

## ÜZLETI TÖREKVÉSEK A VERSENYBEN.

Sajátságos érzés keletkezik az emberben, aki állásánál fogva hivatott közvetlenül befolyjni a közgazdasági politika kormány-kerekének lendítésébe, ha néha-néha visszapillant a lefolyt husz év eseményeire. Visszaemlékezik, mily lelkesedéssel hirdették egy negyed század előtt a szabadság eszméjét a közgazdaság theoriájában; mily föltünést okozott egy-egy socialisticus vagy communisticus író föllépése, de művét inkább kíváncsiságból olvasta a közönség, olvasta az író; tanát a mesevilágból való gyanánt tekintette mindenki, a közgazdasági irodalom szigorú logikával kimutatta tarthatlanságát, és napirendre tért fölötte mindenki. A gyakorlati élet terén még az absolut uralkodók is a szabadság felé tendáltak; maga III. Napoleon lengette legjobban a szabad kereskedés zászlaját, és vezérszava majdnem husz éven át Európa összes népeit közgazdasági tekintetben szabaddá tette. Pezsgő élet fejlődött ki mindenütt; a közgazdasági haladás és vagyonosodás pompáit világkiállításokon bámulta a néző. A tudomány a gyakorlattal egyetértőleg a legszebb harmoniában hangoztatta, hogy *a közgazdaság terén is az egyedüli éltető elem a szabadság.*

Hová tűnt ez a kép? Hová lettek azok az eszmék, melyeket oly mohón szívtunk be az egyetem padjain, az irodalom termékeiből, a gyakorlati élet tapasztalataiból? Avagy divat dominál-e a nemzetek életében is, és a szabadság és korlátozás csak egyszerű köntösök, melyeket az uralkodó szabók tetszésük szerint reá erőszakolhatnak a népekre?

Ott, a hol azelőtt a szabadság vezérszava volt az irányadó, a közgazdasági theoriában, most mindenféle jóhangzásúnak tartott szavak takarója alatt az egyéni szabadság *korlátozása* a vezérszó; a gyöngébbnek védelme az erősebbnek önkénykedése ellen, a munkásnak biztosítása a domináló tőke ereje ellen, a

termelők számára a legközelebbi piacznak biztosítása s a távol állók elüzése, a nemzeti gazdaságnak rendszeres védelme a külfölddel szemben, az állam hivatása a közgazdaság terén mutatózó egyenetlenségek ellensúlyozása ellen, stb. stb.: — ezek azon eszmék, melyeket az újabb irodalom kedvvel és erőteljes lelkesedéssel hirdet, és ha az emberiség összes haladásának egyik fő rugóját, a szabadságot, egyenesen nem is támadják meg s e részben még a közgazdasági irodalom szélső vezéreit, Marxot, Lassallet, a guesdistákat, a collectivistákat, a nihilistákat, az anarchistákat, a foederalistákat, possibilistákat nem is követik, — az egykori vezérszó, a szabadság nagyon is halványan jelentkezik, sarokba van szorítva. Miként annak előtte a socialismus egy parányi rész volt az irodalomban, — most a szabadság hívei állnak azon az elhagyatott helyen, ők vannak kisebbségben, ők a secta a tudományban.

A gyakorlat terén a szabadságot lehetőleg mindenütt kiküszöbölik. A kereskedelmi politika nem csak a védvámot, azaz az ipar fejlesztésére nézve szükségesnek tartott vámokat honosítja meg újra, hanem szövetkezve az agrár tendenciákkal, a hazai termelés biztosítása okából a korlátozást általában inaugurálta; a vasuti tarifapolitika támogatja testvérét a vámpolitikát, differentialis díjtételekkel üldözi a külföldi cikket, és előnyben részesíti a belföldieket; — az iparosság terén a korlátok emelése divatos alakban meghonosul; visszaemlékezve a régi czéhrendszerre, qualificatiót kíván a mesterembertől; — az elmúlt idők patriarchalis viszonyait nem tudván többé meghonosítani, a munkások sorsáról mindenféle biztosítási rendszerek, normál munkanap, vasárnapi munkaszünet, sőt nyereményben való biztosítással vél intézkedhetni.

Mi, kik annak idejében a kereskedelmi szabadság hirdetői voltunk, kik bizonyítottuk, hogy Magyarország számára csak a szabadelvű kereskedelmi politika lehet üdvös: — védvamos tarifával lépünk az országgyűlés elé, és nemzeti létünk érdekében szólalunk fel ezen retrográd irány mellett, a statisztika fegyvertárából erős számcsoportot szerzünk és vele bizonyítjuk ezen irány okvetlen szükségességét. Mi, kik 1872-ben a szabadelvűségéről ismeretes és a részben bármely európai állam törvényeivel bátran mérkőzhető ipartörvényt megtámadtuk, — mert nem hittük még a szabadelvűségben elég messzemenőnek: — 1884-ben kislelkűen engedünk az országban mesterségesen csi-

nált ugynevezett közvéleménynek, és az iparvilágot megrendszabályoztuk; több iparüzletet engedélyhez kötünk, a mesterségek üzéséhez képesítés kimutatását követeljük, s büntetéseket szabunk ki azokra, a kik dolgozni akarnak és dolgoznak, ha bizonyos formaságok nélkül mernek dolgozni!

A korlátozás rendszere — vagy ha az euphonisticus szó jobban tetszik — az államsocializmus a jelszó a közgazdasági politikában; és e politikát kell követnie most bizonyos ideig minden európai államnak. Fél századdal azelőtt nem volt nehéz Angliának szabadelvűnek lenni, ha más európai államok védvamosak voltak is; egy századdal előbb Franciaország bátran megszüntethette a czéhrendszert, azért nálunk az virágzásában megmaradhatott. De ma a közgazdasági politika nem maradhat elszigetelt. A sajtó, a közlekedési eszközök, az egész élet mai fejlettsége kényszeríti a népeket, hogy a *nemzetgazdaság* helyett a *közgazdaság* érdekeit kövessék. Hiába gondoljuk Nagy-Britanniát szabadkereskedőnek; — szabadelvűsége mellett is elzárta határait az állat bevitel elől, elzárta határait számos cikk elől, ha kellő jelzéssel nincsen ellátva, elzárja határait magas vámokkal a bor elől; és ha az elzárkózás okául az állategészséget, a kereskedelmi loyaltitást avagy pénzügyi érdekeit hangoztatja is, végeredményében az mégis csak korlátozás marad. A szabadságszeretet mintaképe, Svájcz hasztalanul vergődött az áramlat ellen, neki is reá kellett lépnie a gyámkodás terére, az államsocializmus és a korlátozás számos intézkedéseit ott is meg kelle honosítani.

A szabadság korlátozásának ezen általános rendszerében a közgazdaság terén oly alakulások tűnnek föl, a melyeket azelőtt figyelemre sem méltattunk; a közvéleményben oly irányelvek vernek gyökereket, a melyekről előbb senki nem is szólott; és a törvényhozás oly kérdések szabályozásával foglalkozik, a melyekre nézve a törvény intézkedését fölöslegesnek tartották.

A korlátozás rendszerének ezen uralma alatt kifejlődött egy irány, a mely az üzletvilágban a verseny viszonyait szabályozni akarja és ha szabad így kifejezni: *a versenyt loyaltissá kívánja tenni*. Rendszabályokat és korlátozásokat látunk alkalmaztatni, a melyek azt kívánják, hogy az üzletember, az iparos épügy, mint a kereskedő működésében tartózkodjék mindentől, ami a tényeknek teljesen meg nem felel, s ha mindjárt senkinek nem is árt vele, az őszinteség és igazságszeretet teljes tudatával



lépjen a közönség elé, és teljes loyaltással tűrje esetleg azt, hogy őszinte és igazmondó eljárása által üzleti érdekeit kockáztatja, üzletét veszélyezteti és anyagi érdekeiben károsodik.

Már a kereskedelmi törvény a *czégben* megkívánja az igazságot, s megköveteli, hogy a kereskedő saját valódi nevét czégeztesse; ez okból védelmezi a *védjegy* törvény az árujegyeket, s utánzásukat szigorúan üldözi; ez okból tiltják az újabb törvények azt, hogy az iparos vagy kereskedő czégén, nyomtatványain vagy hirdetéseiben oly jelzőket, jelvényeket vagy adatokat, melyek a tényleges üzleti viszonyoknak vagy a *valóságnak meg nem felelnek*, használjanak; ez okból hozattak az *élelmiszerek meghamisításáról* törvények; ez okból kívánja több törvény, hogy a *mesterséges borok*, a *mesterséges vaj*, a *mesterséges fűszer* — a természetől megkülönböztetett módon megnevezve jöjjen forgalomba.

A nemzetközi forgalomban előbb csak a vámpolitika terén nyilatkozott a verseny korlátozásának szüksége vagy célszerűsége. A kereskedelmi politika első sorban a vámokban találta azon szellenttyüket, melyekkel a versenyző cikkek áramlatát a nemzet termelésének igényei szerint szabályozhatónak találná s egyes államok leginkább a vámok szempontjából kötöttek nemzetközi egyezményeket. Újabb időben az említett viszonyok következtében a korlátozás szükségessége oly terekre terjed, a melyek ugyszólván csak tisztán magánjellegűek. Az egyén neve, czége, védjegye, a szellemi tulajdon hangzatos neve alatt nemzetközi védelmet követel. A föliratoknak helyességét épúgy vizsgálják a vámhivatalok, mint annakelőtte azt, vajjon dugárúval jön-e valaki. Sőt még az áru minőségére is nemzetközi egyezmények fogják a jelzés szükségét kimondani.

A dolgok ezen fejleményével szemben célszerű az említett viszonyokat közelebbről is megvizsgálni és a kérdést részletesebben megvitatni.

Az az elv, hogy mindenki üzleti életében tartózkodjék a csalástól, és hogy mindenki versenyző törekvéseiben megengedett eszközöket használjon és termékeit jó tulajdonainál fogva benső értékével ajánlja: — így odaállitva természetesen ellentmondásra nem talál és axioma gyanánt elfogadandó. Mert hiszen a közgazdasági tudomány egyik sarkalatos elve az, hogy a gazdasági cselekmények a joggal, igazsággal és erkölcsösseggel nem ellenkezhetnek; és a közgazdaság mindig fennen hirdeti azt, hogy ha a joggal, igazsággal és erkölcsösseggel ellenkező műkö-

dés *magángazdasági* szempontból még oly előnyös volna is, az efféle cselekmény *közgazdasági* szempontból nemcsak nem előnyös, de egyáltalában nem is védhető. A törvények tehát, a melyek a versenyben is az erkölcsi irányra súlyt helyeznek, helyes közgazdasági alapon nyugszanak és így törvényhozási korlátozások ily irányban, ha általában szükségesek, természetesenek mondhatók.

A versenyviszonyok és a fogyasztó közönség felfogása mindazáltal ezen elvnek oly alkalmazását, melynél a versenyző felek viszonyaikat őszintén és leplezetlenül kijelenteni tartoznának, nemzetgazdasági szempontból meg nem engedi. A világ gazdaságában a gyöngébb nemzetek ezen elvnek ily szigorú alkalmazásával hátrányban lennének; sőt nemcsak nemzetek, hanem egyesek is roppant veszteségeket szenvednének, az újabb vállalatok legjobb törekvéseik mellett az említett elvnek ily szigorú keresztülvitelénél zsenge korokban már tönkre jutnának és a hatalmasabb vállalatokkal szemben soha, vagy csak nagy erőfeszítéssel tudnának megerősödni és virágzásra jutni.

A versenyviszonyokban van ugyanis egy elem, a melynek leküzdése a versenyviszonyok őszinte bevallása mellett majdnem lehetetlen. Ezt az elemet eddig figyelemre nem igen méltatták, pedig ez az elem vagy legalább nyomai ismeretesek és jelentkeztek, a mióta a kereskedés létezik, a mióta versenyviszonyok föltűntek, s a mióta e viszonyokkal megbirkózni kellett. Ez az az elem, a mely a kereskedőt furfangossá és ravaszszá teszi. Ez az az elem, a mely miatt a régi kortól kezdve majdnem korunkig a kereskedés megvetett foglalkozások közé soroztatott, és sokáig uralkodott az a nézet, melyet Cicero így fejezett ki: »Nihil enim proficiunt mercatores, nisi admodum mentiantur.«

Mielőtt azonban ezen elemmel tüzetesebben foglalkoznánk, a *verseny céljaival és eszközeivel* kell megismerkednünk. A verseny *célja*, hogy az üzletember árúit minél gyorsabban és minél jobb áron, tehát minél nagyobb nyereséggel a vevőhöz, a fogyasztóhoz hozza. Egyenlő körülmények közt a fogyasztó annál szívesebben veszi az árút, minél jobb és minél olcsóbb az, azaz elméletileg fejezve ki ezt a tételt, minél jobban képes kielégíteni valamely árú bizonyos szükségletet és minél kevesebb fáradságba kerül az árú megszerzése, annál jobb keletnek örvend. Így fölfogva a tényeket, a verseny fő törekvése a jóság és az olcsóság elődézésében állana és tényleg minden üzlet első sorban azon is

van, hogy árúinak jobb és olcsóbb voltát hozza hírbe és mindenekelőtt e két főtulajdonságra fordítja is figyelmét.

E két alapeleme a versenynek a gyakorlati életben mindazonáltal sokszor egészen háttérbe szorul s majdnem az ellenkezője kezd irányadóvá lenni, a mennyiben ugyanis a fogyasztó által a jóság és olcsóság tekintetében támasztott igényekkel szemben az üzlet érdeke épen oda irányul, hogy ha lehet, minél rosszabb árút minél drágábban hozzon piacra, és így kezdődik a gazdasági küzdelem az eladó és a vevő különböző érdekeire nézve, melyet a verseny van hivatva egyensúlyra hozni, a melyet épen a különböző viszonyok ereje azután vagy a vevők vagy az eladók előnyére dönt el.

Ezen küzdelemben van egy óriási tényező az eladó javára, mely a közgazdaságterén legalább theoriában eddig figyelemben nem igen részesült, de melyre az újabb időben jelentkező korlátozó törekvések folytán mélyebben tekinteni nem lesz érdek nélkül.

A közgazdasági elmélet szerint az ár függ a kínálat és a kereslet közti aránytól. Ezt tanulja minden jogász és szentírásnak hiszi; pedig saját tapasztalataiból tudhatja, hogy ugyanazt a rostbeafet az Angol királynénál drágábban fizeti mint Szikszaynál; ugyanazt az öltözetet drágábban fizeti a váczi utczai boltokban, mint a Józsefvárosi szabónál; ugyanazt az albumot drágábban fizeti Testorynál, mint a király-utcza sarkán. És ha a vett tárgyakat összehasonlítja, talán sok esetben még arra a meggyőződésre is jut, hogy az olcsóbb árú nemcsak egyenlő minőségű, hanem jobb is. Hol itt az annyira hangoztatott elv; miért nem szabályozódik az ár a kínálat és kereslet szerint, miért nem egyenlők az árak egy és ugyanazon városban, miért követelhet esetleg rosszabb árúért az Angol királyné, a váczi-utczai boltos többet, mint mások? — avagy miért adnak az embernek itt többet mint másutt?

A kérdés megoldása az emberek azon tulajdonságában fekszik, a melyet összehasonlítani lehet a testek nehézségi törvényével, a testek tunyaságával. A mechanikában is nagyon tévedne az, a ki az erők hatásánál az elmélet örökké igaz törvényeit akarná alkalmazni és számításba nem venné a testek nehézségével és mozgásával járó számos mozzanatot, pl. a frictiot. Megszokottság, tunyaság, hogy ne mondjuk butaság, ez képezi azt az elemet, mely a gazdasági életben is az általános törvényeket



és szabályokat akkép alterálja, hogy rendszeres működésük megzavarodottnak látszik, s hogy általános jelentőségükből kivetkötetnek.

A fogyasztó vagy a vevő közönség azon tulajdonsága, hogy vásárlásaiban a megszokottság szerint cselekszik, számos alakulásban jelentkezik, és többé kevésbé kényszeríti az üzletembert, hogy árúját abban az alakban hozza forgalomba, a melyben azt a közönség kívánja. A megszokottságnak mindig van reális alapja; a megszokottság az illető árú belső értékéből, jósági vagy olcsósági tulajdonából származott; — idővel mindazáltal a belső okok vizsgálatát a vevő mellőzte, mert egy külső, a tárgy jóvoltával kapcsolatban nem álló jegy, vagy látszat mintegy a belső tulajdonok megvoltát biztosítja, — s így mindenki csak arra nézett, meg van-e a külső jel, s ha ez megvolt, a megszokottság hatalma a mellett szólt, hogy az árú megfelel a kívánt igényeknek. Ezen viszony mutatkozik az üzleti élet számtalan alakulásában s e viszonynyal meg kell barátkoznia a törvényhozásnak is, a midőn korlátozó intézkedéseket óhajt tenni.

Az üzlet egyik kiváló tulajdonsága a *név*, vagy a *czég*. Az üzletek összes működése és tevékenysége a névvel, a czéggel szoros kapcsolatban állnak. Egy jóhírű czégnek árúit a közönség nemcsak jósága és olcsósága miatt keresi, hanem sok esetben tisztán a czég jóhírénél fogva; az üzlet nevének vagy czégének megváltoztatása ez okból gyakran az üzlet anyagi veszteségével jár, vagyis a név és a czég az üzlet oly kiegészítő részét képezi amely épúgy vagyoni jelentőségű mint a tárgyi dolgok, melyek vele kapcsolatosak. Ez okból a kereskedelmi törvények — ha még annyira kívánják is a czégben az igazságot, vagyis hogy minden kereskedő a maga polgári nevét használja a kereskedelmi életben is — mindenütt megengedik, hogy a czég, azaz az üzlet neve, még ha az üzlet tulajdonosa változik is, továbbra fönmaradhasson, s így az üzlet azon anyagi és vagyoni előnye, melyet egy hosszú ideig használt névvel magának megszerzett — tovább is megmaradjon. Egy Farina név a kölni viz számára, Pinaud név az illatszerek számára, Veuve Cliquot a pezsgő számára, Palugyay név a magyar borok számára, Ganz neve a kéregöntetű vaskerekek számára, Bock név a szivarok számára vagyont képvisel, az árúk kelendőségét biztosítja. Hiába fáradozik most az üzletember, hogy a megszokott nevekkel versenyre lépve, jobb vagy olcsóbb, vagy jobb és olcsóbb árút hoz forgalomba: —

a közönség csak a név után indul, s ha az ismert s megszokott névvel nem találkozik, bizalmatlansággal fogadja az árút, sőt legtöbb esetben visszautasítja azt. Minél hosszabb ideig dominált egy név árúival bizonyos piacokon, — és minél míveletlenebb a közönség: annál nehezebb a megszokott névvel szemben tért foglalni. Ez az oka, hogy lépten-nyomon találkozunk czégekkel, és beszélünk czégtulajdonosokkal, kiknek neve egészen más. Spitzer Gerzon czéggel szólok és Weisz, — Grunwald és társa czéggel szólok és Leipziger áll előttem, — Rózsavölgyi és társa helyett szólunk Dunkl és Grünzweil urakkal, stb. —

A név mellett a közönség fölfogása szerint a *jelzők* is nagy jelentőséggel bírnak; s ezért az üzletek közönséges — polgári nevei mellett gyakran találunk kifejezéseket, melyeknek czélja a versenyben előnyt adni. Első magyar doboz, fénymáz, butor, stb. gyár, ily elnevezésekkel találkozunk gyakran, — de azt még senki sem olvasta, (vagy fölötte ritkán és ismét valamely háttérrel indokolva fordul csak elő) hogy valamelyik vállalat czimébe fölvette volna, hogy második vagy harmadik, habár talán ebben az üzletágban száz vagy több hasonló vállalat működik is. Ennek oka pedig igen egyszerű. A közönség itt az »első« szót nem sorozó értelemben fogja föl, hanem jóság értelmében, s így az első szó alatt azt érti »legjobb«; ennél fogva természetes, hogy a második jelző legalább is megengedi, hogy egy vállalat van, a mely jobb s így arra ösztönzi a közönséget, hogy ezt az első üzletet keresse, s ne a másodiknál vegye meg azt, a mit az elsőnél kap.

A név mellett jelentkező jelzők körül igen gyakoriak azok, a melyek arra mutatnak vagy legalább mutatni látszanak, hogy az illető cég az állam, a kormány, valamely hatóság, az udvar, valamely előkelő nagyobb és ismertebb személyiség kiváló bizalmát bírja. Ez okból nagy súlyt fektetnek némely czégek arra, hogy engedélyezett (concessionált) üzletek és mindenféleképp igyekszenek ily jelző megszerzésére. Sajátságos a törekvés efféle jelzők után főképp oly államban, mint például nálunk, a hol a törvényhozás a szabad alakulás és a szabad ipar elvén engedélyezést nem ismer. Részvénytársaságok, nagy bankok, biztosító intézetek — mihelyt a törvény kívánalmainak megfelelnek — a kereskedelmi törvényszéknél egyszerűen jelentkeznek, és minden engedély nélkül megalakulhatnak és működhetnek. Ez az egyszerű és szabad mozgás azonban főképp a »financirozással« járó vállalatoknak nem tetszik, és évenként több beadvány érkezik a



kormányhoz, a mely valami uton módon az alakuláshoz kormány vagy miniszteri engedélyt óhajt; — egyedüli célja lévén az aláírási prospectusokat azután nagy szóval a világba bocsátani és hirdetni »a magyar királyi kormány által külön engedélyezett« vállalat. A pénzvilág vagy a törvényben jártasak, jól tudják, hogy azért ez a vállalat egy csöppet sem jobb, mint ha ezen jelző nélkül dolgoznék a vállalat; — de a részvényeket vásárló nagy piacztudatlanságára számoló faiseurök egy ilyen jelzőt nagy árban fizetnének meg és helyesen számítva, nagy árban értékesíthetnének is. Ismeretes a magyar országos bank czégjegyzésének esete, mely annak idején az országgyűlésen interpelláció tárgyát is képezte; — midőn a magyar országos bank czégét jegyeztette, tekintettel arra, hogy Franciaországban nagy üzletekre számított, czégét francziára így fordította »Banque nationale de Hongrie«; — az egész világ tudja, hogy a »banque nationale« a francziáknál egy az állammal szoros kapcsolatban levő jegybank fogalmával azonos, még pedig annyival inkább, mert az osztrák bank az egész világon osztrák nemzeti bank czég alatt volt ismeretes. A fölszólalások folytán tényleg meg is kellett változtatni a franczia czéget, és »banque des pays hongrois«-t használni. De nemcsak a részvénytársaságok — egyes czégek is törekszenek ily czimek után. Nálunk például a zálogkölcönüzlet engedélyhez kötött; — engedély nélkül tehát nem is működhet semmiféle czég, — s ime igen sok vállalat fölhasználja ezt a korlátozást reklámra és fennen hirdeti czimében »hatóságilag engedélyezett« zálogüzlet, de csak azért, hogy ily hirdetés által üzletének jóvoltát hiresztelje, pedig aki ismeri a törvényt, tudja, hogy ily engedélyezés nélkül zálogüzlet nem is működhet s így a jelzőre egyáltalában súlyt fektetni nem is lehet. Fordultak elő esetek, melyekben az ügyes vállalkozó azt a körülményt, hogy kétes esetekben a miniszterium mint harmadfokú hatóság oly határozatot hozott, mely szerint valamely üzlet megnyitható, arra használta föl, hogy üzletét »külön a miniszterium által engedélyezett« vagy a miniszterium külön elhatározása folytán megnyitottnak hirdette, számítva ismét a közönség tunya gondolkozására, mely ily fölírásokban az üzlet belső jóságára következtet.

Efféle jelentőségűek azok a jelzők, a melyek valamely külföldi uralkodó »udvari szállító«, »a kalocsai érsek szállítója«, »a miniszterium szállítója« és hasonlóban nyilatkoznak, és melyek gyakran talán egy alkalmi szállítás tényén alapulnak, a nél-

kül, hogy az illető üzlet jelentőségére, jóságára vagy kiválóságára következtetést lehetne vonni. Még kisebb jelentőséggel bírnak a kiállítási érmek vagy rendjelek kitüntetésének számtalan módozatai. A midőn az 50 – 60-as években az első nagy világkiállítások tartattak, — a londoni és párisi kiállításokon kitüntetett cégek szokásba hozták azt, hogy cégtábláikon, számláikon s egyéb irataikon a kitüntetési érem alakjait föltüntették. Mindenki azt következtette belőle, hogy egy cég, mely London vagy Páris világkiállításain érmet szerzett, jó üzlet és bizalmat érdemel. A közönségnek ezen fölfogása csakhamar arra vezetett, hogy mindenki törekedett valamiféle kiállítási érem elnyerésére; és most már egészen mindegy Páris, London — avagy Kecskemét, Szeged, Székesfehérvár vagy Nagy-Körös — csak legyen kiállítási érem: — és ez ugyanazt a szolgálatot teszi, mint a nagy világkiállítások érmei. Ha még hozzá belé illesztheti az illető vállalkozó — a bármely okból, talán politikai magatartása, vagy egy tüzeset alkalmából tanusított erélye és lélekjelenléte, a vizkár elhárítása alkalmából tanusított munkássága miatt kapott érdemkereszt rajzát: — akkor kész az a decorátio, melybe a tunya gondolkozású közönség belé ámul és sietve elhalmozza bizalmával e nagyhirű üzletet.

A név és jelzésének használatával igen rokon az árújegy jelentősége. Ez azon szokásból fejlődött ki, hogy az üzlet minden egyes árucikket egy általa választott jeggyel hozta forgalomba, ez által akarván biztosítani a fogyasztót, a vevőt, hogy a cikket csakugyan tőle kapja. Hosszú szokás következtében a jegynél is épugy mint a névnél, a közönség már nem vizsgálja meg az áru minőségét, csak azt nézi meg, rajta van-e a kívánt jel, s ha meg van, jónak tartja az árut s megveszi, — ha nincs meg vagy más jelt lát, bizalmatlankodik és nem veszi meg. Egy így kifejlődött forgalomnál az árújegy egy óriási előny; hiába gyakran minden erőlködés, jobb és olcsóbb árut hozni a piacra; a jel hiánya megakadályoz mindent. És most az üzleti szellem furfangja kezd működni. Ott, a hol általában az árújegyre nincs törvényes védelem, a jártas jegyek egyszerűen utánóztatnak és ez az eljárás egész rendszeresen és nagyban üzetik; ismeretes például a steyerországi kaszák árújegyeinek rendszeres utánzása, németországi és francia cégek részéről, a melyek csak ily uton tudtak Oroszországban a meghonosodott steyer kaszák ellen némileg piacot szerezni. Ott azonban, a hol az árúvédjegyeket a

törvény oltalmazza, ott oly utánzásokat készítenek, melyeknek megítélésénél az eljáró hatóság valóban nem tud mit csinálni és nem talál gyakran fogantyút arra, hogy az érzése szerint utánzásnak látszó jegyre tényleg rámondja a vétkekesség jellegét. Ime néhány példa. A Petheő-féle pezsgőgyár egyik pezsgőfajára egy csinos kinézésű lovon egy jockeyt ültet, ráírja Petheő pezsgője, s a ló alá »Kisbér«. A pezsgő kelendő kezd lenni, mindenki csak a lovas pezsgőt keresi. Megjelenik nemsokára Prückler gyárából szintén egy csinos barna ló, rajta hasonlóképp egy jockey és kezd a jóhirben levő Petheő-féle pezsgővel versenyezni. Természetes, hogy Petheő utánzással vádolja Prücklert; összehasonlítják a két jelet, és kitünik, hogy az egyik ló jobbra, a másik balra, tehát éppen ellenkező irányba áll, — a jockey színei tökéletesen mások, a lovak alatt az egyikén Kincsem, a másikon Kisbér áll, óriási betűkkel s végül a felírás az egyikén Petheő pezsgője — a másikon Prückler pezsgője; — szóval az összes részletek különbözők. — Brázay ismeretes francia borszeszét védjeggyel hozza forgalomba, melyen egy nagy ház s az angol czimer van vázolva. A francia borszesz kelendő; árújegyét utánozzák. A furfangos utánzó kimutatja, hogy jegye lényegesen más, mint Brázay-é; mert a házon 12 ablak helyett csak 8, — a ház előtt haladó lóvonatú vasut helyett, confortablis áll, — és az angol czimer unicornisa nem jobbfelé, hanem balfelé néz. — Hasonló esetekkel találkozunk budai keserű vizeinknél, a melyek jelvényül »Hunyady János« névvel és egy Hunyadynak látszó képpel mennek a világba. Miután a Saxlehner cég óriási erővel szerzett piacot az egész világon a budai keserű viznek, még pedig az említett jellel, — a versenyző források mind többé-kevésbé hasonló jelekkel és nehogy utánzással vádoltassanak Hunyady János helyett Hunyady Mátyás, Hunyady József, Hunyady Árpád, Hunyady Lajos, Hunyady László, — sőt mint-hogy Franciaországban a Hunyady Jánossal jelzett viz a közéletben »János« név alatt ismeretes, van vállalkozó, aki a Hunyady szót egészen elejtette, és »János«, egy újabb concurrens pedig »Új János« vizének nevezi forrását. Ime mily változatosság a megnevezésben s mégis céljuk egy és ugyanaz, a Hunyady János névvel meghódított piacra könnyű szerrel bejutni.

De legfurcsább és igazán a közönség tunya gondolkozására mutat az az eljárás, melyben az üzletember bizonyos jelt avagy nevet akképp használ föl, hogy épen ellenkezőjét akarja annak



állítani, mint a mit a közönség lát. A kávépótlék terén a Frank-féle kávé nagy elterjedésű. Minden csomagon a közepén nagy felíráson látható »Frank-féle kávé«, a versenyző cégek, ha jobbat is készítenek, nem tudnak gyártmányukkal tért foglalni, a Frank név hódított. Kapja magát egy vállalkozó; kávéjának borítékjaira nagy betűkkel a közepén feltünteti Frank-féle kávé szót; e szó rámája gyanánt mindazáltal kisebb betűjű írásban hirdeti, hogy óva kéri a közönséget, ne zavarják össze az ő jeles minőségű gyártmányát a Frank-féle kávéval, hanem kerüljék ezt a szót és nála vegyenek kávépótlót.

Nagy szerepet játszik a kelendőség szempontjából az árú származási helyének megnevezése. Oly árúcikkeknel, a melyek helyhez kötöttek, illetőleg származásuknál fogva már magukon hordják természetük jellegét, ez igen természetesnek látszik; a tokaji bor, a malaga, a porto, a bordeaux nevében mutatja nemcsak származását, hanem kvalitását is; csak hogy azután az egyes nevek fölhasználását ismét a közönség tunya gondolkozása megköveteli ott, a hol az majdnem lehetetlen. Mit csináljon a borkereskedő akkor, midőn például a budai vörösborral egyenlő jó bora vagy ha tetszik jobb bora van, és megrendelője budait kér; hiába magyarázza meg neki, hogy kifogyott a budai, de szolgálhat ép oly minőségű másféle vörös borral, — a megrendelő ily esetben elhagyja szokott szállítóját, és keres máshol budait. Ha az a porto, sherry, bordeaux, vöslai, budai, somlai, stb. borok mind tényleg Portugalban Xeres, Bordeaux, Vöslau, Buda és Somlyó környékén termettek volna: soha sem lehettek volna világforgalmi jelentőségűek, fogyasztásuk soha sem terjedhetett volna nagy mértékben, s így az illető ország bortermelését soha sem emelték volna oly arányokban, a mint ez tényleg most történik. És hasonlóan van ez más cikkekkel. A boszniai szilva, a bánási buza, jamaikai rhum és számos a mindennapi életben előforduló cikk hangosan szól ezen tapasztalat mellett.

Ha itt a név még némileg igazolt követelésnek látszik, mert bizonyos tekintetben inkább kvalitást, mint származást jelez, igazán tisztán a megszokottság következménye, a midőn egyes cikkeknel a vevő a geográfiai hely után kérdezősködik, és csak ha az ismert nevet látja, bizik az árú jóságában. Az efféle eljárásnak szintén van történeti alapja, mert tényleg az illető cikk valamikor azon a helyen, melyet a vevő keres, jobban, szebben, tartósabban állítottatott elő, de az idők folyásával a ter-

melés egyenlő vagy jobb lett másutt is, de a vevő ezt kétkedve hiszi.

Alig van árúcsoport, a melyben a hely neve nagy szerepet ne játszanék, a mint ez a következő példákból kitünik:

a sajtok nevei: Chester, Eidam, Ementhal, Gorgonzola Groyi, Roquefort, Romadour, a liptói turó;

a tésztaféléknél: nápolyi macaroni, szegedi tarhonya, pozsonyi, gráczai, carlsbadi, reichenauai kétszersült, nürnbergi vagy debreczeni mézeskalács, madelaine de Commercys;

a húsféléknél: debreczeni kolbász, prágai, westfali, kassai sódar, kassai malacznylev, kolozsvári szalonna, párisi, szepesi, krakkói kolbász, pomeráni lúdmell, veronai szalámi;

a különböző delicatesszek: rajnai lazac, hollandi hering, strassburgi pástétom, franczia és angol mustár, znaimi uborka, szegedi paprika stb.;

a vasárúk egész serege, pl. steyer, angol, magyar nyersvas; magyar, német, amerikai fejsze; franczia, szász vakarók; német, angol kengyel; lengyel, berlini, kecskeméti, marienthali lakat; magyar, cseh, steyer, boszniai, angol szegek, stb. stb.

Páris, London és Bécs híre e részben ismeretes. Alig van talán kalap, melybe a magyar kereskedő bele nem nyomja Páris vagy London nevét; Bécsben sok galanteria árút párisi származásu gyanánt hoznak forgalomba, a melyet ismét a párisiak Párisban »articles viennois« czim alatt kínálnak. Vannak cikkek, melyeket más származásu jelzéssel lehetetlen forgalomba hozni. A liköröknél például hosszú időig küzdöttek gyárosaink a külföldi versenynyel; a legrosszabb likör is, ha angol, franczia, de sőt osztrák származásra mutató fölirattal jött forgalomba, jobban kelt, mint ha a magyar eredet látszott meg rajta; gyárosainknak nem maradt más hátra, mint hogy nem létező franczia cég jelzésével lépjenek ki a versenyre, s most a világ szívesen veszi gyártmányukat, pedig semmi sem változott minőségükben. Mondják egy nagyhirű papirgyárról, hogy finomabb papirosait csak akkor tudta forgalomba hozni, midőn egy angol gyár nevével látta azt el, s ez okból az illető gyárral szerződést kelle kötnie és papirjait a gyár jelvényeivel elláttatni; csak azután találta a vevő közönség a papirt jónak és írásra nagyon alkalmasnak, — daczára annak, hogy az efféle kezelés által a papiros természetesen drágább lett.

A közönségnek ezen oly kiválóan a tunya gondolkozásra

mutatkozó észjárása oly általános, hogy például a háziasszonyok éber figyelmét is kikerüli az a furfang, melylyel az árú származásának ürügye alatt egyes élelmes vállalkozók rászedik. Ismeretes például, hogy nagyvárosok hetivásárjaira a vidéki parasztasszonyok saját terményeikkel, fris gyümölcsöcsel, száraz gyümölcsöcsel, tojással, stb. berándulnak. A házi asszonyok ily vidékieknél jobb és olcsóbb árút is szoktak kapni és lassan-lassan szokásossá válik parasztasszonyoktól vásárolni. Ezt tudja jól a parasztasszony, de hát annyi termése sem neki, sem falujának nincsen, hogy minden heti vásáron megjelenve, jó üzletet csináljon; de meg talán nem is nagy élvezet hetenkint kétszer-háromszor megrakodtan nehéz teherrel Palotáról bejárni Budapest főterére. Kapják tehát magukat, bejönnek szépen a lóvasut kocsijának emeletén üres kosarakkal, elmennek azután valamely nagyobb kereskedőhöz, megveszik ott az almát, az aszalt szilvát, a diót, a tojást, kiülnek a piacra, és a jó háziasszonyok kapva-kapnak a palotai asszony árúin, melyet talán egy lépéssel odébb a boltban a nap minden részeiben nagy mennyiségben megtalálhatnak. És ilyen példa van elég. A hentes, a mészáros, kinek boltja ép a hetipiaczon van, kénytelen talán épen boltja előtt egy külön sátorban vagy állványon czikkeit kínálni és áruba bocsátani, mert a közönség tunya gondolkozásában különben a boltban maradó hentest vagy mészarost nem tekinti olyannak, kinél hetivásárok alkalmából jó és olcsó árút lehetne vásárolni. Sok élelmes kofa parasztasszony öltözetben jelenik meg, számolva azzal, hogy ez a ruha jó czégér árúi számára.

Az eladás módjára nézve is egészen a megszokottság dominál igen sok esetben; tekintsük például a csomagolás módozatait. A Milly gyertyák kelendőségük biztonságát a sötét-sárga papirnak, melyre fekete szöveg van nyomtatva, tehát a fekete-sárga csomagolásnak köszönik; bizonyos vidékeken a nálunk szokásos sötét-kék czukorpapírost nem lehet használni a czukor csomagolására, mert a nép a világos-kék papiroshoz van szokva. Némely árúk egész kelendőségüket a velük csomagolt képeknek köszönik; így újabb időben Olaszországból gyufáknak használt viaszgyertyácskák leginkább azért kerültek gyorsan forgalomba, mert csinos képekkel kiállított dobozokban voltak elárúsítva.

Egy további példa az eladás módozatainak nagy hatására az az üzlet, mely »vándorraktárak,« »árverési csarnokok« és hasonló gyors eladásra mutató jelzőkkel volt szokásos. A közön-



ség azon tudatban, hogy árveréseken olcsón lehet tárgyakat venni, az efféle üzletekhez tódult; tényleg árvereztek is, de a vevő rendszerint rá volt szedve, a midőn árverezve sikerült vásárolnia. Alaki jogosság szempontjából hiába szólalt fel bárki is az efféle üzelmek ellen, mert a csarnokban mindenki megnézhetette a tárgyakat, nem meggondolatlanul, hanem egymást tulliczítálva kínálták maguk az árt, igazságtalanság senkin sem történt, ha az illető vevő csalódott, csak saját maga az oka, de nem a kereskedő.

És most, ha fölvetjük azt a kérdést, lehet-e, avagy tanácsos-e törvényhozásilag oly korlátozó intézkedéseket hozni, a melyeknek célja, hogy a forgalomban a teljes őszinteség uralkodjék és mindaz, ami csak legkevésbé is ellenkezik a valóval, tiltott cselekménynek tekintessék: — talán nem fogunk oly határozottsággal nyilatkozni, és nem fogjuk az üzletember számos, a valónak mindenben nem is megfelelő cselekményeit elítélni.

Kivált fontos e kérdés nemzetközi szempontból, és a mint mindjárt kifejtjük, a törvényhozásnak minden intézkedése e téren nagy hatással van nemcsak a belső forgalomra, hanem kivált a külkereskedésre s ezzel kapcsolatban a gyártás terjedelmére, mert a törvényhozási intézkedések csak az ország területén szoríthatják és korlátozhatják meg a forgalmat, de ki nem hatnak intézkedéseikkel a külföldre s így aztán a visszaélésnek vagy tiltott cselekménynek jelzett eljárás benn az országban üldözhető, de másutt szabadon gyakorolható.

Vegyük a dolgot példában. A törvényhozás elrendelné, hogy bizonyos vidéken termett bort csak a vidékének megfelelő néven szabad áruba bocsátani; tehát szegzárdi bornak mást mint Szegzárd vidékén termett bort nem szabad nevezni, és tételezzük föl, hogy szegzárdi bort — melyből egy évben 1000 hectoliter terem — évenként a külföld 10,000 hectolitert szokott vásárolni. Tiltva lévén a szegzárdihoz teljesen egyenlő minőségű bort, ha tényleg nem is Szegzárdon termett, ily nevezet alatt forgalomba hozni, az országban a törvény szigora meg is akadályozhatja a más fajta bornak ezen név alatt áruba bocsátását. Amde az a bécsi vagy svájci vagy berlini kereskedő, a ki évenként ellátta fogyasztóközönségét Szegzárdival, ez nem fogja a magyar törvény kedvéért üzletét kockáztatni, és azt mondani, nincs többé szegzárdi, igyatok villányit is vagy egrit, hanem hozat majd

magának bort s ő fogja a külföld számára szegzárdivá átalakítani s elnevezni. És gyakran majd az történik, hogy a külföldi cég talán egészen elfordul azon termelő országtól, a mely ily nehézségeket okoz bora értékesítésénél, és ez a szegzárdi bor majd dalmát és olasz borok vegyítékéből készülve, egészen kiszorítja a magyar termést. Mennyire érzik mindenütt a kereskedésnek ezen irányát, mutatja például a törvényhozásnak azon álláspontja, hogy gyakran az efféle korlátozásokat a külföldre szánt cikkek-nél nem követeli. Midőn például jelenleg Európa több államai-ban törvényhozási intézkedések által a természetes bort a mesterségesen készítettől vagy javítottól meg akarják különböztetni, heves harczok folytak azért, hogy a kivitelre kerülő borok iránt semmiféle korlátozó intézkedések ne tétessenek. Így a most tárgyalás alatt levő francia javaslat szerint a bort még kell jelölni bornak, cukrosbornak, száraz szőlőből készült bornak, a szerint amint egészen természetes, cukorral vegyített vagy száraz szőlőből készített. A déli francia kereskedelmi kamarák hangosan követelik, hogy a jelzés engedtettsék el a kivitelre kerülő borok-nál és kimutatják, hogy ily intézkedés által a francia borkereskedés szenvedne.

Ismeretes dolog, hogy az arany- és ezüstművek nálunk csak fémjelvezve jöhetnek forgalomba. Ez a fémjelzés mindazáltal a külföldön iparosainknak semmi biztosítékot nem nyújt reális üzletre; nevezetesen keleten, a hol az arany és ezüst szálak különböző öltözékekhez nagyon használatosak, azok az országok, melyekben nincs fémjelző törvény, előnyben vannak, mert nemtelen fémekkel erősebben ötvényezett aranyat vagy ezüstöt akadály nélkül és természetesen olcsóbban hozhatnak forgalomba, mint a mi iparosaink, kik ebbeli tevékenységükben szigorú ellenőrzés alatt állanak.

Egy másik példa: a törvényhozás elrendelné, hogy a tárgyakon külföldről való származásra mutató jelzöt használni nem szabad, tehát nem szabad mondani, hogy a kalap párisi, a likör francia, a pezsgő francia, stb.; ennek első következménye az lenne, hogy magában a belföldön a tényleg idegen származású árú értékében minden ok nélkül emelkednék s a belföldi cikkek háttérbe szorulnának; másodsor az említett példák szerint nem Párisból, vagy nem Franciaországból, hanem máshonnan a külföldről, például Ausztriából avagy Németországból jövő árúk, melyek ellen a belföldi hatóságok az ellenőrzést vagy épen nem,



vagy csak fölötte nehezen gyakorolhatnák, szintén egészen jótalan előnyben részesíttetnének; és végül a hazai termelés a külföldön absolute nem kelhetne versenyre a vetélkedő külföldi gyárakkal s bizonyos czikkekkal soha sem tudna lábra kapni. Tudjuk, hogy évtizedek óta Franciaország szállítja például a liköröket az egész világra; mindenki hozzá van szokva francia felírásokhoz, francia nevekhez; a legjobb gyártmány nem tudna Kis-Ázsiában, Egyiptomban, Görögországban tért foglalni, ha francia származásra mutató fölírások nélkül kerül a piacra. Avagy nézzük, mikép fejlődnek nálunk a sajttermelés, ha nem volna szabad ementhali, groyi, schwarzenbergi stb. ismeretes sajtok neveit használni, hanem helyettök egy magyar vidék jelzésével kellene élni. Tért sem lehetne foglalni, annál kevésbé kiszorítani az ismeretes sajtokat, pedig jóságuk és olcsóságuk tekintetében bátran kiállják a külföldivel a versenyt.

Átalában elv gyanánt föl lehet állítani azt, hogy az igazság és valódiságnak elérésére irányzott minden törvényhozási cselekvés az erősebb vállalatnak előnyére szolgál, vagyis nemzetközileg kifejezve, minden ilyféle intézkedés az erősebb nemzetnek előnyt, a gyöngébb vagy kezdő nemzetnek hátrányt okoz; mert biztosítja a piacon a régebben megjelent vállalatnak, illetőleg nemzetnek az emberi természet, illetőleg a fogyasztó község azon tulajdonságát, mely megszokottságánál fogva nem az árú valóságos értékét, belső becsét, hanem külsőségét követeli s azok szerint elégíti ki szükségleteit. Minél hátrább maradt valamely nemzet iparában és kereskedésében; minél kevésbé jelent meg eddig a nemzetközi forgalomban: annál kevésbé indokolt, hogy e téren akár önállóan, akár nemzetközi szerződések útján korlátozó intézkedésekbe lépjen s ilyenekre kötelezze magát.

Ha e részben talán nem is lehet annyira menni, mint például az amerikaiak, akik az Európában megjelent jeles munkákat egyszerüen minden legkisebb lelkiismereti furdalás nélkül lenyomatják s forgalomba hozzák; ha a szellemi tulajdon egyéb formái, például a szabadalmak vagy a mustrák és minták kölcsönös védelme szempontjából a nemzetközi szerződéseket elnevezni nem is lehet, habár e téren is az áll, hogy a hátramaradottabb nemzet mindig áldozatokat hoz efféle szerződések kötésénél: de már tovább menőleg az igazság és valóság érvényesítésére törekedni és oly intézkedéseket meghonosítani, melyek által



csak a magyar iparos és kereskedő szoríttatik az igazság és valóság érvényesítésére, az idegen pedig teheti a versenyben továbbra is azt, a mit akar, ezt főképp nálunk a törvényhozásnak tennie nem szabad.

A közgazdasági törvényhozásnak főadata ideálok, örökérvényű erkölcsi szempontok felé, s ez okból az igazság érvényesítésére is törekedni, de ép úgy kötelessége mindenkor az emberiség gyöngéit és természetét is kellő figyelemre méltatni, és a helyzet, valamint a kifejlődött körülmények szerint akképp intézkedni, a miként ezt a nemzeti termelés és gazdálkodás különleges viszonyai megengedik, sőt követelik. Mindenesetre óvakodnia kell más nemzeteket majmolni oly téren, a mely látszólag az erkölcsi élet szigorú alapján nyugszik, tényleg pedig nem más, mint a kapzsi önérdek nyereségének még nagyobb biztosítása.

A verseny terén az igazságnak és a valónak meghonosítását a nagy nemzetek most egyszerűen azért követelik, mert ők maguk saját kereskedésüket és iparukat annak idejében a most veszélyeseknek hirdetett eszközökkel nagyra fejlesztették; ebbeli elsőbbségüket most a kisebb vagy közgazdaságilag hátramaradt nemzetek s fejledező iparuk által veszélyeztetve látják, s most ők lépnek föl s közgazdaságba elvekül oly erkölcsi igazságokat kívánnak fölvetetni, melyeket ők azelőtt, míg gyengék voltak, mellőzni czélszerűeknek találtak, de most, mert őket versenyükben akadályozzák, mások számára erkölcsi kötelességül oda állítanak.