

1852.

D I P L O M D A R B S

E k s p o r t a t i r d z n i e o t b a s
o r g a n i z ā c i j a.

stud. rer. merc.
Voldemārs B i e r a n d s,
Mat. Nr 18141.

1937. gada augustā.

Prof. J. Kärklina kungam

Säkkut-nomtu laipnai atokutmai:
opd. Voldemāra Bieranda (18741)

17. Londonu:

4 Eksposta birtuicetas organi-
zacija? —

Korreferenti: Dr. K. Berginis.

17. IX 1937.

~~_____~~
~~_____~~

IZLIETĀTĀ LITERĀTŪRA.

1. Bickel, Wilhelm, Die ökonomische Begründung der Freihandelspolitik. Zürich, 1926.
2. Biedermann, Heinrich, Lehrbuch des Überseehandels. 2. Auflage, bearbeitet von Rewald, Berlin, 1922.
3. Hellauer, Josef, System der Welthandelslehre. I. Bd., 1. Teil, 3.- 8. Auflage. Berlin, 1920.
4. Hellauer, Josef, Kalkulation. Berlin, 1931.
5. Hellauer, Josef, Nachrichten- und Güterverkehr. Berlin, 1930.
6. Kapferer, Clodwig, Exportforderung. I. Band, Die Markt-Analyse. Leipzig, 1929.
7. Kapferer, C. und Schwenzner, J., Exportbetriebslehre. Mannheim, 1935.
8. Latvijas ārējā tirdzniecība un transits 1935. u. 1936. g. Rīgā, 1936. /37.
9. Leobers, A., Tirdzniecības tiesību pārskats. Rīgā, 1927.
10. Mayer, Jindrich, Horna, Miloš und Šourek, Antonin, Neue Wege der Handelspolitik. Prag, 1936.
11. Mertig, Johs., Das Exportgeschäft, Sperlin's Handelsbücherei. Stuttgart, 1928.
12. Mūsu pienākums, Latvijas ražojumu propagandas komitejas izdevums. Rīgā, 1931.
13. Nicklisch, H., Die Betriebswirtschaft. Stuttgart, 1929./30.
14. Nöllenburg, Wilhelm auf der, Die Exportorganisation und ihre Technik. Leipzig, 1925.

15. Ottel, Klemens, Die Technik des Wirtschaftlichen Verkehrs. 2. Auflage. Wien, 1927.
16. Schär, J. Fr., Allgemeine Handelsbetriebslehre. 5. Auflage. Leipzig, 1923.
17. Elster, L., Wörterbuch der Volkswirtschaft. I. Band. Jêna, 1931.
18. Sohück, Walter, Handbuch der Exportpraxis. Stuttgart, 1931.
19. Sondorfer, Rudolf, Die Technik des Welthandels. 4. Auflage. Wien, 1912.
20. Stern, Robert, Export-Technik. Stuttgart, 1923.
21. Žurnāls "Ekonomists", 1936./37. g.
22. Likumu un valdības rīkojumu krājums, 1930.-1937. g.
23. Valdības Vēstnesis un citi laikraksti.

S a t u r a r ā d ī t ā j s.

| | Lpp. |
|------------------|------|
| Ievads | 1 |

Pirmā daļa.

EKSPORTA TIRDZNIECĪBAS ORGANIZĀCIJA

EKSPORTA VALSTĪ.

I. Nācionālā ražošana.

| | |
|---|----|
| A. Dabiskie priekšnoteikumi racionālai eksporta ražošanai | 18 |
| B. Saimnieciskā uzņēmība | 27 |
| C. Valsts saimnieciskās politikas nozīme ražošanā | 31 |

II. Valsts saimnieciskā aktivitāte ārējā tirdzniecībā.

| | |
|---|----|
| A. Protekcionisms un antiprotekcionisms | 45 |
| B. Valsts iekšējās saimnieciskās politikas ietekme ārējā tirdzniecībā | 53 |
| C. Valsts ārējā saimnieciskā politika un eksporta tirdzniecība | 58 |

III. Eksporta darījumu veidi.

| | |
|---|----|
| A. Ražotājs kā preču eksportieris | 70 |
| 1. Tiešās un netiešās eksporta tirdzniecības priekšrocības un trūkumi | 77 |

Lpp.

| | |
|--|----|
| 2. Ražotāju apvienības eksporta veicināšanai | 79 |
| B. Eksporta tirdzniecība profesijas veidā. | 85 |
| 1. Eksportieris kā patstāvīgs tirgotājs. | 85 |
| 2. Eksportieris kā komisjonārs | 89 |
| a. Eksportieris kā pārdošanas komisjonārs | 89 |
| b. Eksportieris kā iepirkšanas komisjonārs | 91 |
| C. Konsorciālie darījumi | 94 |

IV. Eksporta uzņēmuma iekšējā iekārta.

| | |
|--|-----|
| A. Eksporta kalkulācija | 96 |
| 1. Eksporta saimniekošanas izdevumi izvedējas valstī | 101 |
| 2. Eksporta saimniekošanas izdevumi importa valstī | 104 |
| 3. Eksporta riska prēmijas | 109 |
| 4. Cenas politika | 114 |
| B. Grāmatvedība | 124 |
| C. Korespondence | 128 |

V. Eksporta tirdzniecībā iespējamie sakaru nodibināšanas veidi.

| | |
|-----------------------------------|-----|
| A. Ārzemju noņēmēji | 136 |
| 1. Importieri | 136 |
| 2. Lieltirgotāji | 139 |
| 3. Sīktirgotāji | 141 |
| 4. Preču nami | 142 |
| 5. Ražotāji | 144 |
| 6. Patērētāji | 144 |
| 7. Valsts kā patērētāja | 146 |

| | Lpp. |
|---|------|
| B. Sakaru nodibināšana personīgi uzmeklē- lējot pārdevēju vai pircēju | 148 |
| C. Eksporta tirdzniecībā pielietātie rak- stiskie līdzekļi sakaru nodibināšanai. | 150 |
| 1. Katalogi | 152 |
| 2. Paraugi | 154 |
| D. Reklāma | 157 |
| VI. Institūti ārējās tirdzniecības veicināšanai. | |
| A. Institūti tiešai ārējās tirdzniecības veicināšanai | 161 |
| 1. Biržas | 161 |
| a. Biržas efektīvie darījumi | 164 |
| b. Biržas termiņu darījumi | 167 |
| c. Biržas termiņu darījumu komer- ciālā nozīme | 172 |
| 2. Meses un izstādes | 174 |
| 3. Tirdzniecības kameras | 177 |
| 4. Aukcionāri | 179 |
| B. Institūti netiešai ārējās tirdzniecī- bas veicināšanai | 182 |
| 1. Konsulāti | 182 |
| 2. Bankas | 185 |
| 3. Noliktaavas | 190 |
| 4. Ziņu biroji un citi informācijas avoti | 194 |

Otrā daļa.

EKSPORTA TIRDZNIECĪBAS ORGANIZĀCIJA IMPORTA
VALSTĪ.

I. Eksporta tirgus analīze.

A. Eksporta tirgus ģeografiskais stāvoklis. 198

| | Lpp. |
|---|------|
| B. Politiskās attiecības eksporta tirgū. | 204 |
| C. Juridiskās attiecības eksporta tirgū. | 215 |
| D. Eksporta tirgos pielietātie līdzekļi importa rēgulēšanai | 217 |
| E. Informācijas avoti | 223 |
| II. Noietā organizācija eksporta tirgos. | |
| A. Eksporta agenti | 227 |
| B. Eksporta nodaļas | 239 |
| C. Komisionāri | 243 |
| III. Konjunktūra un sezona. | |
| A. Konjunktūras diagnōze. | 246 |
| 1. Statika un dinamika saimnieciskajā dzīvē | 247 |
| 2. Konjunktūras cikli un fāzes | 249 |
| 3. Konjunktūras kustību savstarpējās attiecības | 252 |
| B. Laba un slikta konjunktūra | 255 |
| C. Saimniecisko stāvokli raksturojošās parādības | 260 |
| 1. Naudas un kapitāla tirgus | 260 |
| 2. Preču tirgus | 263 |
| 3. Darba tirgus un ražošanas kapacitāte | 268 |
| D. Konjunktūras prognoze | 271 |
| E. Sezona un tās novērtēšana | 274 |
| LATVIJAS SVARĪGĀKO LAUKSAIMNIECĪBAS RAŽOJUMU IZVĒRTĒŠANA ĀRZEMJU TIRGOS. | |
| | 277 |

I E V A D S.

Eksporta problēma tagadnē ir jautājums, kuram katrā saimnieciski attīstītā un modernā valstī tiek piegriezta izcila vērība. Tautsaimnieciski eksportam ir jāizpilda vesela rinda uzdevumu. Vispirms eksportam jānodrošina vietējā rūpniecība ar nepieciešamām ārzemju izejvielām un pusfabrikātiem; tālāk, jāsigādā pretvērtība tām importa precēm, kuras iekšzemē nav iespējams ražot vai arī saimnieciski neatmaksājas. Ārzemju tirgus iegūšana paplašina vietējās saimniecības darbības aploku, turpretim eksporta tirdzniecības sašaurināšanās izsauca bezdarbu, saimnieciskās uzņēmības iemigšanu un dzīves tempa samazināšanos. Kā privātsaimnieciski, tā tautsaimnieciski ir no svara, lai eksports pārsniegtu importu. No privātsaimnieciskā viedokļa kāpjošs noiets ceļ cenās, dod iespēju izmantot visu uzņēmumu kapacitāti un līdz ar to aug uzņēmuma rentabilitāte. Tautsaimnieciski pārsniegumā ir vērtību pieaugums, sevišķi, ja tiek eksportētas preces, kas ražotas ar pārlabotām darba metodēm, lētākiem palīga līdzekļiem, kurās ieguldītas eksportējošo subjektu zināšanas, piedzīvojumi u.t.t. Šeit ir bagātību radītāja uzņēmēja dinamiskā darbība. Beidzot eksports

veicina kādas nācijas politisko un kultūrālo vērtību citu nāciju starpā.

Eksports bazējas uz dabisko, saimniecisko un kultūrālo apstākļu dažādību starp eksporta un importa zemi. Dažāds izejvielu sadalījums, klimatiskie apstākļi, iedzīvotāju izglītības līmenis, dažāda saimnieciskā uzņēmība un citi faktori, izsauca internacionālo darba dalīšanu un savstarpējo preču apmaiņu.

Cik nepieciešama arī nebūtu savstarpējā preču apmaiņa, tomēr pēdējos gados, it īpaši saimnieciskās krīzes gados, ir attīstījušās autarķijas tendences un par vadošo principu daudzu valstu oikonomiskajā politikā ir izveidojusies pašiztikas doma. Pasekojot šim attīstības procesam, varam novērot šādas ievērojamākās pārmaiņas internacionālā preču apgrozībā. Pēc kara stipri pieauga lauksaimniecības produkcija ne tikai tīrās agrārās valstīs, bet arī rūpniecības valstīs. Pastiprināta ražošana bija kā sekas no samērā augstām cenām, bet tad 1925. g. sākās cenu krišana, kas izsauca industrijas valstīs, kurās lauksaimnieku dzīves standarts ir augstāks kā tīrās agrārās valstīs, prasību, lai aizsargā no lētajiem ārzemju produktiem. Agrārās valstis uz to atbildēja ar rūpniecības ražojumu importa ierobežošanu. Kad 1934. g. U. S. A. un Francija norobežojās no ārzemju

tirgiem un tam vēlāk pievienojās arī līdz tam liberālā Lielbritānijas tirdznieciskā politika, tad visā pasaulē tirdzniecība tika lielā mērā pārveidota.^{1/} Šis attīstības process vēl nav noslēdzies, tomēr novērojamas daudzās valstīs sekošas raksturīgākās parādības:

Pastāv cenšanās izlīdzināt tirdzniecības bilanci un ne tikai tādēļ, lai līdzsvarotu savstarpējo preču kustību, bet arī lai panāktu tautsaimnieciski izdevīgu maksāšanas bilanci, jo šodien tirdzniecības bilancē sastāda ievērojamāko posteni maksāšanas bilancē. Ārzemju maksājumu rēgulēšanai valsts ieved stingru devīžu kontroli, ko uztic vai nu finanču ministrijai vai centrālām naudas institūtam. Valūtu tiek atļauts izdot tikai par tiešām nepieciešamām ārzemju precēm, katra spekulācija ar valūtu ir aizliegta un valsts pavēl privātām personām un bankām visus starptautiski atzītos maksāšanas līdzekļus nodot valsts bankai. Tirdzniecības bilances līdzsvarošanai ar atsevišķu valsti, tiek pielietāti klīringa līgumi, bieži klīringu attiecinot ne tikai uz saistībām, kas ceļas no preču apgrozības, bet vispār uz visiem maksājumiem.

Tālāk vēl raksturīga parādība, ka daudzās Eiropas valstīs iekšzemē ražotās preces un importētās netiek apskatītas

1/ Sk. J. Mayer, M. Homa, A. Šourek "Neue Wege der Handelspolitik" 1936., lpp. 50.

no viena un tā paša redzes viedokļa. Ja iekšzemē ražotās preces tiek uzskatītas kā tautsaimniecisks ieguvums, tad no ārzemju precēm cenšas atbrīvoties dažādiem līdzekļiem. Tā vairākās Eiropas valstīs pastāv legāli vai faktiski monopoli ar vienīgām tiesībām importēt zināmu priekšmetu. Tālākie līdzekļi, kurus valstis lietō lai sasniegtu saimniecisku patstāvību un attīstītu iekšzemes ražošanas spējas, būtu:

Importa rēgulēšana ar kontingentiem, kas sevišķi izplatījās pēc 1930. gada un tagad jau ir izveidojusies vesela kontingentu sistēma, piemēram: pastāv vispārīgie kontingenti, kas attiecas vispār uz zināmas preces importu, atsevišķie kontingenti, kas aptver importu no noteiktas valsts, muitas kontingenti u.t.t. Citi pielietotie līdzekļi importa rēgulēšanai: prohibitīvas muitas, kompensācijas darījumi, ievēduma aizliegumi, importa atļaujas, izcelšanās apliecības, konsulātu faktūras, priekšraksti par muitas dokumentu un faktūru izrakstīšanu u.t.t.

Pašiztikas saimniecības izveidošanās lielajās Eiropas valstīs, sevišķi Latvijas ražojumu importa zemēs, piespieda arī Latviju saimnieciskās krīzes gados ķerties pie augšminētiem līdzekļiem, lai nodrošinātu iekšējo tirgu vietējiem ražojumiem.

Tālāk varam novērot arī gluži pretējas parādības. Ja no vienas puses, valstis cenšas noslēgties no ārzemju tirgiem, tad no otras puses, visās valstīs pastāv cenšanās veicināt eksportu. Šeit svarīgs līdzeklis ir valsts valūtas politika, kas eksportierim var dot lielas priekšrocības attiecībā pret ārzemju konkurentiem. Vēl valsts var paplašināt eksportiera darbības radiusu, noslēdzot tirdzniecības un muitas līgumus un tādā veidā novērst pastāvošos šķēršļus normālai eksporta tirdzniecībai. Vietējo rūpniecību valsts atbalsta ar industriāliem aizdevumiem, tiešām vai netiešām subvencijām, cietu cenu garantijām iekšzemē u.t.t. Arī izveidojot konsulāro korpusu, valsts veicina sakaru nodibināšanu un atvieglo saimnieciskās informācijas iegūšanu. Tālākie līdzekļi ir: eksporta finansēšana, kursa riska uzņemšanās, nodokļu atlaišana, transporta palētināšana u.c.

Šis īsais pārskats rāda, ka zināmā mērā šodien merkantiliskās idejas piedzīvo renesanci, jo minētie līdzekļi pielietoti arī 17. g.s. Kā šis process nobeigsies, ir ārkārtīgi grūti paredzēt, tomēr liekas, ka tuvākā nākotnē, ne tikai autoritātīvās valstīs, bet arī demokrātiskās, valsts iespaids ārējā tirdzniecībā nemazināsies. Pie pastāvošām starptautiskām attiecībām, arī nav domājams, ka

protekcioņistiskā valsts politika varētu pārvērsties liberālā, bez tam jāņem arī vērā, ka tas izsauktu lielus satricinājumus daudzu valstu saimnieciskajā dzīvē, jo tautsaimnieciskā struktūra ir pieskaņojusies pastāvošām metodēm.

Interesanti ir skaitļi par pasaules tirdzniecības attīstību un Latvijas ārējās tirdzniecības attīstību beidzamajos gados. Par pasaules tirdzniecības attīstību apmēra skaitļi pēc L. Elstera "Wörterbuch der Volkswirtschaft" I. Bd., Jēna, 1931., 219. lpp.:

Pasaules tirdzniecība.

| Gads | Pasaules tirdzniec. miljardos zelta markās | Atsevišķu valstu piedalīšanās pasaules tirdzniecībā | 1895. | 1927. |
|-------|--|---|-------|-------|
| | | | % | % |
| 1860. | 29 | U. S. A. | 10,1 | 14 |
| 1873. | 57,8 | Anglija | 18,3 | 13,9 |
| 1890. | 91,8 | Vācija | 11,4 | 9,4 |
| 1913. | 161,5 | Francija | 8,8 | 6,2 |
| 1925. | 163 | Itālija | 2,8 | 2,8 |
| 1927. | 165,5 | Pārējās valstis | 48,6 | 53,7 |
| | | | 100 | 100 |

Attiecībā uz Latviju, jāaizrāda, ka pirmajos valsts pastāvēšanas gados, par Latvijas eksporta precēm varēja nosaukt tikai linus un kokus. Šīs eksporta preces ir palikušas arī šodien mūsu izvedpreču sarakstā kā svarīgi priekšmeti,

bet tai pašā laikā eksporta preču nomenklātūra ir ievērojami paplašinājusies. Tagad starp eksporta precēm ir miņams - sviests, bekons, olas, konservi, finieri, celuloza, gipss - citiem vārdiem, vesela rinda priekšmetu, kuņus varam attiecināt uz fabrikātu grupu, bet sevišķi uz t. s. lauksaimniecības kvalitātes produktiem. Tomēr Latvija, kā pēc dabas apstākļiem, tā pēc līdzšinējās materiālās kultūras un tradīcijām ir lauksaimniecības valsts, tādēļ tās eksports ir un arī nākotnē paliks galvenokārt lauksaimniecības produktu eksports.

Latvijas eksporta spēju pacelšanā arī valsts ir ņēmusi intensīvu dalību, kārtodama svarīgāko izvedpreču tirgu. Ar cietu cenu garantijām iekšējā tirgū, ar piemaksām pie eksportētām precēm, ja pasaules tirgū iegūtā cena nese dz pašizmaksu un citiem līdzekļiem, valsts ir nodrošinājusi lauksaimniecības svarīgākām nozarēm pastāvēšanu un tālāku attīstību. Bet tomēr jāaizrāda, ka jeb kuņas piemaksas pašizmaksas segšanai ir saimnieciskā kara līdzeklis, kuņam nevar būt ilgs mūžs. Ja saimnieciskā dzīvē kādu nozari pabalsta, tad saprotams, no otras nozares tas tiek ņemts, bet liekas, ka Latvijā būs grūti atrast tādu nozari, kas atrastos tik labvēlīgā stāvoklī, ka varētu ilgstoši palīdzēt citām. Valstīs, kuņās ir ļoti plašs iekšējais tirgus,

gan ir iespējams uz iekšējā tirgus rēķina uzturēt dažas eksporta nozares, bet mēs šai ziņā esam citādā stāvoklī. Tādēļ šeit atliek vienīgais ceļš, racionālizēt ražošanu, samazināt pašizmaksu un intensīvi intervēt ārzemju tirgos.

Latvijas saimnieciskā aktivitāte pasaules tirgos ievērojami palielinājusies, ko apliecina jaunākie statistiskie dati ^{2/} par ārējo tirdzniecību.

| Gads | Vairums 1000 t | | Vērtība 1000 ls | | Ārējās tirdzniecības kopapgrozība | Pieaugums 1000 ls |
|-------|----------------|----------|-----------------|----------|-----------------------------------|-------------------|
| | Imports | Eksports | Imports | Eksports | | |
| 1934. | 918,7 | 1.041,9 | 94,9 | 85,3 | 180,2 | - |
| 1935. | 1.048,5 | 1.052,7 | 100,9 | 98,7 | 199,6 | 19,4 |
| 1936. | 1.100,9 | 1.079,1 | 121,9 | 138,4 | 260,3 | 60,7 |

Salīdzinot augšējos skaitļus, redzams, ka pēdējos divi gados Latvijas ārējā tirdzniecība attīstījusies ļoti labvēlīgi. Gada laikā kopējā importa un eksporta vērtība palielinājusies no 199,6 milj. ls uz 260,3 milj. ls, t. i. par 60,7 milj. ls, vai aplēšot %% - 30,4%. Eksporta vērtība 1936. g. pavairojusies straujāk, nekā importa: 1935. g. importēts preču par 100,9 milj. ls, bet 1936. g. par 121,9 milj. ls; turpretim eksportētas preces 1935. g.

2/ Sk. Latvijas ārējā tirdzniecība un transits 1935.g. lpp. 7. un "Jaunākās Ziņas" 1937. g. 20. janv. 23. nr., lpp. 6.

par 98,7 milj. ls, bet pagājušā gadā par 138,4 milj. ls. Tā tad imports pavairojies par 21 milj. ls, bet eksports par 39,7 milj. ls, vai procentos - par 20,8% un 40,2%. Sakarā ar tik strauju eksporta pieaugumu, arī tirdzniecības bilance pagājušā gadā uzrāda 16,5 milj. ls aktīva, kamēr iepriekšējā gadā bija par 2,2 milj. ls pasīva. Tik aktīva tirdzniecības bilance 1936. g. nav bijusi nevienā kaimiņvalstī, ne Lietuvā, ne Igaunijā. Sevišķi straujšs pieaugums bijis pagājušā gada pēdējos 3 mēnešos, t.i. pēc valūtas reformas. No visa ārējās tirdzniecības apgrozījuma pieauguma, 2/3 attiecas uz šiem pēdējiem 3 mēnešiem. Pa daļai arī ārējās tirdzniecības palielināšanās stāv sakarā ar mūsu tirdzniecisko līgumu politiku.

Pirms pāreju pie sava tiešā uzdevuma, eksporta tirdzniecības organizācijas apskatīšana, vēlētos noskaidrot dažus jautājumus un jēdzienus sakarā ar ārējo tirdzniecību un tās organizāciju.

Tirdzniecību varam iedalīt dažādos veidos, skatoties pēc tā, ko ņemam kā dalīšanas kritēriju. Apstāšos tikai pie tiem tirdzniecības veidiem, kas stāv sakarā ar apskatāmo problēmu.

Pēc vietas, kur dzīvo tirdzniecības darījuma kontrahenti, izšķir nacionālo un internacionālo tirdzniecību.^{3/}

3/ Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre", I. Bd., 1. Teil, 3.-8. Auflage, 1920. g., 4.-11. lpp.

Nacionālā tirdzniecība ir tad, ja līguma kontrahenti ir vienas valsts subjekti, bet internacionālā tirdzniecība, ja līguma slēdzēji ir no dažādām valstīm. Ņemot kopā visu valstu internacionālo tirdzniecību, dabūjam pasaules tirdzniecību. Starp jēdzieniem pasaules tirdzniecība un internacionālā tirdzniecība ir atšķirība, piemēram, mēs varam runāt par Latvijas internacionālo tirdzniecību, bet tikai par Latvijas piedalīšanos pasaules tirdzniecībā.

Pēc tā, vai preces ar tirdzniecību pāriet valsts robežu, vai paliek valstī, izšķir iekšējo un ārējo tirdzniecību. Ārējā tirdzniecība ir tajā pašā laikā arī internacionāla tirdzniecība, tomēr jēdziens pilnīgi nesakrīt, jo ne katra internacionālā tirdzniecība ir ārējā tirdzniecība, un ne katrs internacionālās tirdzniecības akts izsauc preču pārsūtīšanu, piemēram, ja kāds ārzemnieks piedalās biržā termiņa darījumos, tad te ir internacionālā tirdzniecība, lai gan preču kustība nenotiek. Turpretim, ja tiešām prece pārsūta, tad internacionālās tirdzniecības jēdziens sakrīt ar ārējās tirdzniecības jēdzienu.

Ārējo tirdzniecību daļa eksporta tirdzniecībā, importa tirdzniecībā un starptirdzniecībā. Eksporta un importa tirdzniecība nozīmē internacionālās tirdzniecības aktus, kas izsauc preču kustību noteiktā virzienā. "Ex port" nozīmē

ārā no ostas, tā tad eksports un imports norāda internācionālās preču kustības virzienu. Preču kustībai nevajaga vienmēr notikt pēc tirdzniecības akta, tā var notikt arī pirms tā, piemēram, aizsūta nepārdotu preci uz ārzemēm lai filiāle rūpējas par pārdošanu. Tā var eksports un imports būt bez eksporta tirdzniecības.

Starptirdzniecība palīdz starp divām valstīm nokārtot preču kustību, vienalga, vai prece tiek ievesta tajā valstī, kurā dzīvo starptirgotājs, vai nē. Starptirdzniecību parasti apzīmē kā eksporta un importa tirdzniecību, jo tirgotājs var preci ievest savā zemē un nav izslēgts, ka daļu laiž arī vietējā tirgū. Pretējā gadījumā, ja tirgotājs iekšzemē netirgojas, tad ir tikai eksporta tirdzniecība, jo pārdod atkal citai valstij, šeit nekrīt svarā, ka ārzemju preces ir ievestas valstī, kuŗas faktiski ir domātas citai valstij.

No starptirdzniecības jēdziena izriet tiešās un netiešās eksporta un importa tirdzniecības jēdziens. Kā tiešu kādas valsts eksporta tirdzniecību apzīmē tad, ja eksports uz zināmu ārvalsti notiek ar eksportējošās valsts tirdzniecības aktiem vien. Netiešu tad, ja izlietā starptirgotāju, piemēram, Latvijas eksportieris pārdod labību Hamburgas eksportierim, bet tas pārdod tālāk. Līdzīgi arī

var runāt par kādas valsts tiešu vai netiešu eksportu un importu. Ja eksporta valsts savus ražojumus pati sūta uz pārdošanas vietu, ir tiešs eksports. Turpretim netiešs, ja sūta ar citu valstu palīdzību, kas preces saņem un reeksportē. Starptirdzniecības jēdzienu var saprast arī citādā nozīmē, ka ne cita valsts iespraužas, bet gan atsevišķa persona. Tā eksporta tirdzniecībā runā par tiešu vai netiešu eksporta tirdzniecību, skatoties pēc tā, vai ņem palīgā starplocekļus vai nē, piemēram, ja pats ražotājs stājas sakaros ar ārzemju importieriem vai patērētājiem, ir tieša eksporta tirdzniecība, ja izlietā speciālo eksportieru pakalpojumus, netieša.

Vēl var dalīt ārējo tirdzniecību aktīvā un pasīvā. Šeit nav dalīšanas pamats aktīva vai pasīva tirdzniecības bilancē, bet gan vietējo tirgotāju pasīvitāte vai aktīvitāte ārējā tirdzniecībā. Ja vietējie tirgotāji uz savas iniciatīves nodibina sakarus ar ārzemju pircējiem, tad ir aktīva ārējā tirdzniecība, turpretim, ja gaida lai ārzemju tirgotāji ievada sakarus ar vietējiem ražotājiem vai ārzemju pircējiem, pasīva. Saprotams, nekad kādas valsts ārējā tirdzniecība nav tikai pasīva vai aktīva, pasīvā ārējā tirdzniecība visbiežāk ir sastopama pie tautām ar zemu kultūrālo līmeni.

Kas tad īsti ir eksportieris un kas ir raksturīgs viņa darbībā?

Eksportieris vārda plašākā nozīmē ir katrs, kas preces pārdod uz ārzemēm. Arī nekrīt svarā, vai prece ir ražota pašu zemē vai kādā citā valstī. Attiecībā uz starptirgotāju, daži autori^{4/} to tikai tad uzskata par eksportieri, ja reeksportētās preces ir cēlušās no valsts, kas atrodas tuvu pie valsts, kurā dzīvo starptirgotājs, bet tālu no importa valsts. Piemēram, Latvijas tirgotājs būs eksportieris, ja viņš Igaunijas linsēklas eksportēs uz Dienvidameriku, bet būs importieris, ja Kanādas kviešus eksportēs uz Igauniju. Šis uzskats neiztur kritiku, jo kur tad šeit rast robežu, cik lieliem attālumiem tad jābūt starp importa un eksporta valsti. Arī liekas nepareizs ir uzskats, ka tirgotājs nav eksportieris, ja viņš preces iekšzemē pārdod kādam ārzemju tirgotājam vai tā agentam, jo arī šeit izceļas tiesiskas attiecības starp eksporta un importa zemi. Arī gadījumos, ja šādas attiecības neizceltos, t.i. ja ārzemju pircējs tūlīt pie preču saņemšanas arī samaksā, tomēr pārdevējs ir uzskatāms par eksportieri. Ja eksporta tirdzniecība nozīmē internacionālās tirdzniecības

4/ J. Hellauers "System der Welthandelslehre", lpp. 113.

aktus, kas izsauc preču kustību noteiktā virzienā, tad nav nozīmes tirgotāju, kas pārdod uz kredita, uzskatīt par eksportieri, bet kas slēdz darījumus pret tūlītēju samaksu, nē. Abos gadījumos izvestā prece arī parādīsies tirdzniecības bilancē.

Pie eksportiera vārda plašākā nozīmē pieskaitāms arī ražotājs, kuŗš savus ražojumus ārzemēs pārdod, arī tirgotājs, kuŗš tikai pie izdevīga gadījuma izved eksporta darījumus, bez kā ar to pastāvīgi nodarbotos.^{5/}

Eksportieris vārda šaurākā nozīmē ir tirgotājs, kuŗš profesijas veidā savā vārdā, kaut arī ne savā rēķinā, piekopj tikai eksporta darījumus, vai kuŗa saimnieciskā darbībā eksporta darījumi ieņem galveno vietu. Šos eksportierus var sadalīt divās grupās. Vienu grupu sastāda liel-tirgotāji, kas tirgojas ar noteiktu preci vai preču grupu, un parasti tie tura lielāku vai mazāku daudzumu preču krājumā, kuŗas tie pārdod arī iekšzemē. Cik tālu to atļauj tā kapitāls un darba spēks, tie ieiet darījumos tikai ar tādām valstīm un tirgotājiem, ar kuŗiem strādājot nerodas daudz lielākas grūtības kā^{ar} iekšzemes tirgotājiem. Otra grupa sastāv no tirgotājiem kuŗu galvenais mērķis

5/ Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre", 1920., lpp. 114.

ir eksporta darījumi un kuņiem pati prece ir tikai ar sekundāru nozīmi. Parasti tie netur preces krājumā un nodibina veikala sakarus ar tādām zemēm, ar kuņām eksporta tirdzniecība pašiem ražotājiem vai parastajiem lieltirgotājiem ir apgrūtināta. Bieži arī šos eksportieņus apzīmē kā eksportieņus vārda visšaurākā nozīmē, vai kā speciālos eksportieņus.

Starp dažādiem eksportieņiem notiek arī speciālizēšanās, tā daži orientējas apkalpot tikai noteiktus tirgus - geografiskā orientēšanās, citi darbojas tikai ar noteiktiem eksporta priekšmetiem - preču orientēšanās, vai arī eksportē tikai vienu internacionālās tirdzniecības priekšmetu un tikai uz noteiktu ārvalsti.

Ārējā tirdzniecībā tirgotājs var atrast visinteresantāko un visplašāko darbības lauku, bet jāaizrāda, ka šis ir visgrūtākais un sarežģītākais preču tirdzniecības veids un uzstāda tirgotājam daudz lielākas prasības kā iekšējā tirdzniecība. Vispirms no eksportieņa var prasīt uzņēmību, t. i., tam jābūt patikai uzmeklēt svešas valstis un studēt eksporta tirgus politisko un saimniecisko struktūru.^{6/} Tam jāprot ievadīt un uzturēt tirdznieciskie sakari, nebaidoties

6/ J. Fr. Schär "Allgemeine Handelsbetriebslehre", 1923., 5. Auflage, lpp. 6.

nodibināt sakarus arī ar mazāk pazīstamiem apgabaliem un neatteikties arī no riskantākiem, bet labu peļņu sološiem darījumiem. Tālāk, tam jāseko konkurences attīstībai, savas valsts un eksporta tirgus iekšējai un ārējai saimnieciskai politikai un kritiski jānovērtē ārzemju saimnieciskās politikas līdzekļi, lai varētu jaunās attiecības izmantot sava uzņēmuma labā. Eksportierim jābūt izglītotam, lai spētu piesavināties visu komplicēto pasaules tirdzniecības komerciālo tehniku.

Eksportiera panākumi lielā mērā arī atkarājas no sava uzņēmuma pamatīgas pazīšanas, tādēļ tam nepieciešami iepazīties ar kantoņa zinātņi: tirdzniecības rēķiniem, grāmatvedību, korespondenci, kalkulāciju u.c. Lai aizsargātu savas intereses, jāzin tirdzniecības tiesības, konkursa tiesības, vekseļu tiesības, procesa tiesības u.t.t., jo grūti būs pastāvēt eksportierim konkurences cīņā, ja katrā gadījumā būs jāgriežas pie advokāta. Arī nepieciešami iepazīties ar preču zinātņi, ne tikai attiecībā uz savām precēm, bet arī svarīgākām konkurentu precēm.

Eksportierim jābūt energiskam, jāprot ātri izšķirties, mazākās lietās jābūt precīzam un beidzot nesatricināmi godīgam, jo tālu netiks veikalnieks, kuŗš apzināti paslēps preces trūkumus, dos nepilnīgu svaru, aprēķinās fiktīvus

izdevumus u.t.t. Mazāk izveicīgs tirgotājs gan varētu domāt, ka ar šādiem nesolīdiem paņēmieniem tas gūs panākumus, bet tālredzīgs tirgotājs, kuŗš ilgstoši vēlas darboties internācionālā tirdzniecībā, gan sapratīs, ka ne ar ko tā tas sev nekaitēs, kā ar šādiem nesolīdiem paņēmieniem. Uzticība, kādu tirgotājs bauda, ir drošākais pamats tirgotāja sekmēm un sakaru paplašināšanai, bez tam jāņem arī vērā, ka nesolīds eksportieris met ēnu uz visas nācijas tirgotāju šķiru.

P I R M Ā D A Ļ A.

EKSPORTA TIRDZNIECĪBAS ORGANIZĀCIJA EKSPORTA VALSTĪ.

I. NĀCIONĀLĀ RAŽOŠANA.

A. Dabiskie priekšnoteikumi racionālai eksporta ražošanai.

Vēsturiskā perspektīvē svarīgāko pasaules tirdzniecības artikeļu ražošanā un internacionālā tirdzniecībā varam novērot svarīgas pārmaiņas. Beidzamos gados attīstās 3 vareni saimnieciski apgabali, kas lielākā vai mazākā mērā cenšas būt neatkarīgi viens no otra. Viens no šiem apgabaliem ir ziemeļu un dienvidu Amerika, kurā ir tādi pat klimatiskie, saimnieciskie un kultūrālie apstākļi kā Eiropā. Otrs apgabals būtu Eiropas - Afrikas apgabals, ieslēdzot arī Rietumsibīriju un Priekšāziju. Šajā apgabalā atsevišķās daļās atrodami lieli saimnieciski neizmantoti zemes gabali, piemēram, Sibīrijā, Priekšāzijā, Afrikā u.c. Trešais apgabals ir Austrālijas - Āzijas saimnieciskais apgabals.

Salīdzinot Eiropas - Afrikas saimnieciskā apgabala svarīgāko eksporta valstu kopējo eksportu ar pārējo divu apgabalu eksportu, redzams, ka Eiropas - Afrikas eksports

ir samazinājies, lai gan tieši no Eiropas sākās pasaules tirdzniecība un līdz pat šā gadu simteņa sākumam, Eiropa bija galvenais pasaules tirdzniecības centrs. Tas pa daļai stāv sakarā ar visās valstīs attīstījušos cenšanos izveidot nacionālo ražošanu, daudzās valstīs, kurās agrāk nebija ievērojamāka nacionālā ražošana, tagad atrodam attīstītu industriju, lauksaimniecību, kalnrūpniecību u.t.t.

Tālākais faktors, kādēļ Eiropa zaudēja savu I vietu, bija spēcīgas saimnieciskas varas attīstība-U. S. A. sevišķi pasaules karš ievērojami pastiprināja amerikāņu pasaules varas attīstību. Kamēr Eiropā kara periodā saimnieciskā dzīve bija pilnīgi dezorganizēta, U. S. A. savu kopprodukciju no 28,7 miljardiem \$ 1909. g. sakāpināja uz 65 miljardiem \$ 1919. g.^{1/}

Līdzīgi U. S. A., arī Japāna beidzamos gados uzrāda lielu progresu un ar saviem lētiem ražojumiem ir ne tikai Eiropas eksportieri izspiedusi no daudziem Āzijas eksporta tirgiem, bet arī konkurē Eiropas tirgos. Tālāk Ķīnā, Indijā, Austrālijā, Dienvidamerikā pastāv cenšamās norobežoties no ārzemju tirgiem, kas arī sašaurina Eiropas eksportieru darbības lauku.

1/ Sk. Sperlings, Handelsbücherei "Das Exportgeschäft", herausgegeben von Johs. Mertig, 1928. lpp. 88.

Šis attīstības process norāda, ka nepieciešami intensīvāko apstrādāt pasaules tirgu, ja Eiropas eksportieris vismaz grib noturēties uz līdzšinējā līmeņa. Tomēr kāda valsts var ar vājām sekmēm darboties internacionālā tirdzniecībā, ja vietējā rūpniecība vai lauksaimniecība strādā dārgi un neracionāli.

Kādas nācijās ražošana ir lielā mērā atkarīga no šekošiem dabiskiem apstākļiem: klimata, valsts ģeografiskā stāvokļa, ģeoloģiskās uzbūves, stādu un dzīvnieku bagātības, dabiskiem spēka avotiem, dabiskiem transporta ceļiem un citiem faktoriem.

No visiem ģeografiskiem faktoriem, saimniecisko dzīvi visvairāk ietekmē klimats. Klimats ir atkarīgs no jūras tuvuma, kalniem, purviem un valsts ģeografiskā stāvokļa. Valstis, kurās rēgulāri mainās gadalaiki, uzrāda stabilāku saimniecisko dzīvi kā valstis, kurās ir padotas stiprām klimatiskām svārstībām. Apgabalos, kurus bieži piemeklē lietus gāzes, liels sausums, salnas, karstums, arī ir ļoti svārstīgas ražas. Agrārās valstīs ilgstošs sausums var pilnīgi iznīcināt ražas un arī ievērojami samazināt mājlopu skaitu, iznīcinot pļavu zāļu ražas.

Tālāk klimats atstāj iespaidu uz iedzīvotāju saimniecisko darbību. Tā baltās rases piederīgiem ir ļoti grūti

strādāt fizisku darbu mitrā un karstā klimatā. Arī paši iedzimtie nelabprāt strādā intensīvu fizisku darbu un baltajiem uzņēmējiem ir jāievēd dzeltēnie vai melnie strādnieki.

Ar modernās tehnikas attīstību gan cilvēks ir mēģinājis darboties pretim nelabvēlīgiem klimatiskiem apstākļiem, tomēr kāda apgabala individuālitāti vēl šodien noteic klimatiskie apstākļi.

Zemes klimatu iedala šādās joslās:^{2/}

1. Ekvātorālā klimatiskā josla
2. Tropiskā " "
3. Sutropiskā " "
4. Mērenā " "
5. Polārā " "

Ekvātorālai klimatiskai joslai dienvidos un ziemeļos stiepjas plašākas vai šaurākas pārējās klimatiskās joslas. Ekvātorālā josla ir raksturīga ar augstu vienmērīgu temperatūru un gaisa mitrumu. Vidējā temperatūra siltākos mēnešos nepārsniedz 30° C un vēsākos mēnešos nenokrīt zem 24° C. Mitrais gaiss vājina darba gribu un veicina dažādu slimību izplatīšanos. Šādi apgabali ir parasti ar zemu

^{2/} Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre". 1935., lpp. 25.

kultūru un saimnieciskā dzīve koncentrējas lielāko satiksmes ceļu tuvumā. Galvenās eksporta preces - kakao, jēlgumija, eļļas augi un dažādi izrakteņi.

Ziemeļos un dienvidos ekvātorālai klimatiskai joslai stiepjas tropiskā klimatiskā josla ar vidējo temperatūru vēsākos mēnešos ne zem 20° C. Karstajos mēnešos temperatūra sasniedz 30° C. Raksturīgākā parādība, ļoti svārstīgais nokrišņu daudzums. Arī temperatūras maiņas ir ļoti straujas, piemēram, Sudanā, Ziemeļaustrālijā, Brazīlijas iekšienē u.c. Izplatītas kokvilnas plantācijas.

Tropiskai klimatiskai joslai seko sutropiskā, ar zemāko temperatūru 8° C. Pastāv intensīva kokvilnas un tabakas audzēšana. Šajā joslā ietilpst: Dienvidaustrālija, Dienvidbrazīlija, Urugvaja, Austrumargentīna, Ziemeļāfrika /Sachara/, Arabija u.c.

Mērenā klimatiskā joslā ir galvenokārt no svāra siltais gada laiks. Vidējā temperatūra siltajos mēnešos nenokrīt zem 10° C. Tuvāk sutropiskai joslai ir vāja veģetācija, tādēļ izplatītas intensīvas pļavu zāļu saimniecības. Tālāk ir auglīgas druvas, meži un dārzi. Mērenā joslā arī iedzīvotāju kultūrālais līmenis ir augstāks kā iepriekš minētās klimatiskās joslās.

Polārā klimatiskā josla ir raksturīga ar zemo temperatūru.

Sastopama ekstensīva pļavu zāļu saimniecība /aitas, ziemeļu brieži/. Polārais apgabals un tropiskā klimatiskā josla uzskatāmi par saimnieciski nabadzīgākām pasaules daļām.

Tālāk valsts ģeogrāfiskais stāvoklis ietekmē atsevišķu valstu un atsevišķu ražošanas nozaļu konkurences spēju pasaules tirgū. Varam atšķirt izejvielu un patēriņa orientētas valstis. Dažās valstīs tikai tādēļ ir attīstītas zināmas ražošanas nozares, ka tuvumā ir atrodami minerāli, dabiskie spēka avoti, izejvielas u.t.t. Patēriņa orientētās rūpniecības vai agrārās valstis, pēc sava ģeogrāfiskā stāvokļa atrodas lielu patēriņu centra tuvumā. Ar savu ģeogrāfisko stāvokli patēriņa orientētās valstis iegūst lielas priekšrocības, kādas var nebūt tā konkurentiem. Eksporta tirgos iegūtā cena sastādas no pašizmaksas plus transporta izdevumi, plus peļņa. Ja kāda valsts pēc sava ģeogrāfiskā stāvokļa atrodas tālu no patēriņa centriem, tad faktiski tā nedabū par savām eksporta precēm to cenu, ko saņem ģeogrāfiski izdevīgākā stāvoklī esošie konkurenti, jo cena samazinās par transporta izdevumiem. Piemēram, Anglijas tuvumā esošās agrārās valstis - Dānija, un Holande iegūst par saviem ražojumiem augstākas cenas, kā tālāk stāvošās valstis.

Tālākais faktors, kas kādai valstij dod lielas priekš-

rooības, ir geoloģiskā uzbūve.^{3/} Modernā tautsaimniecībā ir nepieciešami: ogles, dzelzs, kapars, cinks, mangāns, zelts, sidrabs, alva u.c. Reti kāda valsts ir ar visiem šiem minerāliem pilnīgi apgādāta un šo minerālu trūkums arī izskaidro, kādēļ kādā valstī nav attīstītas svarīgas rūpniecības nozares. Arī nākotnē internacionālā sacensībā izšķirošo lomu spēlēs tas, cik kāda valsts ir ar šiem minerāliem apveltīta. Piemēram, pirmo vietu akmeņogļu un naftas produkcijā ieņem U. S. A., kas arī uzskatāma par varenāko lielvalsti pasaulē.

U. S. A. 1934. g. ieguva 376, 3 milj. tonnu akmeņogļu un 123 milj. tonnu naftas. Otro vietu akmeņogļu produkcijā ieņem Anglija ar 1934. g. iegūtām 224,5 milj. tonnām, bet tai pašai savas naftas nav, ir tikai Irānas nafta. Trešo vietu akmeņogļu produkcijā ieņem Vācija ar 136,1 milj. tonnām, bet arī viņai savas naftas nav; nav naftas arī viņas tiešā iespaida lokā.

Melnā metallurgijā - čuguna un tērauda produkcijā arī U. S. A. ir pirmā vietā. 1934. g. čuguna ieguvums 16,3 milj. tonnas, tērauda 26,3 milj. tonnas. Otrā vietā nāk Vācija ar 10,5 milj. tonnām čuguna un 13,5 milj. tonnām

3/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre". 1935., lpp. 16.

tērauda produkcijas. Trešā vietā, atstādama aiz sevis Angliju un Franciju, nāk Krievijas tērauda un čuguna produkcija, kas 1934. g. sasniedza: tērauds - 9,5 milj. tonnas, čuguns - 10,4 milj. tonnas.

Šāda pat aina ir mašīnu un sevišķi bruņošanās rūpniecībā nepieciešamā vaļa un svina produkcijā. Arī šeit pirmā vietā ir U. S. A. ar 377,2 tūkst. tonnām vaļa produkcijas un 341,7 tūkst. tonnām svina produkcijas 1935. gadā. Otro vietu vaļa produkcijā ieņem Čīle ar 259,9 tūkst. tonnām, bet svina produkcijā Meksika ar 179,2 tūkst. tonnām. Trešā vietā vaļa un arī svina produkcijā ir Kanāda ar 175,1 tūkst. tonnām vaļa un 149,1 tūkst. tonnām svina produkcijas.

Šīm milzīgajām dabas bagātībām ir ne tikai tā nozīme, ka tās ārkārtīgi ietekmē attiecīgas valsts nacionālo ražošanu, bet arī atsevišķai valstij piešķir lielas pirktspējas pasaules tirgū, kuŗas tā iegūst apmainot iekšējām vajadzībām neizlietoto minerālu daļu pret ārzemju ražojumiem.

Cementa, stikla un porcelāna rūpniecībai svarīgas kaļķakmeņa, gipša, granīta, smilšakmeņa, šīfera u. c. atradnes, kas arī noteic, ka vienā valstī ir sastopami moderni šīs nozares lieluzņēmumi, kamēr citā tikai sīkuzņēmumi.

Nākošais faktors, kas var celt nacionālo ražošanu, ir stādu un dzīvnieku bagātība. Starp stādu un dzīvnieku valsti pastāv ciešs sakars, jo dzīvnieki tieši vai netieši pārtiek no augiem, bet augu bagātību savukārt noteic klimatiskie apstākļi. Nacionālai ražošanai dzīvnieki tiktāl kristu svarā, ka no tiem iegūst svarīgas izejvielas un produktus, piemēram, vilnu, kažokādas, sarus, gaļu, taukus, sviestu u.c. Daudzās valstīs arī iedzīvotāji ievērojamus ienākumus gūst no zvejniecības.

Kalnainās zemēs vietējā rūpniecība var iegūt priekšrocības, izmantojot ūdens spēku elektrības vai tvaika vietā. Kalnainās zemes ūdens kritums un līdz ar to arī strau- me ir straujāka kā līdzenās zemēs un vairāk piemērota spēk- staciju būvēm. Tomēr pārāk straujas upes, lieli kritumi no otras puses atkal apgrūtina kugniecību. Sausā klimata joslā arī bieži lietus gāzes pārplūdina upes, vai ilgstošs karstums tā samazina upju līmeni, ka padara kugošanai un spēku iegūšanai nelietājamā. Mērenā klimata joslā ūdeņu saimniecisko vērtību ziemā samazina ledus, bet cietos ga- da laikos - miglas. Pie šādiem apstākļiem vietējais ražo- tājs ir spiests izlietāt dārgo dzelzceļa vai auto transpor- tu. Vēl, novērtējot iekšējo ūdensceļu saimniecisko vērtību, krīt svarā ne tikai ūdens daudzums un dziļums, bet arī

vai tie skar svarīgākos tirdzniecības un patēriņa centrus un eksporta ostas.

B. Saimnieciskā uzņēmība.

Saimniecisko dzīvi kādā valstī lielā mērā veido vietējo iedzīvotāju saimnieciskā uzņēmība un to izturēšanās pret saimniecību. Saimnieciskā uzņēmība lielā mērā atkarājas no tautas kultūrālā līmeņa, vēstures, reliģijas un sociālās iekārtas.^{4/}

Saimnieciskā uzņēmība vispirms izpaužas, kā iedzīvotāji izturās pret tehnikas jauninājumiem. Stātiski noskaņoti saimniekojošie subjekti izturās pret jaunām mašīnām, jauniem modeļiem, pārlabotām darba metodēm u.t.t. noraidoši un ilgi vēl turās pie veciem darba paņēmieniem, kad citās valstīs jau sen iesakņojušās jaunās darba metodes. Dinamiski noskaņoti saimniekojošie subjekti turpretim izrāda plašākas tehniskas zināšanas un ātri izšķiņas par jauninājumiem un uzņēmumu racionālizāciju. Ar turēšanos pie primitīvām darba metodēm un darba rīkiem, bieži arī izskaidrojami kādas valsts mazie saimnieciskie panākumi, kas ved pie nelietderīgas darba šķiešanas un izsauco

4/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., lpp. 46.

atsevišķo tautas slāņu mazos ienākumus.

Zināmu nāciju piederīgo saimnieciskā uzņēmība ir pazīstama visā pasaulē, piemēram, amerikāņus un angļus uzskata kā uzņēmīgus un saimnieciski apdāvinātus, bet arī saimnieciskā dzīvē nesaudzīgus; vācieši un skandināvieši ir tehniski progresējoši; armēņi un žīdi ir visā pasaulē pazīstami kā tirdzniecībā spējīgi un apdāvināti.

Pie dažām tautām ir vispār novērojama vāji attīstīta tieksme uz saimniecisku darbību. Pie šādām tautām tirdzniecība un arī galvenās ražošanas nozares atrodas svešautiešu rokās. Ja tirdzniecība atrodas svešautiešu rokās, tad saprotams, tie arī centīsies pēc iespējas vairāk importēt no savas dzimtenes, nepiegriežot vērību vietējās rūpniecības attīstībai. Pieaugot pašapziņai, vietējie iedzīvotāji tomēr sāks pamazām iespiesties zināmās ražošanas nozarēs, vispirms pārejoši vēl ievēdot ārzemju speciālistus, bet beidzot arī no tiem var atteikties un pilnīgi ārzemniekus atvietot ar vietējiem spēkiem. Šeit parādās saimnieciskās uzņēmības atmošanās un pastiprināšanās. Arī valsts ar savu saimniecisko politiku ievērojami var paātrināt šo attīstības procesu.

Interesanti būtu mazliet pakavēties pie jautājuma, vai Latvijā latvieši rūpniecībā un tirdzniecībā ieņem to

stāvokli, kāds tiem pienākās.

Pēc 1935. g. statistiskiem datiem^{5/} no visiem aktīviem latviešiem rūpniecībā un amatniecībā ir nodarbināti 14%, tirdzniecībā 4%, lai gan latvieši sastāda 76% no visiem iedzīvotājiem. Turpretim no žīdiem rūpniecībā atrod nodarbošanos 28% un tirdzniecībā 49%, lai gan viņu valsts iedzīvotāju kopskaitā ir tikai 5%.

Starp tirdzniecības uzņēmumu īpašniekiem, kas nodarbina algotu darba spēku, tā tad starp samērā lielākiem tirgotājiem, latviešu ir tikai 37%, bet pārējās 2/3 ir galvenokārt žīdi un vācieši. No visiem lielajiem tirdzniecības uzņēmumiem /1. un 2. kategorijas tirdzn. zīmes/ 1933. g. latviešiem piederēja 27%, bet žīdiem 49%, vāciešiem 17%. Pie tam latviešu lielo tirdzniecības uzņēmumu gada apgrozība ir 113 milj. ls; vāciešu - 69; žīdu - 202 milj. ls.

Līdzīgs stāvoklis ir arī rūpniecībā. Rūpniecībā lielle uzņēmumi, kas galvenokārt Latvijā ir akciju sabiedrības, mazākos apmēros kā pilnās, komandit- vai paju sabiedrības, arī dod vislielāko produkciju, kas beidzamos gados gada laikā ir 205 milj. ls. Bet no šīs summas 75 milj. ls dod vāciešu rokās esošie uzņēmumi vai 37%;

5/ Sk. "Jaunākās Ziņas", 1937. g. 15. marta 60.nr., 4.lpp.

žīdu uzņēmumi dod 73 milj. ls, vai 36%, bet latviešu lielākie rūpniecības uzņēmumi tikai nepilnus 50 milj. ls, vai mazāk kā 1/4 no minētās kopprodukcijas. No tā var secināt, ka latvieši minētās nozarēs ir nesamērīgi maz reprezentēti, bet par cik viņi tur strādā, tie ieņem mazvērtīgas vietas un uz viņiem nāk nesamērīgi liels vienkāršo strādnieku skaits. Lai šo nenormālo stāvokli izbeigtu, tad pēc 15. maija ir valdība spērusi soļus, kas lielā mērā samazinās Latvijas etnisko minoritātu saimniecisko spēku. Šeit būtu minamas jaunās tirdzniecības-rūpniecības akciju sabiedrības, piemēram, "Vairogs", C./s. "Turība", "Aldaris", "Ādu un vilnas centrāle", "Kaļķis", tad Latvijas Kredītbankas iegūtie uzņēmumi: tabakas fabrika a./s. "M. N. Asimakis", konfekšu fabrikas "E. Mežits", "A. Riegerts" u.c. Pieņemot vēl klāt agrāk dibinātos uzņēmumus, paju sabiedrību "Latvijas centrālais sviesta eksports", A./s. "Bekona eksports", A/s. "Latvijas centrālais sēklu eksports", redzams, ka tieši valsts ir bijusi tā, kas centusies celt latviešu saimniecisko uzņēmību.

C. Valsts saimnieciskās politikas nozīme
ražošanā.

Cenšanās pēc saimnieciskas patstāvības un neatkarības no ārzemēm ir galvenais motīvs, kādēļ valsts veicina iekšzemes ražošanu arī tādās nozarēs, kuŗas sakarā ar vietējiem apstākļiem ražo dārgākas preces, nekā var iegūt pasaules tirgū. Šī cenšanās pēc pašiztikas vai autarķija, ir tieši beidzamo gadu raksturīga parādība. Svarīgs moments, kas liek veicināt iekšzemes produkciju ir daudzās Eiropas valstīs pastāvošais bezdarbs. Galvenokārt valsts cenšas attīstīt tās nozares, kas piešķir valstij lielāku drošību un neatkarību no ārzemēm. Šādas nozares būtu: pārtikas vielu produkcija, apģērba, ķīmiskā un metallrūpniecība. Lai šādas nozares pienācīgi attīstītos, bieži trūkst kapitāla, vai arī privātais kapitāls, sakarā ar zemo rentābilitāti, neiet uz šīm nozarēm. Tā var būt gadījums, ka zināmu izejvielu ir iespējams iegūt arī iekšzemē, tomēr privātā iniciāatīve te nedarbojas, jo tas prasītu jaunu kapitāla investēšanu. Šeit nu valstij ir intensīvi jāintervē, vai nu nodibinot attiecīgus uzņēmumus vai ieinteresējot privāto iniciāatīvi ar lētu kreditu.

Eksportējošās nozares valsts var lielā mērā veicināt

ar tiešām vai netiešām subvencijām. Tiešās ir: ^{6/}

- 1/ Piemaksas par eksportētām precēm.
- 2/ Izvedu prēmijas.
- 3/ Vedmaksu " .
- 4/ Muitas atmaksa.
- 5/ Eksporta krediti un garantijas.

Ar ražošanas piemaksām vietējais ražotājs iegūst iespēju eksportēt par lētāku cenu kā pastāv vietējā tirgū; tas pats arī ir attiecībā uz izvedu prēmijām, kuŗas valsts vai nu izmaksā skaidrā naudā, vai arī tās parādās apslēptā veidā kā nodokļu atmaksa, ^{vai muiķas atmaksa} par ievestām izejvielām, pie tam atmaksas bieži notiek ne pēc faktiski samaksātās muitas, bet 2 un 3 kārtīgos apmēros. Arī apslēptās prēmijas ir, ja valsts nekontrolē izvestās preces identitāti, t.i. vai tiešām eksporta precē ir iestrādāta ievestā izejviela.

Vedmaksu prēmijas izpaužas dzelzceļu tarīfu pazeminājumos, kas dod iespēju eksporta tirdzniecībā kalkulēt transporta izdevumus zemāk kā iekšējā tirdzniecībā. Tas attiecas arī uz kugu vedmaksām, ostas nodevām, dažādiem transporta dokumentu izgatavošanas izdevumiem u.t.t.

Skatoties pēc tā, cik tālu valsts ir ieinteresēta pie atsevišķu nozaŗu eksporta, tā arī piedalās eksporta darījumu financēšanā. Sevišķi, ja eksporta tirgū ir

6/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 128. lpp.

nepārredzami politiski apstākļi, slikta konjunktūra, ne-normāla sacensība u.t.t., valsts nāk palīgā vai nu uzņemoties kredīta risku, kursa risku, vai arī tieši financē darījumus.

Netiešās subvencijas būtu: piešķir rūpniecības uzņēmumiem gruntsgabalus par pazeminātu cenu, pazemina elektrības tarifus, rēgulē zināmu izejvielu importu u.t.t. Arī ja valsts iekšzemē garantē cietas cenas, tad ir iespējams visu vērību piegriest konkurencei pasaules tirgū un cenas piemērot konkurentu cenām.

Eksporta forsēšana vēl izpaužas dempingā. Dempinga raksturīga parādība ir, ka preces pārdošanas cena stāv zem normālās pašizmaksas. Tirdzniecības prakse izšķir sekošus dempinga veidus:^{7/}

- 1/ Cenu dempings
- 2/ Muitas "
- 3/ Sociālais"
- 4/ Administratīvais dempings
- 5/ Valūtas dempings.

Pie cenu dempinga ražotājs ofertē savas preces par zemāku cenu nekā tas varētu pārdot iekšējā tirgū. Cenu dempings visbiežāk parādas tādu tautsaimniecību eksportā,

7/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre", 1935., lpp. 128.

kuņu ražošanas kapacitāti vietējais tirgus pilnīgi neizmanto. Šeit jāatšķir teorētiskā un praktiskā ražošanas kapacitāte. Pirmā tiek sasniegta tad, ja tiek ražots tik, cik vispār pie pastāvošā mašīnu un strādnieku darba spēka ir iespējams, pie optimāliem ražošanas apstākļiem. Normāli praktiskā ražošanas kapacitāte stāv tālu zem teorētiskās. Teorētisko ražošanas kapacitāti dažreiz izdodas sasniegt augstas konjunktūras laikā, kas parādās, ka uzņēmumi vai nu nepieņem jaunus pasūtījumus, vai arī prasa neparasti garus piegādāšanas termiņus. Iemesli, kāpēc praktiskā kapacitāte paliek aiz teorētiskās, ir dažādi, galvenais tomēr ir nepietiekošais noiets.

Muitas dempings ir, ja eksportējošā valsts piešķir kādai valstij ārkārtīgi lielas muitas priekšrocības, lai tikai attiecīgā eksporta tirgū varētu novietot produkcijas pārpalikumu.

Ja kāda valsts pie sliktākiem darba apstākļiem ražoto precī eksportē uz eksporta tirgu, kuņā pastāv labāki darba apstākļi un piedāvā par zemāku cenu kā spēj ražot importējošā valsts, tad runā par sociālo dempingu. Zem sliktākiem darba apstākļiem būtu jāsaprot zemākas algas, garāks darba laiks, bērnu un sieviešu darbs u.t.t. Arī

šādās valstīs parasti uzņēmējs nes zemākas sociālās nass-
tas. Dažreiz sociālais dempings pamatojas uz piespiedu
darbu, piemēram, cietumnieku un kara gūstekņu darbs,
kad uzņēmējam jāreķinas tikai ar izdevumiem izejvielām
un mazu pārvaldes izdevumu piesitumu, kamēr algas, īre
un citi izdevumi atkrīt.

Administratīvais dempings ir tad, ja visas pastāvo-
šās nodevas un nodokļi sakarā ar eksporta tirdzniecību
ražotājam tiek atlaisti. Dažreiz valsts nāk ražotājam pa-
līgā ar savu valūtas politiku. Ar inflācijas un devalvāci-
jas palīdzību vietējam ražotājam viegli pārlekt eksporta
tirgu augstos muitas vaļņus un uzveikt savus konkurentus.
Vispār šādos periodos vietējā produkcija palielinās un
eksports aug. Tā kā ražotāja izdevumi iekšzemē, neskatoties
uz viņa valsts valūtas internacionālās vērtības kri-
šanu, nepalielinās vai arī tikai lēnām ceļas, tad valūtas
dempings ir saimnieciski svarīgs līdzeklis eksporta for-
sēšanai. Valūtas dempinga panākumi būs mazi, ja arī iekš-
zemē notiek strauja cenu un algu celšanās. Pie devalvāci-
jas arī novērojams, ka no vietējām izejvielām ražoto pro-
duktu cenas ceļas lēnām, turpretim to preču cenas, kas
tiek ietekmētas no internacionāliem vekseļu kursiem,
kāpj strauji un ātri sasniedz cenu, kāda atbilst

valūtas vērtības krišanai.

Ja no vienas puses, valsts cenšas savu eksportu veicināt, tad no otras puses, valsts saimnieciskā politika iziet uz to, pasargāt savai eksistencei svarīgākās ražošanas nozares no ārzemju dempinga, vienalga vai tas būtu valūtas dempings, sociālais dempings, vai arī dempings ar eksporta prēmijām vai citiem paņēmieniem. Šeit lietotie līdzekļi ir: augstas muitas, kas bieži pieņem prohibitīvu raksturu, ievēduma aizliegumi, kontingenti, kompensācijas darījumi, klīrings, valūtas kontrole u.c.

Ja vietējai ražošanai ir zināma oikonomiska baze, tad muitu aizsardzībā valsts var attīstīt zināmas nozares tādā augstumā, ka tās ne tikai izspiež ārzemju preces no iekšējā tirgus, bet ar laiku arī kļūst spējīgas konkurēt pasaules tirgū. Zem oikonomiskās bazes būtu jāsaprot: zemi ražošanas izdevumi /algas, nodokļi u.c./, tuvumā esoši izejvielu avoti, kvalificēts darba spēks, izdevīgs ģeografiskais stāvoklis u.c.^{x/}

Lai aizsargu muitas sasniegtu savu mērķi, tad tām jābūt tik augstām, lai segtu diferenci starp zemāko

x/ Sk. par priekšnoteikumiem racionālai eksporta ražošanai, lpp. 18.

pasaules tirgus cenu un iekšzemes cenu. Ja aizsardzības muitas ir domātas tikai kā audzināšanas muitas, tad šādas muitas pastāv tikai zināmu laiku un pēc tam tiek atceltas, sevišķi ja iekšējā rūpniecība tiek aizsargāta uz patērētāju rēķina.

Ieveduma aizliegumi var attiekties uz visām kādas nozares precēm vai arī aptvert tikai daļu, piemēram, aizliegts importēt gatavus ražojumus, turpretim pusfabrikāti un izejvielas ir brīvi no aizlieguma. Vēl ievēduma aizliegums var attiekties tikai uz zināmas ārvalsts precēm, ko bieži lieto kā represiju pret noteiktu valsti, lai panāktu tās piekāpšanos. Vispār starp prohibītvām muitām un ievēduma aizliegumiem nav nekādas principiālas atšķirības, jo arī prohibīvas muitas iedarbojas tāpat kā absolūts ievēduma aizliegums.^{8/}

Vietējās rūpniecības konkurences spēju starptautiskos tirgos valsts var celt ar kontingentiem. Kontingentus var dalīt vispārējos un kontingentos, kas attiecas uz importu no zināmas valsts. Kontingentus nosaka valsts vai nu mēnesim, 1/4 gadam, 1/2 gadam vai visam gadam uz priekšu absolūtos vērtības resp. vairuma

^{8/} Sk. I. Mayer, M. Horna, A. Sourek "Neue Wege der Handelspolitik", 1936., lpp. 74.

skaitļos vai arī attiecību skaitļos pēc agrākā importa. Kontingentu sadalīšanai un piešķiršanai iekšzemē kā pamatu parasti ņem iepriekšējā perioda importa statistiku.

Vietējai ražošanai tiktāl kontingenti nāktu par labu, ka ar tiem tiek uzturēta zināmiem ražojumiem iekšzemē augsta cena un tā kā kontingentu piešķiršanā tiek ņemts vērā, cik vietējo ražojumu eksportēts uz attiecīgu valsti, tad ar to ārzemju firmas ir ieinteresētas nacionālās rūpniecības ražojumu noņemšanā. Šāda importa preču piedāvājuma ierobežošana ar kontingentiem var izsaukt iekšējā tirgū cenu celšanos, kas var sāpīgi skārt plašas patērētāju aprindas. Dažas valstis, lai novērstu piedāvājuma samazināšanos un līdz ar to cenu celšanos, mēģina kontingentus kombinēt ar kompensāciju, tā ja piešķirtais kontingents izrādītos par mazu, to var paplašināt ar kompensācijas darījumiem. Šeit pieder arī priekšlikums, lai valsts uzaicina lielākās importa firmas iesniegt importa preču piedāvājumus un tas importieris, kas būs iesniedzis izdevīgāko piedāvājumu, arī saņems importa atļauju.^{9/}

9/ C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre", 1935., lpp. 92.

Kontingentiem ir arī negatīvas puses, jo tie rada nedrošību ražošanā. Ja kontingentu apmēri bieži svārstās, tad sakarā ar cenu krišanos, attiecīgās ražošanas nozarēs investētais kapitāls vairs nerentējas un uzņēmumi cieš lielus zaudējumus.

Bieži valstij atliek tikai viens ceļš, lai vietējās rūpniecības vai lauksaimniecības ražojumus novietotu ārzemēs - kompensācija. Šādā veidā valstij dažreiz izdodas preces, kurās iekšējā tirgū vairs neatrodnoietu, novietot ārzemēs un līdz ar to iegūt svarīgas izejvielas un pusfabrikātus. Pie kompensācijas darījumiem ir jāpiegriež vērība otras valsts ārējās tirdzniecības struktūrai. Industriāli attīstītām valstīm ir daudzpusīga ārējās tirdzniecības struktūra, kā eksporta tā importa pusē, turpretim agrārām valstīm ir daudzpusīgs imports, bet bieži tiek eksportēti tikai atsevišķi internacionālās tirdzniecības priekšmeti. Šādos gadījumos kompensācija atduras uz grūtībām. Grūtības vēl palielinās aiz tehniskiem motīviem, piemēram, attiecīga partnera uzmeklēšanu, vienošanos par cenu, maksāšanas un piegādāšanas noteikumiem u.t.t.

~~Kompensācija ir viens no veidiem, kādā valstis nodrošina savas tirdzniecības līdzsvaru.~~
nārk

Kompensācijai ir tāds pat iespāids uz tirgus cenām kā kontingentiem, arī tie sadārdzina ne tikai importēto preču cenas, bet arī iekšzemē ražoto preču cenas, jo ražotājs ir spiests savas vajadzības apmierināt pie noteiktiem ārzemju piegādātjiem un nevar izmantot citus, varbūt izdevīgākus piedāvājumus, bez tam arī, ja ražotājam celšies zaudējumi no eksporta darījuma, tas mēģinās zaudējumus kompensēt ar iekšējā tirgus cenām. Dažreiz valsts, ja starpvalstiski sakari draud izirt, uzņemas importēt par daudz lielāku vērtību kā var eksportēt. Šādi neīsti kompensācijas darījumi ir ar dempinga raksturu - kompensācijas dempings.

Klīringa eksistence ir tiktāl ražotājam no svara, ka tas atvieglo saņemt pienākušās summas, un tā kā importa valsts ir spiesta izlīdzināt klīringa konta saldo, tad arī klīrings veicina vietējās ražošanas konkurences spēju ārzemju tirgos. Arī Latvijā pēc noslēgtās vienošanās par tirdzniecisko prasību kārtošanu starp Latviju un Franciju, pie Finanču ministrijas 1932. gadā nodibināja norēķināšanās biroju. 1935. gadā nāca klāt klīringa līgumi ar Zviedriju, Lietuvu un Igauniju, bet 1937. gada 15. februārī nāca klāt klīringa līgums ar Itāliju. Visā biroja pastāvēšanas laikā klīringa kontos ar Franciju

izdarītas iemaksas Rīgā par 21.743.000 ls un ārzemēs - 17.700.000 ls; klīringā ar Zviedriju - 6.425.000 un 4.961.000 ls; klīringā ar Lietuvu 3.074.000 ls un 2.373.000 ls; ar Igauniju 3.063.000 ls un 3.171.000 ls; klīringā ar Itāliju izdarītas iemaksas Rīgā par 31.000 ls.^{10/}

Vēl valūtas kontrole ir līdzeklis, ar kuŗu valsts regulē importu un kas bieži iedarbojas protekcionistiski lai aizsargātu vietējo rūpniecību. Pie valūtas kontroles eksportierim tiek uzlikts pienākums, preču eksporta pretvērtību tieši pārvest savā valstī, katra arbitrāža devīžu tirzniecībā aizliegta, valūta par noteiktu kursu jānodod centrālajam naudas institūtam. Sprotams, ka šie ierobežojumi rūpniekam, kuŗš darbojas internacionālos tirgos, par labu nenāk, bet tieši atsevišķu ražošanas nozaŗu veicināšana parādās, ka valsts tās atbrīvo no šiem ierobežojumiem un tās var brīvi izvērtēt par saviem ražojumiem iegūto eksporta valūtu.

Vēl vietējās ražošanas celšanā lielu nozīmi iegūst līdzekļi, kuŗus valsts lietā lai patērētājus piegriestu vietējiem ražojumiem. Tā vadošās personas var vest propagandu lai patērē pašu ražojumus. Šim nolūkam arī noder

^{10/} Sk. "Jaunākās Ziņas" 1937. g. 13. aprīlī 81. num. lpp. 4.

plakāti, propaganda publiskās sanāksmēs, satiksmes līdzekļos u.t.t. Anglijā pazīstama "Empire Tree Trade" kustība, kas cenšas panākt norobežošanos no ārzemju ražojumiem, ieteicot lietot vienīgi Anglijas pašas vai koloniju produktus. Anglijā šo kustību vada konservatīvā partija, Itālijā fašistiskā.

Arī Latvija piegriežusi vērību iekšzemes ražojumu patēriņa celšanai. Tā visā valstī ir izplatīti 200.000 plakāti ar atgādinājumu pirkt Latvijas ražojumus, jo arī Latvijas iekšzemes tirgus uzņemšanas spējas daudzās nozarēs vēl tālu nav izsmeltas.^{11/}

Šajā sakarībā vēl minami valsts pasūtījumi, kurus tā nodod vietējiem uzņēmējiem arī tad, ja tie iznāk 10-15% dārgāk. Dažreiz arī valsts liek priekšā saviem ierēdņiem personīgām vajadzībām iegādāties iekšzemes produktus. Tā lietuviešu valdība 1934. g. noteica, ka katram ierēdnim uz Ziemsvētkiem jāpērk par 50 litiem 1 zoss. Rezultāts bija, ka 200.000 zosis, kuŗas agrāk tika eksportētas, atrada noņēmējus vietējā tirgū. Tomēr šai gadījumā jāņem vērā, ka no otras puses ierēdnim ir jāatsakās no citiem iepirkumiem, kas skar citas saimnieciskās nozares.

11/ "Mūsu pienākums" Latvijas ražojumu propagandas komitejas izdevums, Rīgā, 1936.g. , lpp. 23.

Bez propagandas iekšzemē, valsts var savu nacionālo ražošanu propagandēt arī ārzemēs. Kā līdzekļus preces labuma, cenas u.t.t. izcelšanai, valsts lietā dažādus drukas darbus /adresu grāmatas, brošūras/, ilustrācijas /plakātus, filmu/, vai arī tieši reklamē ar pašu precī "in natura" /messēs, izstādēs u.c./. Arī var regulāri ārzemju presi apgādāt ar saimnieciskām ziņām, tādā veidā darot pazīstamu izvedējas valsts nacionālo ražošanu.

No tautsaimnieciskā viedokļa ir nepareizi, ja izvedējas valsts ražotāji, konkurēdami savā starpā, tā pazemina cenas, ka tās nokrīt zem internacionālās konkurences cenām. Sevišķi tad tas kristu svarā, kad vietējiem ražotājiem ir jārēķinās ar mazu vai arī ne ar kādu internacionālu konkurenci, tā tad, ja tie zināmā mērā atrastos monopola stāvoklī. Pie šādiem apstākļiem no saimnieciskā viedokļa nebūtu pareizi ļaut tālāk darboties cenu diferencējošiem faktoriem, jo ar to visa tautsaimniecības kopienesa tiek nevajadzīgi samazināta.

Ja valstī darbojas izglītoti un tālredzīgi eksporta saimniecību vadītāji, tad tie paši mēģinās ar saviem galveniem konkurentiem apvienoties lai novērstu

tālāku oenu nosišanu. Ja šāda vienošanās nenotiek, tad, lai sasniegtu vēlāmo rezultātu, ir jāintervē valstij.^{12/} Šeit nu valstij vispirms jāpiegriež vērība, kādas saimniecības ir vispiemērotākās eksportam un kādas līdz šim ir darbojušās ar optimālu ienesu. Tālāk jāņem vērā saimniecību vadītāju tirdznieciskie piedzīvojumi, personīgās zināšanas, sakari ar noņēmējiem u.t.t. Šos uzņēmumus tad valsts piegriež eksportam un atbalsta ar savu saimniecisko politiku, bet mazāk spējīgas piegriež iekšējam tirgum. Ar šādu rīcību valsts var kā no tautsaimnieciskā, tā privātsaimnieciskā viedokļa sasniegt izdevīgu eksportu.

12/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., lpp.130.

II. VALSTS SAIMNIECISKĀ AKTĪVITĀTE ĀRĒJĀ TIRDZNIECĪBĀ.

A. Protekcionisms un antiprotekcionisms.

Protekcionisma un antiprotekcionisma kā tautsaimniecības sistēmu apskatīšana gan ietilpst tirdzniecības politikā, tomēr īsumā vēlētos pasekot šo abu pretējo viedokļu attīstībai.

Brīvtirdzniecības idejas var jau saskatīt 17. g.s., tā tad ilgu laiku pirms klasiskā liberālisma. 17. g.s. merkantīliskā tirdzniecības politika centās aizkavēt rūpniecības ražojumu importu, kamēr principā nekādus šķēršļus nelikā izejvielu un pārtikas vielu importam, tieši pretēji, lai dotu iespēju nacionālai industrijai ražot lēti, apgrūtināja šo preču eksportu. Jau šajā laikā atrodam formulētas brīvtirdzniecības idejas, sevišķi pie holandiešu un angļu tautsaimniekiem. Bez neatkarīgās zinātnes, brīvtirdzniecības prasības arī uzstādīja visos laikos un visās vietās brīvtirdznieciski noskaņotie aktīvie tirgotāji.

Dietzels savā darbā "Weltwirtschaft und Volkswirtschaft", 1900. g. aizrāda, ka kosmopolītisma ideja un

visu tautu interešu kopība, kas pamatojas uz dažādiem dabiskiem un saimnieciskiem apstākļiem, nav nekāds 18. g. s. individuālistiskā liberālisma atradums, bet sastopams jau pie antīskiem filozofiem.^{1/}

I. Bodins /1530.- 1596./ uzsver dažādus dabiskus apstākļus, kas neļauj visu ražot pašu zemē, tādēļ valstīm jāstājas savā starpā sakaros un ārējā tirdzniecība dos lielas priekšrocības visām tautām kas tai piedalās.

Tālāk Emuic de Lacoix pauž 1623. g. brīvtirdzniecības idejas, aizrādot, ka ne dižciltīgie, priesteri vai tiesneši dara tautu bagātu, bet gan tirgotāji, tāpēc arī tiem jābūt brīviem.

Vēlāk /1694.-1757./ Marguis d'Argensons izsaka domas, kas tuvojas kosmopolītiskam liberālismam. Īsumā brīvtirdzniecības pamatojums pēc Argensona būtu sekošs:

Tirdzniecībai jābūt brīvai, jo cilvēkā jau ir iedzimta brīvības sajūta, piešķirot tirdzniecībai brīvību, ar to tai būs vairāk pakalpojums, kā ar vislabāko reglamentāciju. Merkantilistu tirdznieciskam naidam viņš stāda pretim nāciju interešu kopību. Nāciju nacionālo ražošanu no ārzemju konkurences aizsargā lielie attālumi, kas

1/ Citēts no Wilhelm Bickel "Die ökonomische Begründung der Freihandelspolitik". 1926., lpp. 13. - 16.

sadārdzina ārzemju preces. Pēc Argensona domām patērētāju intereses ir svarīgākas kā ražotāju, pat ja jāupu-
rē atsevišķas ražošanas nozares.

Dāvijs Hume brīvtirdzniecību pamato ne ar praktiskas dabas motīviem, bet ideālistiskiem, psihologiskiem motīviem. Tirdzniecību viņš uzskata kā civilizācijas, kultūras un politiskā miera nesēju.

Klasiskā Manšesteras skola uzsver produkcijas saistīšanu pie izdevīgākās ražošanas vietas. Adams Smiss saka, ka tas būtu absurds, Skotijā ražot vīnu, ja importējot tas iznāk 30 reizes lētāks, lai gan tehniskās iespējas pastāv. Un neoikonomiski būtu, ja vīnu neimportētu, ja tas iznāktu ne 30 reizes lētāk, bet tikai kaut par 1 pensu.^{2/}

Mils uzsver, ka ne peļņa, kas rodas no ārējās tirdzniecības, ceļ tautas labklājību, bet gan iespēja, sakarā ar internacionālo darba dalīšanu, iegūt lētākos ārzemju produktus, kas iekšzemē ražojot iznāktu nesamērīgi dārgāk.^{3/}

2/ Citēts no Wilhelm Bickel "Die ökonomische Begründung der Freihandelspolitik", 1926., lpp. 86.

3/ Citēts no Wilhelm Bickel "Die ökonomische Begründung der Freihandelspolitik", 1926., lpp. 120.

Friдриchs Bastiats savā darbā "Sophismes économiques" ironizē par dzelzceļu būvi, transporta līdzekļu uzlabojumiem, kanālu un tuneļu rakšanu u.t.t., kad tai pašā laikā no otras puses ar muitas vaļņiem iznīcina visas priekšrocības, ko sagādā uzlabotā satiksme.^{4/}

Wilhelms Bickels^{5/} vēl pieved sekošus brīvtirdzniecības argumentus:

Brīvtirdzniecība vai antiprotekcionisms garantē precēm plašākus tirgus un līdz ar to stabilāku ražošanu, novēršot lokālās noieta svārstības. Arī no sociālpolitiskā viedokļa ir svarīgi, ja strādniekiem tiek garantēts pastāvīgs darbs. Brīvtirdzniecība spiež uzņēmēju strādāt racionāli, pielietot labākos darba rīkus un tehniskos paņēmienus. Tālāk, brīvtirdzniecība nepiešķir nevienam ražotājam uz vispārības rēķina sevišķas priekšrocības, kādas bieži iegūst ražotāji pie protekcionisma. Brīvtirdzniecība rada veselīgu valsts finanču politiku, turpretim pie aizsardzības muitām vismagāk netiešo nodokļu nasta gulstas uz mazturīgākām šķirām.

4/ Citēts no Wilhelm Bickel "Die ökonomische Begründung der Freihandelspolitik", 1926., lpp. 130.

5/ Sk. Wilh. Bichel "Die ökonomische Begründung der Freihandelspolitik", 1926., lpp. 199.

Wilhelm Bickels tikai sekošos gadījumos attaisno protekcionismu:

1/Kad kādai valstij ir jārada vai jāaizsargā atsevišķas ražošanas nozares no vecu, tehniski augstu stāvošu valstu konkurences, bet arī tikai tad, ja var sagaidīt, ka pēc nostiprināšanās vietējā produkcija varēs ražot tikpat lēti un tikpat labas preces kā ārzemes.

2/Lai izbēgtu no krīzes zaudējumiem, kad ārzemes, sakarā ar pārprodukciju, met tirgū preces zem pašcenas.

Vispār aizsardzības muitām jābūt tikai izņēmuma gadījumos, kamēr brīvirdzniecībai jābūt normālai parādībai.

Arī dažādās starptautiskās sanāksmēs atkārtoti tiek uzsvērts, ka, lai nodibinātos normāla preču kustība, ir nepieciešami noārdīt augstos muitas vaļņus, izbeigt klīringus, kontingentus un ievest stabilu valūtu. Piemēram, 1933. g. Londonas saimnieciskā konferencē izskanēja noteiktas balsis pret "katastrofālo saimnieciskās autarķijas politiku", bet vēl spilgtāk tas izpaudās 1936. gadā Tautu savienības pilnsapulcē, kurā Anglija un Francija mēģināja ievadīt noteiktu "saimnieciskās atbrunošanas" akciju, tomēr bez redzamākiem panākumiem, izņemot to, ka dažās valstīs gan samazinājās kontingentu

sistēmai padoto preču skaits un arī vienu, otru precī atbrīvoja no valūtas restrikcijas, bet tas pa lielākai daļai attiecās uz precēm, kas jūtami neiespaido ārējo tirīdzniecību.

Viens no jaunākiem autoriem, I. Mayers, savā darbā "Neue Wege der Handelspolitik", kas parādījās atklātībā 1936. g. jūlijā, 68. lappusē uzsver, ka visas pasaules doma tomēr ir liberālistiska un plašas iedzīvotāju masas apsveiktu, ja tiktu ieviesta stabila, uz zeltu bazēta, valūta, tiktu izbeigta devīžu kontrole, kontingenti, prohibīvas muitas u.t.t., kas ārkārtīgi kavē brīvu kapitāla un preču cirkulāciju. Tomēr tas pats autors arī aizrāda uz šo ideālu realizācijas grūtībām, uz atsevišķu valstu partikulāriismu un nepieciešamību atjaunot līdzsvaru starp ražošanu un patēriņu.

Uz saimniecisko dzīvi lielu iespaidu atstāj dažādās politiskās sistēmas. Tā absolūtisms, liberālisms, sociālisms, komūnisms, autoritatīvā politiskā sistēma /fašisms un nacionālsociālisms/ cenšas ārējos starpvalstiskos sakarus pieskaņot saviem mērķiem. Minētās politiskās sistēmas reti parādās tīrā veidā, visbiežāk jaukti. Dažas politiskās sistēmas līdz šim nav vēl nekur parādījušās pilnīgi attīstītas, bet tikai parādās daži

programmas punkti, piemēram, sociālisms, komūnisms u.c.

Absolūto valdnieku galvenais mērķis bija palielināt bagātību un savu politisko varu. Lai to sasniegtu, tie veicināja eksportu, atbalstīja nacionālās ražošanas intensivizēšanu, centās ražot vai iegūt no ārzemēm pēc iespējas vairāk zelta u.t.t. Visa saimniecība tika centralistiski vadīta, pie tam daudzas nozares atradās valsts rokās. Visiem līdzekļiem valsts centās iegūt kolonijas, lai apgādātu vietējo rūpniecību ar lētām izejvielām un paplašinātu vietējo ražojumu tirgu. Ārējās tirdzniecības uzņēmumi pa lielākai daļai bija ar kolektīvisku raksturu. Šo politisko sistēmu tautsaimniecībā apzīmē kā merkantīlismu un arī tagad tiek pielietāti daudzi merkantīlistu paņēmieni.^{6/}

Pie liberālistiskās politiskās sistēmas valsts cenšas pasargāt indivīda brīvību un īpašumu. Ražošana, sadalīšana un patēriņš atstāti brīvā tirgus rēgulēšanai.

Pretēji liberālismam, sociālisms neļauj ražošanai un patērēšanai kārtoties pēc brīvā tirgus principiem, jo ar to dažas ražošanā piedalījušās grupas nesāņemot taisnīgu tiesu no kopējās ienesas, tādēļ sociālisti

6/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., lpp. 56.

prasa privātīpašuma tiesības uz ražošanas līdzekļiem atcelt. Valsts uzdevums ir ražošanu un sadalīšanu centrālistiski vadīt. Tomēr arī pie sociālisma tiek pielietotas kapitālistiskās ražošanas metodes, tādēļ sociālisms ir zināmā mērā valsts kapitālisms, kas arī parādās S.P.R.S.

Autoritātīvā politiskā sistēma /fašisms, nacionālsociālisms/ stāda pirmā vietā tautas kopību. Ražošana tiek vadīta no centra /Vācijas 5 gades plāns/, īpašuma tiesības uz ražošanas līdzekļiem tiek atstātas privātiem, tirdzniecībā var brīvi darboties katrs, ciktāl tā darbs ir vajadzīgs un lietderīgs. Katram iedzīvotājam ir tiesība uz darbu un taisnīgu atalgojumu. Dažādu nozaļu saskaņošanu, ņemot vērā visas nācijas intereses, izdara vadonis. Tāpat kā pie merkantīlisma, arī autoritātīvā politiskā sistēmā, valsts cenšas attīstīt tās ražošanas nozares, kas nacionālo saimniecību varētu padarīt neatkarīgu no ārzemēm un dot labu kvalitātes eksportu.

Šiem dažādiem politisko sistēmu veidiem ir nozīme, apskatot metodes un līdzekļus kādus lietā valstis ārējās tirdzniecības rēgulēšanai un arī eksportierim, pētot noieta iespējamības, jāpiegriež vērība pastāvošai politiskai sistēmai importa valstī.

B. Valsts iekšējās saimnieciskās politikas
ietekme ārējā tirdzniecībā.

Sava darba I nodaļas "C" punktā apskatīju valsts saimnieciskās politikas nozīmi ražošanā^{x/}, kādiem līdzekļiem valsts cenšas atbalstīt vietējās ražošanas konkurences spēju internacionālos tirgos, tagad piegriezīšos metodēm, kādām valsts var atbalstīt eksportieru, vārda šaurākā nozīmē, darbību.^{xx/}

Stipra un droša valsts vadība veicina iekšējo politisko mieru, kas ir nepieciešams lai iestātos uzticība saimnieciskajā dzīvē. Arī biežas valdības maiņas var izsaukt sarežģījumus internacionālos sakaros, sevišķi ja jaunā valdība nododas dažādiem eksperimentiem iekšējā saimnieciskajā dzīvē. Stipra valdība arī centīsies izlīdzināt starp dažādām kārtām un šķirām interešu pretešību. Sevišķi svarīgi ir samierināt uzņēmējus ar strādniekiem un novērst streikus. Streiki ne tikai atsevišķām ražošanas nozarēm nodara lielus zaudējumus,

x/ Sk. Valsts saimnieciskās politikas nozīme ražošanā, 31. pp.

xx/ Sk. Ievadā 14. lpp.

bet arī eksportieriem, kuŗi nevar pieņemt pasūtījumus izpildīt un noņēmēji piegriežas citiem piegādātājiem.^{7/}

Vēl nozīme eksporta tirdzniecībā ir valsts finanču politikai. Ja valsts eksportierim neuzliek pārāk lielas nastas, tad nodokļi un nodevas arī kalkulācijā sastādīs samērā neievērojamu posteni. Turpretim ja valdība tirgotājiem, ražotājiem, satiksmē nodarbinātiem uzņēmējiem u.t.t., uzliek augstu apgrozības nodokli, augstas darbības atļaujas nodevas, prasa koncesijas u.t.t., tad tas var mazināt ārējā tirdzniecībā privāto iniciatīvi. Ja budžetā ir deficīts un valdība negrib iet pa nodokļu paaugstināšanas ceļu, tad bieži valsts izšķiņas par kreditēšanos. Aizņēmumus valsts var saņemt kā iekšzemē, tā ārzemēs. Ja kreditu izdodas iegūt vietējā kapitāla tirgū, tad tomēr samazinās kredita piedāvājums, kas izsauc procentu likmes celšanos un līdz ar to eksportierim palielinās saimniekošanas izdevumi. Ja kreditu dod ārzemes, tad bieži kā drošība ir jāiekļū muiņu ienākumi, dzelzceļi, kalnrūpniecības uzņēmumi u.t.t. Dažreiz arī kreditora valstij tiek piešķirta tiesība ekspluatēt ostas, kanālus, dzelzceļus, vietējos dabiskos

7/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre", 1935. 53. lpp.

spēka avotus u.c. No eksportiera redzes viedokļa šādā gadījumā jāņem vērā, ka šādas koncesijas var izsaukt transporta izdevumu palielināšanos un bez tam, parāda amortizācija kā smags slogs var gulties uz visu vietējo saimniecību.

Iekšējā saimnieciskā politikā ietilpst arī satiksmes politika, kas aptver personu, ziņu un preču pārvadāšanu. Katra valsts ir ieinteresēta transporta izdevumu samazināšanā, ātruma un drošības pacelšanā. Valsts interese par satiksmes līdzekļiem izskaidrojama ar saimnieciski-polītiskiem vai stratēģiskiem motīviem.

Eksportierim satiksmes saimniecības stāvoklis un satiksmes politikas mērķi ir no liela svara. Pastāvot labiem satiksmes ceļiem, lielam ātrumam un drošībai pie zemiem pārvadāšanas izdevumiem, arī viņa konkurences spēja palielinās.

Pie plānsaimnieciski vai autoritātīvi rēgulētas tautsaimniecības, valsts cenšas pabalstīt vietējos eksportierus, aizliedzot eksporta tirdzniecībā darboties ārzemniekiem vai ārzemju uzņēmumu filiālēm. Ja tad vēl valsts eksportieri atbalsta ar vedmaksas un nodokļu atvieglinājumiem, atsvabina no valūtas restrikcijām un citādi, tad eksportiera darbs tiek ievērojami atvieglināts.

Vēl valsts var veicināt eksportu, sniedzot ziņas par noieta iespējamībām eksporta tirgos, par importa likumiem, muitas un nodokļu likumiem, par vispārējo politisko un saimniecisko stāvokli un stāvokli atsevišķās nozarēs, iedzīvotāju kustību u.t.t. Šādas ziņas eksportieris var salīdzināt ar privātā ceļā iegūto informāciju /agenti, ceļotāji/ un tā gūt ieskatu par jautājumiem, kas tam sevišķi interesē. Piemēram, valsts var ziņot par kādu vērtību tikušas importētas zināmas preces un kādas valstis šeit piedalījušās, uzdodot arī kāda daļa no visa importa krīt uz pašu valsti. Tālāk, kāda cena ir iegūta ar aizrādījumu, vai tai tendence celties vai kristies, un kādi būtu izdevīgākie maksāšanas noteikumi un reklāma. Sniedzot šādas ziņas, valstij ir jāpiemērojas eksportiera vajadzībām. Neko nevar dot, piemēram, paziņojums, ka noieta izredzes zināmai precei ir mazas. Ar šādām ziņām eksportierim ir ļoti maz palīdzēts. Eksportierim svarīgi zināt, kāpēc nav iespējams šeit preces novietot, kas sedz noņēmēju vajadzības un kādiem līdzekļiem un cenām tomēr būtu iespējams eksportēt. Eksportierim parasti ir jārēķinas ar noieta grūtībām. Neizdevīgs tirgus stāvoklis un mazas noieta iespējas neattaisno atsacīšanos no vispārīgas informācijas

iegūšanas. Iegūtās ziņas var rādīt, ka eksporta tirgus viņa precēm ir nepieejams, bet tas tieši var būt eksportierim no liela svara, jo ar to tas gūst ieskatu par internacionālo konkurenci un ierosinājumu pārveidot savas ražošanas metodes un eksporta tirdzniecības līdzšinējo taktiku.^{8/}

Institūtus, kas sniedz tirdzniecisko informāciju, var iedalīt divās grupās - kas darbojas ārzemēs un kas darbojas iekšzemē. Pie pirmās grupas pieder: sūtniecības, generālkonsulāti, konsulāti, vicekonsulāti, konsulārās agentūras, tirdznieciskie atašeji u.c. Iekšzemē galvenokārt darbojas ārlietu ministrija un tirdzniecības kameras.

Citi līdzekļi ārējās tirdzniecības veicināšanai jau apskatīti runājot par valsts saimnieciskās politikas nozīmi ražošanā.^{9/} Atbalstot vietējo ražošanu ar tiešām vai netiešām subvencijām, industriāliem aizdevumiem, cietu cenu garantijām u.t.t., valsts ceļ vietējās rūpniecības konkurences spēju un līdz ar to netieši atbalsta eksportieri, jo ja eksportierim ir

8/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre", 1935., 233. lpp.

9/ Sk. "Valsts saimnieciskās politikas nozīme ražošanā", 31. lpp.

iespējams precī ^{laiki} iepirkt, tad būs viegli arī pārdot.

C. Valsts ārējā saimnieciskā politika un eksporta tirdzniecība.

Viens no galvenajiem ārējās saimnieciskās politikas uzdevumiem ir, panākt līdzsvarotu vai aktīvu maksāšanas bilanci. Maksāšanas bilanci var saistības izpausties vai nu tikai ar noteiktu ārvalsti, vai arī ar visām ārvalstīm kopā. Maksāšanas bilances aktīvs sastāv no preču izvedumiem, ienākumiem no pakalpojumiem, ienākumiem no ārzemēs ieguldītā kapitāla, izceļotāju atstātām summām u.t.t. Pasīvs - no preču ieveiduma, maksājumiem par ārzemju pakalpojumiem, maksājumiem par aizņemtā kapitāla lietošanu un kapitāla amortizācija, izceļotāju izvestās summas u.t.t. No tautsaimnieciskā viedokļa nav no svara, vai maksāšanas bilances izlīdzināšana notiek pret katru atsevišķu valsti, vai pret visām. Valsts var kādai ārvalstij ilgstoši maksāt vairāk nekā notās saņem, bez kā ar to savu stāvokli pasliktinātu, ja tikai attiecīgu ekvivalentu saņem no kādas trešās valsts. Tomēr krīzes laikos valsts cenšas

ar katru valsti atsevišķi novērst pasīvu bilanci, neskatoties uz saistībām ar citām valstīm. Valsts arī cenšās atsevišķus maksāšanas bilances aktīva posteņus palielināt un tieši eksports spēlē vissvarīgāko lomu maksāšanas bilances aktīvizēšanā.

Maksāšanas bilancē ievērojamāko posteni sastāda tirdzniecības bilance. Tirdzniecības bilancē atspoguļojas kādas valsts aktivitāte un pasīvitāte ārējā tirdzniecībā. Arī tirdzniecības bilance var attiekties uz visām valstīm vai uz atsevišķu ārvalsti. Aktīva tirdzniecības bilance arī ir svarīgs faktors lai pārvarētu krīzi. Pasīva tirdzniecības bilance tikmēr nav sevišķs ļaunums, kamēr pasīvsaldo tiek izlīdzināts ar citiem maksāšanas bilances posteņu aktīvsaldiem.

Dažās valstīs tirdzniecības bilanci dala: pārtikas vielu ievēdums un izvedums, izejvielu un pusfabrikātu ievēdums un izvedums, gatavu fabrikātu ievēdums un izvedums. Industrijas valstīs ir pārtikas vielu un izejvielu saldo pasīvs, turpretim gatavu fabrikātu - aktīvs. Agrārās valstīs otrādi - pārtikas vielu - aktīvs, bet gatavu fabrikātu - pasīvs.^{9/}

9/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre", 1936., 170. lpp.

Tirdzniecības bilanci uzstāda vai nu vienam gadam vai īsākam periodam /mēnesim, 1/4 gadam, 1/2 gadam/. Tā, Latvijas ārējās tirdzniecības bilance 1937. g. pirmajam ceturksnim bijusi par 0,6 milj. ls aktīva, pret 0,5 milj. ls pag. gada I ceturksnim. Arī ārējās tirdzniecības kopapgrozījums ir pieaudzis. Pagājušā gada I ceturksnī eksporta un importa kopsumma bija 48,3 milj. ls, bet šogad jau 77,8 milj. ls vai par 29,5 milj. ls vairāk. Imports pieaudzis no 23,8 milj. ls uz 38,6 milj. ls, bet eksports no 24,3 uz 39,2 milj. ls. Eksportā vislielāko pieaugumu uzrāda kokmateriāli, no 4,1 uz 8,4 milj. ls, sviesta izveidumipieauguši no 3,4 uz 5,8 milj. ls, lini no 2,9 uz 5,5 milj. ls, finieri no 2,5 uz 3,8 milj. ls, visādas ādas no 0,9 uz 2,9 milj. ls. Mūsu tirdzniecības bilance bijusi aktīva ar sekošām valstīm: Lielbritāniju, Vāciju, Beļģiju, Holandi, Igauniju, Līetuvu, Itāliju, S.P.R.S., Somiju un Šveici.^{10/}

Kādi būtu valsts ārējās saimnieciskās politikas līdzekļi lai panāktu līdzsvarotu tirdzniecības bilanci?

Vispirms jāmin tirdzniecības līgumi, ar kuriem bieži izdodas nodibināt rēgulārus saimnieciskos sakarus

^{10/} Sk. "Jaunākās Ziņas", 1937.g. 11. maija 104. num., 4. lpp.

starp eksporta un importa valsti. Sarunas par tirdzniecības līguma slēgšanu ir vieglāk vest ar valsti, kuņas eksports sastādās tikai no dažiem ražojumiem, nekā ar valstīm, kuņām ir attīstīta, vispusīga vietējā ražošana un plašs eksports. Ja izdodas līgumu noslēgt, tad, saprotams, eksportierim jācenšas izmantot visas jaunās labvēlīgās pārmaiņas lai attiecīgā valstī novietotu savas preces.

No liela svara ir vēl muitas līgumi, jo tie piešķir internacionālajai tirdzniecībai stabilitāti. Turpretim autonomie muitas tarīfi stipri kavē tirdzniecības attīstību, sevišķi ja tie svārstās pēc budžeta vajadzībām.

Eksporta tirdzniecībā galvenā nozīme ir ievedmuitām. Izvedmuitas sastopamas tikai pie priekšmetiem, kuņas ir vēlams lai pārstrādātu iekšzemē. Transitmuitas valstij parasti nekādu labumu nedos, jo eksportieri meklēs citus ceļus. Tālāk, muitām var būt finanču politisks vai protekcionistisks raksturs. Eksportierim mazāk interesē muitu mērķis, bet gan augstums un uzlikšanas veids. Muitas var uzlikt pēc svara vai vērtības.^{11/}

11/ Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920, 45.lpp.

Svara muitas tiek ņemtas vai nu no brutto vai netto svara. Ja ņem pēc netto svara, tad, vai nu no brutto svara atvelk efektīvo vai muitas taru. Vērtības muitas ņem pēc vērtības, kāda precei ir vai nu ražošanas vietā, uz robežas vai adreses vietā. Daudzās valstīs faktūras un citi dokumenti vispār netiek pieņemti, ja eksportieris nav sīki specificējis: vērtība no noliktavas, iesaiņošanas, transporta, apdrošināšanas, komisionāra un citi izdevumi. Arī mazākās nesaskaņas muitas deklarācijā ar izcelšanās apliecībā, konsulātu faktūrās un citos dokumentos minētiem datiem, tiek uzskatītas kā ar nodomu izdarītas, lai panāktu zemāku muitu, un eksportierim tiek uzlikts augsts muitas sods.

Muitas eksportiera kalkulācijā sastāda ievērojamu posteni un ja muitas likmes tiek bieži grozītas, tad visas labi ievadītas attiecības var iet zudumā, tādēļ valsts ar savu ārējo saimniecisko politiku var daudz palīdzēt eksportā ieinteresētiem tirgotājiem.

Eksporta tirgi, kuŗi ir politiski apvienoti, kā mātes zeme ar kolonijām, dominijām, protektorātiem u.c., piekopj preferencmuitas lai veicinātu savstarpējus saimnieciskos sakarus. Tā visa Amerika ir zināmā mērā

uzskatāma kā viens saimniecisks apgabals un rēgulāri Vašingtonā sanāk panamerikāniskās maitu konferences, tālāk arī Britu-Imperijs, ko vada "Londoner Empire Marketing Board" ir saimnieciski apvienots apgabals. Arī statistika par 1930. gadu rāda, ka Anglijas eksports galvenokārt ir gājis uz Imperijas zemām: 1930.g. Anglija uz katru importa valsts iedzīvotāju eksportējusi: uz S.P.R.S. par £ 0.0.10; Vāciju £ 0.8.3; Hollandi £ 2.7.10; Franciju £ 0.14.5; U.S.A. £ 0.4.7; Kanādu £ 2.18.2; Austrāliju £ 4.18.4; Jaunzēlandi £ 12.1.2; Īriju £ 11.14.3.^{12/}

Vēl minamas maitu savienības, kas tiek noslēgtas aiz politiskiem vai saimnieciskiem motīviem. Šādos gadījumos maitu tarīfi tiek kopīgi izstrādāti, ievēdot arī vienkāršākas maitas formālītātes. Noslēgt maitu savienību starp agrāru valsti un industrijas valsti ir samērā vieglāk, kā starp valstīm ar vienādu saimniecisko struktūru. Eksportiera šances, palielināt preču apgrozību, ievērojami pieņemas, ja maitas savienība tiek noslēgta starp viņa valsti un līdzšinējo viņa ražojumu noņēmēju valsti.

12/ Walter Schück "Handbuch der Exportpraxis" 1931., 319. un 320. lpp.

Kā svarīgs valsts saimnieciskās politikas līdzeklis eksporta veicināšanā vēl būtu minama valūtas politika. Par valūtas politikas nozīmi ražošanā jau runāju sava darba I nodaļas "C" punktā^{x/}, tomēr šeit valūtas politikai piegriezīšos no eksportiera viedokļa.

Kādas valsts naudai, kas var būt papīra, zelta, sidraba, kapara, nikelā, bronzas u.c., varam izšķirt iekšzemes vērtību un vērtību internacionālās naudas un kapitāla tirgos. Iekšzemes vērtību valsts nosaka likumdošanas kārtībā, bet internacionālā satiksmē naudas vērtība noteic, tāpat kā katras preces cenu, pieprasījums un piedāvājums. Ja valsts grib lai viņas papīra naudai internacionālos naudas un kapitāla tirgos būtu līdzīga vērtība kā iekšzemē, tad tai arī jā rūpējas, kad maksājumi uz ārzemēm pārsniedz prasības no ārzemēm, sagādāt vajadzīgos internacionālos seguma līdzekļus, kā tādi būtu - zelts, sidrabs, devīzes un ārzemju vērtspapīri. Ja valsts nerūpējas par savas naudas vērtības uzturēšanu ārzemēs, tad arī tās valūta būs ar svārstīgu kursu, kas sagādās ārējā tirdzniecībā nodarbinātiem uzņēmumiem nedrošību, bet dažreiz arī

x/ Sk. Nodaļā "Valsts saimnieciskās politikas nozīme ražošanā" par valūtas dempingu 35. lpp.

priekšrocības. Dažreiz arī kādas valsts valūta tiek dažādi vērtēta, piemēram, pastāv trīs kursi: eksporta, oficiālais un brīvās satiksmes kurss. Eksporta kursu, zemāko no trim minētiem kursiem, saņem ārzemju eksportieris par savām devīzēm, par oficiālo kursu var iegūt valūtu ārzemju importieris lai samaksātu par importētām pirmās vajadzības precēm, brīvās satiksmes kurss attiecas uz pārējām precēm un maksājumiem.^{13/}

Ja valsts valūtas politikā vadās no mērķa uzturēt stabilu naudas vērtību, tad valūtas problēma eksportierim atkrīt. Turpretim, ja valsts savu valūtu devalvē, izved inflāciju vai deflāciju, tad eksportierim no ļoti liela svara valsts valūtas politika. Pie inflācijas tiek apgrozībā esošais naudas daudzums palielināts pāri par faktiskām saimnieciskās dzīves vajadzībām. Pie deflācijas turpretim, lai paceltu naudas vērtību, naudas daudzums tiek samazināts. Pie devalvācijas naudas daudzums netiek mainīts, bet gan internacionālie vekseļu kursi tiek pazemināti, kas sākumā jūtami neiespāido naudas pirktspējas iekšējā tirgū. Arī prakse pierāda, ka neskatoties uz importa preču cenu

^{13/}Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre", 1935, 63. lpp.

celšanos, dzīves eksistences izdevumi iekšējā tirgū
neceļas vai arī tikai lēnām klibo līdz internacionālā
tirgus cenām.^{x/}

Eksportieris ar devalvāciju iegūst lielas priekš-
rocības un tā konkurences spējas aug, jo tagad par sa-
vām devīzēm tas saņem vairāk iekšzemes valūtas. Arī
parasta parādība ir, ka attiecīgas valsts eksports
pieņemas^{xx/}, turpretim to valstu eksports, kas turas
pie stabilas vai deflātionētas valūtas, samazinās.
Tā 1931. g., kad Anglija savu £ atraisīja no zelta ba-
zes, lai izturētu internacionālo konkurenci, 62 val-
stis kas reprezentēja Ca. 60% no pasaules tirzniecības,
izveda savas valūtas devalvāciju.

Sakarā ar valsts valūtas politiku arī stāv jau-
tājums par dažādiem ierobežojumiem brīvi izvērtēt
eksportā iegūto valūtu. Rūpējoties par naudas vērtības
uzturēšanu un lai sagādātu valūtu nepieciešamām ār-
zemju precēm, pakalpojumiem un parādu maksājumiem,
valsts ieved valūtas kontroli. Visa no eksporta iegū-
tā valūta ir vai nu jānodod centrālajam naudas

x/ Parādība, kas tagad novērojama arī Latvijā.

xx/ Sk. par Latvijas eksporta pieaugumu pēc lata pielī-
dzināšanas angļu mārciņai, 9.lpp.

institūtam vai finanču ministrijai, brīva tirdzniecība ar maksāšanas līdzekļiem ir izbeigta un privātām bankām visi maksāšanas līdzekļi ir jānodod centrālajam naudas institūtam.

Ja šie paņēmieni nepalīdz un samazinās devīžu piedāvājumi, tad valsts ķeras pie klīringa. Runājot par klīringa nozīmi attiecībā uz ražošanu, aizrādīju, ka klīrings zināmā mērā ieinteresē ārzemju noņēmējus pirkt attiecīgas valsts ražojumus, jo tiem jāizlīdzina klīringa kontu saldo^{x/}, tagad vēlētos apskatīt klīringa tehniku un negatīvās puses.

Klīringa izvešanu uztic vai nu centrālajam naudas institūtam vai speciāliem norēķināšanās birojiem. Izmaksas un iemaksas klīringa kontos notiek vietējā valūtā un parasti pēc pastāvošā oficiālā dienas kursa, tā tad risks krīt kā uz importieri, tā eksportieri. Ja kurss ir cēlies, importierim jāiemaksā vairāk valūtas lai nosegtu savu ārzemju parādu, ja kurss ir kritis, tad eksportieris par pārdotām precēm ārzemju valūtā saņem mazāku summu vietējās valūtas. Izmaksām no klīringu kontiem normāli jānotiek līdz ko otra valsts

^{x/} Sk. "Valsts saimnieciskās politikas nozīme ražošanā", 40. lpp.

ir paziņojusi, ka ir izdarīta attiecīga iemaksa, tomēr praksē izrādās, ka ar klīringu maksājumi neienāk rēgulāri un bieži ir liels starplaiks starp iemaksu un izmaksu.

Nepastāvot klīringam un citiem valūtas tirdzniecības ierobežojumiem, eksportieris var iegūto valūtu izlietot vai nu citu preču importam vai to pārdod biržā kādam vietējam ārzemju parādniekam. Tā tad pie brīvas valūtas tirdzniecības eksportieris var iegūtās devīzes izlietot saviem maksājumiem pret jeb kuru valsti, jo devīzēm parasti ir internacionāls raksturs. Arī ar devīžu arbitražu tas var iegūt par savām devīzēm augstāko kursu. Pie šādiem apstākļiem devīzes nozīmē iegūt internacionālas pirktspējas. Turpretim pastāvot klīringam un maksājumu kompensācijai, eksportierim ir iegūtās pirktspējas jāizlietā tikai pret noteiktu valsti, šeit tas iegūst tikai teritoriāli ierobežotas pirktspējas.

Līdzšinējie klīringa rezultāti rāda, ka ne vienmēr šādā ceļā izdodas panākt līdzsvarotu ārējās tirdzniecības bilanci. Klīringa konti tā pat uzrāda lielu saldo par labu tām valstīm, kuras arī agrāk bija kreditoras. Ievdot klīringu, vispār nav ievērojami mainījušās agrākās attiecības starp dēbitoru un kreditoru

valstīm.^{14/}

Tālākie līdzekļi, kādus valsts lietā lai atvērtu eksporta precēm durvis, ir kontingenti, kuņus valsts izdala uz reciprocitātes pamatiem, kompensācija, kuņa bieži ir tilts, pār kuņu vēl iespējams izvest darījumu, ja tie draud izbeigties, saimnieciskā propaganda ārzemēs u.c., par kuņiem runāts jau iepriekš.^{x/}

Vēl pielietots līdzeklis eksporta veicināšanai ir kultūras propaganda. Izplatot eksporta tirgu izvedējas valsts literātūru, noorganizējot savstarpējumus apciemojumus, sūtot labākos māksliniekus un sporta pārstāvjus, arī zinātniekus un saimnieciskus darbiniekus, var mēģināt radīt savstarpēju simpātiju un draudzību. Šādiem pašiem mērķiem valsts apgādā ārzemju presi ar ziņām, par svarīgākiem notikumiem iekšzemē zinātnes, mākslas, tehnikas, sporta un citās nozarēs.

Vēl valsts var izsūtīt uz eksporta tirgu studiju komisijas vai veicināt tādu radīšanu ar privāto iniciatīvi. Šo komisiju uzdevums ir pa daļai studēt eksporta iespējas, pa daļai propagandēt nacionālos ražojumus.

14/ Sk. J. Mayer, M. Horna, A. Sourek "Neu Wege der Handelspolitik", 1936., 173. lpp.

x/ Sk. par kontingentiem 22. lpp, par kompensāciju 23. lpp., par saimniecisko propagandu 45. lpp.

III. EKSPORTA DARĪJUMU VEIDI.

A. Ražotājs kā preču eksportieris.

Sakarā ar straujo tehnikas attīstību beidzamā gadu simtenī, ražošanas kapacitāte ir pieaugusi gandrīz visās valstīs. Bieži šī produkcijas kāpināšana ir novedusi pie pārprodukcijas un ārkārtīgas konkurences internacionālos tirgos, kas izsaukusi cenas nosīšanu un uzņēmumu peļņas samazināšanos. Lai izturētu internacionālo konkurenci, kad izvedējas valsts ražošanai un tirdzniecībai jāsaņem ar citu valstu nacionālo ražošanu un tirdzniecību, kā arī lai pastāvētu nacionālā konkurencē, kad atsevišķam uzņēmējam jācīnās ar citiem vietējiem ražotājiem un tirgotājiem, kā iekšējā tā ārējā tirdzniecībā pastāv cenšanās dažādus starplocekļus, kuŗi nevajadzīgi sadārdzina preci, izslēgt.

Ārējā tirdzniecībā, skatoties pēc eksporta tehnikas, izšķir tiešu un netiešu eksporta tirdzniecību. Ja kādas valsts tirgotāji paši rūpējas par preču novietošanu ārzemju tirgos, runā par valsts tiešu eksporta tirdzniecību, turpretim, ja izlietā internacionālo

eksporta tirdzniecību, netiešu. Kādas valsts eksporta tirdzniecības raksturu nosaka saimniecības vēsture un saimniecības struktūra. Valstīs, kurās ir veca un attīstīta rūpniecība un amatniecība, piemēram, Anglijā un Vācijā, pastāv arī sava attīstīta eksporta tirdzniecība. Jaunās valstīs bieži eksporta tirdzniecības funkcijas pārņem internacionālā eksporta tirdzniecība, kad ārzemju tirgotāji uzņemas vietējos ražojumus novietot pasaules tirgū.

Praksē parasti kā tiešu eksporta tirdzniecību apzīmē tad, ja ražotājs pats savu preci eksportē, turpretim kā netiešu, ja izlietā speciālo eksportieru pakalpojumus^{1/}. Vārda īstā nozīmē tieša eksporta tirdzniecība ir, ja ražotājs regulāri nodarbojas ar eksporta darījumiem. Ja ražotājs tikai pārejoši izved eksporta darījumus, piemēram, kad preces ir saražotas par daudz, lai atvieglotu vietējo tirgu vai arī ja pastāv internacionālā tirgū sevišķi labvēlīgi apstākļi, tad īstā vārdā nozīmē šeit nebūs tiešā eksporta tirdzniecība.

Motīvi, kas pamudina ražotāju stāties tiešos sakaros ar ārzemju importieriem, sīktirgotājiem vai patērē-

1/ Sk. I. Fr. Schön "Allgemeine Handelsbetriebslehre" 1923., 231. lpp.

tājiem var būt dažādi, galvenie būtu: cenšanās iegūt labākas cenas un paturēt speciālā eksportiera kā starpnieka peļņu; vēlēšanās panākt ilgstošu, regulāru noietu un neatkarību no eksportiera.

Pirms ražotājs izšķiņas pāriet no netiešās eksporta tirdzniecības uz tiešo, tam sīki jāapsver, vai tiešās eksporta tirdzniecības priekšrocības būs lielākas nekā ar to cēlušies izdevumi un risks. Izslēgt kādu locekli nozīmē izslēgt tā darbu, piedzīvojumus, zināšanas, kapitālu, nesto risku, tā tirdzniecisko organizāciju u.t.t., viss tas tagad jāuzņemas pašam ražotājam.

Vispār ražotājam pie tieša eksporta jāpiegriež vēriba sekošiem jautājumiem:

- 1/ Kāds valstij ir piemērots eksporta priekšmets?
- 2/ Vai spēj ražot tādos daudzumos, ka var regulāri eksportēt un vai priekšmets ir piemērots eksportam?
- 3/ Vai ir piemērots darba spēks un kapitāls lai radītu labi funkcionējošu noieta organizāciju?
- 4/ Vai ir labi nostādīta kalkulācija?
- 5/ Vai spēs pietiekoši propagandēt ražojumus?

ad. 1. Tieša eksporta darījumu izvešana ir arī bieži iespējama, bet tas atkarājas arī no valsts uz kādu

grib eksportēt. Tā var izšķirt 3 grupas valstu.^{2/} Vienā grupā ir tās valstis, uz kuņām eksports nerada daudz lielākas grūtības kā iekšējā tirdzniecība. Šeit arī Eiropas valstu ražotāji eksportē tieši. Te pieder centrālās un rietumu Eiropas valstis. Jaunākos laikos ar satiksmes attīstību preces var uz Parīzi tikpat viegli nosūtīt, kā no Rīgas uz Līepāju. Tā šeit preču pārsūtīšanas grūtības atkrit. Tāpat ir ar dažādiem likumu priekšrakstiem. Tirdzniecības tiesības visās kultūras valstīs pamatojas uz vienādiem principiem, piemēram, vekseļu tiesības ar uniformā vekseļu likuma ievēšanu ir daudzās valstīs vienādas.

Otrā valstu grupā ir U. S. A., Ziemeļeiropas, Austrumeiropas un Dienvideiropas valstis. Arī šeit bieži eksportē tieši, bet arī lielos apmēros izlietā eksportierus.

Trešā grupā ir, izņemot U. S. A., citu kontinentu valstis. Šeit dažādie saimnieciski un politiskie stāvokļi, kultūras līmenis, lielle attālumi, kas apgrūtina sakaru nodibināšanu un citi apstākļi, prasa speciālas zināšanas, kādēļ arī šeit parasti darbojas tirgotāji,

2/ Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920, 115. lpp.

kuŗu galvenais mērķis ir eksporta darījumi.

ad. 2. Ražotājiem jāņem vērā, vai precei nav pārāk šaura speciālitāte. Ja precei pieprasa mazos daudzumos un dažādas kvalitātes, tad tiešs eksports ir grūti izvedams, jo neseġs pārdošanas izdevumus. Ja ražotājs izlieto speciālo eksportieru pakalpojumus, tad eksportierim bieži ir iespējams šo artikli nosūtīt un izplatīt kopā ar citām precēm. Turpretim, ja ražo masu priekšmetus, kas pa visu pasauli var tikt izplatīti, un ražotājs spēj uzturēt rēgulārus sakarus ar ārzemju noņēmējiem, tad tiešs eksports arī ir iespējams.^{3/}

ad. 3. Lai varētu izvest eksporta darījumus, ir nepieciešami radīt piemērotu tirdzniecisku organizāciju. Šeit pieder labs personāls, kas pārzin maitu, apdrošināšanas, norēķināšanas, spedicijas u.c. nozares. Eksporta tirgos jānodibina vai nu nodaļas, vai jāstājas sakaros ar noņēmējiem, izsūtot ceļotājus un agentus. Ja arī izdodas radīt šādu noieta organizāciju, tad tomēr ir jautājums, vai tā spēj atvietot izslēgto eksportieri ar tā piedzīvojumiem, zināšanām, iniciatīvi u.t.t. Arī jākalkulē vai kopējie tiešā eksporta

3/ Sk. J. Fr. Sohār "Allgemeine Handelsbetriebslehre" 1923., 236. lpp.

izdevumi nepārsniedz līdzšinējos noieta izdevumus. Vēl ražotājam nepieciešams pietiekošs kapitāls eksporta darījumu financēšanai, arī ārējā tirdzniecībā jāreķinas ar lēnāku kapitāla apgrozību, sakarā ar ilgāku transportu, eksporta tirgos pastāvošām maksāšanas parašām u.t.t.

Bez materiāliem līdzekļiem, ražotājam arī jābūt pamatīgām zināšanām par eksporta tirgus saimniecisko un politisko stāvokli, par eksporta tirgus uzņemšanas spējām un noņēmēju vajadzībām.

ad. 4. Pie cenas kalkulācijas ražotājam jāņem vērā visi ar tiešu eksportu saistītie izdevumi. Šeit pieder: izdevumi sakarā ar jaunradīto iekšējo un ārējo pārdošanas organizāciju, izdevumi par pakalpojumiem bankām, informācijas birojiem, speditoriem, apdrošināšanas uzņēmumiem, mākleriem u.t.t. Vēl cenā jābūt iekalkulētai prēmijai, kas sedz kredita risku, kursa risku, reklāmas, kvalitātes un konjunktūras riskus.

ad. 5. Izslēdzot speciālo eksportieri ražotājam pašam jā rūpējas par preču propagandu. Tam jāpazīst dažādi propagandas līdzekļi un tehnika, arī eksporta tirgus iedzīvotāju gaume un kultūrālais līmenis. Strādājot ar nelietpratējiem - patērētājiem, jālietā citas

propagandas metodes nekā apelējot pie lietpratējiem - importieņiem, grossistiem.

Ja šīs prasības ražotājs nevar pildīt, tad tiešs eksports var nest uzņēmumam zaudējumus, kuŗi nekādā attiecībā nestāv ar ietaupīto starpnieku peļņu.

Arī ārzemju pircēji mēģina, lai izbēgtu no starppeļņas vai komisijas maksāšanas, apiet eksportieri un nodibināt tiešus sakarus ar ražotājiem.^{4/} Gadījumos, kad šīs apiešanās briesmas ir lielas, eksportieņi cenšas darboties pretim. Tā eksportieris var neizpaust vienam kontrahentam otra kontrahenta vārdu, vai arī slēpt uz kādu valsti eksportē. Ja ražotājs šādā gadījumā vēlētos eksportieri izslēgt, tad līdz ar to tas zaudētu savus līdzšinējos noņēmējus. Līdzekļi, kādus šeit pielieto ir: eksportieris preces pats tieši noņem no ražotāja vai arī liek sūtīt savam speditoram un skatās, lai no iesaiņojuma vai citādi pircējs nepazītu ražotāju. Arī pats eksportieris var likt uz precēm savas preču zīmes un apzīmējumus vai arī tās nosūtīt ražotājam. Vēl eksportieris var kā ražotājus, tā noņēmējus padarīt no sevis atkarīgus, izsniedzot kreditu vai piedaloties

4/ Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 128. lpp.

attiecīgos uzņēmumos kā klusais biedrs. Par izsniegto kreditu ražotājam jāuzņemas savus produktus piegādāt tikai eksportierim un kā klusais biedrs, eksportieris arī patur tiesību ieskatīties ražotāja grāmatās un kalkulācijās.

1. Tiešās un netiešās eksporta tirdzniecības priekšrocības un trūkumi.

Pie netiešās eksporta tirdzniecības ražotāja darbs vienkāršojas un tas var visu vērību piegriezt ražošanas procesam. Arī kapitāls atbrīvojas, jo eksportieri bieži maksā pie preču saņemšanas, kas dod iespēju ražotājam lētāk iepirkt izejvielas, ar ko viņa konkurences spējas aug. Un kaut arī eksportieris pie ražotāja kreditējas, tad tomēr ražotājam ir priekšrocības, jo samazinās kredita risks un tam jāseko tikai eksportiera kredita spējam.^{5/}

Eksportieris arī dažreiz var pārdot lētāk nekā pats ražotājs, jo eksportieris tirgojas ar dažādiem ražojumiem un sasniedz lielu apgrozību, kādēļ arī ārzemju agentu vai nodaļu uzturēšanas izdevumi ir mazāki.

5/ Sk. C. Kapferer "Exportforderung" I Bd., Die Markt - Analyse 1929., 7. lpp.

Eksportieris, kas ir savā branžā speciālists, vienmēr pratīs atrast lētāko un izdevīgāko transportu un apdrošināšanu. Eksportieris darbojas arī ar mazāku risku, jo pazīst importa zemes saimnieciskos un politiskos apstākļus, tādēļ arī apmierināsies ar mazāku riska prēmiju un pircējiem kredita piešķiršanā var nākt vairāk pretim nekā ražotājs. Bez tam eksportieris atņem ražotājam sakaru nodibināšanas un uzturēšanas izdevumus.^{6/} Arī gadījumos, ja tiešām prece padārdzinātos par eksportiera peļņas tiesu, noiets var nesamazināties, jo eksportieris var labāk noorganizēt ārzemēs pārdošanu.

Kā trūkums tiešam eksportam būtu tas, ka eksportierim nav pietiekošas intereses ievest kādu jaunu produktu eksporta tirgū, ja tas viņam nesola pietiekošu peļņu. Arī strādādams ar daudziem priekšmetiem, eksportieris nepazīst preces ražošanas tehniku, kas būtu svarīgi pie pārlabojušiem un lai uztvertu konkurentu preču tehniskās priekšrocības un dotu norādījumus ražotājam.

Vispārēju spriedumu dot kas ir labāk - tieši ražotājam eksportēt vai izlietāt speciālo eksportiera pakalpojumus - ir neiespējami. Te jāņem vērā katrā konkrētā gadījumā dažādi apstākļi. Tomēr nekādā ziņā nav atzīstams,

^{6/} Sk. H. Nichlisch "Die Betriebswirtschaft" I. Bd., 1929/30., 846. lpp.

ka pēc tam, kad eksportieris ir nodibinājis labas attiecības ar noņēmējiem, ražotājs to izslēdz un stājas ar noņēmējiem tiešos sakaros. Ražotājs un eksportieris ir cieši saistīti un tiem vienam otru jāpabalsta. Ja ražotāji nobīda eksportieri pie malas, bet paši nespēj radīt pietiekošu pārdošanas organizāciju, tad tie var nodarīt zaudējumus ne tikai sev, bet arī visai tautsaimniecībai.

2. Ražotāju apvienības eksporta veicināšanai.

Lai novērstu tiešā eksporta trūkumus, ražotāji mēģina dažādos veidos apvienoties. Šāda apvienošanās var notikt kā pie homogeniem tā heterogeniem uzņēmumiem. Tā, piemēram, rūpnieki no dažādām branžām var uzturēt sevišķu eksporta kantori, kas eksportē vienīgi apvienoto ražotāju produktus, vai arī līdzīgi uzņēmumi nodibina akciju sabiedrību, kas izved eksporta operācijas. Apvienošanās vēl var notikt vertikālā un horizontālā virzienā, piemēram, vertikālā apvienošanās ir, ja apvienojas auto rūpnieks ar gumijas riepu rūpnieku, horizontālā - ja apvienojas tikai dažādi auto rūpnieki. Šo apvienību mērķis ir kopīgi izsūtīt agentus, ierīkot eksporta tirgos nodaļas, izvest kopīgu ražojumu propagandu,

sagādāt līdzekļuseksporta darījumu financēšanai u.t.t. Šādām apvienībām arī dažreiz izdodas no rederejām dabūt izņēmumu tarifus, jo preces tiek sūtītas veselām kugu kravām. Tā šādas apvienības var zināmā mērā izpildīt eksportiera vietu un ražotājs, ja arī tam pašam nav pietiekoša kapitāla, vai tas nav spējīgs sasniegt lielākus apgrozījumus, var piedalīties eksporta tirdzniecībā.^{7/}

Praksē nāk arī priekšā ražotāju apvienības, kuŗu mērķis ir sagādāt līdzekļus, lai varētu eksportēt par cenām, kas stāv zem iekšējā tirgus cenām vai pat zem pašizmaksas. Tā var apvienoties zināmas nozares rūpnieki un ierīkot kopīgu kasi, kuŗā katram loceklim jāiemaksā zināmi % no viņa iekšzemes apgrozības.^{8/} Šādā ceļā savāktie līdzekļi tiek izlietāti lai izlīdzinātu diferenci starp iekšzemes cenu un internacionālos tirgos iegūto cenu.

Lai varētu kopīgi rēgulēt tiešo eksportu un arī speciālajiem eksportieriem dot priekšrakstus attiecībā uz cenu, maksāšanas noteikumiem, rabatu, piegādāšanas

7/ Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 86. lpp.

8/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 224.lpp.

veidu u.t.t., ražotāji apvienojas kartelos un sindikātos. Vienkāršākais apvienošanās veids būtu kondicioju karteļi, kad ražotāji vienojas par vienādiem maksāšanas, piegādāšanas, rabatu un citiem noteikumiem. Tālāk ir cenu karteļi, kuŗi, kā jau pats nosaukums rāda, rēgulē cenas un līdz ar to pārdošanas noteikumus. Cenu rēgulēšana var attiekties kā pret eksportieriem tā arī pret ārzemju noņēmējiem. Kartelis raksta priekšā noteiktas cietas cenas, tikai izņēmuma gadījumā atļauj eksportēt par zemāku cenu, piemēram, kad zināmā eksporta tirgū jāiztur liela konkurence /cīņu cenas/, lai izvestu dempingu u.t.t.

Tirgus sadalīšanas karteļi nosaka, cik katrs loceklis drīkst ražot un kopīgo produkciju sadala uz dažādiem eksporta tirgiem.

Atsevišķam loceklim eksporta kvote parasti tiek piešķirta pēc iepriekšējā izveduma. Ja tomēr kāds loceklis piešķirto kvoti pārkāpj, tad tam jāmaksā konvencionālais sods, kuŗu bieži nosaka progresīvu, skatoties pēc tā, par cik kvote pārkāpta.

Lai ierobežotu savstarpējo konkurenci, kartelis var atsevišķu eksporta tirgu vai tā daļu apstrādāšanu

atstāt tikai vienam karteļa loceklim. Šādā veidā ražotājs iegūst eksporta tirgū monopolista tiesības.

Šādi karteļi noietu apgābalu sadalīšanai ir arī ar internacionālu raksturu, piemēram, dažādu valstu ražotāji /arī speciālie eksportieņi/ vienojas, ka neviens karteļa loceklis nepiedāvās savas preces tajā valstī, kurā jau darbojas kāds cits karteļa loceklis, piemēram, vācu, franču, šveiciešu eksportieņiem atļauj darboties dienvidus Afrikā, bet citu valstu eksportieņiem, kas piedalās kartelī, šeit ir aizliegts darboties. Turpretim vācu, franču, šveiciešu eksportieņi nedrīkst preces piedāvāt Anglijā, Beļģijā, Holandē u.c.^{9/}

Sindikātos eksporta preču pārdošana tiek centralizēta, atsevišķam loceklim brīva pārdošana ir aizliegta. Sindikāts ražotājam var dot sekošas priekšrocības: eksporta darījumu financēšanai nepieciešamos līdzekļus sindikāts sagādās vieglāk kā atsevišķs ražotājs, samazinās pārvaldes un sakaru nodibināšanas izdevumus, palētinās transportu un samazinās ražotāja risku, jo kopīgie zaudējumi tiek sadalīti uz visiem locekļiem. Sindikāts arī savas dispozīcijas iekārtos

9/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1920., 218. lpp.

ilgākam laikam, noorganizēs reklāmu un izveidos noņēmēju kontroli. Šī noņēmēju kontrole var tikt izvesta tik pilnīgi, ka nospiež zaudējumus no maksātnespējīgiem pārādniekiem uz minimumu.

Sindikāta negatīvās puses ir, ka noņēmēju apstrādāšana tiek schēmatizēta un birokratizēta. Ražotājs arī vairs nepārzin eksporta tirgu stāvokli un par noņēmēju vēlējumiem tiek informēts tikai netieši.

Kartelēto un sindikalizēto uzņēmumu darbību stipri traucē autsaideri un jo vairāk to ir, jo arī mazāki panākumi būs sindikātam vai kartelim. Ja arī atsevišķi locekļi pārkāpj karteļa noteikumus, tad ar to tiek vājināts pats kartelis.

Dažreiz šīs apvienības aptver tikai iekšējo tirgu, kamēr eksportā katrs loceklis var darboties brīvi. Visi noteikumi attiecībā uz cenu, maksāšanas noteikumiem u.t.t. neattiecas uz eksporta precēm. Dempings, cenas nosīšana un citi konkurences līdzekļi, kas iekšējā tirgū ir aizliegti, var tikt pielietāti eksporta tirdzniecībā. Negatīvais šādiem karteļiem no tautsaimnieciskā viedokļa ir, ka parasti karteļa locekļi mēģina eksporta tirdzniecībā cēlušos zaudējumus kompensēt ar cenu paaugstināšanu

iekšējā tirgū.¹⁰

Ja kādam noņēmējam eksporta tirgū ir monopolista stāvoklis, tad kartelis nodē, lai monopolistam stādītu pretim organizētu ražotāju. Šādam mērķim dibina kartelus, ja zināmā eksporta tirgū preces importē tikai valsts vai tās organi. Tā, piemēram, var apvienoties kādas valsts eksportieri kas orientējas uz S.P.R.S. Kartelis uzdod atsevišķām personām pētīt eksporta tehniku uz S.P.R.S. un dod norādījumus attiecībā uz cenas politiku, maksājumu veidu, piegādāšanas noteikumiem u.t.t.

Arī ražotāju kartelos dažreiz piedalās speciālie eksportieri, kuŗi apsolās nepirkt no autsaideriem un par to no karteļa saņem augstākus rabatus, t.s. eksporta rabatus. Dažreiz ražotāju karteļi, lai ieinteresētu eksportieri kāpināt noietu, ja tiek pārsniegta zināma minimāla gada apgrozība, tad eksportierim izsniedz zināmu daļu no visām samaksātām faktūru summām atpakaļ, kas progresīvi pieaug ar apgrozības kāpšanu.

Skatoties pēc pastāvošās politiskās sistēmas, valsts var karteļu dibināšanu veicināt vai kavēt. Pie

¹⁰ Sk. C. Kapferer un J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 220. lpp.

liberālistiskās politiskās sistēmas kā ražotāji, tā tirgotāji var brīvi apvienoties. Valsts aprobežojas ar vispārēju noteikumu izdošanu lai novērstu pārmērības no karteļu puses. Pie autoritātīvās politiskās sistēmas, valsts darbojas aktīvi līdz pie karteļu dibināšanas un pat piespiež zināmas nozares apvienoties. Pastāvot stingrai plānsaimnieciskai saimnieciskās dzīves rēgulēšanai, katras ražošanas nozares eksports notiek ar sindikātu palīdzību, kuŗos arī valsts ar kapitālu vai pārvaldē ņem dalību.

B. Eksporta tirdzniecība profesijas veidā.

Profesijas veidā tirgotājs var nodarboties ar eksportu kā uz sava rēķina, tā arī kā komisionārs.

1. Eksportieris kā patstāvīgs tirgotājs.

Vārda plašākā nozīmē par eksportieri uzskatāms kā ražotājs, tā tirgotājs. Zem tirgotāja šajā nozīmē būtu jāsaprot, kas preces iepērk lai, neizdarot ievērojamākas pārmaiņas, tās pārdotu un gūtu peļņu. Turpretim eksportieris vārda šaurākā nozīmē ir tirgotājs,

kuŗš profesijas veidā nodarbojas ar eksporta darījumiem.

Eksportieris visbieŗāk uz sava rēķina precī iepērk un pārdod, ja tam ārzemēs ir savi agenti, ceļotāji vai nodaļas.^{11/} Eksportieris slēdz ar iekŗzemes raŗotājiem piegādāŗanas līgumus un ar agentiem vai komisionāriem piedāvā preces ārzemju noņēmējiem. Raŗotājs var arī ar eksportieri noslēgt līgumu, ar ko raŗotājs uzņemas savas preces uz zināmu eksporta tirgu pārdot tikai ar eksportiera vidutājību. Œādā gadījumā arī raŗotājs pieņem rakstiskus pasūtījumus, bet to izpildīŗanu nodod eksportierim.

Ja tirgotājs darbojas uz sava rēķina, tad tas arī izlietās visas savas tirgus zināŗanas un praksi, jo Œeit tas arī iegūst visu peļņu. Preces eksportieris parasti iegūst tieŗi no raŗotājiem, tikai tādos gadījumos, ja tas ir ļoti grūti, piemēram, pie lauksaimniecības produktu iegūŗanas, kas jāiepērk no daŗādām vietām un mazos daudzumos, vai arī, ja starpnieks precī pārveido eksportam piemērotā veidā, vai ja tieŗi no raŗotāja nav iespējams iegūt, piemēram, ja raŗojumi tiek pārdoti ar kāda noteikta starpnieka vidutājību, eksportieris

11/ Sk. W. Nōllenburg "Die Exportorganisation und ihre Technik" 1925., 11. lpp.

pērk arī netieši.^{12/} No otras puses, lauksaimniecības produktu novietošanā ārzemju tirgos, speciālie eksportieri atrod visplašāko darbības lauku, jo tikai izņēmuma gadījumos pats lauksaimnieks var savus produktus novietot ārzemēs. Tā, labību, kokus, sviestu, olas, lopus eksportē tirgotāji, kuŗi speciālizējas tikai uz vienu preci, piemēram, labību, kokiem, vai arī tikai uz kādas preces noteiktu šķirni, piemēram, stutmalku, kviešiem u.t.t. Turpretim pie precēm, kuŗas prasa sevišķas tehniskas un ķīmiskas zināšanas, bieži paši ražotāji stājas sakaros ar ārzemju noņēmējiem.

Pirms ražotājs izšķiŗas ņemt palīgā eksportieri, tam jāapsver ņanses, kādas var dot netiešs eksports un kādas dod paša noorganizēta eksporta saimniecība. Ja ražotājam nav pietiekoši līdzekļu lai radītu visu pārdošanas organizāciju, vai arī nav pietiekošu komerciālu zināšanu, vai arī tas baidās riskēt, tad speciāli eksportieri uzņemas eksporta funkciju.

Ja ražotājs nolemj stāties sakaros ar šādu eksportieri, tad tam jāreķinās ar tā nepietiekošām tehniskām zināšanām, lai gan no otras puses samazinās ražotāja kredita risks, jo prasības tiks izpildītas vietējā

^{12/} Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 125. lpp.

valūtā un ražotājam eksportieņa kredīspēju noteikšana ir vieglāka, nekā pie nepazīstamiem ārzemju pircējiem. Lai ražotājs gūtu ieskatu, ar kādu eksportieri strādājot tas var cerēt uz vislabākiem panākumiem, ražotājam jāuzzin kādi eksportieņi ir iecienīti zināmos eksporta tirgos un tad tie jāmāgina ieinteresēt par savu preci. Dažos gadījumos eksportieņa interese par zināma ražotāja precēm būs maza, piemēram, ja iet runa par līdz šim eksporta tirgū neievestu preci, vai arī ja paredzamā peļņa ir niecīga, vai vispār nevar cerēt uz lielākiem apgrozījumiem. Šādos gadījumos ražotājs var savu preci propagandēt ārzemju tirgos un tā panākt, lai patērētāji to sāktu pieprasīt un tā darīt eksportieņus uzmanīgus par savu preci.^{13/}

Ja eksportieņu interese ir modināta, tad ražotājs var savu preču pārdošanu uzticēt vai nu vienam vai vairākiem eksportieņiem. Saprotams, ja ražotājs pārdošanu uztic vienam vien eksportierim, tad tam pamatīgi jāiepazīstas ar attiecīgā eksportieņa kredīta spējām, tā agentu darbību eksporta tirgū, jāizzin kādu uzticību eksportieris bauda starp noņēmējiem u.t.t. Strādājot

13/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 202. lpp.

ar speciāliem eksportieriem, tas tomēr neizslēdz, ka dažos eksporta tirgos ražotājs arī pats novieto savas preces.

2. Eksportieris kā komisjonārs.

Eksportieris var būt attiecībā pret iekšzemes ražotājiem kā pārdošanas komisjonārs un attiecībā pret ārzemju noņēmējiem kā preču iepirkšanas komisjonārs.

a/ Eksportieris kā pārdošanas komisjonārs.

Krievijas 1910. g. 21. aprīļa likums, kas arī vēl tagad spēkā Latvijā, dod sekošu legālu komisijas līguma definīciju: ar tirdzniecības komisijas līgumu viena puse /komisjonārs/ uzņemas tirdzniecības darījuma noslēgšanu savā vārdā uz otras puses /komitenta/ rēķina.^{14/}

Vietējie ražotāji tādēļ izlietā eksportiera kā pārdošanas komisjonāra pakalpojumus, ka tas labāk pazīst ārzemju tirgu īpatnības, pircēju vajadzības, kredīta spējas u.t.t.^{15/} Eksportieri, kas uzņemas komisijas pārdošanu, ļoti bieži tai pašā laikā piekopj arī darījumus uz sava rēķina, tādēļ tiem arī eksporta tirgos

14/ Sk. A. Leobers "Tirdzniecības tiesību pārskats" 1927. 211. lpp.

15/ Sk. W. Nöllenburg "Die Exportorganisation und ihre Technik" 1925., 13. lpp.

būs nodaļas vai agenti. No ražotājiem eksportieris saņem paraugus, katalogus, cenu listes u.t.t., ar kuŗu palīdzību mēģina nodibināt sakarus. Bieži eksportieris prasa, lai pats ražotājs netirgotos tajā valstī, kuŗā viņš vēlas novietot komisijas preces, vai lai pārdod par augstāku cenu, vai arī nodibina sakarus ar citiem noņēmējiem, piemēram, ja eksportieris apkalpo lieltirgotājus, lai ražotājs strādā ar sīktirgotājiem.

Eksportierim jāizpilda uzdevums pēc komitenta norādījumiem, bet ja tādu nav, jārikojas pēc sava ieskarta, saskaņā ar pastāvošām vietējām parašām. Ja eksportieris preces pārdevis zem limita, tad starpība eksportierim jāatlīdzina ražotājam, izņemot gadījumu, ja tas var pierādīt, ka nebija iespējams pārdot par noteikto cenu.^{16/} Ja precī nav iespējams pārdot par noteikto cenu, tad komisionāram par to jāpaziņo komitentam un pēdējam tad pašam jārikojas par precī visdrīzākā laikā. Pretējā gadījumā eksportieris var precī nodot noliktavā vai pārdot par biržas vai tirgus cenām un no ienākuma apmierināt savas prasības. Eksportierim par izpildīto uzdevumu jādoš norēķins, kas skaitās par pieņemtū, ja

^{16/}Sk. A. Leobers "Tirdzniecības tiesību pārskats" 1927., lpp. 214.

3 mēnešu laikā neienāk ierunas. Vēl eksportierim jāatbild par viņam uzticēto preču zudumu un bojājumiem, ja viņš nepierāda, ka tie cēlušies no apstākļiem, kuŗus tas nav varējis novērst ar kārtīga saimnieka rūpību. Ja eksportieris bez komitenta ziņas piešķīris noņēmējiem kreditu, tad tas rīkojas uz sava riska.

Eksportiera, kā pārdošanas komisionāra tiesības ir: Komisionāram pienākas provīzija, kuŗas augstums atkarājas no notikušās vienošanās vai pēc vietējām parašām. Provīziju komisionārs saņem arī tad, ja noslēgtais darījums tiktu vēlāk atcelts. Bez tam tas var prasīt atlīdzību par izdevumiem. Eksportierim arī tiesība viņam pienākošos provīziju un izdevumus atvilkt tieši no saņemtām summām par pārdotām precēm.

b/ Eksportieris kā iepirkšanas komisionārs.

Eksportieris šajā gadījumā saņem no ārzemju pircēja uzdevumu, iepirkt vietējā tirgū zināmas preces. Parasti tiek piesūtīti arī paraugi un uzdod limitu, t.i. cenu kādu pie visneizdevīgākiem apstākļiem var maksāt. Ja eksportieris preces iepircis par augstāku cenu kā limits, tad komitentam, kuŗš nevēlas preci pieņemt, par to jāpaziņo eksportierim, pretējā gadījumā komitents

skaitās kā precī pieņēmis. Gadījumā, ja komisjonārs uzņemas starpību uz sevi, tad komitents nevar atteikties precī pieņemt.

Limitu var ārzemju pircējs uzdot dažādos veidos:^{17/}

1. Uzdot eksporta zemes valūtā un f.o.b. izvedostā.

Šis veids ir komisjonāram visvienkāršākais, jo arī no ražotājiem parasti saņem f.o.b. ofertes, te atliek tikai abas cenas salīdzināt.

2. Ja limitu dod ārzemju valūtā ar klauzulu cif, tad eksportierim jāizved paritātes kalkulācija, lai varētu abas cenas salīdzināt. Ja uzdevums ir izpildīts, komisjonāram nekavējoties jāziņo komitentam un jā rūpējas par nosūtīšanu un apdrošināšanu.

Eksportierim jācenšas iepirkt ārzemju pircēju gaumei atbilstošu preci un pēc iespējas par zemāku cenu un uz izdevīgākiem noteikumiem. Bieži eksportieris arī uzņemas darījumu financēšanu, bet ja ārzemju noņēmēji eksportieri pabalsta ar lielāku banku kredītu, tad arī tam būs vieglāk iegūt no ražotājiem lielākus kassaskonto. Eksportierim arī laiku pa laikam ārzemju noņēmēji jāinformē par eksporta zemes tirgus apstākļiem

^{17/}Sk. H. Biedermann "Lehrbuch des Überseehandels", 2. Auf., 1922., 20.-21. lpp.

un jāziņo savas domas par lietderību izmantot konjunktūru.

Ja eksportieris preces iepērkot ir novirzījies no priekšrakstītās kvalitātes, tad skatoties pēc importa zemē pastāvošām tiesībām, tam vai nu jāpiemaksā cenas diference vai arī prece jāpatur pašam, ja ārzemju noņēmējs atsakās to pieņemt. Šādā gadījumā eksportierim ir jāstrādā ar tādu pat risku, kā kad darījumu būtu izvedis savā rēķinā, jo pie ražotāja tas vairs reklāmāciju nevar celt.^{18/}

Eksportieri, kā iepirkšanas komisionāri, mēģina pēc iespējas dažādās ārzemju vietās iegūt lielāku skaitu komitentu. Arī importieri centīsies nodibināt sakarus ar tādiem eksportieriem, kuŗi strādā arī citiem importieriem citās valstīs. Šāda prakse dod abām pusēm lielas priekšrocības. Saprotais, ja eksportieris pērk lielos vairumos, tad tas arī varēs izdarīt spiedienu uz ražotājiem un iegūt izdevīgākus noteikumus. Importierim izdevīgi koncentrēt visu preču iepirkšanu vienā vietā, un tam pašam nav jāstājas sakaros ar daudziem ražotājiem. Bez tam bieži pašam importierim ir neiespējami atrast izdevīgākās iepirkšanas vietas. Dažādās, no ārzemju komitentiem pasūtītās preces, eksportieris arī

^{18/}Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 177. lpp.

sakopos uz viena konosamenta, kas dod vedmaksas un no-
devu ietaupījumus.

Lai varētu kontrolēt komisionāra darbību, komitents
var pieprasīt lai atsūta arī ražotāju faktūras, vai ja
ārzemju importieris stāv ilgstošās komisijas līguma at-
tiecībās ar eksportieri, komitents var paturēt tiesību
ieskatīties komisionāra grāmatās un korespondencēs.

C. Konsorciālie darījumi.

Lai varētu izvest internacionālā tirdzniecībā
lielākus darījumus, vietējie eksportieri apvienojas,
tomēr katrs paturot savu patstāvību. Ja vairāki dalīb-
nieki apvienojas lai ilgstoši izvestu darījumus kopējā
rēķinā, tad runā par konsortiem, piemēram, lieltirdz-
niecības firmas apvienojas /arī privātas bankas šeit
var piedalīties/ lai uzpirktu un komerciāli ekspluatē-
tu vesela apgabala mežus.^{19/}

Ja dalībnieki apvienojas lai izvestu tikaiatsevišķus

19/Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920.,
122. lpp.

darījumus, tad runā par à conto metā darījumiem, ja piedalās tikai 2 personas, à conto terzo, ja piedalās 3 u.t.t., vai ja piedalās vairākas personas, à conto commune. Tā Eiropas eksportieris iepērk no ražotājiem preci un to par iepirkšanas cenu nosūta savam ārzemju à conto metā darījuma līdzdalībniekam, bet tas rūpējas par preču pārdošanu. Pēc darījuma izbeigšanās, eksportieris saņem faktūras summu un arī daļu no tīrās peļņas. Ārzemju noņēmējs var preci arī pārdot, kamēr tā vēl ir ceļā, vai eksportieris tikai tad iepērk, kad ārzemju līdzdalībnieks paziņo, ka ir jau noslēdzis darījumu. Šādos darījumos eksportieris var piedalīties kā tirgotājs savā rēķinā, tā arī kā komisionārs.

Šādi darījumi nāk priekšā ^{arī} pie preču iepirkšanas, piemēram, ārzemju importieris uzdod eksportierim iepirkt preci un pēc preces pārdošanas importa zemē, peļņu sadala. Ja importieris un eksportieris strādā kā komisionāri, tad eksportieris saņem pārdošanas komisiju, bet importieris iepirkšanas komisiju.

Parasti šādus darījumus izved, ja preces iepirkšana vai pārdošana ir saistīta ar grūtībām un eksportierim ir svarīgi ārzemju līdzdalībnieku ieinteresēt rūpīgi izvest darījumu.

IV. EKSPORTA UZŅĒMUMA IEKŠĒJĀ IEKĀRTA.

A. Eksporta kalkulācija.

Internacionālā sacensībā svarīgs faktors ir kalkulācija un cenas politika. Šie divi faktori un vēl preces īpašības un noieta organizācija arī noteic, kādu daļu no eksporta tirgus pircējiem eksportierim izdodas sev piegriezt.

Kalkulēt vispār nozīmē aprēķināt kādu ar izdevumiem saistītu lielumu. Kalkulācijai tuvu stāv grāmatvedība, statistika un saimniekošanas plāns. Novilkt stingras robežas starp visām 3 daļām ir grūti, tomēr katra atšķiras ar savu mērķi. Grāmatvedības galvenais uzdevums ir sekot īpašuma daļu pārmaiņām un rādīt zināma perioda saimniecisko rezultātu. Grāmatvedība arī dod bagātīgu materiālu kalkulācijai un parasti kalkulācija tiek pieskaņota grāmatvedības veidam. Arī statistika rāda saimniecisko norisi un bazējas uz grāmatvedības un kalkulācijas datiem, tomēr statistikas mērķis ir dot salīdzinājumu par vairākiem periodiem. Saimniekošanas plāns cenšas rādīt nākotnes saimniekošanas galvenās līnijas. Kamēr statistika un grāmatvedība

apskata pagātņi, saimniekošanas plāns iespēžas nākotnē.

Attiecībā uz kalkulācijas mērķi, tad bieži tiek pieņemts, ka kalkulācijai vispirms jābūda pašizmaksa un pieskaitot noteiktu peļņu dabū pārdošanas cenu. Šādā veidā varētu kalkulēt tikai tirgotājs, kuŗš zināmā mērā ir monopolista stāvoklī. Visbiežāk ar kalkulāciju tikai grib redzēt, cik tālu var iet ar dažādiem atlaidumiem un vai iegūtā cena sedz variablos un kādu daļu no konstantiem izdevumiem.^{1/}

Piegriežoties eksporta kalkulācijai, vispirms jāuzsver, ka tirdzniecības uzņēmumā eksporta kalkulācijas uzdevums nav apskatīt dažādus preces iegūšanas izdevumus. Lai eksporta kalkulāciju nostādītu pareizi, tad tā jāatbrīvo no visa tā, kas tajā neiederas un tai jāapskata un jāsistematizē tikai tie izdevumi, kas tieši attiecas uz eksportu. Piemēram, dažādi ceļojuma izdevumi lai precī iepirktu, provīzijas mākleļiem, komisjonāriem vai agentiem pie preču iepirkšanas, norēķināšanās izdevumi, transporta izdevumi līdz noliktavai u.t.t., nav eksporta kalkulācijas priekšmets, tirdzniecībā eksporta kalkulācija sākas no iepirkšanas pašizmaksas.

1/ Sk. J. Hellauer "Kalkulation", Berlin 1931., 18.lpp.

Rūpniecības uzņēmumā eksporta kalkulācijai nav jānodarbojas ar ražošanas izdevumiem, piemēram, izlietāto materiālu vērtība, strādnieku algas, pārvaldes izdevumi u.t.t., tas viss ietilpst iekšzemes cenas kalkulācijā. Rūpniecības uzņēmumā eksporta kalkulācijas izejas punkts ir ražošanas pašizmaksa.

Dažādus izdevumus, ar kādiem jāreķinas eksporta tirdzniecībā, var iedalīt tiešos un netiešos. Kā tiešus izdevumus apzīmē tādus, kuŗi attiecas uz noteiktu preci vai preču grupu. Šos izdevumus eksportieris jau var aprēķināt iepriekš un izlaižot oferti, tie tiks pārskaitīti pie iepirkšanas pašizmaksas. Piemēram, transporta izdevumi, apdrošināšana, provīzijas agentiem, muitas u.t.t. ir tieši izdevumi, jo attiecas uz noteiktu preču sūtījumu. Otra grupa ir netiešie vai kopējie izdevumi, tie attiecas uz visu preču apgrozību un atsevišķām precēm tos uzlikt nevar. Piemēram, reklāmas izdevumi, pasta, tēlegrafa, tēleфона izdevumi, nodokļi u.t.t., tie sadalās uz visu preču apgrozību, tādēļ, lai atrastu oik netiešie izdevumi krīt uz atsevišķu preci vai preču grupu, ir jāatrod t.s. atslēgas skaitlis. Lai aprēķinātu atslēgas vai attiecību skaitļus ir jāizvēlas piemērots

mērogs. Kā mērogs var būt vai nu preces vairums vai vērtība, skatoties pēc tā, vai izdevumu augstumu noteic vairums vai vērtība. Ja vairumu pieņem kā mērogu, tad kopējie izdevumi tiek sadalīti pēc svara, gabalu skaita vai ieņemtās telpas. Pie vērtības mēroga ņem vai nu preces pašizmaksu vai pašizmaksu plus tiešie izdevumi.^{2/} Atslēgas skaitļus atrodam, dalot visus netiešos izdevumus ar kopējo apgrozību un pie vērtības mēroga reizināt vēl ar 100, tā dabū ~~90~~ %%. Tomēr jāpievērš uzmanību, ka šī attiecība tikai tik ilgi būs pareiza, kamēr izdevumi vai apgrozība nemainās. Ja viens vai otrs no šiem faktoriem mainās, tad nepieciešami ieviest attiecīgu korektūru, tomēr tam var būt maza nozīme, piemēram, ja apgrozība samazinās, bet vispārējie izdevumi paliek stabili, tad ja cenu paaugstinās, noiets vēl vairāk samazināsies.

Pie precīzas eksporta kalkulācijas jāņem arī vērā, ka ne visas preces prasa vienādus netiešos izdevumus, tādēļ ja kādai precei tiek uzlikti lielāki izdevumi, kā tai faktiski vajadzētu nest, tad ar to tiks nepareizi paaugstināta cena un tā var attiecīgas preces noiets samazināties. Turpretim par otru preci, kuŗa aplikta

2/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 260. lpp.

ar mazākiem netiešiem izdevumiem, liekas ka tā dod lielu peļņu, lai gan pie zināmiem apstākļiem var nest pat zaudējumus. Eksportierim tādēļ jāapsver, kādi netiešie izdevumi ir saistīti ar zināmu precī un tad šie izdevumi jāaprēķina uz katru pārdoto preces vienību. Arī ir nepareizi, ja eksportieris darbojamies dažādos eksporta tirgos, ņem vienādu netiešo izdevumu kvoti. Šādā gadījumā eksporta tirgos, kuŗos saimniekošanas izdevumi faktiski ir zemi, cena būs aprēķināta par augstu un var ciest eksportiera konkurences spējas. Turpretim otrā eksporta tirgū pie augstiem netiešiem izdevumiem, cena ir par zemu un eksportierim var dot mazu peļņu vai pat zaudējumus. No tā izriet, ka eksportierim nepieciešami atrast dažādus piesituma procentus ne tikai atsevišķām precēm, bet arī atsevišķiem eksporta tirgiem. Beidzot eksportierim jāpiegriež vērība, no kādām valstīm un par kādām precēm visbiežāk ienāk reklāmācija un jādod dažādi atlaidumi un attiecīgi arī jādiferencē piesituma procenti.

Dažādus izdevumus iespaido arī apgrozība; no šī viedokļa izdevumus iedala cietos vai konstantos un proporcionālos vai variablos. Cietie izdevumi ar apgrozības pieaugšanu vai samazināšanos nemainās, pie tiem

krītošs noiets nozīmē pieaugošu kvoti uz preces vienību. Proporcionālie izdevumi turpretim pieaug ar noieta pieaugumu un krīt ar noieta samazināšanos, tādēļ kā pie pieaugoša, tā arī pie krītoša noieta paliek viens un tas pats piesituma %%. Piemēram, vedmaksas, muitas, komisijas u.t.t., krīt vai ceļas tādā pat attiecībā kā mainās noiets. Turpretim izdevumi par nodaļu uzturēšanu eksporta tirgos, algas nodaļu personālam, īre u. tml., nekrīt respektīvi neceļas tādā pat attiecībā kā krīt vai ceļas noiets.

1. Eksporta saimniekošanas izdevumi
izvedējas valstī.

Eksportierim izvedējas valstī jāreķinas ar šādiem tiešiem izdevumiem:

1/ Tantjemas, gratifikācijas un pielikumi eksporta uzņēmumā nodarbinātām personām, ja tie pamatojas uz preču apgrozību.

2/ Nodevas un nodokļi, piemēram, nodevas par konsulātu faktūrām, izceļšanās apliecībām, apgrozības nodoklis u.t.t.

3/ Transporta izdevumi līdz robežai resp. ostai un iekraušanas izdevumi.

4/ Apdrošināšanas izdevumi pie iekšzemes transporta.

5/ Ostu nodevas un dokumentu izgatavošanas nodevas.

6/ Speditoru izdevumi.

7/ Iesaiņošanas izdevumi, šeit pieder arī izdevumi par dažādiem reklāmas priekšmetiem, kuŗi tiek piesaiņoti pie precēm.

Dažus no minētiem izdevumiem ir iespējams eksporta kalkulācijā aprēķināt zemāk kā iekšējā tirdzniecībā, piemēram, dzelzceļu un kugu vedmaksas, apgrozības nodokli.^{3/} u.c.

Attiecībā uz iesaiņošanas izdevumiem, tad tie skatīties pēc preces īpašībām un eksporta tirgus prasībām, var sastādīt ievērojamu kalkulācijas faktoru. Vispār iesaiņojumam jābūt tādām, ka tas transporta laikā precī pasargātu no bojājumiem. Arī pie preces uzņemšanas uz kuģa, kapteinis piegriež vērību vai prece ir pietiekoši iesaiņota un pie slihta iesaiņojuma eksportieris saņems "clean bill of loading" vietā "foul bill of loading", kas apgrūtinās preces lombartizēšanu. Vēl iesaiņojums

3/ Sk. C. Kapferer un d J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 263. lpp.

noder preces reklāmēšanai un arī dod iespēju pazīt piegādātāju. Beidzot, iesaiņojumam jābūt tādām, lai tas neizsauktu transporta un muitas izdevumu paaugstināšanos, bet tomēr pilnīgi atbilstu savam uzdevumam. Šīs prasības ir jāievēro ^{arī} tam eksportierim, kas ofertē tikai f.o.b., pretējā gadījumā tam nebūs ko brīnīties, ka ārzemju noņēmēji piegriezīsies viņa konkurentam.

Netiešie izdevumi izvedējas valstī:

8/ Algas eksporta uzņēmumā nodarbinātām personām, ieslēdzot arī uzņēmēja tiesības uz pienācīgu atalgojumu.

9/ Izdevumi par veikala uzturēšanu kārtībā.

10/ Tirdzniecības zīmju un paraugu aizsardzības izdevumi.

11/ Telpu īre.

12/ Izdevumi par investēto kapitālu.

13/ Nodokļi.

14/ Izdevumi par informācijas iegūšanu. Šeit ietilpst izziņas par noņēmēju kreditspējām, ārzemju konkurenci, izdevumi par attiecīgas literatūras abonementu, dalības naudās dažādās savienībās u.t.t.

15/ Pasta, tālegrafa un tāltelefona izdevumi.

16/ Reklāmas izdevumi /katalogi, paraugi, sludinājumi u.c., kā arī šo materiālu pārsūtīšanas izdevumi/.

17/ Ar reklāmācijām saistītie izdevumi.

Izdevumi zem 8, 9, 10 un 11 ir cietie, no 12 - 15, skatoties pēc saimniecības veida, cietie vai proporcionālie, pārējie ir proporcionālie izdevumi.

2. Eksporta saimniekošanas izdevumi
importa valstī.

Tiešie saimniekošanas izdevumi eksporta tirgū:

1/ Izdevumi par ceļojumiem lai noslēgtu darījumus.

2/ Transporta izdevumi.

3/ Apdrošināšana pret zādzībām, uguni, eksploziju, lekāžu u.t.t.

4/ Ārzemju speditoru izdevumi /porto, provīzija/.

5/ Komisijas personām kas nodarbinātas pie preču pārdošanas /agenti, mākļeři, komisionāri, ceļotāji/.

Dažreiz lietō arī klauzulu cif un c.

6/ Tantjemas, gratifikācijas un pielikumi eksporta nodaļā nodarbinātām personām /ja eksportierim ir nodaļa eksporta tirgū/.

7/ Dažādi izdevumi valsts iestādēm: ievēdu muitas,

apgrozības nodoklis, krizes nodoklis, importa atļauju nodevas, zīmognodevas u.c. Kalkulējot cenu, saprotams, eksportieris ņems vērā tikai tos izdevumus, kas tam pēc līguma vai pastāvošām parašām jānes.

8/ Rentes, pielietotā klauzula cīfun 1.

Attiecībā uz transporta izdevumiem, tad to augstums atkarājas no preces svara vai tilpības, importa ostas attāluma, preces rakstura, transporta līdzekļu veida un konkurences starp transportieriem. Kugniecībā vedmaksu aprēķina vai nu pēc svara vai tilpības. Kā svara vienības izplatītākās ir angļu tonna = 1015 kg un metriskā tonna = 1000 kg; tilpumu parasti aprēķina kubikpēdās. Ja vedmaksu ņem pēc tilpības, tad eksportierim jāpiegriež vērība lai atsevišķi saiņi būtu apmēram līdzīgi un ieņemt mazāku telpu. Kalkulējot transporta izdevumus, eksportierim arī jāskatās vai nav paredzamas kādas piemaksas, piemēram, sakarā ar zemo ūdens līmeni, par atsvabināšanu no ledus, karantēnas izdevumi, loču nodevas u.t.t. Ja eksportierim jāsūta mazāka partija preču, tad jāmēģina nosūtīt kopā ar cita eksportiera precēm vai jānodod speditoram.

Arī ja eksportieris prot preču nosūtīšanu piemērot kugu atiešanas laikam, tad saīsinās transporta

laiks un bieži tiek ietaupīti daudzi izdevumi. Ja eksportieris ofertē cif, tad tomēr jāpiegriež vērība arī FOB cenai, jo bieži pēc tās aprēķina komisiju un importa muitu. Arī CIFCIKlauzulai ir liela nozīme, lai gan tā vēl nav plaši izplatīta, jo importieris var viegli aprēķināt, cik tam izmaksā ārzemju prece, bez kā pašam būtu jāinteresējas par dažādiem izdevumiem.^{4/} Saprotais, ierēķinātai provīzijai jābūt visos gadījumos vienādi un lai novērstu pārpratumus, katrā CIFCI darījumā jāuzdod arī provīzijas augstums, piemēram, "the above price includes a commission of 5% for you", vai "einschließlich Ihre Verkaufsprovision von 5%".

Ja eksportieris darbojas ar precī pie kuņas jāreķinas ar sevišķi stipru konkurenci, tad labus panākumus var sasniegt ofertējot CIF duty paid vai franko pircēja noliktavā. Tomēr, pirms eksportieris izsūta oferti CIF duty paid vai franko pircēja noliktavā, tam precīzi jānovērtē importa valsts muitas un citi izdevumi, jo pretējā gadījumā var pircēja pasūtījumi izpalikt, piemēram, ja eksportieris šos izdevumus ir novērtējis augstāk kā pircējs tos varētu segt, tad pircējs piegriezīsies

4/ Sk. W. Nöllenburg "Die Exportorganisation und ihre Technik" 1925., 52. lpp.

konkurentam, kuŗš varbūt ofertē tikai f.o.b.

No tieŗiem izdevumiem kalkulācijā ievērojamu poste-
ni sastāda vēl importa muitas. Muitas tarīfs var būt
konvencionāls vai autonomš. Beidzamā gadījumā to nosaka
eksporta tirgus likumdoŗanas organs. Pie konvencionālā
tarīfa internācionālie konkurenti tiek diferencēti, pie-
ŗķiŗot priekŗrocības tās valsts eksportierim, ar kuŗu
noslēgts muitas līgums. Tā zināmos gadījumos eksportie-
ŗa preces var gūt priekŗrocības, tomēr eksportierim jā-
piegrieŗ vērība, vai eksporta tirgus muitas iestādes ar
citu muitas nodevu paaugstināŗanu necenŗas kompensēt
zaudējumus no konvencionālā tarīfa.

Vēl eksportierim jāzin, vai muitu ņem pēc svāra
vai vērtības. Eksporta tirgos pa lielākai daļai pastāv
uz svāra pamatoti muitas tarīfi kas tiek korigēti pēc
preces vērtības. Ja muitu ņem pēc svāra, tad eksportie-
rim jāpiegrieŗ vērība iesaiņojumam, jo tas var paaugsti-
nāt vai pazemināt maksājamo muitu. Pie vērtības muitām
parasti muitas iestādes neapmierinas ar vērtības dekla-
rēŗanu, bet prasa faktūras, konsulātu faktūras, apdro-
ŗināŗanas polises, importa atļāujas u.t.t., un ekspor-
tierim jāparūpējas jau iepriekŗ lai visi ŗie dokumenti

būtu kārtībā, jo pretējā gadījumā vai nu vispār nomuitošana nevarēs notikt vai, arī eksportieris saņems muitas sodu. Pie vērtības muitām eksportierim jāzin kādu vērtību liek muišanai pamatā. Tā dažos eksporta tirgos ņem pēc f.o.b. vērtības, citos pēc c.i.f. vai c.i.f. ieslēdzot arī maitu resp. franko pircēja noliktavā.

Pie netiešiem eksporta saimniekošanas izdevumiem eksporta tirgū pieder:

- 9/ Algas eksporta nodaļā nodarbinātām personām.
- 10/ Izdevumi par veikala uzturēšanu kārtībā.
- 11/ Telpu īre.
- 12/ Izdevumi par investēto kapitālu eksporta nodaļā.
- 13/ Izdevumi par tirdzniecības marķu un paraugu aizsardzību.
- 14/ Nodokļi un nodevas valsts iestādēm.
- 15/ Pasta, telefona un tālegrafa izdevumi.

Izdevumi zem 9, 10, 11 un 13 ir cietie, pārējie pa daļai cietie, pa daļai proporcionālie. Vispār eksportierim jāreķinas ar augstākiem netiešiem izdevumiem eksporta tirgū kā iekšzemē.

3. Eksporta riska prēmija.

Eksporta tirdzniecībā rodas daudzi neparedzēti, nejauši gadījumi, kuŗus izlaižot oferti eksportierim nav iespējams zināt. Pie kalkulācijas ir svarīgi, vai eksporta risku pret zināmu prēmiju vēlas uzņemties pats eksportieris vai arī pārcelt uz kādu trešo personu. Beidzamā gadījumā risks parasti tiek pārnests uz kādu apdrošināšanas uzņēmumu; šādā gadījumā arī būs vieglāk sagādāt eksporta darījuma financēšanai nepieciešamos līdzekļus. Turpretim, ja eksportieris pats vēlas uzņemties risku, tad grūtības rodas noteikt riska prēmiju. Parastākais ceļš ir, ka riska prēmiju jau ieskaita peļņā, tomēr šādā veidā risks tiks tikai apmēram segts. Piemēram, eksportierim jāaprēķina ar importa zemes valūtas kursa krišanu, bet ja naudas vērtība ceļas resp. krīt eksporta zemes valūtas kurss, tad eksportierim rodas liela peļņa. Šeit rodas jautājums, vai šī kursa peļņa jau nedod iespēju uzkrāt attiecīgu rezerves fondu, kas segtu varbūtējos zaudējumus no kursa svārstībām un vai vispār vēl jāaprēķina kāda riska prēmija. Lai izšķirtu šo jautājumu, tad eksportierim galvenokārt

jābazējas uz piedzīvojumiem. Ja grāmatvedība uzrāda, ka caurmērā zaudējumi uz kursa tiek kompensēti ar kursa peļņu, tad arī nav jāaprēķina sevišķa riska prēmija. Turpretim, ja zaudējumu risks ir lielāks par peļņas šansēm, tad atsevišķiem riskiem nepieciešami aprēķināt riska prēmijas.

Jāatšķir sekoši eksporta riski:^{5/}

1/ Techniskie riski, sakarā ar avarijām, uguns nelaimi, zādzībām u.t.t.

2/ Kredīta risks, kas ceļas no insolventē nonākušiem maksātājiem, kā arī renšu zaudējums un izdevumi ar nesamaksātu parādu iekasēšanu.

3/ Konjunktūras un sezonas risks.

4/ Polītiskais risks /karš, konfiskācija/ un valūtas risks. Šeit piederētu arī risks sakarā ar zaudējumiem, kādi varētu celties, ja eksporta tirgus likumdošanas orgāns maina savu importa politiku, paaugstina muitas, samazina kontingentus vai pārveido klīringa un kompensācijas attiecības.

ad. 1. Techniskais risks ceļas no preces neapmierinoša iesaiņojuma, klimatiskiem apstākļiem, nevērīgas

5/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 269. lpp.

vai noziedzīgas transportieru apiešanas ar precī, nelai-
mes gadījumiem u.t.t. Pret tehniskiem riskiem, ieslēdzot
arī imāgināro peļņu, eksportieris var apdrošināties pie
apdrošināšanas uzņēmumiem izdarot transporta apdrošinā-
šanu.

ad. 2. Kredīta risks rodas no maksātnespējīgiem
parādniekiem, sakarā ar konkursu, likvidāciju, ļaunprā-
tīgu mantības nobēdzināšanu u.t.t. Pret šīm briesmām
eksportieris mēģina aizsargāties ievācot informāciju,
izvēloties piemērotus maksāšanas noteikumus un ieslēdzot
starplocekļus, kuŗi pārņem risku /bankas, komisionāri
u.c./. Saprotams, iekalkulēt prēmiju, ka kāds liels im-
portieris varētu bankrotēt ir neiespējami, labākā gadī-
jumā eksportieris varētu mēģināt dabūt segumu citā valstī,
ja tā sakari ir ļoti plaši. Pie šādiem lieliem riskiem
ir nepieciešami ņemt palīgā apdrošināšanas uzņēmumus,
kas risku sadala uz daudzām personām.

Pie kredīta riska vēl pieder zaudējumi, kas ceļas
no nesamaksātu parādu iekasēšanas, piemēram, advokātu
honorāri, procesa izdevumi, inkasso izdevumi u.t.t.
Arī ar morālotijām eksportierim var celties lieli zau-
dējumi.

Skatoties pēc tā, cik valsts ir ieinteresēta

eksporta tirdzniecībā, tā arī piedalās eksporta darījumu financēšanā un iesniedzot garantijas pārņem kredīta risku. Sevišķi pie kapitāla nabagām importa valstīm, pie nepārredzamiem politiskiem apstākļiem, sliktas konjunktūras, zemas tirgotāju morāles un citiem apstākļiem, eksportierim ir no liela svara, ja valsts pārņem kredīta risku.

ad. 3. Konjunktūras un sezonas risks ceļas no tā, ka eksportieris var būt nepareizi novērtējis eksporta tirgus uzņemšanas spējas, iegūstamās cenas un internacionālo konkurenci. Ja eksportieris savās dispozīcijās ir rēķinājies ar kāpjošu konjunktūru, kad saimnieciskā uzņēmība pieaug, cenas ceļas, uzņēmumi tiek paplašināti, iedzīvotāju pirktspējas pieaug u.t.t., bet faktiski konjunktūras kustība ir nonākusi uz zemākās fāzes - krīzes, tad eksportierim var celties lieli zaudējumi.^{6/}

Attiecībā uz sezonu, tad eksportierim jāņem vērā, ka katrā eksporta tirgū rēgulāri gadu no gada pie zināmām precēm iestājas laba un slikta sezona. Ja eksportieris pastāvot labai sezonai nokavē savu preču nosūtīšanu, tad var izrādīties, ka vai nu tas jāpārdod ar zaudējumiem vai vispār nav iespējams pārdot. Arī nepareizi

6/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 150. lpp.

novērtējot sezonu, var celties lieli zaudējumi.

ad. 4. Pret kara un konfiskācijas risku, samaksājot zināmu prēmiju, var apdrošināties pie apdrošināšanas uzņēmumiem, tomēr dažreiz tie neuzņemas šādu apdrošināšanu. Pie politiskiem riskiem arī pieder gadījums, kad importa valsts valdība aizliedz izdarīt maksājumus un spiež eksportieri ņemt preces vai vērtspapīrus. Arī eksportierim var rasties zaudējumi, ja eksporta tirgus centrālajam naudas institūtam ir liels klīringa pasīvsaldo, jo parasti tad maksājumi ienāk tikai pēc ilgāka laika.

Valūtas risks rodas svārstoties valūtas kursiem un sakarā ar eksporta tirgus valūtas politiku. Ja importa valsts savu valūtu devalvē, tad par pārdotām precēm eksportieris saņems mazāku summu vietējā valūtā. Arī ja eksportieris ar noņēmējiem ir vienojies, ka maksājums jāizdara eksporta valūtā, tad tomēr pastāvot neizdevīgiem norēķināšanās kursiem, var celties ievērojami zaudējumi. Lai nodrošinātos pret kursa risku, eksportieris var vienoties par noteiktiem norēķināšanās kursiem vai arī kalkulējot cenas ņemt neizdevīgākos kursus, kuŗos jau ir ierēķināti eventuālie kursa zaudējumi. Pret kursa risku eksportieris var arī apdrošināties pie bankām, piemēram, eksportieris pārdod bankai

noteiktu valūtas summu ņemot par pamatu pastāvošo dienas kursu, bet valūtu piegādā tikai maksāšanas termiņā. Bankas provīzija un arī mazliet augstākais kurss pār dienas kursu sastāda reportu kas jāmaksā eksportierim, vai arī pie izmaksas vietējā valūtā banka atvilks deportu.

4. Cenas politika.

Walters Schücks savā darbā "Handbuch der Exportpraxis" 118. lpp. uzsver, ka eskporta kalkulācijā nav vietas ētiskam momentam, jo šeit arī neviens eksportiera zaudējumus necietīs, tādēļ eksporta cenas jastāda tik augstas, cik vispār ir iespējams. Vēl Walters Schücks ieteic, sākt ar augstām cenām un vēlāk tās pazemināt, nekā otrādi, un lai sakarā ar augstām cenām noiets nesamazinātos, ieteic peļņu izlietāt propagandas paplašināšanai.

Pret šādu argumentāciju tomēr gribētos iebilst, ka eksportierim no lielāka svara ir ilgstošs, stabils noiets zināmā eksporta tirgū, nekā acumirkliņa noņēmēju izmantošana, tādēļ liekas ka pareizāk ir, ja eksportieris apmierinājas ar piemērīgu peļņu, kas atbilst preces

raksturam un noņēmēju pirktspējām. Bez tam arī valsts aiz tautsaimnieciskiem motīviem var sekot, lai eksportieri neņemtu pārāk augstas cenas un tādā veidā nesamazinātu kopējo izvedumu.

Bet kāda tad nu būtu augstākā cenas robeža un kāda zemākā?

Augstākā cenas robeža būs tur, kur cena garantē lielāko uzņēmuma rentabilitāti un stabilu, ilgstošu noieta. Eksporta tirzniecībā, saprotams, eksportieris centīsies dabūt cenu, kas stāv pāri pašizmaksai, ja iespējams arī pāri iekšzemes cenai. Skatoties pēc pieprasījuma un eksporta tirgus saimnieciskā stāvokļa, atsevišķos tirgos eksportieris var iegūt labākas cenas, citur sliktākas. Pastāvot tirzniecības līgumiem starp eksporta un importa valsti, eksportieris bieži var iegūt augstākas cenas.

Lai noteiktu cenas augstāko robežu, eksportierim ir jāņem vērā apgrozība, kopējie izdevumi uz vienību un kopējā peļņa. Nekatrreiz augstākā cena dos augstāko peļņu, jo ar augstām cenām noiets var samazināties un līdz ar to konstantie izdevumi kritīs vairāk uz atsevišķu preces vienību, piemēram:^{7/}

7/ Sk. J. Hellauer "Kalkulation" 1931., 125. lpp.

| Apgrozība | Kopējie izdevumi | Izdevumi uz vienību |
|-----------|------------------|------------------------|
| 1000 tt | 10.000,- | 10,- |
| 2000 " | 12.000,- | 6,- |

Ja pieņemam, ka pie cenas Ls 7,20 pārdodam 2000 tt, bet pie cenas Ls 11,- tikai 1000 tt, tad neskatoties uz augsto cenu Ls 11,-, peļņa ir tikai Ls 1,- uz tt vai 10%, kamēr pie cenas Ls 7,20 peļņa ir Ls 1,20 vai 20%. Arī ja eksportieris iegūst par tt piemēram Ls 12,20, tad peļņa ir Ls 2,20 uz tt vai 22%, bet pie apgrozības 1000 tt, kopējā peļņa ir Ls 2.200,-, turpretim pie cenas Ls 7,20 kopējā peļņa Ls 2.400,- /Ls 1,20 x 2.000/. Šis piemērs rāda, ka augstākā cenas robeža ir tur, kur uzņēmumam tiek garantēta lielākā kopējā peļņa, šajā gadījumā Ls 7,20. Vai arī rentabilitāte augšējā piemērā ir lielāka pie Ls 2.400,- peļņas, tas atkarājas no kapitāla lieluma, kāds ir vajadzīgs, lai apgrozītu 1000 tt un 2000 tt. Ja 2000 tt var ar to pašu, vai mazliet lielāku kapitālu apgrozīt, tad arī zemākā cena dos augstāko rentabilitāti.

Zemākās cenas robeža ir preces pašizmaksa, kuŗu vēl tālāk pazemināt būtu nesaimnieciski. Tomēr aiz tautsaimnieciskiem vai privātsaimnieciskiem motīviem eksportieris var apzināti ārzemēs preces piedāvāt zem pašizmaksas. Sekošs kalkulācijas piemērs rāda, ka no privātsaimnieciskā

viedokļa cenas zem pašizmaksas ir attaisnojamas.^{8/} Uzņēmums pie pilnas nodarbes var gada laikā ražot 1000 vienības, pie normālās pārdošanas cenas Ls 100,-. Proporcionālie izdevumi, kā materiāli, produktīvās algas u.t.t. krīt uz vienību par Ls 70,-, cietie izdevumi /amortizācija, pārvaldes izdevumi u.c./ ir kopā Ls 20.000,- gadā. Pie pilnas nodarbes ir sekošs peļņas aprēķins:

| | | | |
|---------------------------------|--------------|-------------|--------------|
| Pārdots: 1000 vienības | ad 100 | | Ls 100.000,- |
| Pašizmaksa: proporcionālie izd. | 70x1000= | | |
| | =Ls 70.000,- | | |
| cietie | " | Ls 20.000,- | Ls 90.000,- |
| | | | <hr/> |
| | Peļņa | | Ls 10.000,- |

Ja pieņemam, ka noiets samazinās un par normālo cenu var pārdot tikai 600 vienības, tad:

| | | | |
|---------------------------------|--------------|-------------|-------------|
| Pārdots: 600 vienības | ad 100,- | | Ls 60.000,- |
| Pašizmaksa: proporcionālie izd. | 70x600= | | |
| | =Ls 42.000,- | | |
| cietie | " | Ls 20.000,- | Ls 62.000,- |
| | | | <hr/> |
| | Zaudējums | | Ls 2.000,- |

Šos zaudējumus eksportieris var novērst un pat pārvērst peļņā, ja tam izdodas ar cenas pazemināšanu uzturēt pilnu uzņēmuma nodarbi. Ja ir drošs noiets 600 vienībām par à Ls 100,-, tad par pārējām 400 vienībām jāiegūst à Ls 75,- lai vismaz strādātu bez

^{8/} Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 270. lpp.

zaudējumiem, jo:

| | | |
|--|----------|---------------------|
| Proporcionālie izdevumi par 400 vienībām | 400 x 70 | Ls 28.000,- |
| Zaudējums | " | 2.000,- |
| | | <hr/> |
| | | Ls 30.000,- |
| | | par vienību Ls 75,- |

Ja uzņēmējam izdodas atlikušās vienības novietot eksporta tirgū par Ls 80,-, tad rodas peļņa lai gan iegūtā cena stāv zem pašizmaksas /Ls 90,- - Ls 80,-=Ls 10,-/

| | | |
|--|--------------|-------------|
| Pārdots: 600 vienības ad. 100,- | | Ls 60.000,- |
| 400 " ad. 80,- | | " 32.000,- |
| | | <hr/> |
| Pašizmaksa: proporcionālie izd. 70 x 1000= | | Ls 92.000,- |
| | =Ls 70.000,- | |
| cietie " Ls 20.000,- | " | 90.000,- |
| | | <hr/> |
| | Peļņa | Ls 2.000,- |

Šis piemērs rāda, ka uzņēmumi kas stingri pieturēsies pie normālās cenas, darbosies ar zaudējumiem, turpretim ja izdodas ar elastīgu cenas politiku panākt visa uzņēmuma kapacitātes izmantošanu, var ne tikai novērst zaudējumus, bet pat sasniegt peļņu.

Sevišķi pie uzņēmumiem, kuriem ir liels investētais kapitāls, piemēram, dārgas mašīnas vai arī plašs pārvaldes aparāts, pastāv cenšanās pie sliktas konjunktūras mest ārzemju tirgos preces zem pašizmaksas. Nepietiekoša nodarbe šādos uzņēmumos nozīmē cieto izdevumu palielināšanos uz preces vienību un pastāvošā

apgrozība vairs nesedz ražošanas izdevumus, tādēļ lai uzturētu nepieciešamo apgrozību, jāpiekopj vai nu pār-ejošs vai ilgstošs dempings. Labākā stāvoklī ir uzņēmumi, kuŗos galvenokārt jāreķinas ar variabliem izdevumiem, piemēram, rūpniecības uzņēmumi, kas prasa daudz strādnieku darbu; šeit konstanto izdevumu celšanos var novērst slēdzot atsevišķas nodaļas.

Pastāv uzskats, ka zemo eksporta cenu politikas mērķis ir uzturēt augstas iekšzemes cenas. Ražotājam ir gan iespējams sakarā ar augstām iekšzemes cenām eksportēt zem pašizmaksas, bet no tautsaimnieciskā viedokļa arī jāņem vērā, ka ja paliek liels ieguldītais kapitāls neizlietāts, tiek atlaisti daudzi strādnieki u.t.t., tad eksports par zemām cenām ir nepieciešams un vēlams. Arī valstij ir interese pie zemu cenu politikas, jo tā var sagādāt valūtu nepieciešamām ārzemju izejvielām un saistību kārtošanai. Tautsaimniecisku vērtību izšķiešana tikmēr nenotiks, kamēr eksporta tirgū iegūtā cena vēl segs: proporcionālos ražošanas izdevumus, tiešos eksporta saimniekošanas izdevumus un no netiešiem eksporta saimniekošanas izdevumiem - proporcionālos.

Cenu nosišana tomēr ne vienmēr atdzīvina eksportu. Sevišķi pastāvot sliktai konjunktūrai, noiets vairāk

atkarājas no pieprasījuma, kā no cenas un būtu nevietā pie šādiem apstākļiem vēl tālāk pazemināt cenu. Arī nevēlama parādība ir, ja daži izvedējas valsts eksportieri nepieciešamības spiesti pārdod par ļoti zemu cenu un tā traucē citu eksportieru darbību.

Cenas politikā eksportieris izved arī cenas diferencēšanu un individuālizēšanu. Cenas diferencēšana notiek pēc eksporta tirgiem un apgrozības lieluma. Dažādos eksporta tirgos jāreķinas ar dažādu internacionālo konkurenci, dažādām muitām, transporta noteikumiem u.t.t., tādēļ lai izturētu konkurenci ir vairāk vai mazāk jānāk pretim ar dažādiem nolaidumiem. Vispār konkurences spēja ir relatīvs jēdziens, kā attiecībā uz atsevišķiem eksporta tirgiem, tā arī uz laiku. Kāda prece nekad nevar būt visur un visos laikos konkurences spējīga, tas var būt tikai noteiktos eksporta tirgos un noteiktos periodos.^{9/} Arī ja kādā valstī pastāv spēcīga nacionālā rūpniecība kas ražo lētas un augstas kvalitātes preces, ir vietā cenas pazemināšana.

Dažreiz cenu diferencēšanu nosaka ārzemju noņēmēju izturēšanās. Vienā eksporta tirgū noņēmēji pieprasa lētus masu produktus, turpretim citā lielāku vērtību liek uz kvalitāti un labprāt maksā arī dārgāk. Pirmā gadījumā

9/ Sk. W. Schück "Handbuch der Exportpraxis" 1931., 112.lpp.

noņēmēji arī bieži zin, ka precei ir trūkumi, ka tās lietāšanas laiks ir īss u.t.t., bet tomēr izšķirošais ir preces lētums; bet eksportierim katrā ziņā jāpiegriež vērība, lai prece nebūtu zem tās kvalitātes, kādu parasti te lietā.

Attiecībā uz cenu diferencēšanu pēc apgrozības lieluma, tad tiek ņemti vērā faktūrētie kvantumi. Sevišķi izejvielu tirdzniecībā, nešķirot noņēmējus, tiek doti lieli rabati skatoties pēc noņemtā vairuma. Kalkulējot pārdošanas cenu jāņem vērā, ka rabats jāpieskaita pie cenas pēc peļņas pieskaitīšanas un iekš simta. Sevišķi pie augstiem rabatiem, rēķinot no simta un iekš simta, rodas ievērojama starpība. Saprotais, pircējam rabatu dod no pārdošanas cenas un no simta.

Cenas vēl var tikt diferencētas pēc līguma noteikumiem, piemēram, maksāšanas termiņa, maksāšanas veida /akcepts, grāmatu prasības u.c./, piegādāšanas noteikumiem /f.o.b., c.i.f., franko pircēja noliktavā u.c./ un skatoties pēc tā, kādā valūtā tiek faktūrēts, iekšzemes vai ārzemes.

Cenu individuālizēšana notiek pēc noņēmējiem. Tā bazējas uz apsvērumiem, ka satiksme ar importieriem, lieltirgotājiem un preču namiem prasa mazākus izdevumus,

kā satiksme ar sīktirgotājiem vai patērētājiem. Piemēram, strādājot ar importieriem eksportierim jāērēķinas ar maziem vai pat nekādiem noliktavas izdevumiem, maziem izdevumiem pārdošanā nodarbinātam personālam, maziem reklāmas izdevumiem, maziem ziņu ievākšanas izdevumiem u.t.t. Šādi noņēmēji arī bieži pērk rēgulāri un lielos vairumos.

Vēl būtu minamas cenu kombinācijas, t.i., ka dažādu eksporta preču cenas tiek tā noteiktas, lai ļoti mazā peļņa vai pat zaudējums uz atsevišķiem artiķeļiem tiktu kompensēts ar labu peļņu uz citiem. Arī paplašinot noietu, pieņemot klāt jaunus artiķeļus vai stājoties sakaros ar tādiem eksporta tirgiem, kušos līdz šim nedarbojās, var novērst noietu svārstības un izdevumu palielināšanos.

Īpatnēju vietu cenu politikā ieņem marku artiķeļi.^{10/} Lai eksportieris būtu pasargāts no negodīgas konkurences, tad tam sava tirdzniecības zīme jāieved internācionālos tirdzniecības marku registros, vai arī jāpieteic tikai tādās valstīs, kušās sagaidāma dzīvāka preču apgrozība. Saprotams, šī registrēšana ir saistīta ar izdevumiem, tāpēc eksportieris ir ieinteresēts, lai zināmu artiķeļi pieprasītu pēc iespējas lielākā apgabalā

^{10/}Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 277. lpp.

un par cietām cenām. Parasti zem tirdzniecības markām tiek tirgoti plaša patēriņa priekšmeti, pie kuriem arī sagaidāma lielāka apgrozība. Tā kā pircējs ir pieradis pie noteiktas cenas un iesaiņojuma, tad eksportierim jāmēģina, cik ilgi vien iespējams, turēties pie pastāvošās cenas. Arī pie krītošas konjunktūras eksportieris ne labprāt ieies uz cenu pazemināšanu, jo piedzīvojumi rāda, ka sakarā ar marku artīķeļu raksturu, tas neizsauca noietu palielināšanos. Svarīgāk marku artīķeļu cenu politikā ir dot pietiekošu peļņu sīktirgotājiem, lai tiem būtu interese tos izplatīt un censties nostādīt pareizā attiecībā cenu un reklāmas izdevumus.

Atsevišķa eksportiera cenas politikas vietā var stāties arī kolektīva cenu politika, piemēram, karteļa cenu politika. Kolektīvās cenu politikas sekmes atkarājas no tā, vai izdodas visus vai lielāku daļu eksportieru saistīt kopējai cenu politikai.

B. Grāmatvedība.

Eksporta uzņēmumā, saprotams, jāizvēlas tādas grāmatas, kas vislabāk atbilst ārējās tirdzniecības īpatnībām un skaidri atspoguļo katra darījuma norisi. Pie dažādiem blakus izdevumiem ar kādiem jārēķinas eksportierim, dažādām valūtām, dažādiem maksāšanas un piegādāšanas noteikumiem, darījumiem savā rēķinā un komitenta uzdevumā ir nepieciešami ievest sīku kontu sadalījumu, lai grāmatvedība ātri un detaljēti varētu sniegt atbildes uzstādītiem jautājumiem un rādīt atsevišķa darījuma rezultātus.

Iegrāmatojumi notiek uz faktūru, speditoru dokumentu, vekseļu, kvīšu, kontokorentu izrakstu, banku paziņojumu un citu dokumentu pamata. Ja uzņēmumā ir plaši sakari un daudzi darījumi, tad neiespējami ir visus grāmatot vienā žurnālā, bet jārada darba dalīšana ievēdot dažādas palīggrāmatas. Banku praksē bieži pielietā franču grāmatvedības veidu, tomēr arī preču tirdzniecībā to var ļoti labi pielietāt. Mazāk noderīgs eksporta uzņēmumā ir amerikāņu grāmatvedības veids, jo kontu skaits ir stipri ierobežots. Franču grāmatvedības veidā ir izvesta tālu ejoša palīggrāmatu sistēma, kas dod labu

pārskatu un atvieglo kontroli.

Walters Schücks savā darba "Handbuch der Exportpraxis 1931.", 286. lapp. saka, ka arī vēl šodien H. Biedermana grāmatā minētais eksporta grāmatvedības veids atbilst visām eksporta tirdzniecības prasībām un ka eksporta uzņēmumos grāmatvedība esot arī tā iekārtota, ka tā mazāk vai vairāk sakrīt ar minētā grāmatā pievesto veidu.

H. Biedermans ieteic ierīkot sekošas grāmatas:^{11/}

I. Palīggrāmatas vai speciālos žurnālus, t. i. kuņos grāmato tieši no dokumentiem:

1. Komisijas preču žurnāls /šeit ved faktūras par iepirktām precēm komitenta uzdevumā/,
2. Preču žurnāls /pirkumi savā rēķinā/,
3. Vedmaksu žurnāls /iegrāmato transporta izdevumus/,
4. Komisijā pārdoto preču žurnāls,
5. Pārdoto preču žurnāls /raksta faktūras par pārdotām precēm savā rēķinā/,
6. Vekseļu žurnāls /ieraksta parastās atzīmes par maksātāju, termiņu, domicilu, indosantiem, avālistiem u.t.t./,
7. Kases žurnāls /ved kā parasti kases grāmatu/,

11/ Sk. H. Biedermann "Lehrbuch des Überseehandels" Berlin, 1926., 126. lpp.

8. Memoriāls /ieraksta provīzijas, rabatus, pārskaitījumus, kursa diferences u. c./.

- II. Bez minētām palīga grāmatām ieteic kopēju žurnālu, kuŗā katra mēneša beigās ieraksta speciālo žurnālu kopsavilkumus.
- III. Virsgrāmatu, kuŗā pārnes kopējā žurnāla mēneša summas.
- IV. Kontokorenta grāmatu norēķiniem ar dēbitoriem un kreditoriem /bieži tiek vesta uz kartiņām/.
- V. Inventāra un bilanču grāmatas.

Grāmatvedības uzdevums ir arī sekot maksājumu ieņēmšanai un vai atsevišķi noņēmēji nepārkāpj viņiem piešķirtā kredita robežas. Norēķināšanās parasti notiek, ka eksportieris trasē uz pircēju vai uz viņa uzdotu banku vekseli.^{12/} Pirmā gadījumā ārzemju banka vai vispār tratas prezentants tikai tad izdos transporta dokumentus, kad pircējs uz vekseļa dos savu akceptu. Tomēr eksportierim ir nedrošība, ka pircējs termiņā var tratu neizpirkt. Drošāk eksportierim ir, ja pircējs apņemas viņam atvērt pie kādas bankas rembourskreditu. Akcepta banka vai remboursbanka akceptē uz viņas trasētus vekselus un eksportierim ir iespējams vekseli diskontējot tūlīt

^{12/}Sk. R. Sonndorfer "Die Technik des Welthandels" 1912., 325. lpp.

saņemt faktūras summu. Tā kā banka piešķirs rambourskreditu tikai viņai pazīstamiem klientiem, tad pēc atvērtā kredita apmēra eksportieris var spriest par noņēmēja maksātspējām, bez tam faktūras summas iehākšanu garantē bankas akcepts, jo bankai ir jāmaksā, kaut arī noņēmējs kļūtu maksātnespējīgs.

Vēl maksājumus kārto ar remitēšanu vai arī skaidrā naudā pret transporta dokumentiem. Pie remitēšanas eksportieris saņem vai nu ārzemju čekus vai vekselus; skaidras naudas maksājumus visbiežāk kārto ar akreditīvu palīdzību, kurus eksportieris iemaina vietējā bankā pret noteiktu naudas summu.

Ja piegādājums ir atstāts uz atklāta rēķina un grāmatvedība konstatē, ka maksājums nav termiņā ienācis, tad jānosūta atgādinājuma vēstule. Tomēr šeit jāievēro liela uzmanība. Asa, netaktiska vai schēmatiska inkasso rīcība var ne tikai noņēmējus sarūgtināt, bet arī piegriest konkurentiem.

Ja atgādinājuma vēstules nenasniedz savu mērķi, tad jāgriežas pie tiesas. Pieteicot prasību jānosūta arī visi uz lietu attiecošies dokumenti, piemēram, akceptētais vekselis, korespondence, faktūru noraksti, izraksts no grāmatām u.t.t. Bet pirms eksportieris griežas pie

tiesas, kas ir saistīts ar lieliem procesa izdevumiem, augstiem advokāta honorāriem un laika zaudējumu, jāmēģina gūt panākumi piedraudot ar melnām listēm, parāda nodošanu kādai vietējai firmai vai vispār apellējot pie parādnieka goda prāta. Kā beidzamais līdzeklis būtu minams, ja eksportieris mēģina ar parādnieku vienoties par zināmas parāda daļas strīpošanu, ja maksājums tiek izdarīts nekavējoties.

C. Korespondence.

Labi noorganizēta korespondences nodaļa ir svarīgs faktors veikala sakaru nodibināšanai un uzturēšanai. Korespondences nodaļa kārtoto rakstveida satiksmi ar noņēmējiem, agentiem, valsts iestādēm, bankām, speditoriem u.t.t., Rakstiski sakari parasti ar pircēju tiek nodibināti izsūtot oferti. Ofertēm ir jāpiegriež vislielākā vērība, jo pēc tām noņēmējs spriež par pašu firmu un bez tam ofertes noder kā pamats darījuma tālākai norisei. Eksportierim jāskatās lai oferti sastādītu korespondents, kas ir pazīstams ar preces tehniskām īpašībām, eksporta tirgus parašām un tirdzniecības prak-

sē

pielietāto terminologiju. Korespondentam jāprot valoda, kādu runā importa uzņēmuma vadītājs vai īpašnieks, jo no tā galvenokārt arī atkarājas līguma perfekcija. Saprātams, korespondentam šī valoda jāpārvalda perfekti, jo kļūdainas vēstules vai slikts stils var padarīt eksportieri smieklīgu. Cenas ofertēs jāuzdod piemērojoties eksporta tirgū pastāvošām parašām, vai nu f.o.b., c.i.f. vai līdz pircēja noliktavai, ieslēdzot muitu vai bez tās. Vēl oferte satur noteikumus attiecībā uz piegādāšanas termiņu, transporta līdzekli, maksāšanas veidu un dažreiz arī aizrādījumu kāds tālegrafa kods var tikt pielietots. Ja oferte satur klauzulas: "Freibliegend", "Sine obligo", "Fals noch am Lager", "Fest am Hand bis zum 1. Januar", "Zwischenverkauf vorbehalten", "Dratzusagen" u.t.t., tad ja pircējs netiks pamudināts ar citiem izdevīgiem līguma noteikumiem uz līguma perfekciju, ir vājas cerības ka oferte sasniegs savu mērķi.

Uzdodot cenas, piegādāšanas termiņus, maksāšanas noteikumus u.t.t. nedrīkst noņēmejus apstrādāt schematiski, bet ar oferti ir jāpierāda, ka eksportieris ir pazīstams arī eksporta tirgū pastāvošām parašām. Vispār izejošā korespondencē jāatsakās no katras schematizācijas, bet pēc iespējas jāpieiet individuāli, ievērojot noņēmeja

gaumi un vēlēšanos.^{13/}

Pretstats individuāli ieturētai izejošai korespondencei ir gatavi formulāri. Dažās nozarēs, piemēram, banku operācijās gatavi formulāri, pateicoties savai korektībai un precīzitātei, jau tā ieviesušies, ka tos grūti būtu atvietot ar individuālu korespondenci. No privātsaimnieciskā viedokļa ir no svara uzņēmumā iegūt labāku rezultātu pie vismazākiem izdevumiem. Lietājot gatavus formulārus arī tiešām izdevumu samazināšana notiks, bet paliek jautājums, vai tas dos labākos rezultātus. Atsevišķos gadījumos arī noņēmējam, saņemot rēgulāri gatavus formulārus, var rasties ieskaits, ka zināmā uzņēmumā viss ir nostādīts uz lietderīgāko vienkāršību un tam nav jāpārmaksā dažādi lieki izdevumi.^{14/} Tomēr liekas, ka individuāla vēstule iegūs lielāku ievērību kā drukāts formulārs.

Pie izejošās korespondences vēl pieder dažādi ziņojumi valsts iestādēm, rederejām, tirdzniecības kamerām u.t.t. Uz šo ziņojumu pamata eksportieris saņem no konsulātiem, skatoties pēc eksporta tirgus vajadzībām,

13/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 190. lpp.

14/ W. Nöllenburg "Die Exportorganisation und ihre Technik" 1925., 47. lpp.

vienu vai vairākus eksemplārus konsulātu faktūras, no vietējām tirdzniecības kamerām vienu vai vairākas izcelšanās apliecības, no rederejām vienu vai vairākus eksemplāros konosamentus u.t.t. Lai šos ziņojumus sastādītu pareizi un novērstu nevajadzīgus jautājumus no adresāta puses un līdz ar to arī laika zaudējumu, korespondencē jānodarbina piedzīvojuši darbinieki, kas sadarbojoties ar konsulātiem, tirdzniecības kamerām u.c., ir arī vienmēr informēti par jaunpienākušiem priekšrakstiem un pārgrozībām.

Piemēram, konsulātu faktūras saturs varētu būt se-

- košs:
- 1/ Pārdevēja firma,
 - 2/ Saņēmēja "
 - 3/ Izsūtīšanas osta,
 - 4/ Kuga vārds un nacionālitate,
 - 5/ Adreses osta,
 - 6/ Preces izcelšanās valsts,
 - 7/ Preces apzīmējums,
 - 8/ Brutto un netto svars,
 - 9/ Saiņu skaits,
 - 10/ Markas un numuri,
 - 11/ Kopējā vērtība ieslēdzot vedmaksu, apdrošināšanu un citus izdevumus,

12/ Vedmaksa, apdrošināšana un citi izdevumi,
13/ Cena.^{15/}

Ja nu kāds no šiem posteņiem tiktu izlaists un konsulātu faktūra vairs neatbilstu importa valsts mui-
tu priekšrakstiem, tad eksportieris var saņemt muitas
sodu vai arī prece vispār netiks muitota.

Arī attiecībā uz konosamentu, tas var būt izdots
kā rektā papīrs, ordra papīrs vai kā turētāja papīrs.
Ja pircējs ir pieprasījis konosamentu kā turētāja pa-
pīru, bet korespondents, nebūdams pietiekoši pazīstams
ar tirzniecības tiesībām, nav ievērojis ka konosaments
izdots uz ordri, tad pircējs var atteikties precī pie-
ņemt un eksportierim ceļas ievērojami zaudējumi. Iz-
rakstot konosamentu kā ordra papīru, importieris to
var dot tālāk tikai ar indosāmentu, saprotams, var in-
dosēt arī blanko, bet tomēr tas konosamentu kā tradi-
cijas papīru nepārvērš par turētāja papīru. Tā tad
šajā gadījumā korespondenta nezināšanas dēļ, importie-
ris tiek ierobežots savā rīcībā, kas var to piegriezt
citiem ārzemju konkurentiem.

Korespondences nodaļā arī tiek sakopota visa

15/Sk. C. Kapferer "Exportförderung" 1929., 216. lpp.

ienākušā korespondence. Uz saņemtām vēstulēm ir neka-
vējoties jāatbild, jo ar to sūtītājs gūst ieskatu, ka
viņam tūlīt tiek piegriezta vērība. Dažreiz ārzemju
firmas sūdzas, ka eksportieři uz viņu pieprasījumiem
nedod nekādas atbildes. Šāda eksportieřu rīcība kaitē
visai tautsaimniecībai un ārzemju noņēmējus piegriež ci-
tām valstīm. Ja arī eksportierim pašam nebūtu nekāda
interese minēto precī piegādāt, tad tomēr tas var pie-
prasījumu nodot citam eksportierim vai vietējai tirdz-
niecības kamerai, kas rūpēsies lai darījumu izvestu ci-
ta firma.

Lai ienākošo un izejošo dokumentu kopijas varētu
pārskatīt un vajadzības gadījumā ātri atrast, jāierīko
speciāla registrātūra. Dokumenti var tikt sakārtoti pēc
firmu nosaukumiem, branžām vai eksporta tirgiem. Var
arī dokumentus no pircējiem, agentiem, piegādātājiem,
speditoriem u.t.t. uzglabāt atsevišķi. No firmām, ar
kuņām ir sevišķi dzīvi sakari, ienākušos dokumentus
ieteicams uzglabāt atsevišķi. Dokumentus sakārto chrono-
logiskā kārtībā un parasti neiesietus, lai vajadzības
gadījumā atsevišķus dokumentus varētu izņemt ārā.

Vēl ieteicams ievest noņēmēju kartotēku, kuņā uz
atsevišķām kartiņām tiek kopotas visas ziņas par at-
tiecīgu

noņēmēju.^{16/} Kartiņas saturs varētu būt sekošs:

- 1/ Noņēmēja firma,
- 2/ Adrese.
- 3/ Kapitāla lielums,
- 4/ Apgrozība.
- 5/ Līdzšinējie iegūšanas avoti.
- 6/ Kredīta spēja.
- 7/ Banku saistības.
- 8/ Valodas kādās var korespondēt u.t.t.

Saprotams, šīs kartiņas ir vienmēr jātur á jour un katrā pārmaiņa nekavējoties jāatzīmē, kaut arī tā acumirklī liktos mazsvarīga.

Eksportiera archīvāriskā darbība var būt arī vēl daudz plašāka un aptvert visu materiālu, kas attiecas uz eksportu. Tā eksportieris var kopot, registrēt un uzglabāt ziņas par konkurentu noietu, to priekšrocībām un trūkumiem, par importa ierobežojumiem, muitām, vedmaksām, ārzemju agentu darbību, cenām u.t.t. Svarīgi ir arī kopot ziņas par piegādātājiem, lai vajadzības gadījumā zinātu, kur iegūstama vispiemērotākā prece. Veikls tirgotājs šo archīvu pratīs izlietot ne tikai par labu

^{16/}Sk. W. Nöllenburg "Die Exportorganisation und ihre Technik" 1925., 41. lpp.

savam uzņēmumam, bet arī visa nācijai.

Kaut arī šāda materiālu kopošana ir ļoti vēlama, tomēr eksportierim jāprot nostādīt pareizā attiecībā materiālu iegūšanas izdevumi ar preču noietu. Arī ja datus var lētāki iegūt no valsts vai privātiem informācijas avotiem, eksportierim vai nu pavisam, vai daļai jāatsakās no šādu materiālu kopošanas.

V. EKSPORTA TIRDZNIECĪBĀ IESPĒJAMIE SAKARU
NODIBINĀŠANAS VEIDI.

A. Ārzemju noņēmēji.

Lai eksportieris atrastu vispiemērotāko sakaru nodibināšanas veidu, tam vispār jātiek skaidrībā ar kādiem ārzemju noņēmējiem tas vēlās darboties. Ārzemju noņēmēji var būt importieri, lieltirgotāji, sīktirgotāji, preču nami, ražotāji un arī plašas patērētāju masas. Bieži arī valsts kaŗa spēka vajadzībām vai citiem mērķiem iepērk ievērojamus daudzumus. Arī komūnālās iestādes savas vajadzības apmierina ar eksportiera palīdzību vai arī stājoties tiešos sakaros ar ārzemju ražotājiem. Vēl kā pircējas uzstājas lielas ražotāju un patērētāju savienības.

1. Importieri.

Importieris, vārda plašākā nozīmē, ir katrs, kas preces ārzemēs iepērk. Šeit pieder arī ražotāji, kuŗi preces iepērk lai pārstrādātu, arī tirgotāji, kuŗi tikai izved atsevišķus importa darījumus, bez kā ar tiem

pastāvīgi nodarbotos un patērētāji, kuŗi iepērk tieši savu vajadzību apmierināšanai. Importieris, vārda šaurākā nozīmē, turpretim ir tirgotājs, kuŗš profesijas veidā savā vārdā, kaut arī ne savā rēķinā, preces importē un kuŗa darbība ir tikai importa darījumi vai arī kuŗa darījumos importa operācijas ieņem galveno vietu. Šie beidzamie importieŗi sadalās 2 grupās: vienu sastāda lieltirgotāji, kas parasti darbojas tikai vienā branžā un tur lielāku vai mazāku daudzumu preču krājumā. Šie importieŗi galvenokārt iepērk tādas preces, kuŗas vai nu iekšzemē ir dārgākas vai arī attiecīgas kvalitātes nevar dabūt. Otra grupa sastādās no tirgotājiem, kuŗi nodarbojas tikai ar importa darījumiem, tie parasti tirgojas ar dažādām precēm un preces netur krājumā. Šos tirgotājus var apzīmēt kā importieŗus vārda visšaurākā nozīmē vai kā speciālos importieŗus un visbiežāk tie stāv sakaros ar tādām valstīm, no kuŗām pašiem ražotājiem vai lieltirgotājiem preces iepirkt ir stipri apgrūtināšī.^{1/}

Speciālais importieris ir starploceklis starp eksportieri un vietējo lieltirgotāju importa valstī. Parasti

1/ Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 150. lpp.

tas preces pārdod lieltirgotājiem, lielākiem ražotājiem un valstij. Ja arī speciālais importieris stājas sakaros ar sīktirgotājiem, tad tas tikai valstīs, kuņās nav nobrieduši apstākļi speciālai importa tirdzniecībai.

Strādājot ar šādiem speciāliem importieriem, eksportierim ir iespējams eksporta tirgū darījumus koncentrēt vienā vai dažās vietās, kas vienkāršo visu noieta organizāciju. Arī eksportierim darīšana ar maksātspējīgu noņēmēju, kas parasti stāv sakaros ar solidām bankām.

Kā trūkums būtu tas, ka prece jāpārdod lētāk un arī nav cerība sasniegt tādu apgrōzību kā strādājot ar lieltirgotājiem, ražotājiem vai sīktirgotājiem, kuņus intensīvi var apstrādāt ar agentiem un ceļotājiem. Arī informāciju par vietējo patērētāju vajadzībām eksportieris iegūs tikai netieši no speciālā importiera un ja šāds lielnoņēmējs atsakās tālāk sadarboties un piegriežas citai valstij, tad eksportierim jāzaudē plašas patērētāju masas, turpretim, ja kāds mazāks noņēmējs piegriežas konkurentiem, zaudējumi nebūs tik lieli. Arī ja speciālais importieris nobankrotē, piemēram, sakarā ar ievēduma apgrūtīnājumiem, valūtas reformu u.t.t., tad eksportierim celsies daudz lielāki zaudējumi, kā pie mazāku tirgotāju bankrota.

Speciālais importieris var darboties kā savā rēķinā, tā arī kā komisionārs. Kā pārdošanas komisionārs viņš saņem vai nu pašu preci vai paraugus, ar kuŗu palīdzību mēģina noslēgt piegādāšanas darījumus. Šādā veidā eksportierim ir iespējams, bez kā tam pašam eksporta tirgū būtu jāuztur nodaļa, noslēgt darījumus savā rēķinā un arī vēl tad izvest darījumus, ja vietējie tirgotāji negrib importēt nepārdotu preci.

Nāk priekšā arī à conto metā līgumi starp eksportieri un speciālo importieri, šeit pirmais rūpējas par preču iepirkšanu, bet beidzamais par pārdošanu.

2. Lieltirgotāji.

Lieltirgotāji ir tirgotāji, kuŗu uzdevums ir preces, nepārstrādātas pārdot tālāk sīktirgotājiem. Tiem nepieciešams arī lielāks kapitāls, jo parasti tie preces tur krājumā un saviem noņēmējiem piešķir kreditus. Vispār dažādos saimnieciskās dzīves satricinājumu periodos lieltirgotāji cieš vairāk kā sīktirgotāji, piemēram, konjunktūras pasliktināšanās, sliktas ražas, streiki u.t.t., tos ķer vairāk kā sīktirgotājus. Ja lieltirgotāji ir ar pietiekošu pašu kapitālu, tad tas uz ārieni tik

spilgti neparādās, tomēr sekas eksportierim var būt ļoti nepatīkamas.^{2/}

Valstīs, ar attīstītu saimniecisko dzīvi, lieltirgotāji speciālizējas pēc branžām, bet valstīs, kurās saimnieciskā dzīve ir vāji attīstīta, mazs iekšējais tirgus un citi apstākļi, lieltirgotāju reti aprobežojas ar vienu preču grupu. Arī lai palielinātu apgrozību un panāktu konstanto izdevumu samazināšanos, lieltirgotājiem jāpiegriežas importa darījumiem.

Eksportierim, sakaros ar lieltirgotājiem, rodas iespēja risku sadalīt uz vairāk kontrahentiem, nekā darbojoties tikai ar atsevišķiem lielnoņēmējiem. Dažos gadījumos arī lieltirgotāji intensīvāk un vienmērīgāk apstrādās eksporta tirgu.

Eksportierim arī jāpiegriež vērība vietējo lieltirgotāju nacionālībai. Ja eksporta tirgū darbojas svešas valsts pilsoņi, tad tie var preču iegūšanā dot priekšrocības atsevišķām valstīm un eksportiera preču noiets var atdurties uz grūtībām. Dažreiz lieltirgotāji, lai izvestu boikotu pret zināmas valsts ražojumiem, apvienojas. Šādai rīcībai bieži nav nolūks iespiest

2/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 107. lpp.

zināmas preces no eksporta tirgus, bet gan panākt cenu pazeminājumus. Tomēr šāda pirkšanas streika izvešana prasa no lieltirgotājiem lielu pašapziņu un kopsajūtu.

3. Sīktirgotāji.

Sīktirdzniecības uzdevums ir turēt preces pietiekošā vairumā krājumā un pārdot uz vietas dzīvojošiem patērētājiem. Sīktirdzniecībai ir ļoti liels iespaids uz patēriņa pieradumu attīstību. Tā sīktirgotāji, sevišķi mazāk attīstītos tirgos, nosaka, kādas ziepes, zobu pastu, zīmuļus, rakstāmspalvas u.t.t., jāpērk netikai patērētājiem, bet arī lieltirgotājiem. Tādēļ eksportierim sīktirgotāji jādara uzmanīgi uz savu precī, sevišķi ja lieltirgotāji neizrāda pietiekošu interesi vai pat izturās noraidoši pret viņu precī. Tā kā sīktirgotāji stāv tiešos sakaros ar publiku, tad tie arī vislabāk pazīs pircēju vajadzības un pirktspējas un var dot eksportierim derīgus norādījumus attiecībā uz kvalitāti un cenas politiku. Arī strādājot ar detalistiem, eksportieris var iegūt labākas cenas un līdz ar to lielāku peļņu uz atsevišķu preces vienību. Saprotais, ja tajā pašā eksporta tirgū vēlas stāties sakaros arī ar lieltirgotājiem, tad

jāpiemēro attiecīga cenu politika, t.i. lieltirgotājiem jānodod rabati, lai ^{tie} varētu pārdot tālāk sīktirgotājiem, vai arī arķelus, kuŗus pārdod grossistiem, nepārdot detalistiem.^{3/}

Negātīvās puses būtu: var pārdot tikai mazos vaļrumos, jo sīktirgotājs tikai retos gadījumos segs savas vajadzības ilgākam laikam. Tas pa daļai stāv sakarā ar kapitāla trūkumu, pa daļai aiz bailēm no cenu krišanās. Vēl eksportierim nav jāpiemirst, ka sīktirgotājam nav pazīstamas visas muitu un norēķināšanās formālitātes kas var sagādāt zaudējumus, bet kas nenāk priekšā pie izglītotiem importieriem un lieltirgotājiem, tādēļ vislabāk ir, ja sīktirgotājus apkalpo ar nodaļām.

4. Preču nami.

Preču nami nodarbojas ar sīktirdzniecību un galvenokārt tirgojas ar ikdienišķā patēriņa priekšmetiem. Parasti to darbība aptver vairākas branžas. Šie preču nami spēj uzturēt izglītotu personālu un pateicoties lielai preču izvēlei, var sev piegriezt lielu daļu no vietējiem patērētājiem, tādēļ ka noņēmēji ^{tie} eksportierim ir

^{3/} Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 155. lpp.

no ļoti liela svara. Bieži preču nami arī stājas tiešos sakaros ar ārzemju ražotājiem, jo vajadzīgais kapitāls un personāls tiem ir jau priekšā.

Lielākās pilsētās šie preču nami ierīko nodaļas dažādās pilsētas daļās, kas preces pārdod uz vietas dzīvojošiem patērētājiem, bet centrs iepērk kā ārzemēs, tā iekšzemē un sadala starp nodaļām. Tā kā preču namiem ir lielas priekšrocības salīdzinot ar sīkuzņēmumiem, piemēram, konstantie izdevumi zemāki, mazāki preču iepirkšanas izdevumi, var racionāli izmantot darba spēku u.t.t., tad sīkuzņēmumiem ir grūti konkurēt ar šādiem lieluzņēmumiem. Lai preču nami galīgi nenomāktu sīkos tirgotājus, dažās valstīs pastāv preču namiem speciāli apgrozības nodokļi vai arī valsts liek dažādus šķēršļus preču namu dibināšanai. Eksportierim ir svarīgi uztvert, vai preču nami izrāda tendenci paplašināties vai sašaurināties.^{4/} Ja pastāv tendence iet plašumā, tad eksportierim vēl intensīvāk jāapstrādā preču nami, jo tad var cerēt ka noiets paplašināsies, turpretim, ja pastāv tendence sašaurināties, eksportierim jāorientējas uz citiem noņēmējiem.

4/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 141. lpp.

5. Ražotāji.

Arī lielākie ražotāji bieži nodibina tiešus sakarus ar ārzemju izejvielu un pusfabrikātu ražotājiem, turpretim mazākie, sedz savas vajadzības vai nu pie speciāliem importieriem, vietējiem lieltirgotājiem, vai izlietā eksportiera agentu pakalpojumus.^{5/} Strādājot ar ražotājiem, eksportierim rodas zināmas priekšrocības. Vispirms eksportieris var iegūt labākas cenas un intensīvāk apstrādāt eksporta tirgu, nekā stājoties sakaros tikai ar dažiem importieriem vai lieltirgotājiem. Arī tiek garantēts ilgstošs stabils noiets, jo piegādāšanas līgumi tiek slēgti uz ilgāku laiku.

6. Patērētāji.

Patērētāji ir noņēmēji, kuŗi preces iegūst savām patēriņa vajadzībām. Ar patērētājiem eksportieris var stāties sakaros, nodibinot eksporta tirgū nodaļu.

Strādājot ar patērētājiem, eksportieri, skatoties pēc preces izlietošanas mērķa, var interesēt: vīriešu

^{5/} Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 151. lpp.

un sieviešu skaits, mājturību skaits, ienākumu sadalījums starp dažādām iedzīvotāju kārtām, iedzīvotāju izturēšanās pie iepirkšanas u.t.t.

Attiecībā uz ienākumu sadalījumu, tad patērētājus var iedalīt divās grupās: vienā grupā ir patērētāji, kuņu ienākumi ir mazāk vai vairāk stabili, te pieder ierēdņi un strādnieki, kuņi saņem noteiktas algas. Otrās grupas patērētāju ienākumi turpretim stipri svārstās un bieži atkarājas no konjunktūras, sezonas, labām ražām u.t.t. Pie šīs grupas pieder patstāvīgie lauksaimnieki, amatnieki un arī tirgotāji kā patērētāji. Eksportierim ir no svara atrast, pie kuņas grupas pieder tā noņēmēji, lai varētu spriest vai noiets būs svārstīgs, vai vienmērīgs.^{6/}

Vēl eksportierim jāpiegriež vērība kā publika izturās pie preču iepirkšanas. Ja patērētāji konservatīvi turas pie pastāvošām patēriņa parašām, tad eksportieris var cerēt, ka viņa precēm būs ilgstošs noiets. Turpretim, ja publika savos iepirkumos ir brīva un progresējoša, tad var rasties lielas noieta svārstības.

6/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 105. lpp.

7. Valsts kā patērētāja.

Arī valsts uzstājas kā eksporta preču pircēja un ne tikai lai segtu pārvaldes vajadzības, bet arī lai piekoptu saimniecisku darbību. Svarīgākie valsts uzņēmumi būtu: dzelzceļš, pasts, mežsaimniecība, kalnrūpniecība, municijas fabrikas u. c. Visbiežāk valsts savas vajadzības sedz izsludinot rakstveida sacensību piegādē. Šādas piegādes tiek publicētas vietējos un ārzemju laikrakstos, vai arī lielākām iekšzemes un ārzemes firmām piesūta uzaicinājumu iesniegt ofertes. Beidzamā gadījumā, ja valsts vai pašvaldība regulāri uzstājas kā pircēja, tiek vesti sevišķi piegādātāju saraksti. Sarakstā tiek uzņemtas tikai tās firmas, kas līdz šim ir izrādījušās solidas un attiecīgā nozarē spējīgas, bieži šīs firmas arī atbrīvo no drošības naudas iemakas. Saprotams, ka eksportierim ir jācenšas tikt uz šādas listes. Praksē pazīstamas arī melnās listes, kurās ieved firmas, kas uzņemtās saistības nav kārtīgi pildījušas. Arī konkursā kritušu firmu piedāvājumus neievēros.

Ar rakstveida sacensībām piegādē valsts cenšas atrast labākos iegūšanas avotus un izdarīt iepirkumus uz

izdevīgākiem noteikumiem un par zemākām cenām. Tomēr bieži piegādājumu piešķir ne lētāk ofertējošai firmai, bet vai nu vietējai firmai, vai arī firmai, kuŗu uzskata par sevišķi solidu. Dažreiz jau ar likumu tiek noteikts, cik % vietējā ražotāja cena var būt augstāka par ārzemju piegādātāju cenām, lai vēl vietējie piedāvājumi baudītu priekšrocības. Parasti šī starpība svārstas starp 5- 33 1/3%, piemēram, Itālijā 5%, Čehoslovākijā 20%, Šveicē 33 1/3% pie ikdienišķās vajadzības priekšmetiem, bet pie tehniskiem izstrādājumiem 10%.^{7/}

Vispār piedaloties sacensībā eksportieris var tikai tad cerēt uz panākumiem, ja:

- 1/ eksportiera preces vietējā rūpniecība nevar pilnīgi aizvietot,
- 2/ vietējā rūpniecība var piegādāt par ievērojami augstāku cenu,
- 3/ vietējā rūpniecība nevar ātri piegādāt,
- 4/ attiecīga rūpniecības nozare valstī nemaz nepastāv.

Par piegādēm eksportieris var dabūt zināt bez laikrakstiem un saimnieciskiem žurnāliem, no agentiem,

^{7/} Sk. C. Kapferer "Exportförderung" 1929., 83. lpp.

konsulātiem un tirdzniecības kamerām. Uzaicinājums parasti satur: preces nosaukumu, kvalitāti, vairumu, piegādāšanas termiņu, ofertes iesūtīšanas termiņu u.t.t. Sīkākus noteikumus iegūst ofertes iesniegšanas vietā, tāpēc arī eksportierim jāuzdod savam pārstāvim iegūt tādas ziņas, kas dod iespēju kalkulēt uz stingras bāzes. Bieži piegādāšanas vairumi netiek strikti noteikti, bet tikai Ca., vai arī oferentam jāuzņemas segt pircēja vajadzības noteiktā periodā. Ja atsevišķam eksportierim darījums ir par lielu, tad var mēģināt apvienoties lai kopīgi izdarītu piegādājumu.

B. Sakaru nodibināšana personīgi uzmeklējot pārdevēju vai pircēju.

Nodibināt sakarus ar ārzemju firmām ir daudz grūtāk nekā iegūt pircējus iekšējā tirgū. Lielākos tirdzniecības un rūpniecības centros bieži ierodas importieri, ārzemju ražotāji un lieltirgotāji, lai paši uzmeklētu izdevīgākās preču iepirkšanas vietas un stātos tiešos sakaros ar eksportieriem. Dažreiz preču iepirkšanas ceļojumus izdara arī importiera izsūtīti agenti.

Parasti šie pircēji eksporta valstī izlietā mākleru vai komisionāru pakalpojumus, kuŗi tos saved kopā ar ražotājiem vai tirgotājiem.^{8/}

Lai kāda valsts varētu cerēt uz šādiem ārzemnieku apmeklējumiem, tad tai jāgādā lai tie gūtu pārskatamību par vietējiem ražojumiem, kā arī jāatvieglina darījumu noslēgšana. To var panākt ar spējīgiem komisionāriem, eksporta agentiem, paraugu izstādēm u.t.t. Arī vietējās tirdzniecības kameras, tirgotāju vai rūpnieku apvienības, valsts iestādes, ārzemju tirdzniecības kameras u.c., var importierim atvieglot sakaru nodibināšanu.

Tomēr parasti sakaru nodibināšanas iniciātīva iziet no pārdevēja puses. Samērā labs līdzeklis noieta paplašināšanai ir, ja pats eksporta uzņēmuma vadītājs uzņemas ārzemju ceļojumus. Šādā veidā tas iepazīsies ar eksporta tirgus saimniecisko un politisko struktūru un nodibinās personīgus sakarus ar vietējiem tirgotājiem. Šāda personīga pazīšanās var ļoti veicināt veikala sakaru paplašināšanos. Pats uzņēmuma īpašnieks vai vadītājs arī varēs pircējiem vairāk nākt pretim cenas noteikšanā, piegādāšanas noteikumos u.t.t. nekā eksporta agents.

8/Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 138. lpp.

Sevišķi tādus eksporta tirgus ir vēlams ka pats uzņēmuma vadītājs apmeklē, kur pirmo reizi mēģina ievadīt veikala sakarus, jo tā tas mācīsies pazīt pircēju vajadzības un konkurences apstākļus. Un kaut arī kādu eksporta tirgu intensīvi apstrādā ar agentiem un ceļotājiem, tad tomēr ieteicams, lai pats eksportieris laiku pa laikam apmeklē noņēmējus un pārrunā, kādi bijuši trūkumi iepriekšējos piegādājumos un ko tie vēlētos lai ievēro turpmākos darījumos.

Eksporta agentu, ceļotāju un nodaļu darbību eksporta tirgos apskatīšu sava darba otrā daļā "Eksporta tirdzniecības organizācija importa valstī."

C. Eksporta tirdzniecībā pielietātie rakstiskie līdzekļi sakaru nodibināšanai.

Ar sarakstīšanos eksportieris var nodibināt veikala attiecības, var izvest atsevišķus darījumus un arī uzturēt pastāvošās attiecības. Šis var būt vienīgais veids, kādā sazinās divi kontrahenti, vai arī reizē ar citiem veidiem.

Lai nodibinātu sakarus, eksportieris izsūta individuālas ofertes, kuŗas var tikt papildinātas ar paraugiem,

illustrācijām, cenu listēm, referencēm u.t.t. Vispār tikai tad ir izredzes, ka noņēmējs piegriezīs ofertei vērību, ja tās saturs būs izsmeļošs, noņēmēja valodā un korrektā stilā ieturēts. Zem izsmeļoša satura būtu jāsaprot: preces apraksts, cena, vairums, piegādāšanas noteikumi, maksāšanas noteikumi, iesaiņojumi u.c. Arī lai oferte izceltos starp citu eksportieņu ofertēm, tai jābūt ieturētai individuālā stilā.^{x/}

Rakstiskam sakaru nodibināšanas veidam eksporta tirdzniecībā ir tomēr savas ēnas puses; vēstuļu pārsūtīšana ir dārga un arī paiet ilgs laiks kamēr tā nonāk adresāta rokās. Bieži pietiek tēlegrafu, bet arī tas ir saistīts ar lieliem izdevumiem un tēlegramma sava īsuma dēļ nevar atvietot vēstuli. Tomēr, ja noņēmēju grib ātri informēt, vai arī prece padota lielām cenu svārstībām, tēlegrafa izmantošana nepieciešama. Lai aiztaupītu augstos tēlegrammu izdevumus, var vienoties par paredzamo izteicienu atvietošanu ar atsevišķiem vārdiem vai cipariem. Bez tam tiek lietoti generālkodi, piemēram, A.B.C - kods, kas satur 100564 vārdus, šeit tēlegrafē tikai atsevišķu vārdu, kuŗš tiek no saņēmēja, kuŗam ir tas pats kods, atšifrēts. Generālkodi vēl ir Western Union kods un Bentleja kods. Bez generālkodiem,

x/ Sk. arī par ofertēm 128.lpp.

kuŗus var lietāt visi tirgotāji, pastāv arī speciālie kodi, kuŗi piemērojami tikai noteiktās branŗās, piemēram, Mining Code, Berner Code, Oil Code, Fruit Merchant Code, Caffee Code, Suger Code, Stock Brokers Code u.c.^{9/}

Ja eksportieris tikai rakstiskā veidā uztur sakarus, bet viņa konkurenti cenŗas personīgi vai ar agentiem stāties sakaros, tad eksportierim būs grūti uzturēt pastāvoŗās attiecības. Ja turpretim nav jābaidās no konkurences, vai ja ar importieri noslēgts à metā līgums, vai ja noņēmēju eksportieris tura no sevis atkarīgu ar kreditu, tad arī rakstiskai veids var tikt ļoti labi piemērots. Tādos eksporta tirgos, kuŗus jau konkurenti ieņēmuŗi, ar sarakstīŗanos vien nekā nevarēs panākt, te vajadzēs intensīvāk intervēt lai iegūtu tirgu. Piemērots sakaru nodibināŗanas un uzturēŗanas veids te ir strādāŗana ar agentiem, ceļotājiem vai noŗalām, ko apskatīŗu turpmāk.

1. Katalogi.

Ja ofertes izsūta rēgulāri, tad labus panākumus var gūt izsūtot ofertes vietā ilustrētus katalogus.

9/ Sk. H. Biedermann "Lehrbuch des Überseehandels" 1926.; 53.lpp.

Katalogiem jābūt sastādītiem tā, ka ne tikai lietpratējs, bet arī katrs patērētājs var viegli gūt ieskatu par preces īpašībām un noderīgumu, tādēļ nepietiek ar ilustrācijām vien, bet nepieciešams arī sīks preces raksturojums.^{10/} Katalogiem jābūt importa zemes valodā vai arī tādā, par kuŗu ir cerība, ka to vietējie tirgotāji sapratīs, jāatbilst arī iedzīvotāju kultūrālajam līmenim un gāumei.

Cenas var ievietot katalogā vai arī uzdot uz atsevišķas loksnes, lai arī noņēmais katalogus varētu lietot sakaros ar saviem pircējiem. Uzdotot cenas, jāpiemērojas vietējām parašām un lai pircējam atvieglotu kalkulāciju, ieteicams uzdot cif cenas un ārzemju valūtā, jo jāņem vērā, ka tikai speditoriem lielākās pasaules tirdzniecības vietās ir zināmas dažādas vedmaksas, apdrošināšanas prēmijas un citi izdevumi. Eksporta katalogiem var pievienot arī referenču listes un ja iespējams no dažādiem eksporta tirgiem.^{11/}

^{10/}Sk. Robert Stern "Export-Technik" 3 Aufl., Stuttgart, 1923., 9. lpp.

^{11/}Sk. J. Mertig "Das Exportgeschäft" 1928., 53. lpp.

2. Paraugi.

Paraugiem eksporta tirdzniecībā ir liela nozīme, jo abus kontrahentus šķiņ lieli attālumi un pašas preces apskatīšana nav iespējama. Paraugus var tieši piesūtīt pircējam, vai arī dod līdzī agentiem un ceļotājiem. Ja eksportieris strādā kā komisionārs, tad paraugus tas saņems no ražotājiem, pretējā gadījumā tam pašam jā sastāda piemērotas paraugu kolekcijas, bet te parasti ražotāji dod līdz 50% paraugu rabatus, jo paraugi ceļojumos, mesēs, izstādēs bojājās un vēlāk eksportieris tos var pārdot tikai ar zaudējumiem. Svarīgi ir lai paraugi atbilstu importa zemes gaumei un parašām, jo citādi būs grūti noslēgt darījumus. Jo labāk eksportieris pazī eksporta tirgus īpatnības, jo vieglāk tam būs sastādīt piemērotas paraugu kolekcijas.

Kā paraugi der kāda maza daļa no preces, tomēr ne no katras preces var paraugus noņemt, piemēram, dzīvi lopi, vai arī paraugiem ir maza nozīme, piemēram, pē kokmateriāliem. Ja pārdodamās preces visas partijas nav vienādas kvalitātes, tad paraugus nevar ņemt no atsevišķas daļas, bet paraugi jā sastāda tā, ka pircējs gūst

ieskatu par visas preces caurmēra kvalitāti.

Skatoties pēc pircēju prasībām un paraugu noņemšanas izdevumiem, eksportieris var ar paraugiem rīkoties plaši vai arī ļoti taupīgi. Parasti pēc darījuma noslēgšanas, paraugi paliek pircējam, kas, sevišķi pie gabala precēm, piemēram, galanterijas precēm, nozīmē stipri pieaugošus pārdošanas izdevumus. Šādos gadījumos eksportierim jāmēģina paraugus ierēķināt piegādājamā precē. Paraugus, kuņi ir stingri ieturami un kuņus var viegli pārgrozīt, piemēram, labības paraugus, praktizē sūtīt noslēgtā un aizzīmogatā veidā.

Eksporta tirdzniecībā atšķirī šādus paraugus: referenču paraugus, iepirkšanas un kontraparaugus, pārdošanas paraugus, standarta vai tipa paraugus un analīzes paraugus.^{12/}

Referenču paraugus eksportieri izsūta pirms preču nokugošanas, lai pircējs varētu spriest par preču kvalitāti, kādā tiks līgums izpildīts. Ja preču trūkumi no parauga redzami un pircējs paziņo, ka ar paraugu ir apmierināts, prece skaitās par pieņemtu un atkrīt reklāmcijas tiesības.

12/Sk. R. Stern "Export-Technik" 1923., 16. lpp.

Ja eksportieris kā komisionārs saņem no sava ārzemju veikala drauga uzdevumu iepirkt preci un atsūta arī paraugus, tad saņemtie paraugi ir iepirkšanas paraugi. Šos paraugus eksportieris nosūta ražotājam un saņem kontraparaugus līdz ar preces cenām.

Pārdošanas paraugus lietā līguma noslēgšanai. Ar tiem galvenokārt nodarbojas eksporta agenti. Šādus paraugus, ja tiem ir maza vērtība, var daudzās valstīs ievest bez muitas. Arī ja importieris saņem paraugus, lai varētu preci pārdot kamēr tā vēl ir ceļā, tad arī tie ir pārdošanas paraugi.

Dažus internacionālās tirdzniecības priekšmetus tirgo pēc iepriekš noteiktiem kvalitātes apzīmējumiem, piemēram, kafija - Good average Santos Kaffé, jēlcukurs - Beetroad Sugar, fair quality of first products 88^o, rīss - Aracon, Rangoon, dzelzs - Pig iron of good merchantable brands, kokvilna - Middling American, Egyptian Fully good Fair, kvieši - Red Winter, Hard Spring u.t.t.^{13/} Šo preču paraugus sauc par tipu vai standartu paraugiem.

Preces, kuŗu īpašības var noteikt tikai ar ķīmiskās analīzes palīdzību, tirgo pēc analīzes paraugiem.

^{13/}R. Sondorfer "Die Technik des Welthandels" 1912., 53. lpp.

D. Reklāma.

Reklāmas veidu un apmēru nosaka eksportējamās preces raksturs, eksporta tirgus īpatnības un eksporta uzņēmumā esošie materiālie līdzekļi. Lai reklāma sasniegtu savu mērķi, nepieciešami izstrādāt plānu un noteikt kādas aprindas grib apkalpot, vai importierus, ražotājus, sīktirgotājus vai arī tieši patērētājus.^{14/} Arī izvēloties dažādus reklāmas līdzekļus, atsevišķiem tirgiem jāpieier individuāli. Vēl reklāmai jābūt ilgstošai, bet tomēr eksportierim jāprot nostādīt pareizā attiecībā reklāmas izdevumi ar apgrozību. Walter's Schüoks savā darbā "Handbuch der Exportpraxis" 332. lapp. uzsver, ka Ziemeļamērikas tirgotāji iekšzemes reklāmai izdod apmēram 4%, turpretim ārzemju reklāmai līdz 25% no apgrozības, no tā var spriest, ka eksporta reklāma nav lēta.

Lētākais un vienkāršākais reklāmas veids ir veikala vēstules, tomēr arī tām jābūt oriģinālām un individuālām. Adreses eksportieris var dabūt no adrešu grāmatām, konsulātiem, ziņu birojiem, bankām u.t.t.

^{14/}Sk. W. Nöllenburg "Die Exportorganisation und ihre Technik" 1925., 163. lpp.

Vēstulēs jāievēro korrektība un princips - neuzbāzties un lasītāju nenogurdināt, bet censties saistīt tā uzmanību, lai lasītājs vēstuli izlasītu līdz beigām.

Tālākais līdzeklis, ar kuŗu var mēģināt noņēmjus pārliecināt, ka viņiem tieši tie priekšmeti nepieciešami, kādus eksportē zināmā valsts, ir sludinājumi ārzemju laikrakstos un žurnālos, kam sevišķa nozīme ir tādos eksporta tirgos, kuŗos dienas prece ir svarīgākais informācijas avots. Sludinājumiem jābūt viegli saprotamiem, pārliecinātiem un arī jāiespiežas skatītāja vai lasītāja atmiņā lai tas zināmo priekšmetu pieprasītu. Ja eksportieris vēlas darboties ar importieriem vai citiem speciālistiem, tad jāreklāmē speciālos laikrakstos vai eksporta žurnālos. Tomēr uz sludinājumiem speciālos laikrakstos un eksporta žurnālos, daudzi eksportieři škatās skeptiski, jo šeit piedalās ļoti daudzas firmas un atsevišķi piedāvājumi tikai tad gūs panākumus, ja tie pacelsies pāri vidusmēram.

Reklāmas intensīvitēšanai var lietāt plakātus, modeļus, filmu, ceļojošas izstādes u.t.t.

Attiecībā uz filmu kā reklāmas līdzekli, tad daudzos eksporta tirgos, sevišķi sliktos gada laikos, kino tiek apmeklēts no plašām iedzīvotāju masām un ar glītu

uzvedumu vai saistošu reklāmas filmu var īsā laikā padarīt precī pazīstamu un nodrošināt noietu.

Var arī ārzemēs ierīkot paraugu izstādes vai iesūtīt tā saucamās "peldošās izstādes". Beidzamā gadījumā uz kuga tiek ierīkota paraugu noliktava un kugis apmeklē dažādos kontinentos ievērojamākās ostas. Tomēr šeit jāņem vērā, ka paraugi, kas der, piemēram, Vācijā, var izrādīties par nepiemērotiem Brazīlijā.

Vislabākā reklāma tomēr ir pati prece, reklāmējamai precei jābūt tiešām labai un jāatbilst pircēju vajadzībām. Sliktu preci, kas bojā pircēju uzticību, nedrīkst reklamēt. Eksporta reklāma nav domāta gadījuma preces pārdošanai un pircēju piekrāpšanai, bet tai jānodibina ilgstoši sakari ar ārzemju noņēmējiem. Arī prakse rāda, ka ar labu kvalitāti var iegūt sevišķi uzticamus noņēmējus, kas arī vienmēr tālāk pieprasīs attiecīgu preci. Arī izvēloties reklāmas līdzekļus, jāatturās lietāt tādi līdzekļi, kas eksporta tirgū aiz religiskiem, politiskiem vai citiem iemesliem var izlikties provocējoši.

Edvards K. Strongs darbā "Psychologie of Advertising and Selling" /citēts no C. Kapferer "Exportförderung", 88. lpp./ pieved šādus noteikumus lai

pārvarētu noieta šķēršļus:

1/ Ja noņēmējs nesajūt vajadzību, kāda var tikt apmierināta ar zināmo preci, tad tirgotājam šī vajadzība ir jāmodina.

2/ Ja pircējs sajūt vajadzību, bet tomēr par attiecīgu preci neinteresējas, tad jāuzsver sakars starp preci un vajadzību.

3/ Ja pircējs patērējot preci nepiegriež vērību attiecīgai markai, tad jāuzsver sakars starp preci un marku.

4/ Ja precei ir jau labs noiets, tad jāuzsver cik viegli prece ir iegūstama un cik parocīga tā ir pie izlietāšanās.

5/ Ja jāreķinas ar konkurenci, tad jāpārliedzina pircējs, ka tieši šī prece visvairāk atbilst viņa vajadzībām un jārada precei labvēlīgs noskaņojums.

6/ Ja vēlas pie līdzšinējiem noņēmējiem sasniegt lielāku apgrozību, tad vienmēr tiem jāatgādina, ka tieši pērkot šo preci, tie iegūst vislielākās priekšrocības.

VI. INSTITŪTI ĀRĒJĀS TIRDZNIECĪBAS VEICINĀŠANAI.

A. Institūti tiešai ārējās tirdzniecības veicināšanai.

1. Biržas.

Zem biržas /franc. bourse, angl. exchange, amer. board of trade vai chamber of Commerce/ saprot rēgulāru tirgotāju, apdrošināšanas uzņēmēju, rēderu, speditoru vai to agentu sanākumi, lai tieši var ar starpniekiem, pamatojoties uz noteiktām normām, noslēgt darījumus ar reālām precēm, valūtu, vekseliem un ar to tirdzniecību saistītām apdrošināšanas, transporta un spedicijas operācijām.^{1/} Pārnestā nozīmē kā biržu apzīmē arī sanāksmes vietu vai biržā piedalošos personu kopību un runā, piemēram, par pāniku, tendencēm u.t.t.

Šādas rēgulāras sanāksmes atvieglo sakaru nodibināšanu un dod pārskatu par konjunktūru un cenu konstelāciju. Arī tā kā biržas preces tirgo pēc noteiktiem kvalitātes tipliem un vairumiem, tad lielā mērā tiek atvieglota darījumu noslēgšana. Bez tam biržas dod iespēju acumirkli uztvert cenas tendences.

1/ Sk. R. Sonndorfer "Die Technik des Welthandels" I Bd., 1912., 119.-120. lpp.

Skatoties pēc priekšmetiem ar kādiem noslēdz darījumus, biržas var iedalīt divās galvenās grupās:

a/ Vispārējās biržas, kurās tiek pielaisti visi darījumi, kādi ir minēti augšējā definīcijā, piemēram, Stetinas birža, Dancigas birža u.c. Darījumus var slēgt kā ar reālām precēm, tā arī ar vekseliem, akcijām, obligācijām, devīzēm u.t.t.

b/ Biržas ar noteiktu dabības lauku, kurās ir pielaisti darījumi ar noteiktas grupas precēm vai arī tikai ar vienu internacionālās tirdzniecības objektu. Šīs biržas savukārt var iedalīt 3 grupās:

1/ Naudas, fondu vai efektu biržas. Šeit tiek pielaisti tikai darījumi ar devīzēm, čekiem, obligācijām, akcijām, pārvedumiem, monētām, dārgmetalliem, banknotēm un papīra naudu. Tādas biržas pastāv Londonā, Ņujorkā, Čikagā, Montreālā, Madridē, Barselonā, Lisabonē, Parizē, Berlinē, Belgradē u.c.

2/ Produktu vai labības biržas. Šajās biržās var tikai ar noteiktām precēm slēgt darījumus, piemēram, labību, rīsiem, eļļas augiem u.c., vai arī tiek pielaisti šo preču izstrādājumi, piemēram, milti, eļļas, spirts, iesals u.t.t. Arī šeit tiek izvestas ar attiecīgu precī saistītās apdrošināšanas, spedicijas

un transporta operācijas. Produktu biržas internacionālā tirdzniecībā spēlē ievērojamu lomu. Svarīgākās produktu biržas ir: Vīnē, Pragā, Berlīnē, Parīzē *u.c.*

Londonā ir 15 preču biržas, starp kuņām nepastāv nekāds organisks sakars. No tām sekošas ir produktu biržas: 2 zem viena nosaukums "Mark Lane" - lokodarījumiem; "The Baltic Exchange" - labības tirdzniecībai; tad 2 biržas termiņu darījumiem "The London Produce Exchange" un "Clearing House", un beidzot akc. sab. "London Corn Trade Association". Pārējās 9 preču biržas ir speciālās biržas.

U.S.A. ir 27 labības biržas. Lielākās ir Ņujorkas un Čikagas, kuņas ir arī lielākās produktu biržas pasaulē.

3/ Speciālās biržas, darījumiem tikai ar vienu noteiktu preci vai izņēmuma gadījumos tiek pielaisti arī līdzīgi produkti. Speciālās biržas jaunākos laikos iet plašumā. Visvairāk šī sistēma ir izplatīta Londonā un Ņujorkā. Šeit pastāv speciālas biržas kokvilnai, petrolejai, oglēm, dzelzij, vilnai. Citas jau ilgi pastāvošas biržas ir: Magdeburgā speciāla cukura birža, Brēmenē un Liverpulē kokvilnai, Rio de Žaneiro kafijai, Glazgovā dzelzij u.c.

a. Biržas efektīvie darījumi.

Darījumus preču biržās var noslēgt mutiski vai rakstiski, tieši, vai izlietājot mākleļa starpniecību. Ja darījums tiek slēgts rakstiski, tad abi kontrahenti apmainās ar slēguma zīmēm, kuļas noder tālākai darījuma nokārtošanai. Zīme parasti satur:^{2/} līguma noslēgšanas vieta un datums, pircēja un pārdevēja uzvārds vai firmas, eventuāli arī mākleļa uzvārds, preces apzīmējums, kvalitāte, cena, vairums, maksāšanas noteikumi, piegādāšanas vieta un laiks, pircēja vai pārdevēja paraksts, eventuāli arī mākleļa. Bieži tiek lietāti gatavi formulāri, no kuļiem pircēja parakstīto, saņem pārdevējs, bet pārdevēja parakstīto saņem pircējs.

Cenu kotēšana preču biržās parasti notiek pēc švara, piemēram, Hamburgā, Brēmenē un Amsterdamā kafiju kotē par 1/2 kg, Havrā un Vīnē par 50 kg, Ņuļorkā par angļu mārciņu, Londonā par angļu centneri; kviešus Vīnē kotē par 50 kg, Berlīnē par 1000 kg, Amsterdamā par 2400 kg. Darījumi tiek slēgti par noteiktiem

2/ Sk. R. Sondorfer "Die Technik des Welthandels", I Bd. 1912., 45. lpp.

preču vairumiem vai to pavairojumiem ar 2,3 u.t.t. Šādas vairuma vienības sauc par slēgumiem - Schluss, piemēram, Hamburgā Santòs kafijai viens slēgums ir 30.000 kg vai 500 maisi = Netto 29.250 kg.

Pēc piegādāšanas termiņa var darījumus iedalīt šādās grupās:

- a/ Darījumi ar loko precī.
- b/ Darījumi ar peldošu vai ripojošu precī.
- c/ Darījumi ar precī, kas jāuzkrāuj noteiktā laikā.
- d/ Darījumi ar piegādājamu precī.

ad. a. Šeit precei jābūt uz vietas un tūlīt jāpāriet pircēja rīcībā.

ad. b. Šeit precei jābūt darījuma slēgšanas momentā nodotai uz kuga vai iekrautai vagonā. Internacionālā tirdzniecībā šie darījumi ar ripojošu vai peldošu precī spēlē ievērojamu lomu, jo tā ir iespējams lielas preču partijas sūtīt uz kādu eksporta tirgu, bet transporta laiku izlietāt preces pārdošanai. Tā kā eksportierim bieži nav zināms, kādā valstī precī pārdos, tad kugim liek iet uz kādu noteiktu ostu un vēlāk pēc preces pārdošanas kapteinim paziņo, kur prece jānogādā.

ad. c. Šeit pārdevējs uzņemas pārdotās preces noteiktā termiņā uzkrāt uz kuga. Piemēram, ja kāds Rīgas eksportieris ir pārdevis Londonas biržā 300 tt linus, ar noteikumu, ka 100 tt jāiekrauj oktobrī, 100 tt novembrī un 100 tt decembrī, tad līgums ir ieturēts, ja konosaments pirmām 100 tt ir izrakstīts oktobrī, otrām - novembrī un trešām - decembrī, šeit nekrīt svarā kādā attiecīga mēneša dienā. Šo darījumu nozīme ir tā, ka visu vajadzīgo preču kvantumu var pirkt par vienu cenu un prece tiek piegādāta pēc noņēmēja vajadzībām.

ad. d. Šeit līguma izpildīšanai jānotiek noteiktā termiņā. Piegādāšanas termiņus rēgulē pastāvošās biržas parašas.

Visi šie darījumi ir efektīvie darījumi, t.i. tādi, kuŗos pārdotā prece arī tiek piegādāta un no pircēja saņemta. No efektīviem darījumiem ir attīstījušies īpatnēji darījumi, kuŗus var kompensēt bez kā reālai precei būtu jāpāriet no rokas rokā.

b. Biržas termiņu darījumi.

Biržas termiņu darījumu raksturīgākā pazīme ir kompensācija un klīringa veidīgā norēķināšanās. Termiņu darījumi atšķiras no efektīviem darījumiem ar to, ka tos nokārto kompensācijas ceļā, turpretim pie efektīviem darījumiem pārdotā prece tiek efektīvi nodota un pāriet pircēja īpašumā. Noteikumi par termiņa darījumiem ir bieži līdzīgi efektīvo darījumu noteikumiem, piemēram, ka slēguma zīmes var cedēt uz trešo personu tikai ar otra kontrahenta piekrišanu un ka izpildījumu var saņemt no tās personas, ar kuņu ir slēgts darījums. Bet tā kā pie termiņa darījumiem abu pušu interesēs ir darījumu kompensēt, tad arī saprotams, ka tie no minētām tiesībām atsakās.^{3/} Šādi darījumi tiek slēgti ar sugas precēm, kuņas ir viegli atvietojamas un kvalitāti rēgulē biržas uzances. Arī termiņu fiksēšana notiek pēc pastāvošām biržas parašām, piemēram, "tekošais mēnesis", t.i. no darījuma noslēgšanas dienas līdz mēneša beigām, "pro janvāris", t.i. ka termiņš ir viens pilns mēnesis, vēl ir dubulttermiņš, kas

^{3/} Sk. R. Sonndorfer "Die Technik des Welthandels"
I Bd. 1912., 48. lpp.

aptverņ divus vienu otram sekojošus mēnešus, piemēram, pro marts - aprīlis un t. s. gaŗie termiņi, kas aptverņ 4 - 6 mēnešus. Gaŗie termiņi sevišķi izplatīti Parīzes produktu biržā, piemēram, "pro Janvāris-Aprīlis".

Lai termiņu darījumu norisi padarītu vienkāršāku un izvestu kompensāciju, pie biržām pastāv sevišķi institūti, kas izved norēķināšanos. Pirmais norēķināšanās birojs nodibināts Liverpulē lai atvieglotu kokvilnas termiņa tirdzniecību, vēlāk tie izplatījās citur. Bet pie šāda norēķināšanās veida netika ņemtas vērā kontrahentu kredita spējas, kam liela nozīme termiņa tirdzniecībā, tādēļ bija jārada institūti, kas ne tikai uzņemas norēķināšanos, bet arī garantē uzņemto saistību izpildīšanu. Tā radās norēķināšanās vai likvidācijas kases. Tās izcēlās Havrā, kad 1882. g. kafijas cenas nokrita par 50%, kas noveda daudzus tirgotājus pie bankrota un arī līguma pretkontrahentiem sagādāja lielus zaudējumus. Tā radās pirmā likvidācijas kase "Caisse de liquidation des affaires en marchandises". Tajā pašā gadā arī Ņujorkā dibināja šādu kasi un 1887.g. Hamburgā, tagad tās pastāv pie visām ievērojamākām Eiropas biržām.^{4/}

4/ Sk. R. Sondorfer "Die Technik des Welthandels" I Bd., 1912., 64. lpp.

Likvidācijas kasēm ir 2 mērķi: tās garantē darījuma kārtīgu izpildīšanu un izved norēķināšanos. Šo kasu noteikumi arī nosaka, ka kase ne tikai garantē abiem kontrahentiem līgumam atbilstošu darījumu izpildīšanu, bet arī uzņemas uzstāties kā pretkontrahents, ja viena puse savas saistības nepildītu. Par pārņemto risku kase ņem atlīdzību un ja cenas ir stipri mainījušās, var pieprasīt papildus maksu.

Svarīgu lomu pie termiņa darījumiem spēlē pārdevēja paziņošanas pienākums. Tā kā katrs termiņa darījums ir jāizpilda noteiktā termiņā, tad pārdevējam ir jāpaziņo pircējam, ka darījums tiks izpildīts un pircējam jābūt gatavam precī saņemt. Par paziņošanas pienākumu ir atsevišķās biržās speciāli noteikumi un parasti paziņošanu izdara ar sevišķām zīmēm, kuŗas Francijas biržā sauc par "Filiere", Anglijā "Declaration of tender", Ņujorkā "Transferable Order", Čikagā "Notice of delivery" u.t.t.

Šīs zīmes pārdevējam jāizpilda atbilstoši slēguma notai un tās tiek protokolētas no likvidācijas kasēm. Pēc tam zīmi nodod pirmajam pircējam. Ja pirmais pircējs precī ir pārdevis tālāk, tad tam zīmē jāindossē un jānodod nākošam pircējam. Tā zīme iet no rokas rokā, līdz nonāk pie beidzamā pircēja, kuŗš zīmi uzrāda likvidācijas

kasei un tā aprēķina cenas starpību un paziņo attiecīgiem kontrahentiem. Norēķināšanās notiek tā, ka beidzamais pircējs pie preču saņemšanas samaksā pirmajam pārdevējam paziņošanas zīmē minēto summu. Starp pārējiem kontrahentiem notiek tikai norēķināšanās pēc pastāvošās dienas cenas.

Dažreiz biržās nāk arī priekšā, ka lieltirgotāji apvienojas, lai uzpirktu lielos apmēros zināmu preci un tā pilnīgi diktētu cenas. Darījumi tiek slēgti uz noteiktu termiņu un sakarā ar lieliem pieprasījumiem cenas stipri ceļas un pienākot līguma izpildīšanas dienai, pretējā partija preci iepērkot cieš lielus zaudējumus. Šeit pircējus it kā iedzen cornerī - stūrī. Šādi corneri visbiežāk nāk priekšā lauksaimniecības produktu biržās, jo šeit esošos produktu daudzumus līdz nākošai ražai nevar pavairot.^{5/}

Vēl jāmin prēmiju darījumi, lai gan tiem preču biržās ir samērā mazāka nozīme, galvenokārt tie izplatīti fondu biržās. Prēmiju darījumi ir nosacīti termiņa darījumi, kuŗos pircējs resp. pārdevējs samaksājot noteiktu prēmiju vai kādu augstāku vai zemāku cenu,

5/ Sk. J. Fr. Schär "Allgemeine Handelsbetriebslehre" 1923., 386. lpp.

iegūst norunātu tiesību, kuŗa iestājas pēc noteikta laika. Svarīgākie prēmiju darījumu veidi ir:^{6/}

a/ Pircējs maksājot noteiktu prēmiju, iegūst tiesību prasīt no pārdevēja pēc noteikta laika preces piegādāšanu vai arī atteikties to saņemt.

b/ Maksājot prēmiju, pārdevējs iegūst tiesību vai nu par noteiktu cenu precī piegādāt vai arī atteikties piegādāt.

c/ Pircējs maksājot prēmiju, iegūst tiesību pēc noteikta laika precī pieprasīt vai arī pats par norunāto cenu piegādāt, vai arī atteikties no preču saņemšanas un piegādāšanas.

d/ Pārdevējs maksājot prēmiju, iegūst tiesību piegādāt termiņā par noteiktu cenu preces un prasīt lai pircējs to pašu kvantumu par to pašu cenu vēlreiz resp. vairākas reizes pirktu.

e/ Stellažas darījumi. Maksājot prēmiju, kontrahents A iegūst tiesību pēc savas izvēles termiņā kādu kvantumu preču par augstāku cenu kā darījuma slēgšanas dienā, piegādāt pircējam B, vai arī par zemāku cenu no kontrahenta B to pašu kvantumu pirkt, bet A ir saistīts

6/Sk. R. Sondorfer "Die Technik des Welthandels" I Bd. 1912., 54. lpp.

vienu vai otru izpildīt.

f/ Reporta un deporta darījumi. Kontrahents A pārdod kontrahentam B zināmu preci un apņemas, pēc noteikta laika to pašu preci par augstāku cenu pirkt atpakaļ. Šeit kontrahentam A jāmaksā rešports, t. i. difference, kas ceļas no biržas cenas pie pirmā piegādājuma un preces atpakaļ pirkšanas. Ja pircējs par pastāvošo biržas cenu pērk zināmu preci un apņemas pēc noteikta laika to piegādāt par zemāku cenu, tad ir deporta darījums.

c. Biržas termiņu darījumu komerciālā nozīme.

Termiņa darījumi vispirms noder tikai spekulācijai. Kas spekulē uz ossi, pērk, lai vēlāk par augstāku cenu pārdotu. Kas spekulē uz bessi, pārdod, lai vēlāk pirktu par zemāku cenu.^{7/} Bet tikpat labi termiņa darījumi noder lai izvairītos no spekulācijas, piemēram, ja iepriekš minētā piemērā Rīgas eksportieris ir pārdevis Londonas biržā angļu tekstilrūpniekam 300 tt linu, kas jānosūta

7/ Sk. J.Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 466. lpp.

3 mēnešu laikā, tad ja eksportieris grib nodrošināties, ka linus varēs iegūt par to cenu, kādu licis savai kalkulācijai pamatā, tam jānoslēdz Londonas biržā termiņu darījumi par 100 tt linu pro oktobris, 100 tt pro novembris un 100 tt pro decembris. Pienākot attiecīgam nosūtīšanas termiņam, eksportieris iepirks vajadzīgo daudzumu linu un nosūtīs, bet savus termiņa darījumā pirktos linus pārdos. Ja nosūtīšanas dienā cenas liniem cēlušās, eksportieris linus iepērkot zaudēs, bet diferenci segs no termiņa darījumā iegūtās peļņas.

Var arī eksportieris noslēgt t. s. call darījumus.^{8/} Šajā gadījumā augšējais piemērs būtu sekošs: eksportieris uzņemas piegādāt minētās 300 tt linu, bet angļu tekstilrūpnieks, maksājot mazu virsmaksu virs oficiālās biržas cenas, patur sev tiesību noteikt piegādāšanas laiku. Pircējam ar to ir iespējams nodrošināt sev zināmas kvalitātes preci un cenas noteikšanai izvēlēties sev visizdevīgāko laiku, bet eksportieris ar šo darījumu ir ieguvis zināmai precei drošu noņēmēju. Šādi darījumi tiek slēgti līdz 10 gadiem un sevišķi angļu austuves tos ir favorizējušas.

8/ Sk. R. Sonndorfer "Die Technik des Welthandels" I. Bd., 1912., 63. lpp.

2. Meses un izstādes.

Ar mesēm un izstādēm atsevišķu valstu eksports var tikt lielā mērā pacelts. Šo institūtu galvenā priekšrocība ir tā, ka te vienā laikā saplūst piedāvājums un pieprasījums. Arī tirgotājam nekur nebūs iespējams iegūt tik plašu informāciju par dažādiem jauninājumiem, kā mesēs un izstādēs, kurās tas var nesaistoši iepazīties ar dažādu valstu ražojumiem.^{9/} Teorijā gan ir mēģināts noskaidrot starpību starp mesēm un izstādēm, bet tomēr nepilnīgi. Tā tiek uzsvērts, ka meses rāda caurmēra kvalitātes, bet izstādes tikai augstākos sasniegumus, tomēr tas nav precīzi teikts, jo arī izstādēs var rādīt seriju ražojumus un mesēs izcilus ražojumus. Liekas, pareizāk ir atšķirību meklēt mesu un izstāžu mērķos. Meses galvenokārt domātas lietpratēju iepazīstināšanai ar atsevišķu valstu sasniegumiem un darījumu noslēgšanai, turpretim izstādes cenšas plašas patērētāju masas ieinteresēt par attiecīgu precī un galvenokārt noder ne darījumu noslēgšanai, bet gan ražojumu populārizēšanai.

Meses un izstādes var būt nacionālas un internacionālas.

9/ Sk. Klemens Ottel "Die Technik des wirtschaftlichen Verkehrs" 2. Auflage, Wien 1927., 236. lpp.

Eksportierim visvairāk var interesēt internacionālās meses un izstādes, jo šeit saplūst daudzi pircēji no dažādiem eksporta tirgiem. No nacionālajām mesēm resp. izstādēm eksportieri var interesēt tās, kas notiek zināmos eksporta tirgos. Ja eksportieris grib piedalīties šādās izstādēs vai mesēs, tad tam jāņem vērā, vai tās tiek labi apmeklētas, jo tikai tādā gadījumā var cerēt, ka piedalīšanās izdevumi tiks segti ar sagaidāmo noieņa pieaugumu. Piedalīšanās izdevumi sastādās no vietas īres, eksponātu vedmaksas, izstādīšanas izdevumiem, dažreiz arī muitas un muitu nodevām, izdevumiem par dažādiem drukas darbiem un atalgojuma pārstāvim, kas interesentiem sniedz paskaidrojumus un pieņem pasūtījumus. Lai samazinātu pārstāvja izdevumus, bieži vairākas firmas apvienojas un izsūtītu kopīgu pārstāvi.^{10/} Meses un izstādes var daudz no savas nozīmes zaudēt, ja tās notiek pārāk bieži vai arī, ja trūkst nepieciešamās organizācijas.

Lielākās meses, kas varētu arī Latvijas eksportierus interesēt, ir Leipcigas, Parīzes, Lionas, Karalauču u.c. meses.

Leipcigas mese notiek 2 reizes gadā - pavasarī un rudenī.

^{10/}Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 71. lpp.

Šī gada pavasara mese sākās 1. martā un tajā piedalījās ap 9.000 izstādītāju, starp kuriem 914 bija ārzemju firmas^{11/} no 22 valstīm. Leipciņas rudens meses nekad apmēra ziņā nerasniedz pavasara meses. Tā 1936. g. rudens mesē piedalījās 5.148 izstādītāji.^{12/} Galvenokārt Leipciņas mesē reprezentētas sekošas branžas: tekstilpreces, mūzikas instrumenti, stikla un porcelāna ražojumi, mājturības priekšmeti, mēbeles, papīra preces, rotaļlietas, sporta piederumi, ķīmiskie un kosmētiskie artikiļi u.c. Šā gada Leipciņas pavasara mesi apmeklēja ap 30.000 ārzemnieki, starp tiem arī daudzi no Latvijas.

Attiecībā uz izstādēm, tad Latvija ir piedalījusies 1935. g. Briseles pasaules izstādē un šogad piedalās Parīzes pasaules izstādē.

11/ Sk. "Jaunākās Ziņas" 1937. g. 1. marta 48. nr., 1. lpp.

12/ Sk. "Jaunākās Ziņas" 1936. g. 1. septembra 197. nr., 5. lpp.

3. Tirdzniecības kameras.

Jāatšķir iekšzemes un ārzemes tirdzniecības kameras. Iekšzemes tirdzniecības kameru uzdevums, kā to izsaka Latvijas 1934. g. 30. dec. likums par tirdzniecības-rūpniecības kameru, ir: pārstāvēt un veicināt tirdzniecību un rūpniecību, līdzdarboties pie saimniecisku likumu izstrādāšanas, piedalīties pie tirdzniecības līgumu noslēgšanas, sniegt ziņas valdības iestādēm par tirgotāju vajadzībām, pārstāvēt tirgotājus starptautiskā dzīvē un sniegt ziņas par saimnieciskiem apstākļiem iekšzemē un ārzemēs.

Latvijas Tirdzniecības-rūpniecības kamera sastāv no 90 locekļiem un 45 kandidātiem, tos ieceļ finanču ministrs uz kameras prezidija priekšlikumu. Amats ir goda amats. Kamera uzdevumu veikšanai locekļu sagrupējas 7 dažādās sekcijās: 1/ tirdzniecības, 2/ rūpniecības, 3/ kugniecības, 4/ kredita, 5/ apdrošināšanas, 6/ namsaimnieku un 7/ tirgotāju un rūpnieku biedrību sekcija. Dažās valstīs, ņemot vērā ārējās tirdzniecības lielo tautsaimniecisko nozīmi, pastāv vēl speciālas eksporta sekcijas vai biroji.

Kameru pirmsākumi meklējami Francijā. 1650. g. Marseļā nodibināja "Chambre de commerce" kā brīvu tirgotāju apvienību. Tomēr drīz tā zaudēja savu raksturu kā brīvo apvienību un tagad Francijā, tāpat kā Vācijā un Austrijā, tirdzniecības kameras pamatojas uz likumu. Pavisam Francijā ir 117 kameras, Vācijā 114. Anglijā "Chambre of commerce" ir brīvas apvienības un juridiskas personas, pavisam, bez kolonijām, Anglijā pastāv 86 kameras, kuŗas ir apvienotas "Association of british chamber of commerce" ar sēdekli Londonā.^{13/} Arī U.S.A. pastāv 30 kameras kā brīvas apvienības, vecākā ir Ņujorkas, dibināta 1768. g.

Internacionālā tirdzniecībā sevišķu nozīmi iegūst ārzemju tirdzniecības kameras. Tās ir mazāk vai vairāk brīvas tirgotāju korporācijas, kuŗas sastāv no ārzemju tirgotājiem, parasti te ņem dalību arī attiecīgas valsts konsuls. Tā Francijai ir ārzemēs 35 tirdzniecības kameras, pirmo kameru Francija ierīkoja 1882. g. Londonā. Tagad Londonā pastāv tirdzniecības kameras Vācijai, U.S.A., Francijai, Italijai, Beļģijai un citām valstīm. Lai varētu labāk pildīt savus uzdevumus, šīs kameras lielākās tirdzniecības vietās apvienojas, tā

^{13/}Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 62.-64. lpp.

Londonā ārzemju tirdzniecības kameras apvienotas "Federation of foreign chambers of commerc".

Ārzemju tirdzniecības kameru uzdevums ir aizstāvēt izvedējas valsts tirgotāju intereses un veicināt sakaru attīstību starp abām valstīm. Tās arī informē tirgotājus par svarīgākiem notikumiem eksporta tirgū un stājas sakaros ar eksporta tirgus valsts iestādēm un saimnieciskām organizācijām. Šo kameru panākumi lielā mērā atkarājas no tā, cik tās prot propagandēt savas valsts ražojumus. Tā dažādās saimnieciskās sanāksmēs, banketos, rantos u.t.t., tās var mēģināt gūt draugus savai valstij, arī pateicoties savām pamatīgām tirgus zināšanām, tās var eksportierim dot labus padomus kā tam jārikojas apkalpojot noteiktu valsti.

4. Aukcioni.

Lielākās tirdzniecības vietās, piemēram, Londonā, Hamburgā, Amsterdamā u.c., notiek preču pārdošana publiskās izsolēs. Šādi aukcioni var notikt rēgulāri katru dienu, nedēļu u.t.t., vai arī nerēgulāri. Nerēgulārie

aukcioni parasti tiek izsaukti no kāda neparedzēta gadījuma, piemēram, prece cietusi avāriju, pircējs nespēj maksāt, neizdevīga konsignācija u.c. Šādos gadījumos eksportierim jāmēģina pēc iespējas ātrāk un izdevīgāk precī pārdot, lai neceltos lieki preces uzglabāšanas izdevumi. Dažreiz arī aukcionu tiek lietāti, lai kādu precī, kuŗa līdz šim te nav ievesta, izplatītu plašās patērētāju masās un tā arī turpmāk tai sagādātu tirgu.

Lieltirdzniecībā aukcionu parasti notur mākleris, retāk speciāls aukcionators.^{14/} Lai dotu pircējiem iespēju ar precī iepazīties, aukcionu tiek iepriekš izziņoti. Ja prece nav aukcionu vietā, tad izpalīdzas ar paraugiem. Precī iegūst vairāksolītājs, tam to "piesit", bet ja divi sola vienādu cenu, bet neviens vairs augstāku cenu nesola, tad izšķir ar lozi, kam prece piekrīt. Pie nosolīšanas, ja prece atrodas uz vietas, parasti arī tūlīt jāsamaksā, ja prece ir publiskās noliktavās, tad jāiemaksā 20-25% par ko saņem "Wieght Note". Ja pircējs savus pienākumus nepilda, pārdevējs var precī pārdot un pircējam jācieš cēlušies zaudējumi.

Eksportierim aukcionu dod sekošas priekšrocības:

^{14/}Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 214.-222. lpp.

ar aukcionu palīdzību ir iespējams viegli un ātri pārdot lielus vairumus preču. Tā kā šeit saplūst daudzi pircēji, kuri savā starpā sacenšas preces iegūšanā, tad dažreiz arī izdodas iegūt labas cenas. Aukcionus var izlietāt arī visos tajos gadījumos, kad likums piešķir tiesības precī pārdot uz cita rēķina. Bez tam aukcionos maksātās cenas dod eksportierim iespēju kontrolēt komisnāra darbību.

Bet ir arī negatīvās puses. Aukcionus var apmeklēt pircēji ar vāju pirktgribu vai arī dabūt zināt, ka preču īpašnieks ir spiests precī pārdot un solīt ļoti at- turīgi. Arī pircēji var iepriekš norunāt, ka par zināmu cenu vairāk neviens nesolīs, lai pēc tam iegūto profitu pēc atslēgas savā starpā sadalītu.

B. Institūti netiešai ārējās tirdzniecības
veicināšanai.

1. Konsulāti.

Eksportierim nepieciešami iegūt informāciju par ārzemju tirgus stāvokli, valūtas politiku, importa politiku, muitas likmēm, transporta noteikumiem u.t.t. Pretēji preču iepirkšanai, ko var izdarīt pēc saviem ieskatiem, preču pārdošanā eksportierim jāpiemērojas attiecībām, kādas pastāv eksporta tirgū, tāpēc arī ir mēģināts kā no valsts, tā arī no privātiem, pētīt ārvalstu saimnieciskās dzīves norisi.

Ar internacionālās tirdzniecības attīstību, radās vajadzība ārzemēs ierīkot institūtus, kas aizstāvētu izvedējas valsts intereses dažādās saimnieciskās dzīves nozarēs. Vispirms šos uzdevumus uzticēja kādam ārzemēs dzīvojošam tirgotājam; tā radās t.s. goda konsuli. Bet pieaugot šo konsulu nozīmei, bija nepieciešami tos atvietot ar krietniem, izglītotiem ierēdņiem ar plašām administratīvām un juridiskām zināšanām. Tā goda konsulu vietā stājās karjēras konsuli.^{15/}

^{15/}Sk. R. Sondorfer "Die Technik des Welthandels" I.Bd., 1912., 11. lpp.

Ziņas dažādos saimnieciskos jautājumos konsuli parasti sniedz rēgulāri vai nu katru mēnesi, gada ceturksni vai arī retāk. Šādas ziņas, par jautājumiem, kas tiem liekas svarīgi, tie var iesūtīt arī uz savas iniciatīves vai arī valsts iestādes tiem uzdod informēt. Eksportieris šādā veidā var iegūt ļoti vērtīgu informāciju, kas tam citādi būtu grūti sagādāt.

Arī paši eksportieri var griezties tieši pie konsulātiem. Šādos gadījumos ieteicams lietāt gatavus formulārus ar jautājumiem, uz kuriem grib dabūt atbildes, piemēram:

- 1/ Vai šo preci iespējams tur pārdot?
- 2/ Kādi būtu noņēmēji?
- 3/ Kādos daudzumos?
- 4/ Kāda cena paredzama?
- 5/ Vai cena jāuzdod fob vai cif?
- 6/ Kāds norēķināšanās veids un maksāšanas noteikumi ir ieteicami?
- 7/ Kādas ir muitas un transporta noteikumi?
- 8/ Ar kādiem importa ierobežojumiem jāreķinājas u.t.t.?

Saņemot šādus pieprasījumus, konsulāti centīsies sniegt pēc iespējas izsmeļošāku informāciju.

Arī ārzemju imporieri var griezties pie konsulātiem un ziņot savas vajadzības, bet tie savukārt informē savu valstu ārlietu vai finanču ministrijas, kurās ziņas nodod attiecīgām saimnieciskām organizācijām. Arī pie tirdzniecības līgumu noslēgšanas konsuliem ir liela nozīme. Ja valsts sevišķi lielu vērību piegriež saimnieciskiem sakariem ar zināmu ārvalsti, tad pie konsulārām pārstāvniecībām par sekretāriem tiek piekomandēti saimnieciski sagatavoti darbinieki un pie sūtniecībām uzturēti speciāli tirdzniecības atašēji.

Arī Latvijā Ārlietu un Finanču ministrija kārtoti atējās tirdzniecības lietās. Ārlietu ministrijā koncentrējas dažādu valstu konsulātu iesūtītie ziņojumi, kurus tā kopo un piesūta Tirdzniecības - rūpniecības kame-
rai vai citām organizācijām. Latvijas konsulārā reglamentā^{16/} tieši ir uzsvērts, ka konsulu pienākums ir aizstāvēt Latvijas intereses un tiesības, it īpaši tirdzniecības, rūpniecības, kugniecības, lauksaimniecības, finanču un citās oikonomiskās dzīves nozarēs un veicināt saimniecisko sakaru attīstību starp abām valstīm. Konsuliem vērīgi jāseko saimnieciskās, politiskās un

16/Sk. "Valdības Vēstnesī" 1935. g. 7. decembra 279. num.
1. lpp.

kultūrālās dzīves norisei savā darbības iecirknī un jāziņo Ārlietu ministrijai visos jautājumos, kas varētu interesēt saimnieciskās aprindas.

2. Bankas.

Eksportiera kapitāla lielums darījumu financēšanai atkarājas no apgrozības lieluma, piegādāšanas un maksāšanas noteikumiem, noņēmēja kapitāla spējas, konjunktūras un sezonas. Skatoties pēc eksporta tirgū pastāvošām maksāšanas parašām, eksportieris ir spiests ne tikai preču pretvērtību, bet arī dažādos izdevumus, izlikt un samaksu saņemt tikai pēc ilgāka laika, tādēļ arī eksporta financēšanai ir vajadzīgs lielāks kapitāls, kā iekšējās tirdzniecībā. Arī ja eksportieris pāriet no lētākām precēm uz dārgākām, no fob uz cif, vai no cif uz cif duty paid, no lieltirgotājiem piegriežas patērētājiem, tad pieaug vajadzība pēc financēšanas kapitāla.

Lai varētu spriest par vajadzīgā kapitāla lielumu un uzņēmumu neapgrūtinātu ar liekiem izdevumiem, eksportierim jāuzstāda vajadzīgā kapitāla iepriekšējs aprēķins.

Šeit jāņem vērā apgrozības lielums, kapitāla apgrozības ātrums, eksporta saimniekošanas izdevumi un cik ātri kapitāls pieaugs ar peļņu.

Vajadzīgo kapitālu eksportieris var sagādāt vai nu no saviem līdzekļiem, vai ņemot kreditu no privātiem vai valsts kredīta institūtiem. Novērtējot savus eksporta darījumu financēšanai nolemtos līdzekļus, eksportierim jāņem vērā, ka eksporta tirdzniecībā aiz dažādiem iemesliem maksājumi bieži termiņos neienāk, tādēļ nepieciešami radīt pietiekošu rezervi, lai varētu savas uzņemtās saistības kārtīgi pildīt.

Ja eksportieris nāk pie slēdziena, ka viņa paša līdzekļi eksporta financēšanai ir nepietiekoši, tad pirms tas izšķiras griezties pie kredīta institūtiem, tam jāapsver vai vajadzīgo kapitālu nevar sagādāt lētākā veidā. Šeit jāņem vērā, vai nebūtu izdevīgāk dibināt tirdzniecības sabiedrību, piemēram, komandit-, atklāto- vai akciju sabiedrību. Arī var mēģināt pievilkt dažas kapitālspējīgas personas kā klusos biedrus. sevišķi izdevīgi var būt, ja izdodas pievilkt tādas personas, kuras tieši vai netieši ir ieinteresētas pie eksporta, piemēram, izejvielu un pusfabrikātu ražotājus,

speditorus, rederejas u.c. Beidzot kapitālu var sagādāt, un tai pašā laikā arī apgrozību palielināt, ja izdodas kā līdzdalībniekus pievilkt ārzemju noņēmējus.^{17/}

Ja minētos veidos nav iespējams dabūt kapitālu, tad jāgriežas pie bankām. Vajadzīgo finansiālo atbalstu var dot izvedējas valsts, eksporta tirgus vai kādas trešās valsts kredita institūti. Jo drošāki kredita devējam liksies eksportiera sniegtie nodrošinājumi, jo uz vieglākiem noteikumiem arī beidzamais dabūs vajadzīgo kapitālu.

Bez rīcības kapitāla, bankas arī izsniedz kreditu diskontējot eksportiera trattas, lombartizējot preces, uzņemoties garantijas u.t.t. Piešķirot kreditu parasti tiek fiksēta zināma summa līdz kurai eksportieris var brīvi disponēt. Pie preču lombartizēšanas transporta dokumenti jāindossē vai nu uz bankas ordri vai blanko, jo bankai jāiegūst īpašuma tiesības uz precī. Vēl bankas eksportierim var izsniegt kreditu ramboursa formā, t.i., uzņemoties eksportiera vekselus akceptēt. Šādi bankas akcepti var tikt piešķirti kā atsevišķiem darījumiem, tā arī līdz zināmai maksimālai kredita summai,

^{17/}Sk. C. Kapferer un J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 305. lpp.

kuŗas augstums atkarājas no eksportiera kredita spējas, preces un eksporta tirgus. Šādi banku akcepti, sevišķi ja tie ir izdoti no lielākām bankām, ir viegli un uz izdevīgiem noteikumiem katrā bankā diskontējami. Tomēr pastāvot valūtas kontrolei, klīringiem un kompensācijai, šī financēšanas forma saistīta ar grūtībām un rambours-bankas bieži atsakās izsniegt akceptus, jo nav drošības, ka noņēmājs vekseli samaksās.

Meklējot kreditu, eksportierim vispirms jāgriežas pie vietējām bankām. Šeit eksportierim tomēr jāievēro, vai viņš kā eksportieris pie kredita piešķiršanas tiek labvēlīgi novērtēts, vai arī priekšroka tiek dota iekšzemes tirgotājiem. Arī eksportierim jāņem vērā vai izvedējas valstī nav speciālas eksporta bankas un vai tās tālāk neorientējas uz zināmiem eksporta tirgiem. Lielākās izvedējas valsts bankas dažreiz eksporta tirgos uztur nodaļas, pie kuŗām eksportieris var griezties vai nu tieši, vai ar centrāles starpniecību. Šādām banku nodaļām var būt svarīga loma saimniecisko sakaru veicināšanā starp divām valstīm. Nodaļas pieņem noguldījumu, izdara pārvedumus, uzņemas inkasso u.t.t., bet galvenokārt kreditē izvedējas valsts eksportu. Tās arī centrāli informē par eksporta tirgu un pateicoties

personīgai koneksitātei ar eksporta tirgus noņēmējiem, var dot arī eksportierim uz tā pieprasījumu svarīgas ziņas par noņēmējiem. Tā, piemēram, 1933. g. Polija atvēra Argentīnā "Banco Polaco" ar 5.000 dolāriem kapitāla un 5-6 ierēdņiem. Īsā laikā šī nodaļa izvērtās par Polijas valsts bankas svarīgu valūtas avotu un lielā mērā veicināja tirdzniecisko sakaru attīstību starp abām valstīm.^{18/}

Ja vietējās bankas nevar sniegt vajadzīgo finansiālo atbalstu, vai arī piešķir kreditu uz neizdevīgiem noteikumiem, tad eksportierim jāgriežas pie ārzemju bankām. Šeit eksportierim, pamatojoties uz biržu kursu ziņojumiem, jāmēģina uztvert kādos internacionālos kapitāla un naudas tirgos ir pietiekoši brīvu līdzekļu, lai varētu tos par zemu % likmi izmantot. No tautsaimnieciskā viedokļa jāņem vērā, ka kredita institūti internacionālos naudas un kapitāla tirgos aizvelk ievērojamas summas kā rentes un provīzijas, kas nenāk par labu izvedējas valsts tautsaimniecībai. Arī ja ārzemju bankām ir zināms, ka izvedējas valsts bankas var sniegt tikai mazu finansiālu atbalstu, tad tās arī prātīs savu stāvokli izmantot un ievērojami var samazināt

18/Sk. "Jaunākās Ziņas" 1936. g. 16. okt. 236. nr., 5. lpp.

eksportiera peļņu.

Periodos, kad starpvalstiskos kapitāla un preču sakarus traucē nepārredzami politiski apstākļi, slikta konjunktūra, dempings u.c., bankas arī būs ļoti atturīgas kredita piešķiršanā un neapmierināsies ar normālajiem kredita nodrošināšanas līdzekļiem, bet prasīs valsts garantijas vai arī kredita apdrošināšanu.

3. Noliktavas.

Noliktavas preču uzglabāšanai pastāv lielākās ražošanas vietās, lielākās patēriņa vietās vai arī transita vietās. Noliktavu nozīme sevišķi liela pie precēm, kuŗas tiek tirgotas lielos apmēros un uzglabāšana prasa lielas telpas, kādas parasti eksportierim pašam nav. Noliktavu saimnieciskais uzdevums ir pārvarēt laika starpību starp ražošanu un patērēšanu, atvieglot preces pārdošanu un preces lombartizēšanu. Bez tam noliktavas uzņemas precis šķirot, sajaukt, iesaiņot, noņemt paraugus, nosacīt kvalitāti, apdrošināt, iekasēt samaksu, nomuitot un preces nosūtīt adresātam.^{19/}

19/Sk. J. Hellauer "Nachrichten und Güterverkehr" 1930.,
187. lpp.

Jāatšķir šādi uzglabāšanas veidi:

a/ Individuālais uzglabājums, kad katra tirgotāja nodotās preces tiek atsevišķi uzglabātas un tieši tās pašas nodotas atpakaļ.

b/ Kopējais uzglabājums, šeit atvietošanas preces tiek sajauktas un uzglabātas kopā. Nodevējam ir tiesība prasīt atpakaļ tikai nodoto daudzumu /dažreiz tiek atvilks manko, kas ceļas no preču stāvēšanas/. Saprotams, noliktavas turētājam jābaida pilnīga uzticība, ka netiks piejauktas sliktākas kvalitātes. Šiem darījumiem ir sevišķa nozīme labības tirdzniecībā.

c/ Īres uzglabājums, kad tiek izīrētas noteiktas telpas un parasti pats tirgotājs rūpējas par novietošanu un saņemšanu.

Noliktavas var būt vispārējas vai atsevišķām precēm, piemēram, labībai - elevātori, gaļai, olām u.t.t., noliktavas, kuņās tiek uzturēta noteikta temperatūra, petrolejai pastāv sevišķi tanki, kuņos petroleja tieši tiek iepumpēta no tanku kuņiem vai cisternām u.t.t.

Anglijā izšķir docks, wharves un warehouses. Docks un wharves atrodas pie ūdens ceļiem un parasti docks pieder doku savienībām vai publiskām apvienībām. Wharves Londonā atrodas tieši pie Temzes un pieder vai nu

privātiem uzņēmējiem vai personālām sabiedrībām. Warehouses atrodas pilsētās, bet ne pie ūdens ceļiem.

Par uzlabošanā nodotām precēm tirgotājs saņem vai nu vienkāršo noliktavas zīmi vai arī noliktavas zīmi šaurākā nozīmē un ķīlu zīmi. Pie divzīmju sistēmas vienu eksemplāru, kuŗu Francijā sauc par récépissé, Beļģijā cédoule, var izlietāt īpašuma tiesību pārvešanai; II eksemplārs - Francijā un Beļģijā varjants, tiek izlietāts preces ieķīlāšanai. Anglijā arī izdod varjantu un weight note /pie precēm, kuŗas vairumu nosaka garuma vienībās "gauge note" un pie precēm, kuŗas tirgo pēc skaita "not note"/.

Preču īpašnieks, kuŗš vēlas precī ieķīlāt, atdala varjantu no noliktavas zīmes un nodod kreditoram. Otrādi rīkoties nevar, jo nevar iepriekš nodot noliktavas zīmi un paturēt varjantu, jo likums neatļauj ieķīlāt tādu mantu, uz kuŗu turētājs īpašuma tiesības jau zaudējis. Lai nodibinātu ķīlu tiesības, varjants ir jāindossē vai nu blanko vai uz vārda, un jānodod kreditoram. Ar noliktavas zīmi, ja no tās atdalīts varjants, turētājs var rīkoties ar precī uzturot spēkā un ievērojot tiesības, kuŗas piekrīt ķīlu ņēmējam uz viņa rokās esošā varjanta pamata. Tāpēc precī var pārdot vai nu nosedzot

parādu vai pārvedot to uz ~~pašu~~ pircēju.

Mazāka nozīme tirdzniecības apgrozībā ir vienkāršai noliktavas zīmei, tomēr tai ir tā priekšrocība, ka viņu var izdot uz turētāju un īpašuma tiesības tiek pārnestas blankotradīcijas veidā. Pie unisma sistēmas pieturas vācu H.G.B.

Noliktavu zīmju galvenais uzdevums ir precī padarīt mobilāku, lai nevajadzētu pašai precei pāriet no rokas rokā. Varrantu var izlietāt lombardizēšanai, diskontēšanai un arī nodot kā nodrošinājumu pie kondokorenta un ramboursa kredita.

Uzglabāšanas maksu nosaka pēc tarīfiem, parasti par 50 vai 100 kg un noteiktu laiku, pie lielākiem vairumiem un ilgāka laika nāk nolaidumi. Bez tam ņem piemaksas par izkļaušanu, iekļaušanu, šķīrošanu un citiem darbiem.

"Hamburger Freihafen - Lagerhaus - Gesellschaft" kas pastāv no 1877. g. izdod variantus ar šādu saturu:^{20/}

1. Markas un numuri.
2. Maisu resp. saiņu skaits.
3. Saturs pēc nodevēja izteicieniem,
4. Brutto svars.

20/ Sk. J. Hellauer "Nachrichten und Güterverkehr" 1930., III pielikums.

5. Sabiedrības atbildība.

6. Paraksti.

7. Datums.

Otrā pusē.

1. Pārvedes.

2. Atpakaļ izsniegta prece.

Attiecībā uz atbildību, tad noliktavas turētājs atbild par "Sorgfald eines ordentlichen Lagerhalters". Tā neatbild par bojājumiem kas cēlušies no preces dabiskām īpašībām, iesaiņojuma defektiem, forse majeure un dažreiz neatbild arī uguns nelaiemes gadījumos.

4. Ziņu biroji un citi informācijas avoti.

Tagadnē, sakarā ar lielo konkurenci, tirgotājiem ir jāiet kredita piešķiršanā ciktāl vien iespējams nopēmējiem pretim. Tomēr, lai pasargātos no zaudējumiem, pirms tirgotājs stājas sakaros ar nepazīstamu firmu, tam svarīgi ir iegūt ziņas par kontrahenta maksāšanas spējām un vai tas kārtīgi pilda uzņemtās saistības. Ziņas var iegūt no veikala draugiem, bankām, biržām,

konsulātiem, tirdzniecības kamerām, eksportieņu apvienībām, ziņu birojiem un citiem avotiem.

Parastākais un vienkāršākais ceļš ir ziņu ievākšana no veikala draugiem. Šim veidam ir tā priekšrocība, ka neprasa gandrīz nekādus izdevumus, bet šādām ziņām bieži trūkst objektivitātes un veikala draugs aiz konkurences vai citiem iemesliem var sagrozīt vai noslēgt faktus par ziņojamo personu.

Privātsaimnieciski institūti, ar uzdevumu sniegt tirgotājiem un rūpniekiem izziņas par noņēmēju kredītspējām, ir ziņu biroji. Šo biroju archīvos ir sakopots viss, kas par zināmu firmu ir parādījies presē, ko ziņu biroji ieguvuši no saviem korespondentiem, no valsts iestādēm un citiem avotiem. Arī ziņu biroji dažādās valstīs stāv viens ar otru sakaros un apmainās ar savstarpēju informāciju. Ziņas tiek sniegtas pret noteiktu atlīdzību. Lielākie amerikāņu un angļu ziņu biroji izdod t.s. referencgrāmatas, kuŗas dod iespēju ātri informēties par jeb kuŗu firmu.

Ievērojamākie ziņu biroji ir: Vācijā W. Simmelpfenga ziņu birojs, Amerikā "The Brodstreet Company" un "Dun u. Co" u.c.

Latvijā ziņu birojs pastāv pie tirdzniecības-rūp-

niecības kameras.

Kā trūkums ziņu birojiem būtu tas, ka tie par sniegtām ziņām neuzņemas nekādu atbildību, arī ziņas bieži ir novecojušās un tiek sniegtas pēc viena šablona, neņemot vērā noņēmēja īpatnības. Arī ne katrs ziņu birojs varēs par kaut kuŗu firmu sniegt izziņu, sevišķi eksporta tirgzniecībā kā informācijas avoti kristu svarā galvenokārt lielāki ziņu biroji, kuŗiem ir plaši sakari dažādās valstīs. Saņemot šādu izziņu, eksportierim tomēr ir ieteicams to pārbaudīt ar informāciju no citiem avotiem.

Samērā labs līdzeklis ir, lai iegūtu informāciju par noņēmēja bonitāti, ja eksportieris izrauga kādu ārzemēs dzīvojošu savas valsts pilsoni, kuŗam uzdod informēt.^{2/} Bez informācijas par pircēju kredita spējām, šādas uzticības personas var uzņemties pētīt eksporta tirgus uzņemšanas spējas, konkurenci, noņēmēju vajadzības u.t.t. un dot eksportierim svarīgu informāciju par noieta izredzēm. Tālākie šo uzticības personu pienākumi būtu:

Tiem jākontrolē preču konsignācija, sekojot ienākošām un izejošām precēm, jārevidē noliktavu grāmatas,

2/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 238. lpp.

jākontrolē iegūtās cenas un tās jāsalīdzina ar tirgus cenām, jāizdara konsignācijas preču apdrošināšana, jānokārto muitu formālitātes u.t.t.

Tālāk, tiem jāizdara pārdoto preču apskatīšana un jākonstatē vairums un kvalitāte, lai varētu novērst eventuālās piroēju reklāmācijas.

Vēl uzticības personām var uzdot intervēt pie pārādnieku konkursa, likvidācijas un administrācijas, dažreiz tām uzdot arī iekasēt pienākušās summas.

Lai visus šos daudzpusīgos pienākumus varētu veikt, uzticības personas jāizrauga ar plašām komerciālām un tehniskām zināšanām un eksportieris tikai tad varēs cerēt uz bezpartejisku, lietpratīgu un enerģisku viņa interešu aizstāvēšanu, ja spēs tām maksāt arī pienācīgus honorārus.

O T R Ā D A Ļ A .

EKSPORTA TIRDZNIECĪBAS ORGANIZĀCIJA IMPORTA VALSTĪ.

I. EKSPORTA TIRGUS ANALĪZE.

A. Eksporta tirgus ģeografiskais stāvoklis.

Eksporta tirgus pirktspējas un līdz ar to importa apmērs, atkarājas no dažādiem apstākļiem. Vispirms valsts ģeografiskais stāvoklis, zemes bagātības, klimats un iedzīvotāju kultūrālais līmenis ietekmē eksporta tirgus uzņemšanas spējas.

Par atsevišķa eksporta tirgus ģeografisko stāvokli, klimatu u.t.t., eksportieris gūst ieskatu no speciālās ģeografijas. Ja eksporta tirgus atrodas tālu no svarīgākiem saimnieciskiem un politiskiem centriem, tad eksportierim jāreķinas ar sakaru nodibināšanas grūtībām un arī eksporta risks palielināsies. Ja eksporta tirgus sastāv tikai no salām vai pussalām, tad parasti šādos tirgos pastāv cenšanās norobežoties no ārzemju precēm. Arī augstas kalnu grēdas, nekugošanas upes un neizdevīga krastu forma kavē eksporta tirdzniecības attīstību.^{1/}

^{1/} Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 17. lpp.

Svarīgs faktors tirgus analīzē ir klimats. Ja eksporta tirgu bieži piemeklē lietus gāzes, liels sausums vai salnas, tad arī ražas būs ļoti svārstīgas. Laba raža, pastāvot labvēlīgiem klimatiskiem apstākļiem, ceļ lauksaimnieku pirktspējas un modina jaunas vajadzības. Sevišķi tādos eksporta tirgos, kuŗos ražo tikai dažus produktus, bet tos lielos vairumos /monokultūras/, sliktas ražas ievērojami samazina lauksaimnieku ienākumus un tie būs spiesti atteikties no ārzemju precēm.

Vēl klimatiskie apstākļi jāņem vērā izvēloties preces iesaiņojumu. Tā sausā klimatā eksportierim jārēķinas ar preces sažūšanu, mitrā ar puvumu un pelējumu un attiecīgi jāizvēlas iesaiņošanas materiāls, piemēram, staniols, mucas, kannas u.t.t. Ja noņēmējam ar to celsies zaudējumi, ka eksportieris nepazīst importa zemes klimatiskos apstākļus, tad vai nu noņēmējs cels par bojāto precī reklamācijas, vai arī piegriezīsies citiem konkurentiem.

Pēc ģeografisko apstākļu novērtēšanas jāpiegriež vērība eksporta tirgus iedzīvotājiem. Šeit jāņem vērā iedzīvotāju skaits, uz laukiem un pilsētās dzīvojošo skaits, iedzīvotāju nacionālitate, reliģija, sadalījums pēc nodarbošanās u.t.t. Tomēr ne katrreiz valstis ar

lielāko iedzīvotāju skaitu ir arī labākie eksporta tirgi, piemēram, sakarā ar pastāvošiem saimnieciskiem apstākļiem, lielākās iedzīvotāju daļas pirktspējas var būt tik zemas, ka tie nespēj zināmu preci nopirkt. Arī ja vajadzības galvenokārt sedz vietējā ražošana, tad eksporta tirgum ir maza nozīme.

Attiecībā uz nacionālītāti, eksporta tirgus var būt apdzīvots galvenokārt no vienas tautas piederīgiem vai arī no dažādām etniskām minoritātēm. Ja iedzīvotāji pa lielākai daļai ir vienas nācijas piederīgie, tad arī vajadzības un patēriņš būs viengabalaināks, turpretim dažādu nāciju piederīgie parasti izrāda dažādas vajadzības. Dažos eksporta tirgos tirdzniecība un rūpniecība atrodas sveštautiešu rokās. Šādos gadījumā eksportiera preču noiets var atdurties uz grūtībām, jo šie tirgotāji pēc iespējas centīsies importēt no savas dzimtenes. Arī ja vietējie tirgotāji pieder tādai nācijai, kuras politiskā vai saimnieciskā izturēšanās pret izvedējas valsti nav draudzīga, tad tie kavēs importu arī vēl tad, ja eksporta tirgus iedzīvotāju noskaņojums pret eksporta valsti būtu labvēlīgs.

Eksporta tirgus uzņemšanas spēju noteikšanu vēl komplicētāku padara dažādās reliģijas. Reti kādā eksporta

tirgū iedzīvotāji ir tikai vienas ticības piederīgie, visbiežāk dažādu, no kurām dažas ievērojami ietekmē vajadzību apmierināšanu, citas nemaz neiejaucas, piemēram, muhamedāņi nelietā cūkas gaļu un būtu pilnīgi nepareizi mēģināt bekonu novietot šādos tirgos.

Tālāk eksportieri var interesēt iedzīvotāju sadalījums pēc nodarbošanās.^{2/} Atsevišķu eksporta tirgu iedzīvotāju pirktspēju avoti ir: lauksaimniecība, rūpniecība, tirdzniecība, satiksme, kalnrūpniecība, zvejniecība, un kapitāla saimniecība. Skatoties pēc ģeografiskiem apstākļiem, atsevišķās valstīs viena vai otra nozare ir pārsvarā vai arī dažas pavisam iztrūkst. Ja eksporta tirgus ir industrijas valsts, tad to pirktspējas ietekmēs gatavu fabrikātu eksports uz agrārām valstīm un pastāvot agrārās valsts sliktai konjunktūrai vai sliktām ražām, samazināsies eksports un līdz ar to var izsaukt zināmā nozarē nodarbināto iedzīvotāju ienākumu samazināšanos. Ja eksportieris meklē noietu tādās valstīs, kas galvenokārt ražo izejvielas, piemēram, kokvilnu, dzelzi, gumiju, kafiju, labību u.t.t., tad tam jāņem vērā šo izejvielu cenu kustība pasaules tirgū. Pastāvot labām cenām, ekspor-

2/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 37. lpp.

tieris var cerēt uz pirktspēju un līdz ar to arī ievēduma palielināšanos, turpretim ja šo produktu cenas sāk kristies, eksporta preču noiets samazināsies.

Par nodarbes palielināšanos, resp. samazināšanos atsevišķās saimnieciskās nozarēs, eksportieris var gūt ieskatu no agrārās vai industrijas statistikas. Agrārā statistika aptver zemkopību, lopkopību, dārzkopību un mežkopību. Statistika uzdoņ nodarbināto personu skaitu, saimniecību skaitu, ienākumu lielumu, izlietāto kreditu u.t.t. Industrijas statistika aptver pārtikas vielu, izejvielu, pusfabrikātu un gatavu fabrikātu ražošanu. Arī šeit tiek uzdots nodarbināto strādnieku skaits, kopējā produkcija, patērētais enerģijas daudzums un ieguldītais kapitāls. Salīdzinot šos datus par vairākiem periodiem, eksportieris var spriest, vai nodarbe zināmā nozarē ir paplašinājusies vai sašaurinājusies. Sašaurināšanās nozīmē, ka eksportierim jāreķinas ar izejvielu, pusfabrikātu un ražošanas līdzekļu importa samazināšanos, turpretim ja eksportiera precēm jāsacenšas ar vietējās rūpniecības ražojumiem, tad nodarbes samazināšanās zināmās nozarēs nozīmē konkurences mazināšanos.

Vēl eksportierim jāņem vērā iedzīvotāju darba intensitāte un saimnieciskā uzņēmība. Tieši eksportā vis-

skaidrāk parādās Smissa uzskatu pareizība, ka tikai darbs ir visu vērtību radītājs; nekad nekāda valsts nevarēs ārzemēs izdarīt plašus iepirkumus, ja importa pretvērtību nesagādās ar darbu, tādēļ eksporta tirgi, kuņu iedzīvotāji ir strādīgi un centīgi, arī būs ar lielākām uzņemšanas spējām.^{3/}

Attiecībā uz saimniecisko uzņēmību, tad tā ievērojami ietekmē eksporta tirgus saimniecisko dzīvi. Ja saimniekojošie subjekti konservatīvi turas pie vecām darba metodēm, izturas noraidoši pret tehnikas jauninājumiem u.t.t., tad bieži ar šādu saimnieciskās domāšanas nekustību ir arī izskaidrojami zināmā eksporta tirgus mazie saimnieciskie panākumi un plašu tautas slāņu zemās pirktspējas.

Arī saimnieciskā uzņēmība ceļ iedzīvotāju vajadzības un ietekmē importa preču sastāvu. Tā eksporta tirgos, kuņu iedzīvotāji pret dažādiem jauninājumiem izturas noraidoši, ir iespējams novietot savu laiku pārdzīvojušas preces vai arī tieši jāražo šādas, citur nekur neejošas preces. Šāda konservatīva turēšanās pie pastāvošām patēriņa parašām var tiktālu noiet, ka pat mazākās pārmaiņas preču kvalitātē vai iesaiņojumā izsauca strauja noieta samazināšanos, piemēram, Ķīnā, Indijā,

^{3/}Sk. W. Schück "Handbuch der Exportpraxis" 1931., 19. lpp.

dienvīdus un vidus Amerikā, Afrikā un citur, iedzīvotāji ikdienišķām vajadzībām preces pērk pēc pazīstama iesaiņojuma, izrotājuma, zīmējumiem, tirdzniecības markām u.t.t., un ja kādu no tiem eksportieris maina, parasti preču apgrozība samazinājas. Arī ja eksportieris pirmo reizi mēģina savu preci novietot šādos tirgos, tas atdursies uz grūti pārvaramu noņēmēju pretestību un pat arī vēl tad, ja preci piedāvā augstākas kvalitātes un par zemāku cenu. Dažreiz pat par dempinga cenām vietējie tirgotāji atsakās pirkt jauno vai pārveidoto preci.

B. Polītiskās attiecības eksporta tirgū.

Vai eksporta tirgū pastāv monarchistiska vai demokrātiska valsts iekārta, tas eksportierim ir maz svarīgi, lielāka nozīme ir, vai pārvalde ir centralizēta vai decentralizēta. Pie centralizētas pārvaldes visa politiskā un saimnieciskā dzīve tiks vadīta no viena centra, ^{piē} decentralizētas vai feodālas pārvaldes valsts sadalās apgabalos, kuriem katram ir savs politiskais un saimnieciskais centrs. Pastāvot decentralizācijai, eksportierim jāņem vērā katra apgabala politiskās attiecības, kas padara

komplīcētāku eksporta tirgus uzņemšanas spēju noteikšanu.

Vēl eksportierim no liela svara, vai eksporta tirgū saimnieciskā politika ir liberāla vai plānsaimnieciska. Pie liberālas saimnieciskās politikas valsts centīsies tikai tiktāl attīstīt atsevišķas ražošanas nozares, cik tām ir dabīgs pamats. Zem dabīga pamata būtu jāsaprot: lētas izejvielas, lēts, apmācīts darba spēks, labi dabiskie spēka avoti, tuvums pie lielākiem satiksmes ceļiem u.t.t. Turpretim citādi ir pie plānsaimnieciski vai autarķiski noskaņotas saimnieciskās politikas. Cenzdamies pēc saimnieciskas patstāvības, valsts veicinās pat tādas ražošanas nozares, kurām jādarbojas pie visneizdevīgākajiem apstākļiem un kuŗas ražo daudz dārgāk, kā zināmu preci var iegūt pasaules tirgū. Parasta parādība arī ir, ka vietējie ražotāji cenšas panākt, lai valsts aizliedz ievest ārzemju konkurentu preces, bet lai atļauj ievest tiem nepieciešamās izejvielas un pusfabrikātus. Pie šādiem apstākļiem importa vērtība bieži nesamazinājās, bet ievērojami mainas importa sastāvs, jo tagad gatavu ražojumu vietā dominēs izejvielas un pusfabrikāti.^{4/} Tā zināmai eksporta valstij ne vienmēr tas

4/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 131. lpp.

nāk par sliktu, ja importa valsts veicina vietējo ražošanu un samazina līdz šim importēto preču daudzumu, bet tā vietā ir iespējams eksportēt svarīgas izejvielas un pusfabrikātus. Arī pieaugot nodarbei un rodoties jaunām ražošanas nozarēm, iedzīvotāju pirktspējas celsies un tie var sākt pieprasīt augstvērtīgus ārzemju ražojumus.

Tomēr parasti eksportierim jāērēķinas ar citādu attīstības procesu. Pabalstīta ar tiešām vai netiešām subvencijām, prohibītvām muitām, nodokļu atvieglojumiem, lētu kredītu u.t.t., vietējai rūpniecībai ir iespējams mest tirgū lētākus produktus un izspiest ārzemju konkurenci, kurai jau tā jāērēķinas ar dažādiem importa apgrūtinājumiem. Bieži vietējā rūpniecība arī kopē ārzemju preču paraugus un mazāk izsmalcināts pircējs ātri pāries uz mazvērtīgāko iekšzemes ražojumu patēriņu. Dažreiz šis attīstības process noslēdzas ar kvalitātes preču ražošanu, jo uzņēmīga tauta ātri piesavināsies vecu, attīstītu industrijas valstu ražošanas tehniskos paņēmienus. Vispār, pastāvot eksporta tirgū autarķijas tendencēm, eksportieris tikai retos gadījumos var cerēt uzturēt līdzšinējo noietu.

Valsts saimnieciskā politika var iziet ne tikai uz nacionālās ražošanas paplašināšanu, bet arī uz tās sašau-

rināšanu. Pie šādiem paņēmieniem valsts vai uzņēmēju koalīcijas ķeras tad, ja kādā nozarē ražošanas kapacitāte pārsniedz vietējā tirgus vajadzības. Dažos gadījumos sašaurināšanai nav sakara ar vietējā tirgus uzņemšanas spējām un ražošanas kapacitāti, bet lai uzturētu cenas pasaules tirgū. Šādā nolūkā, piemēram, kokvilnas, labības, gumijas, tējas, kafijas u.c. branžās, bieži tiek ne tikai ražošana sašaurināta, bet arī jau esošie krājumi iznīcināti.

Pastāvot pārprodukcijai, valdība aizliedz ierīkot jaunus uzņēmumus, paplašināt pastāvošos un pavēl ražošanu samazināt. Lai to panāktu, valdība ķeras pie uzņēmumu koncesionēšanas, aizliedz importēt ražošanas līdzekļus un nosaka izejvielu kontingentus. Tā 1931. g. Brazīlijas valdība aizliedza ievest mašīnas un 1933. g. šis aizliegums vēl tika pagarināts līdz 1937. g. Aizliegums attiecās uz šādām ražošanas nozarēm: tekstila, apavu, cukura, papīra un sērskociņu, kurās pēc valsts vīru domām ir sasniegta pietiekoša kapacitāte. Importa atļaujas izsniedza tikai tad, ja tiešām vecās mašīnas bija nepieciešami atvietot ar jaunām, un valdība arī sekoja, lai vecās mašīnas tiktu salauztas.^{5/}

5/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 78. lpp.

Tālāk eksportieri var ieinteresēt valsts finanšu politika un finanšu saimniecības stāvoklis. Katrā valstī paredzamiem ieņēmumi un izdevumi tiek sakopoti budžetā. No budžeta eksportieris var spriest par iedzīvotāju pirktspēju attīstību un vai nav sagaidāmi importa ierobežojumi. Ja vairākus gadus no vietas budžets ir vienāds, tad tas norāda uz saimniecības stabilitāti, turpretim ja budžets gadu no gada svārstās, tad jārēķinas ar dažādiem finanšu politiskiem līdzekļiem, ar kuriem valsts centīsies saskaņot izdevumus ar ienākumiem.

Apskatot budžetu, eksportierim optimistiskajām izredzēm tomēr jāpieiet ar skepsi. Valdības mērķis tiešām var būt vest izlīdzinātu budžetu, tomēr var rasties neatliekami izdevumi vai arī ienākuma posteņi nereālizējas un gada beigās rodas deficīts. Arī iestājoties citai konjunktūras fazei, paredzētie muitas ienākumi var neienākt un arī tiešo nodokļu ienākumi pie krītošas konjunktūras un mazas nodarbes samazināsies. Turpretim konjunktūras kāpiens izsauc pretējas parādības.

Ja iepriekšējā budžeta gadā ir bijis deficīts, tad parlamentā vai ministru kabinetā pie budžeta apspriešanas, vai nu mēģinās samazināt izdevumus, vai pacelt ienākumus. Parasti praksē tiek iets pa beidzamo ceļu. Svarīgākie

valdības lietātie līdzekļi ienākumu pacelšanā būtu: mui-
tu paaugstināšana, nodokļu skrūves pievilkšana un kredi-
tējoties iekšzemē vai ārzemēs.

Muitas paaugstināšana ne vienmēr izsauc ienākumu
palielināšanos, jo ceļoties cenām arī imports mazināsies.
Par daudz augstas muitas var iedarboties prohibitīvi un
veicināt kontrabandas preču ieplūšanu, bet no otras pu-
ses ar prohibitīvām muitām vietējās rūpniecības konkuren-
ces spējas aug. Tikai gadījumos, ja importētā prece ir
pilnīgi nepieciešama, paaugstinātas muitas dos arī lie-
lākus ienākumus.

Lai eksportieris varētu spriest, kā iedarbosies pa-
augstinātā muita uz viņam interesējošu preču importu,
tam svarīgi ir zināt, vai viņa prece tiek samaksāta ar
summām, kas domātas konstantiem izdevumiem vai variab-
liem. Katram iedzīvotājam ir zināmas vajadzības, kuŗas
viņš katrā ziņā, ienākuma robežās, apmierinās. Atvelkot
šos konstantos izdevumus, paliek atlikums, ko ienākuma
saņēmējs var pēc saviem ieskatiem brīvi izlietāt. Galve-
nie konstantie izdevumi būtu: uzturam, dzīvoklim, gais-
mai, siltumam u.c.; variablie izdevumi: apģērbam, bau-
dai, izpriecām u.t.t. Pēc Gossena, Mengera, Böhm-Baverka,
Viesera un citu tautsaimnieku uzstādītās galējās noderī-

guma teorijas iznāk, ka pircējs atteiksies no pieciešāmām precēm un, piemēram, tējas, tabakas, kafijas un modes artiķeļu importam jāsamazinās.^{6/}

Ja valdības izšķiras par nodokļu paaugstināšanu, tad tas var attiekties vai nu uz visām ienākumu grupām, vai arī tikai dažām. Ja valdība paaugstina ienākuma nodokli, tad tas budžeta gadā droši sagādās palielinātus ienākumus, bet no otras puses iedzīvotāju pirktspējas slīdēs uz leju, kas parādīsies uz tirgus, ka zināmu preču pieprasījums samazināsies. Arī ja valdība pastiprināti apliek tikai zināmas iedzīvotāju grupas, piemēram, tirgotājus, rūpniekus, kapitālistus un satiksmē nodarbinātos ar augstu apgrozības nodokli, augstiem koncesijas izdevumiem, zīmogmarkām un citos veidos, tad šo uzņēmēju pirktspējas samazināsies. Tomēr nodokļu skrūves pievilkšanai arī ir sava robeža /optimālais nodokļu ienākums/, pārlietu smagas nodokļu nastas samazinās ne tikai tiešo nodokļu kopējo ienākumu, bet arī netiešo.

Ja valdība negrib vai nevar paaugstināt pastāvošos nodokļus un muitas un arī citas iespējas palielināt ienākumus nav, tad valdībai jāņem kredīts. Kredītu arī var ņemt, ja budžetā nav deficīts, bet tas nepieciešams lai

6/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935, 106. lpp.

izvestu rūpniecības plānus, izbūvētu svarīgas satiksmes magistrāles, industriālizētu zināmus apgabalus, izvestu meliorāciju u.t.t. Tā kā bieži vietējais naudas un kapitāla tirgus nespēj dot tik plašus līdzekļus, tad jāgriežas pie ārzemēm. Ārzemes arī kapitālu dos, bet kredita noteikumus stādīs atkarībā no kredita mērķa, kredita ilguma un cik precīzi līdz šim zināma valsts ir pildījusi savas saistības. Kā drošību prasīs iekļāt muitu ienākumus, dzelzceļus, valsts uzņēmumus u.t.t. No eksportiera interešu viedokļa valsts kreditēšanās var nozīmēt iedzīvotāju pirktspēju samazināšanos, jo ārzemju parāda amortizācija un renšu maksājumi kā smags slogs gulsies uz visu eksporta tirgus saimniecību.^{7/}

Ja visi līdzekļi jaunu ienākumu sagādāšanā ir izlietāti, tad valdībai jāķeras pie izdevumu samazināšanas.

Turpretim, ja ienākumi pārsniedz izdevumus, tad atlikums tiks izlietāts vai nu parādu deldēšanai, rezervju uzkrāšanai vai arī tiks izdots citām pieciešamām vajadzībām. Dažos gadījumos, ja budžets ir realizējies ar pārpalikumu, valdība aiz sociālpolitiskiem iemesliem samazina muitas plaša patēriņa priekšmetiem, lai tie iekšzemē būtu dabūjami pēc iespējas par zemākām cenām. Tā apskatot

7/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 61. lpp.

budžetu, eksportieris var gūt ieskatu, vai sagaidāma maitu paaugstināšana resp. samazināšana un kādas eksporta šances dod iedzīvotāju pirktspējas.

Vēl eksportierim jāpiegriež vērība valūtas politikai. Ja eksporta tirgus valdība savai naudai uztur internacionālos kapitāla un naudas tirgos stabilu vērtību, tad valūtas problēma eksportierim atkrīt. Turpretim, ja valdība sakarā ar savu saimniecisko politiku valūtu devalvē, izved inflāciju vai deflāciju, tad eksportierim preču novietošanā var rasties sarežģījumi. Eksportierim valūtas politika sevišķi no svara tad, ja darījumus slēdz uz ilgāku laiku.

Pie inflācijas un devalvācijas eksporta tirgus valūtas internacionālais vērtējums samazinās un ja līgums kontrahēts devalvētā valūtā, eksportierim celsies lieli zaudējumi. Arī skatoties pēc tā, cik lielā mērā inflācija vai devalvācija ir izdarīta, eksportiera preču noiets atdursies uz grūtībām. Tā kā importierim vairs nebūs iespējams par tām pašām cenām iegūt ārzemju preces, tad vai nu imports samazināsies vai importieris piegriezīsies tām eksporta valstīm, kuŗas arī savu valūtu ir devalvējušas. Tā Latvijā pēc lata pielīdzināšanas angļu mārciņai, importieri novērsās no Vācijas un savus iepirkumus

izdarīja galvenokārt tajās valstīs, kurās savu valūtu bija atraisījušas no zelta un kur cenas līdz ar to bija zemākas.

Turpretim pie deflācijas, eksportieris iegūst peļņu no kursu diferences un noiets, sakarā ar eksporta tirgos relatīvu cenu krišanos, bieži palielinājās.

Vēl eksportierim jāpiegriež vērība, kādus līdzekļus lietā eksporta tirgus centrālais naudas institūts, lai uzturētu naudas vērtību. Ja maksājumi citām valstīm ilgstoši pārsniegs prasības, tad parasti valdība uzdod kontingendēt pārvēdumus uz ārzemēm. Svārstoties šiem kontingentiem, arī valūtas kurss svārstīsies un eksportierim var rasties zaudējumi. Eksportiera kursa risks samazinās, ja centrālais naudas institūts kursa rēgulēšanai lietā zeltu un sidrabu, bet šeit jāņem vērā, cik lieli ir dārgmetallu krājumi un vai centrālais naudas institūts tos labprāt izdod.^{8/}

Eksporta tirgos, kuŗi ir padoti stiprām sezonas svārstībām, mainīsies arī devīžu pārpalikums ar trūkumu. Tā agrārās valstīs labību, kokus, linus, kokvilnu u.t.t., eksportē lielos vairumos noteiktos gada laikos un bankās uzkrājas ievērojami devīžu daudzumi. Šādos gada laikos

8/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 66. lpp.

eksportierim būs iespējams maksājumus saņemt ātri un precīzi termiņos, bet pastāvot sliktai sezonai, maksājumi bieži termiņos neienāks.

Beidzot eksportierim no svara arī satiksmes saimniecības stāvoklis un satiksmes politikas mērķi. Ar labiem satiksmes ceļiem, lielu ātrumu un zemiem transporta izdevumiem eksportiera konkurences spējas aug. Valstis, kurās saimnieciskā dzīve nav attīstīta, parasti apmierinas ar primitīviem un laika apstākļiem padotiem satiksmes līdzekļiem. Bet tur kur saimnieciskās dzīves pulss sit straujāk, iedzīvotāji ir pratuši ar modernās tehnikas palīdzību pārvarēt zemes virskārtas nelabvēlīgos apstākļus un izbūvēt labus mākslīgus satiksmes ceļus. No satiksmes saimniecības stāvokļa arī eksportieris vislabāk var spriest par eksporta tirgus saimniecisko intensitāti.^{9/}

Lēns transporta palielina atsevišķa darījuma laiku un līdz ar to risku, arī iesaiņojuma izdevumi un renšu zaudējums palielināsies. Ātrs transports šos izdevuma posteņus samazina, tādēļ eksportierim no svara ir satiksmes politikas mērķi, vai valdība cenšas izbūvēt labus satiksmes ceļus un iegādāties tādus satiksmes līdzekļus, kas ceļ transporta ātrumu un drošību, vai arī satiksmei piegriež mazu vērību.

^{9/} Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 81. lpp.

C. Juridiskās attiecības eksporta tirgū.

Eksportierim ir no svara kā privātās tiesības, tā arī publiskās. Tā publiskās tiesības regulē ārzemnieku saimniecisko darbību, nodaļu dibināšanu, ārzemnieku tiesībās un pienākumus, ārzemju firmu ceļojošo agentu darbību u.t.t. No privātām tiesībām galvenokārt eksportieri interesē eksporta tirgū pastāvošās tirdzniecības tiesības. Ja eksporta tirgū tirdzniecības marķu aizsardzības tiesības ir neizveidotas, tad bieži tiek piekopta negodīga konkurence un vietējie tirgotāji atdarina ārzemnieku preču marķas. Vēl eksportieri var interesēt firmu tiesības un tiesības, kas regulē speciālu uzņēmumu darbību, piemēram, noliktavu turētāju, transportieru, banku, speditoru, komisionāru un citu saimnieciskā ķēdē ieslēgto locekļu tiesības un pienākumus. Arī noteikumiem par ārzemnieku piedalīšanos biržās, eksportierim jāpiegriež vislielākā vērība.

Ar pastāvošām tirdzniecības tiesībām jāsaprot arī pārdošanas noteikumi. Tomēr eksportierim jāievēro, ka dažādu klauzulu nozīme nav vienāda atsevišķās valstīs, piemēram, cf., cif., fob. u.t.t. nozīme Vācijā ir cita kā Anglijā vai Ziemeļamerikā. Arī noteikumi par tirdzniec-

cības darījuma spēkā stāšanos, tirdzniecības darījuma apstrīdēšanu, neizpildīšanas sekām un aizrādīšanas pieņēmumu var stipri atšķirties no izvedējas valstī pastāvošiem noteikumiem. No sevišķi liela svara eksportierim ir informēties par eksporta tirgū pastāvošām vekseļu tiesībām. Vekseļa drošība atkarājas ne tikai no parādnieka maksātspējām, bet arī vai tas ir īsts vekselis, vai pēc tā ir iespējams prasību piedzīt. Jau sen tirgotāji centās panākt vekseļu tiesību unifikāciju, bet unifikācijas ideja reālizējas tikai beidzamā laikā. Ženēvas konferencē 1930. g. pieņemto uniformo vekseļa likumu tagad ir ievēdušas sekošas valstis: Vācija, Austrija, Beļģija, Holande, Dānija, Norvegija, Zviedrija, Somija, Itālija, Portugale, Grieķija, Šveice, Japāna, Monāko un Francija. Šajās valstīs vekseļu tiesības ir vienādas, izņemot dažas nelielas atšķirības, kuŗas pielaiž uniformais vekseļa likums.

No savu tiesību aizstāvēšanas viedokļa, eksportierim jāpiegriež vērība vietējām tiesu iestādēm, notāriem, advokātiem un citiem justīcijas palīglocekļiem. Procesa izdevumi, procesa ilgums, piedzīšanas kārtība un tiesneša objektivitāte arī noteic, vai vispār iespējams rēķināties ar ātru maksājumu ienākšanu. Arī eksportierim jāņem vērā,

vai noņēmējam ir kādi īpašumi, banku noguldījumi, prasības, preču krājumi u.c., lai eventuālā nemaksāšanas gadījumā varētu prasību vērst pret šīm vērtībām. Eksporta tirgus tiesnešu nepietiekoša izglītība, partejiskums, advokāta mantkārība un tamlīdzīgas parādības var padarīt eksportierim viņa tiesību aizstāvēšanu illuzorisku.

D. Eksporta tirgos pielietātie līdzekļi
importa rēgulēšanai.

Eksporta tirgos ārējās saimnieciskās politikas metodes parasti pieskaņojas iekšējā tirgus vajadzībām. Ja valsts cenšas aizsargāt svarīgākās ražošanas nozares, tad tiks stingri kontrolēts ieveduma daudzums un vērtība. Ja valsts ārējā saimnieciskā politikā vadās no mērķa uzturēt stabilas iekšzemes cenas, tad ar muitām, kontingentiem un importa atļaujām mēģinās panākt importa preču piedāvājuma samazināšanos vai palielināšanos un iekšzemes cenas saskaņot ar pasaules tirgus cenām.

Galvenie līdzekļi importa rēgulēšanai būtu: muitas,

kontingenti, kompensācija, valūtas kontrole, klīringi un dažādi priekšraksti par konsulātu faktūrām, izcelšanās apliecībām u.t.t.^{x/}

Muitas tarīfu studēšana eksportierim dos iespēju spriest vai vispār ir iespējams konkurēt eksporta tirgū. Tomēr pastāvot augstiem tarīfiem ir iespējams, ka valdība izved uz laiku muitu pazeminājumus, lai tādā veidā darbotos pretim tādām ražošanas nozarēm, kuŗas muitu aizsardzībā ārkārtīgi pacēlušas cenas. Šādos gadījumos pie ātras un noteiktas rīcības ir iespējams noslēgt izdevīgus darījumus. Ja kāda valsts paceļ muitas pāri par nominālo augstumu, tad bieži tam ir pamatā taktiski motīvi: lai piespiestu zināmu valsti vai nu noslēgt muitas līgumu vai arī pazemināt pastāvošās muitas. Stājoties spēkā jaunajam muitas līgumam, eksportiera izredzes var ievērojami palielināties un saprotams, tām jācenšas ātri izmantot visas ar jauno līgumu radītās labvēlīgās pārmaiņas.

Tālākais līdzeklis ievēduma rēgulēšanai ir kontingenti. Kontingentus atsevišķām ekporta valstīm piešķir uz reciprocitātes pamatiem un tos savā starpā sadala vai nu paši eksportieri vai arī valsts iestādes pēc agrākā eksporta apmēriem. Dažreiz importa kontingenti

^{sk}
x/ Sk.par importa rēžojumiem arī 37. un 67. lpp.

atsevišķām valstīm netiek piešķirti, bet līdz noteikta kontingenta robežām katrs var brīvi eksportēt, tomēr šādos gadījumos eksportierim ir risks, ka preču sūtījums vairs netiks muitots, ja kontingents būs izsmelts. Eksportierim tas nozīmē renšu zaudējumu, preču uzglabāšanas izdevumu palielināšanos un tikai retos gadījumos būs iespējams preci par pieņemamām cenām pārdot citur. Bez daudzuma kontingentiem ir vēl muitas kontingenti, kas nozīmē, ka zināmu daudzumu preču var ievest par zemāku muitas likmi, bet preču sūtījumi, kas pienāk pēc tam, kad muitas kontingents ir izsmelts, tiek aplikti ar augstāku likmi.

Dažos gadījumos no kontingentēšanas eksportieris var iegūt arī priekšrocības, sevišķi tad, ja kādas konkurences spējīgas valsts eksporta kontingents ir izsmelts. Tā 1934. g. II pusē angļu tekstilpreču eksportieři savām precēm Ceilonā ieguva neparasti labu tirgu, jo Japānas tekstilpreču kontingents šeit bija izsmelts.^{11/}

Ja kādā valstī ievēdums pārsniedz izvēdumu, tad bieži ķeras pie kompensācijas. Atšķirī privāto un valsts kompensāciju. Vienkāršākais privātās kompensācijas veids ir tiešs līgums starp diviem kontrahentiem, no kuŗiem

^{11/} Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 93. lpp.

viens atrodas izvedējas valstī, otrs importa valstī.

Abi kontrahenti vienojas par cenām un norēķināšanās noteik ar precēm. Dažreiz divu dalībnieku vietā ir četri, no kuriem katrā valstī pa diviem, viens eksportieris un viens importieris.

Valsts kompensācijas priekšmets galvenokārt ir tās preces, kuŗas aiz dažādiem iemesliem nav vēlams importēt, tāpēc arī ar kompensāciju dažreiz izdodas eksporta tirgū novietot tādas preces, kuŗas citādi nebūtu iespējams šeit pārdot. Arī kompensācija bieži ir saistīta ar muitu atvieglinājumiem.

Ja eksporta tirgū pastāv valūtas kontrole un valūtas pārveidumiem uz ārzemēm vajadzīgas valūtas komisijas atļaujas, tad eksportierim jāmeģina darīt spiediens uz noņēmējiem lai tie garantētu devīžu saņemšanu.^{12/} Parasti arī importieri, ja tiem nav iespējams valūtu sagādāt citā ceļā, valūtu pieprasa valsts iestādēs un tikai tad, kad ir saņemta valūtas atļauja, pasūta ārzemju preces. Devīžu kontingenti tiek piešķirti skatoties pēc tā, cik nepieciešama ir importējamā prece, tomēr nepieciešamības jēdziens ir stipri stiepjams un un vāji noder kā šķiršanas kritērijs. Arī devīžu piešķiršanā var izpauzties

^{12/}Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 99. lpp.

reciprocityes princips, t.i. ka zināmai valstij piešķir lielākus devīžu kontingentus kā citām. Vispār, jo birokratiskāka un patvaļīgāka būs valsts iestāžu rīcība devīžu piešķiršanā, jo eksportiera risks būs lielāks un pat var novest pie tā, ka eksportierim jāatsakās stāties sakaros ar zināmas valsts noņēmējiem.

Dažos gadījumos importieri savas saistības mēģina kārtot ilegālā ceļā. Šeit lietā melno biržu. Sprotams, importierim tas ir riskanti, jo par to draud sods un arī celsies zaudējumi, jo būs jāmaksā augstāks kurss nekā ir oficiālais, bet ja zaudējumus iespējams kompensēt ar labo peļņu uz importa precī, tad šāda rīcība ir iespējama. Ka melnās biržas pastāv, tas nav tāpēc, ka nebūtu iespējams valsts iestādēm kontrolēt slepeno valūtas tirdzniecību, bet gan vairāk tādāļ, ka tomēr šeit apgrozās devīzēs un augstā kursa peļņa pievelk ārzemju valūtu iekšzemē. Ja pavisam aizliegtu šo slepeno tirdzniecību, tad daudzas devīzes, kuŗas tagad apgrozās melnā biržā, tomēr neienāktu valsts bankā, bet paliktu ārzemēs.^{13/}

Klīringa eksistence eksportierim var zināmos gadījumos dot priekšrocības, piemēram, ja klīringa līgums tiek

^{13/} Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 101. lpp.

noslēgts ar tādu valsti, ar kuŗu tirdzniecības bilance līdz šim ir bijusi aktīva, jo tā var novērst bloķēšanu un dažreiz arī prasību iesalšanu. Tomēr pastāvot klīringiem, maksājumi var arī rēgulāri neienākt; sevišķi ja ir liels pasīvsaldo, bieži paiet ilgāks laiks kamēr eksportieris saņem samaksu. Lai no tā izvairītos, eksportieris preces var nepārdot tieši uz otru klīringa valsti, bet izlietāt kādas citas valsts starpniecību ar kuŗu nepastāv klīringa līgums.^{14/}

Vēl eksportierim jāreķinās ar dažādiem priekšrakstiem par izcelšanās apliecībām, konsulātu faktūrām, muitas dokumentu sastādīšanu, kvalitātes priekšrakstiem u.t.t. Neievērojot šīs formālītātes, eksportierim var celties lieli zaudējumi, piemēram, ja pie muietošanas nevar uzrādīt izcelšanās apliecību, prece tiks nomuitota pēc maksimālā tarīfa vai arī pavisam nebūs iespējams nomuitot. Bez izcelšanās apliecībām, bieži muitas iestādes prasa arī, lai uz precēm būtu apzīmējumi, kas norāda izcelšanās vietu. Eksporta tirgus muitas mēstādēm visi šie priekšraksti atvieglo importa preču kontroli, bet no eksportiera tie prasa lielu uzmanību un bieži saistīti ar angstām nodevām.

^{14/}Sk. J. Mayer, M. Horna, A. Sourek "Neue Wege der Handelspolitik" 1936., 173. lpp.

E. Informācijas avoti.

Svarīgs informācijas avots ir tirdzniecības bilance. No tās eksportieris var dabūt zināt, cik ir ievestas viņam interesējošās preces. Eksportieri vēl var interesēt importa valsts izvedums, piemēram, ja tirdzniecības bilance rāda, ka eksporta tirgus ogļu izvedums ir pieaudzis, tad var cerēt uz lielākiem stutmalkas pieprasījumiem, ja samazinājies lauksaimniecības produktu eksports, tad eksportierim jāraķinās ar tādu preču importa samazināšanos, kuŗas galvenokārt patērē lauksaimnieki. Ja pieņēmie ražošanas līdzekļu imports, tad jāsecina, ka zināmās nozarēs nodarbe ir pieņēmusies un sagaidāms lielāks izejvielu imports. Tā netiešā veidā, salīdzinot to preču importu vai eksportu, kas kaut kādā veidā stāv sakarā ar eksportieri interesējošām precēm, ir iespējams spriest, vai nākotnē sagaidāmi lielāki vai mazāki pieprasījumi.^{15/}

Tirdzniecības bilance arī zināmā mērā dod iespēju prognozēt importa valsts ārējo saimniecisko politiku. Ja tirdzniecības bilance ir pasīva vai arī izvedējas valsts tirdzniecības bilance ar zināmu eksporta tirgu

15/Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 170. lpp.

ir aktīva, tad sagaidāmi lielāki vai mazāki importa ierobežojumi. Turpretim, ja bilance ir aktīva resp. izvešanas valsts bilance pasīva, tad sevišķas pārmaiņas nav gaidāmas.

No tirdzniecības bilances tomēr bieži ir grūti spriest par zināmas preces importu, jo tirdzniecības bilancē ir apvienotas dažādas preces un tiek uzdota tikai vērtība, bet ne vairums. Lai patiesam stāvoklim nāktu pēc iespējas tuvāk, no kopējā ievēduma jāatskaita arī kā paraugi ievestās preces un arī ievestās, bet nepārdotās preces, tikai tad var gūt ieskatu, cik zināma tautsaimniecība patērē ārzemju preces. Kādu % no visa ievēduma sastāda paraugi, tas atkarājas no zināmā branžā pastāvošām tirdzniecības parašām, cik ir nepārdotas preces, tas atkarājas no modes, sezonas un konjunktūras. No tā redzams, ka ievēduma skaitļi būs lielāki nekā zināmas preces faktiskais patēriņš un šī diference pie precēm, kas stipri pādotas modes, sezonas un konjunktūras ieteikmei, var būt ļoti ievērojama. Arī kontrabandas preces pārgroza tirdzniecības bilances skaitļus.

Salīdzinot datus par vairākiem periodiem, eksportieris var spriest, vai imports pieņemas vai samazinās. Tomēr pastiprināts imports var būt ar pārejošu raksturu,

piemēram, kādas valsts dempings, sagaidāmā muitas paaugstināšana u.t.t. Arī salīdzinot datus, var gūt ieskatu par konkurentu aktivitātes pastiprināšanos resp. samazināšanos.

Tomēr bieži ir novērojama parādība, ka eksportieri ārējās tirdzniecības statistikai piegriež pārāk mazu vērtību un aprobežojas tikai ar ziņu ievākšanu, cik viņa valsts eksportē zināmu preci. Šāda pieeja ir kā no privātsaimnieciskā, tā tautsaimnieciskā viedokļa nepareiza un nedod iespēju apriest par eksporta tirgus uzņemšanas spējām un ārzemju konkurenci. Nepareizi ir ^{arī} aprobežoties tikai ar eksporta tirgus importa statistiku.^{16/} Patreizējais ievēdums vēl nedod iespēju spriest par eksporta tirgus uzņemšanas spējām, bet no svara ir noteikt visu kopējo patēriņu pieskaitot arī vajadzības, kuŗas vēl var tikt modinātas. Nepareiza attiecība starp ievēdumu un kopējo patēriņu var eksportieri pamudināt attīstīt sevišķi intensīvu darbību. Tomēr jāaizrāda uz patēriņa konstatēšanas grūtībām. Patēriņa statistika, pat valstīs ar augstu kultūrālo stāvokli, ir stipri nepilnīga un pamatojas galvenā kārtā uz vērtējumem. Gan dažreiz tirgotāju vai

16/Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportförderung", 1929., 64. lpp.

rūpnieku apvienības par zināmu preci ved diezgan pareizu patēriņa statistiku, tomēr eksportierim šie dati būs ne vienmēr pieejami.

Citi svarīgākie informācijas avoti būtu: dienas prese, speciālā literatūra, likumi krājumi un muitas tarīfi. Eksportierim noderīgā literatūra ir: ceļojumu apraksti, apcerējumi par eksporta tirgus saimniecisko un kultūrālo stāvokli, adresu grāmatas u.t.t. Adresu grāmatas var būt vispārējas, kuņās sakopotas tirgotāju, rūpnieku, rederu, speditoru u.c. adreses, vai arī speciālām branžām. Bet tā kā adresu grāmatas parasti tiek izdotas no privātiem uzņēmējiem, tad eksportierim tām jāpieiet ar kritiku, jo bieži firmām, kas labāk samaksā, tiek pielikti dažādi reklāmas pielikumi, kas faktiskiem apstākļiem neatbilst.

Vēl svarīgas ziņas var iegūt no tirdzniecības kamerām, konsulātiem, bankām, spedicijas uzņēmumiem un eksportieņu apvienībām. Lai ievāktās ziņas pārbaudītu un kritizētu, eksportieris var uzdot sevi informēt aģentiem, ceļotājiem vai arī ilggadīgiem, uzticamiem noņēmējiem.

II. NOIETA ORGANIZĀCIJA EKSPORTA TIRGOS.

A. Eksporta agenti.

Eksporta tirdzniecībā parasti jārēķinās ar stipru ārzemju konkurenci un ja eksportieris ar ārzemju noņēmējiem mēģinās nodibināt sakarus, izsūtot tikai ofertes vai katalogus, tad tikai retos gadījumos izdosies sasniegt lielāku apgrozību. Arī ar vislabākām un korrektākām reklāmas vēstulēm nebūs iespējams nodibināt tādas attiecības, ka konkurenti pie mazliet intensīvākas iejaušanās nevarētu tās atkal izbeigt. Tikai tad eksportieris var cerēt kādu daļu no ārzemju iedzīvotāju pirktspējām sev piegriezt, ja sakaru nodibināšanai izsūtīs agentus vai eksporta tirgos dibinās nodaļas.

Eksporta agents ir patstāvīgs tirgotājs, kurš profesijas veidā eksportiera uzdevumā un vārdā slēdz tirdzniecības darījumus. No pārējiem tirdzniecības uzņēmuma darbiniekiem, agents atšķiras ar to, ka tas nav algots spēks, bet patstāvīgs tirgotājs, kuram bieži ir sava firma un kurš strādā arī citiem uzņēmumiem. No tirdzniecības mākleļa agents atšķiras ar to, ka vienpusīgi aizstāv sava nama intereses, no komisionāra ar to, ka darījumus

slēdz ne savā vārdā, bet eksportieņa vārdā.^{1/}

Eksporta agentu uzdevums ārējā tirdzniecībā ir ļoti svarīgs, bet arī grūts. Vispirms eksporta agentam jāuzmeklē ārzemju noņēmēji un jāmēģina iegūt pasūtījumi, tad agentam jāiekasē pienākošās summas un beidzot rēgulāri jāinformē eksportieņi par tirgus stāvokli un nākotnes izredzēm.

Vislabākā prece par zemāko cenu paliks nepārdota, ja eksporta tirgū darbojas agents, kuŗš savu lietu nepārzin; visdārgākā prece tiks ātri un labi pārdota, ja to īstiem noņēmējiem piedāvās izveicīgs un spējīgs eksporta agents. Katrā ziņā no eksporta agenta var prasīt, lai tas pazītu importa zemi, pazītu vietējos tirgus apstākļus un iedzīvotāju vajadzības. Bez nepieciešamās tirdznieciskās rutīnas, agentam jābūt arī vajadzīgām tehniskām zināšanām, jo ja pircējs būs lietpratējs, bet agents nē, tad pircējs zaudēs uzticību agentam. Vēl agentam perfekti jāpārvalda tās valodas, kādā vietējie tirgotāji pie tā var griezties, tam jāprot droši uzstāties un jābūt neatlaidīgam, bet ne uzbāzīgam savu mērķu sasniegšanā; jāprot arī piemēroties eksporta tirgus apstākļiem. Tikai pie šiem priekšnoteikumiem, agents var

1/ Sk. K. Ottel "Die Technik des wirtschaftlichen Verkehrs" 1927., 263. lpp.

cerēt iemantot noņēmēju uzticību un paplašināt eksportiera darbības lauku.

Agentu darbs sevišķi grūts ir tādos gadījumos, ja tiem kāds eksporta tirgus jāapmeklē pirmo reizi un arī pats eksportieris līdz šim šeit nav darbojies. Ja eksportieris jau agrāk te strādājis, tad agents arī tiks informēts par līdzšinējiem darījumiem, par tirgus apstākļiem un dažos gadījumos arī saņems piemēroti sastādītu importa firmu sarakstu. Turpretim ja precī pirmo reizi mēģina novietot zināmā tirgū, tad agentam pašam jā-mēģina iegūt ziņas par firmām, kādas darbojas viņa branžā un pēc iespējas arī jāizzin to kredīspējas. Ziņas var iegūt no adresu grāmatām, konsulātiem, ziņu birojiem vai arī no privātām personām. Var gadīties, ka agents no sava pirmā ceļojuma atgriežas bez panākumiem, bet tas vēl nebūt nenozīmē, ka visam būtu jāatmet ar roku. Otrreiz, izlietājot iegūtos novērojumus un piedzīvojumus, iespējams iegūt ļoti labus panākumus.

Izsūtot agentus, eksportierim jāņem vērā vai zināma prece nav padota sezonas svārstībām, piemēram, dažas preces visu gadu tiek pieprasītas apmēram vienādos daudzumos un pie tām nepastāv ne sevišķi laba, ne slikta sezona. Turpretim citas preces tiek pieprasītas lielos

daudzumos zināmos gada laikos; būtu nepareizi agentu izsūtīt sliktas sezonas laikā, jo tad, iestājoties labai sezonai, agents būs jau eksporta tirgu atstājis. Tā U.S.A. galvenās pilsētās jūlijā un augustā tirdzniecībā iestājas klusums un eksportieris šajos mēnešos nevar cerēt saņemt lielākus pasūtījumus. Šie apstākļi eksportierim jāņem vērā sastādot ceļojuma plānu.^{2/}

Katrs agenta ceļojums ir arī iepriekš rūpīgi jāsa- gatavo. Tā eksportieris var jau iepriekš noņēmējiem pa- ziņot, kād paredzams ka agents tos apmeklēs un arī uzdot adresi, pēc kuņas agents ir sastopams eksporta tirgū. Vēl jā sastāda piemērota paraugu kolekcija un jāizgatavo katalogi, ilustrācijas, cenu listes un citi reklāmas ar- tiķeļi, jo ir ļoti vēlams, lai arī pēc tam, kad agents eksporta tirgu ir atstājis, pircējs būtu informēts par zināmu preci un tās cenu. Vēl agentam jānod līdzi ceļo- juma plāns, no kuņas viens eksemplārs paliek firmai. Ce- ļojuma plāns rādīs, kādā laikā agents ir atrodams dažā- dos eksporta tirgos, lai attiecīgi varētu piemērot ko- respondenci. Arī lai agentam būtu iespējams legitimēties pie ārzemju muitas iestādēm, tirdzniecības kamerām, ban- kām un konsulātiem, jāizgatavo ieteikšanas vēstules un

2/ Sk. C. Kapferer "Exportförderung" 1929., 144. lpp.

ja agents uzņemas inkasso, tad arī inkasso pilnvara.

Dažreiz agentu arī pilnvaro dot pircējiem rabatus un citus atvieglinājumus vai arī eksportieris nosaka tikai bāzes cenu, bet agents to var rēgulēt pēc tirgus apstākļiem. Šādos gadījumos agentam ir jānodrošina līdzīgu kalkūlācijas materiāli lai tos ātri varētu dabūt zināt, cik tālu ar dažādiem atlaidumiem var iet. Arī ja agentam tiek dots noteikts limits, var vienoties, ka, ja agentam izdodas iegūt augstākas cenas, tad pusi no peļņas saņem eksportieris un pusi agents, vai 1/3 agents un 2/3 eksportieris u.t.t.

Beidzot eksporta agentam jānodrošina līdz akreditīvs, pēc kura tas var no ārzemju bankām saņemt nepieciešamos ceļojuma izdevumus. Ņemot vērā lielos ceļojuma izdevumus, bieži vairākas firmas apvienojas un izsūta kopīgu ceļotāju, Tomēr, ja eksportieris grib piedalīties pie šāda kolektīva ceļotāja izsūtīšanas, tad tam jāņem vērā vai izraudzītais agents arī atbilst savam uzdevumam, vai tam vispār ir pazīstama zināmā prece, vai tas pazīst eksporta tirgus apstākļus, vai tas prot attiecīgas valodas un arī kādas citas preces tas uzņemas piedāvāt. Kolektīvie ceļotāji algu un ceļojuma izdevumus parasti saņem no vienas firmas, bet pārējās firmas savā starpā norēķinājās

katra mēneša beigās. Tā var vienoties, ka visām firmām kuŗas apkalpo agents, jāmaksā vienāda daļa no algas un ceļojuma izdevumiem, bet provīziju maksās katra firma pēc apgrozības. Šis norēķināšanās veids ir vienkāršs, bet ne pareizs, jo apgrozība un ienākumi visām firmām nav vienādi, tāpēc pareizāk ir, ja arī ceļojuma izdevumi un alga tiek maksāti pēc apgrozības.^{3/}

Intensīvai eksporta tirgus apstādāšanai ir nepieciešami agenti, bet tomēr jāņem vērā, ka tas arī prasa lielus izdevumus, tādēļ arī eksporta agentiem jābūt krietniem sava aroda lietpratējiem. Bez tiešiem ceļojuma izdevumiem, eksportierim ir jāreķinājās arī ar dažādām nodevām un nodokļiem valsts iestādēm, piemēram, Latvijā ir sekoši noteikumi par ārzemju ceļojošiem agentiem:

Ja ārzemju firmas nav Latvijā izpirkušas tirdzniecības zīmi, bet agents vēlas ārzemēs pastāvošas tirdzniecības vai rūpniecības uzņēmuma uzdevumā ceļot pa Latvijas terrietoŗiju ar dažādu preču paraugiem, vai bez tiem, ar nolūku saņemt pasūtījumus, tad jāmaksā tirdzniecības ceļotāju nodoklis; reprezentējot vienu firmu nodoklis ir Ls 150,- mēnesī, bet gadā Ls 600,-. Par

3/ Sk. W. Nöllenburg "Die Exportorganisation und Ihre Technik" 1925., 159. lpp.

katru nākošo firmu jāmaksā mēnesī Ls 30,-, bet gadā Ls 150,-. Arī ievestos paraugus no muitas izdod tikai pēc nodokļa samaksas.

Eksporta agentus var iedalīt divās grupās. Vienā grupā ir ceļojošie agenti, kuŗi pastāvīgi maina uzturēšanās vietu, otrā grupā ir agenti, kuŗi pastāvīgi uzturās zināmā eksporta tīrgū. Ceļojošais agents var gan zināmā valstī savā uzturēšanās laikā sasniegt labus panākumus, bet bieži līdz ko tie eksporta tīrgu atstāj, izbeidzas arī darījumi. Uz vietas dzīvojošie agenti var darboties visā eksporta tīrgū, zināmā apgabalā vai arī atsevišķā pilsētā. Šo agentu darbība eksportierim jāpabalsta ar katalogiem, cenu listēm un paraugiem, bet agentam savukārt jāinformē eksportieris par visiem muihu un nodokļu likumu grozījumiem, konkurentu aktivitāti, noieta izredzēm u.t.t. Šie agenti arī uzrauga nedrošos maksātājus un sevišķi eksporta tīrgos, kuŗos kredita attiecības ir grūti pārskatāmas, strādāšana bez šāda agenta ir irracionāla.

Dažreiz eksportieris var sasniegt labus panākumus, apkalpojot zināmu tīrgu ar agentiem un bez tam vēl ar komisionāriem. Agentam šādā gadījumā, lai provīziju iegūtu sev, nav jāmēģina apiet komisionārs, bet gan tieši jāpalīdz

komisionāram noslēgt darījumus un izsekot pircēju kredīspējām. Šāda strādāšana ar agentu un komisionāru vienā valstī arī tāpēc var būt izdevīga, ka agents kontrolēs komisionāra darbību, bet komisionārs savukārt skatīsies, vai agents pietiekoši ievēro eksportiera intereses.

Par savu darbu agents saņem provīziju no noslēgto darījumu vērtības. Vai arī ceļojošais agents saņem provīziju no tādiem pasūtījumiem, kas ir tieši nodoti eksporta firmai pēc tam, kad agents attiecīgu valsti bija atstājis, to rēgulē vai nu konkrētais līgums vai vietējās tirdzniecības parašas. Pēc Rīgas biržas parašām pie cif darījumiem, agents savu provīziju saņem tikai pēc konsumenta izpirkšanas vai trattas akceptēšanas un ja agents nozīmēts zināmā apgabalā, tad saņem provīziju no visiem šī apgabala darījumiem.

Ja eksportieris noslēgto darījumu atsauc vai arī vispār darījums netiktu izpildīts bez kā vaina būtu pircēja pusē, piemēram, slikta kvalitāte, nepareizs svars u.t.t., tad agents tomēr savu provīziju saņem. Prasīt atlīdzību par saviem izdevumiem agents var tikai tad, ja tas iepriekš sevišķi norunāts.

Provīziju var noteikt dažādi, piemēram, par noslēgtiem cassá darījumiem, agentam maksā augstāku provīziju

kā par kredīta darījumiem. Arī skatoties pēc noņēmējiem, provīzija var tikt diferencēta, piemēram, par darījumiem ar jauniegūtiem noņēmējiem saņemt lielāku provīziju kā par darījumiem ar līdzšinējiem noņēmējiem. Pie cassá darījumiem parasti cassá sconto netiek atvilks, jo teorētiski būtu nepareizi, par kredīta darījumiem maksāt provīziju no lielākas summas.^{4/}

Dažreiz agents saņem cietu algu un bez tam vēl provīziju. Saprotams, provīzijai šinī gadījumā jābūt mazai, bet tomēr tik augstai, lai agentam būtu interese kāpināt noietu. Dažos gadījumos firmas garantē agentam minimālu gada provīziju, kādu tas iegūst pie visneizdevīgākiem apstākļiem vai arī maksā cietu algu un bez tam vēl provīzijas vietā tantjemas. Attiecībā uz dažādiem izdevumiem, tad, vai nu agentam jāsniedz norēķins par faktiskiem izdevumiem, vai arī agentam tiek piešķirta noteikta dienas nauda. Beidzamā gadījumā, atkarājas no paša agenta vai tas visu dienas naudu izdod, tomēr firmas interesēs var būt, lai agents visu izdotu, piemēram, laba viesnīca, pirmās vai otrās klases dzelzceļa biļetes u.t.t., un firma tieši var noteikt, ka agentam visa dienas nauda jāizdod. Samērā retos gadījumos agents izdevumu atlīdzību

4/ Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 102. lpp.

saņem paaugstinātas provīzijas veidā.

Lai agents tiešām darbotos intensīvi un censtos paaugstēt eksportiera preču noietu, agentam ir arī jāmaksā piemērota provīzija lai tam nebūtu jāuzņemas pārstāvēt daudzas firmas. Ja tomēr eksportierim nav pa spēkam garantēt agentam zināmu gada ienākumu, tad vismaz provīzijas augstums jānoteic tā, ka bez viņa, agentam būtu jāuzņemas pārstāvēt tikai vēl dažas firmas, pie kam eksportierim arī jāpalīdz iegūt pārstāvību no citām firmām un pēc iespējas solīdākām. Šādā ceļā eksportieris saistīs agentu pie sevis un novērsīs agentu maiņu, kas kā prakse rāda, bieži arī līdzšinējos noņēmējus piegriež konkurentu precēm.

Labus, izglītotus un uzticamus agentus tomēr ir grūti atrast. Sevišķi uzticamiem un krietniem tiem jābūt tādos gadījumos, ja tie darbojas tālās vietās, kur grūti izsekot to darbībai. Bieži agenti ir vieglprātīgi nedrošu pircēju kreditēšanā vai arī tiem nav attiecīgā branžā nepieciešamo zināšanu. Arī Latvijā Finanču ministrija ir ierosinājusi jautājumu par tirdzniecisko agentu tīklu izkopšanu ārzemēs. Ierosinājums paredz sūtīt uz ārzemēm izglītotus darbiniekus, lai tiem būtu iespējams vispusīgi iepazīties ar ārzemju tirgotāju praksi. No sākuma šie

tirdznieciskie stipendiāti strādātu par cietu algu, bet vēlāk gūtu ienākumus no sava pārstāvniecības darba. Tomēr, kad ierosinājums tika apspriests Tirdzniecības un rūpniecības kameras speciālās komisijās, tad debatēs noskaidrojās, ka lauksaimniecības ražojumu - sviesta, bekona, labības un koku eksportam jauni eksporta aģenti nav vajadzīgi.^{5/} Jauni palīgspēki galvenokārt vajadzīgi privātās rūpniecības sekmēšanai, kam ārzemju tirgos jāiztur smaga konkurence un grūti iegūt pat pašizmaksu. Bet tā kā lauksaimniecības produkti Latvijas eksportā ieņem galveno vietu, tad arī jautājums par eksporta aģentu institūtu nodibināšanu un jaunu aģentu sagatavošanu palika pagaidām neaktuāls.

Ja eksportieris negrib izlietāt aģenta pakalpojumus, tad preču pārdošanu var uzticēt kādai eksporta tirgus firmai. Šādu pārstāvi var iecelt vai nu visā eksporta tirgū tikai vienu vai arī atsevišķiem apgabaliem nozīmēt savus pārstāvjus. Pārstāvniecības firmas preces pārdod uz sava rēķina un parasti arī financē importu, tā kā eksportiera interese ar preču nosūtīšanu izbeidzas un bieži eksportierim nav zināms, kas ir viņa preču noņēmēji.

5/ Sk. "Jaunākās Ziņas" 1936. g. 14. marta 61. num. 11.lpp

Par piešķirto tiesību, zināmā apgabalā vienai pārdot preces, var prasīt, lai pārstāvniecības firmai saistītos noņemt zināmā laikā minimālu kvantumu preču. Pārdošanas cenu var atstāt noteikt vai nu pārstāvniecības firmai vai arī ar līgumu to iepriekš stipulēt. Stājoties šādās līguma attiecībās, eksportierim ir jāpiegriež vērība vai pārstāvim ir pietiekošs kapitāls un vai vispār sagaida pienācīga noņēmēju apkalpošana. Katrā ziņā līgumā jāieved arī noteikums, ka nedrīkst uzņemties konkurentu preču pārdošanu.

Strādājot ar šādu pārstāvi, eksportieris iegūst zināmas priekšrocības, piemēram, pretvērtību par nosūtītām precēm saņems vai nu tūlīt, vai arī pēc īsa laika un tā kā pārstāvim ir pazīstami eksporta tirgus apstākļi un tas pret noņēmējiem uzstājas kā kreditors, tad eksportierim zināmā mērā tiek garantēta ātra preces ieviešana tirgū un rēgulārs, stabils noiets. Bet ir arī negatīvās puses: strādājot ar agentu, eksportieris bieži iegūst labākas cenas, nekā uzticot preču pārdošanu vienīgam pārstāvim, bez tam strādājot ar agentu, eksportierim ir iespējams stāties tiešos sakaros ar noņēmējiem, kas tomēr nav iespējams izlietājot pārstāvja pakalpojumus.

B. Eksporta nodaļa.

Ierīkojot importa valstī nodaļas, eksportieris var iegūt zināmas priekšrocības un dažreiz arī intensīvāk apstrādāt tirgu. Vispirms nodaļas vadītājs būs vairāk ieinteresēts darījumu paplašināšanā, kā agents vai pārstāvis; arī sakaru nodibināšanā darbosies personas, kurām vietājo iedzīvotāju vajadzības ir pazīstamas un beidzot zināmos gadījumos ar nodaļu nodibināšanu arī importiešu peļņa paliks uzņēmumam.^{6/} Tomēr pirms eksportieris izšķiras dibināt šādu filiāli, tam jāinformējas par eksporta tirgū pastāvošiem saimnieciskiem apstākļiem, tiesiskām attiecībām, nodokļiem, sociālām nastām u.t.t. Ja eksporta tirgus ir mazs, iedzīvotāju pirktspējas zemas un vispār saimnieciskā dzīve nav attīstīta, tad, tikai retos gadījumos, ar nodaļu dibināšanu izdosies pacelt noietu. Saimnieciskie apstākļi arī jāņem vērā izvēloties nodaļas atrašanās vietu, piemēram, ja ar nodaļu dibināšanu galvenokārt grib izslēgt starptirgotājus, tad nodaļa jādibina lielākās importa tirdzniecības vietās, turpretim, ja nodaļa apkalpos tieši patērētājus,

6/ Sk. W. Schüock "Handbuch der Exportpraxis" 1931.,
301. lpp.

taļ īstā vieta ir lielākie patēriņa centri, tomēr ar to nav teikts, ka nodaļai katrā ziņā jāatrodas eksporta tirgus galvas pilsētā.

Pie tiesisko attiecību novērtēšanas, jāņem vērā kādi noteikumi pastāv par ārzemnieku uzņēmumiem, kādas uzņēmumu formas pielaiž pastāvošie likumi un kāda uzņēmumu forma ir visizdevīgākā no finanču politikas viedokļa. Arī dažādi spēcālpolītiski priekšraksti, piemēram, par ārzemnieku nodarbināšanu, darbinieku apdrošināšanu, sociālām nastām u.t.t., var ietekmēt nodaļu darbību.

Filiālei eksporta tirgū ir sekoši izdevumi:^{7/}

1/ Importēt un pārdot eksportiera preces, bez kā preces tiktu ievērojamāk apstrādātas vai pārstrādātas. Filiāle var nodarboties kā ar tirdzniecību vairumā, tā arī mazumā, vai arī ar abiem veidiem. Dažos gadījumos nodaļa uzstājas arī kā aģents, t.i., slēdz piegādāšanas līgumus un eksportierim tēlegrafiski ziņo par pieņemtiem pasūtījumiem. Parasti tomēr nodaļas preces tura krājumā, lai varētu katrā laikā apmierināt steidzīgus pieprasījumus un arī dotu pircējam iespēju ar precī iepazīties in natura. Bieži nodaļas arī uzņemas pārdot citu eksportiera preces, jo šādā veidā ir iespējams samazināt konstantos izdevumus

7/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 205. lpp.

un dažreiz, ja pieņemtais artīkulis papildina eksportiera preci, ir pat iespējams pacelt noietu.

2/ Nodaļu uzdevums arī var būt importēt izejvielas un ražošanas līdzekļus, lai eksporta tirgū uz vietas ražotu gatavus fabrikātus. Pie šāda līdzekļa eksportieris ķersies tad, ja eksporta tirgū pastāv sevišķi stipras autarkijas tendences un lai aizsargātu vietējo rūpniecību, valdība dažādiem līdzekļiem apgrūtina gatavu fabrikātu importu. Arī ja zināmas valsts preces tiek boikotētas, kā atsevišķs eksportieris, tā arī eksportieru grupas var zināma priekšmeta ražošanu noorganizēt importa valstī un tādā veidā tomēr preces novietot eksporta tirgū.

Ja importa valsts pavisam aizliedz zināmu preci ievest, vai arī eksportieris negrib, vai vispār, sakarā ar pastāvošiem noteikumiem, nav iespējams dibināt nodaļu, tad eksportieris var uzticēt savas oriģinālpreces izgatavošanu kādai vietējai firmai. Par nodotām patentēm, tirdzniecības zīmēm, receptēm u.t.t., eksportieris saņem no katras ražotās preces vienības noteiktu nodevu. Eksportiera stāvoklis ir labāks, ja viņa patente eksporta tirgū tiek aizsargāta, vai, ja ražotājs ir spiests no viņa pirkt izejvielas un ražošanas līdzekļus. Katrā ziņā pirms eksportieris ieiet šādā darījumā, tam sīki jāapsver, vai

vispār šāds darījums atmaksājas un vai ražotājam ir pietiekošs kapitāls. Arī no tautsaimnieciskā viedokļa ir nepareizi, patenti jau tad nodot ārzemniekam, kad pastāvošie importa ierobežojumi šādu rīcību vēl neprasa, piemēram, prohibītīvās muitas var būt tikai ar pagaidu raksturu.^{8/}

Eksporta nodaļu panākumi lielā mērā atkarājas arī no tā, vai eksportierim izdodas atrast piemērotus darbiniekus, sevišķi nodaļas vadītāju. Parasti nodaļas vadību uzņemas vai nu kāds no firmas līdzīpašniekiem, vai arī, ja sūta algotu spēku, tad mēģina to nodaļas rezultāta ieinteresēt ar tantjemām, vai arī pievilkt kā klušo biedru. Lai eksportierim būtu iespējams kontrolēt nodaļu darbību, tām jāved patstāvīgas grāmatas un rēgulāri katru mēnesi jāiesūta bilances no kuņām eksportieris gūs ieskatu par preču krājumiem un kredita saistībām.

8/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 216. lpp.

C. Komisionāri.

Par komisijas vai konsignācijas preču krājumu turēšanu eksporta tirgos, eksportieris tad izšķirsies, ja vietējie noņēmēji aiz paraduma grib precī tūlīt pēc iepirkšanas arī saņemt, vai arī nav spējīgi nokārtot visas ar importu saistītās formālitātes. Pastāvot kontingentiem, klīringiem, valūtas atļaujām u.t.t., bieži eksportierim izdosies iegūt labākas cenas, ja precī varēs tūlīt nodot pircēja rīcībā, nekā slēdzot distances darījumus.

Izlietājot konsignatāra pakalpojumus, eksportierim nevajaga ierīkot savas nodaļas vai arī izsūtīt agentus un dažreiz arī vēl tad būs iespējams izvest darījumus, ja importieri kādu precī nevēlas savā rēķinā ievest, piemēram, ja eksporta tirgū tiek ievesta jauna prece, kuņas noiets ir nepārredzams. Visbiežāk tomēr konsignatārs ieteic izvest konsignācijas darījumus, jo pašam eksportierim ir grūti spriest par pašreizējām noieta izredzēm. Ja eksportieris šādu konsignācijas ieteikumu saņem, tad rūpīgi jākalkulē vai marža starp pašizmaksu un uzdoto eksporta tirgus cenu ir pietiekoši liela, lai

vispār atmaksātos konsignēt. Kalkulācijā jāņem vērā sekoši faktori:^{9/}

- 1/ Preces pašizmaksa.
- 2/ Transporta izdevumi.
- 3/ Apdrošināšana.
- 4/ Ievedmuita.
- 5/ Pārdošanas izdevumi - komisija, delkredere u.c.
- 6/ Renšu zaudējums.
- 7/ Kurša risks.
- 8/ Pārdošanas cenas svārstības.

Ja konsignantam nav zināmi visi paredzami izdevumi, tad var likt izsūtīt parauga pārdošanas rēķinu, t.s. conto findo, no kuŗa eksportieris iegūst kalkulācijai vajadzīgās ziņas. Tomēr bieži, neskatoties uz precīzu kalkūlāciju un drošības koeficienta iekalkulēšanu, darījums noslēdzas ar zaudējumiem.

Vispār konsignācijas darījumi eksporta tirdzniecībā ir zaudējuši savu agrāko nozīmi.^{10/} Sevišķi konsignējot uz attālākām vietām, eksportierim ir jāriskē, ka tirgus apstākļi importa zemē līdz preces pienākšanai var pasliktināties. Risku vēl palielina tas, ka eksportieris tirgus

9/ Sk. H. Biedermann "Lehrbuch des Übersiehandels" 1926., 19. lpp.

10/ Sk. J. Hellauer "System der Welthandelslehre" 1920., 163. lpp.

apstākļus nav pats vērtējis, bet informāciju ieguvis no konsignatāra un ja tas tirgus stāvokli nepareizi novērtējis un preci nav iespējams pārdot, tad preci atpakaļ sūtīt vai citur pārdodot celsies ievērojami zaudējumi. Arī sazināšanās ar komisionāriem ir apgrūtināta, tālgrāfs ir dārgs, vēstules prasa ilgu laiku u.t.t. Tā eksportierim pilnīgi jāuzticas savam veikala draugam un jāgaida ko tas izdarīs. Arī uzdodot dažādus izdevumus, piemēram, preču uzglabāšanas izdevumus, apdrošināšanas izdevumus, renšu zaudējumu u.t.t., konsignatāram ir vieglītos aprēķināt par ilgāku laiku, kā faktiski bija vajadzīgs lai preci pārdotu un eksportierim kontrolēt ir grūti.

Dažos gadījumos eksportieris tomēr ir piespiests preci nodot komisijas pārdošanā, piemēram, ja pircējs atsakas pasūtīto preci pieņemt, atsakas akceptēt traktu, prece cietusi avāriju u.t.t. Šādos gadījumos eksportierim, lai novērstu noliktavu izdevumus, renšu zaudējumu un preces bojāšanos, jāmēģina pēc iespējas labāk un ātrāk preci pārdot. Labs līdzeklis nepieņemtās preces pārdošanai ir arī aukcionis.

III. KONJUNKTŪRA UN SEZONA.

A. Konjunktūras diagnoze.

Ārējā tirdzniecībā panākumi lielā mērā atkarājas no paša eksportiera, cik tas pareizi prot novērtēt konjunktūru, vai prot izvēlēties piemērotus agentus un reklāmas līdzekļus, prot pareizi nostādīt eksporta kalkulāciju, cenas politiku u.t.t. Attiecībā uz konjunktūru, tad daudzi eksportieri konjunktūras pētīšanai piegriež mazu vērību, lai gan tieši beidzamā laikā zinātne ar konjunktūras pētīšanu ir izsmeloši nodarbojusies. Neņemot vērā saimnieciskā dzīvē valdošās likummērības, eksportieris savās dispozīcijās var kļūdīties un ciest ievērojamus zaudējumus, turpretim, ja eksportierim ir savs noteikts ieskats par konjunktūras norisi, tad daudzos gadījumos tas izbēgs no zaudējumiem, vai pat pavairoš peļņu.^{1/}

Eksportieris konjunktūras pētīšanā vadās no praktiskiem mērķiem, tam galvenokārt no svara noteikt, vai eksporta tirgū sagaidāms kāpjošs, krītošs vai stabils noiets, kādas cenas paredzams iegūt, ar kādiem maksāšanas notei-

1/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 131. lpp.

kumiem un termiņiem nākotnē jāreķinājas u.t.t. Lai eksportierim būtu iespējams paredzēt nākotnes norisi, tam nepieciešami iepazīties ar konjunktūras teōrijas pamatprincipiem.

1. Statika un dinamika saimnieciskajā dzīvē.

Statika tad būtu saimnieciskā dzīvē, ja dažādi saimnieciskie elementi atrastos miera stāvoklī; patiesībā statiska stāvokļa nav, saimnieciskā dzīvē valda dinamika. Zem saimnieciskiem elementiem būtu jāsaprot, piemēram, iedzīvotāji, algas, cenas, patēriņš, imports, eksports u.t.t. Šie saimnieciskie elementi atrodas pastāvīgā kustībā, kas traucē iestāties līdzsvara stāvoklim. Jau iedzīvotāju pieaugums, ražas svārstības, tehnikas attīstība, eksporta tirgu iegūšana vai zaudēšana u.t.t., izsauc saimnieciskajā dzīvē pārmaiņas. Izsekot konjunktūras elementu kustībām un noskaidrot dinamikā valdošās likummērības ir konjunktūras teōrijas uzdevums.

Saimnieciskās kustības var iedalīt sekošās grupās:

1. Pamata kustība - trend kustība.
2. Sezonas kustība.

3. Konjunktūras kustība vārda šaurākā nozīmē.

4. Citas gadījuma rakstura kustības.

Pie šāda iedalījuma pieturas amerikāņu konjunktūras teorētiķis Harvards, turpretim vācu teorētiķis Vagemans iedala:

1. Vienreizējās pārmaiņas /strukturālās pārmaiņas/.

a/ Turpinošās vienreizējās pārmaiņas /attīstība/.

b/ Neturpinošās pārmaiņas.

2. Periodiskās kustības.

a/ Ritmiski saistītās /sezonas kustības/.

b/ Ritmiski brīvās /konjunktūras kustības/.

Šādam iedalījumam ir arī praktiska nozīme, jo, ja eksportierim izdodas kādu parādību pieskaitīt pie ritmiski saistītām resp. sezonas kustībām, tad tas var droši rēķināties, ka tā pēc zināma laika izbeigsies. Turpretim ja zināma parādība, piemēram, importa pieaugums, uzskatāma kā konjunktūras kustība, tad tā nav ritmiski saistīta un eksportierim grūti spriest, cik ilgi tā turpināsies. Vienreizējās turpināšanās pārmaiņas ir grūti tveramas, bet ja šādu trend kustību eksportierim izdodas prognozēt par vairākiem gadiem uz priekšu un prognozē daudz maz sakrīt ar īstenību, tad eksportieris ir ieguvis lielas priekšrocības pret saviem konkurentiem.^{2/} Vienreizējās ne-

^{2/} Sk. W. Schück "Handbuch der Exportpraxis" 1931., 108. lpp.

turpinošās pārmaiņās, piemēram, karš, revolūcija u.t.t., ir gandrīz neiespējami prognozēt, lai gan zināmos gadījumos pieturas punkti var būt doti. Visvieglāk ir prognozēt sezonas kustību un parasti arī eksportieris, pamatojoties uz piedzīvojumiem, tai pieskaņo preču iepirkšanu. Konjunktūras teōrijas uzdevums ir pētīt galvenokārt ritmiski brīvas saimnieciskās dzīves kustības vai konjunktūras kustības vārda šaurākā nozīmē.

2. Konjunktūras cikli un fazes.

Konjunktūras kustību mēdz apzīmēt ar vilni vai ciklu, kas sadalās vairākās fāzēs. Katra fāze ir raksturīga ar zināmām saimnieciskām parādībām, kuŗas arī nosaka nākošās fazes virzienu un spraigumu. Katrs uzplaukums ir kā sekas no depresijas un uztvert šo ritmiski brīvo kustību iekšējo, funkcionālo sakarību ir konjunktūras teōrijas uzdevums.

Attiecībā uz atsevišķu posmu raksturojošām pazīmēm, literātūrā pastāv liela dažādība un dažādi izejas punkti, kas eksportierim apgrūtina konjunktūras pētīšanu.

A. Spiethoffs vilni iedala trīs fāzēs: sastrēgums, uz-

plaukums un krīze, bet divus pirmos vēl iedalā apakšposmos. Pēc Spiethoffa par saimniecisko stāvokli vislabāk var spriest no kapitāla ieguldījumiem, dzelzs patēriņa, dzelzs ražošanas un kapitāla rentēm.

Spiethoffs uzstāda šādu schēmu:

| | |
|------------|--|
| Sastrēgums | <p><u>Pasliktināšanās:</u> mazinās kapitāla ieguldījumi, mazinās dzelzs patēriņš un dzelzs ražošana, kapitāla rentes krīt.</p> <p><u>I uzlabošanās:</u> izbeidzas dzelzs ražošanas un patēriņa samazināšanās, kapitāla ieguldījumi apstājas samazināties, sākas viegla kustība uz augšu.</p> <p><u>II uzlabošanās:</u> pastiprināti kapitāla ieguldījumi, sevišķi akcijās, dzelzs patēriņš strauji pieņemas.</p> |
| Atplaukums | <p><u>Augstkāpiens:</u> kapitāla rentes aug, dzelzs patēriņš pārsniedz ražošanu.</p> <p><u>Kapitāla trūkuma posms:</u> grūtības kapitāla sagādāšanā, mazinās kapitāla ieguldījumi, augstas aizdevumu rentes, krīt akciju kursi un samazinās dzelzs patēriņš.</p> |
| Krīze | <p>Kredīta sabrukums un lielā vairumā bankroti.</p> |

Harvards vilni iedalā 5 posmos:

1. Depresija.
2. Atdzīvošanās.
3. Veikala sekmju laiks.
4. Finanču saspīlējums.
5. Rūpniecības krīze.

Pēc Harvarda izšķiņošie ir trīs tirgi: naudas, kapitāla un preču tirgus.

Vācu teorētiķis Vagemans atsakās no vienas vai dažām pazīmēm, bet ņem vērā naudas kustību un preču kustību, pie kam naudas pusē apskata preču cenas, vērtspapīru kursus, darba ienākumus un uzņēmumu ienākumus. Preču pusē apskata ražošanu, patēriņu un ārējo tirdzniecību. Vagemans vilni iedala 4 fazēs: depresija, atplaukums, saspīlējums un krīze. Šī schēma ir pilnīgāka, jo amerikāņu iedalījumā netiek ņemti vērā ienākumi, bet Vagemana schēmā trūkst vienas fazes un saspīlējums ar atplaukumu saiet kopā.

Bez īsiem vilņiem, eksportieri var arī interesēt gaŗie vilņi, kuŗi aptver vairākus īsos konjunktūras vilņus. Tomēr gaŗie vilņi nav sajaucami ar trenda kustību, jo beidzamā ir vienreizēja turpinošās kustība, bet gaŗie vilņi rāda periodisku un ritmiski brīvu kustību. Īsajiem vilņiem eksportierim jāpieskaņo tuvākās nākotnes dispozīcijas, bet gaŗie vilņi rādīs pareizo rīcību ilgākam laikam.^{3/}

3/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 133. lpp.

3. Konjunktūras kustību savstarpējās attiecības.

Konjunktūras kustības savā starpā ir radnieciskas un uz to arī pamatojas konjunktūras diagnōze un prognoze. Ar diagnōzi cenšas pastāvošo tirgus stāvokli pieskaitīt kādai parādību kopībai, kuŗas jau iepriekš no piedzīvojumiem ir pazīstamas. Gluži jaunu parādību nav iespējams diagnōzēt. Tā tad, ja apskatāmo parādību var pieskaitīt pie zināmas parādību grupas vai kustību tipa, tad varam jau spriest par tās turpmāko norisi.

Konjunktūras kustību mēdz attēlot grafiski ar līnijām vai līknēm, kuŗas dabū ņemot statistiskos datus un katru pārmaiņu apzīmējot ar punktiem, ja šie punkti tiek savienoti, tad iegūst līknes, kas attēlo konjunktūras kustību. Statistiskos datus var lietāt vai nu kā absolūtus skaitļus vai kā relatīvus, piemēram, attiecībā pret normāliem datiem. Arī konjunktūras barometri ir grafiski attēlotas kustību līnijas, kuŗas savā starpā dažādos veidos tiek kombinētas. Barometrus var šķiŗot tādos, kuŗi grib paredzēt visu zināmas tautsaimniecības saimniecisko dzīvi vai arī tādos, kuŗi prognozē tikai atsevišķās nozarēs. Pie pirmās grupas pieder Neumaņa - Spallarta

1887. g. uzstādītais barometrs. Spallarts cenšas atrast generālindeksu, kas izteiktu visu saimnieciskās dzīves kustību un dažādas līknes savelkot vienā, uzstāda savu vienas līnijas barometri. Tomēr uzstādot šādu vienas līnijas barometri un savelkot dažādas līnijas vienā, notiks izlīdzināšanās un nebūs iespējams spriest par konjunktūras kustības svārstībām.

Arī Babsons meklē generālindeksu un savelk vienā līnijā 20 dzelzceļu un 20 industrijas akciju kursus, atrastā līnija aptver 20 lieltirdzniecības preču, izņemot dzīvei nepieciešamo priekšmetu, cenas, trešā līnija aptver 20 vērtspapīru rentes, kuŗu renšu likmes noteiktas.

Turpretim amerikānis Harvards uzstāda vairāklīkņu barometri. Viņš izslēdz trend un sezonas kustību un apskata trīs tirgus: naudas, kapitāla un preču tirgu. Spekulācijas līknē A, Harvards apvieno Ņujorkas banku dēbetus un rūpniecības akciju kursus, darījumu līknē B, ārpus Ņujorkas esošo banku dēbetus un lieltirdzniecības cenas, naudas līkne C izteic preču vekseļu diskonta likmi.

Vācu konjunktūras pētnieks Vagemans kritizē iepriekšējos barometrus un liek priekšā veselu barometru sistēmu, kas sastāv no 8 barometriem:

1. Ražošanas barometrs, kas aptver sekošus faktoros:

- a/ Saņemtie pasūtījumi.
- b/ Izejvielu imports.
- c/ Ražošana.
- d/ Nodarbe.
- e/ Gatavu fabrikātu eksports.

2. Nodarbes barometrs, kas aptver ražošanas līdzekļu un patēriņa mantu ražošanu.

3. Preču krājumu kustības barometrs.

4. Ārējās tirdzniecības barometrs.

5. Darījumu barometrs, kas aptver gartermiņa kreditus, saņemtos pasūtījumus un nodarbi.

6. Kredīta barometrs, kas aptver banku kreditus un vekseļu un vērtspapīru emisiju.

7. Trīs tirgu barometrs, kurā sakopo naudas, kapitāla un preču tirgus kustību.

8. Preču cenu barometrs.

- a/ Apstrādājamo preču cenas.
- b/ Rūpniecības izejvielu un pusfabrikātu cenas.
- c/ Gatavo fabrikātu cenas lieltirdzniecībā.
- d/ Preču cenas sīktirdzniecībā.

Iegūtās līknes tiek savā starpā salīdzinātas un kā teorētiski, tā praktiski ir no svara atrast līnijas ar savstarpēji vienādām kustībām. Līnijas var iet paralēli,

pretēji, izstarojuma veidā un sekojoši. Piemēram, paralēli iet eksporta līkne ar iekšzemes cenu līkni, ja eksports pieaugs, celsies arī iekšzemes cenas un eksportierim, iegūstot datus par izveduma apmēriem, ir iespējams netieši prognozēt, ar kādām preču iepirkšanas cenām tuvākā nākotnē jāērēķinas. Pretkustība novērojama pie importa līknes un eksporta tirgus cenu līknes, ja imports pieaugs, cenas kritīsies. Izstarojuma veidā, dažādās līknes gan iet vienādā virzienā, bet ne ar vienādu intensitāti, piem., ja lieltirdzniecībā cenas krīt, tad vēlāk un ne tādā pat apmērā, sākas arī cenu krišanās sīktirdzniecībā. Sekojošā kustība ir tad, ja viena līkne sāk kāpt ātrāk un arī ātrāk sāk krist kā otra, tādēļ, ja izdodas grafiski attēlot vienu līkni, var prognozēt kā attīstīsies otra, piem., ja cenas ceļas, tad jāērēķinas, ka tuvākā nākotnē ražošanas kapacitāte pieaugs.

B. Labā un slikta konjunktūra.

Pastāvot labai konjunktūrai vai uzplaukumam, uzņēmumi tiek vairāk nodarbināti nekā to izsaukta tikai laba

sezona, kas dod iespēju dibināt jaunus uzņēmumus un paplašināt pastāvošos; aug uzņēmumu rentābilitāte, cenas ceļas un uzņēmēju ienākumi palielinās.^{4/} Pie sliktas konjunktūras vai sastrēguma, saimnieciskā dzīve it kā nonāk stagnācijā, noiets samazinās, jauni uzņēmumi netiek dibināti, cenas krīt, rentābilitāte samazinas, uzņēmēju ienākumi slīd uz leju un sākas strādnieku atlaišana un lielā skaitā bankroti. Atsevišķs konjunktūras cikls aptver kā labu, tā sliktu konjunktūru un pēc A. Spiethoffa sliktā konjunktūra sadalās divās pakāpēs - pasliktināšanās un I uzlabošanās, labā konjunktūra trīs pakāpēs - II uzlabošanās, augstkāpiens un kapitāla trūkuma periods.^{x/} Atsevišķas fazes ilgums var turpināties tikai dažus mēnešus vai arī dažreiz vairākus gadus.

Labā resp. slikta konjunktūra var aptvert vai nu tikai atsevišķu tautsaimniecību vai arī vairākas /nacionālā un internacionālā konjunktūra/, bet tā var atsevišķās tautsaimniecībās iestāties arī dažādos laikos. Labā vai slikta konjunktūra var ķert arī tikai atsevišķas nozares /parciālā konjunktūra/, piem., izvedējas valstī

4/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 132. lpp.

x/ Sk. par A. Spiethoffa vilņa iedalījumi, 250. lpp.

eksportiera branžā var pastāvēt slikta konjunktūra, turpretim citās saimnieciskās dzīves nozarēs vai vispār attiecībā uz citām precēm, ir laba konjunktūra.^{5/}

Katra faze rēgulāri seko viena otrai un kad mainās sastrēgums ar uzplaukumu un sākas I uzlabošanās, cenas sāk celties, uzņēmumu nodarbe pieaug, savstarpējā uzticība palielinās un ceļoties kapitāla rentēm, kapitāla īpašnieki kļūst par aizdevējiem. Arī II uzplaukuma periodā vēl pieaug kapitāla investējumi, ražošanas līdzekļu produkcijas pieņemam, cenas kāpj un kapitāla rentes turpina celties. Līdz ko šīs parādības ir novērojamas, tuvojas augstkāpiens, ražošana vēl vairāk pieņemam, liels kapitāla pieprasījums, izejvielu un preču cenas ceļas un strauji aug kapitāla rentes. Pēc tam seko kapitāla trūkuma periods, grūtības kapitāla sagādāšanā, mazinās kapitāla investējumi un ražošanas līdzekļu pieprasījums. Atsevišķās nozarēs uzņēmumu rentabilitāte samazinās, ražošanas kapacitāte pārsniedz patēriņu, cenas krīt un vērtspapīru biržās spekulē uz bessi. Lai samazinātu lielos izdevumus, uzņēmēji samazina ražošanas apmērus, racionālizē ražošanu vai mēģina piemēroties citām noņēmēju

5/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 133. lpp.

apriņdām. Sākas strādnieku atlaišana un algas nosišana. Tomēr pirms uzņēmējs izšķirsies samazināt ražošanu, tas kādu laiku vēl ražos krājumam vai dempinga izvedumam, bet ja arī ārzemēs nav iespējams novietot, tad nesamērība starp ražošanas kapacitāti un patēriņu vēl vairāk palielināsies un pārprodukcija zināmās nozarēs var palikt kroniska un paies ilgs laiks kamēr atkal iestāsies līdzsvars. Pārprodukcija kā smags slogs gulstās uz lielāko daļu uzņēmumu, lai gan arī šinī laikā ir nozares, kuŗas attīsta intensīvu darbību.

Kapitāla investējumu samazināšanās, bezdarbnieku skaita pieaugums, krītoši uzņēmēju un strādnieku ienākumi, krītošas cenas un akciju kursi, pieaugoša insolvence un uzņēmumu slēgšana ir svarīgākās pazīmes, ka konjunktūra iet uz leju. Skatoties pēc pārprodukcijas apmēra un citiem ārpus saimniecības stāvošiem apstākļiem, zemais stāvoklis pamazām pāriet lēnā kustībā uz augšu. Kapitāls sāk meklēt lukrātīvu novietošanos, cenas apstājas krist, vērtspapīru kursi uzrāda tendenci kāpt, uzņēmēju ienākumi nesamazinās un saimnieciskā uzņēmība pieņemas un atkal no jauna sākas kāpiens.

Katrā valstī pastāv cenšanās pēc iespējas pagarināt labās konjunktūras un saīsināt sliktās konjunktūras

laiku vai vismaz novērst strauju kritumu. Tā uzņēmēji apvienojoties koalīcijās mēģina ierobežot pārprodukciju, patērētāji organizējas patērētāju biedrībās, darba ņēmēji arodbiedrībās un kapitālisti banku koncernos un interešu apvienībās.

Arī valsts ar savu iekšējo un ārējo saimniecisko politiku var ietekmēt konjunktūras kustību. Vispirms ar savu valūtas politiku /deflāciju, inflāciju, devalvāciju/ un ar emisijas bankas diskonta likmēm, valsts var darboties pretim plašu aprindu pieaugošām spekulācijas tieksmēm.^{6/} Tālāk, iekšējā saimnieciskā politika var tikt tā virzīta, lai saskaņotu produkciju ar patēriņu. Ražošanu valsts var rēgulēt ar koncesijām, ražošanas līdzekļu importa aizliegumiem, kreditu atraušanu, nodokļiem u.t.t. Šādā ceļā valsts cenšas novērst lai atsevišķās nozarēs neizceltos pārprodukcija, vai arī ja tāda jau pastāv, lai tā neizplatītos uz citām nozarēm. Arī patēriņu valsts var veicināt uzstājoties pati kā iekšzemes ražojumu pircēja, piešķirot patēriņa kreditus, ierobežojot importu u.t.t. Valsts var censties panākt lai vajadzības, kuŗu apmierināšanai lielākā vai mazākā

6/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 136. lpp.

mērā nepieciešamas importa preces, tiktu ierobežotas. Gadījumā, ja nacionālā ražošana šīs vajadzības nevar pilnīgi apmierināt, šie priekšraksti izsauks vispārējā dzīves standarta pazemināšanos, kas sevišķi parādīsies pie kultūrālākām tautām.

C. Saimniecisko stāvokli raksturojošās parādības.

1. Naudas un kapitāla tirgus.

Naudas tirgus apmierina īstermiņa kredita pieprasījumus, t.i., galvenokārt izsniedz apgrozības kapitālu vekseļa diskonta, lombarda, reporta un kontokorenta veidā. Kapitāla tirgus turpretim apmierina ilgtermiņa kredita pieprasījumus un brīvie līdzekļi tiek ieguldīti akcijās, obligācijās, hipotēkās, kukšos u.t.t. Pastāvošais procentu mērs ir cena, kāda jāmaksā par sveša kapitāla lietāšanu savā saimniecībā. Procentu mērs atkarājas no pieprasījuma un piedāvājuma, bet lielā mērā to arī ietekmē parādnieka kredīspējas un valsts centrālā naudas institūta procentu mērs.

No kapitāla un naudas tirgus stāvokļa, eksportierim

ir iespējams prognozēt sagaidāmo konjunktūru un vai nu kāpināt savu saimniecisko aktivitāti vai izturēties mazāk aktīvi, lai sevi pasargātu no zaudējumiem. Pastāvot sliktai konjunktūrai, lieli kapitāli ir bez darba vai galvenokārt piegriežas valsts vērtspapīriem ar noteiktu procentu likmi, kaut gan šie vērtspapīri dod ļoti zemu ienākumu. Arī pastāvot sliktai konjunktūrai, kapitāls bieži meklē lukrātīvu novietošanos ārzemēs. Ja privātās bankās ieplūst daudz brīvu līdzekļu, noguldījumu procentu likme krīt, vekseļu portfeļi samazinās, akceptu krediti sašaurinās, tad sākas sliktā konjunktūra.

Sākoties kāpienam, procentu likme ceļas, uzņēmumu rentabilitāte un kredita pieprasījumi pieaug. Spējīgi uzņēmēji cenšas pēc jaunām kombinācijām, kuņas prasa jaunus kapitālus. Privātsaimniecībā ieplūst varena kapitālu straume, akciju kursi ceļas, bieži īsā laikā dubultojas, turpretim vērtspapīru kursi ar noteiktu procentu likmi neceļas vai pat izrāda krītošu tendenci. Iestājoties augstkāpienam, akciju kursi un procentu likme sasniedz augstāko robežu. Šinī konjunktūras stadijā pat mazākā cenas krišanās, izsauks ievērojamu kursa krišanos pie attiecīgās nozares vērtspapīriem. Naudas un kapitālu tirgus kļūst nedrošs un bankas paceļ procentu likmi, lai iero-

bežotu spekulāciju. Jaunas akciju emisijas tiek lēni vai tikai pa daļai sazīmētas. Arī uzņēmēji lielos apmēros pieprasa īstermiņa kredītu, bet to bieži izlietā ilgtermiņa ieguldījumiem, kas vēl vairāk palielina nedrošību. Sākas kapitāla trūkuma periods, kas ir rēgulāra parādība pēc uzplaukuma.

Kāpjošas cenas un palielinātā produkcija pie līdzšinējiem izdevumiem vai tikai lēni kāpjošiem izdevumiem, palielina uzņēmuma rentabilitāti. Šī palielinātā rentabilitāte izpaužas paaugstinātā dividendē un akciju kursu kāpšanā. Tā par konjunktūru ir iespējams spriest pēc izmaksāto dividendu augstuma, jo dividende ir proporcionāla konjunktūrai - kāpjoša pie kāpjošas konjunktūras, slīdoša pie slīdošas. Paaugstinātā rentabilitāte arī izpaužas uzņēmumu bilancēs; lai uzkrātu rezerves, tiek izdarīti lieli norakstījumi. Bet konjunktūras kāpiens drīz izbeidzas, uzņēmumu lielā peļņa, sakarā ar pārprodukciju, pārvēršas zaudējumos, cenas krīt, notiek kredīta atraušana, akciju kursi krīt un sākas bankroti. Stāvokli vēl pasliktina ārzemju kapitāla aizplūšana.

Par naudas un kapitāla tirgus stāvokli kā savā valstī, tā eksporta tirgū, eksportieris var orientēties ievācot banku un biržu ziņojumus, izlietājot dienas presi un emi-

sijas banku ziņojumus. Kāpjoša konjunktūra izsauc ne tikai uzņēmēju palielinātus ienākumus, bet arī palielinās uzņēmumos nodarbināto personu skaitu, kas nozīmē visa eksporta tirgus pirktspēju palielināšanos. Turpretim pie slīdošas konjunktūras, bezdarbnieki, nestrādājoši uzņēmumi un lieli, guloši kapitāli izsauks eksporta tirgus pirktspēju samazināšanos. Konjunktūras kāpiens arī samazina insolventu skaitu, tāpēc insolvences statistika ir labs konjunktūras barometrs, sevišķi ja insolventu skaits tiek uzdots pēc branžām vai apgabaliem. Vēl svarīgs informācijas avots, lai spriestu par uzņēmumu rentabilitāti, ir nodokļu statistika.^{7/}

2. Preču tirgus.

Eksporta tirgus saimniecība patērē izejvielas, pusfabrikātus un gatavus ražojumus. Beidzamos varētu iedalīt: ilgākam laikam noderīgie priekšmeti, pārtikas un garšvielas un ražošanas līdzekļi. Eksportierim no svara, vai viņa prece pieder pie elastīgā patēriņa precēm vai nelas-

7/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 149. lpp.

tīgā. Pie elastīgā patēriņa pieder tās preces, kuŗu patēriņš ar cenu krišanos vai celšanos palielinās resp. samazinās, jo vai nu nāk klāt jaunas noņēmēju aprindas, vai arī cena zināmas aprindas kā pircējus izslēdz. Pie elastīgā patēriņa precēm pieder garšvielas, augstas kvalitātes audumi, greznuma priekšmeti u.t.t. Neelastīgā patēriņa preču noiets netiek tādā mērā no cenām ietekmēts, kā elastīgā patēriņa, piemēram, nepieciešamas izejvielas, barības vielas, ražošanas līdzekļus u.t.t., ir jāimportē arī tad, kad cenas ir augstas. Skatoties pēc eksporta tirgus saimnieciskās struktūras, patēriņš lielākā vai mazākā mērā tiks segts ar vietējās lauksaimniecības vai rūpniecības ražojumiem un tikai pārējā daļa tiks importēta. Agrārās valstīs importā dominēs gatavi fabrikāti, bet industrijas valstīs izejvielas, pusfabrikāti un pārtikas vielas.

Pie kāpjošas konjunktūras atdzīvojas kā iekšējā, tā ārējā tirdzniecība. Ja eksporta tirgus ražošanas nozares ir izejvielu vai ražošanas līdzekļu ziņā lielākā vai mazākā mērā atkarīgas no ārzemēm, tad pie konjunktūras kāpiena pieaugs dzelzs, ogļu, mašīnu u.t.t. imports. Ja eksporta tirgus iedzīvotāji labprāt pērk ārzemju ražojumus, tad pieaugs gatavu fabrikātu imports, ko gan valsts ar

muitu pacēlumu, importa aizliegumiem un kontingentiem var samazināt. Pie slīdošas konjunktūras notiek pretējās parādības: samazinās izejvielu un ražošanas līdzekļu imports, samazinās gatavu fabrikātu ievedums, piem., tādu priekšmetu imports, kuŗi ir domāti ilgākai lietāšanai kā mēbeles, radio u.t.t. Šādu priekšmetu pieprasījuma samazināšanās pa daļai stāv sakarā ar ienākumu samazināšanos un kapitāla zaudējumiem, bet arī pa daļai ar vispārējo pircēju noskaņojumu, jo arī tādas aprindas atturēsies izdarīt iepirkumus, kuŗas vēl ir ar pietiekošām pirktspējām. Tomēr, pastāvot sliktai konjunktūrai, var būt arī nozares, kuŗas nav skārtas no pārprodukcijas un eksportierim nav jārēķinas ar samazinātām pirktspējām.

Preču tirgū cenas sastrēguma periodā sasniedz zemāko līmeni, bet sastrēguma perioda beigās uzrāda vāju tendenci celties.^{8/} Cenu celšanās arī turpinās I un II uzlabošanās periodā un sevišķi strauji ceļas augstkāpiena laikā. Kapitāla trūkuma periodā cenas sasniedz augstāko līmeni, bet uz perioda beigām sāk strauji krist. Cenu svārstības ne vienmēr stāv sakarā ar pārprodukciju, tā valsts bruņošanās, valūtas devalvācija, kontingenti,

8/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935, 147. lpp.

importa aizliegumi u.t.t. dzen cenas augšā, bet labas ražas, valūtas deflācija, uzņēmumu racionālizācija u.t.t., iedarbojas pretēji. Ja eksporta tirgū pastāv autoritātīva vai plānsaimnieciska valsts iekārta, tad arī valsts centīsies vai nu cenas stabilizēt, paaugstināt vai pazemināt. Šim nolūkam valsts ieceļ cenu inspektoros, kuriem jāseko cenu līmenim un konjunktūrai. Agrārās valstīs valdība parasti cenšas nodrošināt svarīgākām lauksaimniecības nozarēm pastāvēšanu un tālāku attīstību ar ciešu cenu garantijām un lauksaimniecības produktu cenu saskaņošanu ar rūpniecības ražojumu cenām. Par valdības cenu politiku eksportieris var gūt ieskatu no dienas preses. Ja dienas presē parādās raksti, ka zināmās nozares strādā ar pārāk lielu peļņu, tad eksportierim jā-rēķinas, ka šo nozaļu ražojumu cenas pazemināsies. Vietējie ražotāji savukārt, lai panāktu cenas samazināšanu, mēģinās darīt spiedienu uz eksportieri. Ja tas tiem neizdosies, tie var griesties pēc palīdzības pie valsts iestādēm un tās savukārt aizrādīs izvedējas valsts konsuļiem, tirdzniecības kamerām u.t.t. uz iekšzemes cenu pazemināšanu un mēģinās panākt cenu pārkārtošanu.

Eksportierim katrā ziņā jātiek skaidrībā, vai viņa preču cenas eksporta tirgū ir padotas pieprasījuma un

pieāvājuma likumam vai arī tiek regulētas no valsts vai privātā kārtā ar sindikātiem, karteļiem un monopoliem. Tālāk, jāņem vērā, vai viņa prece pieder pie elastīgā vai neelastīgā patēriņa priekšmetiem resp. vai tā noņēmēji ražo elastīgā vai neelastīgā patēriņa priekšmetus. Ja noņēmēji tikai daļu no saviem ražojumiem novieto vietējā tirgū, bet pārējo daļu eksportē, tad pastāvošā importa valstī labai konjunktūrai, eksporta tirgus izveidums pieaugs, cenas celsies un līdz ar to eksporta tirgus pirktspejas.

Par preču tirgus stāvokli, eksportieris var gūt ieskatu, salīdzinot svarīgāko importa un eksporta preču cenas dažādos periodos. Slīdošas cenas nozīmē slīdošu konjunktūru, kāpjošas - kāpjošu, lai gan dažreiz konjunktūras kāpiens arī neizsauc cenu celšanos, piem., ja nāk klāt svarīgi jaunizgudrojumi, vai arī eksporta tirgū pastāv kroniska pārprodukcija, kas kavē labu cenu iegūšanu.

3. Darba tirgus un ražošanas kapacitāte.

Pastāvot labai konjunktūrai, vietējā saimniecība spēj dot darbu vairāk strādniekiem un maksāt lielākas algas nekā sastrēguma periodā. Kā uzplaukuma, ta sastrēguma periodā darba ņēmēji cīnas ar uzņēmējiem dēļ algām. Uzplaukuma periodā strādnieki centīsies panākt algu paugstināšanu, bet kad seko konjunktūras kritums, mēģinās aizkavēt algu nosišanu. Arī valsts, pastāvot sliktai konjunktūrai, mēģinās rēgulēt darba tirgu resp. darba roku piedāvājumu un pieprasījumu. Tā valsts var rīkot sabiedriskos darbus, realizēt plašu būvplānus, pārkārtot darba tirgu, orientējot strādniekus uz citām nozarēm, vai arī mēģināt darīt spiedienu uz uzņēmējiem lai tie strādniekus neatlaistu.

Darba tirgu raksturo strādnieku skaits, bezdarbnieku skaits, nostrādāto stundu skaits u.t.t. No šiem datiem eksportieris gūst ieskatu par pirktspēju celšanos resp. samazināšanos, jo arī strādnieku aprindas var būt galvenās eksportiera preču noņēmējas. Bez tam atsevišķās nozarēs nodarbināto strādnieku skaits izteic ražošanas apmērus un līdz ar to eksportieris var spriest par sagaidāmo izejvielu, pusfabrikātu un ražošanas līdzekļu pieprasī-

jumu un dažos gadījumos var spriest arī par gatavu fabrikātu importu, piem., ja eksportierim jārēķinās ar vietējās rūpniecības konkurenci.^{9/}

Attiecībā uz ražošanas kapacitāti, tad tās celšanos veicina kāpjošās cenas un pieaugošā uzņēmumu rentabilitāte. Pastāvot labai konjunktūrai, daudzi uzņēmumi, kuri pie agrākām cenām nevarēja darboties, tagad atver savas durvis, pastāvošie uzņēmumi paplašinājas un rodas jauni uzņēmumi. Katrā valstī ir zināmas nozares kas noteic vispārējo tautsaimniecisko konjunktūru. Industrijas valstīs tādas būtu kalnrūpniecība, ražošanas līdzekļu rūpniecība un svarīgākās patēriņa līdzekļu nozares, piem., Vācijā konjunktūru nosaka nodarbe ķīmiskā un dzelzs rūpniecībā. Agrārās valstīs konjunktūra atkarājas no tām nozarēm, kas vietējo tirgu apgādā ar nepieciešamiem pārtikas produktiem vai arī kuŗas vietējai tautsaimniecībai sagādā uzplaukumam nepieciešamo kapitālu ar eksportu. Arī agrārās valstīs labas ražas ceļ ienākumus un līdz ar to importu, lai gan sevišķi labas ražas izsauc arī cenu krišanos, kas nav patīkami lauksaimniekiem, bet rūpniecībā nodarbināto iedzīvotāju pirktspējas ar to ceļas.

^{9/} Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 144. lpp.

Līdz ko valsts vai paši saimniekotāji uzplaukuma periodā nerūpējas palielināto ražošanas kapacitāti ieturēt pareizā attiecībā ar pieprasījumu, rodas pārprodukcija. Pārprodukcija vissmagāk ķer galvenās ražošanas nozares un pamazām pārsviežas arī citās. Ja pārprodukciju nav iespējams novērst ar dempinga izdevumu vai valsts patēriņa kredita palīdzību, tiek slēgti daudzi uzņēmumi, kuŗi agrāk bija eksportiera preču noņēmēji. Arī valsts ar savu finanču politiku var nelabvēlīgi ietekmēt patēriņu, piem, ja valsts ar lieliem nodokļiem iegūtos līdzekļus izlietā būvniecības plānu realizācijai, bruņošanās nolūkiem u.t.t., tad tautas pirktspējas samazinās un plaši līdzekļi tiek atrauti patēriņam.^{10/}

Par ražošanas kapacitāti eksportieris var spriest no ražošanas statistikas, kas uzdod uzņēmumu skaitu, strādnieku skaitu, izlietātās enerģijas daudzumu u.t.t. Saprotams, galvenā vērība jāpiegriež nodarbei tajās nozarēs, kuŗas noteic eksporta tirgus konjunktūru. Apskatot strādnieku skaitu, jāzin kāda daļa no tiem strādā ar virsstundām, kāda daļa strādā normālo darba laiku un kāda daļa strādā ar saīsinātu darba laiku. Nodarbes palielināšanos nozīmē ne tikai strādnieku skaita palieli-

10/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner " Exportbetriebslehre" 1935., 142. lpp.

nāšanās, bet arī ja samazinās to strādnieku skaits, kuri līdz šim strādāja ar saīsinātu darba laiku. Nodarbi izteic arī ražošanas līdzekļi, piem., tekstilrūpniecībā darbā esošo spoļu skaits, vai arī patērēto izejvielu un pusfabrikātu daudzums.

D. Konjunktūras prognoze.

Jaunākos laikos dažās valstīs pastāv privātu personu vai valsts nodibināti institūti konjunktūras pētīšanai. Šie institūti seko konjunktūras kustībām un rēgulāri ikmēnešu vai gada ceturkšņus publicē konjunktūras datus un mēģina uzstādīt konjunktūras prognozi.^{11/} Ja šādi institūti eksporta tirgū pastāv, tad eksportiera darbs ir lielā mērā atvieglots, turpretim, ja importa valstī nepastāv organizēta konjunktūras pētīšana vai arī šo institūtu sniegtas ziņas nedod iespēju izsekot konjunktūras kustībai atsevišķās branžās, tad eksportierim pašam jāstājas pie konjunktūras pētīšanas.

Uzstādot konjunktūras prognozi, eksportieris vadās

11/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner "Exportbetriebslehre" 1935., 158. lpp.

no praktiskiem mērķiem, tam gelvenokārt no svara noteikt, vai eksporta tirgū paredzamas kāpjošas vai krītošas uzņemšanas spējas, vai tuvākā nākotnē sagaidāma kāpjoša vai krītoša cenu tendence un vai var rēķināties ar rēgulāru maksājumu ienākšanu. Pie labām peļņas izredzēm vai stabila noieta, kad tajā pašā laikā citos eksporta tirgos jā-rēķinājas ar noieta samazināšanos, eksportieris uz zināmu valsti arī kāpinās savu saimniecisko aktīvitāti. Turpretim eksporta tirgos, kuŗos pēc eksportieŗa subjektīvā sprieduma sagaidāma krītoša konjunktūra, lai sevi pasargātu no eventuāliem zaudējumiem, eksportieris izturēsies mazāk aktīvi.

Lai gūtu ieskatu par sagaidāmo konjunktūru, eksportierim jāuzstāda konjunktūras diagnoze, t.i. sprieŗot pēc dažādām pazīmēm, pašreizējais tirgus stāvoklis jāpieskaita pie vienas vai otras konjunktūras cikla fazes. Tā kā konjunktūras kustība pieder pie periodiskām kustībām, tad gūstot ieskatu par pašreizējo stāvokli, ir arī zināmā mērā iespējams spriest par nākotnes norisi.

Par pašreizējo eksporta tirgus stāvokli eksportieris var iegūt informāciju no dienas preses, tirdzniecības žurnāliem, birŗas biļeteniem, banku un finanŗu ministriju ziņojumiem, tirdzniecības kameru publikācijām u.t.t.

Saprotams, pamatojoties uz saviem piedzīvojumiem un tirgus zināšanām, eksportierim jāizvēlas tikai tādi dati, kas kaut kāda attiecībā stāv ar viņa preču noietu. Ja konjunktūras novērtēšanai tiks ņemti dati, kuŗi nekādā, vai ļoti mazā attiecībā stāv ar eksportieŗa preču noietu, tad arī visa konjunktūras prognoze būs problēmatiska un varēs notikt stipra novirzīšanās no paredzētās konjunktūras kustības.

Industrijas valstīs vispārējo konjunktūru vislabāk raksturo izejvielu imports, dzelzs un ogļu patēriņš, svarīgāko ražošanas nozaŗu kopprodukcijas apmērs un vērtība, nodarbināto strādnieku skaits, jaunu akciju emisijas un akciju kursi. Agrārās valstis, ja tās piedalās pasaules tirgū, par konjunktūru var spriest pēc lauksaimniecības produktu izveduma skaitļiem un pasaules tirgū iegūtām cenām. Bez tam kā industrijas, tā agrārās valstīs konjunktūras kāpiens resp. kritums ir redzams no vekseļu kursiem, banku diskonta likmēm, vekseļu portfeļa stāvokļa, noguldījumu apmēriem, izmaksātām dividendēm, insolventu skaita atsevišķās branžās, patēriņa apmēriem un cenām. Pieturas punktus konjunktūras novērtēšanai dod arī satiksmes statistika, piem., kuŗu un dzelzceļu pārvadātās kravas, satiksmes uzņēmumu ienākumi,

jaunu kapitālu investējumi u.c.

No iegūtiem datiem eksportieris var izveidot līnijas vai līknes, kuŗas rādīs konjunktūras kāpienu vai kritumu. Datus var lietāt vai nu kā absolūtus skaitļus vai arī aprēķināt indeksa skaitļus, piem., vienā indeksā var savilkt dažādu preču cenas lieltirdzniecībā, dažādu izejvielu importa skaitļus, gatavu fabrikātu eksporta skaitļus u.t.t. Dažos gadījumos eksportieris jau gatavus indeksa skaitļus iegūst no tirgotāju korporācijām, valsts iestādēm vai citiem institūtiem. Šie indeksu skaitļi ir rezultāts no dažādu konjunktūras datu summācijas un rādīs kādā apmērā zināma parādība pieņemas vai krīt. Lai patiesam stāvoklim nāktu pēc iespējas tuvāk, konjunktūras kustība jāatbrīvo no trend kustības - vispārējās saimnieciskās attīstības un sezonas ietekmes, piem., laba sezona pavājinās krītošas konjunktūras sekas un pie kāpjošas konjunktūras vēl vairāk pacels noietu.

E. Sezona un tās novērtēšana.

Sezonas kustība pieder pie ritmiski saistītām kustībām, tādēļ arī eksporta tirgos gadu no gada noteiktos

mēnešos vai gada laikos novērojamas zināmas saimnieciskas parādības. Šīm parādībām ir tuvs sakars ar atsevišķu gada laiku klimatu. Dažās valstīs zināmi klimatiskie apstākļi iestājas periodiski katru gadu un stingri atšķiras no cita gada laika klimatiskiem apstākļiem. Cītās valstīs šis periodiskums ir mazs un arī atšķirības niecīgas.

Katrā eksporta tirgū var atšķirt vienu labu un vienu sliktu sezonu. Atkarībā no preces rakstura, dažām precēm laba sezona iestājas rudenī, citām pavasarī; dažām izdevīgs ir siltais gada laiks, turpretim citas galvenokārt tiek pieprasītas aukstajos mēnešos. Agrārās valstīs iedzīvotāju pirktspējas ceļas rudenos, kad tiek pārdoti ievāktie augļi, labība, izdaudzētie lopī u.t.t., kas parādās uz tirgus pastiprināta rūpniecības produktu pieprasījumā. Industrijas valstīs sevišķi tekstila un ādu rūpniecība padota sezonas ietekmei. Arī nacionāli vai reliģiski svētki, laulību termiņi un modes maiņa izsauc pastiprinātus iepirkumus.^{12/}

Eksportierim nu jātiek skaidrībā vai viņa prece eksporta tirgū padota sezonas ietekmei, vienalga vai tas būtu tieši vai netieši, vai nē. Nepareizi novērtējot

12/ Sk. C. Kapferer und J. Schwenzner " Exportbetriebslehre" 1935., 161. lpp.

sezonas ietekmi, eksportieris var savās dispozīcijās kļūdīties un vai nu pavisam nebūs iespējams pārdot nosūtīto preci vai arī būs jāpārdod par pazeminātām cenām. Turpretim preci, kuŗa tiks uz eksporta tirgu nosūtīta īstā laikā, pastāvot lieliem pieprasījumiem būs iespējams pārdot ātri par labām cenām un uz izdevīgiem maksāšanas noteikumiem.

Datus, sezonas novērtēšanai, eksportieris var iegūt no dienas preses, emisiju banku ziņojumiem, tirgotāju korporāciju ziņojumiem, patēriņa un importa statistikas u.t.t. Salīdzinot iegūtos datus ar gada caurmēra patēriņu, eksportieris gūst ieskatu par sezonas ietekmi uz viņam interesējošo preču noietu.

LATVIJAS SVARĪGĀKO LAUKSAIMNIECĪBAS RAŽOJUMU
IZVĒRTĒŠANA ĀRZEMJU TIRGOS.

Latvija, kā pēc dabas apstākļiem, tā visas līdzšinējās materiālās kultūras gaitas, ir agrāra valsts, tādēļ arī tās eksportā galvenokārt dominē lauksaimniecības produkti, sevišķi lauksaimniecības kvalitātes produkti. Pēc ģeografiskā stāvokļa un līdzšinējiem eksporta virzieniem, Latvija stāv tirdznieciskos sakaros ar augsti attīstītām industrijas valstīm, kuŗās kā šodien, tā arī tālākā nākotnē lauksaimniecības ražojumu imports būs nepieciešams.

Latvijas ārējā tirdzniecībā ievārojamāko eksporta posteni sastāda koku materiāli, kas 1936. g. eksportēti par 37,07 milj. ls. No pagājušā gada eksporta kopvērtības - 138,4 milj. ls, kokmateriāli iztaisa 26,8%.^{1/} Salīdzinot ar 1935. gada skaitļiem, kokmateriālu eksports palielinājies par 11,8 milj. ls vai 47%, turpretim daudzums par 41.700 tt vai tikai 6,5%. Šī nesamērība starp vērtības un vairuma pieaugumu, izskaidrojama ar pasaules tirgū straujo kokmateriālu cenu celšanos. Cenu celšanās sākās jau pag. gada sākumā, bet visstraujāk tā kāpa lata

1/ Sk. "Latvijas ārējā tirdzniecība un transits 1936.g.", IX lpp.

kursa maiņas laikā un 1936. g. decembrī pie dažām koksnēm cena bija cēlusies par 65%.^{2/}

Pastiprinātā būvniecība un bruņošanās daudzās valstīs, kā arī vispārējās rosības pieaugums pasaules saimniecībā, ievērojami palielināja kokmateriālu pieprasījumu. No otras puses šim augošam patēriņam stāvēja pretim E.T.E.C. noteiktais piedāvājums, kas vēl vairāk pastiprināja cenu celšanās tendenci.

Lai internacionālā kokmateriālu tirdzniecība nebūtu neorganizēta un lai saskaņojot piedāvājumu ar pieprasījumu būtu iespējams novērst cenu sabrukšanu, Eiropas koku eksporta valstis ir apvienojušās "Eiropas koku eksportieru apvienībā" /E.T.E.C. - European Timber Exporters Convention/. Latvija, tāpat kā S.P.R.S., agrāk šajā apvienībā nepiedalījās, bet 1937. g. uz Tirdzn.-rūpniecības kameras lēmuma pamata, arī Latvija pievienojās minētai konvencijai.^{3/} Tagad apvienībā reprezentētas sekošas valstis - Zviedrija, Austrija, Polija, Rumānija, Čehoslovākija, S.P.R.S., Dienvidslāvija un Latvija. Gadskārtējās konferencēs apvienība noteic nākošajā gadā eksportējamo kokmateriālu kopkontingentu un to sadala

2/ Sk. "Ekonomists" Nr 10, 1937.g. 31.maijā, 404.lpp.

3/ Sk. "Jaunākās Ziņas" Nr 57, 1937.g. 11. martā, 4.lpp.

uz atsevišķām koku eksporta valstīm. 1937. gadam kopkontingents tika noteikts uz 4 milj. standartu, no kuŗa Latvijas koku eksportieŗi ieguva 127.000 standartus. Ierobeŗojums attiecas tikai uz zāgētiem materiāliem, bet neattiecas uz tēstiem materiāliem, kapbaļķiem, kastu dēļiem, būvskaliņiem, finieŗiem u.c.

Teorētiski rēķinot, Latvijai 1937. gadā būtu bijis iespējams eksportēt ap 180.000 standartu zāgmateriālu, to tomēr nevarēja darīt pastāvošās konvencijas dēļ. Lai atsevišķi eksportieŗi "neizlektu", bet katrs dabūtu savu daļu iespējamā eksporta kvotē, Finanču ministrija kvoti sadalīja starp eksportieŗiem pēc vidējā 1936. un 1935. gada izveduma.^{4/} Pastāvot kāpjošam pieprasījuma un labām cenām, gandrīz visi koku eksportieŗi jau līdz š. g. jūnijam bija izmantojuši visu viņiem piešķirto eksporta kvoti. Sakarā ar to, š. g. jūlijā un augustā koku tirgū zināmā mērā iestājās klusums, un tika noslēgti tikai nelieli darījumi par iztrūkstošo izmēru zāgmateriālu piegādi. Turpretim pārējo kokmateriālu, kā slīperu, tēleфона un tēlegrafa stabu, stutmalkas un papīrmalkas pārdevumi samērā diezgan dzīvi, lai gan darījumu noslēgšanu traucē paaugstinātās vedmaksas. Vedmaksas nepārtraukti ceļas un š. g. augustā bija par 50% augstākas

4/ Sk. "Jaunākās Ziņas" 1937.g. 11. maija 57.nr., 4. lpp.

kā gada sākumā.^{5/} Neskatoties uz augstām vedmaksām, tomēr eksportieriem nav iespējams īstā laikā dabūt kugus un ostās uzkrājas ievērojami daudzumi kokmateriālu.

Pēdējā laikā galvenās Latvijas koku importa valstīs - Lielbritānijā un Vācijā, kokmateriālu patēriņš pieaudzis un cenas uzrāda kāpjošu tendenci. Vācijā tomēr kokmateriālu ievedums ar devīžu atļaujām stipri ierobežots. Francijas tirgū kokus apgrūtina novietot franka devalvācija. Franka vērtība pazemināta par 13,5%, bet kopā ar pagājušā gada devalvāciju, franka vērtība pazemināta par apm. 42%. Pircējiem tādēļ par importētiem kokiem jāmaksā 42% vairāk, neņemot vēl vērā pašu koku cenu celšanos. Sakarā ar to arī privāta būvniecība Francijā gandrīz pilnīgi apstājusies.^{6/}

Sekojošajiem eksportieru piemēram, arī koku importieri nodomājuši sadarboties un š. g. 8. jūlijā Parīzē notika pirmā importa valstu starptautiskā sanāksme, kurā piedalījās Anglijas, Francijas, Holandes un Beļģijas pārstāvji. Konferencē pieņēma lēmumu, ka nepieciešami apspriesties ar E.T.E.C. oficiāliem delegātiem, pirms tiek noteiktas nākošā gada eksporta kvotes.^{7/}

5/ Sk. "Economists" 1937.g. 1. sept. 17. nr., 679. lpp.

6/ " " " " 1. " " " 680. lpp.

7/ " " " " 1. " " " 679. lpp.

Nākošā koku eksportieņu sanāksme notiks š. g. 29. septembrī Stokholmā, kad arī notiks 1938. g. eksportējamo koku kontingentu un kvotes atsevišķām valstīm. Šo sanākumi gaida kā eksportieři, tā importieři, jo no atļautā eksporta apmēriem arī atkarājas nākošā gada kokmateriālu cenas.

Koku eksporta Latvijā ir decentrālizēts. 1935. g. 2. oktobrī stājās spēkā likums par koku materiālu eksportu, transitu un koksirdzniecības agentūrām.^{8/} Visas šīs nozares ir koncesionētas un strādā zem valdības uzraudzības. Lūgumus nodarboties ar kokmateriālu eksportu, jāiesniedz ikgadus Finanču ministrijas Tirdzn.-rūpniec. departamentam. Pie Tirdzn.-rūpn. departamenta pastāv arī speciāls koku eksportieņu un eksportkoku apzīmējumu registers. Nodarboties ar koku eksportu var tikai reģistrētas firmas un izvest drīkst tikai tādus kokmateriālus, kas ir apzīmēti ar attiecīgai firmai reģistrētām markām. Markām jābūt īpatnējām katrai eksporta firmai un jāsaturs norādējums par attiecīgā materiāla šķirni, piemērojoties pastāvošiem koku šķirošanas noteikumiem. Apzīmējumiem jābūt iedēzinātiem, iespiestiem vai neizdzēšami iekrāsotiem.^{9/} Bez tam visi kokmateriālu

8/ Sk. "Jaunākās Ziņas" Nr 236, 1935.g.16.okt., 6. lpp.

9/ Sk. "Valdības Vēstnesis" Nr 292, 1934.g.24.dec.3.lpp.

eksporta darījumi registrējami Latvijas Tirdzn.-rūpn. kamerā. Registrācija jāizdara 14 dienu laikā pēc darījuma noslēgšanas un ja līdz darījuma izpildīšanai notiktu kādas pārgrozības vairuma, cenas, šķirnes vai kontrahentu ziņā, tad arī šīs pārgrozības jāpietēic Tirdzn.-rūpniec. kamerai.

Vēl atzīmējams, ka tuvākā nākotnē valdība paredzējusi dibināt plašu koktirdzniecības firmu, kas pārņemt Mežu departamenta izstrādātos kokus un palīdzētu lauksaimniekiem kā iekšzemes, tā ārzemes tirgos novietot viņu izaudzētos kokus.^{10/}

No dažādiem koku izstrādājumiem visvairāk tiek izvesti līmēti finieři. Pagājušā gada finiežu eksporta vērtība ir 13 milj. ls vai 7,6% no kopeksporta. Galvenās Latvijas finiežu noņēmējas ir Anglija un Vācija. Anglija 1936. g. importējusi Latvijas finiežus par 4,7 milj. ls, kas sastāda 36,2% no visa finiežu eksporta, Vācija par 3,8 milj. ls vai 29.6%. Tomēr finiežu cenas nav kāpušas līdztekus kokmateriālu cenām, tādēļ šīs nozares uzņēmumus valsts vēl atbalsta, izsniedzot no valsts mežiem kokmateriālus par pazeminātām cenām.^{11/}

Pēc kokmateriāliem otro lielāko Latvijas

10/ Sk."Jaunākās Ziņas" Nr 124, 1937.g. 7. jūn., 16. lpp.

11/ Sk."Ekonomists" Nr 10, 1937.g. 31. maija, 404. lpp.

ārējās tirdzniecības eksporta posteni sastāda sviesta izvedumi. Latvijas izdevīgais ģeografiskais stāvoklis un labvālīgie klimatiskie apstākļi lielā mērā veicinājuši lopkopības un piensaimniecības attīstību. Salīdzinot ar citām sviesta eksporta valstīm, Latvija 1936.g. ieņēmusi septīto vietu, atstādama aiz sevis ne tikai Lietuvu, Somiju, Igauniju un Poliju, bet arī Pad. Krieviju. Latviju pēc izvestā sviesta daudzuma pārspēj tikai šādas zemes: Dānija, Jaunzēlandē, Australija, Holande, Īrijas brīvvalsts un Zviedrija. Lopkopis Zeltiņš ir aprēķinājis, ka līdzšinējo sviesta eksportu, kas ik gadus svārstas ap 17-18 milj. kg, var pacelt 5 gadu laikā līdz 40 milj. kg.^{12/}

Pagājušā gadā sviests izvests 17.291 tt par 25,3 milj. ls, kas sastāda 18,3% no visas eksporta kopvērtības. Salīdzinot ar 1935. g., kad sviests izvests 16.816 tt par 18,5 milj. ls, sviesta eksports palielinājies par 475 tt vai 6,8 milj. ls.^{13/}

Latvijas sviesta izvedumi galvenokārt iet uz Angliju, ap 58% no visa sviesta eksporta vai absolūtos skaitļos 10.098 tt par 14,8 milj. ls. Otrā vietā nāk Vācija, ar 1936.g. importētām 5271 tt par 7,7 milj. ls vai

12/ Sk. "Jaunākās Ziņas" Nr 97, 1937.g. 31.maijā, 9.lpp.

13/ Sk. "Latvijas ārējā tirdzniecība un transits" 1936.g. IX lpp.

30,3% no visa sviesta eksporta kopvērtības. Anglijas sviesta tirgū, neskatoties uz pastiprinātiem ievēdumiem no Polijas, Argentīnas, Lietuvas un Pad. Savienības, sviesta cenas pēdējā laikā stipri cēlušās. Tā šā gada jūlijā Latvija par savu sviestu ieguva 116 sh par cwt. Arī otrā lielākā mūsu sviesta importa valstī - Vācijā, cenas nedaudz cēlušās, bet ievēduma palielināšanos kavē devīžu atļaujas un augstās muitas. Bez tam Latvija ir operējusi ar sviesta darījumiem arī citos kontingentos - Amerikā, Āzijā un Afrikā. Tāpat kā Vācijā, arī U.S.A. sviesta ievēdumu kavē pastāvošās muitas, kas š. g. jūlijā un augustā bija 14 centi uz Lb.^{14/}

Atzīmējams, ka visus beidzamos gadus piensaimniecības produktu eksports tomēr ir prasījis no valsts kases palīdzību. Kopsummā piensaimniecības atbalstīšanai valsts uz 1937. g. 1. janvāri izdevusi 71,5 milj. ls. Tikai pagājušā gadā, pateicoties labākai starptautiskai konjunktūrai un mūsu valūtas kursa izlīdzināšanai, piemaksas, kas 1934. g. sasniedza 20,7 milj. ls, pakāpeniski noslīdēja 1936. g. uz 5,6 milj. ls. Salīdzinot ar 1934. g., valsts piemaksas samazinājās 1935. g. par 18%, bet 1936. g. par 73%. Arī tekošā gadā piensaimniecības atbalstīšana ar piemaksu palīdzību turpina sama-

^{14/} Sk. "Ekonomists" Nr 16, 1937.g.15.aug., 630. lpp.

zināties.^{15/}

Līdz 1934. gada beigām sviesta eksports bija sadalīts 7 eksporta firmu starpā. Lai novērstu savstarpēju konkurenci, minētā gadā, kad divas no sviesta eksporta firmām bija nonākušas maksāšanas grūtībās, pārējās eksporta firmas uz valdības ierosinājumu apvienojās jaunā sviesta eksporta organizācijā - paju sabiedrībā "Latvijas centrālais sviesta eksports". Pajas ieguva sekošas 5 agrākās eksporta firmas:^{16/}

1. Latvijas piensaimniecības centrālā savienība,
2. Akc. sab. "Pollock u. Co",
3. " " "Piena eksports",
4. Latgales lauksaimniecības centrālais kooperatīvs,
5. O. L. Möller - Holst's.

Sabiedrības mērķis pieņemt izvešanai uz ārzemēm un pārdošanai iekšzemē visādus piensaimniecības ražojumus no organizācijām, privātām personām un firmām, kā arī no savienībām, kam Zemkopības ministrija atļāvusi piensaimniecības ražojumu pārstrādāšanu un izvērtēšanu. P./S. "Latvijas centrālais sviesta eksports" tagad pieder vienai pašai visā valstī tiesība eksportēt sviestu un sieru. Minētās 5 agrākās eksporta firmas

15/ Sk. "Jaunākās Ziņas" Nr 71, 1937. g. 1. apr., 3. lpp.
16/ Sk. "Valdības Vēstnesis" Nr 292, 1934. g. 24. dec., 1. lpp.

uzņemās sviesta savākšanu, bet P./S. "Latvijas centrālais sviesta eksports" rūpējas par sviesta novietošanu ārzemju tirgos.

Sabiedrības kārtējās pilnās sapulcēs tiek ievēlēta valde un revīzijas komisija. Valde sastāv no priekšsēdētāja un 3 locekļiem, tos ievēl uz 3 gadiem, bet laikā kamēr pastāv likums par piena izmantošanas veicināšanu, valdes priekšsēdētāju ieceļ zemkopības ministrs. Sabiedrības operāciju izvešanai uz valdes priekšlikumu zemkopības ministrs ieceļ direktoru-rīkotāju. Pašreizējais direktors-rīkotājs ir A. Kānbergs. Pie valdes pastāv komisija, kuŗa nosaka par notecējušo mēnesi iegūtās sviesta un siera caurmēra cenas un valsts piemaksu apmērus. Komisija sastāv no priekšsēdētāja un 2 locekļiem, priekšsēdētāju ieceļ zemkopības ministrs, bet vienu locekli sūta finanču ministrs un vienu valsts kontrolieris.

Sviestu sabiedrība iepērk no agrākām sviesta eksporta firmām par valdības noteiktām cenām. Tā š. g. jūlijā, ņemot vērā cenas, kādas ārzemēs ieguva paju sab-ba "Latvijas centrālais sviesta eksports", valdība noteica sekošas cenas: par I^a šķiras sviestu Ls 1,90, par I^b šķiras - Ls 1,85, par II^a šķiras - 1,75 kg, fran-ko tuvākā dzelzceļa stacijā.^{17/}

^{17/}Sk. "Ekonomists" Nr 16, 1937. g. 15. aug., 630.lpp.

Ja sabiedrībai, sakarā ar eksporta operācijām, cēlušies zaudējumi, tad tos sedz valsts no budžeta līdzekļiem. No sabiedrības peļņas 10% tiek pieskaitīti rezerves kapitālam, bet par pārpalikušo summu izlietāšanu lemj kārtējā pilnā sapulce, nosakot arī dalībniekiem izmaksājamo dividendes lielumu. Sabiedrība pagājušo darbības gadu noslēgusi ar 137.567 ls lielu tīratlikumu, no kuŗa, pēc atskaitījumiem rezerves kapitālam un nodokļiem, 48.000 ls atvēlēja kultūrāli-sabiedriskiem mērķiem un dividendēs izmaksāja 6.000 ls.^{18/}

Anglijas tirgū P./S. "Latvijas centrālais sviesta eksports" visu sviestu novieto ar angļu tirdzniecības sabiedrības "Anglo-Baltic Produce Comp." Ltd., palīdzību. Minētā sabiedrībā Latvija piedalās ar kapitālu un valdē darbojas pa vienam pārstāvim no P./S. "Latvijas centrālais sviesta eksports" un A./S. "Bekona eksports", jo arī viss bekoņa eksports uz Angliju notiek ar minētās sabiedrības palīdzību.^{19/}

Šī angļu tirdzniecības sabiedrība ir izrādījusies par pozitīvu faktoru labu cenu iegūšanā un Latvijas sviesta propagandēšanā. Tomēr no visa Anglijas sviesta importa, kas gadā ir apm. 11 milj. cwt, Latvijai piekrīt

18/ Sk. "Jaunākās Ziņas" Nr 81, 1937.g. 13.apr., 6. lpp.
19/ Sk. " " " " " 114, " 26.maijā, 8.lpp.

vēl ļoti niecīga daļa, kas norāda, cik lielas vēl Latvijas izredzes sviesta novietošanā Anglijas tirgū.

Vēl atzīmējams, ka jau sākot ar 1922. g. viss sviests ko izved uz ārzemēm pakļauts piensaimniecības ražojumu valsts kontrolei. Šo kontroli izdara neatkarīgi zvērināti sviesta eksperti, nosakot šķirnes pēc 15 punktu sistēmas. Pārbaudīts tiek sviesta dabīgums, izturība, pasterizācija, labums un ūdens saturs, pie kam pēdējais nedrīkst būt augstāks par 16%. Pēc ekspertu novērtējuma un izdarītās laboratorijas analīzes rezultātiem, sviestu iedala 3 šķirās, III šķiras sviests uz ārzemēm netiek izlaists. Kontroles nolūks ir eksportsviestu standartizēt un pieskaņot starptautiskā sviesta tirgus prasībām. Pateicoties stingrai kontrolei arī agrākā lielā cenas starpība starp Latvijas un Dānijas sviestu ir tagad jau lielā mērā izlīdzināta.^{20/}

Pēdējos 1 1/2 gados ir attīstījies arī siera eksports, kaut gan vēl visai niecīgos daudzumos, bet raksturīgs ir straujais eksporta pieaugums: 1934. g. eksportēts tikai 26.000 kg, 1935. g. - 7.600 kg, bet 1936. g. jau 54.000 kg par 58.000 ls. Ražoti tiek Ementāles Edames, Tilzītes un Rokfora tipa siēri. Tāpat kā sviests,

20/ Sk. "Ekonomists" Nr 16, 1937.g. 15.aug., 628.lpp.

arī siers pakļauts piensaimniecības ražojumu valsts kontrolei, kuŗa seko lai uz ārzemēm neizvestu mazvērtīgu sieru, kas varētu kaitēt Latvijas siera turpmākam eksportam.^{21/}

No piensaimniecības ražojumu izvērtēšanas organizācijām sieru par valdības noteiktām cenām iepērk paju sabiedrība "Latvijas centrālais sviesta eksports". Šā gada jūnijā un jūlijā par eksporta vajadzībām iepirkto sieru, sabiedrība maksāja šādas cenas par kg: Ementāles I šķ. 70 kg svarā un smagākiem - 1,85 ls, bet vieglākiem - 1,80 ls, Rokfora I šķ. - 1,90 ls; II šķ. - 1,60 ls; Edames I šķ. - 1,45 ls; II šķ. - 1,35 ls.^{22/} Par ārzemju tirgus īpatām prasībām piemērotiem siera sīksaiņojumiem sabiedrība maksāja augstākas cenas, ja šiem iesaiņojumiem devusi savu piekrišanu piensaimniecības ražojumu valsts kontrole.

Bez sviesta un siera, P./S. "Latvijas centrālais sviesta eksports" Zemkopības ministrijas uzdevumā iepērk un eksportē arī olas. Olu eksports strauji pieaudzis: no 180 tt par 98.000 ls 1935. g., olu eksports pagājušā gadā palielinājies uz 562 tt par 356.000 ls.^{23/} Olas

^{21/} Sk. "Ekonomists" Nr 10, 1937.g., 31.maijā, 404.lpp.

^{22/} Sk. "Jaunākās Ziņas" Nr 128, 1937.g.11. jūn., 2.lpp.

^{23/} Sk. "Latvijas ārējā tirdzniecība un transits" 1936.g. IX lpp.

galvenokārt tiek eksportētas uz Angliju, ap 73,6% no visa olu eksporta kopvērtības.

Starp Baltijas valstīm visvairāk olas izved Lietuva, otrā vietā bāk Igaunija un tikai trešā vietā Latvija. Lietuva 1936. g. eksportējusi 3.060 tt par 2,2 milj. ls, bet Igaunija 997 tt par 780.000 ls. Lietuvā valsts iestādes ir pielikušas un arī vēl tagad pieliek pūles, lai paceltu vistkopību un izplatītu labu dējēju vistu sugas. Arī Latvijā un Igaunijā tiek propagandēta vistkopība, bet nesalīdzināmi mazākos apmēros kā Lietuvā.^{24/}

Par iepirktām olām P./S. "Latvijas centrālais sviesta eksports" maksā valdības noteiktās cenas un pēc eksporta darījumu izvešanas sastāda un izsniedz Zemkopības ministrijai aprēķinus. Aprēķinos bez iegūtām cenām tiek uzdoti arī savākšanas, šķiņošanas, iesaiņošanas un transporta izdevumi. Ja darījumi noslēgušies ar zaudējumiem, tad zaudējumus sedz valsts no budžeta līdzekļiem. Š. g. jūnijā un jūlijā sabiedrība maksāja par eksporta vajadzībām iepirktām olām 1,30 ls par kg.

Nākošo svarīgāko eksporta posteni sastāda lini. Linu eksports pagājušā gadā gandrīz divkāršojies:

^{24/} Sk. "Ekonomists" 1937.g.15.jūn. Nr 11/12, 463.lpp.

1935. g. izvestas 8.143 tt par 8,7 milj. ls, bet 1936.g. 15.988 tt par 16,7 milj. ls. No visa Latvijas eksporta lini sastāva 12,1%. Galvenā Latvijas linu importa valsts ir Anglija, kas 1936. g. ievedusi 9.813 tt par 10 milj. ls vai no kopējā Latvijas linu izveduma 59,3%.^{25/}

Latvijas linu šķiedras eksports sākot ar 1933. g. strauji pieaudzis, pie kam vislielākais pieaugums ir bijis tieši pagājušā gadā. Palielinātie izvedumi izskaidrojami ar pastiprinātiem pieprasījumiem pasaules tirgū un samērā augstām cenām. Cenu celšanās pa daļai stāv sakarā ar daudzās valstīs paplašināto kara materiālu rūpniecību, jo lini, kā zināms, tai ir svarīga izejviela.

Linu eksports Latvijā ir centrālizēts. Apstrādātu un neapstrādātu linu un kaņepāju tirdzniecība iekšzemē un to izvešana uz ārzemēm atļauta vienīgi F.M. "Linu un kaņepāju monopolam". Linus un kaņepājus no ražotājiem iepērk vai nu tieši pats minētais valsts uzņēmums vai arī izlietā monopola koncesionētu iepirktavu starpniecību. Šādas iepirktavas pastāv visās svarīgākās linu un kaņepāju ražošanas un tirdzniecības vietās. Maksājamo cenu uz finanču ministra priekšlikumu nosaka Ministru kabinets un ja monopola peļņa pārsniedz zināmu procentu,

taid linu ražotāji resp. nodevēji saņem papildu piemaksas. Tā par 1936. g. ražas liniem, monopols izmaksāja 10 snt. piemaksas par katru viņam nodoto kg.

Linu eksportā starp Baltijas valstīm Latvija ieņem I vietu, otrā vietā nāk Lietuva un trešā Igaunija. Arī Lietuvā linu tirdzniecībā noteicošā loma piekrīt kooperatīvai sabiedrībai "Lietūkis".^{26/}

Pēc kokmateriāliem, sviesta un liniem ceturto lielāko eksporta posteni sastāda labība. Gandrīz visām svarīgākām Latvijas eksporta precēm cenas pagājušā gadā stipri cēlušās, tomēr visstraujākā cenu kāpšana konstatējama labībai. Sakarā ar neizdevīgām ražām un krājumu samazināšanos, gada laikā kvieši sadārdzinājušies par 42%, auzas par 108%, rudzi par 146% un mieži par 196%.^{27/} Ilgus gadus labībai nav bijušas tik augstas cenas kā patlaban. Lai gan Latvija ir agrāra valsts, tomēr tai šoreiz cenu labvēlīgā attīstība nāk maz par labu, jo pēc mazvērtīgās 1936. gada ražas, Latvijai nav labības ko eksportēt. Šis ir pierādījums, ka tomēr ieteicams pastāvīgi turēt zināmus labības daudzumus

26/ Sk. "Ekonomists" Nr 11/12, 1937.g. 15. jūn., 463.lpp.

27/ Sk. "Ekonomists" Nr 3, 1937.g. 5. febr., 91. lpp.

krājumā lai būtu iespējams izmantot starptautisko konjunktūru. Šā gada jūlijā un augustā kviešu cenas jau sāk slīdēt, jo Kanadā un A.S.V. sagaidāmas labas ražas.

Pagājušā gadā rudzi izvesti 72.725 tt par 4.969.000 ls, bet salīdzinot ar iepriekšējo gadu izvedums samazinājies par 15.700 tt vai 139.000 ls.; kvieši izvesti 3.753 tt par 257.000 ls, bet 1935. g. 65.724 tt par 3.795.000 ls - samazināšanās par 61.971 tt vai 3.538.000 ls; mieži izvesti 11.091 tt par 549.000 ls - pieaugums pret iepriekšējo gadu par 3.755 tt vai 83.000 ls; auzas 1935. g. importētas 408 tt par 46.000 ls, bet pagājušā gadā 5.911 tt par 324.000 ls.^{28/} Lai gan pieaudzis miežu un auzu eksports, bet tas tomēr nespēj atsvērt kviešu un rudzu izveduma samazināšanos.

Eksportējamo labību uzpērk Zemkopības ministrijas labības monopols par cenām, ko nosaka Ministru kabinets pirms ražas reālizācijas. Tā par š. g. ražas labību noteiktas šādas cenas: rudziem 195 ls tonnā, pie kam šī cena ir par 11,5% augstāka par iepriekšējā gada cenu; par kviešiem 220 ls tonnā vai 18% vairāk; par miežiem 175 ls tonnā vai 9% vairāk; par auzām 160 ls

28/ Sk. "Latvijas ārējā tirdzniecība un transits" 1936.g. IX lpp.

tonnā vai 7% vairāk.^{29/} Ja eksporta darījumi noslēgusies ar zaudējumiem, tad tos sedz valsts no budžeta līdzekļiem.

Samērā ievērojamus valūtas daudzumus pag. gadā ir devis āboliņa sēklu un kartupeļu eksports. Āboliņa sēklu tirgus pagājušā gadā ievērojami paplašinājies - eksports pieaudzis no 1.947 tt par 2,7 milj. ls 1935. g. uz 2.958 tt par 4,6 milj. ls pagājušā gadā. Galvenokārt āboliņa sēklas eksportētas uz Vāciju: 1.877 tt par 3.38 milj. ls vai 73% no kopeksporta.

Kartupeļi pagājušā gadā eksportēti 1.034 tt par 79.000 ls pret 323 tt par 14.000 ls 1935. g.^{30/}

Āboliņa sēklu un kartupeļu eksports Latvijā ir centralizēts. Vienīgās eksporta tiesības pieder akc. sab. "Latvijas centrālais sēklu eksports". Sabiedrībā ieiet sekošas juridiskas personas:

1. Latvijas Lauksaimniecības kamera.
2. Latvijas Linkopju centrālā savienība.
3. Latvijas Piensaimniecības centrālā savienība.
4. Baltijas patērētāju biedrība.

29/ Sk. "Jaunākās Ziņas " Nr 56, 1937.g. 10.martā, 2.lpp.

30/ Sk. "Latvijas ārējā tirdzniecība un transits" 1936. g. IX lpp.

Sabiedrības pamata kapitāls ir Ls 200.000,-, kas sadalīts 100 akcijās. Akcijas par Ls 150.000,- uz savstarpējas vienošanās pamata sadalīja savā starpā augšminētās juridiskās personas, bet pārējās akcijas sadalīja starp personām un firmām, kuŗas dibinātāji uzai- cināja piedalīties sab-bā. Arī šeit direktoru-rīkotāju uz valdes priekšlikumu ieceļ zemkopības ministrs.

Āboliņa sēklas un kartupeļus sabiedrība iepērk par valdības noteiktām cenām. Tekošā gadā par bastar- da āboliņa sēklām maksāja 1,80 ls kg; sarkanā āboliņa sēklām - 1,50 ls kg; baltā āboliņa sēklām 1,30 ls kg; timotiņa sēklām - 0,75 ls kg. Par sēklas kartupeļiem maksāja 9 ls kvintālā un galda kartupeļiem 5 ls kvin- tālā.^{31/}

Par izvestiem darījumiem ikgadus pēc sēklu tirdz- niecības sezonas beigām, sabiedrība sastāda un iesniedz Zemkopības ministrijai aprēķinu. Ja darījumi noslēgu- šies ar zaudējumiem, tad tos sedz valsts no budžetā paredzētiem līdzekļiem āboliņa sēklu un kartupeļu tir- gus kārtošanai.

Vēl starp svarīgākām eksporta precēm ir minams

31/ Sk. "Jaunākās Ziņas" Nr 56, 1937. g. 10.martā, 2. lpp.

bekons, kas pagājušā gadā eksportēts 1.910 tt par 2,7 milj. ls. Eksporta centralizēšanai nodibināta akc. sab. "Bekona eksports" kas uzpērk, pārstrādā un sagatavo eksportam gaļu un gaļas produktus. Akc. sab. vienai visā valstī piekrīt tiesība eksportēt kautas un dzīvas cūkas. Sabiedrībā piedalās arī valdība Zemkopības ministrijas personā.

Galvenie "Bekona eksporta" izdevuma priekšmeti ir bekons, dažādi gaļas izstrādājumi /konservi, sālīta, žāvēta un saldēta gaļa/, tauki, dzīvas cūkas un liellopi. Bekons pag. gadā eksportēts vienīgi uz Angliju - 1.910 tt par 2,7 milj. ls, turpretim Lietuva Anglijas tirgū novietojusi 10.158 tt par 13.7 milj. ls.^{32/} Dažādi gaļas izstrādājumi eksportēti uz Vāciju, A.S.V., Šveici, Holandi, Itāliju un arī Angliju, - kopā 148 tt par 112.000 ls. Dzīvas cūkas izvestas par 3,5 milj. ls, galvenokārt uz Vāciju, Šveici un S.P.R.S.^{33/}

Bekona cenas Anglijas tirgū visu pagājušo gadu un arī vēl tagad ir diezgan izdevīgas. Tā š. g.jūlijā Latvija par I šķiras bekonu ieguva 84-94 sh. par cwt.

32/ Sk. "Ekonomists" Nr 11/12, 1937.g. 15. jūn., 463.lpp.

33/ Sk. "Latvijas ārējā tirdzniecība un transits" 1936.g. IX lpp un XXXIII lpp.

Ieveduma palielināšanos tomēr kavē pastāvošie importa ierobežojumiem.^{34/}

Attiecībā uz fabrikātu eksportu, tad līdz šim labākos rezultātus uzrāda konservu, saldumvielu un papēra rūpniecība. Konservu un saldumvielas galvenokārt tiek eksportētas uz A.S.V. - 1936. g. par 508.000 ls konservu vai 61,4% no kopeksporta vērtības un saldumvielas par 289.000 ls vai 42,2% no kopeksporta vērtības. Vēl eksporta palielināšanos uzrāda mītas ādas, gumijas un tekstilrūpniecības izstrādājumi, celuloza, krāsas un krāsvielas, Portlandes cements, ģipsis u.c. Pagājušā gadā arī palielinājies tirgus tuvākās kaimiņvalstīs /Igaunijā, Lietuvā un Somijā/ radioaparātiem, kaut gan darījumu summa vēl nav liela - 0,7 milj. ls. Radusies arī pilnīgi jauna eksporta nozare - pakaišu kūdra un ir jau noslēgti daži līgumi ar A.S.V.^{35/}

No šī pārskata redzams, ka pēdējos gados Latvijas saimnieciskā aktivitāte pasaules tirgū ievērojami palielinājusies. Salīdzinot ar mūsu kaimiņvalstīm Igauniju un Lietuvu, Latvija arī uzrāda vislielāko tirdzniecības bilanci. Tā Igaunija pag. gadā eksportējusi dažādas

34/ Sk. "Ekonomists" Nr 16, 1937. g. 15. aug., 631. lpp.

35/ Sk. "Ekonomists" Nr 10, 1937. g. 31.maijā, 404. lpp.

preces par 81,5 milj. ls, bet importējusi par 85,1 milj. ls; Lietuva eksportējusi par 115,7 milj. ls un importējusi par 94,8 milj. ls; turpretim Latvijas eksports ir 138.4, milj. ls un imports 121,9 milj. ls.^{36/} Visstraujākais eksporta pieaugums Latvijai ir bijis tieši pagājušā gadā, kam galvenokārt par iemeslu ir trīs apstākļi: mūsu valdības aktīvā tirdzniecības politika, lata pielīdzināšanai angļu mārciņai pēc agrākās paritātes un vispārējās internacionālās konjunktūras uzlabošanās. Arī 1937. g. sākās ar labām izredzēm uz tālāku ārējās tirdzniecības paplašināšanos un liekas, ka arī tuvākā nākotnē nav sagaidāma ievērojamāka starptautisko saimniecisko attiecību pasliktināšanās. Abās mūsu galvenās importa valstīs - Anglijā un Vācijā, uz kuņām iet 65,7% no visa Latvijas eksporta, patlaban pastāv augstas konjunktūras periods. Kad sāksies konjunktūras atpakaļ kritums, iespējams, ka cenas sāk slīdēt uz leju, tomēr liekas, ka uzplaukums vēl turpināsies, jo to labvēlīgi ietekmē lielā rūpniecības aktivitāte un pastiprinātā bruņošanās. Turpretim citās Latvijas ražojumu importa valstīs, piem., Holandē, Beļģijā, Somijā un Zviedrijā tikai tagad sākas kon-

36/ Sk. "Ekonomists" Nr 10, 1937. g. 31. maijā, 406. lpp.

junktūras kāpiens.

Ko pasaules tirgus Latvijas tautsaimniecībai sola tālākā nākotnē, par to ir grūti spriest, tomēr eksportā ieinteresētām aprindām jāņem vērā, ka lielajās Eiropas industriju valstīs, piem., Vācijā, tagad pastāv cēšanās ražot vairāk lauksaimniecības produktus kā agrākos gados. Arī Anglija arvien vairāk paplašina importu no savām dominijām - Britu Imperijas sastāvdaļām. Bez tam arī jāņem vērā, ka ne visās agrārās valstīs ir jau izsmeltas visas ražošanas iespējas, kas nākotnē var paasināt internacionālo konkurenci. Tādēļ, ja Latvijas eksportieris grib paturēt iekažoto stāvokli un arī nākotnē sasniegt kā tautsaimnieciski, tā privāt saimnieciski izdevīgu eksportu, tam jāklūst vēl aktīvākām, vēl intensīvāk jāintervē pasaules tirgū un jāizmanto visas priekšrocības, kādas tam var dot internacionālā darba dalīšana. Ja tad vēl eksportierim nāks palīgā valsts ar piemērotu tirdzniecības līgumu, kredīta un satiksmes politiku un eksportieri pabalstīs ar informāciju par ārzemju tirgus apstākļiem, tad arī nākotnē Latvijai panākumi ārējā tirdzniecībā neizpaliks.