

IRODALOM.

Mataja Viktor. *Grossmagazine und Kleinhandel.* Leipzig, Duncker & Humblot. 1892.

Mataja művében egész garmadában találhatni érdekes adatokat és igazságokat a detallüzlet szervezetéről és fejlődésének irányzatáról. A mű első fejezetében a nagy áruházak (Grossmagazine) elterjedéséről értekezik a szerző. Megtanuljuk tőle, hogy az áruház, — a melynek fogalmát egyébként a szerző nem kísérti meg definiálni, hanem körülírja, mondván: hogy azok olyan üzletek, a melyek a valóságos fogyasztókra számítanak és nem egyebek nagyszabású detallüzleteknél* — ma már a művelt nemzetek nagyobb városaiban hatalmasan elterjedtek és nagyon jelentősekké váltak. Az áruházak keletkezési helye és nagygyá fejlődésének piacza Franciaország, főkép Páris. A *Bon Marché*, a *Louvre*, a *Printemps* ott már évek óta világhírré tettek szert. Ez áruházak forgalma óriási. Másfélmillió franknál is nagyobb a forgalma a mondott három áruháznak; vevőit pedig az európai nemzetek egész hölgyvilágából sorolja. A *Bon Marché* 3 millió árjegyzéket küld szét évenként és 1 millió franknál többet fizet ki a minták és az eladott áruk szállítási díjaira. A felsoroltan adatoknál is érdekesebb, a mit Mataja az áruházak mivoltáról mond el, igen megbízható tanulmányai alapján. Az áruházak — mondja Mataja — sokfélék. Egyikök tisztán speculatívus természetű és Franciaországban meg Amerikában van otthon, bár nem idegen Angliában sem; ezek nem egyebek kereseti, illetőleg meggazdagodási célokból alakult üzleti vállalatoknál. Velök teljes ellentétben és majdnem teljesen elszigetelve áll a német tiszték egylete (Offiziervereine), a melynek bajtársi alapszervezete van; a nyereszkesedési törekvés ki van zárva belőle és a befektetett tőke visszafizetésre kerül. Az áruházak e két egymással teljesen ellentétes fajtája között az áruházaknak egész sora létezik, a legkülönbözőbb formában mutatva azt a két elemet, a melyet fentebb, mint mereven jellemző tulajdonságot érintettem és majd a fogyasztási szövetkezetek, majd az üzletek egyik vagy másik sajátosságát áruyékolkják ki különösebben. A legzavarosabb képet adja a német tisztviselők berlini árutelepe; a nagy angol társaságok a szövetkezet eszméjét csak zászlaikra írják, de azért az önköltségi árakat olyan csekélységgel emelik fel az eladások alkalmával, hogy megszegyeníthetnének igen sok fogyasztási szövetkezetet; az olaszországi árutelepek, a melyek multjáról ma még alig lehet szólni, a szövetkezeti jelleget a társulati tőke

* Die Grossmagazine sind Geschäfte, die auf den Verkehr mit den wirklichen Konsumenten rechnen, sonach Detailgeschäfte in grösstem Stile.

korlátlanlansága és az osztalékok meghatározottsága által határozottabb kifejezésre juttatták, habár az eladási ár és az önköltségi ár között nagyobb a különbség, mint Angliában.

A következő fejezetben azt a jelentőséget kutatja a szerző, a melyet az árutelepek a detailüzletekre gyakoroltak. (A. *Tendenz der modernen Handelsentwicklung*; B. *Grossmagazine und Konsumvereine*; C. *Grossmagazine und Kleinhandel*). Mataja arra az eredményre jut, hogy az árutelepeknek ép úgy, mint mindennemű földi alkotmánynak vannak előnyei és gyöngéi, de fejlődésükre a modern gazdasági fejlődés igen kedvező, a miből azt lehet ugyan következtetni, hogy az áruházak elterjedésére bizvást lehet számítani, de ebből éppen nem lehet következtetni azt, hogy majd a detailüzleteket elnyomja. Ez ellen a detailüzleteket biztosítják jelentékeny elsősegei, a melyek nélkül az áruházak nagyon is szűkölködnek. Mataja nézete szerint a detailüzletek majd csak meg lesznek jobban határolva, de elnyomva nem lesznek.

Az árutelepeknek hatását az ipari fejlődésre, vizsgálgatja a harmadik fejezet. A negyedikben igen érdekesen azon mozgalmak vannak összegezve, a melyeket a detailisták intéztek, főleg Párisban, az árutelepek ellen. Mataja ezekben a törpék hiába való erőlködését látja az óriások ellen. Hogy e harcban a gyengék az államot is segítségül hívják, természetes.

Az ötödik fejezet, a mely az árutelepek társadalmi jelentőségét méltatja, a szerző arra az eredményre jut, hogy az árutelepeknek nagy társadalmi hátrányai vannak ugyan, de viszont jelentékeny elsőségekkel is bírnak. És a szociálpolitikusnak nincs rá oka, hogy az árutelepek terjeszkedése ellen harcoljon.

És a mondottak után — Matajának is ez a nézete — tulajdonképen örülhetünk, hogy a detailüzlet terén a vége felé járó század még egy nagy és hatalmas alkotás kezdetét láthatja. A detailüzletpolitikusok ép oly biztonsággal meg fognak születni, mint a hogy megszülettek a kisipar politikusai.

Mataja könyve nemcsak tartalmával, de stíljének kellemes voltával is részölgál az elolvasásra. Értékes tagját képezi a hasonló és ugyanazon tárgyról szóló irodalomnak, a melynek azonban gyöngye, ez ideig legalább Zolának „Au bonheur des dames“ című regénye.

b. l.

*

Nyílt főkönyvi követelések behajtási módja. (Vorschlag zur Regelung der Incassos offener Buchforderungen von Karl Zeleny, Secretär des Informationsbureaus „Vindobona“). Az idézett című röpirat kereskedői- és iparos-körökben már tárgyanál fogva is nagy érdeklődésnek lesz tárgya. Az van benne fejtegetve, hogy mikép lehetne hitelviszonyainkat oly módon szabályozni, hogy azok lektüzdvé a most még sok felé tapasztalható akadályokat, hatalmasan fellendülhessenek. Az élenken irt füzetre még visszatérünk.