

Biblioteka Główna Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu

Artykuł:

J.B.: Warszawa przyzywa kupców poznańskich

Źródło:

Gospodarka Zachodnia Rok 1 1937 zeszyt 10, strony 257-258

Artykuł zdigitalizowany i udostępniony cyfrowo w ramach zadań projektu pt.
„Digitalizacja i udostępnianie online »Bibliografii gospodarki Wielkopolski 1919-39«
H. Maciejewskiej” (SONB/SP/550684/2022)

siada inne formy organizacyjne i inaczej spełnia swoje zadania.

Jeżeli chodzi o hurtowy handel zbożowy, kupiec odbierając z większych warsztatów rolnych zboże, jednocześnie dostarcza im paszy, nawozów, a w sporadycznych wypadkach nawet narzędzi i maszyn rolniczych, na porządku dziennym znajduje się przy tym udzielanie rolnictwu kredytów gotówkowych w formie zaliczek, na mające być dostarczone w przyszłości zboże. Natomiast jeżeli chodzi o małe warsztaty rolne, to kupiec wykonuje funkcję zbiorczą; skupując na targach małe partie zboża, które często, z uwagi na ich jakość, doprowadza we własnym zakresie do wymogów standartowych i z niewielkich partij zboża tworzy partie większe, celem plasowania ich na krajowym lub zagranicznym rynku zbytu.

Łącznie z powyższym nasuwa się pytanie: czy tego rodzaju pośrednictwo jest potrzebne, czy zbyteczne. Gdyby było zbyteczne, nie ulega wątpliwości, że wykończyłoby je samo życie. Tymczasem, jak okazuje się, jest ono konieczne i nawet w wypadkach, w których pragnie się z handlu wyeliminować, po pewnym czasie żąda się znowu jego usług.

Dlatego też trudno zrozumieć, z punktu widzenia ogólnogospodarczego celowości, wystąpienie domagających się wyeliminowania prywatnego handlu zbożowego z dostaw zboża do wojska. Czy kupiec, który niejednokrotnie finansuje rolnictwo w formie zaliczek, i oddaje poważne usługi dostarczając mu różnych potrzebnych towarów, lub który skupił zboże w drobnych partiach, ma być pozbawiony możliwości dotarcia do poważnego źródła zbytu, jakim jest wojsko? Czy zboże dostarczane przez kupca jest zbożem drugiej klasy, czy też ciąży na nim inne wady przez które prywatny kupiec zbożowy nie może uzyskać zbytu w wojsku?

Uprawniając do dostaw wojskowych jedynie rolnictwo i jego organizacje przy wyeliminowaniu kupiectwa stwarza się warunki, w których zasada zapewnienia optimum opłacalności warsztatów rolnych nie znajdzie pełnych możliwości realizacyjnych. Warunki te powstają przede wszystkim przy właściwej koniunkturze; koniunktury nigdy nie stworzą sporadyczne sprzedaży nawet po cenach najwyższych, natomiast stworzą ją sprzedaż masowe, tak liczne, by umożliwiły uplasowanie całej podaży po cenach choćby nieco niższych, dających mniejszą nawet różnicę zysku.

Jeżeli więc tylko ograniczona ilość sprzedawców uprawniona do dostaw wojskowych będzie otrzymywała lepsze ceny, natomiast pozostała część zboża znajdująca się w rękach handlu nie będzie miała tej sa-

mej możliwości, wówczas taki stan rzeczy w nieczym nie przyczyni się do powstania koniunktury; oczywiście odbije się to rekoszetem na rolnictwie.

Czy handel prywatny przeciwstawia się zasadzie bezpośredniego kontaktu handlowego rolnictwa z wojskiem? Absolutnie nie. Domaga się jedynie dopuszczenia prywatnego kupca zbożowego do dostaw wojskowych, na równi z rolnictwem i spółdzielniami, by mógł plasować swoje zapasy zbożowe po równych cenach z innymi. Żądania równouprawnienia w handlu zbożowym dla kupiectwa wypływa zresztą nie tylko ze względów gospodarczych, lecz również i z zwykłej słuszności.

Prywatny handel zbożowy na zachodzie Polski jest niemal zupełnie spolszczony, przy czym stanowią go naogół byli wojskowi i powstańcy wielkopolscy. Zdawałoby się przeto, że raczej on winien być popierany przez wojsko aniżeli pewien odłam spółdzielczości, który opierając się na obcym narodowościowo kapitale i obcej narodowości członkach, dopuszczony zostaje do bezpośrednich transakcyj z armią w imię hasła ogólnych. Kiedy już mowa o względach ogólniejszych, nie wolno zapominać, że indywidualne kupiectwo płaci czterokrotnie wyższe podatki, jest więc dobrym płatnikiem, którego podtrzymanie nie może być dla skarbu państwa obojętne.

Reasumujemy. Przyjmujemy zasadę pokrywania zapotrzebowania wojska u najtańszego źródła. Dlatego też wysuwamy tezę, by przy dostawie zboża odgrywał rolę nie charakter sprzedawcy lecz cena towaru: jeżeli tańsza oferta producenta — niech wojsko kupuje u niego, jeżeli natomiast cena niższa u kupca czy spółdzielni, niech pierwszy czy druga dochodzi do głosu. Oto kupiecki kąt widzenia.

Wreszcie wydaje się, że w interesie wojska leży, by miało dostateczną ilość dostawców, by mogło pokrywać się bez ograniczenia w okresie, który jest mu najdogodniejszy. Pewne ujemne doświadczenia daje pod tym względem rok ubiegły, kiedy wojsko — jak wiadomo — w znacznej większości pokrywało swe zapotrzebowanie przede wszystkim w prywatnym handlu zbożowym, nie mogąc otrzymać bieżąco żądanej ilości towaru. Mimo to, mając na uwadze zalecenia tymczasowych przepisów o dostawach wojskowych, pierwsze miejsce dawało przy zakupach producentom i ich organizacjom handlowym. W rezultacie poniosło znaczne straty.

W świetle uwag powyższych wydaje się, że propagowanie dostaw wojskowych jedynie i tylko przez producentów i spółdzielnie, z wyeliminowaniem polskiego kupiectwa zbożowego, nie ma dostatecznego uzasadnienia gospodarczego.

NOTATKI

WARSZAWA PRZYZYWA KUPCÓW POZNAŃSKICH

Prowadzona już od dwu lat ekspansja kupiectwa wielkopolskiego na kresy wschodnie i b. Kongresówkę, zwraca coraz częściej uwagę na wysokie walory repre-

zentowane przez handel poznański. Coraz częściej spotkać się można z przeciwstawieniem metod stosowanych przez handel pozostałej części Polski metodom handlu wielkopolskiego. Ostatnio na łamach jedynego w swym rodzaju tygodnika ukazującego się w Warszawie, niezwykle barwnie redagowanym „Merkuryusza Polskim“

(Nr 30 z dn. 7 VIII 37 r.) znajdujemy artykuł pod wielomówiącym tytułem: „Przyzwać poznańczyków”. W artykule tym, autor J. (ulian) B. (abiński) charakteryzuje kupca i rzemieślnika warszawskiego jako bufona, nieuprzejmego, lekceważącego sobie klienta, uważającego, że raczej on ma kupcowi służyć, a nie odwrotnie.

Oto, jak czytamy we wspomnianym artykule:

„Kupiec warszawski tem się różni od wszystkich kupców całego świata, że tamci wszystko robią, aby klienta zobaczyć u siebie jeszcze raz — a kupiec warszawski nie zaniedba niczego, co trzeba zrobić, aby klient już go omijał nazawsze”.

Jakaż więc na o rada? Czy mamy już opuścić ręce bezradnie? — pyta autor. Na pytanie to, daje natychmiast odpowiedź:

„Bynajmniej. Jest na to rada i wyborna. Przyzwać poznańczyków. Coprędzej sprowadzić poznańczyków. Pisać apele do poznańczyków. Niech przybywają, niech zakładają sklepy, warsztaty, zakłady. Kto raz zajdzie do poznańczyka, ten będzie zaraz warszawską omijał o sto mil.

Oto kilka próbek.

Pan X. kupuje u szewca w Poznaniu trzewiki. Sklep drugorzędny, na bocznej ulicy. Właściciel, w przeciwieństwie do opryskliwości warszawskiej, załatwia klienta z uprzedzającą grzecznością, a gdy już transakcji dokonano i klient włożył na nogi świeży sprawnik, kupiec pyta, gdzie odesłać stare buty?

Warszawianin jest zawstydzony. Gdzieżby mu w Warszawie chcieli odsyłać do domu parę starych trzewików?

— Och, taka drobnostka. Sam zabiorę.

— Cóż znowu, proszę pana. Pan pewnie zaraz do domu nie idzie, co pan będzie paczki ze sobą nosił. Jeszcze pan gdzie zapomni. Niech pan pozwoli odesłać.

Klient zostawia adres i wróciwszy wieczorem do domu, zastaje buty.

Po dwu miesiącach dostaje pocztą list. Otwiera:

„Szanowny, Panie. Kilka tygodni temu Szanowny Pan był łaskaw zakupić u mnie trzewiki. Przewidując że zapewne sznurowadła już się podarły, a taką drobnostkę zawsze zapomina się kupić, przesyłam przy niniejszem parę sznurowadeł. Z poważaniem itd.”.

Pan X. osłupiał.

Cudotwórca ten szewc, jasnowidzący! Bo właśnie od kilku dni panu X. porwały się sznurowadła, co rano, ubierając się postanawia kupić nowe i co wieczór rozbierając się, widzi, że zapomniiał.

Pierwszą rzeczą, którą uczynił tego ranka, było złożyć wizytę zdumiewającemu szewcowi, serdecznie podziękować za pamięć i zamówiwszy natychmiast nową parę butów, spytać, jak on robi te cuda jasnowidzenia? Czy dzień i noc myśli o każdym kliencie, który kupi u niego buty i troska się, czy mu czasem sznurowadła nie popękały?

— Och! — roześmiał się szewc — to zaś ale drobna rzecz. Ja mam taką kartotekę, o widzi pan? Tu się kła-

dzie kartkę na każdego klienta, a na tę kartkę zakłada się taki haczek. W każdy tydzień zakłada się inny kolor haczka. Mam ośm kolów haczków. I tylko trzeba się trzymać porządku, jak zakładam haczki zielone, to wydaję wszystkie kartki żółte, bo żółty kolor wypada po zielonym to jest ośm tygodni i do żółtych haczków wysyłam te kartki. Są już drukowane i tylko trzeba napisać adres. To nawet nie ja robię, tylko córka robi, bo ja nie mam czasu. Choć to raz na tydzień, ale że dużo mam klientów, to córkę nauczylem i ona to robi.

Pan X., ochłoniwszy ze zdumienia (szewc na drugorzędnej ulicy trzyma się metod naukowej organizacji handlu!!!) pyta:

— No dobrze. A jeżeli klient dostanie sznurowadła i mimo to nie przyjdzie.

— Nie szkodzi. Wejść mu się zakłada haczek. Za dwa miesiące dostanie znowu sznurowadła. I za drugie dwa miesiące znowu dostanie sznurowadła. Tylko że mu się na kartce pisze „O”.

— Cóż to znaczy?

— Oporny. To mu się wysyła coraz przyjemniejsze listy. To jak on dostanie trzeci, czwarty raz sznurowadła, żaden nie wytrzyma. Nowe buty każdy do mnie przyjdzie kupić.

Wejdźcie do kupca poznańskiego wymienić rzecz, która się wam nie podoba. Wymieni natychmiast z największym zadowoleniem. Klienta, który kupi u niego agrafkę za dziesięć groszy, obsłuży z tą samą uprzejmością, co nabywcę koronek za sto złotych.

Raz byłem świadkiem, jak w pierwszorzędnym magazynie na placu Wolności wymienił kupiec jakiejś klientce parę pończoch na nowe. Widziałem, że pończochy były używane i nie wytrzymałem.

— Panie — mówię po wyjściu — przecież ona panu przyniosła stare pończochy!

— Nie szkodzi — uśmiechnął się kupiec — ja wiem. To odrazu widać. Ale w handlu to sztuka nie na tem polega, żeby umieć zarobić, ale żeby umieć stracić.

W Warszawie wszystko jest nastawione na to, aby na człowieku zarobić raz a dobrze. Niech kto spróbuje wejść do drogiej restauracji i poprzestać na skromnym menu. Odrazu zmienia się do takiego gościa stosunek całej służby. Z wiernych grenadierów, oddanych na śmierć i życie w pierwszej chwili, (gdy gość bierze kartę) robią się pełni pogardy dyrektorzy banku, gdy padną słowa: — Sznycel i małe piwo.

Trzeba przywołać do Warszawy poznańczyków! Koniecznie wezwać poznańczyków! Kupeców, restauratorów, rzemieślników. Niech przyjeżdżają, niech zakładają sklepy i warsztaty, sami zrobią „kokosy” i nam będzie przyjemnie.

Marzę o okupacji Warszawy przez poznańczyków”.

J. B.

Nie wątpimy, że powyższe uwagi warszawskiego „Merkuryusza Polskiego” dadzą kupcom i rzemieślnikom poznańskim wiele do myślenia; i do wysnucia praktycznych wniosków...