

SOSIALØKONOMEN

9

NOVEMBER 1960

AV INNHOLDET:

Tendenser i norsk varehandel

Varehandelens struktur

Rasjonalisering av varehandelen

Forbrukersamvirket

Kartellpolitikk og varehandel

Forbrukerkreditt



Reguleringspolitikk i luftfarten

SOSIALØKONOMEN

Tidligere Stimulator

Utgitt av Sosialøkonomisk Samfunn

Nr. 9 - 14. årgang - november 1960

Samfunnets møtevirksomhet

I de første 25 årene etter stiftelsen i 1908 var Sosialøkonomisk Samfunn en ren foredrags- og diskusjonsforening. Ved omleggingen i 1932 ble foreningens virksomhet utvidet til å omfatte en ny, viktig oppgave: å ivareta økonomenes faglige interesser. Det ble utrettet atskillig på dette nye arbeidsfelt i tiden fram til krigen og i de første etterkrigsårene, men også gjennom hele denne perioden var det likevel møteaktiviteten som dominerte Samfunnets virksomhet. Medlemsmøter ble stort sett holdt annenhver uke; og med fremtredende representanter for vitenskap, offentlig administrasjon og privat næringsliv som foredragsholdere, ble aktuelle økonomiske, sosiale og politiske emner tatt opp til debatt. I pressen fikk Samfunnets foredrag og diskusjoner stor publisitet.

Møtene var for det meste godt besøkt, og mange ganger var oppslutningen overveldende. Særlig var det tilfelle i de første årene etter krigen, da selv et så lite trivelig møtelokale som Aulakjelleren undertiden var fylt til siste ståplass. Etter flere år med møteforbud og fullstendig taushet i all offentlig debatt fikk jo enhver form for møtevirksomhet en kraftig oppblomstring da krigen var slutt, og oppslutningen om Sosialøkonomisk Samfunns møter ble ytterligere stimulert gjennom den spesielle interesse for økonomiske problemer som i så høy grad preget de tidligste etterkrigsårene. Til det kom et sterkt stigende studenttall, og det er neppe tvil om at studentene gjennom foredragene i Samfunnet ble konfrontert med dagens samfunnsøkonomiske problemer i sterkere grad enn gjennom selve studiet.

Noen år senere fikk imidlertid også Sosialøkonomisk Samfunn merke den alminnelige møtetretheten som begynte å gjøre seg gjeldende her i landet. I første halvpart av 1950-årene kom dessuten nedgangen i studenttallet; og kanskje ble det også vanskeligere å finne foredragsemner som fanget interessen. Årene før den store reorganiseringen av Samfunnet i 1955 hører til foreningens svake perioder.

Siden 1955 har medlemmene sett på Sosialøkonomisk Samfunn først og fremst som sosialøkonomenes fagforening, hvis fremste oppgave det er å arbeide for medlemmenes faglige interesser. På dette felt er det oppnådd store resultater. Men formålsparagrafen tillegger foreningen også andre oppgaver, og en av dem er «å lette utvekslingen av kunnskaper og erfaringer om økonomiske spørsmål og danne et faglig miljø». For å realisere dette arbeider Samfunnet på flere fronter, blant annet må det være oss tillatt å nevne Sosialøkonomen i denne sammenheng, men uten å undervurdere vår egen rolle tror vi likevel at den regulære møtevirksomhet må tillegges størst betydning.

Mens Sosialøkonomisk Samfunn i de siste årene har erobret en grunnfestet posisjon som sosialøkonomenes fagforening, er det åpenbart for alle at Samfunnets posisjon som foredrags- og diskusjonsforening i dag er betydelig svakere enn i mange tidligere perioder. Og det skyldes ikke manglende interesse og innsats fra styret, men fra medlemmenes side. Selv med den reduserte møtehyppighet man har hatt i den senere tid, med møter hver tredje eller fjerde uke, er oppslutningen for det meste elendig.

Selvsagt må den dårlige oppslutning om Samfunnets møter i noen grad sees i sammenheng med de siste årenes lave studenttall. Men foreningen har i dag mellom 250 og 300 kandidatmedlemmer, de fleste bosatt i Oslo, og vi synes for vår del det er grunn til forundring når ikke stort mer enn en håndfull av dem finner veien til et møte med foredrag og diskusjon om et høyaktuelt økonomisk emne. Vi skal ikke gjøre noe forsøk på å analysere årsakene til denne passiviteten, — det er hvert enkelt medlem selv nærmest til å gjøre. Hva som imidlertid er klart, er at uten medlemmenes aktive oppslutning om møtevirksomheten vil Sosialøkonomisk Samfunn ikke kunne nå et av sine viktigste mål: å skape et faglig miljø.

Gjør du ditt for at Samfunnet skal kunne nå også dette mål?

Siden sist

Justeringskrav i staten

Mandag 14. november prosederte Sosialøkonomisk Samfunn sine justerings- og normeringskrav for Statens lønnsutvalg. Det er på det nåværende tidspunkt ikke mulig å antyde noe om når utvalgets avgjørelse vil foreligge.

I lønnsoverenskomsten for statens tjenestemenn som trådte i kraft 1. juni i år, ble det bestemt at det skulle tas opp særskilte forhandlinger mellom partene om organisasjonenes justeringskrav. I møte den 17. juni 1960 besluttet partene å overlate behandlingen av justerings- og normeringskravene til Statens lønnsutvalg uten noen forutgående realitetsbehandling av kravene.

Nye økonomisk-politiske komiteer

I statsråd 11. november ble oppnevnt en penge- og kredittpolitisk komite, med direktør Knut Getz Wold som formann, og en komite til å utrede spørsmål i forbindelse med strukturen i det private bankvesen, med høyesterettsdommer Andreas Schei som formann.

Det skal opprettes et fast sekretariat for de to komiteene med byråsjef Atle Elsås (c. o. 1947) som leder.

SOSIALØKONOM FOR FORSKNINGSARBEID

Chr. Michelsens Institutt søker sosialøkonom for utredningsarbeid i forbindelse med et internasjonalt prosjekt for jevnføring av økonomisk politikk i en rekke vest-europeiske land og i U.S.A.

Andre forskningsoppgaver vil særlig knytte seg til analyse av forutsetninger for og virkninger av økonomisk vekst i utviklingslandene.

Lønn og andre betingelser etter avtale. Stillingen er innlemmet i Statens Pensjonskasse.

CHR. MICHELSENS INSTITUTT

Den humanistiske avdeling
Kålvedalsvei 12
Bergen.

Sosi-A-tetsnytt

Bjørn Larsen (c. o. 1947), ekspedisjonssjef i Finansdepartementet, har fått permisjon for å tiltre stilling som direktør ved EFTA-sekretariatet i Genève.

Jan Madsen (c. o. 1949) har fått permisjon fra sin byråsjefstilling i Finansdepartementet (Nasjonalbudsjettkontoret) i ca. 1 år for å delta i en mindre gruppe av økonomiske rådgivere for Irans regjering.

Asbjørn Austvik (c. o. 1951), som siden 1953 har vært leder for områdeplanleggingskontoret i Finnmark, er tilsatt som konsulent i Industridepartementet.

Hermød Skånland (c. o. 1951) er utnevnt til ekspedisjonssjef i Finansdepartementet, Økonomiavdelingen.

Edvard Johannessen (c. o. 1954) har sluttet som sekretær ved Fylkesbaatane i Sogn og Fjordane, Bergen, og har tiltrådt ny stilling ved Stavanger kommunes statistiske kontor.

Roar Wist (c. o. 1954) er tilsatt som kontorsjef ved Aanonsen Fabrikker.

Thor Wessel (c. o. 1956) har sluttet i Forsvarsstaben og begynt i stilling som mediaforsker ved Forenede Annonsebyråers Marketingavdeling.

Rolf Håsselgård (c. o. 1957) går ved årsskiftet fra stillingen som forslagssekretær i Rasjonaliseringsdirektoratet til ny stilling i Skipsfartens Arbeidsgiverforening.

Kjell Storvik (c. o. 1957) slutter ved årsskiftet som redaksjonssekretær i Norsk Arbeidsgiverforening for å tiltre stilling som sekretær i Norges Rederforbund.

Bransjeblanding og nye samarbeidsformer trenger seg fram i norsk handel

*Supermarkeder med selvbetjening
i detaljhandelen med dagligvarer*



Hva skjedde innenfor norsk varehandel i 1950-årene, og hva vil 1960-årene bringe? Sosialøkonomen har stillet spørsmålet til direktør Olav Skogen, som i årene 1954–1959 ledet Norsk Produktivitetsinstitutt og nå er direktør for Kjøbmændenes Engrosforretning A/S.



— La oss først kaste et blikk bakover og se litt på utviklingen innen varehandelen i det siste ti-året, sier direktør Skogen innledningsvis. Jeg tror man må si at det skjedde mer i denne næringen i 1950-årene enn det gjorde i løpet av hele den foregående 30-årsperioden tilbake til 1920. Det som skjedde lå dels på det institusjonelle og dels på det teknisk-merkantile og organisatoriske plan.

— Hvilke institusjonelle forhold er det De tenker på i denne sammenheng?

— For det første fikk vi, etter hvert som det ble slutt på de tidligste etterkrigsårenes vareknapphet og rasjonering, overgangen fra selgers til kjøpers marked. For mange betydde det en stor omstilling å skulle tilpasse seg den forandrede situasjon, som krevde en helt ny orientering til problemet salg. Men vi er nå i ferd med å utvikle et profesjonelt, faglig miljø; man kan vel si at salgsfunksjonens utøvere er på vei fra amatørskap til en gryende profesjonisme. Blant de institusjonelle faktorer som har påvirket utviklingen er det videre grunn til å trekke frem lovgivningen. I 1951 ble det for første gang åpnet generell adgang til å opprette filialer innenfor kjøpmannshandelen, og selv om dette ennå ikke har betydd særlig mye, danner det grunnlaget for en utviklingstendens som utvilsomt vil sette sitt preg på 1960-årene, og som jeg skal komme tilbake til senere. Til slutt i denne sammenheng vil jeg nevne prispolitikken; det er særlig ett prispolitisk tiltak som i de senere år har betydd brudd med tidligere praksis, nemlig forbudet mot bindende leverandørfastsatte utsalgspriser og nå sist angrepet på den horisontale prisbinding.

— Skal vi så gå over til det teknisk-merkantile plan og få høre litt om hva 1950-årene brakte der?

— La meg da først nevne selvvalg- og selvbetjeningssystemet. For ti år siden var det uprøvd hos oss, i dag har vi rundt 2 000 selvbetjeningsbutikker, vesentlig i matvarebransjen. Videre har det funnet sted en omfattende teknisk modernisering både i engros- og detaljhandelen, — vi har fått nye tidsmessige engroslager og moderne butikkutstyr hos detaljistene. Spesielt kan det være grunn til å nevne utbyggingen av de såkalte «frysekjeder» fra produsent til forbruker.

— De nevnte at det også skjedde noe på det organisatoriske plan i 1950-årene?

— Ja, mot slutten av ti-året begynte en utvikling mot nye samarbeidsformer mellom engros- og detaljleddet i varehandelen. Vi fikk de første kjededannelser. De muliggjør en bedre koordinering av den samlede virksomhet i varehandelen og virker kostnadsenkende ved at man får eliminert eller redusert enkelte av de funksjoner som hvert av de to omsetningsleddene hadde tidligere. Kjededannelsene innebærer også at konkurranseforholdene innen engros-handelen endres; i stedet for kampen mellom grossistene om den enkelte ordre fra detaljleddet får man en kamp om den enkelte detaljist. Mens vi oppholder oss ved organisatoriske forhold må jeg videre nevne at mot slutten av siste ti-år oppsto det innen engrosleddet en rabattkonkurranse, som særlig har vært sterk i kolonialbransjen. Grossistene har da gitt avkall på en del av sin avanse til fordel for detaljistene.

— Men på detaljleddet har vi ikke fått noen tilsvarende rabattkonkurranse som kunne komme forbrukerne direkte til gode?

— Enkelte tilløp har det jo vært, men på forbrukerhold har man nok gjerne villet se større prismesigevirkninger av 1950-årenes omfattende rasjonalisering og effektivisering i detaljhandelen. Jeg er imidlertid overbevist om at det bare er et tidsspørsmål når rabattkonkurransen vil forplante seg til detaljleddet. Ellers vil jeg si at når dette ikke allerede har skjedd i større utstrekning, så skyldes det først og fremst at detaljleddet har brukt sine ekstrainntekter til modernisering og rasjonalisering, og samfunnsøkonomisk sett er det derfor neppe noen grunn til å beklage at man har fått et opphold før pris-konkurransen for alvor brer seg til detaljleddet.

— Hvis vi så forlater fortiden og retter blikket framover mot 1960-årene, hvordan tror De utviklingen i varehandelen da vil arte seg?

— På det organisatoriske plan kan vi regne med en fortsatt utbygging av samarbeidet mellom engros- og detaljleddet. Jeg har allerede nevnt noen av de forhold som stimulerer til en slik utvikling mot større omsetningsgrupper; et nytt forhold er kommet til ved Norges tilslutning til EFTA, som man etter hvert må vente vil føre til skjerpet konkurranse fra utlandet også innenfor varehandelen. Det er blitt lettere for utlendinger å etablere filialer i Norge og lettere å få inn utenlandske varer; ikke bare for handelsnæringen selv, men også for norsk industri, vil det derfor være viktig at handelsnæringen gjør seg rede til å møte konkurransen ved å organisere sterke innenlandske kjeder innen distribusjon og omsetning.

— Hvilke konkrete former kan dette samarbeidet innenfor varehandelen tenkes å ta?

— For det første kan det være tale om full integrasjon mellom engros- og detaljleddet, dvs. at engrosleddet eier detaljbedriftene som filialer. Videre kan det dreie seg om kjøpmannseide engrosforretninger, dvs. at flere detaljister går sammen om å organisere sin egen engrosforretning. Et tredje alternativ er grossistorganiserte samarbeidsgrupper, d.v.s. sammenslutning mellom flere engrosbedrifter. Endelig kan man vente en fortsatt utbygging av forbrukerkooperasjonen, som også vil tilpasse seg filialsystemets driftsteknikk. De samarbeidsformer jeg her har skissert vil sannsynligvis først trenge seg frem innen omsetningen av næringsmidler, men vil sikkert etter hvert også slå igjennom i andre bransjer. Ellers er det grunn til å fremheve at med de nye samarbeidsformer vil det også følge nye funksjoner. For eksempel vil det ved sammenslutning av flere engrosbedrifter i en samarbeidsgruppe kunne bli tale om å gå til slike tiltak som å innføre felles varemerker, å opprette finansieringsservice og veiledningstjeneste osv.

— Venter De andre endringer på det organisatoriske plan enn utviklingen av nye samarbeidsformer?

— Et viktig trekk ved utviklingen innen varehandelen i årene fremover vil etter alt å dømme bli at bransjeskillene blir mindre markerte. I flere andre land ser vi nå en sterk tendens til bransjeblanding. Jeg kan for eksempel nevne at innenfor næringsmiddelbransjen i USA ble omsetningen av bransjefremmede varer tidoblet i løpet av perioden 1950—1958. Det er etter min mening ingen tvil om at utviklingen vil gå i samme retning her i landet.

— Hva er årsakene til at bransjeblandingen griper slik om seg?

— Først og fremst skyldes det naturligvis at det er opportunt for publikum å kunne kjøpe alle slags nødvendige dagligvarer i samme forretning. Man sparer mye tid på den måten, — et annet moment, som vil telle mer og mer under den veldige ekspansjon i biltrafikken vi også hos oss må vente i årene fremover, er at parkeringsproblemet vil bli langt mindre dersom man kan gjøre sine daglige innkjøp på ett sted og slipper å måtte besøke flere forretninger. Her i Norge vil for øvrig også den skjeve avansstruktur i detaljomsetningen stimulere til bransjeblanding. Forholdet er jo det, at i næringsmiddelbransjen er detaljistavansen svært lav på en rekke viktige dagligvarer, — i første rekke gjelder det jordbruksprodukter som melk, mel og gryn, brød osv. Lønnsomhetshensynet vil derfor tilsi at detaljisten velger et blandet vareassortiment som også omfatter varer med høy avanse. Bransjeblandingen innen detaljleddet vil også få konsekvenser for engros-handelen, også der vil spesialiseringen avta fordi man må tilpasse seg assortimentsbehovet hos detaljistene.

— Men vil en slik avvikling av bransjeskillene være forenlig med de reguleringsavtaler som i dag gjelder innenfor handelsnæringen?

— Vi vil nok oppleve at en hel del av de institusjonelle forhold som i dag preger omsetningsstrukturen vil falle bort i årene fremover. Blant annet kan vi vente at reguleringsavtalene mellom organiserte produsenter og organiserte forhandlere vil bli sprengt. Både bransjeblandingen og konkurransen fra importerte varer vil virke til at den forhandler som kan påvise fornuftige salgsmuligheter vil få de leveranser han ønsker.

— For nå å gå over til det teknisk-merkantile plan, hva vil De si om utviklingen der i årene som kommer?

— I detaljhandelen med dagligvarer var 1950-årene preget av selvbetjeningssystemets gjennombrudd. Det som sikkert vil karakterisere utviklingen i 1960-årene er utbyggingen av detaljforretninger av «supermarked»-typen. La meg igjen nevne et eksempel fra USA: der har nå supermarkedene rundt 70 prosent av den samlede detaljomsetning med næringsmidler. Jeg mener selvsagt ikke at vi her hos oss vil få gigantforretninger av amerikansk størrelse, men fra en detaljhandel som i dag må sies å være en like utpreget småbruksnæring som jordbruket, vil vi

(Forts. side 22).

Varehandelens struktur

Av cand. oecon. Erik Botheim

Jeg skal i denne artikkelen gi en kort oversikt over strukturen i norsk varehandel og vil legge særlig vekt på engros- og detaljhandelen. Det er vanlig å dele opp handelsnæringen i fire ledd, næringsgrener: agenturvirksomhet, engroshandel, detaljhandel og kommisjonshandel.

Ved beskrivelsen av strukturen innenfor en næring, må man bygge på statistikk som omfatter alle enheter. De siste fullstendige oppgaver som foreligger for varehandel, finnes i Bedriftstellingen 1953. Hovedresultatene fra denne tellingen er tatt inn i tabell 1. Tabellen viser at det pr. 24. april 1953 var i alt 48 554 bedrifter i varehandel med en sysselsetting på 166 652 personer. Bedriftene hadde i 1952 en samlet omsetning på 22 099,1 mill. kr. og mottok i alt 185,1 mill. kr. i agentur- og kommisjonsprovisjoner. 33 837 bedrifter eller 69,7 prosent var enebedrifter, dvs. at eierne av disse bedriftene ikke eide andre bedrifter som var med i tellingen. Når oppgavene viser at så mange som 14 717 bedrifter var knyttet til andre bedrifter, så er dette en konsekvens av den bedriftsdefinisjon som ble fulgt. En lang rekke foretak ble delt opp i flere bedrifter fordi de drev flere slags virksomhet. Ved en fullstendig analyse av næringen må man derfor se oppgavene i sammenheng med andre næringer, særlig enkelte grupper innenfor industri, bygge- og anleggsvirksomhet og kafédrift.

Engrosomsetningen utgjorde 60,7 prosent av totalomsetningen og var således vesentlig større enn detaljomsetningen. Dette skyldes at en stor del av varene som omsettes engros, er råvarer og utstyr som leveres til bedrifter i andre næringer uten å passere detaljleddet.

Når det gjelder sysselsettingen, er forholdet mellom handelsleddene motsatt. Detaljhandelen hadde 63,8 prosent av alle sysselsatte, mens engroshandelen hadde 30,6 prosent. Som sysselsatt er her regnet alle som var ansatt i bedriften og eiere og familiemedlemmer som arbeidet i personlige foretak.

De enkelte bransjer

Ser vi først på agenturvirksomheten, kan det nevnes at agenturene i nærings- og nytelsesmidler hadde ca. 19 prosent av de inntjente provisjonsbeløp i 1952 og var den viktigste bransjen i agenturhandel. Med de andre bransjer som er spesifisert, tekstil og bekledning, maskiner, rekvisita m. v. og bygningsartikler var av nesten like stor betydning og hadde henholdsvis 17, 17 og 13 prosent av de samlede provisjoner.

Både i engros- og detaljhandel er det omsetningen av nærings- og nytelsesmidler som dominerer. I engroshandel hadde denne bransje 34,3 prosent av omsetningen i 1952, mens den relative andel av antall bedrifter og sysselsettingen var noe mindre. I detaljhandel dekket

den 51,6 prosent av omsetningen, noe mer av sysselsettingen og omfattet hele 57,0 prosent av samtlige bedrifter.

I bransjestrukturen ellers er det stor forskjell på engros- og detaljhandel. I engrosleddet veier de bransjer som omsetter varer som vesentlig brukes i annen næringsvirksomhet, meget tungt. Gruppen bygningsartikler hadde således 14,7 prosent av omsetningen, maskiner 8,0 prosent og diverse råvarer 12,7 prosent. Etter disse fulgte brensel og smøreoljer med 8,3 prosent, og først deretter med 6,0 prosent av omsetningen kom en bransje med vanlige forbruksvarer, nemlig tekstil og bekledning.

Innen detaljhandel var derimot tekstil og bekledning klart den nest største bransjen med 12,8 prosent av bedriftene som hadde 16,0 prosent av sysselsettingen og 17,4 prosent av omsetningen. Når det gjelder de andre bransjene innen detaljhandel, så er det ingen som dekker så mye som 5 prosent av den samlede detaljomsetning.

Bedriftenes størrelsesfordeling

Grupperingen av bedriftene i varehandel etter størrelse viser en utpreget skjev fordeling med mange små og få store bedrifter. Forholdene er noe forskjellige i de ulike handelsledd, men hovedtrekket er det samme.

I agenturvirksomhet hadde ca. halvparten og i kommisjonshandel ca. 2/3 av bedriftene en provisjonsinntekt på under 20 000 kr. Disse små bedriftene hadde imidlertid bare ca. 10 prosent av provisjonene i disse næringsgrenene, og en må regne med at mange av bedriftene drives ved siden av annen virksomhet. Mindre enn 10 prosent av agentur- og kommisjonsforretningene hadde provisjonsinntekter på over 100 000 kr., men de dekket om lag halvparten av omsetningen i disse næringsgrenene.

I engroshandel hadde 86 prosent av bedriftene en omsetning

Tabell 1. Bedrifter, sysselsetting og omsetning i de enkelte handelsledd.

	Bedrifter pr. 24. april 1953	Syssel- setting pr. 24 april 1953	Omsetning i 1952		Provisjo- ner i 1952
			Engros	Detalj	
			Mill. kr.	Mill. kr.	Mill. kr.
Agenturvirksomhet	3 482	7 361	7,7	2,7	144,2
Engroshandel	7 741	51 047	12 954,5	468,5	5,2
Detaljhandel	36 520	106 336	293,3	8 370,5	4,7
Kommisjonshandel	811	1 908	1,1	0,8	31,0
I alt	48 554	166 652	13 256,6	8 842,5	185,1

Tabell 2. Bed iftene i varehandel fordelt etter gjennomsnittlig sysselsetting i 1952

	Gjennomsnittlig sysselsetting i 1952								
	Under 1	1	2	3—4	5—9	10—19	20—49	50 og over	I alt
Engroshandel									
Bedrifter pr. 24/4 1953 pct.	1,7	35,7	14,6	16,6	16,3	8,8	4,7	1,6	100,0
Sysselsetting pr. 24/4 1953, pct.	0,3	6,0	4,8	9,2	17,2	18,5	21,4	22,6	100,0
Omsetning i 1952, pct. . .	0,1	2,3	3,4	7,1	15,2	17,7	24,7	29,5	100,0
Detaljhandel									
Bedrifter pr. 24/4 1953, pct.	2,9	27,7	32,5	25,5	8,9	1,9	0,5	0,1	100,0
Sysselsetting pr. 24/4 1953, pct.	1,0	10,8	23,4	30,0	19,1	8,4	4,7	2,6	100,0
Omsetning i 1952, pct. . .	0,2	8,3	19,3	28,7	23,4	11,4	6,1	2,6	100,0

på under 2 mill. kr. i 1952. Disse bedriftene hadde imidlertid bare 44,5 prosent av sysselsettingen og 19,1 prosent av omsetningen. Bare 5,5 prosent av engrosbedriftene hadde en omsetning på over 5 mill. kr., men disse bedriftene hadde 35,6 prosent av sysselsettingen og 65,5 prosent av omsetningen og den gjennomsnittlige omsetning pr. bedrift var 20,6 mill. kr. Den mest alminnelige bedriftsstørrelsen i engroshandelen var bedrifter med en omsetning på mellom 200 000 og 500 000 kr., idet ca. 18 prosent av bedriftene kom i denne gruppen, og den gjennomsnittlige omsetning pr. bedrift var 322 000 kr.

I detaljhandelen hadde 91 prosent av bedriftene en omsetning på under 500 000 kr. Disse bedriftene hadde 72 prosent av sysselsettingen og 57 prosent av omsetningen. Den mest alminnelige bedriftsstørrelse var bedrifter med omsetning på mellom 100 000 og 200 000 kr., idet 28,5 prosent av bedriftene kom i denne gruppen. De hadde en gjennomsnittlig omsetning pr. bedrift på 143 000 kr. Bare 9 prosent av detaljhandelsbedriftene hadde en omsetning på over 500 000 kr., men disse bedriftene hadde 28 prosent av sysselsettingen og 43 prosent av omsetningen, og omsetningen pr. bedrift var 1 152 000 kr.

Den samme skjeve fordeling av bedriftene finner en i tabell 2, som viser bedriftene pr. 24. april 1953 fordelt etter gjennomsnittlig

sysselsetting i 1952. Tallet på engrosbedrifter med 10 eller flere sysselsatte var 1 168 eller 15,1 prosent av alle engrosbedrifter. Disse bedriftene hadde 62,5 prosent av omsetningen. I detaljhandelen var tallet på bedrifter med 5 eller flere sysselsatte 4 133 eller 11,4 prosent av alle detaljhandelsbedrifter. Disse bedriftene hadde 34,8 prosent av sysselsettingen og 43,5 prosent av omsetningen i detaljhandelen.

Geografisk fordeling

Den inndeling av landet som har størst interesse for en analyse av varehandelens geografiske fordel-

ing, er inndelingen i handelsområder, som bygger på byenes og andre lokale sentrers samhörighet med de omkringliggende distrikter. Denne inndeling går på tvers av den administrative inndeling i fylker. Det er ikke her mulig å komme inn på fordelingen i detalj, vi må nøye oss med å peke på enkelte hovedpunkter på grunnlag av tallene for de fem handelsfeltene. I tabell 3 er det også tatt med særskilte oppgaver for Oslofjordens sentrale handelsområde og Hovedstadens handelsområde. Dette er gjort for å få fram hvor dominerende Oslo og industristrøkene på begge sider av Oslofjorden er også innenfor varehandel.

Østre handelsfelt hadde i 1952 hele 65,3 prosent av engrosomsetningen og 55,3 prosent av detaljomsetningen. Til sammenlikning kan nevnes at vi innenfor dette område finner ca. 48 prosent av befolkningen. Innenfor engroshandelen er de sentrale strøk langs Oslofjorden — og spesielt Oslo — absolutt dominerende. Hovedstadens handelsområde dekket alene 55,5 prosent av den samlede engrosomsetning. I alle de andre handelsfeltene var andelen av detaljomsetningen mindre enn andelen av befolkningen.

Når det gjelder fordelingen på byer og bygder skal bare nevnes at med om lag en tredjedel av befolkningen hadde byene i 1952 nesten 60 prosent av varehandelsbedriftene, 71 prosent av engrosomsetningen og 66 prosent av detaljomsetningen.

Tabell 3. Bedriftene i varehandel geografisk fordelt

	Engroshandel			Detaljhandel		
	Bedrifter	Omsetning		Bedrifter	Omsetning	
		Mill. kr.	Pct.		Mill. kr.	Pct.
Riket i alt	7737	12821,6	100,0	36465	8508,5	100,0
Østre handelsfelt	4047	8374,2	65,3	18747	4700,6	55,3
Av dette:						
Oslofjordens sentrale handelsområde	3144	7802,8	60,9	13066	3379,7	39,7
Hovedstadens handelsområde	2445	7110,7	55,5	9021	2554,4	30,0
Søndre handelsfelt	358	408,0	3,2	2531	457,4	5,4
Vestre »	1511	2287,7	17,8	7638	1654,6	19,4
Midtre »	978	1084,6	8,5	4376	1037,5	12,2
Nordre »	843	667,1	5,2	3173	658,4	7,7

Rasjonalisering av varehandelen

Av cand. oecon. Erling Skjørshammer

I sine «Forslag om rasjonalisering av varehandelen i Norge» har Varehandelskomiteen definert rasjonell varehandel på følgende måte: «Med rasjonell varehandel menes at næringen imøtekommer forbrukernes allsidige behov for varer og tjenester på best mulige og samtidig billigst mulige måte». Hva som er best og billigst er imidlertid ikke gitt en gang for alle. Avgjørelsen av dette spørsmål er avhengig av mange forhold. Av særlig betydning er det økonomiske nivå som landet ligger på, hvilke forhold næringen driver under og de muligheter som foreligger for å effektivisere varehandelen. Selv innenfor et og samme land vil det ikke være en eneste og bestemt løsning av varehandelen som er best og billigst. En rasjonalisering av varehandelen er således et meget sammensatt spørsmål og avhengig av hvor omfattende målsetting man tar sikte på å realisere.

Et særeget trekk ved varehandelen er den direkte sammenheng den har med foregående og etterfølgende ledd i det økonomiske kretsløp. Varehandelen kan ikke oppfattes isolert. Undertiden har man oppfattet varehandelen bare som et distribusjonsapparat hvis oppgave var å distribuere varer på «enkleste og billigste måte». At denne oppfatning er irrasjonell, ser man lett i de tilfelle hvor varehandelen har vært nødt til å fungere som en intendanturmaskin. I

En avgjørende betingelse for rasjonalisering er at det er til stede et tilstrekkelig antall sakkyndige på rasjonaliseringsområdet. Disse må kjenne de spesielle behov og muligheter for rasjonalisering innen varehandelen. Innen flere bransjer er det utdannet konsulenter og deres virke har allerede skapt stor forståelse for varehandelens effektivisering. Disse konsulenter må få anledning til å følge med i den raske utviklingen som finner sted i utlandet og ta med seg hjem idéer som kan omsettes i praktisk arbeid her i landet. Det må utbygges en informasjonstjeneste så rapporter fra studiereiser kan bli spredt og diskutert blant næringens utøvere. Handelsorganisasjoner bør enten enkeltvis eller ved samarbeide mellom flere få utbygget rasjonaliseringskontorer. Norges Grossistforbunds Rasjonaliseringskontor kan stå som mønster. Dette kontor har i løpet av få år gjort en innsats som det står den største respekt av, bl.a. har det planlagt 76 nye lagerbygg eller vesentlige moderniseringer, foruten satt igang en rekke meget viktige analysearbeider. I denne sammenheng bør også nevnes den innsats Norges Kooperative Landsforening har gjort på butikkrasjonaliserings, regnskapsvesenets og engrosomsetningens område.

Stortingets Administrasjonskomité i Innst. S. nr. 104, 1959

tider med vareknapphet, eventuelt i forbindelse med rasjonering, viser det seg tydelig hvorledes en tilsynelatende større effektivitet i varedistribusjonen påfører etterfølgende ledd langt større omkostninger. Forbrukerne blir i dette tilfelle påført ventetider og andre ekstra byrder i forbindelse med sine innkjøp og inntektsanvendelse.

Varehandelens oppgave er således ikke bare distribusjon, men også salg.

Det sentrale i salget kan sies å være å vekke forbrukernes behov og således skape etterspørsel. Salget utløser en prosess som ikke bare har virkning for kundene, men i høy grad også for produksjonen. Distribusjon og salg går begge under begrepet markedsføring. Mens man med varehandel mer tenker på den næringsgren som har spesialisert seg på distribusjon og salg, omfatter markedsføring de samme funksjoner uansett om det er varehandelen eller de vareproduserende næringer som utfører dem. Begrepet markedsføring omfatter således alle de tiltak som gjøres for å føre en vare fra sin opprinnelse som ferdig vare frem til den endelige forbruker. Men det omfatter mer enn dette. Markedsføringen tar sitt utgangspunkt i forbrukernes behov, eller går endog inn for å vekke latente behov, og gir derefter direktiver til produksjonssektoren om hvilke varer som skal produseres, hvorledes disse varer bør være osv. En effektiv markedsføring bygger således på markedsforskning og tilpasning av produktet til forbrukernes ønsker. Dernest omfatter markedsføringen opplegg av salgspolitik, herunder prispolitikk, kvalitetspolitikk og retningslinjer for reklamen og den salgsfremmende innsats. Videre omfatter markedsføringen hele det apparat som bygges opp for å selge og distribuere varer fra fabrikanten gjennom de forskjellige kanaler frem til konsumenten og alle de hjelpemidler som tas i bruk for at dette apparat skal arbeide så effektivt og rasjonelt som mulig. Fabrikanten har sine markedsføringsoppgaver og grossisten og detaljisten har sine. Hjelpemidlene som tas i bruk kan være vidt forskjellige, men målsettingen er den samme: Å selge flere og bedre varer på en mer rasjonell måte til forbrukerne.

En rasjonell varehandel må således ha det for øye at man ved organisatoriske og funksjonelle midler stadig øker effektiviteten i samtlige ledd i samfunns-husholdningen.

Efter omfanget av den målsetting man tar sikte på å realisere gjennom en rasjonalisering av varehandelen, kan man dele rasjonaliseringen i flere grupper. En grovinndeling kan være:

- 1) Samfunnsmessig rasjonalisering.
- 2) Bransjemessig rasjonalisering.
- 3) Bedriftsrasjonalisering.

Når det gjelder den samfunnsmessige rasjonalisering av varehandelen, kan det anlegges en rekke forskjellige synspunkter.

Som kjent ble det forslag til alminnelig rasjonaliseringslov som ble fremlagt av et flertall i Pris- og Rasjonaliseringslovkomiteen, stilt i bero. I formålsangivelsen for utkastet til denne lov het det i § 1 at loven «har til formål å medvirke til rasjonalisering, bedre organisasjon og utbygging av den økonomiske virksomhet for å sikre den best mulige utnyt-

ting av de produktive krefter». Å gi et sådant generelt formål kjøtt og blod er både en komplisert affære i administrativt henseende, foruten at det også reiser vanskelige politiske problemer. Regjeringen valgte i stedet å følge den linje at på de områder der en støtte på behov for særlig lovhjælp for rasjonaliseringstiltak, ville det fra Statens side bli lagt frem forslag til særlover.

La meg her kort nevne to eksempler av mer teknisk karakter.



Et bysamfunn er noe mer enn boliger.

Som det første eksempel vil jeg nevne områdeplanlegging. Vårt samfunn har undergått vesentlige endringer på mange felter. Når det gjelder bosettingen, lever vi i en tid med store vandringer. Utvær, bygder og delvis gamle bystrøk avfolkes og vi får nye tettbebyggelser, forstadsbebyggelser og drabantbyer. Planlegging av varehandelen i denne sammenheng har hittil vært et sørgelig kapittel og må fortsatt sies å ligge på et lavt nivå. De spredte til-

tak som er gjennomført når det gjelder nye kjøpesentra i detaljhandelen, er stort sett meget svake. I denne forbindelse kan det være viktig å understreke at man ennå ikke har gått løs på den oppgave som ligger i å sanere våre byer. Enhver som har innblikk i moderne markedsføring, kan jo mildest talt forville når han kommer bort i de problemer som de gamle bystrøk reiser i de fleste av våre byer.

Som det annet eksempel vil jeg nevne yrkesopplæringen innenfor varehandelen. Riktignok ble Lærlingeloven i 1950 vedtatt også for handelen, men den vil først bli gjort gjeldende fra 1/1 neste år. Selv om dette er et fremskritt sett fra norsk varehandels synspunkt, er det imidlertid ikke større fremskritt enn eksempelvis om en 100-meter-løper tar av seg beksønstøvlene og skifter over til spasersko. Når det gjelder utbyggingen av skoler og utstyr til yrkesopplæringen innenfor varehandelen, og sist men ikke minst, når det gjelder utdanning og rekruttering til læreryrket for denne gren av ungdommens opplæring, ligger vi svakt an. Likegyldig hvilken bransje det gjelder, er situasjonen så slett at ikke en eneste lærling vil få undervisning i varekunnskap. En tilsvarende situasjon innenfor håndverk, industri og jordbruk er utenkelig og vi håper selvfølgelig at det vil bli satset stadig mer på yrkesopplæringen innen handelen i de nærmeste år.

Selv om disse to eksempler tegner et noe mørkt bilde, er det imidlertid også mange lyse trekk. Fremfor alt kan man i denne forbindelse glede seg over at myndighetenes innstilling til varehandelen og de pro-



Dårlig koordinering.

Efter mange år er det fremdeles bare en provisorisk butikk.

blemer den arbeider med i det senere er preget av en stadig større vilje til å finne rasjonelle løsninger.

Spørsmålet om bransjerasjonalisering refererer seg til de muligheter man har for å øke resultatene i en bransje med bibehold av det samme apparat, eventuelt til å opprettholde eller øke resultatene med et mindre apparat. I denne forbindelse bruker man ofte ordet strukturrasjonalisering.

Tiltak på dette område kan rette seg mot en rekke forskjellige forhold som f. eks. bedriftsstørrelse, bedriftenes lokalisering, sortimentets sammensetning, bransjenes organisasjon. Som eksempler på bransjerasjonalisering kan man nevne variantbegrensning og sortimentrasjonalisering.

Analyser av en bransjes sortiment vil ofte vise et nesten avskrekkende antall varianter. Det er ikke sjelden at en bransjes artikler løper opp i titusener av nummer. Svært mange av disse kan elimineres uten å ramme effektiviteten i det ene eller annet ledd i samfunnet. Inngående sortimentsanalyser har ført til «oppdagelse» av den såkalte 80—20 prosent regelen. Dette betyr ikke noe annet enn at 80 prosent av artiklene gir 20 prosent av omsetningen og de andre 20 prosent av artiklene gir 80 prosent av omsetningen. Man står altså overfor en ny økonomisk tilpasningssituasjon. Gjennom f. eks. felleskataloger, variantbegrensning, standardisering, felles salgspromosjon og opplysningsvirksomhet kan man ofte oppnå betydelige økonomiske besparelser.

Når det gjelder bedriftsrasjonalisering i varehandelen adskiller denne seg prinsipielt ikke fra rasjonalisering i de øvrige næringer. Skal man peke på særtrekk for rasjonalisering i varehandelen i forhold til andre næringer, må det bli:

For det første at den rent tekniske rasjonalisering ikke spiller den samme dominerende rolle som i de vareproduserende næringer. Særlig gjelder dette når man tenker på maskinelle anlegg. Varehandelen er i vesentlig grad en tjenesteproduserende næring. Dens ytelser kan bare i begrenset omfang utføres ad mekanisk vei.

For det andre at den organisatoriske side av rasjonaliseringen er særlig fremtredende. Rasjonaliseringen av varehandelen er en samarbeidsoppgave ikke bare innen det enkelte firma, den enkelte bransje, med de foregående ledd og med de etterfølgende ledd. Den må også utstrekkes til å gjelde sentrale punkter i den internasjonale økonomi.

Forøvrig arbeider bedriftsrasjonaliseringen i varehandel på følgende områder:

- Organisasjon — administrasjon — personalforvaltning
- salg — innkjøp
- regnskap — kalkulasjon — budsjettering
- kontorplanlegging — kontorrutiner
- lagerplanlegging — lagerrutiner
- lagerplanlegging — nybygg og modernisering av anlegg

- varehåndtering — transport
- teknisk organisasjon — arbeidsstudier
- bransjeutredninger — økonomiske analyser
- statistikk.

Med hensyn til rasjonaliseringens resultater skal jeg her ikke gjøre forsøk på noen totalvurdering, men bare peke på noen eksempler.

I detaljhandelen er den tydeligste virkning veksten i de forskjellige varianter av selvbetjening, ferdigpakking og merkevarer. Samtidig kan vi se en tydelig tendens til bransjeblanding. Den forbrukerorienterte innstilling leder til et sortiment av salgssamhørigte varer. Vi får en renessanse for husholdningshandelen. Den samme tendens som fører til husholdningshandel kan man si gjør seg gjeldende også for utvalgsvarer, idet vi her får en tendens til butikk-sentra.

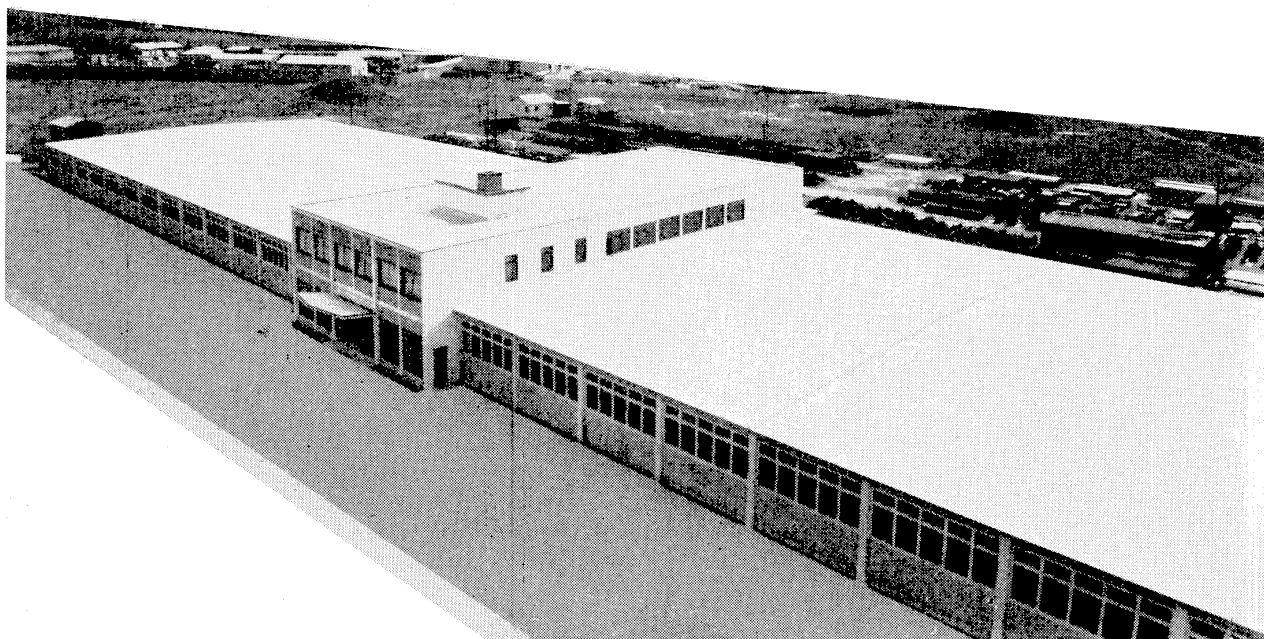
Ser vi på engroshandelen så er det vanskelig å si hva som er det mest fremtredende trekk i rasjonaliseringen.

For en utenforstående vil muligens engroshandelens nye lokalisering tre sterkt frem. De sentrale bydeler i nærheten av kaier og transportterminaler er i stor utstrekning i ferd med å lide trafikkdøden. Da distanseomkostningene er små i forhold til tidsomkostningene, de er som 1 : 4, flytter engroshandelen sine lagre ut av bykjernen. I tillegg hertil har vi fått en ny bygningstype i det moderne enplanslager. Den rasjonalisering som foregår på dette område, er således meget iøynefallende og har gitt store resultater.

En som arbeider i engroshandelen vil kanskje særlig feste oppmerksomheten ved salget og den konsentrasjon av salget som har funnet sted i de senere år. En rekke rasjonaliseringstiltak innenfor engroshandelen har sitt utspring i det forhold at man tidligere har drevet et ekstensivt salg. Analyser fra mange bransjer viste at en vesentlig del av ordrene bare bidro med en mindre del av salget. Som eksempel kan nevnes en undersøkelse fra jernvarehandelen. Analyser for 7 firmaer viste at de hadde 204 000 ordrer i et år som beløp seg til 54,5 mill. kr.; 49,6 pro-



Moderne dagligvarehandel.



Moderne enplans lager.

sent av disse ordrer var imidlertid på under 100 kr. og gav bare 7,6 prosent av omsetningen. Det vil altså si at 101 000 ordrer bare gav en omsetning på 4 mill. kr. Ser man på den arbeidsmengde som således er nedlagt på denne del av omsetningen, står den ikke i noe som helst rimelig forhold til det økonomiske utbytte. Det foreligger således her en betydelig tapskilde. Denne tapskilde kan tenkes eliminert på forskjellige måter. For det første kan man innføre en ny prissetting hvor man differensierer prisen etter ordrestørrelse og således får en bedre overensstemmelse mellom avanseberegning og kostnader. Denne fremgangsmåte er brukt i mange bransjer og med godt resultat.

Ordrestrukturen har imidlertid også vist en tydelig sammenheng med en tilsvarende kundestruktur. Man har derfor også arbeidet med å løse problemet på et bredere grunnlag. I korthet kan man si at de nye samarbeidsformer og gruppedannelser både innenfor engroshandelen og mellom engroshandelen og detaljhandelen tar sikte på et mer konsentrert salg. Uten å gå i detalj kan man si at det vertikale samarbeide innen varehandelen fra produsent gjen-

nom grossist og detaljist frem til forbruker har vist seg å være et vesentlig arbeidsfelt for rasjonalisering. Det er vel også på dette felt at vi i fremtiden kan høste de største økonomiske resultater.

Medarbeidere i dette nummer

Erik Botheim (c.o. 1946), byråsjef i Statistisk Sentralbyrå.

Gunnar Bramness (c.o. 1957), forskningsassistent ved Sosialøkonomisk Institutt, Universitetet i Oslo.

Gunnar Engebretsen, forretningsfører i A/L Telefalslagset.

Erling A. Hansen, redaktør i «Handels- og Kontorfunksjonøren».

Bjørn Haug (c.o. 1952, c.jur. 1958), konsulent i Lønns- og prisdepartementet.

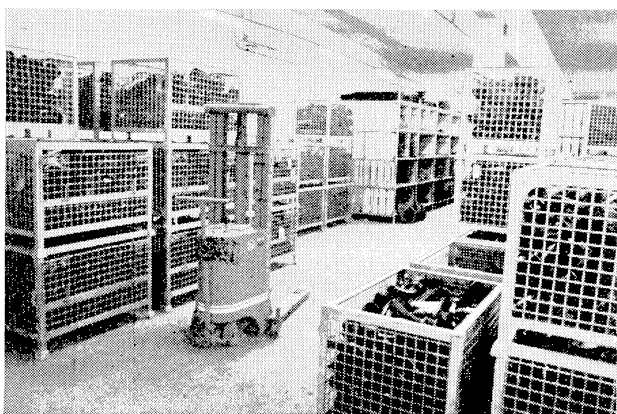
Hans Jacob Hylin (c.o. 1954), konsulent i Norsk Produktivitetsinstitutt.

Olav Hørthe (c.o. 1950), sekretær i Norges Koooperative Landsforening.

Andreas Dalstø Lothe (c.jur. 1951), sekretær i Samferdselsdepartementet, Luftfartsdirektoratet.

Erling Skjørshammer (c.o. 1945), kontorsjef i Norges Grossistforbund.

Rolf Vigeland (c.o. 1948), disponent i Bokreditt A/S.



Rasjonelt lager med container og truck.

Nyskapninger i vareomsetningen

Av cand. oecon. Hans Jacob Hylin

Varehandelen i Norge sysselsetter ca. 10 prosent av den samlede yrkesbefolkning. Næringens faktorerinntekt utgjør ca. 12 prosent av samtlige sektors faktorerinntekt. Ifølge beregninger foretatt av Varehandelskomiteen utgjorde varehandelens kumulerte bruttoavanse i 1948 omlag 22 prosent av omsetningen i siste ledd (inkl. omsetningsavgiften).

Disse få tallene plasserer næringen tydelig i bildet som betydningsfull og viktig i nasjonaløkonomisk sammenheng. Både av denne grunn, og fordi handelsnæringen på en så direkte måte har betydning for hver eneste innbygger, burde forholdene og utviklingen i denne næring ha krav på den største interesse og oppmerksomhet.

En av de ting som har karakterisert utviklingen innen varehandelen i de siste 10 år er den tekniske rasjonalisering. På engrosleddet har dette skjedd i form av bygging av nye lagerbygg. Søkelyset har særlig vært rettet mot intern varehåndtering og ekstern varetransport. I detaljhandelen er det innføringen av selvbetalings- og selvvalgsprinsippet som har markert utviklingen. Parallelt med denne omlegging har det fra industriens side vært gjort mye for å tilpasse varer og emballasje til de nye salgssprinsipper.

Det har i dette tidsrom også vært en tendens til strukturrasjonalisering som særlig har gjort seg gjeldende innen detaljhandelen. Det tenkes her på sortimentsutvidelsen, i dagligvarehandelen. Den tradisjonelle kolonialvareforretning er iferd med å forsvinne. I stedet utvikler det seg en forretningstype som foruten de vanlige kolonialvarer også fører matvarer fra andre bransjer, samtidig som man i noen utstrekning har tatt opp varegrupper som manufaktur, jernvare, kjøkkentøy etc. Særlig har denne tendens til bransjeblanding gjort seg gjeldende innen de såkalte «supermarkets». Supermarkedsbevegelsen har riktignok ennå ikke kommet i gang for alvor her hjemme, men det er ingen tvil om at den i de nærmeste år stadig vil få større betydning.

I forbindelse med byggingen av drabantbyene rundt de større byer har vi også fått eksempler på såkalte forretningssentre. En rekke mindre spesialforretninger er her gjerne gruppert rundt en stor dagligvareforretning (supermarked). Tanken med forretningssentrene er ikke bare å forsyne det omliggende distrikt med dagligvarer, men også å overta endel av handelen med utvalgsvarer som tidligere hovedsakelig ble tilbudt i forretningene i byens sentrum.

I de siste år har vi i forskjellige bransjer også hatt eksempler på en organisasjonsmessig rasjonalisering av varehandelen. Vi har fått de frivillige kjedene som er bygget opp på et nært samarbeid mellom en eller flere grossister og en rekke frittstående kjøpmenn. Det man i første rekke tar sikte på er å redusere distribusjonskostnadene ved å systematisere og konsentrere kjøpmennenes innkjøp hos en enkelt

grossist. Senere vil nok disse samarbeidsgruppene også ta opp andre områder innen varedistribusjonen, så som reklame og salg overfor den endelige forbruker.

Selvbetalning og selvvalg

Selvbetalning kan defineres som et salgssprinsipp hvor kundene selv plukker frem de varer de vil kjøpe og bringe disse til en kassadisk for betaling og eventuell innpakking. Varene er under dette prinsipp stillet ut i åpne salgsgondoler og arrangert i en mer eller mindre systematisk orden slik at kundene lett kan finne frem til de tingene de skal ha. Denne åpne varepresentasjon i salgslokalet blir også benyttet under *selvvalgssprinsippet*. I motsetning til selvbetalning vil det imidlertid her være salgspersonale tilstede som kan hjelpe kundene med råd og veiledning om varene om de måtte ønske det.

Selvvalgssprinsippet har særlig vært introdusert i handelen med *utvalgsvarer*, mens selvbetalingsprinsippet for det meste har vært anvendt innen *dagligvarehandelen*.

Dette forhold er naturlig da varene i den førstnevnte gruppe gjerne er slike som er mer kompliserte rent teknisk sett og som man må ha spesialkunnskap om for å kunne behandle riktig og gjøre bruk av på den riktige måten. Dagligvarene er gjerne standardvarer som de fleste kjenner forholdsvis godt til.

Ren selvbetalning kan en si har vært innført i bransjer hvor salgsarbeidet vesentlig har bestått i *vare-ekspedering*, mens selvvalgssprinsippet har vært innført der hvor det er behov for en mer *aktiv salgsinnsats* fra personalets side i form av å gi kundene vare- og bruksinformasjoner etc.

Rasjonaliseringseffekten ved disse nye betjeningsprinsipper ligger i den personalbesparelse man oppnår relativt til omsetningens størrelse. Riktignok krever selvbetalings- og selvvalgssprinsippene antakelig større kapitalinvestering i butikklokaler, butikkutstyr og varelager enn de tradisjonelle omsetningsformer, men omkostningene ved denne ekstra kapitalinnsats overstiger sjelden den besparelse man oppnår på personalesektoren.

Dette forhold er illustrert i en undersøkelse foretatt av NPI blant selvbetalende- og diskbetalende kolonialforretninger. Det fremgår her at selvbetalende forretninger med årlig omsetning på kr. 500 000 eller mer har relativt sett større lønnsomhet enn tilsvarende diskbetalende forretninger, og at dette i det alt vesentlige skyldes personalbesparelsen. Mellom 60 og 65 prosent av kostnadene i kolonialdetalj er utgifter til lønninger og godtgjørelse for innehaverens egen arbeidsinnsats. Det ligger derfor store muligheter her for besparelse, noe man således i en viss utstrekning har oppnådd ved omlegging til selvbetalning og selvvalg.

Den åpne varerepresentasjon og masse-oppbudet av varer i selvbetjenings- og selvvalgsforretninger virker også til å stimulere publikums kjøpelyst og beforder impuls kjøp.

For å antyde hvilken betydning selvbetjeningsprinsippet har i kolonial- og landhandlerbransjen i dag, kan nevnes at for 1958 er antall selvbetjeningsforretninger anslått til noe over 10 prosent av samtlige forretninger. Deres andel av omsetningen er anslått til vel 20 prosent. Disse prosentsetninger er nok steget noe i løpet av de to siste år.

En forutsetning for å kunne drive selvbetjening effektivt er at de forskjellige varene kan forhåndspakkes i konsumentpakninger, og at kunden på selve emballasjen kan finne nødvendige opplysninger om varen og hvorledes den skal brukes. Her har det skjedd en stor utvikling i de siste 10 år. En rekke nye og mer hensiktsmessige emballasjematerialer er tatt i bruk, og produsentene har i stadig større utstrekning bestrebet seg på å gi fyldige opplysninger om varens beskaffenhet og bruk på selve emballasjen. Lengst er en kommet i de bedrifter og bransjer som i samarbeid med Hovedkomiteen for varedeklarasjoner og kvalitetsmerking har utarbeidet de såkalte «Varefakta» for sine produkter. Når det gjelder selve forhåndspakkingen av varene, er det ennå en del varegrupper hvor man ikke har kommet frem til noen tilfredsstillende løsning. Dette gjelder spesielt ferske kjøtt- og fiskevarer. Disse blir her hjemme for det alt vesentlige ennå solgt ved diskbetjening i motsetning til hva tilfellet er i mange andre land.

Kundenes innstilling til de nye betjeningsprinsipper ble belyst for noen år tilbake i en NPI-rapport: «Husmoren og Matvaredistribusjonen, Innkjøpsvaner og meninger». Det viste seg her at av de ca. 2 300 husmødre som var omfattet av undersøkelsen oppga 45 prosent at de ville foretrekke å handle i selvbetjente forretninger, mens 22 prosent ikke ville foretrekke slike forretninger (resten var av typen «vet ikke» og «indifferent»). Den viktigste årsaken til at selvbetjening ble foretrukket var at man i disse forretninger sparte tid i innkjøpsarbeidet.

Bransjeblanding og større forretningsenheter

Bransjeblandingen og opprettelsen av større forretningsenheter henger nøye sammen. For å kunne ta opp flere varer i sortimentet, må det også større salgslokaler til.

For kjøpmenn som har gått inn for denne utviklingen, har det antakelig betydd en bedring i den gjennomsnittlige fortjenestemargin, idet de nye varer vanligvis har gitt en høyere bruttofortjeneste enn gjennomsnittet for de tradisjonelle kolonialvarer. De store detaljhandelsenheter har antakelig også kunnet oppnå ikke ubetydelige fordeler i selve innkjøpet og i muligheter for bedre utnyttelse av forretningspersonalet.

For forbrukeren har fordelene ved disse forretninger vært tidsbesparelse i innkjøpet. Tidstapet ved daglig å måtte besøke en rekke forskjellige spesialforretninger for å handle de nødvendige varer, er eliminert. Noen fordeler i form av lavere priser til publikum har disse store dagligvareforretninger neppe gitt. Årsakene kan være mange. Den viktigste

er kanskje at forretningene ofte har et beliggenhetsmessig monopol, slik at konkurransemomentet delvis har manglet. Forbrukernes manglende prisbevissthet spiller vel også en viss rolle.

Særlig mange forretninger av supermarkedstypen (dagligvareforretninger på ca. 300 m² og mer) har vi som nevnt ennå ikke fått her hjemme. Byggrestriksjoner og finansieringsvansker har antakelig vært noen av de viktigste årsaker til dette.

Oppbygging av *forretningssentre* har vi også hatt noen eksempler på her hjemme i de senere år. De er gjerne reist i de nye boligstrøk og er ofte plassert nær en hovedferdselsåre inn til byens sentrum. Det er sørget for gode parkeringsmuligheter rundt forretningssentrene. Selv om man først og fremst tar sikte på å betjene den lokale befolkning, regner man også med et ikke ubetydelig markedsgrunnlag fra folk som fra byens omland tidligere dro helt inn til sentrum for å handle.

Man vil i forretningssentret ikke bare finne en eller flere store dagligvareforretninger, men også en rekke mindre spesialforretninger og andre serviceytende foretak gruppert innen én bygningsmessig enhet. En av tankene bak et slikt forretningssenter er at de forskjellige forretninger gjensidig skal bidra til å skape et omsetningsgrunnlag for hverandre. Kunder som kommer til sentret for å handle i en av forretningene, vil ofte samtidig bli tiltrukket av varetilbud i en eller flere av de øvrige forretninger. Det blir derfor lagt stor vekt på å komme frem til den mest hensiktsmessige plassering av forretningene i forhold til hverandre for å oppnå størst mulig effekt i så måte.

Opplegget ligger også vel til rette for fellesreklame og salgsfremmende tiltak for de forskjellige kjøpmenn innen sentret.

I de land hvor slike forretningssentre har vært opprettet i noen utstrekning har de i høy grad vært en konkurransefaktor for varemagasinene og spesialforretningene i byens sentrum. På grunn av de vanskelige trafikk- og parkeringsforhold i bykjernen har publikum i stor grad foretrukket å gjøre sine innkjøp i de perifert beliggende forretningssentre hvor de usjenert av bytrafikken i ro og mak kan gå sin «shoppingrunde».

Kjededannelser

En frivillig kjede kan defineres som en gruppe samarbeidende handelsbedrifter bestående av en eller flere grossister og et antall utvalgte detaljister, som har til formål å koordinere engros- og detaljhandelsfunksjonene og på felles basis å organisere innkjøp, salg og ledelse.

Disse kjeder kan være organisert på mange ulike måter. De kan f. eks. være lokale, nasjonale eller internasjonale. De kan være grossistledede eller kjøpmannsledede. I siste tilfelle er engrosfirmaet som står i spissen for kjeden, opprettet og eid av de samarbeidende kjøpmenn.

De frivillige kjeder har sin opprinnelse i USA hvor den første ble dannet i 1921. Det var den stadig stigende konkurranse som de frittstående kjøpmenn og grossister møtte fra det økende antall filialforetak

(Forts. side 22).

Norsk kartellpolitikk og varehandel

Av cand. jur. & oecon. Bjørn Haug

I. Innledning.

Våre rettsregler om konkurransereguleringer skiller som regel ikke mellom varehandel og andre former for ervervsvirksomhet. Imidlertid kan varehandelens egenart medføre at reglene får en annen anvendelse i varehandel enn i annen ervervsvirksomhet. Begrepet konkurranseregulering er uklart, men forutsettes her kjent. Prismyndighetenes organisasjon og innbyrdes kompetanse blir ikke «eksplisitt» behandlet.

II. Rettsreglene om konkurransereguleringer i sin alminnelighet.

Tidligere var det slik at myndighetene kunne gripe inn mot mislige konkurransereguleringer i det konkrete tilfelle. For prisavtalenes vedkommende er det nå skjedd en endring i og med de generelle forbudene mot dem, jfr. nedenfor kapitel III. For de øvrige konkurransereguleringer og for reguleringer som er unntatt fra forbudene gjelder fremdeles den gamle ordning med mulighet for inngrep dersom myndighetene finner mislige forhold bevisst.¹⁾ En oversikt over de alminnelige regler er derfor begrunnet.

Alle konkurransereguleringene skal meldes til Prisdirektoratet. Er reguleringene av bagatelmessig betydning, vil direktoratet unnta dem fra meldepikten. Reguleringer som ikke er unntatt, registreres i et offentlig tilgjengelig register. Direktoratet gir ut oversikter over registrerte reguleringer. Meldings- og registreringssystemet danner et visst grunnlag for myndighetenes tilsyn med reguleringene og for opinionskontrollen.²⁾

Dersom deltakerne i en regulering skal være bundet til reguleringen i mer enn 1 år ad gangen eller dersom oppsigelsesfristen er lenger enn 3 måneder, må ordningen ha godkjenning av et uavhengig prisråd.³⁾ Foreligger ikke rådets godkjenning, kan ordningen praktiseres på frivillig grunnlag, men man kan ikke få domstolens medvirkning dersom deltakerne ikke oppfyller sine «forpliktelser». Rådets praksis er streng. Bare i ekstraordinære tilfelle har rådet samtykket i langvarige reguleringer.

Rådet kan etter klage forby urimelig nektelse av forretningsforbindelse eller urimelige vilkår for slik forbindelse. Det kan dessuten ta hensyn til «almene interesser».⁴⁾ Er det en konkurranseregulerende sammenslutning eller deltakerne i en konkurranseregulering som nekter, har rådet vært meget kritisk innstillet. Det kreves da i alminnelighet *regler* for slik forbindelse og reglene må være objektive og rimelige. Som eksempel kan nevnes rådets inngrep mot meierienes nektelse av å levere melk til mindre detaljister. Lovbestemmelsen har således vist sin berettigelse, men det må kunne hevdes at det hardere konkurranseklima — som ikke minst varehandelen står overfor — bør medføre større frihet for leverandørene til å velge sin kundekrets og — vilkår. Juridisk

betonte rimelighetsbetraktninger er vel og bra, men disse må ikke legge for sterke bånd på ervervsdrivende som er innstilt på ekspansjon.

Prisloven har dessuten tillagt rådet en viss rett og plikt til å verne mot konkurransereguleringenes urimelige og hårdhendte bruk av tvangsmidler (som f. eks. eksklusjon og konvensjonalbøter).⁵⁾ Prisrådet kan dessuten hindre utelukkelse av eller nektelse av opptakelse i konkurransereguleringer dersom dette er utilbørlig eller i strid med almene interesser.⁶⁾ Det synes klart at rådet her vil måtte vise stor varsomhet. Det er ikke alle man ønsker å ha med i det gode selskap. Når det gjelder et videregående samarbeide, er dessuten i regelen slik at deltakelsen må begrenses dersom samarbeidet skal bli rasjonelt.

Lovens bestemmelser om internasjonale karteller pålegger prismyndighetene en viss tilsynsplikt.⁷⁾ Vår deltakelse i internasjonale organisasjoner vil nok etterhvert pålegge myndighetene større plikter i retning av kontroll og forbud mot såvel norske som utenlandske reguleringer av internasjonal karakter.

Endelig kan nevnes at Prisloven pålegger anbuds-giveren opplysningsplikt overfor innbyderen når han deltar i anbudsregulering.⁸⁾ Fra september i år er imidlertid anbudsreguleringer forbudt.⁹⁾ Dispensasjon fra forbudet vil praktisk talt ikke bli gitt når det gjelder rene anbudsreguleringer.

III. Forbudene mot konkurransereguleringer av priser, avanser og rabatter m. v.

Fra 1. mai 1958 ble det satt forbud mot kollektive leverandørreguleringer (vertikale reguleringer). Sammenslutninger eller grupper av leverandører kunne ikke lenger bestemme eller veilede om videreforhandlerens priser eller avanser.¹⁰⁾ Forbudet var dispensabelt, men bare en håndfull dispensasjoner ble gitt. Man fikk imidlertid en rekke (fullt lovlige) «omgåelser». Leverandørene gikk over til fellekskap å fastsette (netto-) priser til videreforhandlere, mens videreforhandlerne i fellekskap satte prisene til sine kunder. Prisene og avansene ble som regel de samme som før.

Fra 1. januar 1961 blir det satt forbud mot horisontale reguleringer av priser, avanser, rabatter og tilgifter.⁹⁾ Dermed er enhver konkurranseregulering av «prissiden» forbudt. Det er dog tillatt med avtaler om vanlig kontantrabatt (inntil 3 prosent pr. 30 dager). Det nye forbudet gjør imidlertid unntak for eksportreguleringer, bank- og forsikringsvirksomhet samt for de fleste markedsreguleringer i jordbruks-, skogbruks- og fiskerinæringen. De fleste av de sistnevnte reguleringene ville imidlertid også vært unntatt av den grunn at salg eller levering til og fra felles salgsorgan er unntatt fra forbudet. Slike salgsorganer må godkjennes som reelle av Lønns- og prisdepartementet.

Forbudet rammer formelt bare avtaler på «prissiden» og ikke «kvantums»reguleringer (kvoter, pro-

duktfordeling, markedsdeling, variantbegrensning, eksklusivitet, etableringskontroll osv.). Det er imidlertid på det rene at reguleringer av «kvantumssiden» ofte er betinget av prisregulering. Forbudet rammer alt i alt den overveiende del av de registrerte reguleringer som ikke generelt er unntatt, og antallet dispensasjonssøknader er tilsvarende.

Lønns- og prisdepartementets rett til å dispensere er imidlertid begrenset til følgende:

- a) Reguleringen av prissiden må være *nødvendig* for et videregående teknisk eller økonomisk samarbeide. Dette samarbeide må mer enn oppveie pris-(side)reguleringens ulemper. («Strukturhensynet»).
- b) Prisreguleringen er et nødvendig vern mot utilbørlige konkurranseformer («sunnhetshensynet»).
- c) Reguleringen tilsies av særhensyn og er forenlig med almene interesser.

Man må vel regne med at strukturhensynet vil betinge de fleste dispensasjoner. Et viktig formål med forbudet var nemlig å stimulere bedriftene til et videregående samarbeide for å motvirke hovedsvakheten ved strukturen i vårt næringsliv, nemlig for små enheter.

Sunnhetshensynet alene vil neppe medføre noe antall dispensasjoner av betydning. Myndighetene vil nok se tiden an og først gripe inn ved generelle eller spesielle bestemmelser eller ved å tillate konkurransereguleringer dersom konkurranseformene blir utilbørlige.

Hva særhensynet kan føre til er det umulig å si noe om på forhånd, men det vil sikkert ikke betinge særlig mange dispensasjoner. Det er imidlertid ikke utelukket at sysselsettingspolitikken og stabiliseringspolitikken kan bli trukket inn. Kultur- og alkoholpolitikken kan vel også innvirke i noen grad på dispensasjonspraksis.

IV. Litt om konsekvensene for varehandelen.

Det er ikke her plass for noen oversikt over konkurransereguleringenes utbredelse i varehandelen. Jeg må nøye meg med å vise til Prisdirektoratets oversikter.¹¹⁾

De vanligste reguleringsformer i varehandelen er fastsettelse av veiledende eller bindende priser og rabatter. Noteringsvirksomhet er særlig utbredt i detaljhandelen. Den er ikke sjelden forbundet med rabattregulering eller andre prisdifferensieringsformer. I engroshandelen er reguleringene mer beskjedne i antall. Reguleringene av «kvantumssiden» er få. De gjelder vesentlig regulering av etablering og forretningsforbindelse. Det må dog tilføyes at prisdifferensieringsordningene ofte virker på samme måte. De videregående samarbeidsformer som kjede- og filiadannelsene er det få av foreløpig. Vi har NKL og endel kjeder i kolonialbransjen. Utenfor kolonialbransjen har en hittil bare spredte eksempler på kjedeforretninger. Vi har et filialsystem i skotøybransjen, tilslutning til utenlandsk kjede i jernvarehandelen for å nevne et par eksempler. Virkelige stormagasiner har vi få av. Det samme gjelder postordreforretninger. Hjemkjøpsforretninger har hittil vært ukjent. Man må imidlertid vente at de forannevnte konsentrasjonstendenser vil gjøre seg stadig

sterkere gjeldende i norsk varehandel. Engrosomsetningen av jordbruksprodukter er som kjent gjennomorganisert.

De forannevnte konsentrasjoner i varehandelen rammes til dels ikke av forbudet, dels må man vente at de får dispensasjon i stor utstrekning fordi de representerer et videregående samarbeide.

De tradisjonelle enheter i varehandelen vil derimot stå overfor store problemer. Det er som nevnt på det rene at de prisavtaler som nå består mellom dem, vanligvis vil bli opphevet. Dette vil på sin side medføre sterkere behov for tilknytning til kjede. Presset fra industrien vil også bli større. Industribedriftene vil nemlig bli stimulert til rasjonelt og vidtgående produksjonssamarbeid og som regel vil det da bli dispensert for prisavtaler o. l. mellom disse bedrifter. Ofte vil dessuten samarbeidet bli unntatt fra forbudet fordi det dannes felles salgsorgan.

På en rekke forskjellige måter vil derfor forbudet medføre at den nå vanlige handelsmann og grossist vil stå svakere i konkurransen med og mellom konsentrasjonene. På denne bakgrunn virker det rimelig at de tradisjonelle omsetningsledds eventuelle krav til de offentlige myndigheter blir vist forståelse. Som en spesiell sak av denne art kan nevnes interessekontorene. Her tenkes ikke på usubsidiert salg fra fast utsalgssted, men jeg mener det bør gripes inn overfor at man p.g.å. medlemskort i en eller annen forening kan avtale eller tiltvinge seg rabatt i en vanlig detaljforretning på et vanlig kjøp. Omsetningsleddene må nok finne seg i atskillig rabattkonkurranse. Man får «rabatt»-forretninger og «reellpris»-forretninger i konkurranse med hverandre. Det har man i mange land. Men «foreningsrabattene» mener jeg bør utelukkes fra systemet.

Det har ikke vært plass til noen uttømmende oversikt over hva man ønsker å oppnå med endringen i kartellpolitikken. Jeg må for øvrig nøye meg med å vise til forarbeidene til forbudene. La meg bare til slutt nevne et par forhold som man etter min mening har lagt for liten vekt på.

Den offentlige prisregulering (først ved maksimalpriser, senere ved forskjellige former for binding av konkurranseregulerte priser) har på sin måte bidratt til at virkningene av forbudene først vil vise seg etter en tid. Dette forholdet har nemlig svekket både selgers og kjøpers «prisbevissthet». Det synes imidlertid klart at det finnes ikke noe annet alternativ til offentlig regulering enn konkurranse.

Det annet forhold man burde legge større vekt på er at den økende konkurranse vil øke behovet for dyktige bedriftsledere. Det vil vise seg at «dyktighet» vil måtte belønnes høyere enn før. Rekrutteringen til bedriftslederskiftet vil måtte bli mindre avhengig av familiebånd, forbindelser, eksamener og andre tradisjonelle utvelgelseskriterier.

1) Prislovens §§ 24 og 42. 2) §§ 33 og 35 samt meldingsforskriftene. 3) § 37, jfr. § 4. 4) § 23. 5) § 40. 6) § 41. 7) §§ 43 og 44. 8) § 39. 9) Kongelig resolusjon av 1. juli 1960 inntatt i Pristidende nr. 12. 10) Kongelig resolusjon av 18. oktober 1957 inntatt i Pristidende nr. 21. 11) Oversikt nr. 2 over registret for konkurransereguleringer og storbedrifter pr. 1. juli 1957 med tillegg pr. 1. oktober 1958 og 1959.

Forbrukerbevegelsen i Norge

Av cand. oecon. Olav Hørthe

1. Forbrukerbevegelsens utvikling

Forbrukersamvirkets historie kan inndeles i tre forholdsvis sterkt adskilte epoker. Den første perioden tar til i årene omkring 1850, og faller sammen med *Thrannertiden*. Det var Marcus Thrane og hans folk som i samvirket så et middel til å bedre de økonomiske og sosiale kår for det brede lag av folket. De sporadiske forsøk som ble gjort på å danne kooperativer var dog lite vellykket og etterhvert dabbet interessen av. Noe synderlig spor satte ikke denne epoken etter seg «uden at ef-

terlade andet end Mistillid til Sagen» — slik feller sosialøkonom Jacob Neumann Mohn dommen.

Et par ti-år senere blaffet interessen for bevegelsen opp igjen; tydelig inspirert av folk som fulgte med i hva som skjedde i utlandet. Det var navn som Anton Bang, Eilert Sundt, J. Neumann Mohn, Helge Wæringsaasen m. fl. som sørget for det. Det ble nå startet en rekke forbruksforeninger rundt omkring i landet. Hvilken utbredelse *70-års bevegelsen* fikk framgår av en statistisk oppgave fra Byrået, her gjengitt fra Aschehougs Sosialøkonomikk, 1. utgave bind 1.

	1870	1875	1880	1885	1895	1900
Foreninger i alt	81	290	253	233	217	..
» m/oppgitt medl.tall	66	279	237	211	214	253
» m/oppgitt omsetning	61	278	234	210	213	..
Medlemmer	9 711	32 282	27 070	23 367	23 073	27 289
Omsetn. (1 000 kr.)	1 547	8 165	7 810	7 386	8 031	12 210

Samvirkebevegelsen fikk etter måten en stor oppslutning i 70-årene. Etterhvert gikk det imidlertid galt med flere av foreningene. Årsakene kunne være forskjellige: Nedgangstiden mot slutten av 1870 var ofte den ytre årsak, men det skyldtes også interne forhold i lagene: dårlig daglig ledelse, utøylet kreditgivning, manglende eller dårlig kontroll og revisjon etc.

Den moderne periode i forbru-

kerkooperasjonen tar til ved hundreårskiftet. En henviser gjerne til stiftelsen av Norges Kooperative Landsforening i 1906. Det innledes nå et samarbeide mellom lagene via NKL og samtidig får en nå en hovedorganisasjon til å ivareta bevegelsens interesser.

Hvordan den organiserte forbrukerkooperasjon har utviklet seg vil framgå av etterfølgende oppstilling. I denne oppstilling er ikke tatt med samvirkelag som står utenfor NKL.

År	Lag	Medlemmer	Omsetning (1 000 kr.)	
			Samv.lagene	NKL
1907	28	6 347	2 327	183
1917	237	60 000	39 867	..
1927	439	100 438	101 682	25 078
1937	585	160 107	168 254	54 105
1947	1 081	257 398	421 384	99 483
1957	1 139	303 199	1 258 100	315 571

Denne tabell viser vel at samvirkebevegelsen etterhvert har blitt en av de største masseorganisasjoner. Kooperasjonen gjør selv regning med å ha direkte tilslutning fra henimot 1/3 av landets «fami-

liehusstander». Det har lyktes bevegelsen å bygge opp et stort detaljomsetningsapparat og en engrosforretning som uten sammenligning er landets største hvilken målestokk som enn brukes.

2. Nåværende stilling

Ved utgangen av 1959 var 1080 samvirkelag tilsluttet NKL. Disse lagene hadde tilsammen 303 000 medlemmer og en total omsetning på 1 400 millioner kroner fordelt på 2 077 utvalg.

En undersøkelse som vi har foretatt på grunnlag av Bedriftstelingen 1953 gir som resultat at de innmeldte samvirkelagene har om lag 10 prosent av detaljomsetningen i landet. I landdistriktene står samvirkelagene omsetningsmessig sterkt; i byene svakere. Ifølge undersøkelsen hadde samvirkelagene i landkommunene 24 prosent av omsetningen; bylagene sto bare for 3 prosent.

Et annet trekk som vi bør merke oss er at de fleste samvirkelagene er assorterte forretninger av landhandleritypen. Noen hensiktsmessig statistikk til å vise det er ikke direkte utarbeidet, men av detaljoppgaver fra de enkelte lag framgår det tydelig. En pekepinn er også at av de 2 077 utvalgene som finnes, var 590 snarkjøpsutvalg (i det vesentlige selvbetjeningsbutikker for kolonial), og 272 spesialutvalg for utvalgsvarer, hovedsaklig manufakturvarer og sko. Videre vet vi at bare 38 prosent av den totale utvalgswareomsetningen gikk gjennom de 272 utvalgene, resten (68 prosent) gikk over det ordinære butikknett.

Samvirkelagenes virksomhet er i hovedsaken basert på salg av kolonial- og matvarer som utgjør nesten 60 prosent av omsetning (1959):

	Prosent
Nærings- og nytelsesmidler	59
Jernvarer, elektriske artikler o. l.	13
Manufaktur, sko o. l.	11
Kraftfôr, gjødning	15
Bensin, olje	2
I alt	100

Når det gjelder omsetningsutviklingen i samvirkelagene, er det en klar tendens som viser at omsetningen av utvalgsvarer avtar i relativ betydning: Utvalgsware-

eller spesialvareandelen er redusert fra 28 prosent i 1953 til 25,2 prosent i 1956 og videre til 24,8

prosent siste år. Dette forhold kan illustreres nærmere ved omsetningsutviklingen for butikkvarer.

	1953		1959		Økning prosent
	Mill.	Pst.	Mill.	Pst.	
Matvarer	544	67	820	70	50
Jernvarer og elektr. artikler	128	16	184	16	44
Sko, manufaktur	135	17	163	14	21
Butikkvarer	807	100	1 167	100	45

Denne utvikling henger nok delvis sammen med det forhold at en stadig større del av omsetningen av utvalgswarene selges gjennom spesialiserte bransjeforretninger. «Landhandleriene» er muligens i ferd med å skifte karakter — de nærmer seg kolonialforretnings-typen.

De fleste samvirkelagene er små og har dessuten bare ett utsalg. Bare 35 prosent av lagene har mer enn ett utsalg. 735 samvirkelag, dvs. 68 prosent av lagene — har en omsetning under 1 mill. Det finnes bare 26 lag som har mer enn 5 mill. i omsetning.

Omsetningsgrupper	Lag	Omsetning		
		Utsalg	1 000 kr.	Prosent
0— 199 000	31	31	5 484	0,4
200 000— 399 000	208	211	70 024	5,0
400 000— 599 000	229	260	123 422	8,8
600 000— 799 000	167	209	125 223	8,9
800 000— 999 000	100	152	97 681	7,0
1 000 000—1 999 000	215	396	316 304	22,6
2 000 000—2 999 000	57	212	152 393	10,9
3 000 000—3 999 000	33	155	126 267	9,0
4 000 000—4 999 000	14	68	64 675	4,6
5 000 000 eller mer	26	383	319 033	22,8
I alt	1 080	2 077	1 400 506	100,0

Den stilling samvirkebevegelsen befinner seg i og den strukturen samvirkelagene har fått er nærmest et resultat av «kreftenes frie spill». Det skyldes ikke et bevisst og planmessig arbeide fra bevegelsens side på å påvirke utviklingen i en bestemt retning. Utbyggingen og oppbyggingen har skjedd mer tilfeldig, avhengig av det lokale initiativ og de lokale samvirkelags evne til å se de mest nærliggende behov og løse de praktiske problemer i den forbindelse.

3. Framtidsplaner

Samfunnet har i dette hundreår gjennomgått en betydelig teknisk og økonomisk utvikling. Det har funnet sted store strukturendringer. Levestandarden har øket vesentlig, det er foregått en inntektsutjevning, aldersfordelingen av befolkningen har endret seg, yrkesfordelingen er en annen enn tidligere, vi har «flukten» fra de egentlige landdistrikter, kommunikasjonene er utbygget, bilismen gjør seg gjeldende, folk har mer fritid osv. osv.

Alle disse forhold må få betyd-

ning for folks kjøpevaner og handelens sammensetning, lokalisering og organisering. Sammenliknet med hva som er skjedd i næringslivet forøvrig, har handelen hittil i realiteten endret lite karakter. Den foregår i dag på mange måter som i forrige århundre. Omsetningsapparatet er nok forbedret og modernisert, men noen vesensforskjell er det ikke.

En gjør regning med at stordriften etterhvert også må slå gjennom i detaljhandelen. Ut fra det har kooperasjonens høyeste myndighet, Kongressen, nylig vedtatt at en planmessig skal arbeide for konsentrasjon av virksomheten om større enheter der forholdene kommunikasjonsmessig og på annen måte ligger til rette for det. Antall samvirkelag skal reduseres ved at to eller flere samvirkelag går sammen i en større enhet. Hvor langt disse planene er kommet og hvor langt en finner hensiktsmessig å gå, er ennå ikke offentliggjort.

Kooperasjonen i utlandet går imidlertid meget langt. Den britiske kooperasjonen omfatter 12

millioner medlemmer, og har bare 900 samvirkelag. Planen går her ut på å skjære ned antall lag til 2—300 lag. I Nederland er tallet på samvirkelag halvert fra før krigen. Det finnes nå vel 200 lag. Planen tilsikter mellom 25 og 30 lag. Det var sogar stor stemning for bare 1 samvirkelag. I Sverige har en allerede gjennomført en betydelig konsentrasjon. Omfattende planer for ytterligere sammenslåing foreligger.

Omsetningen synes ettervert i stadig større utstrekning å skje i byer og tettbebygde strøk. I byene står samvirkelagene relativt svakt. Konsentrasjonsbestrebelsene skal derfor ta sikte på en felles utbygging av omsetningsapparatet i byer og andre sentra og de omkringliggende lag. Det er utarbeidet en sentral 5-årsplan som tar sikte på en nettoinvestering på ca. 160 millioner kroner over en 5-års periode. I den blir det lagt betydelig vekt nettopp på «bykooperasjonen».

Utvalgswareomsetningen (spesialvare-) får tilsynelatende stadig større plass innenfor vareformidlingen. Det henger bl. a. sammen med at matvarene legger beslag på en mindre del av folks inntekter når disse stiger. Videre vil lokaliseringen sannsynligvis ytterligere endre seg til fordel for byer, tettbebygde strøk og trafikkknutepunkt. Folk i landdistriktene reiser i stadig større utstrekning til disse steder for å kjøpe mer varige forbruksartikler. Det skal derfor i tiden framover særlig satses på spesialvareomsetningen. En særskilt komite har fått i oppdrag å utrede dette spørsmål. Noen innstilling er ennå ikke offentliggjort, men mandatet sier uttrykkelig at hensiktsmessigheten ved opprettelsen av en spesiell organisasjon skal vurderes. Den svenske kooperasjon har allerede opprettet en sentral varehusorganisasjon som tar direkte hånd om utvalgswareomsetningen.

Skal den allerede vedtatte innstilling om den videre utbygging av kooperasjonen følges, kan en vel slutte at sentralt beliggende lokaler må sikres i byer der slike ikke disponeres. Inngåtte leieavtaler som er alminnelig kjent og foretatte eiendomskjøp tyder på at dette er i ferd med å skje.

Forbrukerkreditt

Av cand. oecon. Rolf Vigeland

Det er en kjensgjerning at såvel vanlig avbetalingshandel som andre former for forbrukerkreditt er i sterk vekst her i landet. Vidnesbyrd om dette kan vi daglig hente fra avisenes spalter, butikkvinduer o. l. Mange har vanskelig for å fordøye den nye utvikling og ser bare ulempene ved kreditthandelen, mens andre igjen lovpriser den som et sterkt bidrag til den moderne velstandsutvikling.

Hva som vel imidlertid må regnes som temmelig sikkert, er at forbrukerkreditten vil vokse videre her hjemme, uansett hvilke meninger en kan ha om dens berettigelse. I Norge har vi forsøkt å bremse på utviklingen for å bringe den mer i samsvar med våre økonomiske muligheter, og det kan diskuteres hva dette bør innebære. Etter min mening legges det kanskje for stor vekt på dette spørsmål til fortregning for spørsmålet hvordan denne kreditt kan ledes inn i sunne former og dermed finne et mer naturlig leie.

Forskjellige former for forbrukerkreditt

Den tradisjonelle avbetalingshandel omfatter varer av mer varig karakter, så som motorkjøretøyer, møbler, vaskemaskiner, komfyrer og sist, men ikke minst TV-apparater. Hva man spesielt bør merke seg i denne forbindelse er at selgeren med hjemmel i avbetalingsloven har sikret seg ved et eiendomsforhold. Det er avbetalingsloven av 1916 som gir retningslinjer for avbetalingshandelen, og en av dens viktigste oppgaver er å beskytte kjøpernes interesser. I 1953 var loven gjenstand for en omfattende revisjon — en revisjon som fant sted i samråd med de øvrige nordiske land. Med hjemmel i loven kan handelsdepartementet gi nærmere forskrifter for avbetalingshandelen og således også fastsette hva som skal erlegges kontant ved avbetalingskjøpet. Den alminnelige regel er i dag at det skal betales 25 prosent kontant av avbetalingsprisen, men vi har betydelige unntak. Således må kjøperen betale minst 50 prosent kontant ved kjøp av bil, mens TV-kikkeren kan vandre glad og fornøyd hjem og plasere sin avbetalingsvimpel på taket etter bare å ha betalt 10 prosent kontant. At det er fortsatt strenge kontantbestemmelser for bilkjøp kan forstås under de rådende forhold, ikke minst etter å ha kastet et blikk på statistikken nedenfor, men hvorfor kontantbeløpet er satt såvidt lavt på TV-apparater er mindre forståelig.

Trass i de lave forskudds-bestemmelser for TV, er det i løpet av siste år innarbeidet en ny kredittform for denne bransje — kontosalgene. Ved disse salg ser selgeren bort fra eiendomsforbeholdet som avbetalingsloven gir rett til, for derved fritt å kunne fastsette det kontantbeløp som passer ut fra konkurransemessige betraktninger. Et par større finansieringsfirmaer har innlatt seg på denne form

for forbrukerkreditt, og kontantbeløpet er redusert til omkring 5 prosent. Såvidt vites finansieres denne form for kontohandel ved utenlandsk kapital. Jeg kan vanskelig forstå annet enn at vi ved denne omgåelse av avbetalingsloven står overfor en meget uheldig utglidning innen forbrukerkreditten. Kredittvilkår i form av lave kontantbeløp brukes her uhemmet for å tilkjempe seg kundene, og resultatet kan bli at flere ser seg nødsaget til å følge etter, såvel fra TV-bransjen som andre bransjer. Dette vil også øke den finansielle belastning for denne sektor, samtidig som det sosialt sett er uheldig at folk fristes over evne til kredittkjøp. I likhet med de fleste andre vest-europeiske land yder også bankene forbrukerlån i forskjellige former (personal loans). Såvidt meg bekjent er utlånet av meget beskjedent omfang her i landet.

Av betydelig større samlet omfang er alle de små kreditter som ydes av detaljforretningene direkte og som kan sammenfattes under begrepet løskreditt. Karakteristisk for denne kreditten er at den ikke er sikret ved eiendomsforbehold i varen, i det varen vanligvis ikke er av så varig karakter at den i henhold til de gjeldende regler kan selges på avbetaling. Kolonial-kjøpmenn og landhandlere alene har anslått kredittytelsen (kjøp på bok etc.) til forbrukere til 120 mill. kroner. Også i manufaktur- og konfeksjonsbransjen har løskreditten vært betydelig og et problem for bransjen. Med formål å sanere løskreditten, spesielt i denne bransje, innførte Bokkreditt i 1956 kredittkortet i Norge.

For å oppnå sitt kredittkort blir kjøperne vurdert av Bokkreditt etter faste retningslinjer og med støtte i godt utbygde kartotek for denne kreditthandel. Eventuelt innvilges en løpende limitert kreditt, som må nedbetales i faste avdrag. Kreditten må således kunne nedbetales på maksimum 6 mndr. Den gjennomsnittlige kredittgrense ligger på 400—500 kr. for hver kjøper. Kjøperen kan kjøpe fritt i alle forretninger som er tilsluttet ordningen, men den samlede kreditt må ikke overstige grensen. Ved kjøp må 25 prosent erlegges kontant.

Denne modernisering av løskreditten innebærer bl. a. at omløpshastigheten for kredittene bringes betydelig ned, idet kjøpmennene tidligere kunne ha kredittene stående udekket i årevis når de hver for seg måtte drive sin inkasso. Ved den sentraliserte bokføring og inkasso fremmes også en betydelig rasjonalisering, samtidig som det oppnås en besparelse ved at uønskede kredittkunder effektivt utsjaltet. Kjøperne betaler et tillegg for den kreditt som benyttes, og dette betyr bl. a. at kredittkundene ikke får fordeler på kontantkundernes bekostning.

Også denne kredittform er blitt utsatt for misbruk, for ved kreditttilbudet å oppnå spesielle konkurransemessige fordeler. Således ble det ved sterk

innsats av reklamemidler lansert et kredittkort-system for et strøk i Oslo, og kjøperne ble sterkt fristet med at intet skulle betales kontant og at kreditten var omkostningsfri; det vil med andre ord si at kontantkundene også blir med på å betale gildet.

Forbrukerkredittens omfang

Utlån knyttet til avbetalingskontrakter etter varekategori, (mill. kr.):

	Utestående lån i alt	Utestående lån etter varekategori			
		Biler og motor-sykler	Møbler	Andre forbr.-varer	Produk-sjons-utstyr
1957	248	136	25	35	52
1958	259	135	27	38	59
30/6- 1959	280	147	25	38	70
30/9- 1959	301	158	27	39	77
31/12- 1959	316	163	28	48	77
31/3- 1960	323	165	27	51	80
30/6- 1960	384	200	26	58	100

Kilde: Statistisk Sentralbyrå.

Statistikken bygger på oppgaver fra banker og finansieringsinstitutter, herunder også de som yder kontokreditter i TV-bransjen, men savner utestående på de kontrakter som forhandlerne finansierer ved egne midler. Over 90 prosent av utlånene finansieres og refinansieres av bankene. Direkte finansierer gjerne bankene de mer kapitalkrevende artikler. Hva forbrukerkreditten totalt beløper seg til, alle former tatt i betraktning, har vi ikke noen statistikk over. Jeg vil anta at det samlede utestående ligger et sted mellom 700—800 millioner kroner.

Hvordan ligger vi an på dette område i forhold til andre land? Jeg har nedenfor regnet ut utestående på avbetalingskontrakter pr. innbygger for en rekke land det kan være interesse for å sammenligne oss med. Statistikken gjengis med forbehold, da tallene fra Sverige og Danmark bare bygger på overslag fra presumtivt kompetent hold, mens tallene fra Norge, Storbritannia og USA som bygger på brukbar statistikk, neppe er helt sammenlignbare. Utregningen antyder imidlertid hvordan vi ligger an.

Utestående på avbetalingskontrakter regnet ut pr. innbygger i vedkommende land.

Norge	110 kr. pr. innbygger
Sverige	215 » » »
Danmark	270 » » »
Storbritannia	400 » » »
USA	1700—1800 » » »

Som det vil fremgå av oppstillingen, er Norge et noe underutviklet land når det gjelder avbetaling, mens USA har den kanskje noe tvilsomme ære å ligge langt foran i utviklingen. Hele 60 prosent av de amerikanske husholdninger regnes i dag å ha avbetalingsgjeld. Den totale avbetalingsgjeld har passert 40 000 mill. \$ og svarer omtrent til 10 prosent av nasjonalinntekten. Siden 1920 regnes det med at forbrukernes gjeld har øket med gjennomsnittlig 10 prosent pr. år eller omtrent 3 ganger så hurtig som

brutto-nasjonalproduktet. Det norske utlån nyttet til avbetalingskontrakter skulle svare til 1,3 prosent av nasjonalinntekten.

Tar vi for oss den norske statistikk og ser på fordelingen på vareslag, så ser vi hvordan motorkjøretøyene dominerer. Langt over 50 prosent av alle utlån vedrører denne gruppe. TV innbefattes av gruppen andre forbruksvarer — en gruppe som er i rask vekst og hvis vekst vil øke med aksellererende hastighet. Spesielt bør det bemerkes at over 25 prosent av utlånet vedrører anskaffelse av produksjonsutstyr.

Bilsalget ble sluppet fritt 1. oktober d. å. Dette vil utvilsomt innebære en betydelig økning av bilsalget og dermed avbetalingssalget. Sannsynligvis vil vår bilpark som i dag er på ca. 300 000 vogner bli fordoblet i løpet av 5—10 år. Om utviklingen blir noe tilsvarende som i Sverige, må en regne med at over 50 prosent av bilsalget vil foregå på avbetalingsvilkår. Når det gjelder TV-apparater regnes det med at salget vil øke voldsomt i årene fremover, og at det ikke er urealistisk å regne med at vi i de nærmeste 5 år vil bli tilført gjennomsnittlig 100 000 apparater pr. år, når vi legger utviklingen i Sverige til grunn for våre antagelser. Hittil er utstedt 30 000 lisenser for TV. Kredittsalgene i forbindelse med TV vil sannsynligvis relativt sett bli like mange som for bilsalgenes vedkommende. Samtidig vil det ved en vurdering av kapitalbehov spille en betydelig rolle at TV-apparatene kan selges mot bare 10 prosent kontant, mens det må betales 50 prosent kontant ved bilkjøp. En vesentlig del av TV-salget vil dessuten finne sted som kontosalg med bare 5 prosent kontant.

For og i mot avbetalingshandel

Et emne som dette kunne være stort nok alene for behandling i en tidsskriftartikkel. Jeg skal derfor bare kort berøre enkelte av de spørsmål som reiser seg i denne forbindelse.

Hva man enn måtte mene om avbetalingshandel, så er det vel ikke mange som kan være uenig i det synspunkt at den stigende levestandard i et moderne samfunn neppe er praktisk mulig uten avbetalingshandel. Til støtte for denne antagelse kan det bare vises til utviklingen i omsetning og produksjon av så viktige varer for vårt materielle velvære som symaskinen, bilen, støvsugeren, kjøleskapet og vaske-maskinen. Hva ville f. eks. bilproduksjonen ha vært uten avbetalingshandelen?

Det er mange som hevder at det finner sted en sparing ved avbetalingskjøpet. Privatøkonomisk kan vel dette ha en del for seg, men samfunnsmessig finner det vel ikke sted noen sparing så lenge utestående på avbetalingskontrakter øker. Vi må ta for oss netto-bevegelsen som i dag er sterkt negativ. «Norsk Handel» har imidlertid nylig gitt uttrykk for at avbetalingshandelen kan ha betydning for sparingen ved:

«1. At den bidrar til en vridning av forbruket i retning av varige forbruksgoder. Mange vil jo mene at det er å foretrekke at forbrukerne skaffer seg kjøleskap og vaskemaskiner på avbetaling i stedet for at en større del av de løpende inntekter går til fornøyer, restaurantbesøk eller

Avbetalingshandelen er ikke forbrukervennlig

Av redaktør Erling A. Hansen

Ennå har ikke avbetalingshandelen her i landet fått et omfang som gjør den foruroligende, men den tiltar uavbrutt, og alt tyder på at økingen vil skje i voldsomt akselerende tempo i tiden framover. Kampen om folks kjøpekraft blir stadig mer intens. Reklameindustrien tar i bruk de mest subtile former for massepåvirkning, og arbeider uopphørlig for å skape behov der det før ingen var. Forretningslivet moderniserer gamle avbetalingsformer, og stiller i utsikt en smertefri anskaffelse av selv de kostbareste forbruksvarer gjennom rentefri kontoordninger og andre besnærende kredittsystemer. Med eller mot sin vilje skal forbrukerne trekkes inn i det anskaffelseshysteri som er blitt så karakteristisk for land med fri markedsøkonomi. På død og liv skal folk bringes til å tro at de trenger alle de nye forbruksvarer som kastes ut på markedet, selv om de aldri før har følt det minste behov for dem. Og ikke før har de gjennom en eller annen avbetalingsordning anskaffet seg varen og så vidt begynt på avdragene, før reklameapparatet sørger for å skape utilfredshet med den modellen de sitter med. Skal de følge med og holde seg på høyde med sine omgivelser, må tingen skiftes ut lenge før siste avdrag er betalt.

Vel, kan man si, er folk så stupide at de lar seg trekke inn i denne malstrøm, så dem om det. Hva raker det meg om mine med-

mennesker innretter seg slik at lønningen er forhåndsdisponert til en serie avbetalingskontrakter, og den vesentligste korrespondanse består i mottatte forfallsmeldinger og purrebrev? Svaret er enkelt. Det raker meg fordi avbetalingshandelen har en sosialøkonomisk side som alle blir berørt av, uansett om de er immune mot anskaffelsesraseriet eller ikke. Den moralske og almenmenneskelige side av spørsmålet kan ligge.

Avbetalingshandelen påfører nødvendigvis omsetningen ekstra omkostninger, uansett hvor høyt det skrives om rente- og omkostningsfrie kredittordninger. Ingen har hittil kunnet an vise en måte å løfte seg selv etter hårene på, heller ikke i det økonomiske liv. Rente- og administrasjonsutgiftene må betales av noen, og til syvende og sist kan det bare bli forbrukerne selv, de som kjøper på kreditt, så vel som kontantkundene. Avbetalingshandelen er en fordyrende omsetningsform, og ikke den forbrukervennlige service den gjerne framstilles som.

Likevel er ikke dette det betenkeligste. Færligere er det at avbetalingshandelen stimulerer etterspørselen på et tidspunkt som fra samfunnsøkonomisk synspunkt er det minst ønskelige. Det er nemlig i såkalte goder tider at folk er villige til å stifte gjeld. Intet fornuftig menneske, hvor reklame-svakt det enn måtte være, inngår gjeldsforpliktelser i usikre tider.

Da er de mest tilbøyelige til å nedbetale sine gjeldskonti og som en nødvendig følge, innskrenke sine nyanskaffelser. Etterspørselen vil falle og skape kjedereaksjoner gjennom hele næringslivet. Avbetalingshandelen bringer med andre ord et sterkt usikkerhetsmoment inn i økonomien, den stimulerer når den ikke skal, og unnlater å stimulere når det kunne tren ges.

Dette er alvorlig nok, men likevel ligger kanskje den største faren ved avbetalingshandelen på et noe annet område. Trofast sekundert av et reklameapparat, som i parentes bemerkt blir stadig kostbarere i drift, stimulerer avbetalingshandelen en etterspørsel etter forbruksvarer som, for å si det forsiktig, mange ganger er fullstendig unødvendig uansett hvilket synspunkt man betrakter dem fra. Men et oppdrevet forbruk av en slik art dirigerer investeringen i feil lei. Viktige områder blir skadelidende, det blir mindre igjen til investeringer på områder som kunne gi oss alle langt mere igjen. Som det nå er, produseres altfor mye for skraphaugen. På denne måten bidrar avbetalingshandelen faktisk til en reduksjon av levestandarden på lengre sikt — sannsynligvis ikke særlig lang. Om vi lar avbetalingshandel og liknende tendenser i vår økonomi få fritt spill, vil vi komme til å sakke akterut og snart bli forbigått av land med mere plan og klarere målsetting i sitt økonomiske liv.

alkohol. Når gjenstanden til slutt er betalt, kan vedkommende i lang tid ha glede og nytte av en varig verdi.

2. At den tvinger folk til en ekstra arbeidsinnsats for å tjene penger til avdrag på forbrukerkreditt. Det kan neppe være tvil om at mange av dem som kjøper på avbetaling blir mer interessert i ekstraarbeid. Dette er bl. a. slått fast i en svensk undersøkelse ang. forbruket i familier med og uten bil.»

Avbetalingskjøpene er en dyr kredittform. I forhold til renteomkostninger ved banklån ligger avbetalingstilleggene langt over disse. Men er tilleg-

gene store i forhold til hva det koster å opprette og avvike avbetalingskontraktene? Jeg tror det i denne forbindelse er en fordel at vi har spesialinstitutter for avbetalingshandelen, slik at tilleggene kan avpasses etter hva det koster å drive et slikt institutt. Avbetalingsvirksomheten er imidlertid svært arbeidskrevende, den er risikobetont og den må finansieres. Avbetalingstilleggene står således neppe i noe misforhold til omkostningene. For kjøperne virker etter mine erfaringer ikke tilleggene avskrekkende store i kroner og øre sett i forhold til motytelsene: En enkel måte å skaffe seg kreditt på, uten kausjon eller annen sikkerhet, enkel nedbetalings-

Turistnæringens lønnsomhet

Sluttreplikk fra kontorsjef Erling Storrusten

Etter å ha lest siste nummer av «Sosialøkonomen» bringer jeg herved «Tramp» det gledelig budskap at jeg opprettholder min prinsipielle innstilling fra «Sosialøkonomen» nr. 6, hvor overskriften lyder: «Økonomisk totalanalyse av turistnæringen nødvendig grunnlag for planmessig utbygging».

De betenkeligheter som fremkom i nr. 7, var basert på to ting:

1. En utredning koster penger.

Sannsynligvis vil en slik oppgave kreve såvidt store summer at de ikke lar seg bevilge fra Landslaget for Reiselivet's lille budsjett, hvor de fleste beløp er «earmarked» for virksomheten i utlandet. «Sosialøkonomen»'s redaktør foreslår på lederplass i nr. 7 at forskningsrådene tar saken opp, og denne mulighet vil naturligvis bli undersøkt sammen med andre muligheter.

2. Kan spørsmålet lesbares?

I mellomtiden har professor Myrvoll ved Norges Handelshøyskole holdt et foredrag, hvor han betegner spørsmålet som irrelevant. Mitt bestemte inntrykk av foredraget gikk ut på at man på vitenskapelig grunnlag ikke kunne besvare spørsmålet om turistnæringen var lønnsom. Samtidig hevdet han meget bestemt at turistnæringen ikke kan betegnes som en selvstendig

næring, idet dens enkelte bestanddeler nærmest blir å inkorporere i de bestående hovednæringer.

På bakgrunn av dette tillater jeg meg å foreslå at «Tramp» studerer professorens foredrag.

For å rydde av veien enhver tvil med hensyn til Landslaget for Reiselivets virksomhet, er det meg en fornøyelse å deklare at vi går mer og mer inn for selektiv salgsvirksomhet med følgende tre hovedpunkter:

1. Utvidelse av turistsesongen, slik av vi kan ha sommertrafikk fra mai til september og vintertrafikk fra jul til påske.

2. Søke å utnytte den ledige hotell- og transportkapasitet som finnes i visse deler av vårt land selv om sommeren.

3. Arbeide for at turistene legger mer penger etter seg under sitt opphold i Norge.

Det skulle forbaure meg meget om noen for alvor ville hevde at ovennevnte arbeidsprogram ikke er gagnlig for landets økonomi. Vi ønsker å gjøre dette program kjent, ikke som et tegn på at vi har oppgitt håpet om å kunne få en økonomisk analyse, men at vi inntil denne foreligger, i alle fall har klare retningslinjer for salgsarbeidet som praktisk talt alle kan være enige om.

ordning, skriftlig kontrakt for kjøpet, vanligvis god kredittservice og imøtekommenhet ved uforskyldte betalingsvansker.

I forbindelse med spørsmålet om fordyrelse av varen må jeg også komme inn på de rent produksjonstekniske fordeler som kan oppnås ved muligheten til avbetalingssalg. Produksjonen kan økes i en ganske annen takt enn om ikke mulighetene for kredittsalg i stor målestokk sto åpen (eksempel: Utviklingen av bilproduksjonen). De større produksjonsserier som kan legges opp på denne bakgrunn virker i prisreduserende retning, og det er et spørsmål om ikke de økonomiske fordeler som oppnås ved forbedret teknikk, oppveier avbetalingstillegget i mange tilfelle.

Kjøpes det over evne på avbetaling? Foreløpig er det ikke konstatert noen tendens til dette i Bokreditt i hvert fall. Kjøperne er flinke til å oppfylle sine forpliktelser. I Oslo hvor misligholdelsen er størst, ble det i 1959 opprettet 15 000 avbetalingskontrakter, men det var bare i 50 tilfelle at kontraktene ble misligholdt i den grad at varene ble tatt tilbake. I de fleste av disse tilfelle var økonomien ødelagt ved misbruk av alkohol eller narkotika, skilsmisser eller lignende. Dette skulle tyde på at kjøperen vanligvis ikke innlater seg på en avbetalingskontrakt uten at han på forhånd har vurdert mulighetene for å kunne greie den.

Tendensen til at forbrukerkreditten mer og mer trekkes inn i konkurransen om kundene til fortrengsel for å spille på varenes kvalitative fordeler, inne-

bærer en stor fare for utglidning i avbetalingshandelen. I dens spor følger nedpressing av kontantbeløpene, som sammen med den direkte virkning av reklamen vil kunne bidra til at folk fristes til å kjøpe over evne.

Etter min mening er avbetalingen stort sett et gode for samfunnet om den foregår i sunne former, dvs. at kontantbeløpet er mest mulig likt for de forskjellige varekategorier og avpasset etter de økonomiske forhold, at den gjennomføres etter kontorteknisk rasjonelle opplegg, gjerne i spesialinstitutter, at det gjennomføres en grundig kredittprøving slik at ikke de dårlige betalere driver omkostningene opp, at det likevel betales omkostninger som motsvarer ytelsen, slik at ikke kontanthandelen belastes og at kreditten ytes av långivere som gir kjøperne trygghet og kan vise den nødvendige imøtekommenhet om vanskeligheter skulle komme på.

Det er ofte hevdet at avbetalingshandelen er med på å utjevne konjunktorene. Den skulle således øke under en lavkonjunktur når inntektene var relativt lave, og avta i en høykonjunktur med høyt inntektsnivå, fordi det da ikke var særlig behov for den. Forholdet er imidlertid at avbetalingshandelen snarere forsterker konjunktursvingningene. Sammenligner vi f. eks. kurven for industriproduksjonen i USA med kurven for bevilgede avbetalingskreditter for siste 10-års periode, vil vi finne en påfallende samvariasjon. En tilsvarende utvikling er også konstatert i Bokreditt-selskapene. Dette skulle også bestyrke påstanden om at kjøperne treffer sine beslutninger

Interessekontorene

Av forretningsfører Gunnar Engebretsen

Ordet Interessekontor har i de senere år oftere og oftere figurert i pressen og flere og flere har gjort seg opp en mere eller mindre riktig mening om hva dette står for. De fleste forbinder vel feilaktig ordet med en eller annen måte å få en prisreduksjon på.

Før den siste verdenskrig ble det startet interessekontorer i statsetatene: jernbane, post, telegraf og telefon og tollverket. Endel av de større private firmaer opprettet også sine kontorer om enn på noe andre premisser.

Mens de ansatte i statens etater måtte starte privat og skaffe nødvendig kapital og hjelp til veie, ble dette i private firmaer satt igang av firmaene.

Felles for alle interessekontorer er sosial og økonomisk hjelp til medlemmene.

For å kunne fylle disse oppgaver har systemet utviklet en trekkordning hos lønningskassereren som gjør det mulig å fordele utgiftene over et lengre tidsrom, med månedlige trekk i lønn.

På denne måte kan huslån, brensel, lys etc. deles over årets 12 måneder og således ikke virke lammende i forfallsmåneden. Det

samme gjelder også forsikringer og andre faste årlige utgifter. Videre trekkes vanligvis kontingent til avis, fagforening, idrettslag osv.

I de fleste interessekontorer er også sparetrekkordning innført. Medlemmene blir trukket månedlig for et bestemt beløp og kan heve disse penger ved behov. Enkelte beregner renter på disse sparetrekk, andre ikke.

For å kunne fylle disse oppgaver og skaffe nødvendig disponibel kapital, har de fleste stats-etaters interessekontorer også egen salgsvirksomhet og er innregistrert som egne firmaer i Handelsregistret.

Varehandelen omfatter fra vanlige håndkjøpsvarer til innbo så som større elektriske artikler, møbler etc. etc. Vanlige forbruksartikler i trikotasje og manufaktur er vanligvis lagervarer. Toalettartikler og vaskesaker er også en gren hvor handelen er livlig i og med at forretningen vanligvis ligger slik til at medlemmene ikke behøver å gå ut for å skaffe seg varene og dermed må be seg fri. Dette er til stor fordel for arbeidsgiveren. Samlebestillinger og fel-

leskjøp gjør at det kan bli tale om tildels store kvanta.

Egne avtaler med firmaer i forskjellige bransjer gir medlemmene anledning til å gå i disse forretninger og ta ut varer. Varene blir sammen med nota sendt Interessekontorene og hentet der av medlemmene.

På tilsvarende måte finnes kontrakter om avbetalingsordning med firmaer i forskjellige bransjer. Medlemmet oppsøker firmaet og betaler sine kjøp med en rekvisisjon og varene blir levert vedkommende privat. Firmaene sender så nota ifølge rekvisisjonen til Interessekontoret som trekker vedkommende i lønn og betaler leverandøren, enten kontant eller etterhvert som beløpet er trukket inn. Ved kontantbetaling oppnåes vanligvis en større rabatt. Interessekontorene står delkredere for sine medlemmer og for dette ytes en godtgjørelse av leverandøren.

Interessekontorenes gjøremål er så mange at det ikke er mulig i en artikkel som denne å få berørt samtlige funksjoner, men felles for alle er at Interessekontorene er til for å hjelpe medlemmene så langt det på noen måte er mulig.

om avbetalingskjøp når de ser seg best i stand til å oppfylle sine forpliktelser. — Så lenge den norske avbetalingshandel er av så relativt beskjedne størrelsesorden, skulle den alene øve liten innflytelse på konjunkturforløpet.

Den kredittfinansierte etterspørsel som skapes ved avbetalingshandelen virker i prisstimulerende retning, men i hvilken grad avhenger bl. a. også sterkt av avbetalingshandelens størrelse.

Med støtte i det foranstående tør jeg hevde at avbetalingshandelen neppe er så gal som sitt rykte. Jeg er klar over at det ut fra en samlet betraktning av våre økonomiske ressurser kan være ønskelig å redusere den kredittfinansierte konsumetterspørsel. Men det er vel få avbetalingsartikler som kapitalmessig betyr noe større i denne forbindelse. Ved en generell kredittbegrensning gjennom bankvesenet har finansieringen lett for å finne andre og mindre heldige veier. Bl. a. ville også en begrensning av den norske virksomhet lettere legge veien åpen for de

utenlandske finansieringsinstitutter som ønsker å arbeide i Norge. Var det da ikke bedre å fremme en mer kvalitativ begrensning av kredittene ved å søke å motvirke de mer uheldige former for forbrukerkreditt og ved en grundigere vurdering av kjøperne? De dårlige betalere belaster forbrukerkreditten relativt sterkt, og disse bør søkes utsjaltet med støtte i godt utbygde registre for forbrukerkreditten. Bokreditt har her vist veien, og det ville kanskje være en løsning å utbygge Bokredditts opplysningskartoteker videre for dette formål. I Sverige har seriøse finansieringsinstitutter og banker nylig opprettet et landsregister for dette formål, Kreditregister A/B.

I sunne former kan avbetalingshandelen ha en oppdragende betydning. Folk vender seg gjennom avdragsbetalingen til regelmessige avsetninger for anskaffelse av varige ting til sine hjem — avsetninger som i mange tilfelle går over i fast sparing. Således kan avbetalingshandelen lede til fornuftige disposisjoner av inntekten og bidra til å bygge opp velutstyrte og trivelige hjem i samfunnets interesse.

Bransjeblanding

gradvis komme over mot større og færre enheter — store selvbetjeningsforretninger med bredt vareassortiment. Ellers må vi på detaljleddet vente mer automathandel og mer postordresalg, det siste også fra utlandet.

— Hva med salgs- og reklamevirksomheten?

— Ferdigpakkede varer og merkevarer vil slå mer og mer igjennom. Når det gjelder reklamen, må vi vel for en tid være forberedt på å se atskillig av slike utvekster som gratislotterier, premiekonkurranser og lignende, men jeg tror dette etter hvert vil miste sin tiltrekning blant publikum. Det som da blir avgjørende i konkurransen om forbrukeren er varens kvalitet, utforming og utseende, emballasje, den service forretningen yter osv., og dette tilsier at hovedvekten legges på informativ reklame. For øvrig kan man vel regne med at omsetningsøkningen i årene fremover vil bli relativt mindre for nødvendighetsvarer enn for varer som tidligere har vært betraktet som mer luksusbetonte, i første rekke alle slags fritidsvarer.

— Og dem kommer vi til å kjøpe på avbetaling?

— Forbrukernes kreditthandel vil sikkert komme til å øke, men deres kredittbehov bør løses utenfor omsetningsleddene. Detaljistene har ikke råd til å drive bankvirksomhet, — de bør mest mulig legge an på kontantsalg og overlate det til banker eller spesielle finansieringsinstitutter å dekke forbrukernes kredittbehov.

— En utvikling som den De har skissert for 1960-årene vil vel gjøre handelsnæringen her i landet mer kapítalkrevende enn før?

— Ja, det er klart. I årene fremover vil vi stå overfor et stort investeringsbehov i varehandelen, og det blir en meget viktig sak å skaffe til veie den kapital som trengs. Handelsnæringen har selv ikke tilstrekkelige ressurser og må få sitt behov for etablerings- og investeringskreditt dekket utenfor næringen. Ikke minst med tanke på å motvirke en for sterk utenlandsk innflytelse i norsk handel er det av betydning å finne en tilfredsstillende løsning på finansieringsspørsmålet. Jo raskere vi kan organisere effektive innenlandske omsetningsgrupper og skaffe dem den nødvendige kapital, desto mindre blir risikoen for at utenlandske konkurrenter — som er meget kapitalsterke — skal få for stor innflytelse innen norsk handel i årene fremover.

Nyskapninger

eller «faste kjeder», som ledet til opprettelse av de frivillige samarbeidsgrupper. Filialforetakene var ofte kapitalsterke, landsomfattende organisasjoner, som i kraft av sin størrelse kunne oppnå en rekke driftsøkonomiske fordeler fremfor de mindre selvstendige kjøpmenn og grossister. For å sette grossistene og kjøpmennene istand til effektivt å konkurrere med disse omsetningsforetak ble de frivillige kjeder dannet.

Kjedesamarbeidet går i første rekke ut på at kjøpmennene i størst mulig utstrekning skal foreta sine innkjøp fra kjedens grossistledd og ikke spre disse på mange forskjellige leverandører. Varebestillingene skal videre skje til forhåndsbestemte tider og på standard bestillingssedler. Dette vil redusere grossistleddets drifts- og distribusjonskostnader, og legge grunnlag for prisreduksjoner. Rabatt og bonusordningene blir lagt opp med sikte på å fremme større ordres.

På et senere stadium i utviklingen utvider man gjerne kjedesamarbeidet til også å omfatte fellestiltak på salgs- og markedsføringssiden. Grossistleddet stiller til disposisjon konsulenter som kan bistå kjøpmennene med spørsmål som butikkinnredninger, vareplasing, varepresentasjon og opplæring av personale etc. Man utarbeider felles reklamemateriale og legger opp felles salgskampanjer. Ofte lanserer kjedene egne merkevarer og benytter seg av felles butikkemblemer. Ordninger som felles bokføringsentral som foruten å utføre bokføringsarbeidet for medlemmene også foretar driftsøkonomiske analyser, er utbredt innen samarbeidsgruppene.

De frivillige kjeder er i dag i USA en meget betydningfull faktor, først og fremst innen handelen

med matvarer, men også innen andre bransjer som jernvarer, tekstil og legemidler. I Europa ble tanken om et organisert samarbeid mellom engros- og detaljleddet først tatt opp i Holland, hvor den første samarbeidsgruppe ble startet i 1932. Siden har organisasjonsformen bredt seg til andre land.

I Norge har arbeidet med å organisere frivillige kjeder først kommet igang i de siste år. Bortsett fra noen få spredte eksempler i andre bransjer, har utviklingen inntil nå vesentlig skjedd innen kolonialbransjen. De eksempler på kjededannelser vi har hatt er så godt som alle mindre lokale kjeder hvor en grossist, en gruppe grossister eller en detaljistleddet innkjøpssammenslutning står i spissen for det organiserte samarbeid.

Det som først utløste kjededannelsene her hjemme var antakelig frykten for at utenlandske filialforetak og internasjonale frivillige kjeder skulle etablere seg og ta over en større del av markedet. En annen medvirkende faktor har antakelig vært den tildels harde konkurransen mellom engrosfirmaene om den enkelte ordre hos detaljistene. Grossistene har måttet opprettholde et dyrt salgsapparat og måttet akseptere mange små tapsbringende ordrer for å få innpass på markedet. Fortjenestemarginen har dermed vært presset ned til et minimum.

Grossistene har også i stor grad tapt terreng fordi mange produsenter har funnet det hensiktsmessig å gå utenom engrosleddet og levere direkte til detaljistene. Grossistene har gjerne blitt sittende igjen med distribusjonen bare til de minste og mest fjerntliggende kunder, mens produsenten selv så å si har «skummet fløten» av markedet. Ved dannelsen av frivillige kjeder har grossistene kunnet snu denne utvikling.

Reguleringspolitikk

i internasjonal ruteluftfart

Av cand. jur. Andr. Dalstø Lothe

Chicagokonferansen i 1944, som ledet til dannelsen av International Organization of Civil Aviation (ICAO), mislyktes i sine forsøk på å etablere en liberal internasjonal luftfartspolitik. Praktisk nytte har kun den såkalte «Transit Agreement» som gir rett til overflyging av og tekniske landinger på en medlemstats territorium. Denne avtale er nå ratifisert av 70 ICAO-stater.

Situasjonen etter krigens slutt var derfor åpen og enhver stat kunne i kraft av suverenitetsprinsippet regulere all trafikk i luftrommet over sitt territorium. Den eneste mulige fremgangsmåte for et flyselskap som ville drive internasjonal trafikk var derfor å anmode hjemlandets myndigheter om å slutte bilaterale avtaler med angjeldende utenlandske stater.

De avtaler som finnes fra denne periode er ikke egentlig preget av noen felles filosofi, det kan derimot sies om flertallet av avtaler inngått etter den britisk-amerikanske avtale som ble inngått i 1946, den såkalte Bermuda-avtale. De aller fleste bilaterale avtaler som er sluttet etter 1946 er av Bermuda-type. Det kan derfor være grunn til å se litt nærmere på reguleringsprinsippene i denne avtale som er et lite eksakt formulert kompromiss mellom den liberale luftfartspolitiske retning, representert ved USA, og den proteksjonistiske luftfartspolitik, representert ved Storbritannia.

Til hjelp for diskusjonen om trafikkrettigheter har man delt disse opp i form av unntak fra det totale trafikkforbud, «friheter», som kan defineres slik:

1. frihet: Rett til å fly over et annet lands territorium.
2. frihet: Rett til å foreta tekniske landinger på et annet lands territorium.

Disse to friheter har de land som har undertegnet «Transit Agreement» innrømmet hverandre på multilateral basis.

3. frihet: Rett til å frakte kommersiell last fra hjemlandet til et annet land.
4. frihet: Rett til å frakte kommersiell last fra et annet land til hjemlandet.
5. frihet: Rett til å frakte kommersiell last mellom to land utenfor hjemlandet.

Den såkalte Bermudaklausul inneholder følgende elementer:

1) Rettferdig og lik adgang for begge lands selskap(er) til å drive lufttrafikk mellom og forbi de respektive territorier.

2) Under driften av de avtalte ruter skal hvert lands selskap(er) ta i betraktning den annen parts selskaps(ers) interesser slik at den ruteflyging som sistnevnte kontraherende part driver på hele eller deler av samme rute ikke blir utilbørlig påvirket.

3) Hovedformålet skal være å sørge for en trafikkapasitet som er avpasset etter trafikkbehovet i det land hvor luftfartsselskapet er innregistrert og det land som er vedkommende ruters endelige bestemmelsessted. Innsettelse av kapasitet for transport av passasjerer, gods og post som er tatt opp eller satt av på de spesifiserte ruters anløpspunkter i territorier tilhørende andre stater enn den stat som har utpekt selskapet(ene) skal gjennomføres i samsvar med de alminnelige prinsipper om at kapasiteten skal være avpasset etter:

a) trafikkbehovet mellom de land hvor vedkommende luftrute har sitt utgangspunkt og bestemmelseslandene,

b) behovet for drift av gjennomgående ruter, og

c) trafikkbehovet i de områder luftruten passerer etter at det er tatt hensyn til de lokale og regionale luftruter.

I hver bilateral luftfartsavtale av Bermuda-type er det dessuten tatt inn en konsultasjonsklausul som gir hver part rett til å kreve, blant annet, kapasitetskonsultasjoner i henhold til Bermudaklausulen.

Som man ser gir Bermudaklausulen den fordel til de land som er tilhenger av en liberal luftfartspolitik at den ikke låser utviklingen fast til en forut bestemt kapasitet, men gjør det mulig å ta hensyn til luftfartens dynamiske karakter, og vurderingen av den innsatte kapasitet skal skje ved en såkalt «ex post facto review». Proteksjonistiske land oppnår for det første en bestemmelse som gir adgang til å regulere utenlandske selskapers kapasitet og dessuten at 5. frihetstrafikk skal anses som sekundær i forhold til 3/4. frihetstrafikk (primærtrafikk). Et land kan likevel ikke unilateralt kreve kapasitetsregulering på basis av Bermudaprinsippene, det kreves enighet ved forhandlinger mellom partene. Hvis enighet ikke oppnås, gjenstår kun to muligheter, enten avtaleoppsigelse eller voldgift. Hvordan klausulen blir praktisert i de forskjellige avtaler er derfor helt og holdent avhengig av de to parter grunninnstilling til internasjonal luftfartspolitik, og denne skifter selvsagt nokså raskt i takt med de aktuelle interesser.

Den trafikk som er mest utsatt for restriksjoner er 5. frihetstrafikken som er ren eksport av tjenester. Denne trafikk er derimot absolutt nødvendig for å kunne drive en langlinje. Hvis man som eksempel tar en SAS-rute mellom Skandinavia—Tokio den sydlige vei, vil man lett skjønne at den ikke kan drives med balanse bare med trafikken mellom endepunktene, 3/4. frihetstrafikken, selskapet må også ha rett til å ta opp og sette av trafikk underveis, 5. frihetstrafikk. Ikke desto mindre er langlinjerutene sterkt belastet med trafikkrestriksjoner fra de enkelte land

langs ruten. Motivene for disse restriksjonene er hovedsakelig økonomisk beskyttelsesinteresse for det lokale selskap som ofte bare driver nabolandstrafikk, men også strategiske og prestisjemessige hensyn. I forholdet mellom de store luftfartsnasjoner er hovedmotivet for de tallrike restriksjoner å eliminere konkurransen på langlinjene.

Restriksjonene i internasjonal ruteluftfart er så tallrike ikke bare i antall, men også i variasjon, at det vil føre for langt å gi en nærmere beskrivelse. Ifølge etablert internasjonalt prinsipp anses cabotage, dvs. trafikk mellom punkter innen et lands grenser, for å være forbeholdt det nasjonale selskap. Mer diskutabelt blir dog trafikk mellom hjemland og kolonier og trafikk mellom land som har nært politisk og økonomisk samarbeide. I denne forbindelse kan nevnes den såkalte arabercabotage, trafikk mellom de arabiske land, som anses forbeholdt disse lands nasjonale selskaper. Videre er det regel at alle proteksjonistiske land begrenser det antall frekvenser et utenlandsk selskap anser for ønskelig, kommersielle landinger nektes på visse punkter som betingelse for tillatelse til en linjeføring, trafikk tillates ikke tatt opp fra et punkt i vedkommende land til et eller flere punkter langs ruten bortenfor og lignende restriksjoner for trafikk som kommer til vedkommende land fra punkter bakenfor. Videre kan man bli tvunget til å anvende en bestemt flytype, antall passasjerer fastsettes på forhånd, pr. flyging, pr. måned eller pr. år, gjerne også spesifisert som 3/4. og 5. frihetspassasjerer og enda som første- og turistklassepassasjerer. En annen meget viktig form for restriksjoner er nektelse av «stopover». F. eks. på SAS's linje til Tokio finnes det flere eksempler på at land underveis nekter en 3/4. frihetspassasjer mellom Skandinavia og Tokio å stanse på rutens anløpspunkter underveis og reise videre med samme selskap, hvilket både for forretningsfolk og turister ofte er absolutt nødvendig. Man har også problemer med land som pålegger landingsplikt til gjengjeld for overflygingsrettigheter, forbehold om generalagentur og tekniske tjenester for det lokale selskap, osv. osv. Det siste som er dukket opp på restriksjonsfronten er bestrebelsene fra visse land på å kontrollere den såkalte 6. frihetstrafikk. Denne trafikk kan defineres som retten til å drive trafikk mellom to land via hjemlandet.

Under konsultasjonene i høst mellom de skandinaviske land og USA ble spørsmålet reist om Bermudaklausulen i de bilaterale avtaler hjemlet adgang til å trekke 6. frihetstrafikken inn som et element i vurderingen av SAS's innsettelse av kapasitet på Nordatlanten. Etter den tradisjonelle fortolkning regulerer Bermudaklausulen kun forholdet mellom 3/4. og 5. frihetstrafikk og partene kom ikke til enighet om dette spørsmål. Det vil føre for langt her å drøfte disse prinsippsspørsmål og særlig interesserte henvises derfor til ICAO-dokumenter vedrørende debattene om Origin/Destination statistikk, samt to artikler i det amerikanske tidsskriftet Aviation Week av L. L. Doty, for 1. august og 10. oktober 1960.

De skandinaviske lands prinsipielle innstilling er at luftfartens og det reisende publikums interesser

best tilgodeses ved utelatelse av trafikkhindrende bestemmelser, dvs. kapasitetsregler i bilaterale avtaler og at man alltid har dette som utgangspunkt ved luftfartsforhandlingene med fremmede stater. Dette forhindrer ikke at man av taktiske grunner har måttet akseptere avtaler av Bermuda-typen i stor utstrekning, ja endog rene predeterminasjonsavtaler, dvs. hvor man i detalj på forhånd fastsetter hvilken kapasitet som tillates innsatt på rutene.

Norge har pr. dato bilaterale avtaler om sivil rute-luftfart med 32 land og i Danmark og Sverige har man et liknende antall. På grunn av samarbeidet mellom de tre nasjonale selskaper i SAS er en stor del av disse avtaler forhandlet av fellesskandinaviske delegasjoner, og avtalene er i alt vesentlig identiske. Til hver avtale er det knyttet en såkalt SAS-klausul som gir konsortiet rett til å fly med eksempelvis en norskregistrert maskin på et land hvor kun Danmark er dekket ved en luftfartsavtale. I de senere år har de restriktive tendenser i land som dekkes av SAS's rutenett øket i foruroligende grad og myndighetene i de tre land har utviklet en sterk og smidig samarbeidsform som på kort varsel gjør det mulig å dekke de konsultasjonskrav som reises i henhold til avtalene i tillegg til forhandlinger om nye avtaler. Delegasjonene er nesten uten unntak sammensatt som fellesskandinaviske delegasjoner og er for såvidt et skoleeksempel på samarbeide utover landegrensene. Denne samarbeidsevne blir alltid møtt med forundring og respekt av motparten.

Hvor gode rettigheter man kan oppnå under bilaterale luftfartsforhandlinger er et rent interesse-avveiningsspørsmål. Det er en tydelig tendens til å se sivil luftfart isolert fra de øvrige relasjoner mellom landene. Dels er noen stater redde for at andre momenter, som f. eks. den handelspolitiske situasjon, vil stille dem svakere i forhandlingene, dels kan noen stater være uvillige til å ofre for mye av sin alminnelige forhandlingsposisjon da luftfartens relative betydning i nasjonalbudsjettet tross alt ikke er så stor for disse land.

Bilaterale luftfartsavtaler er vanligvis av størst verdi for de land som kjemper for frihet i luften. Derfor går de skandinaviske land inn for å skaffe SAS dekning ved avtaler der dette er mulig. I proteksjonistiske land hvis politikk er så restriktiv at man ikke kan oppnå tilfredsstillende avtaler er situasjonen åpen og selskapene er henvist til å fly på midlertidige konsesjoner. For de skandinaviske lands vedkommende er dette eksempelvis tilfelle i forhold til slike viktige land for sivil luftfart som Frankrike og Italia.

Et lands trafikkpotensial er av største betydning i forhandlinger om trafikkrettigheter. Det trenges ingen nærmere forklaring for å forstå at USA står ganske annerledes sterkt i en bilateral forhandling enn f. eks. de skandinaviske land. Erkjennelsen av dette faktum var jo også en av hovedgrunnene for dannelsen av SAS, hvis hjemland tilsammen representerer en kjøpedyktig befolkning på 15 millioner. I det anstrengte internasjonale klima i sivil luftfart man har i dag ville det vært så å si umulig for hvert enkelt av de skandinaviske land å drive et virkelig globalt flyselskap.

«Conspicuous consumption» på høstens bokmarked¹⁾

Av cand. oecon. Gunnar Bramness

Rikdommens problemer begynner å plage velferds-Norge. John Galbraith's bok «Overflodens samfunn» var så vesentlig at Arbeiderpartiets sjefsteoretiker gjenga den nesten ord for ord i Regjeringsorganet. Det er ganske betegnende at problemer som var aktuelle og som f. eks. ble diskutert i Ludvig den XIV's salonger, problemer om tykkelsen på forgyllingen på karéne, oppdreven konkurranse om å vise fram rikdom, disse problemer begynner nå å plage den alminnelige borger i velferdsstaten.

Det har vært vanlig å betrakte disse problemene med en viss irritasjon. Å gi seg til å diskutere dem har nærmest vært betraktet som en manglende evne til å se proporsjonene. Det var ikke innen Ludvig den XIV's salonger problemene i første rekke lå, men utenfor, eller rettere sagt i forskjellen mellom det som var innenfor salongene og det som var utenfor. Det var derfor nærmest umoralsk å diskutere disse rikdomsproblemene så lenge det var mye større og mye mer påtrengende problemer som

hadde krav på interesse. Det er kanskje denne «fattigmannsinnstillingen» til problemene som gjør at diskusjonen av conspicuous consumption har den samme «moraliske» skjevhet i dag.

Den gamle innstillingen til conspicuous consumption er kanskje aktuell fremdeles. Det er bare den forskjellen at klasseskillene nå faller sammen med skillet mellom rike og fattige land og ikke som før mellom rike og fattige innen samme land. Hvis man imidlertid vil befatte seg med problemer som eksisterer innenfor et land, og dette land tilfeldigvis er ganske rikt, så må man legge av seg den moralsk forargete minen og faktisk ta opp problemet til diskusjon.

Boken som skal omtales her, skal etter sigende være et forsøk på å forfølge suksessen «Støv på hjernen», til tross for at det både er en annen forfatter og et annet forlag. Det er ikke umulig at vi her har en bok, skrevet av en profesjonell skribent, på bestilling, over oppgitt emne. Det er derfor naturlig å se på verket med en smule skepsis, hvis man er på jakt etter Kunst med stor K. Hvis en imidlertid er på jakt etter en popu-

lærbehandling av et spørsmål som er oppe i tiden, skulle opplegget være O. K.

Det er ikke tvil om at forfatteren har holdt seg til emnet. For å unngå å behandle tilgrensende problemer, har han innført forenklinger og abstraksjoner som er i stand til å ta pusten fra selv en innbarket «modelløkonom». Jeg skal nevne noen av de forenklingene forutsetninger han opererer med. Misunnelse og alt som forbindes med drivkraften i det iøynefallende forbruket, er nedlagt hos kvinnen og bare hos kvinnen. Mannen ser bare på den fornuftige nyttevirkning av de forskjellige varer. Forskjellen mellom å eie en gammel og å eie en ny bil er for kvinnen identisk med forskjellen i naboenes misunnelse, mens det for mannen er forskjellen mellom en bil som går dårlig og en bil som går godt. Årsaken til at kvinnen er i stand til å tvinge mannen til å gjennomføre sine idiotiske påfunn, er at hun benytter sengepolitikken som handlingsparameter i et belønnings-straff-system. Når det enkelte steder i boken kan se ut som om forfatteren bryter denne forutsetningen noe, kan

¹⁾ Hans Faye Lund: «Blank i laken», Gyldendal.

I det hele kan man nå over hele kloden se sterke sammenslutningsbestrebelse mellom flere lands flyselskaper for å kunne møte konkurransen som jo er blitt ytterligere tilspisset etter overgangen til jetmateriell. Dessuten vil den «supersoniske» tidsalder før eller senere (helst senere) komme, og dette faktum er også en av de faktorer som har ligget bak de store samarbeidsprosjekter eller blokkdannelser. Man vil på denne måte få et konsolidert feeder-system tilpasset de begrensede ruter som kan opereres med supersoniske fly. SAS har innledet et intimt samarbeide med Swissair; Lufthansa, Alitalia, Air France og SABENA slutter seg trolig sammen i Air Union; BOAC samarbeider med selskaper innen Samveldet, de arabiske lands selskaper drøfter samarbeide og det samme er tilfelle i det nordlige Sør-Amerika.

Denne metode benyttes i stor utstrekning av de små lands selskaper. De store selskaper driver dess-

uten infiltrasjonspolitik ved at de kjøper seg inn i lokale selskaper på trafikkalt sett interessante punkter. De oppnår derved å sikre sine egne trafikkrettigheter og stenge andre ute. Dessuten gir slike arrangementer anledning til å få avsatt eldre flymateriell. Denne politikk er derimot meget kapitalkrevende og kan bare drives i noen særlig utstrekning av de aller største selskaper som også har adgang til rikelige kapitaltilskudd fra statens side.

Av ovenstående summariske redegjørelse skulle man blant annet kunne slutte at et flyselskap som driver internasjonal rutetrafikk møter de største vanskeligheter også på grunn av den restriktive luftfartspolitik som i dag føres av de fleste stater. Systemet med bilaterale avtaler og ensidige konsesjoner som grunnlag for ruteføringer medfører videre at luftfartsselskapene i større grad enn noen annen industri er avhengig av myndighetenes kontinuerlige assistanse for å konsolidere sine trafikkrettigheter.



Studiereglementet i orden

Reglementet for den nye studieordningen er i orden nå, pensumliste og studieplan for 1. avdeling ventes ut på nyåret.

Forelesningene i teori kommer til å bli lagt opp i serier på fem semester. Først et semester med innføringsforelesninger, så fire semester med to timer mikro og to timer makro i uka. Det første semesteret blir det forelest over produksjonsteori, det andre etterspørselslære og arbeidstilbud, det tredje markeds-teori, og det fjerde blir det repeti-

sjonsforelesninger i både mikro og makro.

I overgangstida mellom gammel og ny ordning blir det forelesninger i sosiallære og næringsøkonomi for første og annen avdeling sammen.

Statistikkforelesningene vil bli lagt opp slik at studentene kan følge dem hele tida mens de går i første avdeling. Som et eksperiment blir det satt igang en gruppe i regneøvelser parallelt med begynnerforelesningene, slik at en begynner å løse oppgaver fra første stund.

Exam. oecon.

Examinatus oeconomiae, forkortet exam. oecon., er blitt foreslått som tittel etter første avdeling og statistikk. Denne tittelen har, ifølge Einarssen, urgammel tradisjon. Derfor er det ingen som husker den lenger, samtidig som den ikke er grepet rett ut av lufta. I forrige århundre en gang ble exam. med. og exam. jur. brukt om medisinerne og jurister som ikke hadde artium.

*

Den 1. november hadde studentgruppa møte i Frederiksgate. Einar Magnussen og Roar Wist fortalte om arbeidet sitt i Norges Bank, Kontoret for langtidsprogrammet og Aanonsens fabrikker. Oppslutningen om møtet var ikke enorm, det skyldtes kanskje at det ikke var kaffe og kaker denne gangen. Det ble et møte hvor deltakerne satt i kjel-leren og pratet og koste seg.

dette enten skyldes visse kunstneriske ambisjoner, eller forsøk på å forfølge andre suksesser enn «Støv på hjernen». Det virker for øvrig som klare brudd på en ellers stringent modell. For å komme fram til en løsning på de problemer kvinnene skaper for mannen (misunnelsen skaper for fornuf-ten), foreslår forfatteren en organisert motstand fra mennenes side. Dette er vanskelig stoff og en har ikke hele tiden følelsen av at forfatteren følger logikken. Helt usannsynlig virker imidlertid en tilsvarende organisasjon med motsatt hensikt fra kvinnes side, med de egenskaper som forfatteren har tillagt kvinnene.

Hvis man skal se på boken som et forsøk på populærbehandling av et aktuelt spørsmål, så er den vel ikke helt vellykket. Det har til en viss grad lyktes for forfatteren å beskrive en situasjon hvor conspicuous consumption har blitt en plage for menneskene. Han har imidlertid ikke klart å få fram det latterlige i å oppføre seg slik. For å få fram et slikt latterlig skjær, måtte han ha antydning et brukbart alternativ, en løsning på floken.

Det alternativ forfatteren stiller

opp, er kort og godt det å la være å kjøpe bil og la være å kjøpe televisjonsapparat og isteden holde seg til de små gleder som smør på maten, nok med sigaretter, og en «syltynn» i hyggelig selskap. Det er her hele opplegget klikker. Hverken forfatteren eller vi er i stand til å begeistres over dette alternativet. Søndagsturen med bilen, selv utenfor naboenes synsvidde, og den stille kosen ved TV-apparatet, uten at naboene ser det, har en glede, en nytteverdi, som ikke forfatteren er i stand til å rokke ved.

Problemstillingen i «Støv på hjernen» som forfatteren ønsker en sammenlikning med, var helt annerledes klar og veldefinert. Årsaken til dette er vel at selve problemet som er reist i «Blank i lakken» er udelt vanskeligere.

Forfatteren stiller seg på moralistenes side når han antyder løsningen på floken. Han sier at «du verden hvor dumme de andre er». I forbindelse med utgivelsen av boken ble forfatteren intervjuet av en dagsavis. Han innrømmet der at han var i besittelse av såvel TV-apparat som bil, men strevet veldig for å understreke hvor gammel og hvor dårlig denne bilen var.

Dette gir en antydning om problemets vanskelighetsgrad.

Problemet med conspicuous consumption er vanskelig fordi vi vet så lite om det, og vi vet så lite om det fordi det ikke har vært tatt alvorlig opp til debatt. Jeg har på følelsen at økonomene kan si noe på dette området som klarer problemene en del, men andre fagfolk må også inn i bildet. Inntil denne debatten har båret visse frukter og problemene har blitt avklart en del, bør man være meget forsiktig med å komme med løsaktig prat om hvor dumme menneskene er på dette område. Det kan være slik at det er like dumt for et menneske i et samfunn å la være å være med på konsumjaget som å være med på konsumjaget. Mange ting tyder på dette.

For å komme fram til en avklaring av problemet conspicuous consumption, må vi søke etter en fornuftig problemstilling. Selve formuleringen av problemet er kanskje det vanskeligste arbeidet. Kanskje vil en skjønnlitterær forfatter være den første som rekker fram med en slik fornuftig problemstilling. «Blank i lakken» har ikke bidratt noe i så måte.

Læringsnytt

Sosialøkonomisk Samfunn

Professor Aresvik om jordbrukspolitik på medlemsmøte 18-10

Formannen kunne under presentasjonen av professor Aresvik med god samvittighet fortelle at han lenge hadde hatt planer om et møte der landbrukspolitiske spørsmål ble tatt opp. Det har ikke vært mangel på skeptikere. Det har vært en forholdsvis utbredt mening at jordbruksspørsmål måtte virke uvanlig lite tiltrekkende på Samfunnets ikke altfor møteglade medlemmer. Som det har hendt før i historien: Skeptikerne tok feil, grundig feil. Medlemmene hadde gått kvinne og mann av huse, og flere fremtredende innbudte var til stede.

Professor Aresvik tok utgangspunkt i de 2 landbrukspolitiske innstillingene, men måtte innrømme at han vanskelig kunne si så mye om innstillingen til den komité han selv ikke var medlem av. Han ville dessuten gjøre det helt klart at han ikke kunne gi noe helt bilde av innholdet i den 400-siders innstillingen fra den komité han selv hadde vært formann for. Komiteens drøftinger har vært basert på de tre målsettingene, effektivitetsmålsettingen, inntektsmålsettingen og produksjonsmålsettingen. Sammenhengen mellom disse målsettingene kommer fram når en konstaterer at inntekten kan heves ved høyere priser eller mer effektiv produksjon. For komiteen hadde effektivisering av produksjonen stått som den eneste farbare vei. Forsking og veiledning var vesentlige midler i effektiviseringsarbeidet, men det var, etter komiteens oppfatning, en langt viktigere oppgave å oppnå en øking av produktenhetsstørrelsen. Det ville være helt uriktig å bremse på effektivitetskingen med den begrunnelse at det må resultere i enda større overskuddsproblemer enn dem en allerede har. På grunn av den utenlandske konkurranse må tvert i mot alt gjøres for å effektivisere produksjonen. Avsetningsproblemene må mestres ved en tilpassing av ressursene, arbeidskraft, jord og kapital. Professor Aresvik var på det rene med at ikke alle ville akseptere dette utgangspunktet som komiteen hadde hatt.

Mange hevder at det må skapes muligheter for en produksjonsøking, og at det på lengre sikt vil være mulig å skape en regulær eksport av norske jordbruksprodukter. Komiteen hadde også betraktet det som en viktig side av mandatet å vurdere vårt jordbruks konkurransemessige stilling. Komiteen hadde imidlertid kommet til at det ville være urealistisk å regne med regulær eksport som basis for økt produksjon. Uteksperimentering av nye produkter og lignende vil likevel være svært viktig.

Pelsdyrskinn vil det antakelig fortsatt bli en viss eksport av, kanskje også av en del bærsorter, blom-

ster osv., men disse varene vil tilsammen neppe bli av en sånn størrelsesorden at det betyr noe i sammenheng med vårt overskuddsproblem. Aresvik hadde heller ingen tro på at «redningsmenn» som Gunnar Nielsen i Fredrikstad kunne løse dette problemet. En måtte ikke glemme at fleskefabrikkene eventuelt måtte baseres på import av kraftfôr.

Når produsentprisene i Norge i 1957-58 settes lik 100, var prisene i Danmark på samme tidspunkt lik 68. Belgia og Nederland hadde et produksjonsprisinivå på høyde med Danmarks, i Sverige var det 90, i Storbritannia 105 og i Italia og Sveits 112. Norge sto forholdsvis gunstig når det gjaldt kjøtt og flesk, svakt når det gjaldt melk. Det må arbeides for en billigere melkeproduksjon. Det vil imidlertid sikkert vise seg vanskelig å holde tritt med danskene når det gjelder forskingen.

Spørsmålet blir så om det innenlandske forbruk kan økes. Kanskje kan det gjøres noe, men det er vanskelig å få forbruket til å øke med mer enn noen få prosent. Dessuten er økt matvareforbruk neppe gunstig fra et helsesynspunkt. Mindre fysiske anstrengelser bidrar til at utviklingen går i retning av en moderat diett. Men det bør satses på bedring av markedsføringsteknikken. Hittil er det bare innenfor meierisektoren at det har vært folk med skikkelig utdanning som har tatt seg av dette arbeidet.

Når det gjelder støtten til jordbruket kan en skjelne mellom 2 hovedformer, nemlig «direkte-linjen» og «mellomlagslinjen». En støtte som fullt ut skjer etter direkte-linjen vil bety at forbrukerne betaler alt direkte over disken, mens støtten etter mellomlagslinjen blir gitt i form av mellomlag over statsbudsjettet. Komiteen fant å kunne innta en velvillig holdning overfor mellomlagssystemet. Særlig for melk og melkeprodukter er det rimelig å betrakte subsidier som en varig ordning. En fullstendig overgang til mellomlagslinjen vil koste rundt 300 millioner kroner.

Kanskje ville det være riktig å knytte visse krav om effektivitet i produksjonen til jordbruksstøtten. Jordbruksforhandlingene er blitt meget store, og det bør legges mer vekt på forskning og utdanning under disse forhandlingene. En øvre prisgrense og gjennomsnittspriser er vedtatt av organisasjonene. Når prisene går over den øvre grense blir det fri import, ellers regulert import. For kjøtt, flesk og egg er det variable importavgifter.

Komiteen er kommet til at overskuddsproblemet for norsk jordbruk i løpet av forholdsvis kort tid vil nå betydelige dimensjoner, dersom det ikke lykkes å få til en tilpasning. Men derfor har det også vært komiteens håp at de prognoser som den har utarbeidet, ikke realiseres. Spesielt drastiske er tallene for melkeoverskuddet. Her vil det være helt nødvendig med tilpasningstiltak om en skal unngå å ty til ordninger med smørinnblanding i margarin og lignende nødutveier som ble brukt i mellomkrigstiden.

En utvidelse av sysselsettingsmulighetene i andre næringer blir et av de viktigste hjelpemidler i det arbeid som må settes inn. Det er nå et stort overskudd av arbeidskraft i Møre-fylkene og Trøndelag. En utbedring av skoleverket vil gi det beste grunnlag for en rasjonell sysselsetting.

Foredragsholderen mente at skogbruksproduksjon, nydyrking og jordbruksstørrelsen blir viktige faktorer i tilpasningsarbeidet. Balanse for totalproduksjonen må skje parallelt med effektiviseringsarbeidet. Det må satses kraftig på skogbruket. Det kan bli aktuelt å tilplante tidligere dyrket jord. Problemstillingen kan bli å «dyrke skog eller poteter». Nå finner det sted en nydyrking på ca. 145 000 mål pr. år. Dette tallet bør reduseres med 30—50 prosent. Nydyrkingen må brukes i rasjonaliseringsøyemed. Når det fremdeles finnes folk som bekymrer seg over alle de udyrkede myrer som «ligger og venter» på å bli kultivert, må de få vite at myrene bør få ligge en stund til.

Det kan komme på tale å innføre en kostnadsregulert avregning for melk. Et slikt 2-pris-system vil være et kraftig våpen for å påvirke planleggingen for det enkelte bruk. Eskeland-komiteens forslag om en arealtrygd vil forøvrig ha samme virkning.

Det gikk tregt å få i gang ordskiftet, men etter at en usedvanlig opplagt Aukrust hadde innledet, kom det liv og fart i forsamlingen. Aukrusts innlegg, som stort sett var en entusiastisk oppslutning om Aresviks synspunkter, ble fulgt av kortere og lengre innlegg fra Arne Solbraa, Truls Glesne og direktør Olav Borgan. Direktør Borgan kom blant annet inn på det relative innhold i begrepet «overskuddsproblem». Dersom en gir seg inn på en global betraktning, vil en snart oppdage at det ikke eksisterer noe «overskuddsproblem». Forholdet er heller det motsatte. Det er stadig matmangel hos store befolkningsgrupper. Foreløpig er en imidlertid ikke i stand til å mestre fordelingsproblemet økonomisk og politisk. Borgan, som hadde vært medlem av Eskeland-komiteen, gjorde ellers rede for en rekke andre synspunkter. Debatten fortsatte med innlegg av Rolf Thodesen og Gunnar Bramness.

Til slutt grep Aukrust ordet på nytt — denne gang i beste «bror min»-stil — og sammenfattet sine inntrykk av kvelden i følgende jordbrukspolitiske program:

1. Det trengs en «lov om fredning av fjellvidder og myr som venter», subsidiært forbud mot at nydyrking skjer med annet enn håndredskap.
2. Forsert utbygging av landets kommunikasjoner, særlig hvor veier, stasjonsbygninger og sportsplasser kan anlegges på dyrket jord.
3. Omlegging av jordbrukssubsidiene. Potettrygden erstattes med «grantrygd». Fjord- og fjellbygdtilllegg for furu og kronglebjørk i værharde distrikter.
4. Tvungen omskolering av landsungdom. Landbruksskolene omdannes til yrkesskoler for undervisning i blant annet hotellfag og folkeviseleik (til fremme av turisttrafikken).
5. Opprettelse av en «Avdeling for markedsførings-teknikk» ved Norges Landbrukshøyskole med hovedfag «Plastinnpakking av grønnsaker» og «Design av gaudaoster».
6. Landbruksdepartementet nedlegges. Saksområdet overtas av direktorater under Industridepartementet (industrireising på landsbygda) og Sosialdepartementet (sosiale spørsmål).

Jubelen hadde ikke lagt seg da foredragsholderen fikk ordet til sluttrepikken.

Sjefskonsulent Johan Sagen om organisasjon på medlemsmøte 8-11

Foredragsholderen gjorde innledningsvis oppmerksom på at det han hadde å si ville bli morsomt «kun hvis tilhørerne var aktive». Tilhørerne ville åpenbart gjerne ha det morsomt. Spørsmålene falt etterhvert jevnt og tett. En av spørrene var inne på tanken om ikke det offentlige burde gjøre bruk av konsulentfirmaer istedenfor å følge låne- og støttelinjen når vanskeligstilte bedrifter søker bidrag. Foredragsholderen svarte at det offentlige allerede i betydelig grad gjør bruk av konsulentfirmaer, men at han ikke hadde noe i mot at denne praksis ble utvidet.

Gjennom hele framstillingen gikk det som en rød tråd at det er et hovedmål for den som arbeider innenfor organisasjonsområdet — slik det er blitt i de fleste grener og forgreninger av samfunnsvitenskapene — å komme fram til størst mulig kvantifisering. Et ledd i arbeidet for maksimal kvantifisering er å forsøke å tvinge flest mulig av de problemer som ligger på planleggings-nivået ned på rutine-nivået og derved gjøre dem til programmeringsoppgaver.

Foredragets emne og form lå ikke til rette for et mer inngående referat.

E. W. O.

Redaktører:

Paal Bog — Erik Botheim

Redaksjonssekretær:

Erling Nypan

Studentredaktør:

Hilde Bojer

Redaksjonens adresse: Frederiksgate 3, Oslo

Sosialøkonomen utkommer med 10 nummer pr. år og sendes gratis til medlemmene av Sosialøkonomisk Samfunn.

Abonnementspris kr. 30 - pr. år.

Løssalg kr. 3. - pr. nr.

Henvendelser om abonnement og forsendelse sendes til
UNIVERSITETSFORLAGET, Karl Johans gate 47, Oslo

Tel. 33 71 43 - Postgiro 15 530

ANNONSEPRISER:

Bakre omslagsside kr. 300.-

1/1 side kr. 250.-

1/2 side kr. 150.-

1/4 side kr. 90.-

1/8 side kr. 55.-

1/16 side kr. 35.-