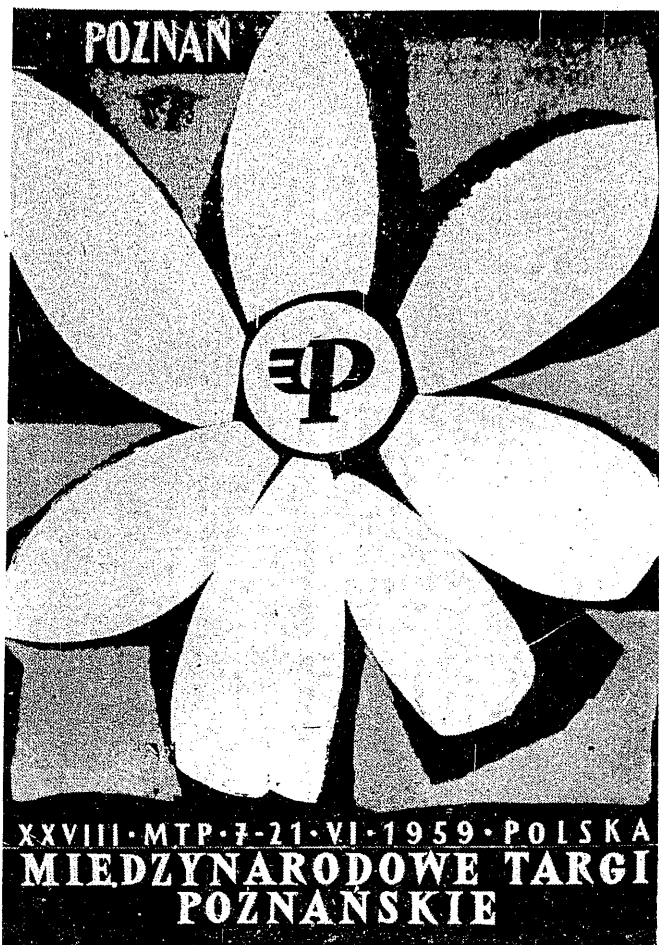




Istota i granice decentralizacji

EDWARD LIPiŃSKI

W historii są zawsze możliwości, których realizacja, obciążenie w sferze rzeczywistości, zależy od aktywnej działalności ludzi. Prawa historii determinują tylko część historycznie narastającej rzeczywistości. W pewnych granicach — dość rozległych — działa autonomia politycznego czynu. Ta autonomia jest zresztą również historycznie uwarunkowana, są no bowiem dojdzie do władzy grupy zamierzającej dokonać twórczego aktu historii, musi być historycznie przygotowane. Zwycięstwo rewolucji październikowej, albo rewolucji chińskiej nie było bynajmniej w danym momencie czasu historyczną koniecznością, było jedynie historyczną możliwością, aktywnie zrealizowaną.

Istnieje jednak wiele historycznych możliwości, które bynajmniej nie są rzeczywistiane, np. na skutek braku ośrodka rewolucyjnej inicjatywy i społecznej siły, niezbędnej do realizacji tej inicjatywy.

Kasztan, który rośnie pod moim oknem, każdej jesieni zrzuca na ziemię tysiące dojrziałych nasion. Z tych nasion zazwyczaj nie wyrasta ani jedno drzewo, mimo iż ziemia i wilgoć stwarza dla wielu z nich korzystne warunki wzrostu.

Z sytuacji stwarzającej możliwość decyzji i czynu nie zawsze wynika jedno i drugie. Nie wszyscy rozporządzają odpowiednimi warunkami — kreatywno — organizacyjnymi. Nie wszystkie inicjatywy przebiegają do poziomu czynu. Nie zawsze bąda się przezwyciężenie przeszkód

oraz momentów organizacyjnych (waskie przejścia). Inicjatywa musi być przeciwieństwem w organizacji, zinstytucjonalizowana. Instytucjonalizacja wymaga pomocy, siły, często — przemocy.

Akt znalezienia, wykrycia oraz realizacji pozytywnej możliwości historycznej jest aktem twórczym. Nie istnieje bowiem mechaniczna konieczność ani jej ujawnienia, ani realizacji. Jest to akt twórczy jeszcze z tego powodu, że stwarza fakt absolutnie dotychczas nie istniejący. Produkcja dzisiejsza nie tylko daje dobra służące do zaspokojenia potrzeb, ale i same potrzeby. Zawsze istnieją szanse powstawania określonych potrzeb ale zjawiają się one konkretnie dopiero wówczas, gdy wyprodukowano środki umożliwiające ich zaspokojenie.

Założenie wolnej marzy możliwości nie oznacza woluntaryzmu. Istniejąca marza możliwości daje się zaktywizować jedynie w granicach określonych przez aktualnie wąskie przejścia.

Istnieje nadto historyczne uwarunkowanie każdego dziejowego czynu. Socjalizm Morusa był utopią, jak był nim socjalizm Fouriera. Ale nie był utopią socjalizm Lenina, mimo iż nie istniała historyczna, mechaniczna konieczność zwycięstwa rewolucji październikowej. Istotny sens tej rewolucji — przyspieszone uprzemysłowienie niedorозwiniętego kraju — był uświadomiony dopiero w długotrwałej walce poli-

DOKONCZENIE NA STR. 2

W NUMERZE:

Rozmawiamy z kierownictwem handlu zagranicznego

WACŁAW JASTRZĘBOWSKI — Sugestia czy informacja w reklamie

ZOFIA DOBRSKA — Koniunktura czy rozwój

— str. 3

— str. 6

— str. 7



gospodarcze

TYGODNIK SPOŁECZNO-GOSPODARCZY

23

ROK XIV WARSZAWA—7 czerwca 1959 R. CENA 2 ZŁ Nr 403

Targi, w szczególności targi międzynarodowe, odgrywają poważną rolę w gospodarce światowej. Świadczy o tym żywiołowy wzrost ilości imprez targowych, jaki zarysował się po II wojnie światowej.

Istnieje wiele przyczyn, które spowodowały narastanie liczby targów bezpośrednio po wojnie. Zmieniły się granice i oblicza polityczne i gospodarcze szeregu krajów, wystąpiło silne dążenie do nawiązania zerwanych w wyniku działań wojennych — stosunków handlowych między wieloma krajami, przede wszystkim zaś rynek światowy odczuwał ostry brak wielu niezbędnych towarów.

Jednocześnie określone koła polityczne zaczęły wprowadzać sztuczny podział świata na dwie części, utrudniając swobodny rozwój międzynarodowej wymiany handlowej.

W tych warunkach targi międzynarodowe spełniały ważną rolę w dziedzinie przełamania ówczesnych trudności, będąc jednocześnie czynnikiem wywierającym bezpośredni wpływ na rozwój produkcji i myśli technicznej. Rozwój ten poszedł tak daleko, że już w kilkanaście lat po wojnie w szeregu krajów wystąpiły objawy nadprodukcji i związanej z tym recesji tempa rozwoju. Powstała „rynku nabywcy” w gospodarce światowej automatycznie powodują wzrost nakładów na reklamę i aktywność, a że targi są jedną z ich najdoskonalszych form, to nie mogły się dziwić, że w ostatnich latach liczba imprez targowych na całym świecie — w szczególności zaś w krajach wysoko uprzemysłowionych, rośnie z roku na rok.

Rozwój techniki jest przy tym ostatnio tak szybki, że prowadzi do coraz głębszej i dokładniejszej specjalizacji branżowej wytwórczości. A specjalizacja w produkcji znalazła odbicie i na polu wystawiennictwa w postaci szybko rosnącej liczby branżowych imprez targowych. Tak na przykład w 1959 r. przewidziane jest zorganizowanie na świecie około 100 międzynarodowych imprez targowych o charakterze ogólnym, na których wystawione będą towary różnych dziedzin wytwórczości. Jednocześnie kalendarz targowy przewiduje kilkadziesiąt imprez branżowych, poklasyfikowanych na około 120 grup, z których każda odpowiada jednemu z wytwórców. Tak więc dziś można stwierdzić, że nie ma prawie galei wytwórczości, która by nie posiadała swego odpowiednika w postaci imprezy wystawowo-targowej.

Oceniając przedstawione tu obserwacje należy stwierdzić, że aktual-

ny stan cechuje pewien przerost ilości targów w stosunku do istotnych potrzeb rynku światowego. W wielu wypowiedziach czołowych przedstawicieli życia gospodarczego przebiega nuta znużenia targami. I dlatego już wkrótce można oczekiwać przerwania działalności przez szereg imprez targowych, słabszych finansowo lub też zbyt pochopnie powoływanych do życia w okresie boom'u lat ubiegłych.

Jak na tym tle przedstawia się aktualna sytuacja Międzynarodowych Targów Poznańskich?

Należy z zadowoleniem stwierdzić, że MTP nie odczuwają dotychczas

1958 r. podkreślany był w wypowiedziach wystawców oraz fachowej prasy zagranicznej jako przejaw rosnącego zainteresowania Targami Poznańskimi oraz jako przykład właściwych, optymalnych proporcji między ekspozycją krajową a zagraniczną. Pod tym względem MTP mają zdecydowaną przewagę nad większością pozostałych targów międzynarodowych, gdzie przeważnie proporcje te kształtują się odwrotnie.

Corocznie Międzynarodowe Targi Poznańskie stanowią pełny przegląd potencjału gospodarczego i możliwości eksportowych Polski. Szcze-

obrotów międzynarodowych Polski. Planowane jest zarówno zwiększenie naszego eksportu jak i importu. By jednak więcej importować, musimy więcej sprzedawać — to zaś — w obecnej sytuacji istnienia „rynku kupującego” — wymaga zwiększenia reklamy naszych towarów. Targi Poznańskie — to nasz najdobitniejszy środek reklamowy, to bowiem można zademonstrować zagranicznym kontrahentom cały wachlarz produkcji eksportowej.

Targi pod jednym jeszcze względem odgrywają ważną rolę dla rozwoju naszego handlu zagranicznego. Ułatwiają one mianowicie pracow-

ROLA MIĘDZYNARODOWYCH TARGÓW W GOSPODARCE

ANTONI K. ADAMOWICZ

Prezes Polskiej Izby Handlu Zagranicznego

ujemnego wpływu zwiększonej konkurencji innych imprez wystawienniczych. Zainteresowanie zagranicznych sfer handlowych i przemysłowych Targami nie tylko, że utrzymuje się na poziomie z lat ubiegłych, ale poważnie rośnie.

Ilustrują to następujące dane:

	XXIV MTP 1955	XXVII MTP 1958
Powierzchnia kryta w tys. m ²	42	57
Ilość uczestniczących krajów	24	39
Powierzchnia zajęta przez wystawców zagranicznych w tys. m ²	28	58
% powierzchni zagranicznej w stosunku do całości ekspozycji	37,5	62,8

Warto zauważyć, że wysoki (62,8%) udział ekspozycji zagranicznej na Targach Poznańskich w

gólnie poważna jest ich rola przy nawiązywaniu stosunków między Wschodem a Zachodem. Zdają sobie z tego sprawę nasi zachodni kontrahenci, gdyż chętnie przyjeżdżają do Poznania i nie kryją swego przeświadczenia, że miasto to leżące na skrzyżowaniu odwiecznych szlaków handlowych z północy na południe oraz ze wschodu na zachód, miasto o tradycjach targowych sięgających XIV wieku, stanowi główny i najważniejszy punkt styku i wymiany handlowej między Wschodem a Zachodem.

Zwiedzający MTP może podziwiać imponującą ekspozycję krajów socjalistycznych. Unaooczenie wielkich osiągnięć gospodarki socjalistycznej, przeglądają potencjał gospodarczego krajów demokracji ludowej, obraz naszej dynamiki rozwojowej oraz uświadomienie szerokim masom społeczeństwa postępów ekonomicznych naszego obozu — to politycznie ważne zadanie Międzynarodowych Targów Poznańskich na odcinku krajowym.

Targi Poznańskie są imprezą handlową. Tu ma miejsce podpisywanie licznych kontraktów eksportowych i importowych. Obroty międzynarodowe Polski na tej imprezie ustabilizowały się na poziomie nieco poniżej 450 mln zł dewizowych rocznie, co stanowi ponad 5% rocznych obrotów handlu zagranicznego.

Niemniej nie transakcje bezpośrednio zawierane na Targach są najważniejszą korzyścią handlową, jaką czerpie kraj z imprezy poznańskiej. Targi — to nasze wielkie okno wystawowe, to jedyny w ciągu roku pełny zestaw towarów przeznaczonych na eksport, oferowanych naszym kontrahentom zagranicznym, to przegląd kierunków rozwojowych polskiej produkcji i myśli konstrukcyjnej. Tu 5 tysięcy kupców, producentów i techników z kilkudziesięciu krajów świata może zobaczyć i wypróbować towary polskie już gotowe do sprzedaży oraz te, których dostawa może nastąpić w późniejszym okresie.

Rola Targów nie ogranicza się jednak tylko do torowania drogi dla eksportu. Zgromadzenie na Targach znacznej liczby eksporterów zagranicznych, oferujących swe towary, ułatwia również działalność importową. Na MTP powstaje bowiem konkurencja między wystawcami zagranicznymi, z których każdy pragnie sprzedać swe produkty. Prowadzi to niejednokrotnie do uzyskania przez stronę polską korzystniejszych cen lub dogodniejszych warunków płatności, a nado pozwala na dokonanie zakupu towarów, najlepiej odpowiadających naszym wymaganiom technicznym.

Plany perspektywiczne handlu zagranicznego przewidują w najbliższych latach wydatny wzrost

ników naszych przedsiębiorstw handlu zagranicznego zawieranie znajomości w sferach kupieckich i zacieśnianie kontaktów z kontrahentami zagranicznymi. Sprawa ta ma bardzo istotne, choć niekiedy niedoceniane, znaczenie. Warto przy tym zaznaczyć, że na pewnych rynkach kupiec, który nie posiada nawiązanych stosunków z tamtejszymi poważnymi firmami, ma wysoce ograniczone lub prawie żadne szanse zawierania kontraktów. Temu zapobiec mogą właśnie Targi Poznańskie.

MTP trwają dwa tygodnie. Na ten okres zjeżdża do Poznania kilkuset pracowników aparatu handlu zagranicznego, przy czym delegowani są przeważnie młodzi i dobrze zapowiadający się pracownicy, którym brak jednak odpowiedniej rutyny i otrzaskania międzynarodowych i wyprawnych handlowców zdobywają ostateczny szlif, doskonały sposób prowadzenia rokowań handlowych, nawiązują kontakty osobiste z zagranicznymi partnerami, słowem — podnoszą swe kwalifikacje i walory zawodowe. Targi Poznańskie to wielka szkoła dla aparatu central handlu zagranicznego, to poligon, na którym dyrektorzy przedsiębiorstw wypróbowują nowy narybek handlowców polskich.

Dydaktyczna rola MTP obejmuje również i inne zawody i specjalności, zwłaszcza zaś nasze kadry inżynieryjno — techniczne. Od kilku już lat prowadzona jest akcja organizowania zwiedzania Targów przez kadry techniczno-ekonomiczne naszego przemysłu. Tu bowiem kilkusetosobna grupa z naszego przemysłu może najnowocześniejsze osiągnięcia techniczne krajów wysoko uprzemysłowionych i kierunki rozwojowe myśli technicznej. Dla tych zaś, którym specjalnie zależy na dokładnym poznaniu określonych zagadnień technicznych, pracuje specjalna komórka Naczelnej Organizacji Technicznej, tzw. Informacja Techniczna NOT na MTP. Zadania tej komórki prowadzą się do organizowania w drodze odczytów, referatów, konferencji, prelekcji, dyskusji i pokazów filmowych — wymiany doświadczeń i osiągnięć technicznych między zagranicznym i polskim światem technicznym.

Nie sposób w prasowym artykule wyczerpać tak obszerne zagadnienie, jak korzyści płynące dla gospodarki narodowej z organizacji Międzynarodowych Targów Poznańskich. Na zakończenie należy jednak dodać, że rząd i kierownictwo resortu handlu zagranicznego w pełni doceniają dotychczasowe osiągnięcia MTP i czynią wszelkie możliwe kroki dla dalszego rozwoju tej tak ważnej imprezy.

Rozwój polsko-radzieckich stosunków gospodarczych

Stosunki gospodarcze między Związkiem Radzieckim i Polską z roku na rok rozwijają się coraz pomyślniej. Już w 1946 roku wzajemne obroty towarowe były o 20% wyższe niż obroty między tymi krajami w okresie dziesięciu lat przedwojennych. W czasie między 1946 a 1957 rokiem obroty towarowe zwiększyły się ponad trzykrotnie, wynosząc w 1957 roku 2747 mln rubli.

Szybkiemu wzrostowi handlu między obu krajami sprzyja wspólność celów narodu radzieckiego i polskiego — obu kręcących na drodze budownictwa komunistycznego. Polska, która produkuje liczne towary na eksport, potrzebuje surowców dla hutnictwa żelaza i metali nieżelaznych, dla przemysłu chemicznego, gumowego, włókienniczego oraz innych gałęzi przemysłu. Potrzebuje maszyn i innych urządzeń dla wyposażenia przemysłu i rolnictwa. Potrzebuje niektórych rodzajów produkcji rolniczej. Większość tych towarów wytwarza i eksportuje Związek Radziecki. Z kolei dla ZSRR duże znaczenie mają węgiel i koks, wagony kolejowe, stat-

M. NIESTIEROW
Przewodniczący Wszechzwiązkowej Izby Handlowej w Moskwie

ki i ich wyposażenie, cynk oraz szereg innych towarów, dostarczanych przez Polskę.

Związek Radziecki współpracuje z Polską na podstawie umów handlowych oraz różnych porozumień gospodarczych. W pierwszych latach powojennych handel prowadzony był w oparciu o coroczne porozumienia w sprawie obrotu towarowego i płatniczego. Sukcesy Polski w rozwoju gospodarczym oraz przejście do perspektywicznego planowania gospodarki narodowej stworzyły przesłanki dla długoterminowych umów handlowych. Pierwsza pięcioletnia umowa handlowa (1948—1952) odegrała wielką rolę w socjalistycznej przebudowie Polski. W tym okresie Związek Radziecki był głównym dostawcą wyposażenia dla przemysłu hutniczego, górniczego, chemicznego, cementowego oraz innych gałęzi przemysłu. Polska otrzymywała z ZSRR takie surowce, jak ruda żelazna, manga-

nowa i chromowa, jak produkty naftowe oraz metale nieżelazne.

Radzieckie dostawy maszyn, urządzeń oraz surowców przemysłowych, jakie miały miejsce zgodnie z drugą długoterminową umową handlową (1953—1957), miały ważne znaczenie dla pomyślnego wykonania polskiego planu sześcioletniego, dążącego do przekształcenia Polski w potężny kraj przemysłowo-rolny.

Przy pomocy Związku Radzieckiego zbudowano i dalej się buduje około 70 wielkich przedsiębiorstw przemysłowych, w tej liczbie kombinatów hutniczych im. Lenina, zakłady stal i szlachetnych „Warszawa”, elektrocieplownię „Żerani” i wiele innych. Nowe gałęzie przemysłu maszynowego, jak budowa maszyn, samochodów, turbin i kotłów, rozwijały się z pomocą ZSRR.

Obecnie handel między obu krajami prowadzony jest w oparciu o umowę handlową o wzajemnych do-

stawach towarowych na lata 1958—1960. Umowa ta przewiduje wzrost obrotu towarowego między ZSRR i Polską o ponad 20% w porównaniu z 1956 rokiem.

Równocześnie z zakończeniem terminu działania umowy, w 1960 roku, dobiega pomyślnie do końca plan rozwoju gospodarki Polski. W wtycznych III Zjazdu Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej nakreślony został szeroki program rozwoju gospodarki narodowej Polski w latach 1959 — 1965. Pomyślnemu wykonaniu tego programu sprzyjać będzie dalsze rozszerzenie handlu radziecko-polskiego w latach 1961 — 1965. Ze Związku Radzieckiego do Polski dostarczane będą takie towary, jak ruda żelazna, manganowa i chromowa, azbest, ropa naftowa, produkty naftowe oraz inne towary, jak również wyposażenie dla budujących się zakładów przemysłowych. Z Polski do ZSRR przewiduje się dostawy węgla kamiennego, koksu, wyrobów walcowanych, rur stalowych, statków pełnomorskich, obra-

DOKONCZENIE NA STR. 2

WYMIANA TOWAROWA Z KRAJAMI SOCJALISTYCZNYMI

Wywiad z wiceministrem TADEUSZEM KROPCZYŃKIM

Powszechnie wiadomo, że filarem naszego handlu zagranicznego jest wymiana towarowa ze Związkiem Radzieckim i krajami demokracji ludowej. Czy z okazji XXVIII Międzynarodowych Targów Poznańskich nie zechciałby Pan Minister przedstawić naszym czytelnikom dotychczasowego rozwoju naszego handlu z tymi krajami?

Nasze stosunki z krajami obozu socjalistycznego zapoczątkowała podpisana w lipcu 1947 r. pierwsza po wojnie umowa handlowa ze Związkiem Radzieckim. Umowa ta miała dla nas bardzo poważne znaczenie, zarówno polityczne jak i gospodarcze. Dostawy radzieckie dla zniszczonego przez wojnę kraju były wyrazem nowych, braterskich, opartych na wzajemnych korzyściach stosunków między krajami, które obrały wspólną drogę budowy socjalizmu.

Równolegle zawierano umowy z pozostałymi krajami socjalistycznymi, które również były przepełnione wspólnym dążeniem do jak najszybszego rozwinięcia wzajemnej wymiany towarowej, do zacieśniania więzów współpracy gospodarczej.

Czynnikami sprzyjającym stalemu rozszerzaniu wzajemnej wymiany towarowej jest — niezależnie od innych powodów — dogodne położenie geograficzne Polski w stosunku do innych krajów obozu socjalistycznego. Pozwalała to na zmniejszenie kosztów związanych z obrotem towarowym.

Toteż handel zagraniczny Polski z krajami socjalistycznymi rozwija się dość szybko, o czym można się przekonać z następujących liczb (obrotów w mld zł dewizowych): 1945 — 0,3; 1951 — 3,8; 1954 — 4,9; 1957 — 5,4; 1959 (plan) — 6,2.

Czy wraz z wzrostem obrotów zmieniała się struktura towarowa eksportu i importu naszego z krajami obozu socjalistycznego?

Do roku 1956 czołowe miejsce w naszym eksporcie zajmowały paliwa i surowce, ich udział w całości eksportu do krajów socjalistycznych sięgał w niektórych latach 95 proc.

W miarę rosnącego zapotrzebowania krajowego na paliwa i surowce spadał eksport tych towarów i w 1959 roku ich wywóz do krajów socjalistycznych obniżył się do 48 proc. całości tego eksportu.

Na zmniejszenie się udziału przewozów w naszym eksporcie do krajów socjalistycznych wpłynął nie tylko spadek ilościowy wywozu węgla, ale również poważny wzrost eksportu maszyn i urządzeń.

Nasz tabor pływający i kolejowy, cukrownie i zakłady betonów komórkowych, obrabiarki, samochody i inne maszyny znajdują coraz większy zbytni w krajach socjalistycznych. Podczas gdy w 1950 roku udział sprzętu inwestycyjnego w naszym eksporcie do Związku Radzieckiego i krajów demokracji ludowej wynosił tylko 13,5 proc., to w 1956 roku powiększył się on do ponad 21 proc., w 1957 roku osiągnął wielkość 31 proc., w 1958 roku — 36,7 proc., a w roku bieżącym przewiduje się ukształtowanie się tego wskaźnika na poziomie 41 proc.

Głównym odbiorcą maszyn i urządzeń był i jest nadal Związek Radziecki, który w roku bieżącym otrzymuje 54 proc. eksportowanych przez nas maszyn. Niemalże całość maszyn sprowadzają od nas również takie kraje, jak NRD, Chiny Ludowe, Czechosłowacja, Bułgaria i Węgry. Przypada na nie łącznie ponad 40 proc. naszego wywozu maszynowego.

Odmienne tendencja występuje w zmieniającej się strukturze towarowej naszego importu z krajów socjalistycznych. W swoim czasie odegrał on decydującą rolę w rozwoju całej naszej gospodarki, a i dzisiaj ma on niemałe znaczenie.

Dostawy maszyn i urządzeń oraz niezbędnych dla pracy przemysłu surowców ze Związku Radzieckiego i krajów demokracji ludowej zabezpieczyły realizację naszych planów gospodarczych zwłaszcza w okresie stosowania ograniczeń przez państwa kapitalistyczne.

Czołową pozycję naszego importu, której udział kształtuje się na poziomie 50 proc., stanowią paliwa i surowce. A więc przede wszystkim rudy żelaza, manganu i metali kolorowych, ropa i produkty naftowe, wyroby walcowane, cyna, nikiel, aluminium, kauczuk, bawełna itp.

W pełni lub w przeważającej większości zapotrzebowanie na te surowce pokrywają dostawy z krajów socjalistycznych.

Import maszyn i urządzeń z krajów socjalistycznych był szczególnie wysoki w okresie odbudowy i forsownej industrializacji naszego kraju. Ich udział w ogólnym przywozie z tych krajów stale wzrastał, osiągając w 1953 roku wielkość około 40 proc. W następnych latach udział tej grupy towarowej uległ zmniejszeniu i ostatnio ukształtował się na poziomie 30 proc., przy czym od 1958 roku daje się znowu zauważyć tendencja wzrostowa.

Już pobieżny przegląd naszego importu i eksportu do krajów socjalistycznych wskazuje na to, że podstawę tych obrotów stanowią maszyny i urządzenia oraz paliwa i surowce. Pozostałe grupy towarowe występują w stosunkowo mniejszych ilościach i obejmują przede wszystkim towary przemysłowe o charakterze konsumpcyjnym oraz artykuły rolnicze i spożywcze. Poza zbożem, tytoniem i nasionami olejnymi importujemy coraz większe ilości owoców południowych i ich przetworów, wino, zegarki, telewizory, aparaty radiowych, lodówek, motocykli itp. Ostatnio wzrasta również nasz eksport podobnych towarów, zwłaszcza artykułów przemysłowych o charakterze konsumpcyjnym.

Jakie są perspektywy rozwoju wymiany towarowej z krajami socjalistycznymi?

Zawarte na okres do 1960 roku umowy wieloletnie oraz wstępne protokoły obejmujące okres lat 1961—65 przewidują dalszy systematyczny wzrost obrotów. Trzeba przy tym dodać, że uwzględniają one tylko minimum możliwości eksportowych i potrzeb importowych naszego kraju.

Jak wykazuje praktyka, udział maszyn i urządzeń w obrotach między poszczególnymi krajami jest tym wyższy, im wyższe jest uprzemysłowienie tych krajów. Prawidłowość ta dotyczy również Polski, która przeszła okres gwałtownego uprzemysłowienia, ale zakłada dalszą industrializację. Wskazuje to na konieczność nie tylko utrzymywania na obecnym poziomie, ale nawet zwiększenia importu szeregu nieproduko-

wanych w kraju maszyn i urządzeń. Tylko bowiem w oparciu o nowoczesny park maszynowy, gwarantujący wzrost wydajności pracy i obniżkę kosztów własnych, może być pomyślnie realizowana zasada uprzemysłowienia. Wynika stąd, że podstawą rozwoju naszej wymiany towarowej z krajami socjalistycznymi powinien być stale rosnący udział grupy maszyn i urządzeń.

Znajduje to swoje głębokie uzasadnienie również w kierunkach rozwoju gospodarczego innych krajów socjalistycznych, w kierunkach współpracy między tymi krajami w ramach Rady Wzajemnej Pomocy Gospodarczej.

Prace RWPG oraz dwustronnych komitetów współpracy gospodarczej idą w kierunku zapewnienia uczestniczącym w RWPG krajom najdogodniejszych warunków produkcyjnych, co powinno wpłynąć na specjalizację produkcji, obniżenie kosztów własnych a także zwiększenie wymiany towarowej między krajami naszego obozu.

Podpisane wstępne protokoły na lata 1961 — 65 zakładają globalny wzrost obrotów oraz równoległy wzrost udziału grupy maszyn i urządzeń w tym eksporcie. Przykładowo można wskazać, że eksport naszego sprzętu inwestycyjnego do Związku Radzieckiego ma w 1965 roku wynieść mniej więcej tyle, ile w roku bieżącym wynosi cały nasz eksport do tego kraju.



Polskie obrabiarki na eksport.

Foto CAF

Zdobywamy nowe rynki

Wywiad z wiceministrem JANUSZEM BURAKIEWICZEM

Czy Pan Minister nie zechciałby naświetlić nam obecnego stanu stosunków handlowych Polski z krajami kapitalistycznymi Azji, Afryki i Ameryki Południowej?

Polska dąży do szerokiego rozwoju obrotów handlowych opartych na bazie wzajemnych korzyści ze wszystkimi krajami mającymi zainteresowanie w handlu z Polską. Dotyczy to również krajów Azji, Afryki i Ameryki Południowej. Ze strony szeregu tych krajów napotykamy ostatnio na szczególnie zainteresowanie handlem z Polską. Dwa są źródła tego zjawiska. Pierwszym z nich jest coraz bardziej atrakcyjna dla tych uprzemysławiających się krajów struktura polskiego eksportu. Również zapotrzebowanie importowe Polski, struktura towarowa tego importu, a przede wszystkim stały wzrost przywozu surowców, półfabrykatów i artykułów rolniczo-spożywczych, pochodzących z innych stref klimatycznych, powoduje coraz większe zainteresowanie Polski handlem z krajami zamorskimi produkującymi te dobra.

Wyrazem tego zainteresowania może być fakt posiadania przez Polskę umów i porozumień handlowych z 22 krajami kapitalistycznymi Azji, Afryki i Ameryki Południowej, znajdującymi się w fazie uprzemysławiania. Największymi naszymi partnerami handlowymi, jeśli chodzi o wysokość obrotów, są: w Azji Indie i Indonezja a ostatnio Irak, w Afryce — Egipt i Maroko, w Ameryce Południowej — Argentyna, Brazylia i Urugwaj. Ogółem obroty Polski z uprzemysławiającymi się obecnie krajami wymienionych tutaj trzech kontynentów stanowią około 20% całych obrotów Polski z krajami kapitalistycznymi.

Jakie są perspektywy rozwoju obrotów handlowych Polski z krajami Azji, Afryki i Ameryki Południowej?

Uważam, że stoimy dopiero u progu szerokiego rozwoju obrotów z wieloma krajami. Poważne obroty z niektórymi państwami nie mogą nam bowiem przesłonić faktu niewielkich czasów obrotów z innymi krajami. Dla zmiany tego stanu podjęliśmy szereg środków. Rozszerzamy i nadal będziemy rozszerzać sieć placówek i przedsiębiorstw handlowych w tych krajach. Rozwijamy energicznie akcję akwizycyjną, dającą polskiemu handlowcom możliwość zapoznania się z rynkami i nawiązania bezpośrednich kontaktów. Coraz więcej kupców amerykańskich, azjatyckich i afrykańskich przyjeżdża do Polski w celu zawarcia transakcji. Wreszcie przedstawiciele Ministerstwa prowadzą liczne rozmowy i rokowania z przedstawicielami tych państw w celu stworzenia różnorodnych ułatwień w handlu. Polska coraz szerzej bierze udział w targach i wystawach organizowanych w tych krajach.

W roku bieżącym polskie centrale handlu zagranicznego wystawiały lub będą wystawiały na targach w Johannesburgu, Casablance, Izmirze, Rio de Janeiro. Wszystko to są dowody naszego dążenia do rozwoju stosunków handlowych z uprzemysławiającymi się krajami zamorskimi, stosunków opartych na zasadzie pełnej równości i wzajemnych korzyści. Wyklucza to oczywiście jakiegokolwiek dyskryminację. Każdy kto chce z nami handlować, może być pewien, że na żadne przeszkody nie napotka. Jesteśmy gotowi zwiększać, i to nawet poważnie, nasz import z poszczególnych krajów. Jednakże nasze interesy eksportowe muszą być także uwzględnione, gdyż w przeciwnym wypadku nie będziemy mieli odpowiedniego ekwiwalentu dla importu towarów z tych krajów.

Uważam, że bardzo dogodną bazą dla rozwoju stosunków handlowych stanowią roczne lub wieloletnie umowy handlowe. Przypuszczam, że poczynione przez nas kroki powinny doprowadzić do znacznego wzrostu obrotów z krajami Azji i Afryki już w najbliższych latach.

W zakresie jakich towarów istnieją perspektywy największego wzrostu obrotów?

W eksporcie naszym największe perspektywy stoją przed eksportem dóbr inwestycyjnych i środków transportu. Przykładem tego mogą być zawarte już transakcje na eksport statków do Indonezji na sumę ok. 40 mln dol., kontrakty na budowę 2 cukrowni w Iranie wartości około 8 mln dol., na dostawę fabryki konstrukcji stalowych, fabryki silników elektrycznych do Indii, na dostawę zbiorników naftowych i mostów obrotowych do Egiptu, na rozbudowę zakładów włókienniczych w Afganistanie itd.

Polska dostarczała już wiele statków dla Egiptu i Brazylii, wybudowała silosy w Burmie, zbiorniki naftowe i mosty kolejowe w Egipcie. Bogaty jest również asortyment maszyn, urządzeń, sprzętu kolejowego i samochodowego, eksportowanego przez Polskę. W roku ubiegłym Polska dostarczała tabor kolejowy do Indii, obejmujący wagony towarowe, parowozy, zestawy kołowe, ośre i osie surowe na sumę prawie 6 mln dol. Tokarki różnego typu dostarczono Burmie, Indiom, Iranowi, Izraelowi, Turcji, Egiptowi, Maroku, Brazylii i Wenezueli; frezarki — wszystkim wymienionym poza Iranem i Egiptem; wycararki — Brazylii, strugarki i dłutownice oraz szlifierki do wałków — Indiom i Turcji, różne szlifierki — Indiom, Turcji i Brazylii, ostrzarki — Indiom, Turcji i Egiptowi, wiertarki — Syrii, Turcji, Egiptowi, Maroku i Wenezueli, nożyce do cięcia metali — Indiom, Izraelowi, Pakistanowi, Syrii, Turcji, Egiptowi, Maroku i Wenezueli, silniki wysokoprężne Turcji, Egiptowi, Maroku, Tunisowi i Brazylii. Te same kraje były także odbiorcami silników spalinowych.

Wymieniać tak możemy dosłownie setki pozycji maszynowych. Pragniemy stalego rozwoju tego eksportu. Równocześnie pragniemy rozwijać inne gałęzie naszego eksportu, w szczególności materiałów budowlanych, chemikaliów i wyrobów walcowanych, przemysłowych artykułów konsumpcyjnych, tekstyliów, szkła, ceramikę, wyrobów z metalu i z kauczuku, mebli i innych wyrobów z drewna. Wychodzimy na rynki z artykułami konsumpcyjnymi trwałego użytku, jak rowery, motocykle, radioaparaty, telewizory, pralki, maszynny do szycia, i pragniemy je sprzedawać w rosnących ilościach do krajów Azji, Afryki i Ameryki Południowej.

W zamian za nasz eksport, za który kraje te musiałyby niejednokrotnie płacić walutami dewizami, jesteśmy skłonni do przyjęcia zapłaty w towarach, i to właśnie będzie nasz rosnący import. Zwiększając eksport będziemy mogli zakupować zwiększone ilości rud żelaza, manganu i innych metali, cyny, kauczuku, bawełny, wełny, juty, nasion olejnych, skór, owoców cytrusowych, owoców suszonych, garbników, tytoniu, kory kory, herbaty, kawy, ziarna kakaowego, artykułów kolonialnych i szeregu innych artykułów. W miarę rozbudowy przemysłu w tych krajach będziemy zakupować także wyroby przemysłowe i wyroby mieszcowskiego rzemiosła.

POLSKA NA RYNKACH ZACHODNICH

Wywiad z wiceministrem FRANCISZKIEM MODRZEWSKIM

Redakcja chciałaby zapoznać czytelników z problematyką handlu zagranicznego Polski z krajami kapitalistycznymi. Czy zechciałby Pan Minister powiedzieć, jak kształtują się obecnie obroty Polski z tymi krajami i jak rozwiną się one w planie 5-letnim?

Obroty z krajami kapitalistycznymi odgrywają dużą rolę w polskim handlu zagranicznym. Wyrazem tego jest fakt, że stanowiły one w roku ubiegłym około 44 proc. całości obrotów handlowych Polski, a wartościowo zamknęły się sumą 940 mln dol. Jest to kwota ponad dwukrotnie większa niż całe obroty Polski przed wojną. Nawet więc uwzględniając fakt spadku siły nabywczej dolara, obroty te przekraczają poziom przedwojenny. Spośród 10 głównych partnerów handlowych Polski 5 z nich — to kraje kapitalistyczne: Wielka Brytania, Niemiecka Republika Federalna, Stany Zjednoczone, Austria i Francja.

W planie 5-letnim przewidziany jest wzrost obrotów handlu zagranicznego o przynajmniej 46 proc. Uważam, że jest rzeczą pożądaną, aby we wzroście tym uczestniczyły w poważnym stopniu kraje kapitalistyczne. Zależy to jednak nie tylko od naszej woli, ale i od polityki handlowej krajów kapitalistycznych.

Jakie grupy towarowe mają największe perspektywy rozwoju w eksporcie do krajów kapitalistycznych? Jak w związku z tym kształtować się będzie w przyszłości udział poszczególnych grup towarowych w eksporcie do tych krajów?

Przed udzieleniem odpowiedzi na to pytanie trzeba zdać sobie sprawę z dotychczasowej struktury towarowej polskiego eksportu do krajów kapitalistycznych. Otóż do krajów rozwiniętych gospodarczo, a więc przede wszystkim zachodnio-europejskich i USA, eksportujemy głównie surowce i artykuły rolniczo-spożywcze. W eksporcie do krajów średnio i słabo rozwiniętych duży udział mają konsumpcyjne artykuły

przemysłowe, a od kilku lat także dobra inwestycyjne.

Możliwości rozwoju eksportu surowców są bardzo niewielkie. Istnieje pewne możliwości zwiększenia eksportu rolniczo-spożywczych, lecz największe możliwości, wynikające z rozwoju produkcji w Polsce, istnieją w grupie dóbr inwestycyjnych czyli maszyn, urządzeń przemysłowych i sprzętu komunikacyjnego oraz w grupie przemysłowych artykułów konsumpcyjnych.

Warunkiem zwiększenia eksportu do krajów kapitalistycznych będzie więc częściowa zmiana jego struktury towarowej. Za wcześniej jest jeszcze, by mówić o kształtowaniu się struktury towarowej w eksporcie do tych krajów, lecz należy przewidzieć wartościowe zwiększenie: największe w grupie dóbr inwestycyjnych i nieco mniejsze w grupie gotowych wyrobów przemysłowych i artykułów rolniczo-spożywczych różnego rodzaju.

Czy w strukturze importu z krajów kapitalistycznych przewidziane są również poważniejsze zmiany?

Raczej nie. Przewidywany jest wzrost importu we wszystkich grupach towarowych. Najsilniej zwiększy się import surowców i półfabrykatów w związku z rozwojem polskiego przemysłu. Natomiast sprawa, które kraje będą naszymi głównymi dostawcami, zależy w decydującym stopniu od ich polityki handlowej.

Może w związku z tym Pan Minister zechce coś powiedzieć o problemach polityki handlowej Polski w stosunku do krajów kapitalistycznych?

Podstawową zasadą polityki polskiego handlu zagranicznego jest dążenie do maksymalnego rozwoju obrotów na zasadach równości i wzajemnych korzyści. W praktyce oznacza to, że będziemy zwiększać import z tych krajów, do których będziemy mogli zwiększać nasz eksport.

Wydarzenia lat ostatnich, w szczególności stworzenie Wspólnego Rynku przez 6 państw europejskich i

wprowadzenie przez nie wysokich celów dla krajów nie należących do tej organizacji, nie będą sprzyjać rozwojowi naszego eksportu do tych krajów, a tym samym nie pozwolą na zwiększenie importu z braku niezbędnych środków płatniczych. Należy więc przewidywać, że rozwój obrotów Polski skierowany będzie na inne państwa.

Z drugiej strony uprzemysłowienie krajów gospodarczo zacofanych, które potrzebują rosnących ilości dóbr inwestycyjnych, stwarza szczególnie dobre warunki dla rozwoju handlu między Polską a tymi krajami. Przypuszczam więc, że najszybciej będą się rozwijały w latach najbliższych stosunki handlowe Polski z krajami Azji, Afryki, Ameryki Południowej.

Sprawa zakupu licencji zagranicznych jest również częścią naszej polityki handlowej w stosunku do krajów kapitalistycznych. W latach minionych zakupów patentów i licencji było niewiele. Są one jednak często celowe, pozwalają bowiem na opracowanie nowoczesnej technologii produkcji bez zmuszenia do długotrwałego przechodzenia wszystkich etapów, jakie kraje uprzemysłowione mają już za sobą. Tak więc zakupiliśmy już m. in. licencje na produkcję kotłów parowych, turbogeneratorów, pieców szybwych do produkcji cynku, licencje na produkcję lamp kineskopowych do telewizorów. Zakupiliśmy licencji i patentów będziemy rozszerzać w tych przypadkach, gdy przyniesie to produkcji krajowej poważne korzyści.

Jaki jest stosunek Polski do organizacji międzynarodowych?

Polska jest członkiem szeregu organizacji międzynarodowych. Uważam, że organizacje te mogą odegrać pozytywną rolę w dalszym rozwoju handlu między Wschodem i Zachodem. W konferencjach i posiedzeniach tych organizacji biorą udział też strony polskiej najwybitniejsi specjaliści. Polska jest w szczególności zainteresowana pracami Europejskiej Komisji Gospodarczej. Od 2 lat uczestniczymy także w pracach GATT w charakterze obserwatora i rozważamy możliwość nawiązania ściślejszych stosunków z tą organizacją.

Angielsko - polska wymiana towarowa a TARGI POZNAŃSKIE

W ostatnich latach wymiana handlowa między Polską i Zjednoczonym Królestwem rozwijała się w sposób nader zadowalający. Mimo iż import Zjednoczonego Królestwa z Polski nie osiągnął jeszcze poziomu z 1956 r., kiedy to ciągle jeszcze importowali sami mamy w nadmiarze, to jednak import ten wzrósł z 23,6 mln funtów w 1957 r. do 26 mln w 1958 r. W 1959 r. odpowiednio wskaźniki są jeszcze wyższe, gdyż globalna kwota za pierwszy kwartał tego roku osiągnęła 7,3 mln funtów. Eksport Zjednoczonego Królestwa do Polski wzrósł z 10,5 mln funtów w 1957 r. do 11,7 mln w 1958 r. i do 4,5 mln funtów w pierwszym kwartale 1959 r. Tak więc w przeddzień XXVIII Targów Poznańskich stajemy w atmosferze rozwijającej się wymiany handlowej między obu krajami.

Wśród brytyjskich zakupów w Polsce główną rolę odgrywają produkty rolnictwa i leśnictwa. Największy import notuje się w mięsie, zwłaszcza w biekonie, dalej idąc w wyroby mleczarskie, cukier i drewno. Jednak występują także oznaki wzmożenia handlu nie tylko innymi towarami, jak np. futrami, lecz również chemikaliami, wyrobami metalowymi, takimi jak wyrobki. Są to oznaki wiele obiecujące na przyszłość, gdyż — mimo iż jakość polskich produktów rolnych jest w Zjednoczonym Królestwie po prostu ceniona — istnieją pewne granice, do których rynek brytyjski może wchłaniać te produkty. Ponadto występują również konkurencji dostawcy swych nadwyżek, z którymi mamy od wielu lat ustalone stosunki. Im większa jest różnorodność polskiego eksportu, tym bardziej nabierają stałości wpływy Polski płynące z wymiany handlowej, a wraz z nimi możliwości zakupu produktów brytyjskich.

Przy rozważaniu zagadnień wymiany angielsko-polskiej należy pamiętać, że funt szterling oraz większość sztywnych walut świata zachodniego nie podlega konwersji. Jak pokazują dane liczbowe dotyczące wymiany, w chwili obecnej Polska zdobywa pewną nadwyżkę funtów z wymiany handlowej ze Zjednoczonym Królestwem, które wydatkuje w innych krajach; podobnie — nie nie stoi na przeszkodzie wydatkowania przez Polskę jej zasobów innych walut w Zjednoczonym Królestwie. Daje to Polsce korzystną możliwość zakupu niezbędnych dóbr od najlepszych i najtańszych dostawcy i sta-

wia Zjednoczone Królestwo w pozycji, w której musi ono konkurować z innymi dostawcami wyrobów przemysłowych dla polskich odbiorców.

Zjednoczone Królestwo, jako kraj w wysokim stopniu uprzemysłowiony, może dostarczać szereg wyrobów dla przemysłu — od kompletów elektronicznych atomowych aż do nitów i śrub. Może ono również dostarczać szerokiego asortymentu atrakcyjnych dóbr konsumpcyjnych i półtrwałego użytku, takich jak wyroby włókiennicze, ceramiczne, skórzaną, kosmetyki, urządzenia gospodarstwa domowego, odbiorniki radiowe i telewizyjne, motocykle i rowery. Zdajemy sobie jednak sprawę, że na razie import polski ze Zjednoczonego Królestwa musi obejmować przede wszystkim te pozycje, które przyczyniają się do rozwoju polskiego przemysłu i rolnictwa.

Jeśli więc idzie o Targi Poznańskie, brytyjscy wystawcy koncentrują się na takich towarach, których Polska najbardziej potrzebuje w chwili obecnej lub będzie potrzebowała w stosunkowo niedalekiej przyszłości. Traktują oni Targi Poznańskie, podobnie jak inne targi handlowe, przede wszystkim jako miejsce, w którym zawiera się transakcje lub toruje drogę dla przyszłych transakcji a nie jako okazję zaprezentowania pewnych wyrobów z punktu widzenia prestiżowego.

Tak więc pawilon brytyjski nie jest ogólną wystawą produkcji brytyjskiej. Obejmuje on wybrane wyroby, które bezpośrednio interesują polski przemysł, jak urządzenia górnicze, maszyny budowlane, włókiennicze, urządzenia elektryczne i telekomunikacyjne, silniki dieslowe, handlowe i specjalne pojazdy mechaniczne, chemikalia dla przemysłu, instrumenty naukowe, silniki lotnicze oraz stopy lotnicze, maszyny drukarskie oraz traktory i narzędzia dla rolnictwa. Podobnie jak w poprzednich latach na Targach działają brytyjskie oficjalne stoisko informacyjne pod kierunkiem zespołu służby handlowej Ambasady Brytyjskiej oraz przedstawicieli Birmingham Engineering Centre, Stoisko British Broadcasting Corporation, które cieszyło się dużym zainteresowaniem w latach poprzednich, będzie czynne również obecnie.

I. H. LEWEN
I Sekretarz Ambasady
Brytyjskiej w Warszawie do spraw
handlowych

Austria na XXVIII TARGACH

Wśród partnerów handlowych Austrii, z którymi wymiana towarowa odbywa się na zasadach stosunków bilateralnych, niewątpliwie Polska Ludowa zajmuje czołową pozycję. Obróty towarowe stanowią corocznie wartość około 60 mln dolarów w obie strony. Fakty te nie są przypadkowe, gdyż już od dziesiątków lat gospodarka obu krajów uzupełnia się wzajemnie niemal w sposób idealny. Polska zawsze uważana była jako nasz tradycyjny dostawca węgla kamiennego oraz wielu ważnych produktów swego rolnictwa. Równocześnie zaś jest poważnym odbiorcą towarów austriackich, przede wszystkim dóbr inwestycyjnych wszelkiego rodzaju, wyrobów przemysłu metalowego oraz szeregu ważnych surowców mineralnych.

Zgodnie z tymi założeniami oceniane są przez kupców austriackich corocznie organizowane w Poznaniu Międzynarodowe Targi. Tak więc w tegorocznej imprezie targowej wzięło udział w kolektywnej ekspozycji ponad 60 austriackich firm oraz wystawcy indywidualni. Pozwoli to zainteresowanym polskim partnerom na zapoznanie się z pełnym przekrojem gospodarki austriackiej oraz z jej zdolnościami wymiany towarowej.

Jeszcze większą liczbą kupców austriackich bawić będzie w Poznaniu w czasie Targów, aby nawiązać stosunki handlowe z partnerami polskimi. Mimo bowiem osiągniętych już, stosunkowo wysokich obrotów handlowych między naszymi krajami nie zostały jeszcze wykorzystane możliwości dalszego korzystnego rozwoju wzajemnych stosunków handlowych.

Poważny rozwój przemysłowy Polski, jaki miał w ostatnich latach miejsce, umożliwił postawienie do dyspozycji odbiorców zagranicznych bogatego wachlarza towa-

rów, dotąd nie oferowanych, przede wszystkim z dziedziny przemysłu maszynowego i chemicznego. Zbyt tych towarów na małym i ograniczonym w swych rozmiarach rynku austriackim z roku na rok kształtuje się korzystnie.

Również gospodarka austriacka umożliwia polskim sferom zainteresowanym zaopatrywanie się w szeroki zakres towarów z tych gałęzi produkcji, które dotychczas nie były wykorzystywane. Światowa sława cieszą się austriackie wyroby z dziedziny zbytkowych dóbr konsumpcyjnych. Stanowią one już pojęcie samo w sobie. Modzie wiekańskiej i austriackim wyrobom włókienniczym cały świat przyznaje cechy doskonałego smaku i wysokiej jakości. Ta sama sława dotyczy wyrobów austriackiego przemysłu skórzanego, modnych towarów dziecięcych oraz haftów i koronek.

A komuż w związku z Austrią nie przyjdzie na myśl opiewane w piosenkach wino austriackie, które wytrzymuje wszelkie próby w konkurencji międzynarodowej? W tym krótkim artykule nie sposób wymienić wszystkich towarów, które Austria eksportuje na wszystkie kontynenty świata, jednakże przynajmniej częściowo będzie mogła spełnić to zadanie ekspozycja austriacka na Targach Poznańskich.

Jako przedstawiciel gospodarki austriackiej w Polsce żyję wszystkim zwiędającym austriacki pawilon na XXVIII Targach Poznańskich, aby odpowiedzieć te stały się dla nich miłym wydarzeniem. Wszystkim zaś zainteresowanym w zawieraniu transakcji handlowych żyję pomyślnego zakończenia in. przy targowej, która przecież służy wspólnemu celowi — podniesieniu dobrobytu naszych krajów.

DR OTTO CASTEK
Attaché handlowy
Poselstwa Austriackiego
w Warszawie

Jest faktem niespornym, że przez szereg lat znaczenie handlu zagranicznego nie było u nas należycie doceniane. Świadczy o tym chociażby porównanie rozwoju przemysłu z rozwojem handlu zagranicznego w ostatnim dziesięcioleciu (tabela 1).

Niskie wskaźniki wzrostu obrotów handlu zagranicznego jeszcze bardziej uwidaczniają się na tle rozwoju międzynarodowej wymiany towarowej w krajach zagranicznych. Łatwo się o tym przekonać z tabel 2, 3, 4, 5 i 6.

Mimo że — jak wynika z przytoczonych tabel — obroty polskiego handlu zagranicznego rosły znacznie słabiej niż w szeregu innych krajów gospodarczo rozwiniętych, ich bezwzględna wielkość osiągnęła jednak dość pokaźny poziom. Toteż udział Polski w światowym handlu zagranicznym obniżył się tylko nieznacznie. W 1937 roku zarówno import jak i eksport polski stanowił 0,9

Rozwój polskiego handlu zagranicznego

zwłaszcza jeśli się zważy, że kraje gospodarczo rozwinięte bardzo nas w tej dziedzinie wyprzedziły. Jako przykład można wskazać ZSRR, którego udział w światowym handlu zagranicznym wzrósł po stronie importu z 1,1 proc. w roku 1937 do 3,5 proc. w roku 1957, a po stronie eksportu z 1,3 proc. do 4,2 proc.

TABELA 1

Produkcja globalna przemysłu a obroty handlu zagranicznego (1939 = 100)

	1949	1953	1955	1958
Globalna produkcja przemysłowa	100	218	270	356
Obróty handlu zagranicznego	100	120	142	171
W tym eksport	100	120	142	150

TABELA 2

Roczna stopa wzrostu dochodu narodowego a import i eksport w latach 1949-56 (w %)

Kraj	Roczny przyrost			Stosunek	
	dochodu narodowego	importu	eksportu	3 : 2	4 : 2
1	2	3	4	5	6
Polska	9,5	5,6	4,1	0,59	0,43
GSR	7,4	8,0	12,7	1,08	1,71
NRD ^{a/}	10,3	18,8	22,9	1,82	2,22
Jugosławia	4,0	6,7	5,0	1,67	1,25
NRF ^{a/}	9,2	14,6	19,7	1,60	2,14
Francja	4,6	7,6	8,2	1,65	1,78
Szwecja	3,3	9,2	7,1	2,78	2,15
Włochy	5,7	9,6	10,5	1,68	1,84

^{a/} Dla Polski i innych krajów demokracji ludowej — dochód narodowy wytworzony w cenach zbytu; dla krajów kapitalistycznych — produkt globalny brutto (łącznie z usługami).

a) Lata 1950-56.

TABELA 3

Porównanie produkcji przemysłowej z eksportem towarów przemysłowych i importem surowców w latach 1949-1956.

Kraj	Średni przyrost roczny w %					Stosunek			
	produkcji przemysłowej	importu surowców	eksportu towarów	produkcji przemysłowej	eksportu towarów	3:2	4:3	4:2	6:5
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Polska	16,7	3,7	4,4	30,0	35,5	0,22	1,59	0,26	1,18
GSR	11,6	5,0	12,8	19,2	14,4	0,43	2,56	1,10	0,75
NRD ^{a/}	12,2	12,8	24,0	15,5	41,0	1,05	1,87	1,96	2,64
Jugosławia	6,9	.	5,1	11,2	.	.	.	0,74	.
Francja	5,8	4,6	8,2	10,2	12,3	0,79	1,78	1,41	1,21
Włochy	9,3	8,2	9,9	9,5	10,5	0,88	1,21	1,06	1,11
NRF ^{a/}	15,6	17,1	20,5	16,0	36,1	1,09	1,20	1,31	2,25
Szwecja	3,3	4,0	7,4	3,4	10,0	1,21	1,85	2,24	2,94

a) Lata 1950-56.

TABELA 4

Dynamika wzrostu udziału wywozu dóbr inwestycyjnych w ogólnym eksporcie (w %)

Kraj	1950	1953	1956
Polska	6,7	12,9	15,6
GSR	26,4	42,3	40,3
NRD	24,0	55,1	53,3
Jugosławia	.	.	4,6
Francja	14,3	15,8	17,2
Włochy	16,7	18,9	21,1
NRF	23,8	37,8	40,4
Szwecja	22,8	21,0	23,0

TABELA 5

Porównanie produkcji i eksportu chemikaliów w latach 1949-56.

Kraj	przyrost roczny w %		stosunek
	produkcji	eksportu	
1	2	3	4
Polska	21,5	7,2	0,33
NRD ^{a/}	12,9	17,9	1,39
Jugosławia	12,1	4,4	0,36
Francja	9,3	12,6	1,35
Włochy ^{a/}	15,2	12,7	0,84
NRF ^{a/}	12,0	23,3	1,94
Szwecja ^{a/}	4,5	13,7	3,04

a) Lata 1950-56.

Pocieszający jest natomiast fakt zaplanowanego na najbliższe 7 lat znacznego wzrostu obrotów naszego handlu zagranicznego, jak również zmiany w strukturze tego handlu. Tabela 7 ilustruje przemiany w udziale krajów socjalistycznych oraz słabo rozwiniętych krajów kapitalistycznych w naszej wymianie towarowej z zagranicą.

Tabela ta wskazuje na kierunek, jaki ostatnio przybiera polityka naszego handlu zagranicznego. Zasięg geograficzny naszych obrotów rozszerza się, przy czym duży nacisk został ostatnio położony na obroty z krajami, które niedawno wyzwoliły się spod ucisku kolonialnego i wchodzą na drogę uprzemysłowienia.

TABELA 6

Obróty handlu zagranicznego na 1 mieszkańca (w dolarach).

Kraj	Eksport			Import		
	1950	1957	wskaźnik wzrostu	1950	1957	wskaźnik wzrostu
Polska	25	34	136	27	44	163
NRD	22	104	473	26	93	358
Węgry	35	51	146	34	67	197
GSR	63	102	162	52	104	200
Bułgaria	16	48	300	18	43	239
ZSRR	10	22	220	8	19	238
Rumunia	13	21	161	15	24	160
Szwajcaria	171	301	176	187	390	208
Szwecja	151	332	220	156	294	188
W. Brytania	138	181	131	170	215	127
NRF	42	168	400	57	147	258
USA	80	123	154	44	77	175
Francja	65	140	215	79	116	148
Włochy	24	75	312	33	53	160

TABELA 7

Wzrost obrotów handlu zagranicznego oraz ich struktura geograficzna

	1938	1949	1955	1958
Przywóz w mln zł dew.	1300	2530	3727	4907
w tym:				
z krajów obecnie należących do obozu socjalizmu / w %	8,1	70,9	64,4	58,2
z krajów obecnie zalizowanych do gospodarczo słabo rozwiniętych / w %	0,9	1,0	1,2	2,1
Wywóz w mln zł dew.	1185	2475	3654	4238
w tym:				
do krajów obecnie należących do obozu socjalizmu / w %	7,7	68,8	61,7	58,4
do krajów obecnie zalizowanych do gospodarczo słabo rozwiniętych / w %	1,6	1,2	1,8	3,1

Warto wyjaśnić, że do krajów gospodarczo słabo rozwiniętych zaliczono kapitalistyczne kraje Ameryki Łacińskiej, Bliskiego Wschodu, Afryki i Azji, oprócz Japonii, Unii Północnoafrykańskiej. Nie wliczono tu również Australii i Nowej Zelandii.

TABELA 8

Struktura towarowa handlu zagranicznego (w %)

	1938	1949	1955	1958
I m p o r t				
Maszyny i urządzenia	18,2	24,5	30,9	26,7
Surowce i półfabrykaty	59,4	62,3	51,7	53,9
Artykuły pochodzenia rolnego	12,6	9,5	13,0	11,0
Przemysłowe artykuły konsumpcyjne	9,8	3,7	4,4	8,4
E k s p o r t				
Maszyny i urządzenia	1,5	2,2	13,1	26,8
Surowce i półfabrykaty	56,4	74,5	64,2	50,8
Artykuły pochodzenia rolnego	39,0	15,4	15,5	16,9
Przemysłowe artykuły konsumpcyjne	3,1	7,9	7,2	5,5

Jeszcze ważniejsze są zmiany struktury towarowej naszego handlu zagranicznego, które można dosko- nale prześledzić na danych tabeli 8. Szczególnie korzystna zmiana rysuje się w strukturze towarowej naszego eksportu. Z wywozu surowców (głównie węgla kamiennego) przechodzimy stopniowo do zwiększania wywozu wyrobów gotowych, wśród których główne miejsce zajmują maszyny i urządzenia. Świadczy to najwyraźniej o zachodzącym u nas procesie industrializacji i coraz większym uznaniu, jakim cieszą się zagranicą wyroby naszego przemysłu maszynowego. Jest to

sluszny kierunek rozwoju naszych obrotów handlowych z zagranicą, jak również słuszne jest zwiększanie importu maszyn i urządzeń. Jest to zresztą konieczne ze względu na pogłębiającą się specjalizację międzynarodowej produkcji maszynowej, która skłania do wprowadzania w życie idei międzynarodowej kooperacji w zakresie szeregu gałęzi produkcji.

S. F.

SUGESTIA

**czy informacja
w reklamie**

Jak, zdaniem Pana, można scharakteryzować rolę i zadania reklamy w gospodarce socjalistycznej?

W każdej reklamie można odróżnić dwa elementy, występujące zawsze, ale w różnych proporcjach. Pierwszy z nich, to pozytywna dla odbiorcy informacja o towarze, o jego przeznaczeniu, użyteczności, właściwościach fizycznych, cenie, miarę i sposobie zakupu itp. Drugi element, to sugestia wywierana na potencjalnego odbiorcę towaru, nacisk psychologiczny wywierany na decyzję nabywców, w interesie sprzedawcy.

W reklamie kapitalistycznej przeważa element sugestii. Reklama jest am głównym orężem w walce konkurencyjnej. W USA przeznaczana na nią ostatnio około 10 mld dolarów rocznie, i wydatki te stale rosną. Podłożem jej rozwoju jest psychologia reklamy, będąca sztuką kształtowania woli nabywców wedle życzeń sprzedawcy. Jej środki działania są tak potężne i skuteczne, że wielkie przedsiębiorstwa tzw. przemysłu opinii publicznej w ewej własnej reklamie stwierdzają: „mamy dla ciebie zdobyć i sprzedać i tyłu nabywców, ilu chcesz u nas kupić“. I rzeczywiście, powodzenie a rynku uzależnione jest w wielkim stopniu od nakładów na kampanie reklamową.

Nie oznacza to, aby w reklamie kapitalistycznej brakło elementu informacji. Właśnie ten element sprawił, że reklama na zachodzie, niezależnie od walki konkurencyjnej, stała się najbardziej powszechną, do wszystkich docierającą, bezspornie pozytywną nauką towaroznawstwa. Walka konkurencyjna bowiem społeczne instytucje kontroli reklam praktycznie biorąc uniemożliwiają prymitywne okłamywanie konsumenta. Dzięki elementom informacji zawartym w reklamie zmieniła się nawet struktura handlu w USA i wielu innych krajach. Szeroki rozwój handlu samoobsługowego i wysytkowego oraz sprzedaży przez automaty oparty jest na tym, że nabywca dzięki reklamie tak dużo wie o nabywanym towarze. Dominuje jednak element sugestii, reklama jest w służbie sprzedawcy, a nie nabywcy.

Nie ulega wątpliwości, że w handlu socjalistycznym powinno być odwrotnie. Reklama nasza powinna być w służbie nabywcy. Element informacji powinien być wysuwany na czoło wszelkiej działalności reklamowej. Tym głównie różni się reklama socjalistyczna od reklamy kapitalistycznej. Reklama socjalistyczna nie ma za zadanie walki konkurencyjnej między dostawcami zdobywającymi sobie świadomości i wolę nabywcy. Jest ona natomiast najbardziej powszechnym, przenikliwym, wszędzie docierającym systemem informowania nabywców o towarze. Ma ona poinformować nabywcę o istniejących możliwościach zaspokolenia jego potrzeb towarowych, aby wiadomości i krytycznie mógł wśród nich dokonać wyboru. Reklama jest również najbardziej powszechnym systemem łączności informacyjnej między przedsiębiorstwami,

Czyżby miało to oznaczać, że handel socjalistyczny powinien z reklamy wyeliminować wszelkie elementy sugestii, wszelką dążność do narzucenia ludności takich a nie innych kierunków zakupów?

Na pewno nie! Reklama jest informacją powszechną i przenikliwą, zachęcającą do zakupu reklamowane go towaru, w sposób rzetelny i życiowy, przez fachową namowę, a nie sugestie pozbawiającą krytycyzmu. Reklama jest więc ważnym instrumentem kształtowania popytu, zdobywania zatwierdzenia społecznego dla planów i decyzji produkcyjnych. Powinna ona przyspieszać i kierować rozwój potrzeb oraz tworzyć nowe. Jak wspominałem, w każdej reklamie zawsze występuje jednocześnie element sugestii i informacji; reklama socjalistycznej ten pierwszy jest służebny wobec drugiego, który dominuje.

Jak w świetle tych uwag trzeba ocenić obecny stan naszej reklamy?

W porównaniu do tego, co było 3-4 lata temu, mamy gruntowny

przewrót. Nikt już nie odważyłby się twierdzić, że uczciwa, służąca konsumentowi reklama handlowa narusza zasady socjalizmu. Sklepy i towary przestały się ukrywać, zalecają się nabywcy sztydem, wystawa, ogłoszeniem i w miarę pogłębiania się „rynku nabywcy“ czynią to coraz intensywniej. Sprzyja rozwojowi reklamy również okoliczność, że jest ona u nas obecnie bardzo rentowna. A to dlatego, że rzadko się ją jeszcze stosuje (jeżeli wśród 100 księżek tylko jedna jest reklamowana), to oczywiście skupi ona na sobie popyt).

Z przykrością muszę jednak zauważyć, że reklama nasza nie jest jeszcze reklamą socjalistyczną w pełnym rozumieniu tych zobowiązujących słów. Stale jeszcze bywa traktowana jako coś w rodzaju upiększenia handlu („neonik tu, neonik tam“), a w innych przypadkach jako środek zdobycia nabywców na jakis tuwar tracący trochę „buble“. Posługujemy się więc elementami sugestii w służbie sprzedawcy, a nie nabywcy. Najbardziej rozwinęte u nas środki techniczne reklamy to: witryny sklepowe, szyldy, neony i ogłoszenia w prasie, trochę reklamy kinowej i radiowej — a więc środki, w których znowu element sugestii jest bardzo wyraźny. Wszystko to nie może jednak jeszcze nasuwać większych zastrzeżeń, nie obserwujemy bowiem u nas przestorów, będących tumanieniem nabywców, i na ogół nie grzeszy nasza reklama brakiem rzetelności,

Niepokojące, niezgodne z zasadami reklamy socjalistycznej jest natomiast to, że cierpią u nas na niedorozwój te formy reklamy, w których dominuje element informacji. W pierwszym rzędzie należy tu wymienić katalogi i cenniki, które ważne są nie tylko dla stosunków między przedsiębiorstwami, ale powinny być dostępne w każdym większym sklepie dla każdego nabywcy. Niektórzy kierownicy sklepów tego rodzaju innowację przyjeźli na pewno bardzo niechętnie. Konsument bowiem dobrze poinformowany o asortymencie produkcji i cenach towarów, pouczony czegoś mogą żądać, mogliby wywierać presję na personel sklepowy, dopytując się, dlaczego brak poszczególnych pozycji katalogowych.

Zupełnie niemal zapomniano też u nas o książkach adresowych oraz o przewodnikach informacyjnych, gdzie i co można kupić. Dotychczas wydawane w tym zakresie, przeważnie przez spółdzielczość pracy, pozycje są bardzo nieliczne. Rozchozą się jednak w sposób udowadniający ich potrzebę. Wydaje się, że popieranie tego rodzaju publikacji powinno być obowiązkiem rad narodowych,

Zaniedbane jest też publikowanie tzw. sposobów użycia i obsługi produkowanych towarów, czemu np. w ZSRR poświęca się specjalne gazетки reklamowe. Nie docenia się zupełnie znaczenia ogłoszeń w pismach fachowych, które mają trafić już nie do konsumentów, a do kierowników przedsiębiorstw, a więc muszą być redagowane bardziej fachowo i wyczerpująco niż w dziennikach. Przykładem może być chociażby dwumiesięcznik „Handel Wewnętrzny“, czy nawet „Zielce Gospodarcze“, niemal zupełnie pozbawione ogłoszeń. Przyczyna tego stanu rzeczy leży jednak nie tylko w niedocenianiu reklamy w stosunkach między przedsiębiorstwami, ale niewątpliwie i w nieudolności wydawców, nie dość sprawnie zabiegających o zdobycie ogłoszeń. Jest to tym bardziej żałosne, że pomysłom się rozwijające, służące temu samemu celowi targi krajowe, giełdy towarowe itp., wyraźnie stwierdzają istnienie takich potrzeb.

Wymienione przykłady wskazują, że reklama nasza ciągle jeszcze w większym stopniu stara się służyć interesom sprzedawcy niż nabywcy.

Warto też zauważyć, że brak nam jeszcze metod organizacyjnych właściwych gospodarce socjalistycznej. Mam na myśli tzw. kampanie reklamowe, tj. z góry zaplanowane, długofalowe reklamowanie jednego towaru, jak to u nas uczyniono np. kiedyś odnośnie do dorsza, a niedawno — margaryny. Wydaje się, że akcje takie powinny wyprzedzać wprowadzenie nowych towarów na rynek, albo zwiększenie ich produkcji — aby w ten sposób planom produkcji towarzyszył odpowiedni teren

W naszych warunkach tak na pozór prosta, racjonalna organizacja żywienia staje się sprawą komplikowaną i trudną do szybkiego rozwiązania. Stołówki nie cieszą się dobrą opinią konsumentów, którzy wolą niejednokrotnie korzystać z droższych obiadów w barach mlecznych, otwartych barach, czy różnego rodzaju bufetach. Sam fakt wprowadzenia przerw w pracy, w zakładach i biurach pracujących na jedną zmianę, spowodowałby przedłużenie obecności robotników i pracowników w miejscach pracy i spotkań się raczej z nieprzychylnym przyjęciem.

