namignili, konsumna društva.

Aksiom je, da je narodnogospodarsko dobro in koristno, kar je v prid celoti; celota pa, to je po večjem delu družba konsumentov, si želi, da dobi razne vrste blaga na kar najboljši način in po kar najnižji ceni. Le one kupčijske oblike se dajo ohraniti, ki temu interesu konsumentov najbolj ustrezajo; razumna trgovina mora si torej prisvojiti princip, kar največ profitirati z malimi procenti, to se pravi: z velikim obratom, z razsežnim odjemom; v naprednejšem gospodarstvu velja trgovcu geslo: Boljše je delati za milijone nego za milijonarje.

Razmere v detailni trgovini so pa dandanes prav težavne; predno si vzame kdo v program, da male detailne trgovce iztrebi, mora pač vse »pro« in »contra« vestno uvaževati.

Dejstvo je, da konkurenca v mali trgovini nima vsikdar onega blagodejnega vpliva pri tvorbi cen kakor v veletrgovini; široko občinstvo nima te razsodnosti kakor oni sloji, ki imajo oprakov z veletržci, in je vsled tega bolj izpostavljeno eventualnim slabim praktikam trgovcev. Toda če moramo zlorabljenje nevednega občinstva obsoditi, ne smemo na drugi strani pozabiti, da si mali trgovci morajo večjih procentov prislužiti radi primeroma mnogo večjega dela ter truda nego ga daje veletrgovina. Mali trgovini se je boriti z mnogimi težkočami; ne samo, da sili k njej preveč ljudij, ki nimajo prave sposobnosti, izobrazbe in podjetnosti (kapital se dandanes primeroma lahko dobi), preti malim trgovcem toliko nevarnosti, da je socialno vprašanje pri njih že dosti ostro, in da je treba resnega razmišljanja, kako rešiti to vprašanje.

Nevarnost je, da se dandanes, kakor smo že dejali, posredovanje med producentom in konsumentom zelo rado vrši brez trgovca; kakor se konsumenti združno vežejo v t. zv. konsumnih društvih, v katerih se včasih docela ugodno oskrbujejo z navadnimi potrebščinami, tako se družijo producenti, da skupno nakupujejo surovine in prodajajo proizvode; takšne proizvodstvene zadruge imajo posebno važnost za kmetijstvo, kateremu ostane na ta način marsikateri dobiček. Naj-

večja nevarnost za malo trgovino so pa veliki magacini, bazari in t. zv. skladišča, torej velepodjetja detailne trgovine. Posebno na torišču oblačil¹⁾ in tkanin razvile so se takšne, včasih uprav velikanske trgovine detailne, ki vporabljajo oni moderni princip maloprocenčnega dobička pri obsežnem obratu na detailno trgovino in ki delajo z bogato izbero, fiksnimi, za vse občinstvo enakimi cenami, sijajnimi prodajalnici, z reklamo, filialkami i. t. d. pravo revolucijo v detailni trgovini; najbolj nevarni so pa ti veledetailisti malim detailistom s sistemom razpošiljanja, kojega tadi fabrikanti sami porabljajo v svoj prospeh, a na škodo malih obrtnikov.

Ni dvoma, da ima veletrgovina, kakor vsak veleobrt, izvzemši velepodjetja v poljedelstvu, prednost pred malim podjetjem: velepodjetje zalaga v obče cenejše in boljše. Zato morajo tudi mali detailisti skrbeti za to, da tudi za sebe v prid obrnejo prednosti velepodjetij; zadruge detailistov za nakupovanje v velikem, fiksne cene, plačevanje kupovalcev in odjemalcev v gotovem — v tem je bodočnost male trgovine.

O konkurenci, s katero proti mali trgovini nastopajo krošnjarstvo, sejmska in potovalna trgovina, fiktivne dražbe itd. ne moremo tu natančneje govoriti.

Doslej smo vedno imeli na misli trgovino z blagom; ker je dandanes velik del premoženja naložen v vrednostnih papirjih, razvila se je tudi posebna in važna trgovina z efekti, o kateri bomo govorili v poglavju o bankah, in pa v poglavju o borzah. —

K sklepu še par besedi o glavnih tendencah v razvoju moderne trgovine.

Nov pečat daje, kakor rečeno, vsej moderni gospodarski organizaciji razvita delitev dela; tako so se tudi od prejšnje trgovine ločili samostalni obrti (špedicija, transport), zato pa ima dandanes trgovec manj obsežen delokrog in tudi manjši riziko. Razviti kredit in bankovstvo ponuja trgovcu kapitala dovolj katerega je pa radi manjšega obsega trgovskega poslovanja prav za prav manj treba ko kedaj. Dalje je dandanes kapital radi

¹⁾ n. pr. znana velefirma Rothberger na Dunaju in drugod.

brze cirkulacije plačilnih sredstev izdatnejši, nego prej; trgovec kot kupec pravilno svojemu zalagatelju (liferantu) ne plačuje koj v gotovini, temveč v menicah, katere prodajalci in zalagatelji oddajo bankam in tako z lahko pridejo k svojemu denarju. Trgovec — in sicer kakor kupec ali kakor prodajalec — ne potrebuje za trgovanje ravno velikega lastnega kapitala,¹⁾ temveč odločilne so sedaj v prvi vrsti osebne lastnosti trgovca: marljivost, energija, špekulativna nadarjenost, iznajdljivost, vestnost, s kratka: trgovski duh.²⁾ Ako je delokrog manj obsežen, je delo samo tem intenzivnejše. In trgovci, ki so kos tem modernim zahtevam svojega stanu, so še vedno, kakor vsikdar, pravi organizatorji celega narodnega gospodarstva, so »spiritus movens«, duša celega svetovnega gospodarstva. Poleg praproizvodstva in obrta je in ostane trgovsko delo in trgovska špekulacija prevažen tvoritelj gospodarskih vrednosti.

¹⁾ O tej demokratični strukturi modernega prometa smo gori z Bagehotom spregovorili (»Kredit« str. 110).

²⁾ O etičnem in socijalnopolitičnem pomenu trgovskega stanu dalo bi se še mnogo pisati, a opustiti moramo to pri razkladanju glavnih pojmov političnoekonomičnih. Ako so n. pr. Nemci dandanes mogočni (posebno zunaj v Nemčiji), zahvaljevati morajo za to ne v poslednji vrsti svoje trgovce; v lepi obliki je naslikal zadače trgovskega stanu za procvit narodni Gust. Freytag v takorekoč trgovskem romanu »Soll und Haben«. Ni dvoma, da si morajo Slovenci, ako se hočejo udeleževati kulture, prisvojiti tudi trgovsko kulturo, kojoj tako lepo poveljuje angleški pisatelj Sam Smiles; značilno za naše dežele je pa doslej žalibog, da je večja trgovina v rokah tujcev, in da je v obče trgovina slabo razvita; dejstvo pove dovolj, da gre več trgovine po reki Labi od Ustja (Aussig) nizdolu in nazaj, nego preko Trsta, torej na morju!

