

Prof. dr DRAGUTIN RADUNOVIĆ

PROBLEMI I DILEME U IZGRAĐIVANJU
TEORIJSKO-INSTITUCIONALNOG KONCEPTA TRGOVINE
SAMOUPRAVNOG SOCIJALIZMA

1. UVOD

Trideset godina samoupravnog razvoja SFRJ daje dovoljno podataka da se osvrnemo na neke probleme i dileme u izgrađivanju teorijsko-institucionalnog koncepta trgovine. U pitanje je značajna privredna delatnost preko koje se realizuje najveći deo robne proizvodnje društvenog sektora privrede. Ličnu kartu trgovine (unutrašnje i spoljne) čini, pored ostalog, 3.667 OUR-a, što čini oko 16% od ukupnog broja OUR-a privrede, zatim 508.494 radnika što čini 12,2% od ukupnog broja zaposlenih. Dodajmo tome da trgovina učestvuje sa oko 20% društvenog proizvoda.¹

Trgovina je u toku trideset godina samoupravnog razvoja postigla značajne rezultate. U spoljnotrgovinskoj razmeni za 1978. g. dostignut je indeks fizičkog obima izvoza 507 i uvoza 655 (1966=100). U unutrašnjem prometu dostignut je u 1978. g. indeks fizičkog obima trgovine na malo 629, a indeks fizičkog obima trgovine na veliko 789 (1955=100).² Broj prodavnica kao pogonskih jedinica maloprodaje porastao je sa 32.748 u 1950. g. na 77.232 u 1978. g.³ Porast maloprodajnih kapaciteta pratila je modernizacija. Dok u 1950. g. nije bilo prodavnica samouslužnog tipa (prva samousluga u našoj zemlji otvorena je 1956. g., a prvi supermarket 1957. g.), u 1976. g. u strukturi mreže bila je 3.741 prodavnica samouslužnog tipa (superete, supermarketi, hipermarketi).⁴ Slično je i sa robnim

¹ SGJ 1979, str 214 (podaci se odnose na 1977).

² Isto, str. 92. i 93.

³ Savezni zavod za statistiku: „Jugoslavija trideset godina posle oslobođenja i pobede nad fašizmom 1945—1975“, str. 85. i SGJ 1979, str. 322.

⁴ SGJ 1979, str. 534.

kućama. Njihov broj se sa pedesetak u 1950. g. povećao na 410 u 1976. Da bi se razumelo insistiranje na samouslugama i robnim kućama, napravili bismo jednu malu digresiju. Robne kuće, koje su se pojavile polovinom prošlog veka, označavaju prvu revoluciju u oblasti prometa. Naspram masovne proizvodnje koju je donela industrijska revolucija i na toj osnovi snažan razvoj proizvodnih snaga, trebalo je stvoriti fabrike masovne distribucije. Ove „fabrike“ dobile su svoj organizaciono-tehnološki oblik u robnim kućama a kasnije u samouslugama tipa supermarketa, tržnih centara i sl. Dodajmo tome da smo, pored nekoliko tržnih centara, dobili i izvestan broj moderno opremljenih distributivnih centara i drugih skladišnih i rashladnih objekata koji su od posebnog značaja za čuvanje robe i kontinuirano snabdevanje trgovinske mreže i velikih potrošača. Ovakvi kapaciteti obavljaju poslove distribucije na savremen način u smislu Kardeljevih koncepcija o industrijalizaciji trgovine. U pitanju su, zaista, imponantni rezultati. Drugo je pitanje što je propusna sposobnost kapaciteta naše trgovine još uvek nedovoljna u odnosu na potrebe proizvodnje i potrošnje. Ulaženje u ove probleme odvelo bi nas od težišnih pitanja naše teme.⁵

Uvođenje radničkog samoupravljanja 1950. godine otvorilo je, pored ostalog, čitav niz pitanja u pogledu mesta i uloge trgovine, uslova njenog privređivanja, organizacije, odnosa prema proizvođačima i potrošačima i dr. Trideset godina samoupravnog razvoja je i dovoljno dug, ali, u istorijskom pogledu, i relativno kratak period da bi se o svim ovim pitanjima davale definitivne ocene i zaključci. Zbog toga ćemo u jednom, na momente retrospektivnom osvrtu, ukazati na probleme i dileme u izgradnji trgovine samoupravnog društva.

2. MARKSISTIČKO-LENJINISTIČKO UČENJE KAO POLAZNA TEORIJSKA PLATFORMA U IZGRADIVANJU TRGOVINE SAMOUPRAVNOG SOCIJALISTIČKOG DRUŠTVA

Kao što je poznato, za pitanja koje je otvorilo radničko samoupravljanje nismo imali odgovore i gotova rešenja, nemamo ih u celini ni danas. Zato nam je za izgrađivanje teorijsko-institucionalnog koncepta trgovine od posebnog značaja bilo marksističko-lenjinističko učenje. Nije slučajno da je drug Tito u svom istorijskom ekspezeu o predlogu Osnovnog zakona o upravljanju državnim privrednim preduzećima i višim privrednim udruženjima od strane radnih kolektiva (26. jun 1950) na više mesta pozivao na stavove

⁵ Opširnije o tome Dr D. Radunović — Osnovne karakteristike tridesetogodišnjeg razvoja jugoslovenske trgovine. „Nova trgovina“, br. 6/77. (naučni prilog).

Marksa, Engelsa i Lenjina o pitanju države i drugih problema socijalizma.⁶

Marks je u svom „Kapitalu” i drugim radovima poklonio značajnu pažnju trgovini i trgovinskom kapitalu. Njegovi stavovi o mestu i ulozi trgovine u procesu društvene reprodukcije prevazilaze po svom značaju okvire kapitalističkog društva. Posebno bismo istakli sledeću misao iz „Kapitala“:⁷

„U robnoj proizvodnji promet je isto tako potreban kao i proizvodnja, dakle, agenti prometa su isto tako potrebni kao i agenti proizvodnje“.

Pod agentima prometa Marks je podrazumevao trgovce, odnosno trgovinu kao institucionalnu delatnost. S obzirom na to da i u socijalizmu egzistira robna proizvodnja, stavovi K. Marksa o potrebi prometa i agenata prometa imali su veliki značaj za opredeljenje mesta i uloge trgovine u novim uslovima. Valja istaći da Marks do ovakvog zaključka nije došao „naprasno“ već na bazi veoma seriozne naučne analize. Počinjući s analizom robe, Marks je postupno došao do zaključka da je robna proizvodnja uslovljena društvenom podelom rada. To mu je, dalje, omogućilo da izvede zaključak o nužnosti razmene u uslovima robne proizvodnje i da otvori pitanje ko treba da je u takvim uslovima nosilac razmene, proizvođač ili njegov agent?

U odgovoru na postavljeno pitanje Marks nije osporavao proizvođačima pravo da se bave razmenom već je ukazivao na preimućstva trgovine u obavljanju robnog prometa i njen povratni uticaj na produktivnost rada proizvođača (industrijskog kapitaliste).

Lenjinovo učenje o trgovini bilo je za nas veoma inspirativno jer je njegova ličnost objedinjavala teoretičara-marksistu i revolucionara koji je u praksi izgradnje socijalizma tražio rešenja i izgrađivao stavove o tržištu i trgovini. Međutim, iako je Marksovo učenje o mestu, ulozi i korisnosti trgovine u procesu društvene reprodukcije bilo jasno, posle pobede oktobarske revolucije otvorilo se pitanje celishodnosti ekonomskih kategorija i institucija kapitalističke robno-novčane privrede u novim uslovima. Teorijsku osnovu za otvaranje ovih pitanja činili su neki stavovi iz Marksovog dela „Kritika gotskog programa“ i Engelsovog dela „Razvitak socijalizma od utopije do nauke“. Poznato je da su Marks i Engels u pomenutim delima zamišljali buduće socijalističko društvo bez robne proizvodnje.

⁶ U pomenutom ekspezu drug Tito je, pored ostalog, rekao:

„Kod Marksa, Engelsa i Lenjina nalaze se, uglavnom, odgovori na sva principijelna pitanja, a razradu i primjenu tih principa u svakoj zemlji posebice mogu vršiti samo oni koji su izrasli iz njedara dotične zemlje, koji poznaju probleme svoje zemlje, koji poznaju njenu historiju, njene običaje, njene slabosti i pozitivne strane, koji mogu budno pratiti sve pojave na licu mjesta, ali koji u isto vrijeme poznaju marksističku nauku, to jest — shvataju njen duh i uspješno i umješno rukuju njome i sprovode je u praksi“.
(Josip Broz Tito — Samoupravljanje, knjiga 4, Sarajevo 1977., str. 13).

⁷ K. Marks — Kapital, II tom, str. 88, Beograd, 1947 (ćir.).

Objašnjenje za ovakve stavove nalazimo u činjenici da su klasici marksizma očekivali revoluciju i pobjedu socijalizma u razvijenim zemljama. To bi, umesto razmene, omogućilo prelaz na neposrednu raspodelu produkata. Bilo kako bilo, posle oktobarske revolucije uspostavljen je privredni sistem poznat u literaturi kao „ratni komunizam“. U tom sistemu (1917—1921) bili su sasvim potisnuti robno-novčani odnosi i trgovina kao institucija. Drukčije, izgleda, nije ni moglo u uslovima ekonomske stvarnosti tadašnje Rusije. Zemlja je iz rata i revolucije izašla razorena i bez odgovarajućih robnih fondova. Zato je uveden sistem distribucije, kako roba široke potrošnje tako i sirovina i drugih materijala reprodukcione potrošnje.

Lenjin je bio svestan da ovakav komunizam (jednakost u siromaštvu) nije ideal već privremena mera koju je nametnula teška ekonomska situacije. Isključivanje robno-novčanih odnosa ugušilo je svaki materijalni interes kod proizvođača. Zato je Lenjin u kritičkom preispitivanju ratnog komunizma, pored ostalog, rekao: „Zatvoriti svaki promet u opsednutoj tvrđavi — može se i mora“ i nastavio rečima: „Zahvaljujući osobitom heroizmu masa to se moglo izdržati tri godine“.⁸ Tako je, otprilike, posle tri godine sistem ratnog komunizma zamenjen tzv. novom ekonomskom politikom (NEP). Lenjin je izlaz iz tadašnjih teškoća video u oživljavanju razmene, posebno između grada i sela. Trgovina je za Lenjina predstavljala osnovnu kariku za koju se trebalo uhvatiti svom snagom i preko koje je trebalo ovladati čitavim lancem socijalističke izgradnje. Lenjin je s pravom očekivao da trgovina doprinese oživljavanju i povećanju proizvodnje i razrešavanju problema snabdevanja. U tom pogledu nailazio je na nerazumevanje partijskih kadrova koji su se sa dosta predrasuda i neznanja odnosili prema trgovini.⁹ Sve je to dovelo do krize u snabdevanju koja je praćena ekonomskim i političkim problemima. U takvim uslovima nastala je Lenjinova deviza „učiti se trgovati“ koju je vrlo često ponavljao. „Ne treba se bojati toga da komunisti „uče“ od buržoaskih stručnjaka, među kojima i

⁸ U političkom izvještaju CK na XI kongresu (1922. g.), Lenjin se više puta vraćao na probleme trgovine i kritikovao partijske kadrove što se ne uče trgovini. On to objašnjava sledećim rečima:

„Problem je u tome što se odgovorni komunist — i najbolji i nesumnjivo pošten, i odan, koji je izdržavao robiju i nije se bojao smrti, — ne razume u trgovinu, jer on nije poslovan čovek, on nije to učio i ne shvata da treba da uči od slova a. On, komunist, revolucionar koji je izvršio najveću revoluciju na svetu, on, na koga gleda ako ne četrdeset piramida, a ono četrdeset evropskih zemalja s nadom u izbavljenje od kapitalizma, — on treba da uči od običnog trgovačkog pomoćnika koji je deset godina trčkao po magazii, koji zna taj posao, a on, odgovorni komunist i odani revolucionar ne samo što to ne zna, nego čak ne zna ni to da to ne zna“ (V. I. Lenjin, Sabrana dela, t. II, knjiga 2, Beograd, 1950. g., str. 414).

⁹ U vezi s izgradnjom socijalizma Tito u pomenutom ekspozeu kaže, pored ostalog, da mi „... ne upotrebljavamo više šablone, već se rukovodimo marksističkom naukom i idemo svojim putem vodeći računa o specifičnim uslovima koji postoje u našoj zemlji“. (Josip Broz Tito — Samoupravljavanje, knjiga 4, Sarajevo 1977, str. 13).

od trgovaca, ...“, pisao je Lenjin u svom čuvenom članku „O porezu uaturi“.

Slične probleme u razvoju i afirmaciji trgovine imali smo i u našoj zemlji, posebno odmah posle rata u početnim fazama socijalističkog razvoja. Nije se dovoljno shvatao povratni uticaj trgovine na oživljavanje proizvodnje i ekonomiju poslovanja proizvodnih organizacija. Zato su Lenjinovi stavovi o trgovini i bitka koju je vodio za uvođenje i afirmaciju trgovine u uslovima socijalizma bili veoma inspirativni za raščišćavanje dilema i predrasuda koji su bili prisutni u početnim etapama našeg socijalističkog razvoja.

Međutim, razvoj socijalističkog društva na bazi samoupravljanja i kasnije udruživanja rada i sredstava otvarao je i posebne probleme i tražio odgovarajuća teorijska i institucionalna rešenja. Zato u Marksovom i Lenjinovom učenju nismo našli gotove recepte za naše probleme — ovo učenje nam je poslužilo kao teorijska orijentacija u traženju rešenja koja odgovaraju našim uslovima i potrebama.⁹ Zahvaljujući njima, u nas nije bilo toliko dilema da li nam treba trgovina već kakva nam treba trgovina i kako je uklopiti u naš samoupravni socijalistički sistem. Za sistemsko uobličavanje trgovine, od posebnog značaja bilo je razrešavanje dilema o ulozi plana i tržišta (1958), zatim Rezolucija o unutrašnjoj trgovini koju je donela Savezna skupština (1962), privredna i društvena reforma (1965), ustavni amandmani (1971) i Ustav SFRJ (1974) kao i Zakon o udruženom radu (1976). Partijski kongresi pružali su priliku da se uz pomoć kreativnih snaga društva preispitaju postojeća praksa i formulišu društvena opredeljenja za narednu etapu razvoja.

3. OPREDELJENJA PREMA TRŽIŠTU I PLANU KAO BAZIČNA PITANJA OD ZNAČAJA ZA TEORIJSKO-INSTITUCIONALNO OBLIKOVANJE TRGOVINE

Kao što je Lenjin izvukao pouke iz tzv. ratnog komunizma, tako smo i mi izvukli odgovarajuće pouke iz administrativnog perioda upravljanja privredom i trgovinom. Želeli smo da na bazi samoupravnog koncepta stvorimo trgovinu koja ne bi bila pasivan distributer roba kao u administrativnom periodu već aktivan sudionik u procesu društvene reprodukcije. Ta aktivnost u pozitivnom smislu treba da deluje kao povratna sprega na proizvođače i njihovu programsku orijentaciju u pogledu asortimana, kvaliteta, cena i sl. Kardelj je to mnogo godina kasnije u knjizi „Slobodni udruženi rad“ označio kao trgovinska inicijativa. Za ovakav model trgovine trebalo je stvoriti sistemske uslove. U tom pogledu presudan značaj imalo je opredeljenje prema tržištu i planu i delovanju ekonomskih zakona robne proizvodnje. Ove teme su u savremenom socijalizmu i danas aktuelne. O njima se u nas dosta raspravljalo, naročito u prvoj deceniji samoupravnog razvoja.

Naime, u savremenoj ekonomskoj teoriji socijalizma, uglavnom, ne postavlja se pitanje da li je socijalistička privreda robnog karaktera. U pitanju je stepen tržišnosti privrede koji se može dopustiti u uslovima socijalizma. Iz toga proističu dva dijametralno suprotna pitanja: 1) da li se ekonomski zakoni robne proizvodnje koji objektivno postoje mogu gušiti a da se to ne odrazi štetno na razvoj socijalističke privrede i 2) da li socijalističko društvo treba da dozvoli da dođe do izražaja arhaično dejstvo ovih zakona. Uvođenjem samoupravljanja, naše društvo imalo je, uglavnom, pozitivno opredeljenje prema delovanju ekonomskih zakona, a, samim tim, i prema tržištu. Društvo je, međutim, bilo svesno da je tržište ne samo saveznik već i protivnik i da ne može dozvoliti anarhično dejstvo ovih zakona. Tako se u vatri diskusije, koja po prirodi teme nije mogla mimoći ekonomiste, došlo do opredeljenja za tržišno-planski koncept privrede. Ovo opredeljenje je došlo do izražaja u Programu SKJ koji je usvojen na VII kongresu SKJ (1958). U Programu je s dosta argumentacije obrazložena celishodnost kako tržišne tako i planske komponente u sistemu. Za našu temu je od značaja da konstatujemo da tržišno-planski model privrede predstavlja ambijent u okviru kojeg treba da egzistira i posluje trgovina samoupravnog socijalističkog društva. To su, ujedno, i okviri u kojima treba da manifestuje svoju poslovnost i preduzimljivost. Za načelan pristup trgovini možemo zanemariti određene nedoslednosti u primeni tržišnih kriterijuma u privređivanju i sporost u izgradnji sistema samoupravnog planiranja. Umesto planskog usmeravanja, u praksi se vrlo često, naročito u oblasti robnog prometa, sprovode čisto administrativne mere. Ali, to je tema za sebe.

4. ORGANIZACIONO PRILAGOĐAVANJE TRGOVINSKE MREŽE TRŽIŠNO-PLANSKOM SISTEMU PRIVREĐIVANJA

Tržišno-planski način privređivanja pretpostavlja tržište sa slobodnim prometom roba, tj. tržište na kome se poslovni partneri traže i stupaju u poslovne odnose na bazi ekonomskog interesa. Slobodan promet pretpostavlja konkurenciju. Društvo podržava zdravu konkurenciju (nelojalna je stavljena van zakona) i tretira je kao podsticajan element sistema. Zbog toga je uvođenje samoupravljanja 1950. i tzv. novog privrednog sistema 1951. g. pretpostavljalo organizaciono prilagođavanje trgovinske mreže. Umesto krupnih i centralističkih organizovanih trgovinskih preduzeća koja su nastala u administrativnom periodu i koja su imala, po pravilu, monopol-ski položaj na tadašnjem tržištu, trebalo je stvoriti veći broj manjih trgovinskih organizacija. U takvoj strukturi trgovinske organizacije bi morale da se u međusobnoj utakmici bore za poziciju na tržištu. Tako se 1953. g. prišlo decentralizaciji i organizacionom usitnjavanju trgovinskih preduzeća, posebno trgovinskih preduzeća za promet robe na malo.

Ubrzo se pokazalo da je konkurencija jedna strana problema koji treba razrešiti reorganizacijom. Umesto malog broja velikih, dobili smo veliki broj manjih trgovinskih preduzeća. Izgleda da je kulminirala 1958. g. kada je statistika (SGJ 1964., str. 243) zabeležila postojanje 2 043 trgovinskih preduzeća za promet na malo (tzv. čisti detaljisti) i preko desetak hiljada drugih organizacija koje su imale pravo obavljanja robnog prometa na malo (trgovinske radnje, zemljoradničke zadruge, trgovinska preduzeća na veliko i malo i dr.)! Ako zanemarimo ostale nosioce trgovinske delatnosti na malo, trgovinska preduzeća na malo raspolagala su sa 15.377 prodavnica. To znači da je na jedno trgovinsko preduzeće na malo otpadalo 7,78 prodavnica i to, uglavnom, klasičnog tipa. Ovim, očigledno preteranim, usitnjavanjem trgovine na malo dobili smo konkurenciju, ali i trgovinske organizacije, koje nisu bile sposobne da organizuju poslovanje na principima ekonomije. One nisu bile sposobne da budu nosioci razvoja trgovine na principu proširene reprodukcije. Ovako usitnjena trgovinska mreža na malo nije bila u stanju da organizuje snabdevanje (nabavku) u svojoj režiji. Zbog toga je trgovina na malo sve više dolazila u zavisnost od trgovinskih preduzeća na veliko (tzv. čisti grosisti) što je dostiglo u 1957. g. kulminacionu tačku od 1.153 jedinice (SGJ 1964., str. 248). To znači da je jedno trgovinsko preduzeće na veliko opsluživalo samo 1,77 trgovinskih preduzeća na malo. Iako nema nekih normativa, u literaturi se pominje da bi, prema iskustvima zemalja s tržišnom privredom, jedno trgovinsko preduzeće na veliko trebalo da opslužuje oko pet trgovinskih preduzeća na malo. Prema tome, politika usitnjavanja trgovinske mreže na malo imala je za posledicu jačanje posredničke funkcije trgovine na veliko i povećanje troškova prometa. Drugim rečima, ono što smo dobili usitnjavanjem trgovine na malo (konkurenciju), izgubili smo nepotrebnim jačanjem trgovine na veliko (poskupljenje prometa). U pitanju je posrednik čija uloga u zemljama s tržišnim sistemom privređivanja evidentno slabi ili stagnira na mnogim sektorima robnog prometa, posebno kada je u pitanju roba široke potrošnje. Ovaj proces opadanja uloge trgovine na veliko treba posmatrati u funkciji racionalizacije robnih tokova i svođenja njene uloge na ekonomski opravdano posredovanje. Primitili bismo da je ovaj proces zapažen u kapitalističkim zemljama tridesetih godina i da se kasnije nastavio.

4.2. Integracija i ponovno ukрупnjavanje trgovinske mreže

Reorganizacija trgovinske mreže na principu decentralizacije i usitnjavanja sprovedena je administrativnim putem. Zahvaljujući tome, ona je sprovedena veoma brzo i najvećim delom završena već u 1954. godini. Kako su se ubrzo pokazale negativnosti, društvo je izvršilo značajan zaokret u dotadašnjoj politici. Već 1956. g. poč-

nje da se sprovodi novi kurs koji je usmeren na ukрупnjavanje, odnosno koncentraciju trgovinske mreže. Ovaj kurs je posebno intenziviran 1959. g. kada je došlo do ukidanja Uredbe o osnivanju trgovinskih preduzeća i radnji i Uredbe o trgovinskoj delatnosti. Za razliku od decentralizacije i usitnjavanja, ukрупnjavanje trgovinske mreže vršilo se na bazi samoupravne integracije, ali uz jak podsticaj društveno-političkih faktora. Valja istaći da je samoupravna integracija u trgovini i ostaloj privredi, započeta u prvoj deceniji samoupravnog razvoja, ostala stalna politika našeg samoupravnog društva.¹⁰

Integracioni procesi u trgovini dali su značajne rezultate. Kroz integracione procese izrastale su trgovinske organizacije koje su mogle da racionalnije organizuju prometnu delatnost i da intenzivnije počnu sa širenjem i modernizacijom prometnih kapaciteta. Za ilustraciju uzmimo ponovo maloprodaju. Broj prodavnica po jednom trgovinskom preduzeću povećao se sa 7,78 u 1958, na 38,46 u 1977. g.; povećala se prosečna površina po jednoj prodavnici i prodavcu uključujući i ostale indikatore razvijenosti trgovinske mreže. Naravno, značajni rezultati ostvareni su i u razvoju ostalih vidova trgovine (trgovina na veliko i spoljna trgovina). Međutim, zbog prirode delatnosti, njih je teško ovako ilustrativno prikazati.

4.3. Teritorijalizacija mreže i problemi koji iz toga proističu

I pored značajnih rezultata na osposobljavanju trgovinskih organizacija za racionalno poslovanje, integracija je otvorila i neke nove probleme. Kao što je poznato, integracioni procesi odvijali su se pod uticajem društveno-političkih zajednica, posebno opština. Njihovo angažovanje u ovim procesima davalo je integraciji teritorijalno obeležje sa svim posledicama koje iz toga proističu. Tako smo, osim nekoliko velikih sistema mnogofilijalnog tipa, koji imponuju svojom organizacijom i razvojnim mogućnostima na jugoslovenskom planu, dobili dosta trgovinskih organizacija s teritorijalno ograničenim rejonom poslovanja. Ova teritorijalizacija zahvatila je

¹⁰ Za ilustraciju ovog opredeljenja podsećamo da se drug Tito permanentno zalagao za intenziviranje integracionih procesa. U razgovoru sa predstavnicima industrije i pomorske privrede Rijeke, Tito je 1962. g. (Josip Broz Tito — Samoupravljanje, str. 146, Sarajevo, 1977), pored ostalog, rekao:

„Integracija je danas neophodna i zato ne bi trebalo da bude teškoća u njenom ostvarivanju. Proces integracije odvija se u čitavom svijetu. Čak i kapitalisti, koji su se uvijek gložili, sada stvaraju ekonomske zajednice“.

U referatu na IX kongresu SKJ Tito je izuzetno dosta prostora posvetio integraciji (Josip Broz Tito — Referati sa kongresa KPJ i SKJ, Sarajevo, 1977, str. 400). Tada je Tito o integraciji rekao i ovo:

„Integracija je imperativ moderne privrede. A mi u tome, u poređenju sa privredom razvijenih zemalja, još veoma zaostajemo. Takođe treba da smo u punoj mjeri svjesni da bez jačih integracionih zahteva nećemo biti u stanju da se ravnopravno uključujemo u međunarodnu podjelu rada“.

sve vidove trgovine, a u poslednje vreme i spoljnu trgovinu. Tendencija teritorijalizacija manifestuje se i u teritorijalnim tokovima robe i usluga.

Regionalni tokovi prometa roba i usluga

	Na području SR i SAP	Između pojedinih SR i SAP	Neraspoređeno (izvoz, rezerve, JNA i sl.)	Ukupno SFRJ
1970	60	28	12	100
1972	61	27	12	100
1974.	63	25	12	100
1976	66	23	11	100

Izvor: Izračunato na bazi neobjavljenih statističkih podataka SZS prikupljenih putem obrasca PB-11 i ostalih izvora za potrebe bilansa.

Iz podataka je evidentno da se povećava udeo robnog prometa i usluga na području SR i SAP i smanjuje promet između pojedinih republika i pokrajina. Tome, svakako, doprinosi i sve naglašenija tendencija ka teritorijalizaciji trgovinske mreže. Preko trgovinske mreže na malo uspostavlja se lokalni monopol u maloprodajnom prometu što se negativno odražava na snabdevanje stanovništva u pogledu asortimana, cena, nivoa usluga i sl. Preko trgovinskih organizacija na veliko, najčešće mešovitog tipa, uspostavlja se monopol u plasmanu proizvoda sa svoje teritorije, posebno ako su u pitanju deficitarni i, samim tim, visokokonjunkturni proizvodi, a preko spoljnotrgovinskih mreža dolaze takođe do izražaja teritorijalni interesi. Sve to umanjuje ekonomiju obima i dovodi do narušavanja jedinstva jugoslovenskog tržišta.

Podsetili bismo da je drug Tito izražavao negodovanje protiv teritorijalizacije i uplitanja političkih faktora u poslove integracije. Ukazujući na potrebu integracije, Tito je još na Trećem plenumu CK SKJ (1966. g.) primetio sledeće:¹¹

„... Samo, ta integracija kod nas često dobija gotovo apsurdan karakter. Integraciju orijentišu i odlučuju o njoj politički faktori. Nemojmo više tako raditi. Danas ide teško sa integracijom preduzeća ne samo među republikama nego i u okviru jedne republike, pa i komune“.

U referatu na IX kongresu SKJ Tito je, pored ostalog, rekao:¹²

„Ekonomika danas ne podnosi čak ni evropsku autarhiju, a kamoli jugoslovensku ili republičku“.

¹¹ Tito o privredi 1945—1975, „Privredni pregled“, Beograd, str. 195.

¹² Josip Broz Tito — Referati sa kongresa KPJ i SKJ, str. 400, Sarajevo, 1977.

Na žalost, proces teritorijalizacije trgovinske mreže nastavljen je i u tzv. postamandmanskome periodu. Tome je pogodovalo nesređeno tržište sa svim atributima imperfečnosti, uz neka neadekvatna sistemska rešenja. Društveno političke zajednice, mahom opštine, otvaraju „svoje“ trgovinske organizacije kako bi preko njih zadržale marže i ostale prihode. U sektoru deficitarnih roba zabeleženo je veštačko stvaranje tzv. komerca koji samo povećavaju broj posrednika i poskupljuju promet. Da bi zadržale deo grosističke marže koja im pripada po propisima, pojedine trgovinske organizacije na malo pretvaraju komercijalne službe u osnovne organizacije za promet robe na veliko. Time se, naravno, nije ništa promenilo u smislu proširenja veletrgovinskih kapaciteta i nivoa veletrgovinske usluge. Trgovina na malo koristi ovaj metod da bi, koliko-toliko, neutralisala posledice većito zamrznutih marži. Naveli bismo da je i prenošenje odgovornosti za platno-bilansne probleme na republike i pokrajine, pored dobrih rezultata, doprinelo teritorijalizaciji trgovine, posebno spoljne, a samim tim pojačalo tendencije ka zatvaranju tržišta. Izlaz u prevazilaženju „feudalizacije“ trgovinske mreže leži u njenom ukрупnjavanju i specijalizaciji, modernizaciji kapaciteta i povezivanju sa proizvođačima na bazi ekonomskog interesa. Sve su to tekući problemi za koje će se, verovatno, naći rešenja. Zato težište našeg daljeg izlaganja stavljamo na sistemska obeležja trgovine našeg samoupravnog društva.

5. SAMOUPRAVLJANJE I POSLOVNA INICIJATIVA TRGOVINE

Kao posebnu osobenost naše trgovine istakli bismo njenu samoupravnu organizaciju. U pogledu samoupravnih prava, Ustav ne pravi razliku između organizacija udruženog rada, bez obzira na privrednu delatnost kojoj pripadaju. Iz samoupravnosti izrasta poslovna samostalnost trgovine. Ova samostalnost, uz odgovarajuću ekonomsku motivaciju, čini pretpostavku njene inicijative i preduzimljivosti. Svođenje trgovine na status javne službe krije u sebi opasnosti da se pretvori u pasivnog distributera. U kontekstu takvih rezonovanja i zastranjivanja navešćemo reakciju E. Kardelja koji je svoje mišljenje izrazio sledećim rečima:¹³

„U nas su neko vreme preovladavala i još uvek postoje shvatanja da je trgovina „nužno zlo“, „neprijatelj broj jedan“ i da je na neki način treba ograničavati i slično. Međutim, nastavlja Kardelj, to je neekonomski odnos prema prometnoj sferi, a bez dobre trgovine, koja se mora stimulisati da bi se dalje razvijala u interesu rada, ne može biti ni dobre proizvodnje. Zato treba da budemo konstruktivniji i racionalniji kad je reč o mestu i ulozi trgovine u celokupnom udruženom radu.“

¹³ E. Kardelj — Slobodni udruženi rad, str. 150, „Radnička štampa“, Beograd, 1978.

Nešto kasnije (str. 158) E. Kardelj se ponovo vraća na ovu temu i ukazuje na posledice potcenjivanja samostalnosti trgovine:

„Svako potcenjivanje značaja te samoupravne samostalnosti trgovine vodilo bi birokratizaciji celokupnog sistema trgovine i, u stvari, onesposobljavanju trgovine da se brže razvija, da nabavlja neophodnu modernu opremu da bi mogla da snižava troškove poslovanja i da kao produktivni faktor nastupa u celini udruženog rada.“

Samoupravnom socijalističkom društvu, nema sumnje, potrebna je trgovina koja će igrati aktivnu ulogu u društvenoj reprodukciji. E. Kardelj, na primer, u okviru svojih razmišljanja o odnosima trgovinskih i proizvodnih organizacija (isto str. 155), skreće pažnju na „trgovinsku inicijativu koja je neophodna i koja je u interesu udruženog rada u celini“. Ova inicijativa ne može da dođe do punog izražaja bez poslovne samostalnosti u pogledu izbora poslovnih partnera, izbora asortimana i sl. Za trgovinsku inicijativu potrebna je i ekonomska motivacija radnih kolektiva trgovine. U načelu, ovaj problem rešava privređivanje na principu dohotka, odnosno dohodovnih odnosa. U tom pogledu Ustav i Zakon o udruženom radu ne prave razliku između trgovinskih i proizvodnih OUR-a. Drugo je pitanje koliko je ekonomska motivacija došla do izražaja u praksi. To bi moglo da bude predmet posebne analize.

Valja imati u vidu da bez aktivne uloge trgovine ne mogu da dođu do izražaja ni prednosti tržišta sa slobodnim prometom roba. Zato se Kardelj izjašnjavao protiv birokratizacije trgovine i neekonomskog ponašanja prema prometnoj sferi. Na žalost, mi smo u praksi skloni da se neekonomski ponašamo prema prometnoj sferi, da u njoj vidimo uzroke a ne posledice slabosti koji imaju svoje korene u materijalnoj bazi proizvodnje i neadekvatnih odnosa između potrošnje i naših materijalnih mogućnosti.

Naravno, poslovnu samostalnost i aktivnost trgovine treba podsticati, ali ne apsolutizovati. Samostalnost je uvek ograničena objektivnim okolnostima u kojima deluju organizacije udruženog rada. Za adekvatno ispoljavanje trgovinske inicijative poseban značaj ima uspostavljanje adekvatnih uslova za privređivanje. Samoupravno dogovaranje i sporazumevanje s proizvođačima i organizovanim potrošačima trebalo bi da predstavlja branu protiv pasivnosti, ali i od „preterane“ aktivnosti trgovine na štetu drugih aktera u društvenoj reprodukciji.

6. AKUMULATIVNOST I PITANJE RAZVOJA TRGOVINE

Uporedo s uslovima za privređivanje, sticanje i raspoređivanje dohotka, otvara se pitanje akumulacije i razvoja trgovine. U tom pogledu u praksi se nailazi na nerazumevanje. Na razliku u ceni koja sve više prerasta u udeo trgovine u zajedničkom prihodu, ponekad se gleda kao na fiskalnu obavezu koju nameću neproduktivni

posrednici. Kao da se zaboravlja na činjenicu da je za obavljanje trgovinske delatnosti potrebna odgovarajuća materijalna baza. Ova baza ne može se svesti na klasična stovarišta, magacine ili dućane. Tehnički progres uslovio je modernizaciju ne samo u proizvodnji već i u oblasti prometa. Uz obrtna sredstva trgovini su potrebni još i moderni prodajni objekti, skladišni prostor s odgovarajućom opremom, silosi, hladnjače i drugi kapaciteti za čuvanje i distribuciju robe. Pored prometa na malo, samousluživanje prodire i u promet na veliko. Sve to ilustruje širinu modernizacije i tehnološke promene u oblasti trgovine. O tome E. Kardelj, pored ostalog, kaže:¹⁴

„Da bi trgovina mogla uspešno da izvršava zadatke koji danas stoje pred njom, ona se mora, kao što sam već rekao, u velikoj meri industrijalizovati i specijalizovati. Jer moderna trgovina više ne samo da ne može poslovati u klasičnim formama, nego ne može ni biti samo trgovina. Ona se mora neprekidno modernizovati i opremiti savremenom opremom, vršiti preradu, imati hladnjače, aparate za mašinsko pakovanje itd.. Osim toga, ona mora imati i odgovarajuće robne i finansijske rezerve kojima će pokrivati izdatke koji nastaju zbog oscilacija u proizvodnji poljoprivredno-prehrambenih proizvoda i drugih artikala. Još je Marks govorio da je trgovina, u stvari, produžena ruka proizvodnje, a danas je toliko očiglednije što i ona sama velikim delom postaje proizvodnja. Sve to ukazuje na potrebu da trgovina mora da se industrijalizuje, ali na bazi udruživanja rada i sredstava“.

Kao što se vidi i Edvard Kardelj je zapisao da trgovina u savremenim uslovima treba da se industrijalizuje i specijalizuje, da su joj potrebni odgovarajući kapaciteti s modernom opremom kako bi postala produžena ruka proizvodnje. Zastoj u razvoju trgovinskih kapaciteta može da postane usko grlo proizvodnje i društvene reprodukcije u celini. Insistirajući na razvoju trgovinskih kapaciteta, mi, po logici stvari, otvaramo pitanje njene akumulativnosti. Trgovina, prema E. Kardelju, treba da ima toliku akumulaciju koja je u skladu s potrebama njenog razvoja, odnosno akumulaciju koja neće sputavati njen razvoj. U tom pogledu moglo bi da se govori o donjem i gornjem nivou akumulativnosti. Akumulacija ispod donjeg nivoa sužava propusnu sposobnost trgovine kao najvažnijeg kanala prodaje proizvodnih organizacija. Akumulacija iznad gornje granice prevazilazi potrebe razvoja trgovine i krije u sebi opasnost od stvaranja „lutajućeg“ društvenog kapitala kao što je bio slučaj u bliskoj prošlosti.

Iako su trgovinske organizacije samostalne u pogledu raspoređivanja dohotka i raspodele ličnih dohodaka, pitanje okvira akumulacije u uslovima produkcionih odnosa udruženog rada postaje predmet dogovaranja i sporazumevanja sa proizvođačima i predstavnicima društva. Proizvođači, koji su u krajnjoj liniji finansijeri trgo-

¹⁴ E. Kardelj — Slobodni udruženi rad, str. 165—166, „Radnička štampa“, Beograd, 1978.

vinske delatnosti, ne bi smeli da dopuste ni stagnaciju, ali ni pregrejan rast trgovine. Zato se pitanje akumulativnosti u dobroj meri svodi na pitanje uslova za privređivanje i sticanje dohotka trgovinskih organizacija.

7. TRAJNA SARADNJA TRGOVINE SA PROIZVOĐAČIMA I USPOSTAVLJANJE DOHODOVNIH ODNOSA

7.1. Društveno-ekonomski smisao novih odnosa

U jednom pristupu teorijske prirode otvara se pitanje odnosa i veza trgovine na veliko s proizvođačima. U tom pogledu moramo poći od opredeljenjâ koja su došla do izražaja u Ustavu SFRJ i Zakonu o udruženom radu. U pitanju je napuštanje klasičnih kupoprodajnih odnosa i uspostavljanje odnosa „na načelima saradnje i samoupravnog udruživanja rada i sredstava u okviru te saradnje“.

Uzged bismo napomenuli da je problem odnosa između trgovine i proizvođača prisutan i aktuelizovan i u mnogim drugim zemljama. U tržišnim ekonomijama kapitalističkog tipa sve više dolaze do izražaja razni oblici kooperacije, dok se u SSSR-u i drugim socijalističkim zemljama Evrope insistira na tešnijim vezama između trgovine i proizvođača, odnosno većem uticaju trgovine na koncipiranje proizvodnog programa industrijskih preduzeća. Svuda se traže rešenja u okviru konstituisanih proizvodnih odnosa. Na osnovu toga, može se zaključiti da jugoslovenska praksa ne predstavlja usamljeni primer već ekonomski nužnu pojavu koja se javlja na određenom nivou razvijenosti proizvodnih snaga. Za razliku od drugih zemalja, Jugoslavija je pitanje saradnje i povezivanja trgovine na veliko i spoljnotrgovinskih OUR-a podigla na stepen ustavne obaveze.

Istine radi, treba istaći da je i pre ustavnih promena iz 1971. bilo pozitivnih primera saradnje trgovinskih i proizvodnih organizacija. Međutim, u većini slučajeva trgovina i proizvođači, kao poslovni partneri, ponašali su se autonomno. Kupoprodaja kao osnovni odnos između poslovnih partnera nije pogodovala uspostavljanju trajne saradnje i usklađivanja tekućih i razvojnih planova. Naprotiv, kupoprodaja je pogodovala ovakvom ponašanju što je dovelo u pitanje jedinstvo društvene reprodukcije. U nedostatku čvršćih veza nastao je nesklad u razvoju proizvodnih i prometnih kapaciteta, predimenzionirana ponuda jednih i deficit drugih roba na tržištu itd. Poslovanje na sopstveni rizik, uz nejednake uslove za privređivanje, dovelo je u ekonomskom pogledu do neravnopravnih odnosa između trgovine i proizvođača. Ova nejednakost u korist proizvođača ili u korist trgovine, dovela je do nesklada u funkcionisanju društvene reprodukcije. Dugoročno posmatrano, neravnopravni odnosi ekonomski ne odgovaraju ni proizvođačima ni trgovini. Na bazi ovakvih procena, došlo je do opredeljenja i institucio-

nalizovanja trajne saradnje trgovinskih organizacija s proizvođačima, odnosno zajedničkog poslovanja, kako stoji u Zakonu o udruženom radu.

Veoma je karakteristično to da se u Ustavu SFRJ (čl. 43) govori o saradnji na načelima ravnopravnosti. Time je slovom Ustava učinjen kraj podređivanju trgovine i njenom svođenju na javnu službu, što bi degradiralo njenu ekonomsku funkciju u društvenoj reprodukciji. U Zakonu o udruženom radu (čl. 73) govori se o zajedničkom poslovanju koje se zasniva na međusobnoj podeli rada. Prema tome, trajna saradnja, odnosno zajedničko poslovanje, ne dovodi u pitanje samoupravnu poziciju trgovine. Napuštanje klasičnih kupoprodajnih odnosa ne dovodi u pitanje ni ulogu tržišta i tržišne komponente u privrednom sistemu. Naprotiv, Zakon o udruženom radu na više mesta s pravom potencira tržište. Međutim, u novim uslovima, pitanje tržišta nije više stvar pojedinačnih organizacija udruženog rada; tržište je u principu zajednički problem proizvodnih i trgovinskih organizacija koje su uspostavile trajnu saradnju na bazi udruživanja rada i sredstava. Drugim rečima, umesto individualnog, sada dobija na značaju zajednički marketing.¹⁵ Pa, ipak, trgovina kao prometna delatnost dobija sada posebne obaveze i posebnu odgovornost u pogledu istraživanja tržišta i plasmana proizvoda. S obzirom na trajnost veza s proizvođačima, s kojima je zaključila samoupravne sporazume, trgovina ne bi mogla više da se „izvlači“ i prilagođava svoje poslovanje od slučaja do slučaja kao što to čini u uslovima kupoprodajnih odnosa. Sada, trgovina treba da istražuje tržište i sagledava tražnju na duži rok i da saznanja o potrebama tržišta prenosi na partnere iz proizvodnje. To je sada njen ekonomski interes jer je reč o zajedničkom poslovanju i na toj osnovi zajedničkom prihodu, zajedničkom riziku i sl.

Trajna saradnja, odnosno zajedničko poslovanje trgovine i proizvođača, proširuje područje samoupravnog planiranja i daje mu šire društvene dimenzije.¹⁶ Zajedničko planiranje od velikog je značaja za ostvarivanje trajne saradnje trgovine i proizvođača na ustavnim principima. Ovim planiranjem usklađuju se interesi, obaveze i suzbijaju konflikti u poslovnim odnosima. Zajedničkim planiranjem, odnosno usklađivanjem svojih planova, trgovina i proizvođači ostvaruju međusobni uticaj na razvojnu i poslovnu politiku. Ovi planovi unose stabilnost u poslovanje učesnika trajne poslovne saradnje i predstavljaju osnovu za sticanje i povećanje zajedničkog prihoda i dohotka. Zajedničko planiranje proizvodnih i trgovinskih organizacija sastoji se iz samoupravnog sporazuma o osnovama zajedničkog plana i zajedničkog plana. To su, prema rečima E. Kardelja, najvažniji instrumenti „ekonomskog povezivanja trgovine i proizvodnje,

¹⁵ O tome opširnije Dr D. Radunović — Teorijsko-institucionalni osnovi i specifičnosti marketinga u trgovini, „Nova trgovina“ br. 5/75 (naučni prilog).

¹⁶ Opširnije o tome Dr D. Radunović — Planiranje u uslovima trajne poslovne saradnje trgovine s proizvođačima i potrošačima, „Nova trgovina“ br. 4/79 (naučni prilog).

uređivanja dohodovnih odnosa između organizacija udruženog rada iz te dve privredne delatnosti, kao i instrument postepenog prevladavanja klasičnih kupoprodajnih odnosa između tih organizacija".¹⁷

7.2. Kritička ocena dosadašnje saradnje

To bi bio, otprilike, zaokružen pogled na koncept saradnje i zajedničkog poslovanja trgovinskih organizacija za promet na veliko i organizacija koje se bave spoljnotrgovinskim poslovima sa proizvođačima. Kao što se vidi, mnogo se očekuje od povezivanja i zajedništva na planu uspostavljanja skladnijih odnosa i povećanja efikasnosti poslovanja. U kontekstu ovakvih očekivanja i htenja otvara se pitanje ostvarenih rezultata i problema koji se manifestuju pri uspostavljanju novih odnosa?

Formalno posmatrano, trgovinske organizacije su ispunile svoju ustavnu i zakonsku obavezu. One su zaključile s proizvođačima odgovarajuće samoupravne sporazume o saradnji na ustavnim principima (zajednički prihod i dr.). Statistički posmatrano, najviše ima bilateralnih sporazuma, manje multilateralnih, a najmanje multilateralnih. Iz toga se može zaključiti da proizvodnja i promet nisu uspostavili zajedništvo u celini društvene reprodukcije. Mnoge analize u poslednje vreme pokazuju da se učešće zajedničkog prihoda u ukupnom prihodu trgovinskih organizacija kreće ispod 10%.

Dalje se uočava da su samoupravni sporazumi iz ove oblasti dosta uopšteni, da se u njima najčešće prepričavaju ustavne i zakonske odredbe i da samim tim nisu prilagođeni konkretnim uslovima udruženih OUR-a. Iz toga proizilazi nizak stepen usklađenosti tekuće poslovne politike, a posebno razvojnih planova i programa, što bi trebalo da čini okosnicu povezivanja. Udeo u zajedničkom prihodu definisan je po pravilu na bazi dosadašnjih odnosa, a ne na bazi serioznih analiza troškova proizvodnje i prometa udruženih organizacija. Pitanje zajedničkog rizika je u najvećem broju slučajeva otvoreno. Sve to daje povoda za zaključak da ovako radikalno menjanje odnosa predstavlja mnogo duži proces nego što se možda zamišljalo u početku. U pitanju je proces koji pretpostavlja teorijsko izučavanje, društveno podsticanje i usmeravanje. Postavlja se pitanje: koji su to osnovni uzroci koji usporavaju povezivanje trgovinskih organizacija s proizvođačima na bazi udruživanja rada i sredstava?

Prema sadašnjem viđenju problema, u pitanju su brojni uzroci ekonomske, organizacione i pravne prirode.

Pre svega, naša trgovina kao celina nije organizaciono prilagođena za uspostavljanje novih odnosa s proizvođačima. U strukturi trgovine, koja je obavezna na udruživanje rada i sredstava, ima do-

¹⁷ E. Kardelj — Slobodni udruženi rad, str. 163, „Radnička štampa“, Beograd, 1978.

sta OUR-a relativno malog kapaciteta koje su sa stanovišta strukture asortimana univerzalno orijentisane. Tome je doprinela teritorijalizacija mreže koja je u zadnje vreme još više potencirana. Ona ograničavajuće deluje na afirmaciju jedinstva jugoslovenskog tržišta, a samim tim i na uspostavljanje saradnje i zajedničkog poslovanja s proizvođačima. Objektivno uzev, trgovinske organizacije koje posluju sa širokim asortimanom roba, a samim tim i s velikim brojem dobavljača od kojih se snabdevaju, teško mogu uspostaviti multilateralnu saradnju i zajedništvo. U tome i leži objašnjenje zbog čega između trgovine i proizvođača prevlađuju bilateralni sporazumi. U kontekstu ovog problema zalažemo se za specijalizaciju i ukрупnjavanje trgovinske mreže. Samo krupne i specijalizovane trgovinske OUR mogu lakše da nađu zajednički jezik sa proizvodnim organizacijama koje su, inače, po prirodi svoje tehnologije, uglavnom, specijalizovane. Takve trgovinske organizacije bile bi ekonomski prinuđene da proširuju svoju delatnost na širi jugoslovenski prostor i da time prevazilaze svoju teritorijalnu ograničenost i zatvorenost.¹⁸

U analizama i raspravama o ovim problemima dosta je bila na udaru kritike jednostrana obaveza o udruživanju rada i sredstava. Ova jednostranost u izvesnoj meri devalvira ravnopravnost na kojoj treba da se, prema Ustavu (čl. 43), zasniva saradnja trgovine i proizvođača. Ovakvom obavezom, uz odgovarajuće sankcije, stvorena je situacija da saradnju traže trgovinske organizacije, dok proizvodne organizacije ne žure sa dogovorima. To je posebno slučaj sa proizvođačkim organizacijama koje raspolažu konjunktturnim proizvodima. Ovakvi proizvođači, u ovakvoj tržišnoj situaciji, umesto udruživanja na dohodovnim principima, preferiraju zadržavanje kupoprodajnih odnosa. U kontekstu toga blizak nam je stav saveznih stručnih saveta (pravnog i ekonomskog) koji su, u raspravi o Nacrtu Zakona o obaveznom udruživanju rada i sredstava OUR koje se bave prometom robe i usluga sa proizvodnim OUR-ima zaključili:

¹⁸ S ovih pozicija podržavamo stavove saveznih saveta (pravnog i ekonomskog) koji su, na zajedničkoj sednici od 21. marta 1980, razmatrali Nacrt zakona o obaveznom udruživanju rada i sredstava OUR-a koji se bave prometom robe i usluga s proizvodnim organizacijama. U izveštaju s pomenute sednice, pored ostalog, stoji:

„Dva saveta smatraju da postizanje specijalizacije, posebno prometnih organizacija, treba da bude jedan od jasno određenih ciljeva ovoga zakona, uz predviđanje odgovarajućih mera kojima bi se to ostvarilo. Sada je asortiman prometnih organizacija tako širok da praktično svako radi sve. Specijalizacija je osnov regionalnog i efikasnog poslovanja, veće produktivnosti rada, a time i jeftinije mreže prometa. Specijalizacija prometnih organizacija bi u jednom dužem periodu pozitivno uticala i na specijalizaciju proizvodnih organizacija, pa bi se ceo ciklus reprodukcije efikasnije odvijao. U tom cilju bi, po mišljenju saveznih stručnih saveta, trebalo ispitati celishodnost da se ovim zakonom prometne organizacije obavežu da u procesu udruživanja rada i sredstava sa proizvodnim organizacijama postignu određeni iznos ukupnog prihoda iz jedne ili dve grupe proizvoda.

„Ukoliko bi društveno-ekonomska obaveza udruživanja rada i sredstava ostala jednostrana, saveti smatraju da bi bilo teško ostvariti osnovni cilj zakona da se udruživanje rada i sredstava ostvaruje brže i šire“.

Pored ovih, postoji čitav niz drugih uzroka koji, takođe, usporavaju povezivanje i saradnju trgovine i proizvođača na novim principima. Neki od uzroka sistemske prirode smanjuju ekonomski interes proizvođača da stupaju u zajedništvo i dohodovne odnose s trgovinom. Za identifikaciju ovih uzroka poseban značaj može da ima analiza iskustava od strane ljudi koji se, tako reći, svakodnevno bave ovim problemima. Tako, na primer, direktor radne organizacije „Unutrašnja trgovina“, koja posluje u okviru SOUR „Feroelektr“ iz Sarajeva, posebno ističe sledećih pet problema:¹⁹

a) Prelazak na zajednički prihod u prvoj godini poslovanja skraćuje poslovnu godinu za 30 do 90 i više dana, za onoliko vremena koliko traje proces uskladištenja roba, prodaja, isporuka i naplata. Naime, kada se pređe na poslovanje po osnovu zajedničkog prihoda, proizvođač šalje robu prometnoj organizaciji udruženog rada, bez fakturisanja. Prometna organizacija udruženog rada je uskladištava, prodaje, isporučuje, fakturiše i uplaćuje na tzv. prolazni račun. U roku od 8 dana novčana sredstva se s prolaznog računa dele na deo koji pripada proizvodnoj i na deo koji pripada prometnoj organizaciji. Kod kupoprodajnih odnosa sve isporuke roba ulaze u ukupan prihod u roku od 15 dana od dana isporuke prometnoj organizaciji (za 15 dana po prijemu robe ona se mora platiti ili dati instrument plaćanja). To znači da se u prvoj godini prelaska na poslovanje po osnovu zajedničkog prihoda poslovna godina za proizvodnu organizaciju skraćuje za onoliko vremena koliko je potrebno da prometna organizacija uskladišti, proda, fakturiše, naplati i izvrši raspored naplaćenog iznosa. Zavisno od konjunktura roba, to je 30 do 90 dana kod nas. Tu nastaju oni isti problemi koje smo imali kada smo 1976. godine prešli na formiranje ukupnog prihoda sa fakturisane na naplaćenu realizaciju. S obzirom na poznatu akumulativnost proizvodnih organizacija, većina ih u prvoj godini ne bi imala fondove i zato odgađaju prelazak na poslovanje po osnovu zajedničkog prihoda.

b) U dosadašnjim poslovnim odnosima koji su se zasnivali na kupoprodajnim ugovorima proizvodne i prometne organizacije su obrtnim sredstvima pokrivala svaka svoj deo procesa reprodukcije. U novim odnosima proizvodna organizacija pokriva kompletnu reprodukciju svojim obrtnim sredstvima, što je dovodi u nepovoljniji položaj. Zato se, kao nužda, pojavljuje potreba da prometna organizacija udruži sa proizvodnom deo obrtnih sredstava. To mora biti

¹⁹ Izvor: Naučno-istraživački centar Ekonomskog fakulteta u Beogradu — Mesto, uloga i perspektive razvoja trgovine na veliko u novim društveno-ekonomskim uslovima (ruk. projekta Dr D. Radunović, redaktori dr D. Radunović i dr S. Lovreta).

najmanje onoliko koliko je potrebno za prometni deo reprodukcije, ukoliko proizvodna organizacija ne želi doći u povoljniji položaj. Prometne organizacije nemaju dovoljno sredstava. Sredstva kojima raspolažu su kratkoročnog karaktera. Proizvodne organizacije traže veće učešće i same ovaj problem ne mogu dobro da reše. Tu se javljaju svi poznati problemi obrtnih sredstava u našem društvu kao i sistemska rešenja vezana za poslovno bankarstvo kao i Narodnu banku. Inflacija ove probleme još više zaoštava.

c) Prelazak na poslovanje po osnovu zajedničkog prihoda je preusko shvaćeno. Smatra se da se ovakvi odnosi u raspodeli dohotka treba da uspostave između prometnih organizacija i finalnih OOUR-a iz oblasti proizvodnje. Po našem mišljenju, osnovu dohodovnih odnosa unutar proizvodnih organizacija treba da čini zajednički prihod. Šta više, dohodovni odnosi, zasnovani na zajedničkom prihodu unutar proizvodnih organizacija, preduslov su takvih odnosa između finalnih-proizvodnih i prometnih organizacija. Jer, kako uspostaviti dohodovne odnose između OOUR valjaonica i prometnih organizacija ako odnosi između valjaonica i visokih peći sa koksa-rom i rudnikom nisu zasnovani na takvim odnosima. A kako su unutar proizvodnih organizacija dohodovni odnosi zasnovani najčešće na klasičnim odnosima, onda je donekle razumljivo zbog čega se sporo uspostavljaju novi odnosi između finalnih OOUR-a proizvodnje i prometnih organizacija udruženog rada.

d) Sve veće proizvodne organizacije teže, što je i normalno, da svoje proizvode plasiraju na celom jugoslovenskom prostoru. Zato je i normalno što one žele da idu na takve odnose u trajnoj saradnji koji su isti za sve organizacije udruženog rada iz oblasti prometa. Naime, ne može RMK Zenica. Alat-Trebinje i sl. utvrditi sa Ferroeletrom jedne odnose i merila za udruživanje, a druge sa „Metal-servison“ — Beograd, „Feriimportom“ — Zagreb, „Metalkom“ — Ljubljana itd. Onda je i normalno što se teži potpisivanju tzv. unimultilateralnih sporazuma, gde je na jednoj strani proizvodna organizacija, a na drugoj strani su prometne organizacije udruženog rada. Ali se tu javljaju razni problemi oko okupljanja interesa za udruživanje. Sve to usporava proces samoupravnog povezivanja i izgrađivanja odnosa između proizvodnih i prometnih organizacija zasnovanih na Ustavu i ZUR-u.

e) Prelazak na poslovanje po osnovu zajedničkog prihoda uveliko povećava administrativne troškove poslovanja proizvodnih, a za dva do tri puta troškove prometnih organizacija. Ovo iz razloga što se proizvodi moraju voditi po finalnim OOUR-ima proizvodnje i proizvodima, tako se moraju prodavati, fakturisati, naplaćivati i preko prolaznog računa raspoređivati zajednički prihod. Zato se povećavaju administrativni troškovi. Postojeći nivo evidencije (ručno ili mašinski) ne može problem da razreši. Zato se nužno postavlja potreba uvođenja automatske obrade podataka.

Zadržali smo se namerno na nekim osnovnim uzrocima koji usporavaju napuštanje klasičnih kupoprodajnih odnosa i uspostavljanje dohodovnih odnosa na principu zajedničkog prihoda i sl. Identifikovanje pravih uzroka može doprineti njihovom uklanjanju i bržem menjanju starih odnosa. Zato je svodenje problema na nerazumevanje, otpore, zadržavanje privilegovanog položaja, kako se često čuje u našoj javnosti, samo deo istine. Za celovitu dijagnozu potrebna je svestranija i objektivnija analiza koja se ne može izvesti samo iz statističkih podataka o broju zaključenih samoupravnih sporazuma i sl.

8. TRGOVINA NA MALO I POTROŠAČI

Već smo imali prilike da se na početku ovog rada upoznamo s nekim rezultatima u razvoju naše trgovine na malo u toku njenog samoupravnog delovanja. Iako nisu za potcenjivanje, ovi rezultati još uvek ne odgovaraju stvarnim potrebama koje proističu iz funkcije kontinuiranog i kvalitetnog snabdevanja stanovništva. Zbog obavljanja ove funkcije, trgovina na malo se ubraja u faktore od neposrednog uticaja na životni standard stanovništva. Zato su, prilikom idejnog konstituisanja zgrade udruženog rada, za trgovinu na malo tražena rešenja u skladu s njenom funkcijom i zadacima. Kao što je poznato, Ustav ne obavezuje trgovinu na malo na povezivanje sa proizvođačima već sa potrošačima kao korisnicima njenih usluga. U pitanju su, pre svega, organizacije potrošača u okviru mesnih zajednica a ne pojedinci. To je, osim samoupravne organizovanosti, poslovanje na dohodovnim principima i drugim zajedničkim karakteristikama s ostalim vidovima trgovine, još i posebna institucionalna karakteristika naše trgovine na malo. U tom kontekstu, istakli bismo da u kapitalističkim zemljama dosta spontano izrasta potrošački pokret (konzumerizam) čiji se cilj iscrpljuje u zaštiti od eksploatacije kapitalističke trgovine. Praksa je pokazala da, na žalost, ekscenog ponašanja ima i u našoj trgovini. To je problem iz domena inspeksijskih službi. Pa, ipak, naše društvo nije išlo na rešavanje problema putem klasične zaštite, već je uputilo trgovinu i potrošače na saradnju i dogovaranje. Ovakvo opredeljenje proizilazi iz društveno-ekonomskog bića udruženog rada kao produkcionog odnosa. Zakonom o udruženom radu označena su pitanja od zajedničkog interesa koja treba da predstavljaju predmet dogovaranja i saradnje trgovine na malo i organizacija potrošača. To su asortiman i kvalitet robe, uslovi i način prodaje robe i vršenja usluga, učešće potrošača u prihodima koje trgovina ostvaruje prodajom robe i usluga i dr.

Praksa pokazuje da je i na ovom području bilo lakše sistemski rešiti saradnju između trgovine i potrošača nego je sprovesti u život. Za saradnju i dogovaranje o ovako značajnim problemima potrošači bi morali da su osposobljeni za sagledavanje pitanja od za-

jedničkog interesa koja su označena kao predmet saradnje. To bi, naravno, za organizacije potrošača morale da rade stručne institucije tipa zavoda za ekonomiku domaćinstva i sl. Bez stručnog prilaza problemima saradnje teško se mogu očekivati pravi rezultati. Poseban problem i novinu predstavlja učešće potrošača u prihodu trgovine u obliku povraćaja. U ovom učešću Kardelj je video oblik ekonomskog povezivanja potrošača i trgovine. To bi saradnji dalo ekonomske podsticaje. Zato se Kardelj posebno zalagao za učešće potrošača u prihodu trgovine u obliku tzv. ristorna. Međutim, činjenica da se savremeni potrošač retko vezuje za određenu trgovinsku organizaciju na malo ili određeni maloprodajni objekat, otvara probleme organizaciono tehničke prirode. Zato ima više izgleda da će se učešće potrošača u prihodu trgovine ostvarivati posredno nego u obliku ristorna. To potvrđuju prva iskustva koja su nedavno zabeležena u Beogradu.

9. ZAVRŠNA RAZMATRANJA

Već smo istakli da organizacije udruženog rada trgovine posluju na istim (dohodovnim) principima kao i ostali deo privrede. Iz toga proizilazi da radni kolektivi trgovinskih organizacija treba da se ponašaju kao dobri privrednici, da se u obavljanju svoje delatnosti usmeravaju na povećanje produktivnosti rada i ekonomičnosti poslovanja. Na osnovu takvog ponašanja, treba da se bore za povećanje dohotka i rentabilno poslovanje. Međutim, u tržišnim uslovima privređivanja, naročito pri postojanju imperfektnih tržišnih situacija, dohodak može da se ostvaruje nabijanjem cena i drugim metodima koji nisu u skladu s poslovnim moralom i dobrim poslovnim običajima. Zato radni kolektivi trgovine treba da se bore za ekonomiju poslovanja poštovanjem pozitivnih pravnih normi i etike socijalističkog samoupravnog društva. Radni kolektivi naših trgovinskih organizacija imaju u tome značajna preimućstva koja se ispoljavaju u samoupravljanju i društvenom karakteru materijalne baze privređivanja.

Završićemo s konstatacijom da nam je tridesetogodišnji razvoj trgovine u uslovima samoupravnog socijalističkog društva omogućio da izvršimo određena uopštavanja i iznesemo osnovne teorijsko-institucionalne karakteristike ove privredne delatnosti. U pitanju su karakteristike na sadašnjem stepenu viđenja i poznavanja ovih problema. Međutim, na trgovinu ne treba gledati kao na konceptijski završen i savršen sistem. Život će otvarati nove probleme i tražiti nova rešenja koja će još više afirmisati preimućstva samoupravnog socijalizma.

Prof. dr. DRAGUTIN RADUNOVIĆ

ON THE DEVELOPMENT OF THE THEORETICAL AND INSTITUTIONAL
CONCEPT OF TRADE UNDER THE SELF-MANAGING SOCIALISM

Summary

The anniversary of self-management in socialist Yugoslavia is an opportunity to discuss problems and dilemmas involved in the theoretical and institutional development of trade. Trade is an important economic activity, participating with 12.1% in the total number of workers in the socially-owned sector of the economy, with abt. 20% in the national product etc. The transition to selfmanagement and the free turnover of goods set many questions for which we have no ready answers. Looking for solutions, we have relied on the teachings of Marx, Engels and Lenin. Marx's teaching of the place and role of trade in the process of social reproduction surpasses the framework of the capitalist society under which it developed. Lenin's teaching and his support of trade are important as they have developed at the same time as the socialist society. Lenin knew how to learn lessons from the so-called war communism, under which commodity and money relations cease to exist. This is why his teaching was important in the search for new solutions. In order to define the place and role of trade under the self-managing society it was necessary to highlight its attitude towards the working of economic laws of the commodity production and to the plan and the market.

The transition to self-management and to a free trade on the basis of market criteria presupposes an organizational adjustment of the trade. Thus the decentralization of trade organizations set in. The way was paved thus for the development of competition. However, small trade enterprises were not efficient enough in their operations. This is why a self-managing integration and the formation of larger trade organizations followed upon the decentralization. The integration resulted in a territorial division of the trade net. This territorial division has been lately more and more pronounced, impeding the development of a uniform Yugoslav market and its linking with production.

Under self-management we need not answer the question whether trade is necessary but rather what kind of trade is necessary. The desire that trade should become an active factor in social reproduction has been present since the first years of self-management. It should become a factor bearing like a feedback couple also on production. Kardelj criticized, for instance, the non-economic attitude towards trade as well as all the tendencies imposing trade the status of a public service. He advocated an independent trade. It would have available accumulation, constituting the material groundwork of its development. This accumulation would have its limits (both lower and upper limits). Producers, who provide the financial resources for trade, should allow it neither to stagnate nor to become too overheated.

Both the capitalist and the socialist world insist to-day on closer links between trade and production. The constant cooperation of trade and produc-

tion is binding according to the Yugoslav Constitution. Instead of classical sales relations there has developed a lasting cooperation on the principles of the pooling of labour and resources. The cooperation on new principles should strengthen the relationship between production and trade. The cooperation on income principles forces the trade to penetrate into the needs of the market in the long run and with much responsibility and to cooperate in the setting up of product lines and development programs of its partners in production. However, the establishment of new relations does not keep pace with social needs. Many economic, organizational and legal factors slow down the abandonment of classical and the establishment of new relations between trade and production. The problem should therefore not be simplified and explained only in terms of resistance, lack of understanding and attempts to preserve the former privileges. Attempts have been made in the paper to highlight these problems under as many aspects as possible.

As distinct from the wholesale trade and foreign-trade organizations, retail trade has been incorporated into production by way of a compulsory cooperation with organized consumers. The Associated Labour Act has set many problems of common interest (assortment and quality of commodities, sales conditions, the share of consumers in the revenue of trade etc.), which have to be solved by mutual agreement. There are many unsolved problems in this field. There is also the question of how consumers should participate in the revenue of trade. This participation is likely to be an indirect one.

These are some of the vital theoretical and institutional features of trade under a self-managing socialist society.

Проф. д-р ДРАГУТИН РАДУНОВИЧ

ПРОБЛЕМЫ И ДИЛЕММЫ В ПОСТРОЕНИИ
ТЕОРЕТИЧЕСКО-ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ КОЦЕПЦИИ
ТОРГОВЛИ САМОУПРАВЛЕНЧЕСКОГО СОЦИАЛИЗМА

Резюме

Юбилей самоуправления в социалистической Югославии предоставляет возможность рассмотреть проблемы и дилеммы в теоретическо-институциональном построении торговли. Речь идет о значительной хозяйственной деятельности, удельный вес которой составляет 12,1% общего числа рабочих общественного сектора хозяйства, примерно 20% общественного продукта и т.п. Переход на самоуправление и свободный оборот товара, открыл многие вопросы на которые у нас не было готового ответа. В подыскивании решений мы опирались на учения Маркса, Энгельса и Ленина. Учение Маркса о месте и роли торговли в процессе общественно-го воспроизводства превосходит по значению капиталистическое общество,

в котором возникло. Учение Ленина и его поддержка торговле имели особое значение, ибо явились в условиях строительства социалистического общества. Ленин сумел сделать выводы из так называемого военного коммунизма в котором товарно-денежные отношения не признавались. Поэтому это учение было в достаточной мере указательным и вдохновляющим для искания собственных решений. Для определения места и роли торговли в самоуправленческом обществе особое значение имело предварительное разъяснение отношений согласно действию экономических законов товарного производства и определение согласно плану и рынку.

Переход на самоуправление и свободный оборот на основе рыночных критериев предполагало организационное приспособление торговой сети. На этой основе проведена децентрализация торговых предприятий из административного периода управления. Таким образом предоставлена возможность действия конкуренции, но явилась проблема экономики их хозяйствования из-за измелченности торговых организаций. Поэтому сразу после децентрализации дошло до самоуправленческой интеграции и укрупнения торговых организаций. Благодаря интеграции торговая сеть распределилась по территории. Эта территориальная распределенность в последнее время еще больше усиливается, что утрудняет афfirmацию единства югославского рынка и связывание с производственными организациями.

В самоуправлении не задается вопрос нужна ли нам торговля, а какая нам торговля необходима и как ее системно оформить. Более менее с первых же лет самоуправления существовало желание, чтобы торговля стала активным фактором в общественном воспроизводстве, который обратно будет действовать на производство в положительном смысле. Кардель, например, критиковал неэкономическое отношение к торговле и все эти тенденции, которые хотели торговле придать правовое положение публичной службы. Он выступал за торговую инициативу согласно интересам объединенного труда. Такая торговля в деловом отношении должна быть самостоятельной. Она должна располагать соответствующим накоплением, которое бы представляло материальную основу ее развития, или как в последнее время говорится, ее индустриализации. Это накопление должно иметь свои рамки (верхние и нижние). Накопление ниже нижнего уровня не обеспечивает развитие, а в накоплении сверх верхнего уровня кроется опасность формирования так называемого блуждающего капитала. Производители, финансирующие торговые деятельности не должны допустить не только до стагнации, но и до слишком быстрого роста торговли, т.е. торговых мощностей.

В настоящее время во всем мире, капиталистическом и социалистическом, настойчиво требуются более тесные связи торговли с производством. Югославское самоуправленческое общество подняло прочное сотрудничество (совместное хозяйствование) торговли и производителей на уровень конституционного обязательства. На месте классических отношений купли-продажи устанавливаются отношения прочного сотрудничества на принципах объединения труда и средств. Сотрудничество

на новых принципах должно привести к укреплению отношений между производственной и оборотной сферами. Сообщество на доходных принципах обязывает торговлю на более длительный период и более ответственно обнаруживать потребности рынка и более активно сотрудничать в подготовке программы производства и развития своих партнеров из производства. Установление новых отношений, однако, не развивается в соответствии с общественными стремлениями и потребностями. В отбрасывании классических и установлении новых отношений между торговлей и производителем много замедляющих факторов экономического, организационного и юридического характера. Поэтому проблему нельзя упрощать и обосновывать только сопротивлениями, непониманиями и стремлениями сохранить прежние привилегии и т.п. В докладе автор постарался эти проблемы более всесторонне рассмотреть.

В отличие от торговли оптом и внешнеторговых организаций, введение розничной торговли в производственные отношения объединенного труда проведено через обязательное сотрудничество с организованными потребителями. Закон об объединенном труде определил весьма широкий круг вопросов общего интереса (ассортимент и качество товара, условия сбыта, участие потребителей в доходе торговли и др.), которые нужно решать согласованно. Тут довольно много открытых проблем. Наряду с другими открыт и вопрос формы участия потребителей в доходе торговли. Здесь более целесообразным является осуществление этого участия посредством, чем в форме так называемого ресторно.

Это некоторые из существенных теоретическо-институциональных характеристик торговли самоуправленческого социалистического общества.