

BIULETYN GOSPODARCZY

ŚWIATOWEGO ZWIĄZKU POLAKÓW Z ZAGRANICY

Redakcja i Administracja: Warszawa, ul. Mazowiecka 1. Tel. 666-04 i 666-07. Konto PKO. 13414.

HANDEL I PRZEMYSŁ

Rola kupca polskiego zagranicą

W rozwoju życia polskiego zagranicą kupiectwu przypada szerokie i wdzięczne zadanie pionierów uświadomienia gospodarczego. Spełnienie tego zadania wymaga zarówno stałego podnoszenia poziomu fachowego polskich placówek handlowych zagranicą jak i popierania ich działalności przez ogół członków środowisk polskich zagranicą.

Skierowanie większej liczby jednostek do pracy w handlu przy poparciu ogółu Polonii Zagranicznej może znacznej grupie zapewnić środki dostatniej egzystencji a zarazem wzmocnić podstawy gospodarcze środowisk polskich zagranicą.

Propagowanie handlu i zawodu kupieckiego, szerzenie uświadomienia o konieczności najszerszego

popierania polskich placówek handlowych, rozwój organizacyjny kupiectwa polskiego zagranicą, podnoszenie jego fachowości i przygotowywanie młodego narybku, wreszcie rola kupiectwa polskiego zagranicą w imporcie wyrobów z Polski — oto zagadnienia, które będziemy się starali możliwie wyczerpująco omawiać na łamach naszego Biuletynu.

Pragniemy w miarę możliwości tą drogą przyczynić się do ułatwienia pracy zarówno poszczególnych placówek handlowych polskich zagranicą jak i ich organizacjom zawodowym. Pragniemy, by zrozumienie roli kupiectwa polskiego zagranicą stało się powszechne tak w kraju jak i we wszystkich środowiskach polskich zagranicą.

Akcja gospodarcza

Światowego Związku Polaków z Zagranicy

W zrozumieniu ciężkiego stanu ekonomicznego Polonii Zagranicznej na wielu terenach, Światowy Związek w działalności swej zwraca specjalną uwagę na zagadnienia gospodarcze, niosąc pomoc przy stwarzaniu podstaw do niezależnego bytu szerokim warstwom społeczeństwa polskiego zagranicą.

Istniejący przy Światowym Związku Komitet Gospodarczy, liczący w składzie czterdziestu czterech działaczy wybitnych fachowców, utrzymuje żywy kontakt z organizacjami gospodarczymi poszczególnych terenów zagranicznych. Akcją swą Komitet prowadzi w kierunku realizacji najistotniejszych gospodarczych potrzeb Polonii Zagranicznej, stawiając sobie za cel:

- a) podniesienie organizacji handlowej w kupiectwie, rzemiośle i rolnictwie,
- b) tworzenie nowych organizacji gospodarczych, odpowiadających wymaganiom terenu,
- c) rozwinięcie ruchu spółdzielczego w dostosowaniu do warunków lokalnych,

- d) szerzenie wśród młodzieży rolniczej, rzemieślniczej i kupieckiej wykształcenia zawodowego,
- e) przygotowanie w tym celu spośród młodzieży pracowników dla pracy organizacyjno-zawodowej oraz
- f) popieranie akcji uprawy i przerobu roślin przemysłowych.

Realizując zakreślony plan akcji, Światowy Związek rozwija swą działalność poprzez Komitet Gospodarczy w kierunku ułatwiania rozbudowy istniejącego stanu gospodarczego Polonii Zagranicznej oraz inicjuje nowe dziedziny pracy na podstawie znajomości potrzeb i w uzgodnieniu ze stanowiskiem zainteresowanych czynników terenowych. W uzupełnieniu wspomnianej powyżej akcji i w celu zapewnienia jej ciągłości, Światowy Związek stara się usilnie o przygotowanie spośród młodzieży nowych kadr samodzielnych pracowników na polu gospodarczym.

Zadania kupiectwa polskiego

Programowo oświetlił te zadania na Kongresie Kupiectwa Chrześcijańskiego w Warszawie prezes Naczelnej Rady Zrzeszeń Kupiectwa Polskiego, p. Henryk Brun. Poniżej zamieszczamy najbardziej charakterystyczne fragmenty wywodów prezesa H. Bruna.

„Rozbudowa i wzmocnienie gospodarcze miast i życia miejskiego w Polsce — to problem przywrócenia utraconej ongiś równowagi między wsią i miastem. Odsetek ludności miejskiej, odpowiadający stosunkom polskim, posiadały kraje zachodnio-europejskie już mniej więcej w drugiej połowie ubiegłego stulecia, a Anglia nawet w 18 wieku.

Że zorganizowane kupiectwo polskie zdaje sobie w całej pełni sprawę z wielkich zadań, jakie przed nim stoją, świadczą o tym z górną 4 tys. rzeszę kupców, które z całej Polski zjechały i których największa sala w Warszawie pomieścić nie mogła.

Zadaniem naszym jest wytworzyć typ kupca takiego, jakim być powinien, pełnego energii, inicjatywy, solidności i pracowitości, rozumiejąc, iż wytworzenie zdrowego kupiectwa polskiego, to zbudowanie racjonalnego aparatu wymiany, nieodzownego czynnika zdrowej struktury gospodarczej.

Musimy usprawnić działalność kupca od straganu i wiejskiego kupca począwszy, przez wszystkie formy handlu — kończąc na handlu zagranicznym.

Musimy stworzyć silny polski handel hurtowy, którego brak tak silnie odczuwamy, a bez którego nie możemy myśleć o racjonalnej działalności aparatu wymiany w całokształcie.

Musimy wreszcie przez podniesienie stanu kupieckiego spowodować tworzenie się tradycji kupieckiej.

Tradycja przechodzenia przedsiębiorstw z ojca na syna jest niezmiernie rzadką w Polsce, a do wyjątków należy tradycja przechodzenia przedsiębiorstwa w kilku generacjach z pokolenia na pokolenie.

Przyznaję, że w ciężkich momentach kupieckiej pracy zawodowej związaną tradycją do określonego warsztatu pracy jest nieraz ciężkim łańcuchem do dzwigniania, lecz z drugiej strony, właśnie ta sama tradycja daje znacznie większą odporność i siłę do przewyciężenia piętających się trudności, wzmagą po kilkakroć energię kupca, który boryka się wówczas nie tylko o własny byt, ale i o honor firmy, którą kilka pokoleń jego przodków tworzyło

i która daje mu dobre imię, pozycję społeczną oraz zaufanie dostawców i odbiorców.

Druga płaszczyzna naszych prac, to konieczność oddziaływania w miarę słabych naszych sił na kształtowanie się polityki gospodarczej Państwa.

Szereg państw i to o ustroju tak totalnym jak i liberalnym zdołał, dzięki własnym wysiłkom, ożywić swe gospodarstwa narodowe i osiągnąć mimo wielu trudności wzrost ogólnego dobrobytu swych obywateli.

W Polsce mamy pod tym względem niesłychanie wiele do zrobienia. W toku są olbrzymie prace nad stworzeniem okręgu centralnego. Przyczynią się one nie tylko do wzmocnienia naszej obronności, lecz dadzą podstawy rozwojowe nowym dziedzinom przemysłu przetwórczego. W pracach tych handel nie może stać na uboczu. Spotęgowane procesy wymiany są bowiem fundamentem każdego zdrowego ożywienia gospodarczego.

Tę rolę handel polski chce i musi spełnić.

Wiemy, że podejmujemy zadania, których realizacja rozkładać się musi na całe pokolenia, gdyż błędy, braki, zaniedbania, które usunąć zamierzamy, wpływają nie tylko w chwili bieżącej — złożyły się na nie wieki całe.

Dlatego też szczęśliwi będziemy, jeżeli uda nam się przedstawić w zarysie problemy ruszyć z miejsca i do systematycznej pracy nad nimi nakłonić rzeszę kupiecką i setki związków, skupiających się w Naczelnej Radzie.

Świadomość, że w całym społeczeństwie zaczyna kiełkować życzliwsze nastawienie wobec kupca Polaka, już samo przez się jest bodźcem do wysiłków, których nie można było wymagać tak długo, dopóki nieprzychylny nastrój mroził, zniechęcał i zabijał inicjatywę kupiecką.

Nad polskim handlem naszym musi przestać ciążyć zbiorową sugestią, utrzymująca w społeczeństwie bezkrytyczny pogląd, że jesteśmy narodem bez kwalifikacji kupieckich, narodem, dziedzicznie uprzedzonym do „łokcia i funta”.

Nie wolno nam tak myśleć, tym więcej, że nasza historia gospodarcza do końca XVI wieku stawia nas w rzędzie państw nieomal przodujących świata właśnie w rozwoju gospodarczym, handlowym i rolniczym.

Tę tradycję, zadającą kłam zakorzenionemu pogładowi o niezdolności „Polaka do handlu”, musimy wznowić i utrwalić w społeczeństwie naszym i przez nią odrodzić chrześcijański stan kupiecki w Polsce.

Współpraca gospodarcza Polonii amerykańskiej z Macierzą

W zakresie stosunków gospodarczych pomiędzy 4-milionową rzeszą naszych rodaków w Ameryce, a krajem macierzystym wybija się na plan pierwszy rola Polonii w rozwoju polskiego eksportu do Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej.

Zagadnienie to, zostało obszernie omówione w artykule Haliny Karnickiej p. t. „Współpraca gospodarcza Polonii Amerykańskiej z Macierzą”, zamieszczonym w miesięczniku „Drogi Polski”. Autorka podkreśla rolę kupiectwa polskiego w U. S. A., jako dystrybutora towarów polskich oraz znaczenie Polonii, jako konsumentki, aby przejść w końcu do omówienia możliwości eksportu wyrobów polskich na rynek amerykański.

Eksport nasz do Stanów Zjednoczonych zwiększył się w ostatnich latach znacznie, to jednak i nadal jesteśmy bardzo drobnym dostawcą towarów na rynek amerykański.

Ogółem wywieźliśmy w roku 1936-ym do Stanów Zjednoczonych towarów na sumę przeszło 68 milionów złotych, co stanowi 6,6% całego naszego eksportu. Pomimo to, saldo handlowe z U. S. A. zamknęliśmy niedoborem w wysokości 52 milionów złotych.

Fakt powyższy nasuwa jasny wniosek: musimy zająć się poważnie rynkiem amerykańskim, mając przy tym do dyspozycji doświadczenia z lat ubiegłych.

Zastanówmy się jakie działy dotychczasowego naszego eksportu do Stanów Zjednoczonych należałoby rozbudować i jakie ewentualnie towary dałoby się na rynek amerykański wprowadzić.

Otóż z pośród eksportowanych przez nas towarów na największy zbyt za pośrednictwem polskiego kupiectwa mogą liczyć wyroby, a głównie przetwory spożywcze. Sklepy bowiem, prowadzone przez Polaków w lwiej części należą do branży kolonialno-spożywczej.

W tym zakresie, oprócz eksportowanych dotychczas i cieszących się znakomitą powodzeniem naszych szynek w puszkach, oprócz konserw rybnych (a zwłaszcza szprotów w oliwie), ogórków konserwowych w puszkach, zainteresowanie importerów amerykańskich obudziły w ostatnich czasach nasze konserwy z drobiu, pasztety, ptactwo domowe i dzikie, konserwy jarzynowe i t. d. Należałoby pomyśleć nad uprawnieniem naszego wywozu w tym zakresie. Ponadto z pośród artykułów spożywczych na stosunkowo łatwy zbyt w Stanach Zjednoczonych mogą liczyć wyroby cukiernicze, czekolady i słodczyce wszelkiego rodzaju. Przeciętnie bowiem spożycie wyrobów cukierniczych w Stanach Zjedno-

czonych wynosi 12 funtów (funt = mniej więcej 1/2 kg), czyli 6 kg rocznie na głowę.

W dziale produktów roślinnych powinniśmy wykorzystać możliwości eksportu nasion, ziół leczniczych, grzybów suszonych i różnego rodzaju jarzyn. Poza selekcyjnymi nasionami buraków cukrowych oraz koniczyny, których eksport do Stanów Zjednoczonych Am. Półn. jest dobrze zorganizowany, zapoczątkowano ostatnio z niezłym powodzeniem wywóz maku. Na zbadanie zasługuje możliwość zwiększenia lub zapoczątkowania eksportu nasion kminku, rzepy, kapusty, kalafiora, szpinaku itp.

Jednym z największych sukcesów naszego wywozu w omawianej dziedzinie jest sól, który odbiorcy nasi nabywają jako towar o ustalonej dobrej marce. Istnieją dostateczne powody przypuszczeń, że wślad za słodem dałoby się wprowadzić do amerykańskich browarów także chmiel polski, tymbar-dziej, iż właścicielami browarów są również Polacy.

Na rynek amerykański można by jeszcze wprowadzić przetwory ziemniaczane, których w roku 1933 wywieźliśmy na sumę 73 tysięcy złotych. W następnych jednak latach pozycja ta znikła z naszego eksportu. Próbę warto ponowić.

Skóry wszelkiego rodzaju oraz futra mogą być wywożone w znacznie większej ilości, niż dotychczas. Należy tu podkreślić, że, na przykład, polskie skóry królicze i zajęcze są specjalnie poszukiwane w Ameryce.

W małej także mierze wyzyskaliśmy dotąd możliwości eksportu rękawiczek i galanterii skórzaney, jak również wszelkiego rodzaju tkanin, głównie lnianych. Przemysł drzewny, jak meble gięte, jest już znany na rynku amerykańskim, ale polskie drzewo tarte wywożone jest do Stanów Zjednoczonych w niewielkich ilościach. W tym zakresie należałoby wzmóc eksport przez dostosowanie towaru do wymagań amerykańskich odbiorców.

Należałoby również zaopiekować się eksportem wyrobów koszykarskich i bednarskich, przez usunięcie wzajemnej konkurencji polskich eksporterów.

Nową dziedziną, dotychczas niewyzyskaną, mógłby się stać wywóz mielonego, suszonego i oczyszczonego torfu. Torf bowiem preparowany, wobec braku dostatecznej ilości słomy, służy w Ameryce jako ściółka dla bydła. Szwajcaria i Niemcy w milionach bel artykuł ten dostarczają na rynek amerykański. Możemy i my spróbować.

A teraz jeszcze jedna dziedzina, zdolna przede wszystkim zainteresować jako konsumentów Polonię Amerykańską, — do tej dziedziny należą wy-

roby ludowe, kilimy i wszystkie rozliczne wyroby, noszące charakter narodowy. Tę gałęź wywozu należy rozbudować, a napewno artykuły te znajdują chętnych nabywców wśród zaoceanicznych rodaków.

Do grupy artykułów, przeznaczonych na zbyt wyłącznie wśród Polonii amerykańskiej należą poza tym książki polskie, czasopisma, podręczniki i inne druki.

Zagadnienie właściwej i planowej współpracy gospodarczej Polaków w Ameryce z Polską znajduje się jednak jeszcze w stadium początkowego rozwoju. Na terenie Stanów Zjednoczonych zagadnienie to wysunięte zostało zdecydowanie przez polskie kupiectwo podczas jednego ze zjazdów w Cleveland. Rozwiązaniem jego ma się zająć powstała wówczas Federacja Polskich Kupców i Przemysłowców w Ameryce.

W kraju sprawa ta wchodzi w zakres działania

Światowego Związku Polaków z Zagranicy, przy którym powstał w jesieni ubiegłego roku specjalny Komitet Gospodarczy. Światowy Związek prowadzi już od sześciu lat Kursy Eksportowe, na których kształcą się przyszli przodownicy naszej komisji zamorskiej, a ponad to współpracuje w tym zakresie z wieloma odpowiednimi instytucjami krajowymi, nie będąc jednak instytucją gospodarczą, sam żadnych transakcyj przeprowadzić nie może. Inicjatywę winny tu wykazać odpowiednie instytucje, zajmujące się zagadnieniem polskiego eksportu do Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej.

Warto przy tym podkreślić, że odkąd mamy własną, stale rozwijającą się linię okrętową, wszelkie wysiłki nad ożywieniem i usprawnieniem polskiego eksportu do Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej są znacznie ułatwione.

Rola wychodźstwa w handlu zagranicznym Polski

Rezolucja przyjęta przez Ogólnopolski Kongres Kupiectwa Polskiego w Warszawie.

Ogólnopolski Kongres Kupiectwa Chrześcijańskiego stwierdza:

1. że najbardziej pożądaną gospodarczą formą współpracy między emigracją i Macierzą jest współpraca kupiectwa emigracyjnego z krajem;
2. że posiadając za granicą blisko 8-milionową, do kraju przywiązaną, emigrację polską, w czym kilkadziesiąt tysięcy drobnych kupców, nie utrzymujemy z nią stosunków handlowych w takiej skali, na jaką pozwala tak ich siła i gotowość konsumcyjna jak i nasze możliwości produkcyjne;
3. że przeszkodę w nawiązywaniu poświadanych stosunków handlowych stanowią nie tylko ogólne trudności w handlu międzynarodowym,

lecz także struktura zawodowa naszej emigracji, wśród której brak w kraju typu zainteresowanych eksporterów, zaznajomionych z warunkami zbytu do terenów emigracyjnych, —

uważa, że należy, celem wykorzystania powyższych naturalnych możliwości, dążyć do zbliżenia kupiectwa polskiego w kraju z kupiectwem polskim na emigracji.

W tym celu należy:

- a) aby polskie zrzeszenia kupieckie w porozumieniu z Naczelną Radą Zrzeszeń Kupiectwa Polskiego weszły w bliższy kontakt z polskimi organizacjami kupieckimi na obczyźnie;
- b) aby polskie zrzeszenia propagowały usilnie wśród polskich eksporterów konieczność organizowania się.

KRONIKA

Królowa Kupiectwa Polskiego w Ameryce

Ruchliwa i pomyślnie rozwijająca się organizacja polskiego kupiectwa w Stanach Zjednoczonych — Federacja Zrzeszeń Kupieckich organizuje w czasie od 1 marca do 17 kwietnia r. b. oryginalny konkurs czyli tak zwany Kontest Popularności, którego wynikiem będzie właśnie wybór: „Królowej Kupiectwa Polskiego w Ameryce”. Konkurs pomyślany jest w ten sposób, że poszczególni kupcy polscy otrzymują od Federacji kupony konkursowe, które przez kupców dodawane będą do każdego zakupu, począwszy od wartości 50 centów, Każdy kli-

jent będzie mógł więc otrzymać tyle kuponów, za ile 50-cio centówek zakupi w danym sklepie towarów. Kupony będą służyły do głosowania, w wyniku którego wybrana zostanie najpopularniejsza panienska — Polka w danym okręgu i dadzą podstawę do wyboru spośród nich „Królowej Kupiectwa Polskiego w Ameryce”. Kupcy płacić będą Federacji 1 centa za każdy kupon, wzamian za co każdy sklep, biorący udział w Konkursie będzie wymieniony w wykazie stale przez Federację ogłaszanym w całej miejscowej prasie polskiej. Będzie więc to dużą reklamą dla sklepów a zarazem wpłynie na zwiększenie obrotów.

Wielki stanowy zjazd kupiectwa polskiego w Detroit

Okręg I-szy Federacji Zrzeszeń Kupieckich w Ameryce w Detroit zorganizował w dniach 13, 14 i 15 lutego wielki zjazd kupiectwa polskiego ze stanu Michigan. Jedną z najważniejszych spraw tego zjazdu była kwestia zorganizowania Amerykańsko-Polskiej Izby Handlowej w stanie Michigan. Wiceprezesa Federacji Zrzeszeń Kupieckich p. W. Dombrowska wygłosiła interesujący referat na temat pracy kobiet w kupiectwie.