

Bilag 12.

Underbilag 1.

Til ministeriet for handel, industri og søfart.

Handelsministeriet har med skrivelse af 12. september 1953 tilstillet De danske Handelsforeningers Fællesorganisation et eksemplar af trustkommissionens betænkning nr. 3: konkurrencebegrænsning og monopol, og samtidig — med henblik på udarbejdelsen af forslag til en permanent lovgivning på det pågældende område — udbedt sig en udtalelse fra organisationen, i hvilken anledning vi tillader os at anføre følgende:

Kommissionsbetænkningens hovedsynspunkt synes at være det, at alle varers produktion og forhandling skal finde sted fra de mest *effektive* virksomheder, uden at man noget sted klart har defineret, hvad man forstår ved udtrykket effektivitet indenfor detailhandelen. Den nærmeste forklaring af udtrykket finder man i kommissionsbetænkningens afsnit 17, hvor det hedder:

„På hvert enkelt trin i varernes fremstilling og distribution beror effektiviteten bl. a. på, om der findes et sådant antal virksomheder, og om produktion og omsætning er fordelt på dem på en sådan måde, at de samlede omkostninger til varernes fremstilling, transport og forhandling derved bliver de lavest mulige (under hensyntagen til varernes kvalitet). Spørgsmålet er her bl. a., om dyrt arbejdende virksomheder taber terræn til deres mere effektive konkurrenter og eventuelt efterhånden helt nedlægges“.

Denne definition kan næppe stå for en nærmere prøvelse. Forbrugerne er ikke standard-mennesker med et nøjagtigt ensartet behov for varer, og de vilkår, hvorunder de ønsker at købe varerne, er vidt forskellige både set i forhold til den enkelte forbrugers

individuelle stilling i samfundet såvel som set i forholdet til de forskellige vilkår, der må være mellem de enkelte dele af byen og mellem by og land.

Det har altid været et hovedsynspunkt for butikshandelens udøvere, at forbrugernes ønsker skulle efterkommes. Den forbruger, der ønsker sit varebehov eller blot en del af det opfyldt på den billigst tænkelige måde, skal have mulighed derfor, medens den forbruger, der modsætningsvis ønsker sit varebehov opfyldt under iagttagelse af alle mulige service-foranstaltninger, naturligvis tilsvarende skal have mulighed for dette. Det er på denne baggrund, man må se den rigt varierede og nuancerede detailhandel, der findes her i landet.

Når der gennem århundreder har udviklet sig en varedistribution, der rækker lige fra den omvandrende uldkræmmer over gade- og torvehandel til butikker, varehuse og stormagasiner, siger det sig selv, at hver enkelt af disse former for vareformidling opfylder og dækker et behov hos forbrugerne. De pågældende handelsformer har naturligvis vidt forskellige omkostninger, og det ville ikke være i forbrugernes interesse, om man ud fra synspunktet, hvad der er mest effektivt, ville fremkomme med bestemmelser, der begunstigede en enkelt af disse former og forhindrede de andre.

Kommissionen omtaler i sit afsnit 18, stk. 5,

„at aftaler og andre konkurrencebegrænsninger kan have til følge, at der bevares flere virksomheder end nødvendigt. Hertil kommer imidlertid, at høje priser, der giver de eksisterende virksomheder en monopolpræget fortjeneste, tilskynder an-