

Blagovna izmenjava s tujino

v prvih sedmih mesecih letošnjega leta

Letošnji rezultati naše zunanje trgovine so večinoma ugodni. Obseg blagovne izmenjave s tujino se je v primerjavi z lanskim letom pomembno povečal tako glede izvoza kakor tudi uvoza. Pri tem je bil porast izvoza večji od porasta uvoza, kar zmanjšuje deficit trgovinske bilance. Zlasti moramo poudariti povečanje izvoza, ki je v tem razdobju za 35% večji od izvoza v ustreznem lanskem obdobju. Čeprav so rezultati glede izvoza vobče ugodni, vendar vidimo, da ti rezultati niso zadovoljivi v celoti vrsti panog. Dosedanja dinamika izvoza ni zadovoljiva v naslednjih panogah:

Zaostajanje v ml. din.	
Električna energija	33
Nafta in derivati	150
Barvna metalurgija	1.146
Električna industrija	95
Kemična industrija	140
Lesna industrija	2.782
Industrija celuloze, papirja	489
Tekstilna industrija	444
Usnjarska industrija	29
Sadjarstvo	391
SKUPNO	5.690

Kot vidimo na tabeli, je zaostajanje v teh panogah za 5 milijard in 690 milijonov dinarjev. Vendarle bo večina teh panog izpolnila plan, čeprav doslej zaostaja po dinamiki. To velja za nafto in derivate, barvno metalurgijo, električno industrijo, kemično industrijo, usnjarsko industrijo itd. Druge panoge bodo komaj lahko nadomestile doslej zamujeni izvoz, zlasti lesna industrija, pri kateri je zaostanek skoraj za 3 milijarde dinarjev, industrija papirja (z zaostankom v znesku domala pol milijarde dinarjev, ki je nastal zaradi zamujenega izvoza rotacijskega papirja), tekstilna industrija s skoraj pol milijarde dinarjev (zaradi konoplje) in sadjarstvo z zaostankom v znesku skoraj 400 milijonov dinarjev.

Umik s pridobljenih tržišč...

Čeprav je izvoz po dinamiki v 13 vejah presegel plan, ta presežek ne krije povsem zamud iz drugih vej. Največji presežek sta dosegli tobakna industrija in živinoreja. Zato bosta ti veji znatno presegli svoj plan. Prav tako moramo poudariti uspeh industrijo živil, ki je doslej že presegla plan, toda zaradi velikega povpraševanja v Evropi po sadju in predelanih pridelkih bo ta veja pač tudi vnaprej znatno presegala svoj plan.

Smeri izvoznega gibanja so se nekoliko spremenile. Evropa je v celoti obdržala isti odstotek udeležbe. V okviru Evrope pa se je nekoliko povečala udeležba držav Evropske plačilne unije, medtem ko so vzhodnoevropske države zabeležile določen padec. Udeležba Severne in Južne Amerike je tudi padla, povečala pa se je udeležba Azije.

Izvoz v južnoameriške države letos ni porastel. Za ta pojav so tudi določeni objektivni vzroki, kot časna prekinitve pogodbe s strani Brazila, plačilnega sporazuma s strani U-

rugvaja in neurejeni odnosi z Argentino. Moramo pa vendarle ugotoviti, da gre tu tudi za subjektivne hibe naše komercialne mreže. Pred več leti smo pričeli izvažati v Paragvaj precejšnje količine naših industrijskih izdelkov, a struktura je bila za našo državo zelo ugodna. Naša podjetja niso znala obdržati tega trga. Lanj smo sklenili prav tako ugoden kompenzacijski aranžma s Čilom, letos pa ni dovolj naporov, da bi obdržali in razširili to tržišče. Podobno je tudi v nekaterih drugih državah. Trenutno povpraševanje na kakem drugem tržišču navaja naša podjetja na to novo tržišče in tako podjetja zapuščajo tisto, kar je bilo že pridobljeno. S takšno politiko bi pač komaj lahko razširili izvoz. Stalna skrb za določen trg in nepretrgano preskrbo tega tržišča je šibka stran številnih naših podjetij.

Čeprav v celoti, kakor smo že omenili, rezultate zunanje trgovine v teh sedmih mesecih lahko imamo za zadovoljive, moramo vendarle opozoriti na pomankljivosti naših podjetij v njihovem poslovanju s tujino. Omenil bom nekatere.

... in nekatere druge hibe

Letošnje pomladi je bilo v Zahodni Evropi močno povpraševanje po sadju in zelenjavi, ker je ostra zima negativno vplivala na letino. Naša podjetja so dosegla znatno višje cene kot lani in so bila zato zadovoljna. Z analizo doseženih cen v Inštitutu za zunanjo trgovino smo ugotovili, da smo za blago iste kvalitete, ambalaže itd. dosegli cene, ki so bile 20% nižje od tistih, ki so jih dosegli naši konkurenti (n. pr. pri češnjah).

V zunanjetrgovinski zbornici se pogosto dogovorijo o minimalnih cenah, za katere je ugotovljeno, da jih dejansko lahko dosežejo na tujem trgu. Lahko pa se dosežejo tudi višje cene. Nekatera podjetja jih tudi dosegajo. Toda nekatera podjetja ne poskušajo doseči višje cene (seveda tudi ne nižje), ker se bojijo, da ne bodo mogla prodati svojega blaga ali pa da bo blago prodalo kako drugo naše podjetje. Tako tuji kupci prisilijo tudi tista podjetja, ki sicer dosegajo boljše cene, da prodajajo ceneje. Precej je primerov nezaupanja v vzajemno lojalnost, to pa zelo moti poslovanje.

Podjetja prav tako včasih nimajo zaupanja pri odkupovanju na našem notranjem trgu, nepravilno dvigajo odkupne cene ali dvigajo maržo zadrugam, ki potem nočejo obneznosti. Letos ni bilo dovolj marelic: obrodile so samo v Makedoniji. Te količine je doslej odkupovalo makedonsko podjetje. Sedaj so vsa podjetja navaila na to majhno količino in seveda nepravilno in brez potrebe dvignila ceno. To je bil letos primer pri vseh tistih kmetijskih pridelkih, ki so jih odkupovali za izvoz. Podjetja pri tem računajo na za-

služek v izvozu, utegne pa se pripetiti, da se tudi na tujem trgu cene znižajo. V takem primeru pa podjetja zahtevajo povečanje koeficienta, kakor je bilo lani z marasko.

Taki pojavi so žal tudi v izvozu industrijskih izdelkov. Znano je, da ima naša industrija šibek komercialni aparat. Doslej se je orientiral na uvoz, prav tako kakor tudi številna

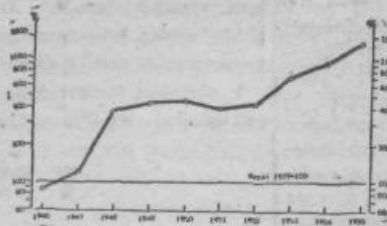
zunanjetrgovinska podjetja, ki se ukvarjajo z uvozom industrijskih izdelkov. V tovarnah moramo neogibno organizirati sposoben komercialni aparat, ker v tem primeru ne bi več bilo podobnih primerov:

Za kak izdelek, n. pr. za sekuro za sladkorni trs, je bil zagotovljen plasma na tujem trgu, n. pr. v Indiji. Dosegli so ugodne cene. Druga podjetja, ki so za to slišala, pričenjajo tudi sama proizvajati takšne sekire in se ne vprašajo, koliko takšnih izdelkov določeni trg lahko sprejme. Blago proizvajajo, potem pa ga ne morejo prodati ali pa ga prodajajo po neugodnih cenah, ka-

kor je bil primer s hidrusi v Egiptu. Nato pa iščejo krivca. Intervencija ustrezne sekcije zunanjetrgovinske zbornice je pogosto prepozna.

V prvi polovici letošnjega leta je bilo že znano, da se bodo cene svinj v Nemčiji v drugem polletju dvignile. Podjetja so opozorili na to in jim svetovali, naj sklepajo manjše aranžmaje s krajšimi roki. To pa ni pomagalo. Podjetja so si še vnaprej prizadevala sklepati aranžmaje za čimvečje količine, ker so se bala konkurence drugih podjetij. Nastopil je dvig cen, naša podjetja pa tega niso mogla povsem izkoristiti. Ivo Barbalič

IZDELKI ELEKTROINDUSTRIJE ZA ŠIROKO POTROŠNJO



Nagel porast proizvodnje

Elektroindustrija spada med tiste veje proizvodnje, ki so se po vojni izredno hitro razvijale. Leta 1956 je bila njena proizvodnja okrog 16-krat večja od predvojne. Ta veliki porast smo dosegli z gradnjo velikih tovarn. Z njihovo dovršitvijo smo prav za prav sgradili novo veliko industrijo, ki je pred vojnjo nismo imeli. Do pred tremi, štirim leti je ta industrija proizvajala samo opremo. Od leta 1954 dalje pa je začela zelo hitro rasti tudi proizvodnja blaga za široko potrošnjo. Elektroindustrija daje na trg veliko število raznih aparatov. Ta raznovrstnost je od leta do leta večja.

Proizvodnja radijskih sprejemnikov se je pri nas začela leta 1948, ko smo izdelali 23.000 aparatov. Leta 1955 smo izdelali 82.000 aparatov, letos pa jih bomo okrog 120.000. Medtem ko so prva leta radijske aparate pri nas pretežno samo montirali iz uvoženih delov, pa jih sedaj vse bolj v celoti izdelujejo doma. Zato pa število izdelanih aparatov samo ne kaže popolnoma vsega napredka, ki smo ga dosegli v naši radijski industriji. Čeprav se je ta industrija hitro razvijala, vendar pa

njen obseg proizvodnje ne dosega obsega proizvodnje v industrijsko razvitih državah. V ZDA izdelajo letno 10 milijonov radijskih aparatov, kar pomeni, da izdelajo na vsakega prebivalca desetkrat več kakor pa v Jugoslaviji. Drugi veliki proizvajalci so Zahodna Nemčija in Sovjetska zveza s 3 milijoni aparatov na leto, Velika Britanija z 2 milijoni aparatov itd. V Jugoslaviji imamo 600.000 radijskih naročnikov, kar pomeni, da pride na vsakih 30 prebivalcev en radijski aparat.

Uvoz radijskih aparatov je razmeroma majhen, saj je znašal leta 1955 le 9.000 aparatov. Na našem trgu prevladujejo torej aparati domače proizvodnje. Čeprav je število naročnikov še majhno, pa je kljub temu nastalo vprašanje vnovčenja aparatov, kar silijo proizvajalci, da znižujejo cene in proizvajajo cenejše vrste aparatov.

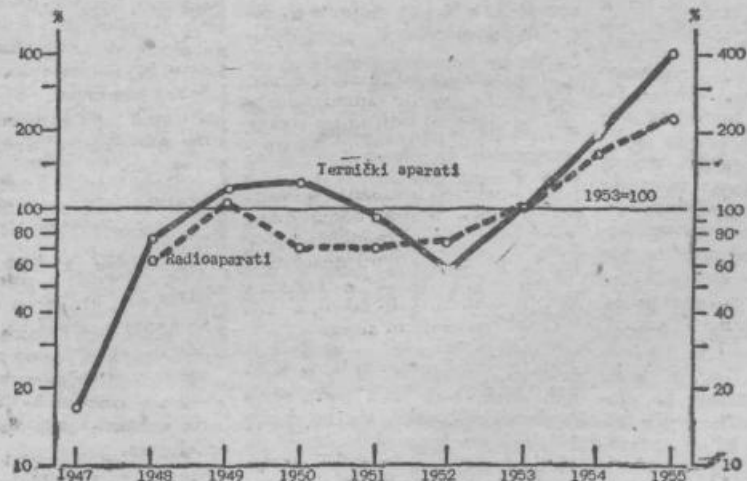
Termični aparati predstavljajo veliko skupno električnih aparatov za gospodinjstvo. Leto obsegajo likalnice, grelce, rešaje, električne štedilnike itd. Pred vojnjo smo proizvajali doma 8 ton teh aparatov, leta 1955 pa smo dosegli 1.446 ton. Leta

1956 se je ta proizvodnja še povečala. V zadnjih dveh letih se je zlasti povečala proizvodnja večjih in kompliciranih aparatov, kot so na primer štedilniki.

Med nove izdelke elektroindustrije za široko potrošnjo spadajo tudi hladilniki. Leto izdelujeta pri nas dve podjetji, (eno v Sloveniji in drugo v Črni gori). V sedmih mesecih tekočega leta so izdelali okrog 100 ton teh aparatov, ki se kaj lahko vnovčujejo, kar prinaša velikem povpraševanju na trgu po teh izdelkih.

Do letos nismo uvažali mnogo električnih aparatov za gospodinjstvo. Leta 1955 smo razen omenjenih vrst aparatov uvozili še za 10 milijonov dinarjev boilerjev, sesalcey za prah, električnih kuhinjskih naprav in podobno. Hkrati pa so te aparate začela izdelovati tudi naša podjetja. Veliko je število raznih električnih aparatov, ki jih je mogoče uporabiti v gospodinjstvu. Razen tega, da bo morala elektroindustrija povečati tudi proizvodnjo vseh vrst električnih aparatov v razmerju in vzporedno z napeljavo električne energije tudi v tiste kraje, ki je doslej še niso imeli.

Število prebivalcev na 1 radijski aparat



Proizvodnja termičnih in radijskih aparatov