

AKTUALNA TEMA

POTOVANJA

Priprave za svetovno razstavo v Bruslju, na kateri bo sodelovala naša država, se bližajo h koncu. Popolnoma razumljivo je, da vlada za to razstavo tudi pri nas veliko zanimanje. V zvezi z njo so turistične organizacije razvile živalno poslovno dejavnost, nekatera podjetja pa že določajo delegacije in posameznike, ki bodo obiskali razstavo.

Nekatera podjetja nameravajo poslati delegacije, posameznike in skupine na račun delovnih kolektivov. Opravka imamo celo s pojavi, da se delegacijam podjetij pridružijo tudi osebe, ki sploh niso člani teh delovnih kolektivov. Samo v enem mestu Srbije so izračunali, da bi kolektivi plačali 12 milijonov din za stroške svojih delegacij, ki so se v prvi skupini prijavile turističnim organizacijam za obisk razstave. V neki gospodarsko nerazviti občini, ki ima od gospodarskih podjetij samo manjšo tekstilno tovarno, je prijavljenih 70 delegatov za obisk razstave. Delegacije in posameznike nameravajo na stroške skupnosti poslati tudi taka podjetja in ustanove, ki za to nimajo pravo nobenega neposrednega interesa in koristi in tako se zastavlja vprašanje, kaj vodi organe samoupravljanja in vodilno osebje v takih podjetjih in ustanovah, ko sprejemajo take sklepe, ki očitno niso v skladu niti z interesi kolektiva niti z interesi skupnosti.

Ni prepozno in je še čas, da preprečimo nesmotno trošenje družbenih sredstev. V zvezi s tem bi morali delavski sveti bolj realno ugotavljati dejansko potrebo in smotnost teh potovanj. Vsak svoj sklep morajo sprejeti s pozornostjo dobrega gospodarja. To velja splošno in tudi v tem opisanem primeru. Ljudski odbori in družbeno politične organizacije bi se morale prav tako bolj zanimati za ta pojav. Tudi oni so dolžni, da preprečijo trošenje in tratenje družbenega denarja.

Ce želijo posamezniki in skupine obiskati razstavo, naj to store predpsem na svoje osebne stroške.

O nekaterih aktualnih trgovinskih problemih

Določen zavestni vpliv družbe na gospodarska dogajanja ni potreben samo v trgovini, temveč na vseh področjih gospodarskega življenja. Ta potreba ne izključuje določene stopnje in oblike samostojnosti gospodarskih organizacij in upoštevanja gospodarskih zakonov, zlasti zakona o ponudbi in povpraševanju, temveč terjata nasprotno prav ta samostojnost in upoštevanje teh zakonov tudi zavestno aktivnost družbe in samo s povezavo teh dveh činiteljev lahko dosežemo največje možne rezultate. Tudi v najbolj liberalnem sodobnem gospodarstvu (če je danes sploh mogoče govoriti o liberalnem gospodarstvu v klasičnem pomenu te besede) po eni strani so in učinkujejo gospodarski in tržni zakoni, toda po drugi strani pa še kako obstajata relativno zavesten vpliv in posredovanje. Ljudje bolj ali manj, tako ali drugače vplivajo (v nekih mejah) na smer in rezultate gospodarskega razvoja.

Ce povemo, da nekaterih težav v preskrbi in neopravičenih nihanj cen na nekaterih tržiščih, ki zmanjšujejo rezultate dosežene z naporom za povečanje osebne potrošnje, ne smemo pojasnjevati samo s subjektivnimi slabostmi trgovine in prometa, tedaj nismo rekli nič novega. Temeljna slabost današnje trgovine je neizpodbitno materialne in objektivne narave: njena nerazvitost. Vse do nedavna so bile vse sile gospodarstva usmerjene v obvladovanje hudih posledic vojnih opustošenj, gospodarske blokade in sušnih let, na krepitev gospodarske neodvisnosti in obrambne sposobnosti države ter na ustvarjanje bolj sodobne in krepke temeljne industrije, ki bo omogočila hitrejši razvoj drugih gospodarskih področij. V takem položaju so nekatera vprašanja morala počakati na končno rešitev (v materialnem pomenu, v pomenu določenega mesta, v razvrstitvi družbenih sil in sredstev), med njimi tudi mnoga trgovinska vprašanja.

Ce je govora o temeljnem materialnem pogoju trgovanja, o prodajalnah, tedaj moramo ugotoviti, da se je tudi njihovo število doslej počasi in s kolebanji povečalo, medtem ko je nasprotno promet naraščal hitreje in bolj enakomerno. Primerjajmo indeks količine prodanega blaga in indeks števila prodajal (l. 1952 smo vzeli kot 100):

	pred. blago	štev. prodaj.
1953	101	111
1954	111	106
1955	125	105
1956	129	109

Tudi pred letom 1953 je bilo število prodajal premajhno v primerjavi s prometom, sedaj pa se je ta neskladnost povečala, ker se je do l. 1956 količina prodanega blaga povečala skoraj za tretjino, število prodajal pa še ni doseglo števila iz l. 1953. V l. 1952 je odpadlo na eno prodajalno nekaj nad 10 milijonov din prometa, a v l. 1956 (po cenah iz l. 1952) približno 12 milijonov. Za l. 1957 še nimamo končnih podatkov o številu prodajal, gotovo pa je, da se je njihova obremenitev še povečala.

Materialno nerazvitost trgovine pa občutimo tudi na nekem mnogo širšem področju: od zelo majhnega števila lastnih vozil in sploh precej težavnih pogojev za prevoz do skladišnega prostora in možnosti za shranjevanje blaga, pakiranje itd. Te težave so zlasti občutne v prometu s kmetijskimi pridelki.

Dolga in draga pot blaga

Rešitev teh vprašanj je zelo odvisna od splošnega gospodarskega razvoja in gospodarske politike, vsekakor pa tudi od stališča samih trgovinskih organizacij in njihovih zbornic, nato pa tudi od stališča ljudskih odborov in združenih organizacij. Vrsta problemov je tudi takih, da je njihova rešitev bolj odvisna od delovnih kolektivov, od družbenih sil, od organov oblasti in uprave ter od naših organizacijskih in poslovnih možnosti.

Med take probleme bi lahko uvrstili tudi dolgo in drago pot blaga od proizvajalca do potrošnika, ki jo predvsem lahko pripisemo velikemu številu posrednikov v prometu, posebno ko je govora o živilih.

Primerjava prometa na drobno in prometa na debelo v zadnjih nekaj letih (v milijardah dinarjev) nam nudi naslednjo sliko:

	promet na drobno	promet na debelo
1953	397	345
1954	467	471
1955	567	608
1956	618	641
1957	763	833

Od l. 1953 do 1957 se je promet na drobno povečal 1,9-krat, promet na debelo pa 2,4-krat. Pri tem pa pojav s temi številkami še vedno ni popolnoma registriran, ker je tudi pot od proizvajalca do veletrgovinskega podjetja dolga, draga in zapletena. Rešitve tega problema ne iščemo samo v zmanjšanju števila raznih grosistov,

in posredovalcev, temveč tudi v mnogo večjem in aktivnejšem neposrednem vplivu proizvajalcev na tržišče. Predvsem neposredno — s prinašanjem blaga — a tudi na druge načine.

To se ne nanaša samo na pridelovalce kmetijskih pridelkov, temveč tudi na industrijska podjetja. Teorija o absolutnem in popolnem prepuščanju prodaje trgovini ni bila pri nas niti nikoli sprejeta. Predlanskim smo imeli 2124 prodajalnih samo industrijskih podjetij. Ta podjetja pa lahko tudi v prodaji po trgovinah vplivajo na prodajne pogoje in cene, med drugim tudi s sistemom rabata (kjer je to mogoče), s posebnimi aranžmaji in sploh s tesnejšim stikom z omrežjem prodajal ali z zbornicami.

Cene, nagrajevanje in delovni učinek

Nadalje gre za odpravljanje tistih nezahvalnih pojavov, ki lahko izvirajo iz polne samostojnosti poslovanja trgovinskih organizacij, zasnovanega na gibanju ponudbe in povpraševanja v razmerah nerazvitosti trgovinskih zmogljivosti in občasni kratkotrajni nihanji v dotoku blagovnih skladov. Ne glede na to, koliko je za vsa država in vse leto blagovni sklad izbalansiran s kupnim skladom in s povpraševanjem, ki izvira iz prizadevanj po povečanju osebne potrošnje, lahko pride v posameznih trenutkih in na posameznih tržiščih do čepov kratkotrajne neskladnosti med ponudbo in povpraševanjem in lahko taka trenutna konjunktura služi kot povod za spremembo cen. To toliko bolj, ker ni dovolj prodajalnih, poslovna konkurenca med njimi se ne more popolnoma razviti in tako je v njihovem položaju do potrošnikov tudi nekaj monopolističnih ptez. Pomemben ukrep na tem področju je

bil sprejet prav te dni. To je odločba zveznega izvršnega sveta o dolžnosti gospodarskih organizacij, da svoja združenja in zbornice oziroma ljudske odbore obveščajo o morebitnih namerah glede zvišanja cen, da bi ti lahko raziskali upravičenost tega zvišanja in — če je to potrebno — storili kakšne ukrepe.

Eno izmed najvažnejših vprašanj te vrste je tudi vprašanje nagrajevanja v trgovini. O njem razpravljamo in ga proučujemo že več let, zbrane so bile dragocene izkušnje in se je mogoče sedaj približati k njegovemu reševanju. Tudi v trgovini kakor na drugih gospodarskih področjih izhajamo tu od ustvarjenega dohodka in njegove razdelitve, kar je popolnoma v skladu s vsem sistemom gospodarjenja in njegovimi načeli. Vzporedno s tem pa imamo v industriji tudi instrumente razdelitve in nagrajevanja v podjetjih, ki vežejo osebni dohodek predvsem na delovni učinek, na proizvedeno količino in kakovost blaga itd. — kakršni so norme in premije. V trgovini še nimamo instrumentov, da bi spravili osebni dohodek osebe v odvisnost ne samo od dohodka trgovinske organizacije, temveč tudi od količine blaga, ki ga prodaja, od vzdrževanja in varovanja tega blaga in sploh od njihovega delovnega in poslovnega učinka. Ni dvoma, da je v trgovini mnogo težje pravilno določiti in uporabljati take instrumente, mogoče pa je najti neke rešitve, čeprav niso uporabljive popolnoma za vse trgovinske kolektive. Velika prednost takih instrumentov bi bila v tem, da bi spodbujala k nabavljanju in prodaji čim večjih količin blaga (a s tem, če se dobro določijo in izvedejo, tudi na kakovost in varovanje blaga). To bi učinkovalo prav nasprotno vsaki težnji, da bi dohodke povečali z izkoriščanjem trenutnih konjunktur in premalo razvite konkurence z dviganjem cen.

Stalnost tržišča, poročstvo za cene in rezerve

Nekatera izmed vprašanj, o katerih je govora, se tičejo sigurnosti in stalnosti tržišča. To se predvsem nanaša na nadaljnjo obdelavo in razširitev sistema z jamčenimi cenami za kmetijske pridelke, ki je zelo pomemben za proizvajalce in kmetijsko proizvodnjo, toda tudi za potrošnike. Če je gotov, da bo lahko svoje pridelke prodal po neki ceni, bo predelovalec mnogo bolj zainteresiran, da jih bo redno in čim več prideloval, to pa hkrati pomeni, da bo tržišče bolj in bolj redno oskrbovano. Tudi na tem področju že imamo nekatere praktične rešitve. Sprejeti so bili nekateri ukrepi, ki se tičejo cen žita in živine. Preostaja, da ta sistem obdelamo in razširimo, vsekakor ne na tej podlagi, da bi nosila organizacijo in tveganje teh ukrepov izključno zveza, temveč nasprotno, da v čim večji meri sodelujejo gospodarske organizacije, zadrage in tudi komune, ki so prav tako zainteresirane tako na proizvodnji kakor na preskrbi in ki so v nekaterih primerih že nastopale s svojimi jamstvi ob kontrahiranju. S silami zadrug, trgovin in komun je mogoče organizirati precej učinkovit sistem takih jamstev in znatna sredstva v ta namen.

Podobno je tudi s sistemom državnih rezerv, ki jih do nedavna nismo niti mogli ustvarjati, sedaj pa je potrebno, da jih povečujemo in da izpopolnjujemo način in organizacijo njihovega uporabljanja, da bi mogle čim bolj uspešno učinkovati kot regulator stabilnosti tržišča.

Razen vseh teh, ki smo jih navedli, je še vrsta drugih perečih vprašanj trgovine. O vseh teh vprašanjih že dalj časa

razpravljamo in jih proučujemo tako v zveznih kakor v republiških organih ter v trgovinskih zbornicah in združenih organizacijah. Prav sedaj so v teku obsežne priprave za celo vrsto ukrepov, od katerih so bili nekateri, kakor smo pripomnili, že sprejeti. Odločbe o kompleksnejših rešitvah bo morala sprejeti nova ljudska skupščina, ki bo morala posebej razpravljati o trgovinskih problemih.

Trajne rešitve mora prinesiti vsekakor gospodarski razvoj sam z večjo proizvodnjo potrošnega blaga, z boljšimi prevoznimi pogoji, z večjimi možnostmi za tehnično izboljšanje prometa itd. Ti ukrepi pa bodo vendar imeli pomemben vpliv na tržišče, če se bodo za njihovo uspešno uveljavitev zavzele vse družbene sile in vsi organi ter organizacije, ki so v stiku z razvojem trgovine in lahko na ta razvoj vplivajo.

Vpliv družbenih sil

Pri nas je v načelu že sprejeto pojmovanje, da sta trgovina in preskrba potrošnikov ena izmed prvih skrbi komune. V praksi pa to še ni prišlo do popolnega izraza. Delno tudi zato, ker so komune še vedno v procesu prevzemanja pomembnih funkcij in ni mogoče pričakovati, da bi v relativno kratkem roku popolnoma prevzele vse v svoje roke. Vendar je tu za zdaj najvažnejše samo razmerje komun do trgovine na svojem področju, a to ni bilo enako povsod in do vseh oblik tega problema. Razen pozitivnih primerov zavzemanja komun za reševanje problema trgovine imamo tudi nasprotno.

Tako bi mnoge komune lahko odvedle za investicije v trgovino več sredstev, kakor so jih dejansko odvedle. Kakor da bi šlo za nedelavnost, so investicije še vedno preveč usmerjene v industrijo (seveda, ne gre za to, ali so kakšne investicije nekoristne, temveč za to, da bi sredstva, ki so vendarle omejena, razporedili najbolj racionalno in v skladu z zahtevami, ki jih postavlja sprejeta gospodarska politika). Mimogrede lahko pripomnimo, da tu vloge komun ni mogoče omejiti samo na vlogo investitorja, temveč je tudi iniciator. Najuspešnejše lahko med drugim organizirajo koncentracijo sredstev za investiranje v trgovino, ki so sicer precej razdrobljena ter razkropljena po različnih organizacijah.

Vloga trgovinskih zbornic se je zdaj znatno povečala, s tem pa tudi njihove možnosti, da vplivajo na razvoj trgovine, a tudi njihove odgovornosti. Že prej so pokazale pomembno in konstruktivno aktivnost v zvezi z dogovarjanji o cenah, organizacijskimi ukrepi v trgovini, učenjem delavcev, iskanjem najprimernejših načinov za nagrajevanje v prometu, toda z novimi predpisi o združevanju v gospodarstvu njihove obveznosti naraščajo in javnost pričakuje od njih kot predvsem družbenih organizacij v gospodarstvu pomemben prispevek k uveljavljanju ukrepov za izboljšanje in ureditev tržišča.

Od vseh oblik družbenega vpliva na tržišče je bil doslej najmanj izkoriščen neposreden vpliv potrošnikov. Dosedanji podatki o številu potrošniških svetov in njihovi aktivnosti to najbolj kažejo. Nedvomno pa je, da so potrošniki najbolj zainteresirani na dobrem in pravilnem vodenju trgovine in da bi bilo v primerljivih oblikah in na določen način mogoče njihovo aktivnost in njihov vpliv na promet izkoristiti mnogo bolj in s pomembnim učinkom. Zdi se, da je nujno vsestransko proučiti vse dosedanje izkušnje v tem pogledu, čeprav so še kratkotrajne in nevelike, poiskati vzroke slabosti in načine, da se angažiranju samih potrošnikov v skrbi za trgovino dajo nove spodbude. Vsekakor bo najbolj neposredno in najbolj praktično delo za nadaljnji napredek v prometu odvisno vendarle od samih trgovinskih organizacij in zadrug. Njihove možnosti, da prispevajo k tem splošnim prizadevanjem, so zelo velike, od iskanja bolj neposrednega medsebojnega stika zaradi izoginitve posredovalcem do skrbi za napredek lastnega poslovanja, a posebno za povečanje materialne podlage tega poslovanja z investicijami. Znano je, da bi bile lahko lani trgovinske organizacije vložile v izboljšanje trgovine znatno večja sredstva, kakor so jih vložile. Z določenimi svojimi investicijami lahko zadrage prav tako izboljšajo pogoje za zbiranje, prevoz in prodajo tržnih presežkov. Te investicije se bodo tikale nedvomno predvsem izboljšanja kmetijske proizvodnje in boljše prodaje pridelkov, posredno pa bodo lahko vplivale tudi na izboljšanje prometa.

O trgovinskih in združenih organizacijah, komunah, zbornicah in potrošniških svetih ni govora zgolj zaradi opozarjanja na potrebo, da se angažirajo za čim bolj dosledno uveljavljanje ukrepov, ki bodo sprejeti ali ki so že bili sprejeti, temveč predvsem, da bi poudarili najnost njihove stalne in sistematične skrbi, kakor tudi vseh družbenih sil in čimteliev na tem zelo pomembnem področju našega gospodarskega razvoja, ki glede na politiko zvišanja osebne potrošnje še pridobiva na pomenu.