

druhé stavy chtějí trvale zůstat na poloviční cestě a uznávají družstevní svépomoc jen jako prostředek, aby udržely na věčné časy svůj dosavadní způsob hospodaření. Dělnické hnutí družstevní je též poměrně nejzdravější a nejodolnější vůči odklonům od družstevních principů, jež pustoší některé skupiny. Na jeho dalším rozvoji a vlivu nejvíce, ne-li jedině, závisí, pokud družstevní hnutí splní své dalekosáhlé poslání v národohospodářském životě a přispěje k lepší a spravedlivější úpravě hospodářských poměrů. A pokud jde o zápas s nepřátelským kapitalismem? „Poctivá vůle k spolupráci a k společnému zápasu, vyloučení všeho, co tuto spolupráci a společný boj ruší a oslabuje — toť . . . nejsvětější příkaz doby pro dělnické družstevnictví.“

A. Klimt.

F. FAJFR: TRŽBA A CENY U KONSUMNÍCH DRUŽSTEV. Zvláštní otisk ze Statistického Obzoru, roč. XIV. (1933), seš. I.—2.

Prof. dr. Ernst Grünfeld napsal ve svém pozoruhodném díle „Das Genossenschaftswesen, volkswirtschaftlich und soziologisch betrachtet“ (Halberstadt 1928), že podrobnější sociologické pojednání o družstevnictví bude nemožným potud, pokud nebudeme mít dostatek plodných a podrobných zkoumání speciálních. Vzorným příkladem takovéto speciální práce jest právě Fajfrova studie o tržbě a cenách u konsumních družstev, jež přináší ve skutečnosti daleko více, než co napovídá strohý její titul, a která jest dobrým příslibem, že především od Fajfra máme právo očekávat monografické zpracování nejdůležitějších a nejspletitějších družstevních otázek. Máť k tomu všechny předpoklady, s nimiž se u prakticky a teoreticky činných družstevníků setkáváme jen zcela výjimečně, nejen u nás, nýbrž i v cizině.

Autor vychází ze správného rozpoznání, že konsumní družstva jsou jednou z cest, jež jsou vrstvám méně zámožným k dispozici v boji o život a o větší a spolehlivější blahobyt. Ideologie konsumního družstevnictví, které je páteří družstevního hnutí vůbec, vypracovala už dalekosáhlý program kooperativní organisace spotřebitelů, praktické hnutí se však musí vyrovnávat se skutečností, jak to lze, a to hlavně se dvěma fakty: se skutečným prospěchem, jaký může dnes družstvo poskytovat členu, a na druhé straně s uvědomělostí členstva a vrstev, k nimž se hnutí především obrací, s jakou sami dovedou využít konsumního družstevnictví ke svému prospěchu. Nedostatky jsou na obou stranách. Všimaje si podrobněji vývoje konsumního družstevnictví u nás upozorňuje autor, že konsumní družstevnictví je povýtce útvarem dělnické třídy, a že v různotvárnosti orgánů detailního maloobchodu zaujímají družstevní konsumy jakožto zvláštní typ jistě slušné místo majíce ve svém členstvu ještě velké rezervy. Soukromý obchod jistě není odkázán na domácnosti v družstevních konsumech neorganisované, nýbrž získává pro sebe značnou část tržby i těchto domácností; kdyby byl odkázán opravdu jen na domácnosti družstevně neorganisované, byla by to pro něj situace skoro nemožná. Popřevratový vývoj konsumního družstevnictví je charakterisován dvěma znaky: dosti rychlým vývojem konsumního družstevnictví k soustavě prodejen, což je důsledkem jednak účelného a nutného soustředění družstev, jímž se samostatná družstva přetvořovala na prodejny družstev silnějších (byla to často záchrana před zánikem), jednak úspěšného rozvoje některých energických družstev, a nesporně značným kvantitativním vzrůstem, jenž byl patrně darem situace, poněvadž u konsumních družstev hledají lidé pomoci v dobách stísněných. Zorganisovala-li družstva proti době doválečné slušný počet členů ke společné kooperativní politice konsumní, nesmí se zapomínati na to, že toto

členstvo musí být ještě vychováno organizačně i ideově. Zásluhou hnutí bylo podle autora, že si tento zvětšený rozměr své činnosti dovedlo udržet a po odbourání „papírových“ družstev a jen „matrikového“ členstva docílit znatelného vzestupu tržby.

Cílem konsumního družstevnictví a předmětem ustavičných výzev družstevních organisátorů a politiků jest požadavek, aby členové nakupovali u svého konsumu co nejvíce. Po této stránce mají konsumní družstva dosud velké možnosti zvyšovat intenzitu nákupů svých členů a stojí vlastně v poslední době před tímto úkolem, ovšem v době, která není pro tento vnitřní vzrůst konsumního družstevnictví zrovna příznivá. Vývoj konsumního družstevnictví ohrožuje především a nejvíce snižování pracovního důchodu dělnického, respektive jeho oslabování (nezaměstnaností). Tomuto nebezpečí, pokud lze soudit ze statistických dat, družstva dosud čelila, a kritická situace se dosud neprojevuje, aspoň ne příliš znatelně. Konsumní družstva jsou skoro vesměs také družstvy úspornými; tu však velmi slušný obraz, který poskytuje vývoj členských zápujček, je kalen stoupajícím zadlužením členstva.

Přecházejí k nejožehavější části své studie, k otázce cen u konsumních družstev, konstatuje autor, že služba, kterou prokazuje konsumní družstevnictví svému členstvu, není jen ilusí udržovanou ustavičnou agitací a přemlouváním, nýbrž že má reálný podklad. Raison d'être družstevních konsumů se často popírá. Tvrdí se, že se družstevní konsum v podstatě neliší od soukromého obchodu leda v tom horším smyslu, že je soukromý obchod více zdaněn, kdežto konsumní družstvo nepřesunuje daňovou výhodu (u železničářských konsumů také tarifní) ve prospěch svých odběratelů. Druhá výtká, jež se často činí konsumnímu družstevnictví, spočívá na zásadě imanentní kritiky: akceptujíc metodický program konsumního družstevnictví upozorňuje na to, že se mu nepodařilo tento program uskutečnit; konsumní družstevnictví podle tohoto tvrzení nepředstavuje vyšší typ distribuce statků, nezrationalisovalo způsob jejího provádění a nevyloučilo z jejího procesu složky zdražující konečnou osobní spotřebu a ani v poměru ke svým zaměstnancům nestojí výše než soukromý podnikatel. Tyto výtky pronásledují konsumní družstevnictví neustále. „Ať se v praktickém životě vede spor o tyto věci různým způsobem, nelze tyto výtky přezírat, ovšem je velmi těžko posoudit, co je na nich pravdy a kde asi leží ta objektivní spravedlnost, které je člověk vůbec schopen“ (str. 25.). Konsumní družstva, pokud jde speciálně o otázku cen, chtějí organisací posledních spotřebitelů docílit pro ně jistých výhod, neboť zisk družstva je právě ziskem členů samotných. Zisky, které vyplývají z družstevní organisace pro členy, mají různou povahu: je to předně zisk připadající členu jako návratek zpravidla ve formě naturální nebo částečně připsovaný na účet nesplaceného závodního podílu nebo zápujčky členské, za druhé je to nepřímý zisk pro členu v tom, že se část zisku použije k dotaci rezervních fondů a tím i finančního posílení družstevního podniku. Za třetí jsou to nižší ceny, za něž konsumy zpravidla prodávají. Konečně různé výhody, jež souvisí s celou politikou konsumních družstev. Konsumy, zvláště dělnické, nejsou jen smíšeným obchodem, nehledíme-li ani k jejich funkci, ve které vystupují jako úsporná družstva. Ve smyslu své kooperativní ideologie fungují do jisté míry i jako lidovýchovné spolky pořádající přednášky, kursy učebné, vydávající nebo odebírající pro členy časopisy. Konsumní družstva vydala také v poslední době značné sumy na podpory nezaměstnaných členů a konečně různou formou podporují i politický boj svého členstva. Finanční efekt všech těchto různých výhod a pomocí dá se podle autora ztěžka odhadnouti a přece i k nim bychom musili přihlížet, kdybychom chtěli přesněji zjišťovat hos-

podáření družstev, zrovna tak jakoby nebylo možno abstrahovat od poskytovaných návratků a zisků zadržovaných k akumulaci kapitálové. Podle autora bylo by omylem domnívati se, že konsumy usilují prodávat značně pod cenou soukromého obchodu; vždyť hlavně návratek je dostatečnou formou, v níž se může projevit konečný výsledek družstevní politiky distribuční. Vysoké návratky znamenají zpravidla prodej za běžné (obecné) ceny. Je pravda, poznamenává autor, že naše konsumní družstevnictví stejně jako rakouské a částečně i německé není v tom směru mezi předními; věnovaloť se více tvoření rezervních fondů a tvoření nových podniků a závodů, v čemž se konec konců projevují i důsledky války. Družstevní ceny, srovnáme-li je přímo s cenami obecnými, jsou skoro vesměs nižší. V úhrnných průměrných cenách jsou konsumy dražší jen u několika málo zboží, v mnoha družích jsou konsumy lacinější o dosti značný rozdíl, jenž dosahuje 10 až 16%. Pro soubor všech 35 měst, v nichž se konalo statistické šetření, vychází rozdíl o 5,1%. Fajfr dochází k tomuto všeobecnému závěru: „Přes všechny výhrady, které platí pro cenovou statistiku vůbec, pokládám za odůvodněný aspoň ten soud, že jsou družstevní konsumy opravdu lacinější. Oč jsou lacinější, nedá se ovšem s naprostou přesností zjistit, a ani nejpřesnější zjištění nemůže zcela uspokojit, provede-li se jen jednou za delší čas“ (str. 32).

Fajfrova studie, opatřená stručným francouzským résumé, je i cenným příspěvkem k mezinárodnímu řešení otázky racionalisace oběhu zboží. S tohoto hlediska nutno jen vítati, že její překlad přinesla „Die Konsumgenossenschaft“, Organ des Verbandes deutscher Wirtschaftsgenossenschaften und des Gec-Verbandes v Praze, (ročník 15., číslo 31.—32. ze dne 31. července 1933).

A. Klmt.

ERNEST POISSON: LA POLITIQUE DU MOUVEMENT COOPÉRATIF FRANÇAIS. Presses Universitaires de France, Paris, 1929. Stran 256 za 10 fr.

Družstevní hnutí jest vedeno dvěma základními myšlenkami, vycházejícími z fakt, totiž myšlenkou hospodářského přetvoření společnosti a myšlenkou organizace ukojení potřeb v zájmu spotřebitele. Znalost zákonů družstevních dovoluje vyvoditi vědeckou domněnku budoucího združstevnění společnosti, ve které bude zkoumání uspokojení potřeb vzpruhou hospodářského života. Tyto zákony jsou: 1. družstvo rozvrhuje přebytky mezi členstvo v poměru k nákupům; 2. všichni členové mají stejné právo na řízení družstva; 3. členové mají právo pouze na část družstevního kapitálu, kterou do družstva vložili; jisté aktivum družstva náleží družstvu; hodnota podílů nesmí převýšiti jich upisovací hodnotu; 4. zboží prodává se za ceny běžné v soukromém obchodě. Z uvedených organizačních zákonů vyplývá, že spotřební družstva mají v sobě možnost nekonečného rozpětí a že jejich rozvoj jde ruku v ruce s hospodářským vývojem dnešní společnosti.

Z družstevní myšlenky hospodářského přetvoření společnosti vyplývá nutně „sjednocování“ všech organických složek hnutí, a z myšlenky hájení zájmů spotřebitele plyne nutnost zastoupení spotřebitelů všude a za všech okolností.

Kniha rozvržena je na tři části.

První pojednává o jednotě mezi družstevními složkami, druhá o vnější činnosti družstevního hnutí ve prospěch spotřebního hospodářství, třetí o propagandě, výchově a vyučování.

Družstevní hnutí má instituce různé povahy a funkce hospodářské. Základními in-