

85183

A FOGYASZTÁS GAZDASÁGTANA ÉS IRÁNYÍTÁSA

IRTA

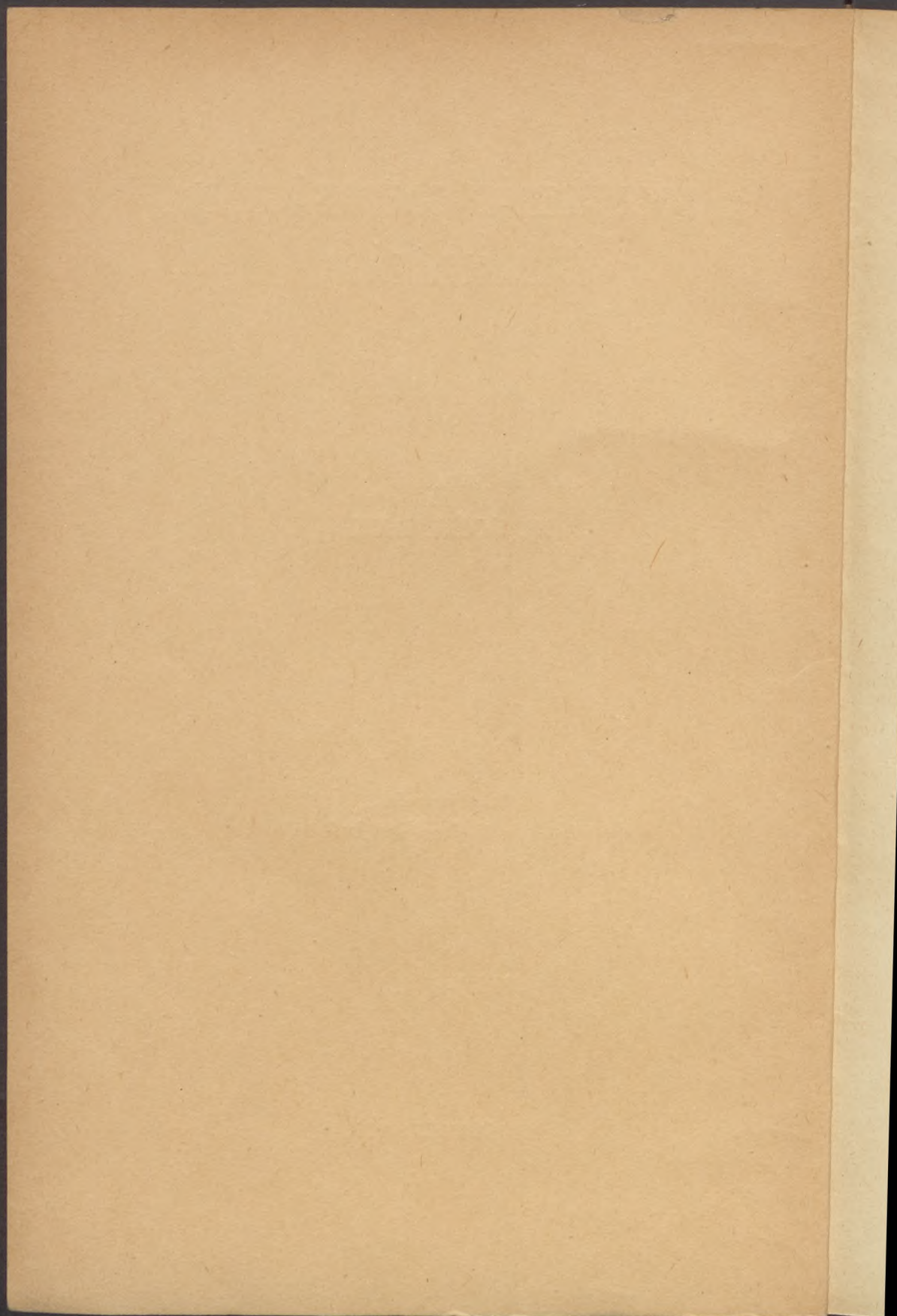
Ifj. BOÉR ELEK

Különlenyomat

a „Közgazdasági Szemle“ 1939. évi 1—4. számából

KECSKEMÉT, 1939.

h



A FOGYASZTÁS GAZDASÁGTANA ÉS IRÁNYÍTÁSA


IRTA

Ifj. BOÉR ELEK

Különlenyomat

a „Közgazdasági Szemle” 1939. évi 1—4. számából

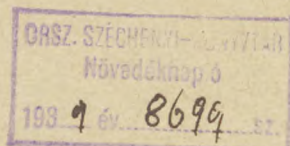
KECSKEMÉT, 1939.



(R
2)



85183



Tárgymutató: I. A fogyasztás gazdaságtana: 1. Az intézményi iskola hatása. 2. Magángazdasági elemek. 3. Szociológiai és pszichológiai elemek. 4. A világválság és a technokrata eszmék hatása. II. A fogyasztás irányítása: 1. A liberális irányítás. 2. A fogyasztók önsegélye. 3. Közületi irányítás: a) A nemzeti szocializmus gazdasági meggyőzése és fogyasztáspolitikája; b) Roosevelttel kísérletének fogyasztáspolitikai vonatkozásai.

I/1. A fogyasztás gazdaságtanának újabb fejlődése első sorban amerikai jelenség. Érthető tehát, hogy az amerikai gazdaságtudománynak csaknem valamennyi jellegzetes vonását felfedezhetjük rajta. Az *Economics of Consumption* ugyanis egyfelől a magángazdasági és a közgazdasági felfogás ötvözete, másfelől pedig magán hordja az intézményi iskola bélyegét. Az institucionalizmus ismérvei közül megtaláljuk a statisztikai módszer bőséges alkalmazását, a lélektani elemeket és a gazdaságszociológiai beállítottságot. A szociologizáló hajlam Schmollernél és Veblennél egyaránt érvényesült. Már csak Schmollerre való tekintettel is elhibázott dolog lenne, ha az új történelmi iskola egyedüli ismervének a természettudományi jellegű induktív részletkutatót tartanók. Ez különösen a liberális kritika álláspontja,¹ amely szeret megfedkezni arról, hogy ez az iskola milyen sokat vett át a régi német történelmi iskola egyetemlegességéből. Hiszen ez az irány részletkutatói során is messzemenően érvényesítette az univerzalisztikus szellemet. Nem hiába látta Herkner az új történelmi iskola vezéregyéniségének legnagyobb teljesítményét szociológiai irányú működésében. A szociológiai módszer pedig éppen az intézmények fejlődésének vizsgálatánál nyert leginkább alkalmazást. Ezt az „intézményi” vonást tekintette Veblen — minden kifogása dacára is — Schmoller tankönyve legnagyobb előnyének.² Ami az új német történelmi iskola gazdaságpolitikai

¹ L. p. o. *Oscar Morgenstern*: Quantitative und qualitative Konjunkturforschung, Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft, 85. Bd. 1928. 78. l.

² L. *Thorstein Veblen*: Gustav Schmoller's Economics c. cikkét „The place of science in modern civilisation and other essays”. New-York 1932. c. kötetben, 252. l. köv., különösen 265. l.

etizáló és politizáló hajlamát illeti, azt Veblen élesen elutasította magától,³ de az intézményi iskola gazdaságtörténelmi — szociológiai beállítottsága magábanvéve is fokozott megértésre vezetett a gazdaságpolitikai követelmények iránt. Az „amerikai rendszerrel“, a liberalizmus eme hamisítatlan rendszerével szemben a gazdaságpolitika létjogosultságának elismerését elsősorban az institucionalizmus mozdította elő. A fogyasztás gazdaságtana ezen a téren is jórészt az intézményi iskola jegyében áll, mert, mint látni fogjuk, fontos adalékokat szolgáltat a fogyasztáspolitikai hathatósabb alkalmazása mellett.

I/2. Míg a közgazdaságtan polgári irányai között mélyreható ellentétek állanak fenn a gazdaságelmélet és — politika határainak megvonása körül, addig meglehetősen egyetértés mutatkozik a magángazdaságtannak a közgazdaságtantól való szétválasztását illetőleg. Erészt ugyanis az angol klasszikus iskolának az a felfogása maradt uralkodó, hogy a társadalmi gazdaság a piaccal kezdődik. Ebben a vonatkozásban az individualisztikus és az organikus társadalombölcseleti felfogás között alapjában véve nem észlelhető módszertani különbség. A piac az egyes gazdaságok társadalmi összefüggéseinek eredője. A valóságban nem vághatjuk el azokat a szálakat, amelyek manapság a piacba betagolódtak egyes gazdaságokat összefűzik, mert ezzel a gazdasági egységeken élveboncolást végeznénk. De módszertanilag ez nemcsak megengedett, hanem egyenesen nélkülözhetetlen eljárás. Ilymódon az egyes gazdaságoknak a piacon kívül folyó belső életét izoláltan kell vizsgálni tárgyává tenni. Már most az egyes gazdaságnak két főfaja van: a vállalat és a háztartás. A háztartások közül a közháztartás épügy a pénzügytan körébe tartozik, mint a közüzemek kérdése. Ezen a helyen azonban elsősorban a magánháztartások érdekelnek bennünket. A vállalatok, vagy másnéven kereseti gazdaságok egész szervezete és működése a piacra irányul. Itt az elvonatkoztatás a piactól nagyobb fokú, mint a magánháztartásnál, mert a kereseti gazdaság célja, amint az magából az elnevezésből is kiténik, a piaci cél, a kereset, vagyis a nyereségszerzés. Erre van beállítva a termelés technikai folyamata is, amely a vállalatnál az üzemen belül folyik. Ezzel szemben a háztartási üzem hivatása a szükséglet fedezése, a fogyasztás végcéljai pedig már belevágnak az életfilozófia kérdésébe. A termelés tekintetében is óriási a különbség a vállalat és a magánháztartás közt. Míg a kereseti gazdaság technikai oldala, a termelés is mindig a piacra irányul, addig a háztartás csak a saját szükséglet kielégítésére való termelést ismeri. Minthogy azonban a háztartási sajáttermelés

³ L. *Thornstein Veblen*: id. értekezés 269. l.

mindinkább szűk térre szorul, a háztartás piaci függősége egyre növekszik.

A magángazdaságtannak, vagy másnéven üzemgazdaságtannak nézetünk szerint két fő ága van: a vállalatok üzemgazdaságtana és a magánháztartástan. A német irodalomban ugyan nem ritkán külön szaknak tekintik az ipari (a kereskedelmet beleértve), a mezőgazdasági és erdőgazdasági üzemgazdaságtant. Itt azonban csak a vállalatok üzemgazdaságtanának egyes ágaival állunk szemben. Ezt Lohmann is elismeri, ellenben túlságosan szűkre szabja az üzemgazdaságtan körét, amikor a háztartást ki akarja rekeszteni belőle. Igaz, hogy ezt csupán célszerűségi szempontokból tartja indokoltnak.⁴ Lohmanntól eltérően a német üzemgazdaságtani írók közül sokan kifejezetten bevonják a háztartást az üzemgazdaságtan fogalmába, az amerikai írók pedig az üzemgazdaságtant általában ebben a tágabb értelemben fogják fel. Ennek megfelelően a fogyasztás gazdaságtanában is megtaláljuk mind a vállalatok, mind a magánháztartások magángazdasági vonatkozásait. Ez azt jelenti, hogy a fogyasztás gazdaságtana a vállalatoknak a háztartásokkal való kapcsolataira épít, kiterjed, mint a magánháztartás technikai, pszichológiai és biológiai oldalára. Jellemző, hogy Nystrom „A fogyasztás gazdasági elvei” című könyvéhez összeállított bibliográfiájában a kilenc főcsoport közül csak az elsőt nevezi a fogyasztás gazdaságtana csoportjának, amely az ilyen című műveken, tankönyveken, a fényűzéssel és a fogyasztási szövetkezeti mozgalommal foglalkozó munkákon kívül a magánháztartásra, a fogyasztók vásárló erejére, a reklámra, az eladásra, a divatra, a fogyasztói hitelre, a fogyasztó nevelésére, az életszínvonalra stb. vonatkozó műveket sorol fel.⁵ Nystrom könyve túlnyomórészt magángazdasági jellegű, hiszen egy „kereskedői és szétosztási sorozat” keretében jelent meg. Waite a fogyasztás gazdaságtanáról szóló munkáját a háztartástan körében amerikai főiskolákon tartott előadásaival kapcsolatban írta meg.⁶ Kyrk az életszínvonal és a család gazdaságtanának,⁷ Hoyt az életszínvo-

⁴ L. Martin Lohmann: Betriebswirtschaftslehre. Wirtschaftslehre der gewerblichen Unternehmungen. Grundzüge der Rechts- und Staatswissenschaft, Reihe. B.: Wirtschaftswissenschaft, Hamburg 1936. 19. l.

⁵ Nystrom bibliográfiájának főcsoportjai a következők: a) A fogyasztás gazdaságtana, b) A fogyasztás kapcsolata az üzleti haladással, c) Vagyon és jövedelem, d) Népeség, e) Megélhetési költség és életszínvonal, f) Javak és szolgáltatások, g) Egészségvédelem, h) Szabadidő, i) Indexek és mértékek. L. Paul Nystrom: Economic principles of consumption, New-York 1929 and 1931. 548. l. köv.

⁶ Warren C. Waite: Economics of consumption, London 1928.

⁷ Hazel Kyrk: A theory of consumption, Boston 1923 és u. a. Economic problems of the family, New-York and London 1933.

nalnak a problémáival foglalkozik.⁸ A család és az életszínvonal kérdésének kutatói már kezdettől fogva figyelembe vették a fogyasztás szociológiai tényezőit is és a fogyasztás gazdaságtana ehhez a hagyományhoz hű is maradt. De a magán-gazdasági és szociológiai elemek mellett megtaláljuk a gazdaságpolitikai és társadalomgazdasági vonásokat is. A gazdaságpolitikai vonatkozásokat még Nystrom is figyelemre méltatja. Waite már nem csak a gazdaságpolitikai, hanem a gazdaságelméleti összefüggésekre is kiterjed, Wyand pedig legújabb nagy szintetikus munkájában ezeket a különböző elemeket mind behatóan tárgyalja.⁹

Ezek szerint a fogyasztás gazdaságtana legátfogóbb alakjában vizsgálódásai körébe vonja:

1. A magánháztartástan egyes elemeit,
2. A vállalatok üzemgazdaságtanának fogyasztási vonatkozásait.
3. A fogyasztás szociológiai és pszichológiai tényezőit.
4. A termelés és a fogyasztás gazdaságelméleti összefüggéseit és
5. A fogyasztáspolitikát.

Maradjunk egyelőre a magángazdasági elemeknél, amelyek az első két pont alatt szerepelnek. A háztartástan, illetve az otthon gazdaságtana¹⁰ az Egyesült Államokban az oktatás terén sokkalta előkelőbb helyet foglal el, mint Európában. Míg az óvilágban a magánháztartástan elsősorban az általános nevelés tárgya, a középfokú tanintézetek közül már csak egyes szakiskolák tantervébe van felvéve, a főiskolákön pedig kevés kivétellel nem tudott tért hódítani, addig Amerikában az elemi iskoláktól kezdve a főiskolákig fontos szerepet játszik.¹¹ A Bureau of Education adatai szerint 1928-ban 8072 nyilvános középfokú iskola tanította a háztartástant és a jelentősebb leányiskoláknak mintegy $\frac{2}{3}$ -ánál kötelező tantárgy volt, a főiskolák közül pedig 322 tartott négy éves tanfolyamokat, a többi ugyancsak tekintélyes számú tanfolyamról eltekintve. A háztartástan tanterve azonban rendkívül változó. A legelterjedtebb és egyben a legszűkebb értelemben „az otthon gazdaságtana“ a gyermekgondozást, az ételmezésről, a lakásról és a háztartási felszerelésről való gondoskodást öleli fel, de többnyire a háztartás költségvetésére és a piaci ismeretekre is kiterjed, sőt gyakran még kereseti foglalkozások számára is ki-

⁸ L. Elisabeth Hoyt: The consumption of wealth, New-York 1928.

⁹ L. Charles S. Wyand: The economics of consumption, New-York 1937.

¹⁰ L. elsősorban Benjamin R. Andrews: Economics of the Household, New-York 1925.

¹¹ L. Hazel Kyrk: „Home Economics“ c. cikkét, Encyclopedia of Social Sciences, Vol. VII., 1932. New-York, 427. l. köv.

képzést nyújt. Az idevágó tanfolyamokon képesítést szerezhetnek az eladók, az étkezdei alkalmazottak, bankok háztartási költségvetési szakértői, biztosító intézetek, szakfolyóiratok és élelmiszereket vagy háztartási felszerelést előállító gyárak egyes alkalmazottai. Ily módon az otthon gazdaságtanában a tulajdonképpeni háztartástan a piaci termelés és szétosztás azon ágaival fonódik egybe, amelyeket a fogyasztói közelség jellemez. Az azután az író egyéniségén mulik, hogy a magánháztartástani elemekből mennyit vesz át. De a legszélsőségebb magángazdasági felfogás alapján sem lehet teljes részletességgel felvenni a fogyasztás gazdaságtanába a háztartási termelést és a háztartáshoz közelálló kereseti tevékenységeket. Itt a háztartási költségvetés és statisztika mellett főként csak az általánosabb vonatkozások jöhetnek figyelembe. Világos egyébként, hogy a háztartásba bekapcsolódó kereseti tevékenységek tana már átlépi a magánháztartástan körét és a vállalatok üzemgazdaságtanának területére hatol be.

A vállalatok üzemgazdaságtana viszont csak annyiban vág bele a fogyasztás gazdaságtanába, amennyiben a vállalatoknak a fogyasztókkal való kapcsolatait tárgyalja. Minden egyes vállalatnak két oldala van, a belső, amely a munka szervezéséből és a termelés technikai folyamatából áll és a külső, a forgalomgazdasági oldal, amely a vállalat piaci kapcsolataiban nyilvánul meg. A piaci kapcsolatok egyik sajátos ága gyanánt a tőkebeszerzést szokás megkülönböztetni. A vállalat két oldalának különválasztása egy szükséges elméleti műfogást jelent, mert a vállalat a piacról szerzi be a termelési tényezőket, de mihelyt ezek a tényezők átlépik az üzem küszöbét, többé már nem piaci jelenségekkel, hanem a belső üzemvezetés és a technika problémáival állunk szemben. Másrészt a piackutatásnak, az eladásnak, a reklámnak, a hírszolgáltatnak, stb. mind megvan a maga belső szervezete is, de a tevékenység itt már közvetlenebbül kifelé a piacra irányul.

Már most a fogyasztás gazdaságtanának művelői módszertanilag igen gyakran nem választják kellőképpen külön a magán- és a közgazdasági elemeket, hanem a fogyasztó választásának (choice) gyűjtő fogalmára aggatják a különböző magán- és közgazdasági alkatrészeket, a szociológiákkal és a lélektaniakkal együtt. Mindazonáltal a fogyasztás gazdaságtana nem csak eklektikus, hanem részben szintetikus munkát is végzett, mert nagyban hozzájárult annak felismeréséhez, hogy a fogyasztó az úgynevezett szabad gazdasági rendszer mellett milyen messzemenően irányítva van. Ez a liberális irányítás pedig a termelő és a kereskedő kezébe van letéve.

I/3. A pszichológiai vonatkozások a magánháztartástanban is szóhoz jutnak a technikai, kémiai és biológiai elemek

mellett. De a fogyasztástan körében a lélektan jelentőségét a vállalati üzemgazdaságtan és a szociológia területén kell elsősorban keresni. Az üzemgazdaságtant illetőleg különösen az eladás és a reklám pszichológiája jön számításba. Ezek a pszichológiai elemek viszont többnyire egybefonódnak a szociológiaiakkal. Kitűnik ez a fogyasztás gazdaságtanának a határhaszoniskolával szemben tanúsított kritikai magatartásából is. Egyes szerzők a csökkenő hasznosság alapvető tételét elismerik ugyan,¹² de kifogásolják, hogy a határhaszoniskola elhanyagol olyan tényezőket, mint az egyéni és a tömegszokásokat, az alkut és az eladási képességet. Módszertani szempontból ezek az ellenvetések épp annyira el vannak hibázva, mint Veblennek a szubjektív értékiskolával szemben elfoglalt álláspontja,¹³ amely időközben már bevett intézményi receptté vált. Pedig a gazdaságelméletnek nemcsak joga, hanem egyenesen kötelessége, hogy csakis gazdasági szempontból vizsgálja a társadalmi élet jelenségeit. A közgazdaságtan elmélete „csupán a szükségletek lényegét és kielégítésük folyamatát” vizsgálhatja, egyébként azonban a szükségleteket — mindenkori rangsorukkal együtt — csakis mint gazdaságon kívüli adottságokat veheti figyelembe.¹⁴ Viszont a gazdaságpolitika, -történelem és -szociológia, úgyszintén a magángazdaságtan is saját nézőszögéből vizsgálódásai körébe vonja ezeket a problémákat is. Újabban egyébként erősen előretör a dinamikai gazdaságelmélet is, amely azonban aligha terjedhet ki többre, mint arra, hogy kimutassa, hogyan reagál az alapvető piaci gépezet a statikán kívül eső belső és külső változásokra. E változásokat, mint adottságokat az elmélet a gazdaságpolitikától, -történelemtől és -szociológiától átveszi ugyan, de a mögöttük rejlő tényezőknek beható elemzésére már nem térhet ki.

Módszertanilag nem egyszer zavarokra adhat okot, hogy a fogyasztás gazdaságtana „a fogyasztó választása” köré csoportosítja a különböző elemeket. Azt azonban elérte, hogy sikerült szerves kapcsolatot létesítenie nemcsak a magángazdaságtan és a közgazdasági politika, hanem a szociológia és a gazdaságpolitika között is. A szintézis tehát nem a gazdaságelmélet, hanem elsősorban a magángazdaságtan, a gazdaságpolitika és a gazdaságszociológia síkjain mozog. Nem csodálkozhatunk tehát azon, hogy a fogyasztás gazdaságtana a libe-

¹² Warren C. Waite: id. munka 81. l. köv.,

Paul H. Nystrom: id. munka 38. l. köv. és

Charles S. Wyand: id. munka 146. l. 7. jegyzet.

¹³ L. Thornstein Veblen: The limitations of marginal utility c. értekezését „The place of science in modern civilisation stb.” c. id. kötetben, 231. l. köv.

¹⁴ L. Heller Farkas: Theoretische Volkswirtschaftslehre, Leipzig 1927. 28. l.

rális rendszerrel szemben bíráló álláspontra helyezkedik. Ez a kritika azután az egyes szerzőknél az enyhe beavatkozás követelményétől egészen a kollektívizmusig és az utópiáig terjed. Az azonban bizonyos, hogy a caveat emptor szabadelvű jelszava már rég tarthatatlanná vált, úgyhogy ma már még a legliberálisabb államokban is csak bizonyos korlátozásokkal érvényesül.

Ami a szociológiát illeti, innen a fogyasztás gazdaságtana főként a család problémaköréből merít, hiszen a magánháztartástannak ma is túlnyomórészt a család az egysége.¹⁵ A családi háztartások száma még az Egyesült Államokban sem mutat visszaesést. 1930-ban mintegy 25 1/2 milliót tett ki a háztartást vezető eltartott nők száma az 1920. évi 22 millióval szemben.¹⁶ Viszont az otthon teremtőinek (home makers) aránya a háztartások számához képest csökkent, amennyiben az 1890. évi háztartásonkénti 1.06-ról 1930-ig 0.85-re hanyatlott, ami annak a jele, hogy a nők a kereseti pályákon nagyobb számban helyezkedtek el. Ezek szerint nem a háztartások számában, hanem a család belső életében észlelhető változás, és ez a változás nagyrészt gazdasági eredetű, mert a nők főként gazdasági okokból vállalnak munkát a háztartáson kívül. Jellemző, hogy Amerikában főiskolai női hallgatók körében készült monografikus felvételek is arról tanuskodnak, hogy még ez a leghaladottabb felfogású réteg is csaknem abszolút többséggel a házasságot tartja kívánatosabbnak a kereseti foglalkozásokkal szemben.¹⁷ Az a tény, hogy a kereseti tevékenység növekvő mértékben szakítja ki a nőket az otthon köréből, kihat az egész családi életre és szoros kapcsolatban áll a születési arányszám hanyatlásával, valamint a válások számának gyors emelkedésével.¹⁸

¹⁵ L. Ernest R. Groves and Lee M. Brooks: *Readings in the family*, 1934. Chicago and Philadelphia, különösen Chapter VIII. Economic conditions affecting American family life, 182—204. l. és

Hazel Kyrk: *Economic problems of the family*, id. munka.

Megjegyzendő, hogy „*Readings in the family*” egy gyűjteményes kiadvány, amelyben még az egyes fejezeteken belül az egyes pontokat is rendkívül nagyszámú szerző írta. Kyrk könyve pedig, amely a chicagói egyetem otthongazdasági szakosztályának felkérésére 1925-ben bevezetett tanfolyamból nőtt ki, a „gazdaságtan” jellegére emel igényt akadémikus értelemben (l. előszó XIX. l.), de főként magángazdasági és szociológiai jellegű.

¹⁶ L. Hazel Kyrk: i. munka 40. l. köv.,

Paul H. Nystrom: id. munka 4. l. és

Ernest R. Groves and Lee M. Brooks: id. munka 447. l. köv.

¹⁷ L. Ernest R. Groves and Lee M. Brooks: id. munka 165. l. köv.

¹⁸ 1890—1910. között 2% körül mozgott az Egyesült Államokban a népesség természetes szaporodásának arányszáma. 1910—1930. között mintegy 1 1/2 %-ra csökkent. A válások arányszáma pedig 1887-től 1931-ig 5 1/2 %-ról évi 17.3 %-ra szökött fel és 1922—1931. között gyorsabb volt

A piaci gazdaság először a munkásosztályhoz tartozó nőket ragadta ki az otthon köréből, de ma már az értelmiségi osztályt is mindinkább magával sodorja ez a folyamat. Számos tényező játszik itt közre. Nézzük először a technikai haladásnak a háztartásra való kiterjedését. Ez a körülmény a háztartási munka mennyiségére nézve magában véve bizonyos főkig csökkentő hatást fejt ki, ezt a hatást azonban nem szabad túlbecsülni. Mitchell egy sokat idézett értekezésében összefoglalja — többek között — azokat az okokat is, amelyek elejét veszik annak, hogy a technikai haladás a magánháztartásoknál is olyan nagymértékben érvényesüljön, mint a vállalatoknál.¹⁹ A gép behatolt ugyan a háztartás kisüzemébe is, de az egyes családoknál a dolog természeténél fogva alig van megadva a munkamegosztás lehetősége. A háziasszony tevékenysége rendkívül sokoldalú és nem folytatólagos, úgyhogy a háztartási gépek száz óra közül 99 óra hosszat hevernek parlagon. Ennélfogva csak rendkívül előnyös vagy igen olcsó gépek alkalmazhatók a családi háztartásban. Ami a bérházakat illeti, bérházak építése — családi házak helyett — közös fűtéssel és egyéb közös szolgáltatásokkal, már azt jelenti, hogy a családi háztartás egyes kiadásait csoportos alapon szervezik meg. Az az irányzat, ahogy a családi házak építése háttérbe szorul a bérházaké mellett, a háború után jelentékenyen erősödött még az Egyesült Államokban is. Amerika már nem lesz sokáig a családi házak országa.²⁰ Egy másik jellemző tünet a penziókban és szállodákban lakók számának emelkedése. De ennek a jelentősége megközelítőleg sem akkora, mint azt feltételezni szokás.²¹ A közös szövetkezeti háztartás (cooperative joint household) pedig még Amerikában is gyermekcipőben jár. Nagyobb súllyal esik latba a háztartási termelés hanyatló irányzata. Ez épp úgy, mint az emberi munkát pótló háztartási gépek és berendezések térfoglalása részben annak

az emelkedés, mint az előző 45 év alatt. (L. Groves and Brooks: id. munka 179. és 295. l., továbbá Nyström: id. munka 95. l.).

¹⁹ L. Wesley C. Mitchell „The backward art of spending money“ c. értekezését a „The backward art of spending money and other essays“, New-York and London, 1937. c. kötetben, 3—19. l.

Az értekezés eredetileg az American Economic Review 1912. júniusi számában jelent meg.

²⁰ L. Ernest M. Groves and Lee M. Brooks: id. munka 193. l. köv.

²¹ 1920-ban mintegy 540.000-re volt tehető a penziókban és szállodákban lakó kereső foglalkozást nem üző nők száma, ami alig mutat eltérést az 1900. és 1910. évi ugyancsak becslésszerű adatokkal szemben. (L. Hazel Kyrk: id. munka 42. l.). Ellenben az 1923—1928-ig tartó 5 éves időszak alatt New-York és Chicago szállodáinak befogadóképessége erősen emelkedett (L. Groves and Brooks: id. munka 193. l.), ami azonban java-részt a hirhedt prosperitással állott kapcsolatban.

a közismert ténynek tulajdonítható, hogy az emberi munka az Egyesült Államokban viszonylag költséges termelési tényező. A háztartási termelésnek a piaci termelés által való kiszorításának közkeletű példái a gyermekgondozó intézetek, takarítóvállalatok és gőzmosodák, főtt húskereskedések stb. elterjedése. Hogy mindezek dacára a Bureau of Home Economics²² képviseleti módszer alapján végzett felvétele szerint az amerikai városi háztartásokban sem csökkent számottevő mértékben a munkaidő,²³ az azzal magyarázható, hogy egyfelől a nők nagyobb számban fordultak a kereseti pályák felé, úgy hogy több háztartási munka esik egy asszonyra, másfelől pedig az életszínvonal emelkedése növelte a háztartási teendők számát. Az életigények emelkedése az anyagi tömegkultúrának, ennek a sok tekintetben demokratikus-egyenlősítő kultúrának a függvénye. Az egyenlősítés azután kétféle módon mehet végbe, az alsóbb osztályok emelkedése és a felsőbb osztályok lerántása útján. A gazdasági liberalizmus elvének uralomra jutása után a demokráciákban főként az első út maradt nyitva. De a társadalmi emelkedés iránti vágy önkéntes megnyilvánulása nem volt elegendő. A vállalkozók tömjénezni kezdték ezt az ösztönt és egyuttal a társadalmi kapaszkodásnak az ösztönét is. Páratlan arányokban előtérbe nyomult a reklám, a legbeszédesebb bizonyítéka annak, hogy a liberális gazdasági rendben a vállalkozó a vezetőszerp, aki egyre új szükségleteket kelt fel. Kétségtelen, hogy enélkül a tömegtermelés amerikai ütemű fejlődése nem mehetett volna végbe és az is bizonyos, hogy ebben a fejlődési folyamatban nagyobb a gazdasági haladásnak, mint az erőpazarlásnak az aránya. Mindazonáltal az erőpazarlás igen súlyos tényező.

A fogyasztás gazdaságtana már most értékesíteni igyekszik a reklám és az eladás pszichológiájának, az alkalmazott pszichológia ezen terebélyes ágának főbb eredményeit. Itt azonban a fogyasztás gazdaságtana körében élénk árnyalati különbségek mutatkoznak aszerint, hogy a szerző a vállalkozói, vagy a fogyasztói szempontot tartja-e inkább szem előtt. Nystrom például azt domborítja ki, hogy a reklám és az eladás művészete ott szokta elérni a legnagyobb sikert, ahol jogos szükségleteket hív életre és egyben erősen hangsúlyozza, hogy az üzletember ezekkel az eszközökkel ma már csak akkor tud boldogulni, ha olyan árukat kínál, amelyek a

²² Ez az intézmény a Department of Agriculture-nek van alárendelve, már csak azért is, mert az otthon gazdaságtanának oktatására az agrárlakosság körében helyezik a legnagyobb súlyt.

²³ Így több mint 2500 családnál végzett felvétel szerint a vidéki háztartásban heti 52 óra, a városi értelmiség háztartásainál pedig heti 48 óra volt az átlagos munkaidő. (L. Hazel Kyrk: id. munka 290. l. köv.).

fogyasztók által kívánt szükséglet kielégítésére szolgálnak.²⁴ Mások ellenben a vállalkozó uralkodó szerepét emelik ki.²⁵ Semmi kétség sem fér ahhoz, hogy utóbbi álláspont közelebb áll az igazsághoz, mert a piaci gazdaság dinamikai egyénisége a vállalkozó, holott a fogyasztó a gazdasági élet legártatlanabb alánya. Azzal, hogy a termelés és a fogyasztás kölcsönhatására utalunk, azt hangoztatva, hogy fogyasztás nélkül nincs termelés, nem lehet megkerülni ezt a kérdést. A dolog azon mulik, hogy a kettő közül melyik a tevőlegesebb gazdasági elem. Már pedig eldöntöttnek tekinthető, hogy a par excellence tevőleges elem a vállalkozó. Ha a fogyasztó újabban — a régiebb keletű szövetkezeti mozgalmakon kívül is — kezd már mozgolódni, szervezkedni, sőt néha ellentámadásba is megy át, ez mind csak védekezés, illetve annak a felismeréséből fakad, hogy legjobb védekezés a támadás.

A termelés és a fogyasztás egymásra utaltságából folyik az az egyszerű, de alapvető tétel, hogy a vállalkozók, hosszú időszakot tartva szem előtt, közgazdaságilag csak a fogyasztók vásárló ereje felett osztozkodhatnak. A jövedelem- és vagyonmegoszlás ezek szerint határt szab a fogyasztók liberális irányításának. Ezt a határt válság vagy pangás nélkül átlépni nem lehet. Hogy ez a határátlépés gyakran belső gazdasági okokból is bekövetkezik, az éppen a kapitalisztikus gazdaság egyik legsúlyosabb baja. De ha a vállalkozóknak szemrehányást teszünk azért, mert helytelen irányba terelik a fogyasztást, akkor már a liberális társadalmi rend bírálataba merünk bocsátkozni. Hiszen a gazdasági szabadság elvének csupán egyik kiegészítése a fogyasztók szabad választásának elve. Ez a fogyasztói szabadság, amelyet méltán nevezhetünk a fogyasztó liberális szabadságának, közelebbről abban áll, hogy a fogyasztó akaratelhatározását a társadalmi tényezőkön kívül idegen közületi tényezők ne befolyásolják. Elvileg tehát a fogyasztói szabadság nagyrészt egybevág a fogyasztás társadalmi determináltságával. Már most az intézményi iskola számos képviselője a társadalompszichológia híve, hiszen már Veblen is Darwin és William James ösztön-szokás lélektanát alkalmazta.²⁶ A szokások jelentőségének méltatása nem is hiányzik sem a reklám és az eladás üzemgazdasági és pszichológiai munkáiból, sem azokból a könyvekből, amelyek a fogyasztó magatartását elsősorban a fogyasztó oldaláról kutat-

²⁴ L. Paul H. Nystrom: id. munka 16. l. köv., 53. l. és 67. l.

²⁵ L. Warren C. Waite: id. munka 132. l. és

Charles S. Wyand: id. munka 424. l. köv.

²⁶ L. Wesley C. Mitchell „Thornstein-Veblen“ c. értekezését „The backward art of spending money and other essays“ c. id. kiadványban, 300. l.

ják.²⁷ De az is bizonyos, hogy eddigelé a funkcionális lélektan túlnyomórészt nem abban a vonatkozásban épült ki, amelyet Mitchel kívánatosnak tart, t. i. a pénzköltés észszerűsítése irányában,²⁸ hanem éppen ellenkezőleg a fogyasztás liberális befolyásolása irányában. Ez alapjában véve érthető is, mert a vállalkozónak ismernie kell úgy az egyén, mint a tömeg lélektanát, hogy voluntarisztikus alapon irányíthassa, ellenben a fogyasztó természetadta gyengeségénél fogva aligha tudja ellensúlyozni lélektani alapon a vállalkozó befolyását. Ezen segíthet ugyan némileg a fogyasztó céltudatos nevelése is, de nézetünk szerint Pitkin erősen túlozza a megelőző nevelés hatását, amikor ettől a tényezőtől várja a legtöbb eredményt.²⁹ Ezzel semmiképpen sem akarjuk azt a látszatot kelteni, mintha a magunk részéről a fogyasztók gazdasági nevelését kielégítőnek tartanók. Hiszen a fogyasztók gazdasági nevelése a nevelésnek egyik legelhanyagoltabb ága, úgyhogy Stuart Chase és Schlink méltán jegyezték meg, hogy a fogyasztó gazdasági „nevelése” főként a reklámszakma kezében van letéve.³⁰ Viszont a magánkapitalizmus rendszerének feltétlenül érdeme a technikai haladás megindítása és nagyszabású megvalósítása. De abból, hogy a fogyasztás liberális irányításának nagy előnyei mellett megvannak a maga súlyos hátrányai is, még korántsem következik, hogy a fogyasztó nevelése a leghathatósabb eszköz a visszásságok kiküszöbölésére. Bizonyos eredmények elérhetők ezen a téren, különösen az észszerű táplálkozás ismereteinek népszerűsítésével.³¹ Azt azonban már kétségesnek tartjuk, hogy a tömegnevelés éppen a ruházkodás terén fogja megszüntetni a visszásságokat,³² mert mindaddig, amíg valamely társadalmi rendszer még bizonyos fókig ragaszkodik a gazdasági szabadság elvéhez, a társadalmi emelkedés lehetőségére való tekin-

²⁷ Az újabb művek közül kiemeljük a következőket:

Daniel Starch: Principles of advertising, New-York and London 1923.

Melvin Thomas Copeland: Principles of merchandising, seventh printing, Oct. 1930, különösen Chapter IX, Advertising 254—288. l.

Albert T. Poffenberger: Psychology in advertising, second ed. third impression, New-York and London 1932. és

Walter B. Pitkin: The consumer, his nature and his changing habits, New-York and London 1932.

²⁸ *L. Wesley C. Mitchell*: The backward art of spending money, id. értekezés 11. l.

Megjegyzendő, hogy Mitchell a pénzköltés alapvető tudományának tartja a funkcionális pszichológia mellett a fizioológiát is.

²⁹ *Walter B. Pitkin*: id. munka 400. l.

³⁰ *L. Stuart Chase and F. J. Schlink*: Your money's worth, a study in the waste of the consumer's dollar, New-York, Reissued Nov. 1936. 242. l.

³¹ L. erre nézve *L'alimentation dans ses rapports avec l'hygiène, l'agriculture et la politique économique, Rapport définitif du Comité mixte de la Société des Nations*, Genève 1937. 319. l. köv.

³² *L. Walter B. Pitkin*: id. munka 96. l.

tettel a felsőbb osztályok életmódja vonzóerőt fog gyakorolni az alsóbbakra. Radikális gyógymód gyanánt csak a gazdasági szabadság teljes kiirtása jöhetne szóba, ez a gyógyszer azonban összehasonlíthatatlanul veszélyesebb lenne, mint maga a betegség. Egyébként nincsen okunk feltételezni, hogy Pitkin erre gondolna, mert egyfelől a középosztályt tartja a legértékesebb társadalmi rétegnek, másfelől pedig a nevelésen kívül rámutat a szociális ellenőrzés szükségére is.³³ A megelőző embervédelem és a biztosításiügy területén feltétlenül hatalmas fejlődési lehetőségek állanak fenn, „a megelőző pénzügyi politikát” illetőleg azonban a kiváló szerző éppúgy szélsőséges reményeket táplál, mint az emberi természet megváltoztatása iránt. Pitkin művének értéke nem annyira gyakorlati következtetéseiben, mint inkább abban nyilvánul meg, hogy nagyszerű képet nyújt a fogyasztó — és pedig az amerikai fogyasztó természetéről és szokásairól. A legfontosabb tanulság, amelyet ragyogó munkájából levonhatunk az, hogyha a fogyasztót nem a termelőnek, hanem magának a fogyasztónak a szempontjából vizsgáljuk, akkor a vizsgálódás súlypontja a szociológia területére helyeződik át.³⁴

Gyakorlati következtetéseivel ezek szerint annyiban nem érthetünk egyet, hogy a magunk részéről többet remélünk a fogyasztás közületi irányításától, mint a fogyasztó nevelésétől. De ha sokat is várhatunk a hatósági fogyasztáspolitikától, mindent nem várhatunk tőle. Ezért Wyand a másik végletbe esik, amidőn azon nézetének ad kifejezést, hogy az életigényeknek a fogyasztás liberális irányításával járó felfokozása végső fokon nemcsak az életstandard leegyszerűsítését, hanem esetleg a társadalmi gazdaság átszervezését is ki fogja kényszeríteni.³⁵

I/4. Kedvező és nyugodtabb gazdasági időszakokban minden csendes szokott lenni a fogyasztók frontja körül. Legfeljebb az árkonjunktúra fellendüléssel szakában, erősebb áremelkedések esetén emeli fel szavát a fogyasztó a drágaság ellen. De ez a panasz nem egyformán jogosult az egyes fogyasztói rétegek részéről, és mivel éppen a munkások és a magántisztviselők szélesebb tömegeinél a drágaság hátrányait túlszárnyalják a munkaalkalmak gyarapodásából származó előnyök, a fogyasztók panasza nem egykönnyen talál meghallgatásra. Ilyen időszakokban a tisztviselők és a kis pénztőkésék kivételével, akiknek a vásárlóereje csökken, a termelői érdekek erő-

³³ Ugyanaz: id. munka 40. l.

³⁴ Maga Pitkin is kiemeli, hogy senki se tartsa művét gazdasági, üzletszerzési, vagy pszichológiai munkának, mert ő „az élet szövevényét” vizsgálja. (L. id. munka: Fair warning V. l.).

³⁵ L. Charles S. Wyand: id. munka 481. l. köv.

sebbek a fogyasztói érdekeknel. Jól megszervezett munkásság ki tudja ugyan vívni a béremelést, de a béremelés rendszerint mégis csak visszamarad az áremelkedés mögött időbelileg és mennyiségileg egyaránt. Más a helyzet erős munkanélküliséggel járó válságok és pangások korszakában. Ilyenkor gyenge vigasz az, hogy a még foglalkoztatott rétegek vásárlóereje az áresés folytán emelkedik, annál is inkább, mert a bérleszállítás hamarosan be szokott köszönteni és ha a szervezett munkáságnak sikerül is mérsékelni a bércsökkentési irányzatot, ez többnyire csak a munkanélküliek számának további emelkedésére vezet. Ilyenkor fedezik fel a gazdaságpolitikusok a jámbor fogyasztót, különösen ha a gazdasági élet nekilendítése a termelés oldaláról nem sikerül. Nem marad tehát más hátra, mint-hogy a gazdaságpolitikai alkimisták, akikre azonban elengedhetetlenül szükség van, hozzáfogjanak a fogyasztók mesterséges előállításához és a takarékoság jelszava helyébe a „vásárljatok” jelszavát állítsák. Nem csodálkozhatunk tehát azon, hogy az Egyesült Államokban Rooseveltt — Hoover sikertelen termeléspolitikai kísérletezései után — a válság mélypontján a fogyasztók vásárlóerejének növelését helyezte előtérbe, annál is inkább, mert ez kitűnően beillett politikai programjába, amely a nagytőke önkényuralma ellen a farmerek és a munkások érdekében szállt síkra. De a fogyasztói vásárlóerő emelésének tana Rooseveltt szociálpolitikai elgondolásainál fogva túl emelkedett a konjunktúrapolitika körén és egy reformprogram jellegét öltötte magára, úgyhogy még olyan utópista is akadt, aki az elnök vásárlóerőelméletében a szocialista-technokrata eszmét vélte felismerni.³⁶

Amióta Owen a napoleoni háborúkat követő pangás korában, nyilván Morus Tamás hatása alatt, a bűnös pénzgazdaságot ki akarta kapcsolni, hogy a nyereségért való termelés helyébe állítsa a közvetlenül fogyasztási célokat szolgáló termelést, azóta nagy gazdasági válságok idején mindig kísért a fogyasztói gazdaság eszméje. A technokrata-fogyasztói gazdaság műszava alatt a magunk részéről azt a gazdaságot értjük, amely a technikai haladás termelékenységeben annyira bizik, hogy elérkezettnek látja az időt arra, hogy a szerzési ösztön termelékenységet fokozó tényezőjének kizárásával „közvetlenül” a fogyasztók javára rendezze be a gazdasági életet. A termelésnek a fogyasztói célok közvetlen szolgálatába állí-

³⁶ L. Fred Henderson: *Capitalism and the consumer*, London 1936. 8. lap.

Viszont egy marxista amerikai közgazda, Corey, szkeptikusan fogadta Rooseveltt béremelési tervét.

L. Lewis Corey: *The decline of American capitalism*, New-York, 1934. 147. l.

tása az úgynevezett szükségletfedezeti elv. A dolog azon mulik, hogy a munkamegosztásos termelés mai fejlettsége fokán ez a közvetlenség mennyire valósítható meg? De maradjunk egyelőre a technokráciánál! A technokrata a gépmember, akit megszáditott a technika csodáiba vetett hit. A technokratának számos válfaja van, a liberális típustól kezdve az anarchista és marxista típuson át egészen a kommunistaig. De míg La Mettrie gépmembere legalább önként volt az, addig a vörös gépmember a szovjet terror gyárában rendelésre készül.³⁷

A technokrata mozgalom ugyan névszerint nemrégiben indult meg, de a technokrata szellem már a XVIII. században a gépkorszak kezdetével megszületett. A liberalizmus is a technikai haladástól várta minden társadalmi probléma megoldását, de azzal, hogy a fogyasztók érdekeit a szerzés ösztönének szabadonhagyásával lehet a legjobban szolgálni. Ezzel szemben a technokrácia minden egyéb válfaja valamiképpen a fogyasztók érdekeit közvetlenebbül akarja előtérbe állítani a termelők érdekeivel szemben. De a bolsevizmus fejlődése a szocialista-kommunista ideológiának fogyasztói utópiájára teljesen rácafoltt. Hiszen különösen az első 5 éves terv a gigantikus közületi kényszertakarékosság útján Oroszország rohamos iparosítását irányozta elő.

Korunk technokrata-fogyasztói mozgalmi közül elsősorban az amerikai technokrácia tarthat érdeklődésre számot. Forma szerint innen is ered a technokrata elnevezés, de a technokrata szellem, amint arra már rámutattunk, sokkalta régebbi keletű. Az amerikai technokrácia fellendülését, amely mindenestre csak átmenetinek bizonyult, az a körülmény segítette elő, hogy a prosperitás alatt is parlagon hevert a termelési képességnek egy tekintélyes hányada. A világválság azután méginkább kedvezett a technokrata eszmék térfoglalásának, mert ekkor a termelési erők parlagon heverése már óriási arányokat öltött. Így vált a „bőség a szegénység közepette“ egy tetszetős érvvé a technokrácia mellett.

A számszerű adatokra nézve, a Brookings Institution szerint az egész amerikai termelés 1929-hez képest 1932-ig több mint 40 %-al süllyedt.³⁸ A napoleoni háború utáni válság óta nem nehezedett rá olyan súlyos válság a magántulajdoni tőkegazdaságra, mint az 1929–33. között lezajlott világkrízis. De a kapitalizmus ezt is kiheverte. 1936 végéig az amerikai termelés — 1932-höz képest — már több mint 80 %-al emelkedett

³⁷ L. ifj. dr. Boér Elek: „A gépmember, a bolsevizmus életeszmenye“ c. dolgozatát a Kálvin könyvtár 27–30. sz. „Szociális kérdések és megoldási kísérletek“ c. kötetében, Budapest, 1938. 55. l.

³⁸ L. The Recovery problem in the United States, The Brookings Institution, 1936. Publ. No. 72. 158. l.

és 1937 őszeig e körül a színvonal körül mozgott. A vezető kapitalista államban pedig a válságpolitika egyik eszköze a fogyasztók vásárlóerejének növelése volt. A Brookings Institution Rooseveltnél nekilendítési politikája egyedülálló tanulságának tartja, hogy olyként is helyre lehet állítani a vállalatok jövedelmezőségét, hogy a munkabérek gyorsabban emelkednek, mint az eladási árak.³⁹ Ez a tény elvitathatatlan, viszont meg kell jegyeznünk, hogy egy egyszeri példa alapján nem lehet messzemenő általános következtetéseket levonni. A gazdaságtörténelem is ritkán ismétli meg önmagát. Az amerikai gazdasági kibontakozást egyébként az is megkönnyítette, hogy egyidejűleg az egész világpiacra csaknem változatlanok maradtak a gyáripari termékek árai. Rooseveltnél ellenlábasainak érvei közül helytálló az, hogy a béremelés és a munkaidő megrövidítése akadályos volt a fellendülésnek. Hogy ennek dacára sikerült a nekilendítési akció, az, egyéb körülmények összetételalkozásán kívül, főként a hatalmas közmunkáknak és a mezőgazdaságnak a termelés korlátozása címén nyújtott jutalmaknak köszönhető. Rooseveltnél persze kezdettől fogva a termelés és a fogyasztás összehangzott alakulásának szükségét hangoztatta, hogy *sub specie aeternitatis* elejét vegye a túltermelési válság megismétlődésének. Ez a törekvés ugyan nem annyira anakronisztikus, mint a romokban heverő tőzsdespekuláció megrendszabályozása, ami a tőzsdei forgalmat még inkább megbénította a válság mélypontján, mert a krízis mindig valamilyen aránytalanság a termelés ágai között, amelyet a termelés és a fogyasztás viszonyának eltolódása váltott ki. Ennélfogva a termelés súlyos visszaesése ellen küzdő válságpolitika az elé a nehéz feladat elé van állítva, hogy régi aránytalanságot lehetőleg ne tartson fenn és újat se idézzon fel a termelés körében. De természetesen ez sem változtat azon, hogy bértartás, béremelés és a munkaidő megrövidítése a mélypontra amúgy is kiveszőfélben lévő vállalkozói kedvet még jobban aláássa, ami csak termelést serkentő közületi beavatkozással ellensúlyozható. Rooseveltnél nemcsak az ellensúlyozás, hanem a túlkompensálás is sikerült kísérlete első időszakában.

Az amerikai újjáéledésnek 1937 őszen történt megtorpanása, amely hamarosan a termelés 30%-os hanyatlását vonta maga után, látszólag ismét a New Deal ellenfeleinek adott igazat. De amennyire bizonytalan a konjunktúrapolitikai stabilizálás lehetősége, annyira bizonyos az, hogy a mai feszült világpolitikai helyzetben kiváltképpen nehéz a gazdaság feletti tényezőket a belső gazdasági tényezőktől különválasztani és jelentőségüket mérlegelni.

³⁹ The Recovery problem in the United States, id. kiadvány 527. l.

Már most a termelési válságpolitika azzal a veszéllyel jár, hogy a termelési ágak közötti aránytalanságot állandósíthatja vagy fokozhatja; siker esetén azonban a velejáró beruházások gazdaságilag és pénzügyileg is megtérülhetnek. Viszont a tisztán fogyasztói válságpolitika nem befektetés, hanem egy olyan kiadás, amely pénzügyileg legfeljebb kisebb mértékben, a fogyasztási adó emelkedése útján térülhet meg, közgazdasági hatásai pedig a fogyasztási iparok termékeire irányuló kereslet átmeneti emelésén kívül nem növelik a nemzetgazdaság termelőerőit, a kereset állandó forrásait. A fogyasztási válságpolitika tehát csak az első nekilendítés eszközeként jöhet számításba. A megelőző fogyasztási konjunktúrapolitika azonban a fellendülés középső szakában lehet helyénvaló, amikor a béremelés és a munkaidő megrövidítése üdvösen fékezheti a jó konjunktúrát, feltéve, hogy egy átfogó közületi konjunktúrapolitika szerves része. Világos azonban, hogy rossz konjunktúra idején a munkapiac kedvezőtlen helyzete folytán a munkaidő megrövidítése, a bértartás és a béremelés csupán azt jelenti, hogy a foglalkoztatott munkások hoznak áldozatot a munkanélküliek érdekében. A béremelés költségét ebben a helyzetben a vállalkozókra csak látszólag tudja áthárítani az állam, de Roosevelttel politikai opportunizmusból szívesen keltette ezt a látszatot. A valóságban azonban más úton és módon kellett levennie ezt a terhet a vállalkozók vállairól, hogy meg tudja indítani a gazdasági javulás folyamatát.

A fogyasztási válságpolitika elvi jogosultsága tagadhatatlan, de lehetőségei korlátozottak és óvakodnunk kell attól, hogy közvetett termelésserkentő hatásától sokat reméljünk. Pedig, főként Keynes nyomán, ma már a polgári közgazdák is gyakran túlozni szokták jelentőségét.

A válság — és konjunktúraelméletnek régi tétele, hogy a fogyasztási javak termelése a pangás alatt kevésbé zsugorodik össze, mint a tőkejavaké, míg fellendülés idején a fogyasztási javak előállításának kibővítése erősen visszamarad a tőkejavaké mögött. Ez a tétel azonban ma már a tartós fogyasztási javak egyes termelési ágainak, mint az automobiliparnak az előretörésével, legalább is az Egyesült Államokban, lényegesen módosult. Világosan kitűnik ez a Brookings Institution adataiból. 1929-től 1933-ig, az árváltozások kiküszöbölésével és az 1929. évi árak alapulvételével, a tartós javak termelésének értéke 32 milliárd dollárról 12.5 milliárdra, a nem tartós javaké pedig 36.8-ról 31.2 milliárdra csökkent. A tartós fogyasztási és a tartós emelési javak pedig hasonló magatartást tanúsítottak, amennyiben körülbelül egyenlő arányban hanyatlott a termelésük.⁴⁰ Az pedig jól ismeretes, hogy a személyszállító automo-

⁴⁰ L. The Recovery problem in the United States, id. kiadvány

bilok előállítására olyan vezetőserepet játszott a prosperitásban, mint hajdan a vasútépítés és az elektromos ipar. A tartós fogyasztási javak termelése tehát hasonló konjunkturális szerepre tett szert, mint a tartós tőkejavaké.

Az 1925—29. időszakban a tartós javak termelésének legmagasabb évi átlaga a következő volt:

1925—29. évi legmagasabb termelés
milliárd dollárban

tartós fogyasztási javak	14.7
tartós termelési javak	13.5
közületi és nyilvános jellegű építkezések	3.7

Eszerint a tartós fogyasztási javak előállítási értéke meghaladta a tartós tőkejavak előállítási értékét, Csaknem 15 milliárdos összegéből pedig házépítésre 5, személyszállító automobilon 4, és az egyéb javak csoportjára (butorok, háztartási gépek és berendezések, rádiók) 5.5 milliárd esett. A depresszió idején azután a termelés értékének hanyatlása — az árváltozások kikapcsolásával — több mint 90 % volt az új lakóházaknál, 70 % az automobiliparnál és alig több mint 50 % az egyéb javaknál.

A tartós fogyasztási javak előretörése lényegesen fokozza a pangás kimélyülésének veszélyét, mert ezzel csökken a nem tartós fogyasztási javaknak, a hanyatló konjunktúra ejtőernyőjének viszonylagos jelentősége. Ehhez járul, hogy a tartós fogyasztási javakat rossz konjunktúra idején a végsőkig használják, ami pl. az automobiliparban — az automobil 7—8 éves élettartamánál fogva — egy sajátos depressziós tényezőt jelent.

De térjünk vissza a technokrata-fogyasztói álláspontira. A hosszantartó pangás a kapitalisztikus piaci gazdaság leg súlyosabb hibája és ennek is legkirívóbb tünete a jószágmegsemmisítés.⁴¹ Igaz, hogy a rentábilis destrukció korántsem újkori jelenség. A gazdaságtörténelem feljegyezte, hogy már a régi egyiptomiak is papiruszcserjéket pusztítottak el áremelés céljából és a rómaiak is ismerték már a crimen dardanariatust, a jövedelmező jószágmegsemmisítés bűncselekményét.⁴² A modern jövedelmező destrukció azonban szociális szempontból

Chapter VIII. Accumulated needs in durable goods, 177—232. 1. Megjegyzendő, hogy a Brookings Institution szerint „tartós” alatt úgy a fogyasztói, mint a termelői javak csoportjánál a több mint 3 évig használható javak értendők. (178 l.).

⁴¹ Sokat idézett, és valóban nevezetes példa a braziliai kávé, úgy, hogy nemrégiben Sir Josiah Stamp sem állotta újból rámutatni arra, hogy 1931 és 1934 között Braziliában 27 millió zsák kávé égettek el, ami elegendő lett volna a világszükséglet két évi fedezésére.

L. Sir Josiah Stamp: The science of social adjustment, 1937, London 139. l.

⁴² L. Frieda Wunderlich: Produktivität, Jena, 1926. 228. l.

azért felháborítóbb a réginél, mert olyankor kerül sor a jószágkészletek megsemmisítésére, amikor a munkanélküliek tömegei nélkülöznek. De határozottan ki kell emelni, hogy a rentábilis értékmegsemmisítés még a legutóbbi végtelenül súlyos világválság alkalmából is csak szórványos jelenség volt. Roosevelt példának okáért sokkal észszerűbben járt el, amikor 1933 telén a fölös sertéskínálatból közpénzeken 34 millió dollár erejéig 5 millió sertést vásároltatott fel és átmeneti segélyképen kiosztatta a munkanélküliek között.⁴³ A termelés korlátozása a kapitalisztikus válság- és konjunktúrapolitikának egy másik, kevésbé éles, de ugyancsak sokat vitatott eszköze. Ne feledkezzünk meg azonban arról, hogy a termelés korlátozása éppen egy olyan fontos elsőrendű szükségleti cikknél, mint a búzánál, nem járt számottevő sikerrel. A nemzetközi búzaegyezmény, az 1933. évi londoni világ gazdasági konferencia egyetlen eredménye, világviszonylatban csekély hatást gyakorolt és nem jogosítja fel a termelés korlátozásának híveit arra, hogy „valaha is hatályos nemzetközi együttműködésre számítsanak a nagy világpiaci termékek szabályozásánál”.⁴⁴ Különben is a legnagyobb szabású termelést megszorító program, amely a világválság nyomában megfogamzott, t. i. az amerikai restriktív terv, végeredményben nem a termelés csökkentésére, hanem a művelési ágak részbeni megváltoztatására irányul, mert a felszabaduló szántóföldeknek takarmánytermelésre fordítása irányoztatott elő.

Immár nem lehet szemet hunyni az előtt, hogy a magánkapitalizmus a világválságból nemcsak kilábolt az 1932–33. években, hanem azóta kifejezett fellendülés is zajlott le, úgy-hogy egy új ciklus van folyamatban. Ami pedig a válságok visszatérését illeti, a szocialista-technokrata kritikával azt a régi elvet kell szembeállítanunk, hogy nincs fejlődés zökkenés nélkül. A kapitalista túltermelésen pedig még mindig könnyebb észszerűen segíteni, mint a bolsevista termelési hiányon. A magántulajdoni tőkegazdaság minden hiányossága dacára is a legtermelékenyebbnek bizonyult a gazdaságtörténelmi fejlődés során és ez a rendszer ma már nem nézi ölvetett kézzel a gazdasági bajokat, mert immár egy szintetikus rendszerré alakult át, a gazdasági liberalizmus és az állami beavatkozás szintézisévé. A válság- és konjunktúrapolitika még sohasem próbálta olyan mélyreható eszközökkel orvosolni a kapitalizmus kinövészeit, mint a legutóbbi világválság alkalmából. Sokat tévedhetett, de jelentős eredményeket is ért el.

⁴³ L. p. o. *Fred Rogers Fairchild* és mások: A description of the „New Deal“, revised ed. New-York 1935. 81. l.

⁴⁴ L. A. S. J. *Basler*: The Twilight of American capitalism, an economic interpretation of the New Deal, London, 1937. 166. l.

A technokrácia magánkapitalizmus ellenes felfogásának gyökerei részben közösek a szocialista-kommunista kritikáéval. Ezt éppen az amerikai technokrata mozgalom szellemi atyjának, Veblennek az egyénisége bizonyítja a legmeggyőzőbben. Amerikában megoszlik ugyan a vélemény afelől, hogy Veblen a magántulajdoni rendnek polgári vagy szocialista-kommunista bírálója-e? A magunk részéről mindenesetre azokhoz csatlakozunk, akik benne a magánkapitalizmus elvi ellenségét látják. A magántulajdoni rendnek ez kivételesen szellemes szociológiai kritikus a tevőleges reformjavaslatokat nem terjesztett ugyan elő, de a szocializmusra nézve a kihagyás módszerével dolgozott. Míg a magánkapitalizmus hibáit egytől egyig pellengére állította, addig a szocialista-kommunista ideológiához sohasem nyult hozzá. Ott huzódott az meg hallgatagon művei háttérében, még akkor is, amikor rokonszenvének nem adott nyílt kifejezést. Kifejezetten is kicsendült azonban ez a rokonszenv a kommunizmusról élete alkonyán irt cikkéből.⁴⁵ De az utopisztikus szocializmussal való eszmeközössége közvetve már egy jóval régebbi keletű alapvető megkülönböztetéséből, a gépi termelési folyamatnak az üzleti vállalkozással való éles szembeállításából is kitér.⁴⁶ Ezzel Veblen kettészelte az industrializmus reálgazdasági és pénzgazdasági oldalát, abban a hiszemben, hogy a jó oldalt a rossz nélkül is változatlanul életben lehet tartani. A jó pedig az industrializmus. Övé mindaz, ami a gazdasági és technikai haladás előnye. Övé a termelékenység emelkedése, amelynek teljes kiaknázását csupán a nyereségvágytól hajtott bűnös pénzrendszer gátolja meg. Ez a kizsákmányoló pénzrendszer akadályozza meg azt, hogy a termelés célja a reálszükségletek kielégítése legyen és ily módon közvetlenül a fogyasztók javára váljanak a technika vívmányai. Hogy a nyereség lehetőségének kizárásával a magántulajdon és az egyéni kezdeményezés, a termelékenységnek ez a két fontos erőforrása elapadna, az őt nem aggasztja. Mi más ez, mint a régi utópista szocialista tannak egy újabb változata?

Már most a technokrácia nemcsak válságok idején korholja a magánkapitalizmust azért, mert termelőerőinek egy része nincs kiaknázva, hanem azt a vádat is emeli ellene, hogy még a fellendülés idején is csak hiányosan tudja kihasználni termelési képességét. A technokraták pedig nemcsak mindezen bajok megszüntetésére vállalkoznak, hanem emellett még a ter-

⁴⁵ L. *Thornstein Veblen*: „Bolshevism is a menace — to whom?” c. értekezését az „Essays in our changing order” c. kötetben, New-York 1934 399. l. köv., különösen 414. l.

A cikk eredetileg a *The Dial* című folyóirat 1919 febr. 22. számában jelent meg.

⁴⁶ L. *Thornstein Veblen*: *The theory of business enterprise*, New-York 1910. (eredetileg 1904.) 5. l. köv. és 20. l. köv.

melékenység páratlan fokozását is ígérik és mindennek ellenében csak egy kikötésük van és pedig az, hogy a pénzemberek kezéből a mérnökök kezébe kerüljön a gazdasági élet vezetése. A technokrata bőségszarúja (abundance, plenty) azután lényeges fokozati különbségeket tüntet fel a nemzeti jövedelem kiadás emelésétől kezdve a gazdasági eldorádó határáig. A technokraták tanait sokan szétszedték már. Nemrégiben azután igen szemléltetően foglalta össze és egészítette ki az ellenérveket Josiah Stamp.⁴⁷ Rámutat először is tárgyi tévedéseikre. Így az öntött vas termelési lehetőségeit harmincszorosan túlbecsülték, az amerikai malomipar pedig az általuk elegendőnek tartott 17 ember helyett 27.000 munkást foglalkoztat. A gépipari termelés nagy térhódítása dacára Amerikában a foglalkoztatottság aránya a 10 éven felüli lakosságnál alig változott századunk első három évtizedében. 1900-ban ugyanis 39,5 %, 1930-ban pedig 39,7 % volt ez az arány. De a legfigyelemreméltóbbak Stampnek a technikai és gazdasági termelési képességéről szóló fejtegetései, amelyek élénk fényt vetnek arra, hogy az ú. n. fölös termelési kapacitás egyrészt erőtartálékot jelent, másrészt pedig gyors gazdasági és technikai fejlődés surlódások nélkül nem képzelhető el.

Valahányszor a termelés és a fogyasztás összhangja súlyosan megbomlik, mindig újból kísért az a gondolat, hogy a termelést a fogyasztók jogos szükségleteinek közvetlen kielégítése érdekében gyökeresen át kell szervezni. Valóban sok a teendő ezen a téren, az igazi szükségletfedezeti elv azonban alighanem csak Owen szövetkezeti közösségeinek magvalósulásával ölthetne testet, mert ezek a közösségek a termelő és fogyasztási szövetkezeti funkciók egyesítésével a kelető között fennálló érdekellentéteket kikapcsolnák.⁴⁸ De ezek a zárt házigazdaságra emlékeztető önálló alakulatok legfeljebb kisipari termelési viszonyok között képzelhetők el bizonyos mértékben, de nagyfokú technikai és gazdasági megosztásra alapított nagyipari termelés mellett szóba sem jöhetnek.

A szükségletfedezeti elv egyike a legnépszerűbb elveknek. Nincs olyan társadalombölcseleti irány, amely azt ne akarná a maga számára kisajátítani. Végeredményben a magánkapitalizmus is a fogyasztók javára berendezett gazdaságnak tekinti magát, ezt az elvet azonban tagadhatatlanul a termelés uralkodó szerepe révén próbálja megvalósítani. De a kapitalizmust bíráló minden irány, az igazi szövetkezeti irány-

⁴⁷ L. Sir Josiah Stamp: id. munka Chapter III. The calculus of plenty, 105—146. l.

⁴⁸ L. A. M. Carr-Saunders és mások: Consumers' co-operation in Great Britain, an examination of the British Co-operative movement, London 1938. 28. l.

tól kezdve a 100 %-os tervgazdaságig mind azt hirdeti, hogy a magánkapitalizmus nyereségszerzési elvének részbeni vagy egészbéli kiszorításával a szükségletfedezeti elvet fogja dialra juttatni és ezzel közvetlenebbül és gazdaságosabban fogja kielégíteni a társadalom reálszükségeit, közelebb hozva egymáshoz a termelőt és a fogyasztót. A termelésnek a fogyasztástól való elkülönülése azonban ma már nem is a magántulajdoni rendnek, hanem a nagyfokú gazdasági és technikai munkamegosztásnak a folyománya. Mihelyt differenciálódott a gazdasági élet, bármi legyen is a szervezeti elv, bizonyos fokig elkerülhetetlen a surlódás a termelés és a fogyasztás különvált szektorai között.

II.

Tárgymutató: A fogyasztás irányítása. 1. A liberális irányítás. 2. A fogyasztók önsegélye. 3. A fogyasztás közületi irányítása: a) a nemzeti szocializmus gazdasági meggyőzése; b) Roosevelt kísérletének fogyasztáspolitikai vonatkozásai.

II/1. A gazdasági liberalizmusnak egyik alapvető tétele a fogyasztás szabadsága. Ez a tétel nem egyéb, mint a liberalizmus nemleges gazdaságpolitikai felfogásának egyik kiágazása. A gazdasági szabadság rendszere a fogyasztás területén is ki akarja zárni, vagy legalább is a lehető legkisebb mértékre akarja szorítani az állami beavatkozást. De láttuk, hogy ez mindössze annyit jelent, hogy a liberalizmus a társadalmi erők „szabad” játékára bízza a fogyasztók választásának determinálását. A meghatározó tényezők közül pedig a gazdasági a vezető tényező. A fogyasztókat a gazdasági szabadság rendszere mellett elsősorban a magánvállalkozók irányítják. Ezt az irányítást nevezzük a magunk részéről a fogyasztók liberális irányításának. Az Egyesült Államokban G. B. Dibblee becslése szerint a reklám és a szervezett eladás döntően befolyásolja a fogyasztók vásárlásainak felerészét.⁴⁹ A dirigált fogyasztási cikkek között foglalnak helyet a divatcikkeken kívül a technika komoly vívmányai is, de ott szerepelnek olyan ártalmas cikkek is, mint a hamisított élelmiszerek és a kuruzslószerek.

A gazdasági liberalizmus virágkora, amely a múlt században a hetvenes évekig tartott, a fogyasztó irányítása tekintetében bizonyos fokig eltért a feudális kapitalizmus azt követő korszakától. Ezek az eltérések a megközelítően szabad és a monopolisztikus verseny sajátos természetéből fakadnak. A különbségek azonban részben csak fokozatiak, mert a szabad és a monopolisztikus verseny közös eszközöket is alkalmaz. Elvileg egy tekintetben üt el a verseny két faja egymástól és pedig abban, hogy a gazdasági élet monopolizált körzetében az árver-

⁴⁹ L. Warren C. Waite: id. munka 132. l.

seny háttérbe szorul a verseny nem árszerű formáival (non-price competition) szemben. Ezzel fellépett „az árak torzítása”⁵⁰ és az új jelenség élénk visszatetszést szült a fogyasztók körében az oligarchikus liberális irányítás ellen. Főként erre vezethető vissza, hogy a fogyasztás kérdése iránt a monopolkapitalizmus korában nagyobb érdeklődés nyilvánul meg, mint azelőtt. Ami azonban a nem árszerű versenyt illeti, ebben a vonatkozásban már csak fokozati különbségek mutatkoznak. Erre itt nem térhetünk ki részletesen, már csak azért sem, mert más helyen kívánunk közelebbről foglalkozni a szabad és a monopolisztikus verseny között fennálló eltérésekkel. Ennélfogva röviden csak a következőkre utalunk. A nem árszerű verseny egyes válfajai, mint a minőségi és a divatverseny s az eladások serkentése, hirdetés, utazók, hivatásos eladók és különböző kedvezmények útján a liberalizmus fénykorában is jól ismeretes volt. Ezek a versenyformák az árszerű verseny háttérbeszorulásával csupán előtérbe nyomultak. Szélsőségesnek nevezhető tehát az a felfogás, amely egyedül a monopolkapitalizmust akarja felelőssé tenni a fogyasztó irányítása körül tapasztalható visszaélésekért. Pedig ez a nézet az amerikai irodalomban meglehetősen el van terjedve, ami annyiban érthető, hogy a hamisítatlan liberalizmus híveinek malmára hajtja a vizet.

A termelők a fogyasztókért versengnek a piacon. A verseny minden tökéletlensége közgazdasági erőpazarlást jelent, amely végső fokon a társadalomgazdasági fogyasztást csorbítja. A közgazdasági pazarlás különösen a tisztességtelen verseny egyes fajaiban ölt testet. Ezen visszaélések ellen a végén már a liberalizmus is kénytelen volt felvenni a harcot. Nem akarunk az élelmiszerhamisításról beszélni, amely elvégre is törvénybe ütközik. De itt van példának okáért a reklám valódiságának kényes kérdése. Ezen a téren még erős állami beavatkozással is aligha lehetne érvényt szerezni a valódiság elvének. Ez azonban már a fogyasztás közületi irányításának a körébe vág, amiről később lesz szó.

II/2. A fogyasztás liberális irányításához világnézeti szempontból a fogyasztók autonóm szervezkedése, az önszegély áll a legközelebb, viszont kétségtelen, hogy eddigelé a fogyasztás irányításának ez az ága tudta a legkevesebb sikert elérni. Világnézeti szempontból nyilván azért fér meg még leginkább a szabadelvű irányítással, mert a fogyasztók egyesülései, a fogyasztók szervezkedésének hagyományos nehézségeinél fogva, nem veszélyeztethetik a magánkapitalista rendet, nem válhatnak állammá az államban, mint a munkások szakszervezetei és a nagyvállalatok tömörülései. Tudvalevő dolog, hogy a fogyaszt-

⁵⁰ L. Heller Farkas: Áralakulás és nemzeti jólét, Közgazdasági Szemle LVIII. évf. 77. k. 6—8. sz. 1934. 328. l.

tók összefogása még leginkább a szövetkezeti mozgalom terén tud eredményeket felmutatni, de a fogyasztási szövetkezetek — jelentős fejlődésük dacára is — a kiskereskedelmi forgalomnak még mindig szerény hányadát bonyolítják le úgy nálunk,⁵¹ mint a legtöbb külföldi államban.⁵² A fogyasztási szövetkezetek közül is csak azok felelhetnek meg igazán céljuknak, amelyek a vásárlási visszatérítés elvi alapján állanak, mert csakis ebben az esetben csökkentheti a szövetkezet a nyereszkesedést a végső fogyasztó érdekében. A céljuknak megfelelő szövetkezetek pedig megőrizték „a becsületes kereskedés és a jó minőség” eszményét, sőt „a demokratikus ellenőrzés” megvalósítására is törekedtek, de ebbeli törekvéseiket nem mindig koronázta siker.⁵³ Ez is amellettt szól, hogy a fogyasztók nem nélkülözhetik a közületek védelmét.

Már most gazdasági szempontból a szövetkezet sohasem semleges, mert a mindenkori gazdasági rendbe kell beilleszkednie. Ebben a tekintetben nincsen különbség a liberális és az etatisztikus rend között. Ha azután a fogyasztási szövetkezetek a gazdaságán kívül más célokat, különösen politikai célokat is követnek, ami a munkás-szövetkezeteknél gyakran előfordul, akkor már eltávolodnak a fogyasztók érdekeinek szolgálatától. A politikai semlegesség megszégése azonban csak az alkotmányos többpártrendszerű államban merül fel mint probléma. Egypártrendszer mellett a politikai betagolódás éppúgy előfeltétele a szövetkezeti létnek, mint a gazdasági. Nemcsak a szövetkezeti szocializmus, hanem kisebb mértékben a kapitalista-szociálpolitikai szövetkezeti irány is túlzott reményeket fűzött a fogyasztók megszervezéséhez. A magunk részéről kapitalista-szociálpolitikai szövetkezeti mozgalomnak nevezzük a tulajdonképeni szövetkezeti mozgalmat, amelyet a szövetkezeti irodalom egyszerűen szociálpolitikai mozgalom gyanánt szokott megjelölni.⁵⁴ Ez azonban nem egészen fedi a tényállást, mert a kapitalizmus visszaállásainak enyhítése csak egyik célja a szövetkezeteknek, a másik a tökegyesítés, a kapitalisztikus nagybani termelés előnyeinek biztosítása — a kisemberek részére. Hogy

⁵¹ György Ernő becslése szerint Magyarországon 1936-ban a kiskereskedelmi forgalom 5%-át bonyolították le a szövetkezetek.

L. György Ernő: A termelőtől a fogyasztóig, a kereskedelmi árrés problémája. Budapest, 1937. 29. l. köv.

⁵² Így Németországban a kiskereskedelmi forgalomnak 4.4%-a, Franciaországban pedig 1%-a esik a fogyasztási szövetkezetekre, viszont Angliában $\frac{1}{6}$, Svédországban és Dániában pedig $\frac{1}{5}$ a fogyasztási szövetkezetek kvótája.

L. Ihrig Károly: A szövetkezetek a közgazdaságtanban, Budapest, 1937. 47. l. köv.

⁵³ L. A. M. Carr-Saunders és mások: id. munka, 47. l.

⁵⁴ L. szerző ismertetését Ihrig Károlynak „A szövetkezetek a közgazdaságban” (Budapest, 1937.) c. könyvéről, Közgazdasági Szemle LXII. évf. 81. kötet, 5—6. szám. 1938. 473. l. köv.

ez a kisemberek gazdasági érdekében történik, az feltétlenül egy demokratikus vonást kölcsönöz a szövetkezeti kapitalizmusnak, de nem változtat azon, hogy a szövetkezeti tőkeegyesítés elve homeopátiás gyógymód a magánkapitalizmus bajaival szemben. Az igazi szövetkezeti mozgalom ezek szerint csakis a magánkapitalista renden belül mehet végbe. Remélhetjük-e azonban, hogy a szövetkezeti mozgalom a fogyasztók olyan arányú megszervezésére fog vezetni, hogy gazdasági és politikai súly tekintetében vetélkedni fognak a nem-szövetkezeti vállalatok egyesüléseivel? Erre határozottan nemmel válaszolunk. Igaz ugyan, hogy a nagyüzemi forma tért hódít még a fogyasztási szövetkezetek között is; amint Digby mondja, „a szövetkezeti üzlet ma már big business.”⁵⁵ Ebből azonban még nem folyik az, hogy a koncentrációs irányzat olyan arányú lenne, hogy önműködőleg monopolisztikus helyzetet teremthetne. Ihrig Károly például azon a nézeten van, hogy állami támogatás nélkül a szövetkezetek monopóliumra nem tehetnek szert⁵⁶ és hozzátehetjük, hogy ez is csak nagyszabású állami támogatás mellett képzelhető el. Amellett Ihrignek előbbi megállapítása nem is a fogyasztási, hanem az értékesítő és termelési szövetkezetekre vonatkozik, ami mindenképpen indokolt, mert főleg utóbbi kategóriáknál lehet monopóliumról szó. Ehhez járul, hogy minél inkább terjed a szövetkezeti mozgalom, annál inkább csökken — magánkapitalista rend mellett — az állami támogatás lehetősége, sőt ez a tétel még egy közép fokú irányított gazdaságra nézve is alighanem helytálló. Minél erősebben terjed tehát az igazi szövetkezeti mozgalom, annál jobban meg kell edződnie a szövetkezeteknek a gazdasági versenyben. De tegyük fel, tisztán elméleti eszmefuttatás céljából, hogy a szövetkezeti mozgalom általánosul. Ilyen fejlődés csak bizonyos koncentrációval karöltve mehetne végbe. Minél nagyobb azonban a szövetkezet üzem nagysága, annál inkább kapitalisztikus nagyvállalattá lesz, ami a szövetkezeti szociálpolitikai eszme szempontjából nem minden tekintetben megnyugtató jelenség. De a gazdaságtörténelmi fejlődés azt bizonyítja, hogy még a nagyipari tömörülés is csak a legritkább esetben csúcsosodik ki nemzetgazdasági vagy éppenséggel világ gazdasági monopóliumban, úgyhogy a feudális kapitalizmust nem a teljes egyedárúság, hanem a monopolisztikus verseny jellemzi. A szövetkezeti mozgalom terén pedig a monopolisztikus tömörülésnek semmi esetre sincsenek nagyobb esélyei, sőt feltehetőleg kisebb esélyei vannak, mint a nagyipar terén. Az egyszövetkezet még kevésbé valószínű, mint az egykartell, vagy az egytröszt. A nagyszövetkezetek statisztikája pedig jó adalékokat szolgáltathat ugyan

⁵⁵ L. Margaret Digby: *Producers and consumers, a study in co-operative relations*, second ed. revised and enlarged, London, 1938. 236. l.

⁵⁶ L. Ihrig Károly: id. munka 478. l.

a fogyasztás mérvére nézve, de ez a tájékoztatás a gazdasági egyensúly biztosítása szempontjából aligha számíthat nagyobb sikerre, mint a kartellstatisztika vagy a nagy áruházak statisztikája. A szövetkezeti kartellek közül pedig a termelők minden bizonnyal sokkalta nagyobb súllyal bírnának, mint a fogyasztásiak.

A magánkapitalizmus rendszere mellett — és csak ez a rendszer ismer igazi szövetkezetet, a szövetkezeteknek a kapitalisztikus vállalatokkal és egymással versengniök kell, ha nem akarnak a gazdasági küzdelemben alulmaradni. Soha sem szabad megelégedezni arról, hogy a szövetkezet csak befelé lehet altruista, kifelé azonban kapitalisztikus vállalat, a piaci gazdasági rend egyik alkateleme. Ha az évszázados fejlődés során a versenyben megedzett szövetkezetek túlsúlyra is tennének szert a részvénytársasági formában működő vállalatokkal szemben, ami ezidőszert pusztán egy elméleti fikció, akkor is tovább tartana a gazdasági harc a szövetkezetek között, mert verseny nélkül nincs piaci gazdaság. A szocialista-kommunista szövetkezetek voltaképpen közüzemek és pedig főként termelőüzemek, mert a kommunizmus is — a marxista programhoz híven — mégiscsak nem a fogyasztásnak, hanem a termelésnek a kollektívizálásával kezdte meg céljai megvalósítását. A bolsevista Oroszországban a fogyasztók önszegélyéről nem is lehet komolyan beszélni.

Az igazi, önszegélyen alapuló fogyasztási szövetkezeti mozgalom eredményei tehát általában véve számottevők, de nagyarányúnak azért nem nevezhetők. A nagyobb siker elérésének akadályaira már részben rámutattunk, amidőn a fogyasztók megszervezésének hagyományos nehézségeire utaltunk. Közelebről ezek az akadályok a következőképpen jellemezhetők. A fogyasztó a gazdasági életnek legnagyobb számú, de egyben leginkább szétszórt és legjámborabb alanya. A fogyasztó nem szakember, mert az érdeklődése körébe eső javak száma oly nagy, hogy komoly szakismeretre legfeljebb elenyészően kevés árúnál tehet szert. Amellett fogyasztói minőségében fennálló érdekei rendszerint háttérbe szorulnak termelői vagy társadalmi érdekeivel szemben, mert a termelés a nincstelennél a létfenntartás alapja, a vagyonos elem pedig többnyire méltóságán alulinak tartja fogyasztói érdekei feszegetését. A fogyasztás gazdaságtana joggal hangsúlyozza, hogy mivel a kisember érdeke túlnyomórészt a létfenntartási javak köré csoportosul, ő tarthat számot a fogyasztók érdekeinek valódi képviselőjére. Ez azonban nem változtat azon, hogy, mint a létfenntartás alapja, a jövedelemszerzés az első és csak azután kerülhet sor a jövedelem helyes felhasználásának kérdésére. A fogyasztók szervezkedése tehát nem olyan fenyegető veszély a termelők számára, amint azt egy amerikai fűszeres szaklap (The Interstate

Grocer) feltüntette, amidőn egyízben azzal a leplezetlen intelemmel fordult olvasótáborához, hogyha „ők (t. i. a fogyasztók) teljesen meg lesznek szervezve, a mi jelenlegi kicsinybeni, nagybani eladási és termelési rendszerünket alighanem szét fogják robbantani.”⁵⁷

A fogyasztók együttműködésének többi fajai közül régi keletű a fogyasztók bojkottja, illetve sztrájkja is. Ujabban a világválság nyomában Amerikában több ilyen bojkottmozgalom zajlott le.⁵⁸ Közülük a legnevezetesebb az 1935 nyarán lefolyt sztrájk volt, amely a magas húsárak letörésére Detroitból indult ki és csakhamar átcsapott az Egyesült Államok többi nagyvárosára is. A siker azonban csak átmeneti volt. A fogyasztók különben is csak ritkán, főként rendkívüli áremelkedések esetén szoktak együttesen fellépni és akkor is csak az alsó osztályokra szorítkozik az összefogás. A fogyasztói minőségben való harc sokszor még a demokratikus Amerikában sem megy előkelő foglalkozás gyanánt számba, mert a szűkös anyagi viszonyok jele. Vannak azonban a fogyasztói harcnak olyan fajai is, amelyek nem járnak a társadalmi lenézés veszélyével. Ilyen példának okáért az a mozgalom, amely az Egyesült Államokban az élelmiszerhamisítás törvényes megrendszabályozására indult meg és 1906-ban sikerre is vezetett. De már egyes későbbi kísérletek a Federal Pure Food and Drug Act szigorítására a fogyasztók szervezettségének hiányán és a termelői érdekeltségek politikai befolyásán meghiusultak.⁵⁹ Egy további érdekes amerikai példa a Consumers' Research nevű szervezet, amely 1929-ben alakult meg F. J. Schlink vezetése alatt, aki Stuart Chase mellett társszerzője a „Mit ér a pénzed” című, nagy port felvert munkának. A fogyasztók kutató intézetének nem nyereségszerzés, hanem a végső fogyasztó elfogulatlan tájékoztatása a célja. A hangja igen harcias. Nyomatékosan követeli a magánkapitalista rend fogyasztási visszasságainak kiküszöbölését, de nem ezen a renden kívül, hanem azon belül. Az intézet évente egy összefoglaló jelentést és több havi kiegészítő jelentést ad ki. Előfizetőinek száma 1937 elején 55.000 körül mozgott. Stuart Chase és Schlink elgondolásának megfelelően főként a többfokozatú védjegy (Grade labeling) rendszerével akarja biztosítani az árúk jó minőségét.⁶⁰ Az elgondolás annál is inkább jónak, mert nem válogatás nélkül akar szabványosítani, hiszen példának okáért a ruházzkodást, a lakást és a lakásberendezést

⁵⁷ L. Charles S. Wyand: id. munka 383 l.

⁵⁸ L. Charles S. Wyand: id. munka 388. l. köv.

⁵⁹ L. Charles S. Wyand: id. munka 299. és 387. l.

⁶⁰ L. Stuart Chase és F. J. Schlink: Your Money's Worth, a study in the waste of the consumer's dollar, New York, Reissued Nov. 1936, különösen 168. l. köv., 183. köv. és 261. l. köv. E munka eredetileg 1927-ben jelent meg.

nem akarja túlzottan leegyszerűsíteni s általában a fényűzési és esztétikai jellegű javak szabványosítását csak a bennük rejlő hasznossági elemekre kívánja korlátozni. A fogyasztók kutató intézete már most védjeggyel ellátott árúkat ajánl a vásárló közönségnek és e célra részben saját laboratóriumokat is tart fenn. A termelők és kereskedők persze gyakran élnek azzal az ellenvetéssel, hogy a többfokozatú védjegyrendszer a közönséget arra készíti, hogy csak a legjobb minőségű árút vásárolja, mert az alsóbb fokozatúakkal szemben nem viseltetik bizalommal. Ez az érv azonban nem meggyőző, mert a kisebb jövedelmű fogyasztórétegeknél az ár szerepe a döntő, az pedig csak előnynek tekinthető, ha az alsóbb fokozat is bizonyos minőségért szavatol. A kereskedők ellenszenvé egyébként könnyen érthető, mert védjegyes árúknál mozgási szabadságuk sokszor teljesen elvész.

Mindenképpen egészséges az a gondolat, hogy a szabványosítás, a márkázás és a védjegyvoltalom előnyeit ne csak a termelők, hanem a fogyasztók is közvetlenül és fokozottabb mértékben élvezzék. Különben is e részt egy már meglévő fejlődési irányzat alátámasztásáról van szó. Itt az amerikai szövetségi állam jár elől a legjobb példával, mert a régi súly- és mértékügyi hivatal helyébe már 1901-ben a Bureau of Standards intézményét állította, amely az állami szállítók számára részletes előírásokat (specifications) készít és hatalmas laboratóriumi szervezetet tart fenn.⁶¹ Ez a hivatal azonban vizsgálatainak eredményeit általában nem teszi közzé. Rajta kívül a legnevezetesebb állami szerv, amely hasonló irányú működést is fejt ki, a Bureau of Agricultural Economics; amellet a Bureau of Home Economics szerepe is igen figyelemreméltó. Az amerikai alsóbbfokú közületek azonban többnyire messze elmaradnak az árúk ellenőrzése tekintetében a szövetségi állam mögött. Viszont egyes vállalati egyesülések is tevékenykednek a végső fogyasztó érdekében, ez azonban inkább csak kivételes jelenség. Ezenkívül autonóm szervezetek, mint háztartási intézetek, állami egyetemek is folytatnak ilyen irányú működést,⁶² de ez még mind csak egy csepp a tengerben. Az újabb keletű amerikai fogyasztói intézet a fejlődés meggyorsítására életrevalóan törekszik ugyan, de az a célkitűzése, hogy a fogyasztó ne legyen többé a termelők tengeri malaca,⁶³ túlságosan merész. Rendkívül sokat lehet tenni ezen a téren, de nemcsak hogy a fogyasztók önsegélye, hanem még a legkíméletlenebb állami beavatkozás sem számíthatna teljes sikerre. A szük-

⁶¹ L. Stuart Chase és F. J. Schlink: id. munka 197. l. köv.

⁶² L. Stuart Chase és F. J. Schlink: id. munka 218. l. köv.

⁶³ A Consumers' Research külön kiadványai között szerepelnek a következők is: A. Kallet and F. J. Schlink: 100,000,000 Guinea Pigs és J. B. Matthews: Guinea pigs no more.

ségleti cikkek sokfélesége és gyors váltakozása, a fogyasztás decentralizáltságával karöltve, olyan nehézségeket támasztanak, hogy a fogyasztó bizonyos fokig mindig a gazdasági élet kísérleti nyula lesz.

A fogyasztói szabad szervezetek közül jelentősek a női szervezetek is, mert a fogyasztási javak vásárlóinak nagy többsége a nők közül kerül ki. Az amerikai vásárlók között a nők arányszáma a Department of Commerce becslése szerint 85%-ra tehető. Az ottani viszonyokról tehát valóban el lehet mondani, hogy a férfi keres és a nő költ! Mit jelent ez a nemzeti jövedelem szempontjából? Az Északamerikai Unióban a nemzeti jövedelem az utolsó két évtizedben több ízben elérte a 75 milliárd dollárt és ennek az összegnek a fele fogyasztási javak vételére szolgál. Az amerikai nők tehát, mint azt Pitkin megállapítja, időnkint évi 32 milliárd dollárnyi vásárlásért felelősek, — legalább is elvileg. Már most a női szervezetek, amelyek a fogyasztás problémáival is foglalkoznak, különösen ott tudnak gyökeret verni, ahol fejlett szövetkezeti mozgalommal állnak kapcsolatban. Ez a helyzet például Angliában, ahol 1935-ben a Women's Co-operative Guild taglétszáma 70.000-re és fiókjainak száma 1.671-re rugott. Ez a Guild pedig nemcsak a szövetkezeti eszme szolgálatában áll, hanem egyúttal mint háziasszonyi szervezet is kivételes jelentőséggel bír.⁶⁴ Megjegyzendő azonban, hogy a fogyasztás észszerűsítése a női szervezetek részéről, sajnos, éppen ott várható a legkevésbé, ahol talán a legtöbb a közgazdasági pazarlás, nevezetesen a divatcikkek terén. Laird becslése szerint az amerikai divatszemesélyek 72%-a női ruházati cikkekre és díszítésekre esik, míg a férfi ruházati cikkeknel csupán 10%-os a részesedési arányszám.⁶⁵ De a fogyasztás számos ágánál, elsősorban a táplálkozásnál még sokat lehet remélni a női mozgalom fejlődésétől. Ami az amerikai női szervezeteket illeti, azok kisebb tömegeket ölelnek fel, mint az angolok, mert az Északamerikai Unióban jóval kevésbé fejlett a fogyasztási szövetkezeti mozgalom. Viszont láttuk, hogy Amerikában a magánháztartástannak, amely tág értelemben még a takarékoság és a biztosítás kérdéseire is kiterjed, milyen előkelő hely jut az oktatásügy terén. Amellett fontos szerepet játszik az egyetemi női szervezet, az American Association of University Women is, amely együttműködik az American Home Economics Association-nal.⁶⁶ Utóbbi egyesületben főleg a háztartástan tanerői és üzleti szakértői vesznek részt. Persze az üzleti szakértők részvétele a tárgyilagosságot

⁶⁴ L. A. M. Carr-Saunders és mások: id. munka 237. l. köv.

⁶⁵ Donald A. Laird: What makes people buy, First ed. Fourth impression, New York and London, 1935. 142. l.

⁶⁶ L. Hazel Kyrk: id. cikk, Encyclopedia of Social Sciences, Vol. VII. 1932. 428. l.

már veszélyesen csorbitja. Az egyesület, amelynek külön folyóirata van, évi gyűléseivel kapcsolatban kereskedelmi kiállításokat rendez, kiállítási díj ellenében. Bízvást leszögezhetjük tehát, hogy az otthongazdaságtani egyesület átmeneti alakulat a fogyasztók liberális irányítása és önsegélye között. Wyand szerint gyakorlati jelentősége csekély. Legfeljebb a rendszeres és szabad háztartási tanfolyamok útján befolyásolhatja némileg a fogyasztó választását. Az amerikai női egyetemi egyesület természetesen méginkább akadémikus jellegű. Tevékenysége különösen arra irányul, hogy adatgyűjtést végez és az érdeklődő tagoknak felvilágosítást nyújt.⁶⁷

A fogyasztók önkéntes megmozdulásának tekinthetjük a vegetarizmust is. Viszont, ha egyszer megindul egy ilyen mozgalom, akkor csakhamar belekapcsolódik az üzleti reklám. Németországban újabban a vegetariánus mozgalmat a birodalmi pártvezetőség felosztatta és a Deutsche Gesellschaft für Lebensreform-ba olvastotta be. A felosztásra az adott okot, hogy a német vegetariánusok a nemzetközi eszperantó mozgalommal gyanús kapcsolatokat tartottak fenn.⁶⁸

A német életreform-mozgalom⁶⁹ a fogyasztók legnevezetesebb szervezete a harmadik birodalomban. Jellege félig közületi és félig autonóm, mert a régi reformcélokat megőrizheti ugyan, de azokat összhangba kell hoznia a párt és az állam nemzeti célkitűzéseivel. A mozgalom világnézeti oldalára jellemző programjának az a része, amely szerint céljai közé tartozik „a sok tekintetben veszendőbe ment természetes életrend helyreállítása”, ami lényegében egybeesik azzal a további követelménnyel, hogy a nép ételmezése „egyszerű és a homi föld viszonyainak megfelelő” legyen. Reális gyakorlati programja visszautasítja az egyoldalú táplálkozási formákat és a német önellátási harc keretébe beállított vegyes táplálkozási rendszer mellett foglal állást. Politikailag a mozgalmat a pártvezetőség irányítja. A népegészségügyi szaktanácsban külön előadója is van.

A fogyasztók önsegélyének jelentőségét általában óvatosan kell megítélni. Számottevő fejlődési lehetőségek azonban itt is mutatkoznak úgy a fogyasztási szövetkezeti mozgalom, mint a női szervezetek és a fogyasztói intézetek kiépítése irányában.

II/3. a) A fogyasztás a gazdasági élet azon területeihez tartozik, ahol a beavatkozás számos vonatkozásban a legnagyobb mértékben jogosult, viszont a legnagyobb nehézségekbe ütközik. A fogyasztás decentralizáltsága a gazdaságstatisztikát és a gazdaságpolitikát egyaránt súlyos feladatok elé állítja.

⁶⁷ L. Charles S. Wyand: id. munka 332. l. köv.

⁶⁸ L. Hermann Ertel: Die Grundlagen der deutschen Volksernährung zugleich ein Überblick über Tagesfragen der Ernährung, 1938. 40. l. köv.

⁶⁹ L. Hermann Ertel: id. munka 46. l. köv.

A fogyasztási javak körül elkövetett visszaélések, mint az élelmiszerhamisítás, hamis mértékek és súlyok használata, a gazdaságtörténelem ősrégi tapasztalatai közé tartoznak. A kapitalisztikus gazdaság legfeljebb új, kifinomult formákat termelt ki. Ezen a helyen persze csak elvi állásfoglalásról és a nevezetesebb újabb fejlemények megvilágításáról lehet szó.

Az élelmiszerhamisítás és a minőség rontása ellen a cégrendszer hathatósan küzdött. A liberalizmus azután a gazdasági szabadságot panacea-nak tekintette, de végül maga is arra kényszerült, hogy az élelmiszerhamisítások ellen határozottabban lépjen fel és külön törvényeket hozzon a tisztességtelen verseny egyes fajainak megfékezésére. Ez a tény már magában véve meggyőzően bizonyítja, hogy a szabad versenynek megvannak a maga jelentős hátrányai is. Korántsem akarjuk kétségbe vonni a szabadelvű gazdasági rendszer nagy előnyeit, az egyéni felelősséget és kezdeményezést, amelyet a magára hagyott egyénre ráneheződő gazdasági kényszer állandóan ébren tart. A magárahagyottság azonban a vagyoni erő arányában csökken és a gazdasági túlsúly könnyen politikai befolyással párosul. A gazdasági oligarchák azután a verseny nyomásának — saját iparágaikon belül — már csak egymás részéről vannak kitéve. Ma már rég túl vagyunk azon, hogy szemet hunyjunk a magánkapitalizmus visszásságai előtt és ezeket a visszásságokat nem lehet egyszerűen a monopolkapitalizmus számlájának terhére írni, mert azok egyfelől már a liberalizmus virágkorában is jólismertek voltak, másfelől pedig a monopolkapitalizmus a virágzó liberalizmus gyümölcse, amelynek érési folyamatát a vámvédelem legfeljebb meggyorsította. A monopolisták késhegyig menő versenye azután mindenesetre közvetlen indítékul szolgált a tisztességtelen verseny szabályozására. A szabadelvű gazdasági rendszer csak ekkor, a múlt század nyolcvanas éveiben kezdte belátni, hogy a magánjog és a büntetőjog nyújtotta védelem nem elegendő, hanem külön törvényhozási intézkedések szükségesek. Az első komoly lépés ezen a téren az amerikai antitröszt-törvény, az 1890. évi Sherman Act volt. Azt követte az 1896. évi német törvény, amely a tisztességtelen verseny ellen irányult. Azóta számos államban szabályozták a versenyt kartelltörvények, valamint a tisztességtelen verseny elleni törvények alakjában.⁷⁰ Az Egyesült Államokban vetették fel azután azt a gondolatot, hogy külön szövetségi törvény hozassék a tisztességtelen reklám ellen is. A reklámszakemberek pedig de facto külön ellenőrző bizottságokat állítottak

⁷⁰ L. Viktor Mataja: Die Reklame, Eine Untersuchung über Ankündigungswesen und Werbetätigkeit im Geschäftsleben, vierte, verb. u. erg. Aufl., München und Leipzig, 1926, 354. l. köv.

fel Amerikában,⁷¹ de működésük eredménye szerénynek nevezhető. Azóta az 1914-ben megszervezett Federal Trade Commission mint az antitrösztpolitika közigazgatási szerve a tisztességtelen verseny elleni küzdelem során harcot folytat a hamis reklám ellen is. Az eredmény azonban mindössze az volt, hogy a durvább fajta reklámokat és kisebb vállalatok egyes jelentéktlenebb hamis reklámjait sikerült kiküszöbölni.⁷²

A reklám egyike a legfontosabb versenyeszközöknek és a verseny állandó korlátozása ma már a legtöbb gazdasági kultúrállamban meg van honosítva. Állandó, vagyis normális viszonyok korlátozásáról beszélünk, nem pedig azokról a rendkívüli korlátozásokról, mint a devizagazdaságról, amelyek jórészt a világháború nyomában gazdasági kényszer hatása alatt jöttek létre. A verseny állandó korlátozásai tekintetében azonban lényeges különbség van a liberális és az etatisztikus szabályozás között. Az első csupán a liberális gazdasági rend fenntartására irányuló korrekтивum, a második már annak többé-kevésbé lényeges módosítása.

Ha a versenynek, vagy egyes fajainak állami szabályozásáról beszélünk, akkor mindig csak részleges etatizmust, tehát egy részben szabad, részben szabályozott rendszert értünk alatta. A korlátozott verseny egy vegyes versenyrendszer. A százsázalékos etatizmus, mint a bolsevizmus, elvileg nem ismerhet még részleges szabad versenyt sem, mert a piaci gazdaságot teljesen ki akarja irtani. Számára a piaci gazdaság minden maradványa ellentmondás. Pedig ilyen ellentmondással találkozunk és pedig nem is eggyel. Maga a híres stakhanovizmus is egy kirívóan magánkapitalista módszer, mert hiszen magas anyagi ellenszolgáltatásban részesíti azt, aki az átlagot messze meghaladó munkateljesítményt végez. Így Stakhanov fizetését tízszeresére emelték, amidőn 2—300%-kal növelte az általa kitermelt szén mennyiségét és a stakhanovisták néha 2000 Rubel havi bért is kapnak akkor, amidőn a szakmunkások 3—400 Rubel, a tanulatlan munkások pedig alig 100 Rubel bért húznak.⁷³ A béregyenlőség feladásával a bolsevizmus bizonyos engedményt tett a magánkapitalisztikus versenyelv számára. Az azután már nem lényegbeli különbség, hogy magasabb berről, bérpótlékról, jutalomról vagy jutalékról beszélünk-e. Mihelyt nem tisztán a kommunista lelkesedés, hanem az egoisztikus anyagi

⁷¹ L. Robert S. Lynd, with the assistance of Alice C. Hanson: „The people as Consumers“ in „Recent Social Trends in the United States“, op. cit. Vol. II. 873. l. köv.

⁷² Arthur Robert Burns: The decline of competition. A Study of the Evolution of American Industry, First edition. Second impression, New York and London, 1936, 416. l.

⁷³ L. Paul Berline: „L'évolution économique et sociale en U. R. S. S.“ dans „Bilan du communisme“, Cahiers économiques et sociaux, publié sous la direction de Henry Peyret, Paris, Chapitre IV., 1937, 95. l.

érdek serkentő hatása is érvényesül, akkor már a szocialista-kommunista eszmény súlyos csorbát szenvedett.

A versenyt tehát még a kommunizmus sem zárhatja ki teljesen. Hiszen a gazdasági verseny a szűkös anyagi javak előteremtéséért folytatott küzdelem és mindaddig, amíg a gazdasági eldorádó álma valóra nem válik, ezt a küzdelmet mindenemű társadalomgazdasági rendben folytatni kell. A gazdasági küzdelemnek pedig két szélsőséges fegyvere van, az egyik a nyereségvágy mézesmadzaga, a másik Stalin kancsukája. A liberális és a kommunista rendszer két pólusa között azután az irányított gazdaság különböző fokozatai szerint a korlátozott verseny különböző fokaival állunk szemben. Láttuk egyébként, hogy ma már még a vezető liberális államokban is bizonyos fókig korlátozva van a verseny szabadsága.

A verseny etatisztikus rendezése terén a legérdekesebb fejlemény az 1933. évi német Gesetz über Wirtschaftswerbung, amely szerves kiegészítése az új német versenyrendszernek. Ennek a korlátozott versenyrendszernek az alapelvei a „Marktordnungsgrundsätze der Reichsgruppe Industrie“ című kiadványban vannak lefektetve. Nemrégiben a nemzeti szocialista gazdaság 1937-es évkönyve érdekesen világította meg ezeket az alapelveket. Ami a szerzési vágyat illeti, az „többé nem érvényesülhet akadálytalanul, hanem a közjó érdekében megfékezendő.“⁷⁴ A közjó a vezető gazdasági elv. Eszközei a gazdálkodó nevelése és „a gazdasági folyamat állandó ellenőrzése.“⁷⁵ A nemzeti szocialista gazdasági jog a túlzott egyes reklám helyébe „a közösségi meggyőzést“, az árverseny helyébe a „teljesítményversenyt“ helyezi és egyben a gazdálkodó alany kötelességévé teszi, hogy „a korlátlan önzés helyett... az üzemet az összesség szolgálatába is állítsa.“⁷⁶ Az új német piaci rend azonban nincs még minden vonatkozásban egyenlő arányban kiépítve. A legteljesebb a birodalmi élelmezési rend megszervezése. Azután következik a kézmű. Ennélfogva csak az élelmezési rend van feljogosítva piacrendező intézkedések megtételére, míg a termelés egyéb területein (gewerbliche Wirtschaft) a csoporttagok átszervezése gazdaságilag elismert önkormányzati testületekké nem haladt még annyira előre, hogy piacrendező jogosultsággal ruháztassanak fel.⁷⁷ A harmadik bi-

⁷⁴ L. Otto Mönckmeier: Wirtschaftsrecht und Wirtschaftsgestaltung c. cikkét, Jahrbuch der nationalsozialistischen Wirtschaft, Herausgeber dr. Otto Mönckmeier, 1937., I. Teil: Die nationalsozialistische Wirtschaftsordnung, 17. l.

⁷⁵ U. a.: id. értekezés 29. l.

⁷⁶ L. Jahrbuch der nationalsozialistischen Wirtschaft, 1937., II. Teil: Das nationalsozialistische Wirtschaftsrecht, 505. l.

⁷⁷ L. U. o. 544. l. Megjegyzendő, hogy gewerbliche Wirtschaft alatt a nemzeti szocialista gazdasági jog — szintétikus értelemben — az ipart, a kézműt, a kereskedelmet, a bankokat, biztosító intézeteket és az energia-gazdaságot is érti.

rodalomban ugyanis a piaci rendnek két alkateleme van, a rendi szervezet és a szakszerű gazdasági szervezet. Míg a rendi szervezet, mint jeleztük, a birodalmi élelmezési rend és a kézmű területén épült ki, addig a szakszerű gazdasági szervezeteknek, mint csoportoknak, kartelleknek és egyesületeknek az átszervezése még folyamatban van.

A nemzeti szocializmus ezek szerint a korporatív szervezetet legelőször ott valósította meg, ahol a testületi és minden egyéb szervezkedés a legnehezebb, t.i. a decentralizált mezőgazdaság terén. Ezért mondják sokan, hogy Darré agrárpolitikája praekapitalisztikus vonásokat vitt bele az új német gazdasági rendbe.⁷⁸ De ezt a felfogást nem lehet fenntartás nélkül elfogadni. Gondoljunk csak arra, hogy már a marxizmus német revizionista iránya is kimutatta, hogy a Marx-féle koncentrációs elmélet a mezőgazdaságra nem alkalmazható, mert ott a kisüzemek nemcsak hogy nincsenek pusztulásra ítélve, hanem egyes termelési ágakban életképesebbek a nagyüzemeknél. Már most a német agrárpolitika egyrészt a kisemberek fenntartására, másrészt a mezőgazdasági termelésnek a nemzeti önellátás szolgálatába való állítására irányul. Az önellátásra való ráutaltságot már az 1931. évi nemzetközi hitelválság felidézte, amidőn a középeurópai államokat csaknem teljesen elzárta a külföldi hitelforrásoktól. Az önellátás, mint a világválság parancsoló követelménye azután párosult a nemzeti szocializmus autarkias törekvéseivel. A hitlerizmus azonban korántsem helyezkedik arra az álláspontra, hogy a világkereskedelmet szűk korlátok közé kell szorítani, sőt azt vallja, hogy szélesebb alapokra kell helyezni, de tisztában van azzal, hogy ezen a téren milyen akadályokkal áll szemben.

A nemzeti önellátásért folyó nagy küzdelemben szükségessé vált a fogyasztó közületi irányítása és ezzel kapcsolatban a magánvállalatok által való befolyásolásának korlátozása is. Az új német gazdasági meggyőzési rendszert és annak a versenyrendszerhez való viszonyát Heinrich Hunke-nak, a Werberat für die deutsche Wirtschaft helyettes elnökének alapvető munkája⁷⁹ nyomán tárgyaljuk, míg a birodalmi élelmezési rendnek ezzel és a fogyasztáspolitikával összefüggő kérdései tekintetében főként Hermann Ertelnek, a német népélelmezés birodalmi munkaközössége üzletvezetőjének már idézett könyvére támaszkodunk.

„A gazdasági meggyőzésről“ (Wirtschaftswerbung) szóló német törvény⁸⁰ gazdasági felügyeleti szerv gyanánt az említett

⁷⁸ L. Gaétan Pirou: *Essais sur le corporatisme*, Paris, 1938. 78. l.

⁷⁹ Heinrich Hunke: *Die neue Wirtschaftswerbung, eine Grundlegung der deutschen Werbepolitik, Gesetz und Wirtschaft*, Bd. 4. Hamburg 1938.

⁸⁰ A Wirtschaftswerbung-ot „gazdasági meggyőzéssel“ fordítjuk, már csak azért is, mert a Werberat különbséget tesz az üzleti meggyőzés

Gazdasági Meggyőzési Tanácsot állította fel, amely a birodalmi népfelvilágosító és propagandaminiszternek van alárendelve. A törvény első paragrafusa szerint gazdasági meggyőzés alatt minden nyilvános és magán meggyőzés, laphirdetés, kiállítás, vásár és a reklámügy értendő.

Hunke szépen fejti ki, hogy a hatásnak két ősi formája van, a „meggyőzés“ és a kényszer. Csak lassanként tudott útat törni magának az a felfogás, hogy a nemzeti szocializmus feladata nem az üzletszerzés és a verseny eltörlése, hanem a magánkezdeményezés és a közjó szintézise. A meggyőzés nemcsak a kapitalisztikus gazdasági rend sajátossága, mert aki ezt az eszközt elveti, az csak a kényszer eszközéhez folyamodhatik. A gazdasági meggyőzésnek pedig két faja van, az üzletszerzés és a nyilvános vagy közgazdasági felvilágosítás. A közgazdasági felvilágosítás úgy a magánérdek előmozdítására, mint a közgazdasági célok elérésére irányulhat. A Gazdasági Meggyőzési Tanács szigorúan ügyel arra, hogy az üzletszerzés a közgazdasági felvilágosítás funkcióját ne sajátítsa ki magának, mert ez a politikai vezetés feladata. Ez annál inkább szükségesnek mutatkozott, mert sokan akartak politikai pártállásukból üzleti hasznot kovácsolni. Látjuk tehát, hogy a nemzeti szocializmus milyen józanul ítéli meg a gazdasági küzdelem egoisztikus természetét. A romantikus ideológia ebben az esetben is csak szárnyakat ad egy igen reális beavatkozásnak. A romantika realizmusa abban áll, hogy az utópisztikus anarchizmussal szöges ellentétben nem bízik az emberek természetes jóságában és bölcs belátásában, hanem az egyén irányítását és nevelését közületi feladattá teszi. Az nem jelent elvi változást, hogy ezt a korporatív rendszer útján akarja elérni, mert mind az olasz, mind a német testületi rendszer etatisztikus. A tiszta korporatizmusnak, amely nemcsak az egyén, hanem az állam jogait is lenyesegetné, a jelen korban mindeddig nem sikerült a gyakorlati megvalósulás útjára lépnie. A hamisítatlan korporatizmusnak mindenesetre az lenne a legnehezebb problémája, hogy miként egyenlítő ki a hivatásrendi ellentéteket.

Figyelemreméltók Hunke megjegyzései a meggyőzés és a verseny szétválasztásáról. Az eddigi felfogás a meggyőzést, különösen a reklámot, csupán a verseny egyik formájának tartja. Ezzel szemben a német szerző kiemeli, hogy a kettő nem azo-

(geschäftliche Werbung) és a nyilvános felvilágosítás között; utóbbit vagyis közgazdasági felvilágosításnak is nevezi. A magunk részéről az üzleti meggyőzést „üzletszerzésnek“ hívjuk, míg a nyilvános vagy közgazdasági felvilágosítás kifejezést megtartjuk. A „meggyőzés“ mint az üzletszerzés és a közgazdasági felvilágosítás gyűjtőfogalma azért látszik célszerűbbnek, mint a felvilágosítás, mert a reklám — különösen a gazdasági életben — gyakran összeütközésbe kerül a valódiság elvével. A meggyőzés kifejezésének elfogadásával tehát lemondunk arról, hogy a meggyőzést a tárgyi igazság nehezen megragadható fogalmával kössük össze.

nos, de ha a valóságban együtt lép fel, elválaszthatatlan összefüggésben áll egymással. Igaza van abban, hogy a meggyőzés a régibb eszköz, „az őséther, amelyből a verseny világa képződött és megszületett, az a médium, amelyen a versenynek át kell hatolnia.“ Emellett szól az is, hogy a monopolista — persze csak teljes egyedárúság esetén — kikapcsolhatja a versenyt, de nem nélkülözheti a reklámot.

Közbevetőleg megjegyezve, a gazdasági reklámot még a teljesen központosító rendszer sem mellőzheti, mert felvilágosításokkal kell szolgálnia a javakról és a szolgáltatokról. A magunk részéről mindenestre szívesebben használnók a felvilágosítás helyett — Matajával együtt — az „ismertté tevés“ (Bekanntmachung) kifejezést. Csupán annyit kívánunk hozzátenni, hogy ez az ismertté tevés sokkal közelebb áll a „megismerkedés“, mint a „megismerés“ fogalmához. Önreklámmal azonban az életnek úgyszólván minden terén találkozunk, ez pedig már más lapra tartozik.

Hunke felfogására visszatérve — előbbi megállapításaival ellentétben — nem érthetünk teljesen egyet azzal a kifogásával, hogy a gazdasági meggyőzés kérdését igen gyakran egyoldalúan a fogyasztó befolyásolásának szempontjából szokás vizsgálni, holott az egyúttal a verseny kérdése is. Ezzel azért lő túl a célon, mert világos, hogy a fogyasztás irányításának fogalma a gazdasági verseny rendszere mellett mindig arra is kiterjed, hogy az üzletszerzés útján elhódítsa, vagy legalább is biztosítsa a vevőt az eladó versenytársakkal szemben.

A közgazdasági felvilágosítás legfőbb célja azután az, hogy a fogyasztókat a német önellátási harc számára megnyerje. Évégett, amint azt Ertel kifejti, példának okáért a birodalmi és porosz élelmezési és mezőgazdasági minisztérium havonta közleményt ad ki arról, hogy mely élelmiszerek fogyaszthatók nagyobb mértékben, hol kívánatos a fogyasztás színvonalának fenntartása és hol forog fenn korlátozásának szüksége. Ezek szerint a meggyőzés és a kényszer egymást kiegészíti. Az élelmezési és mezőgazdasági minisztérium havi közleményei irányelveket tartalmaznak a fogyasztás évszakok szerinti helyesebb beosztására nézve is, már csak azért is, mert előfordult, hogy a vásárlóképesebb rétegek külföldről behozott primőröket fogyasztottak, viszont a későbbi időpontban kínált azonos vagy hasonló belföldi árú iránt nem mutatkozott megfelelő kereslet, minthogy akkor már hiányzott az újdonság varázsa. De ennél fontosabb az, hogy a közönség tájékoztatást nyer „az agrárpolitika nagy vonalairól, a piaci rendről és minden az élelmezési kérdést érintő intézkedésről.“ Ebben a tekintetben főként az illetékes minisztérium, a birodalmi élelmezési rend, az agrárpolitikai birodalmi hivatal, a birodalmi egészségügyi hivatal és a nemzeti szocialista párt népegészségügyi hivatala jönnek

szóba. Az élelmezési felvilágosítás összefogó szerve azonban az 1933 közepén felállított Reichsarbeitsgemeinschaft für Volksernährung, amelynek feladata egyfelől a hivatalos szervek egységes véleményének kialakítása, másfelől pedig e vélemény terjesztése. Utóbbi vonatkozásban útmutatással látja el a német női szervezeteket, a nemzeti szocialista tanítói szövetséget és a kereskedelem és a kézmű egyes ágazatait. A birodalmi népélelmezési munkaközösség ellenőrzést gyakorol azok felett az előadók felett is (Rednerkontrolle), akik a népélelmezés körében végeznek felvilágosító munkát.

A német önellátás érdekében megindított négy éves terv egy egyszeri hatalmas erőfeszítésnek tekinthető. Ha ez az erőfeszítés átütő sikerrel jár, akkor a meggyőzés és irányítás munkája ezen a területen szűkebb keretek közé szorulhat, de fontossága azért előreláthatólag továbbra is nagy lesz. Csökkenhet a jelentősége az esetben is, ha a harmadik birodalom külkereskedelmi kapcsolatait lényegesen ki tudja bővíteni. Vannak azonban a német gazdasági meggyőződésnek olyan vonatkozásai is, amelyek teljesen függetlenek az önellátási tervtől és az egész gazdasági renddel állandó szerves kapcsolatban állanak. Ilyen a reklám korlátozása egyfelől a versenytársakkal, másfelől a fogyasztókkal szemben. Itt a hagyományos tisztességtelen verseny elleni küzdelem erőteljesebb folytatásával állunk szemben. Viszont az egy ténykérdés, hogy az üzletszerzés korlátozása mennyiben válik a fogyasztó javára. Liberális rendszer mellett a reklám az egyik oldalon a termelékenységet csorbítja, a másik oldalon viszont a verseny fokozásával a termelékenységet növelheti. Egy irányított piaci rendben a harmadik ténykérdés az, hogy a verseny részbeni kikapcsolását az irányítás nagyobb vagy kisebb sikerrel helyettesíti-e.

A gazdasági meggyőzés német szabályozása egyúttal a tisztességtelen verseny elleni erőteljes harc jegyében is áll. A nyereség korlátok közé szorítása kifejezetten céljai közé tartozik. Említettük már, hogy a teljesítményversenyt akarja biztosítani. Maga Hitler utasította vissza azt a gondolatot, hogy az állami közigazgatás alapelvei átvitessenek a gazdasági életre, mert „ez a kezdeményezés halálával lenne egyértelmű“, már pedig „a szabad élet épp olyan természetes, mint a természetben a harc.“ Erre támaszkodva Hunke először is leszögezi, hogy a gazdasági verseny, amely a legnagyobb teljesítményt váltja ki, nélkülözhetetlen az új gazdasági rendben, csakhogy annak erkölcsi akarattól, a nemzeti szocialista meggyőződéstől és sajátos jogrendszerétől kell áthatva lennie. Egy másik helyen ezt akként fejezi ki, hogy a német piaci rend a magánkezdeményezéssel teljes egészében számol, de rendet, haladást és világosságot teremtett; „nem béklyóbaverés, hanem az igazi szabadság“ a célja. Persze mihelyt felmerül az a kétely, hogy melyik

szabadság az igazi, akkor már a szabadság korlátozásával állunk szemben. Kisebb mértékben azonban ez még az ú. n. szintizta liberalizmus mellett sem volt elkerülhető.

A német gazdasági rend nem egy rejtély, amint azt gyakran hangoztatják, hanem egy erősen szabályozott magánkapitalizmus, amely azonban a magánkezdeményezésnek is teret biztosít. — Ha egyszer eltér a gazdasági rend a szabadelvű nyereségszerzés elvétől, akkor nem marad más hátra, minthogy a szükségletfedezeti elv valamelyik változatát tegye magáévá. Már a minőségi oltalom is ezen a síkon mozog és a XIX. század utolsó évtizedeiben már a szabadelvű gazdasági rendszer is kezdett ebben az irányban engedményeket tenni. Rámutattunk továbbá arra, hogy újabban az Egyesült Államokban a fogyasztói szervezetek és a fogyasztás gazdaságtanának művelői milyen messzemenő követelményeket támasztanak a minőségi oltalom és a szabványosítás terén. A nemzeti szocializmus is hathatós minőségi védelmet akar biztosítani. Itt nem arról van szó, hogy a minőségi termelést illetőleg abszolút összehasonlításokba bocsátkozunk a lényegesen kedvezőbb természetadta gazdasági viszonyok között élő demokratikus államok és az önellátásért küzdő német birodalom között. Az azonban bizonyos, hogy a minőségi oltalmat az új német gazdasági rend intézményesen fokozottabb mértékben vezette be, hiszen a teljesítményverseny azonos a minőségi versennyel. Az állam például az élelmiszereket illetőleg számos minőségi előírást (Gütevorschriften) állított fel a fogyasztó érdekében. Amellett az árúk osztályozását egységesíti, ami részben ugyancsak az élelmiszerellátás problémájával függ össze. Ezt azonban nem szabad olyan értelemben felfogni, mintha a harmadik birodalom az életigények állandó leszállítását tartaná céljának. Az életreform-mozgalom alapelveinek V. pontja utal ugyan arra, hogy „az egyszerű táplálkozás még egy népnek sem ártott, holott az ellenkező esetre elég példát szolgáltat a történelem“ és hozzá teszi, hogy „üdvös kényszernek“ tekinti azt, hogy „szükségessé vált a német ellátásnak belföldi alapokra való helyezése, mert ezáltal a közgazdasági és biológiai egyensúly újra helyreállítható.“ Viszont a nemzeti szocialista gazdaság 1937-ről szóló évkönyvében (322. l.) azt olvashatjuk, hogy az osztályozó kereskedelemnél az osztályok számának leszállítása még az elkényeztetett igényeknek sem akar véget vetni, hanem a felesleges áruosztályok megszüntetésére törekszik. A nemzeti szocializmus tehát nem köti le magát egyoldalúan az életigények leszorítása mellett. A lemondást alkalmazza, de csupán mint a nemzeti célok elérésére szükséges eszközt. A nagytömegek már sehol sem elégszenek meg a jövedelemeloszlás egyenletesebbé tételéből származó jövedelememelkedés szerény lehetőségével, hanem az életszínvonal messzebbmenő fokozását várják, ami viszont csak

az egész társadalmi termelés emelésével érhető el. Ma már világnézeti különbség nélkül minden államban ez a gazdaságpolitika hosszúlejárati célja.

A fogyasztók érdekeit szolgálják az új német gazdasági meggyőzésről szóló törvény azon rendelkezései is, amelyek a gazdasági meggyőzés valódiságának, megbízhatóságának és a tarifahűségnek a biztosítására irányulnak és amelyeket a meggyőzési tanács a világosság elvével egészített ki. Ezeknél a pontoknál azonban már nem mindenütt mutatkozik lényeges eltérés a tisztességtelen versenyt, illetve a reklámot szabályozó más törvényektől.

A német gazdasági rend a meggyőzésnek három fajtát ismeri, az egyes, a közösségi és a nyilvános meggyőzést. A közösségi meggyőzés (Gemeinschaftswerbung) közel áll ahhoz, amit eddig testületi üzletszerzésnek neveztek, vagyis valamely iparág együttes üzletszerzési tevékenységével esik egybe. A nemzeti szocializmus rendszere mellett a közösségi üzletszerzés is hódított tért, de leginkább a közgazdasági felvilágosítás nyomult előtérbe. Az egyéni üzletszerzés viszont 1936-ban egyharmaddal maradt vissza az 1929. évi mögött, amire az is magyarázatot nyújt, hogy a termelés emelkedése az új rezsim alatt nagyobb volt a fogyasztás emelkedésénél, az üzletszerzési tevékenység fele pedig, a német konjunktúrakutató intézet becslése szerint, a fogyasztási javakat árusító kiskereskedelemre esik. Hunke különben az 1935. évi német reklámköltségeket 1000 — 1100 millió márkára teszi.

A német fogyasztáspolitikai egyes esetekben jegyrendszerhez is folyamodott. Így olcsóbb jegyekkel (Reichsverbilligungsscheine) és a rendes áron való vásárlásra jogosító jegyekkel (Bezugsscheine) a margarintermelés háromnegyed részét a kisjövedelmű fogyasztók számára biztosította. A gyümölcsízekenél is nagyarányú olcsóbbítási akció került lebonyolításra.

Csupán a főbb termelési ágakat véve, a burgonya, a cukorrépa és az állattenyésztés terén a német gazdaságpolitika jelentős eredményeket ért el, mindazonáltal bizonyos hiány mutatkozik a zsír- és a húsellátás körül. A zsírfogyasztást, ahol a legnagyobb a külföldre való ráutaltság, tudományos élelmezési szempontból is túlzottnak tartják és ennek folytán tervszerű csökkentésére is törekszenek. Ismeretes azonban, hogy amellet helyettesítő javakkal, mint margarinnal, bálnaolajjal, pótolják részben a belföldi zsírhiányt. Viszont a zsírtermeléssel ellentétben a német élelmezési politika vezetői a burgonya, a cukor, a lefőlözött tej és a tengeri hal fogyasztása emelésének lehetőségével számolnak.

Reischle szerint „a piaci szervezetek az állami gazdaságpolitika eszközeivé lettek, anélkül azonban — és számomra ez döntő elvi jelentőségű, — hogy államgazdasági alakulatokká

váltak volna. A főegyesülések⁸¹ elnökei mellett ott állanak az érdekelt gazdasági csoportok igazgatósági tagjai, akik ezen csoportok tapasztalatait és szempontjait a piacsabályozó intézkedéseknél érvényesítik.⁸² Ime az etatisztikus korporatizmus elve!

Pirou félti a fogyasztót a gazdasági parlamentarizmustól, mert ezen rendszer mellett a termelő túlsúlya a fogyasztóval szemben még erősebb és egyoldalúbb lenne, mint a liberális rendben.⁸³ A fogyasztók gyengébb szervezetei valóban nem tudnának védekezni a jól megszervezett és tőkeerős termelői alakulatokkal szemben, amelyek nyílt politikai túlsúlyra tennének szert. Ezt a megállapítást azonban természetesen Pirou sem vonatkoztatja a fasizmusra és a nemzeti szocializmusra, mert a politika mindkét rendszernél vezető szerepet játszik a gazdasági élettel szemben, amelynek szerepe az autonómia körében mozog. Nem is tudnánk elképzelni egy olyan rendszert, legyen az testületi vagy nem testületi, amely a fogyasztóknak önálló vezető szerepet biztosítana. A fogyasztók számára legfeljebb bizonyos közreműködés és autonóm szervezkedés jöhet figyelembe. Aki ennél többet ígér a fogyasztónak, az még mindig nincs tisztában azzal, hogy ma már nem a zárt házigazdaság korában élünk, amikor a termelő és a fogyasztó személye egyesült, hanem a messzemenően differenciálódott gazdaság korában, amikor már közbeékelődik a piac a gazdasági élet két alapvető alanya közé. Ha a fogyasztó hathatósan kezébe akarja venni érdekei védelmét, akkor kénytelen a termelés körébe behatolni, ott pedig túlnyomórészt termelői érdeke kerekedik felül. A közületek sokat tehetnek a fogyasztók érdekében és a fogyasztók az önszegély révén is segíthetnek magukon bizonyos fokig, a legjobb, habár közvetett fogyasztási politika azonban mégiscsak a termelés fokozása.

A nemzeti szocializmus a fogyasztót hathatósan irányítja már csak az önellátási csata megnyeréséért is. Ismételten hangsúlyozzuk azonban, hogy az autarchikus törekvés nem abszolút, hanem részben egy szükséghelyzet következménye. Ezért találkozzunk a létfenntartási harc (Erhaltungsschlacht) jelszavával is. Ebben a küzdelemben a fogyasztói szervezetnek jut ugyan szerep,⁸⁴ de annak súlya a dolog természeténél fogva nem hasonlítható az állami irányítás és a termelői szervezetek befolyásának súlyához. Egyes piaci szervezetekben a fogyasztók képvi-

⁸¹ T. i. húsz egyesülés foglalja össze a birodalmi élelmezési rend szervezetét a 20 Landesbauernschaft területének megfelelően.

⁸² L. Hermann Reischle: Die Technik der Wirtschaftslenkung durch den Reichsnährstand, Ackerbau und Landbaupolitik, Beiträge zur politischen Grundlegung der Landbauwissenschaft, Heft 7., Reichsbauernstadt Goslar, 1938. 7. l.

⁸³ L. Gaétan Pirou: id. munka 49. l. köv.

⁸⁴ L. Hermann Ertel: id. munka 57. l. és 80. l. köv.

selői is helyet foglalnak a termelők mellett. Ennél azonban sokkalta fontosabb az a szerep, amelyet az új német gazdaságpolitika az élelmiszerek és takarmányok romlandósága ellen indított meg (Kampf gegen den Verderb). Ez a „névtelen fogyasztás” ugyanis szakértői becslések szerint évente mintegy másfél milliárd márka kárt okoz. Ennek a hatalmas összegnek körülbelül a fele esik a magánkonyhákra, gyári étkezdékre, éttermekre és a nyilvános konyhákra. A kár a magánkonyhák-nál a legnagyobb. Itt már a fogyasztói szervezeteknek, különösen a női szervezeteknek a közreműködése sokat lendíthet az akción. Ezek a szervezetek be is vannak kapcsolva a Reichsgemeinschaft für Volksernährung munkájába. A birodalmi népélelmezési munkaközösség tájékoztatással, illetve útmutatásokkal látja el a Reichsfrauenführung, valamint a Frauenamt der D.A.F. szerveit.⁸⁵ A birodalmi asszonyvezetőség a Deutsches Frauenwerk kezébe van letéve, amelynek közgazdasági, házi gazdasági és birodalmi anyasági osztályai vannak. Ez a női munkák központi összefoglaló szerve.⁸⁶ A német munkafront női hivatala pedig a szociálpolitikai teendőkön kívül háztartási kiképzésről is gondoskodik.

A nemzeti szocializmus irányított szektorai közül figyelemre méltó a tejgazdaság, mert ez az új gazdasági rend azon körzeteinek egyike, ahol a fogyasztáspolitikát a termelési politikával szorosan egybefonódik.⁸⁷ A tejgazdaság körében ugyanis jelentős újítások történtek a szétosztás észszerűsítése és az üzemek számának leszállítása tekintetében is, ami már a fogyasztáspolitikai köréből átvázolt a waste in industry és egyúttal a szétosztás erőpazarlásának bonyolult kérdéséhez.

A fasiszta Olaszország versenyrendszere ugyancsak egy korlátozott versenyrendszer. Az olasz és a német rendszer az elvi lényegét illetőleg megegyezik. Amint Dobbert megállapítja, „a liberális gazdasági rend alappilléreit: a magántulajdont és a magánkezdeményezést a fasiszta Olaszország elismeri. De magángazdasági funkciójához egy új funkció járul, a szociális rendeltetés.”⁸⁸ A fogyasztás megszervezése azonban Olaszországban elsősorban az abesszin háborúval kapcsolatban nyomult előtérbe. Már az 1925 február 8.-iki a nemzetnek háború esetére való megszervezéséről szóló törvény előírányozta egy élelmezési hivatal felállítását.⁸⁹ Ez a „Központi Hivatal az élelmi-

⁸⁵ L. Hermann Ertel: id. munka 93. l.

⁸⁶ L. G. Scholtz—Klink: Deutsches Frauenschaft, 1934 (mimeo) és Toni Saring: Der deutsche Frauenarbeitsdienst, Berlin, 1934.

⁸⁷ L. Hermann Reischle: id. értekezés 8. l. köv.

⁸⁸ L. Gerhard Dobbert: Einleitung. Die korporative Reform 1933—34 und ihre Sinndeutung in „Die Faschistische Wirtschaft, Probleme und Tatsachen“, Berlin und Rom. 1934. XVI. l.

⁸⁹ L. Rudolf von Xylander: Die kriegswirtschaftliche Verfassung Italiens, Stoff und Geist im modernen Krieg, Hamburg, 1935. 26. l.

szerek előteremtésére és szétosztására“, amely a földművelésügyi minisztériumnak van alárendelve, az abesszin háború folyamán kezdte meg sikeres működését.⁹⁰

Ezek szerint Olaszországban az élelmezés irányítására később került sor mint Németországban. A nemzeti szocializmus már elejétől fogva szervesen szabályozta a fogyasztást, ami már csak azért is szükségesnek mutatkozott, mert uralomra jutásakor a világgazdasági válság még javában tombolt.

III/4. A hétköznapi felfogás többnyire Roosevelt kísérletének fogyasztáspolitikai vonatkozásai közé sorol szociálpolitikai és termeléspolitikai intézkedéseket is, ami mindenesetre összhangban áll az elnök politikai jelszavaival. De ezekkel az álfogyasztáspolitikai vonatkozásokkal már találkoztunk. Elegendő tehát, ha immár csak egészen röviden utalunk a következőkre. A fogyasztói vásárlóerő tana Roosevelt egyik fontos politikai programmpontja. Ezen az alapon a tulajdonképeni fogyasztáspolitikai feladat az lenne, hogy a fogyasztó az áremelkedéstől megóvassék. Az elnök azonban igen bölcsen nem itt fogta meg a kérdést, mert a válság mélypontján az árak emelése volt a nekilendítés elsőrendű feladata. Ez be is következett és nyomában a termelés valóban emelkedett is, ami több munkaalkalmat teremtett. Az ipar talpraállását önmagában véve megnehezítette ugyan a bértartás, illetve béremelés, valamint a munkaidő megrovidítése, mert nem szorul magyarázatra, hogy súlyos depresszió nem alkalmas időszak a szociálpolitikai haladásra. Viszont a Nira-törvény alapján hatalmas közmunkák indultak meg, ami ellensúlyozó hatást gyakorolt, úgyhogy Roosevelt kísérletének első szakában a munkanélküliséget mintegy a felére csökkentette.⁹¹ Az elnök ezek szerint azt hirdette, hogy szociálpolitikai intézkedésekkel emeli a munkások jövedelmét, holott ezt főként különböző termelésserkentő intézkedésekkel tudta elérni. Amellett bizonyos szerepet játszott a nem termelékeny munkanélküli segély is. Ez már egy közvetlen fogyasztáspolitikai rendszabály volt. De a munkanélküli segély tudvalevőleg szerény jövedelmi forrás és emellett ezt a gyógyszert a New Deal lehetőleg kis adagokban alkalmazta. Megemlítiük továbbá azt is, hogy az árstabilizálás valutapolitikai tanában, amellyel Roosevelt szétrobbantotta az 1933. évi londoni világgazdasági konferenciát, közvetve ugyancsak bennfoglaltatott a fogyasztók védelme, —

⁹⁰ L. Nuszer János: Közellátási probléma c. értekezését „A korszerű szolgálat útja 5. A mai magyar község. Az 1937. évi közigazgatási továbbképző tanfolyam előadásai“ c. kiadványban, 664. l.

⁹¹ 1933. tavaszán a munkanélküliek száma Amerikában minimális becslések szerint 12 millió körül mozgott, míg 1934 tavaszán már csak 6 millióra volt tehető. 1938 derekára azután a munkanélküliek száma újból 11 millióra szökkent fel az 1937 őszi beköszöntött új válság nyomában. 1937 közepe óta tehát a munkanélküliek száma egy év alatt mintegy 4,5 millióval emelkedett. Azóta újból javulás következett be.

legalábbis az áremelés ellen. De az elnök elvileg legfontosabb fogyasztáspolitikai kísérletének az Ipari Ujjáépítési Szerv Fogyasztói Tanácsának (Consumers' Advisory Board of the National Recovery Administration) felállítása tekintendő. A tanács feladata az volt, hogy az ipari szabályzatok kidolgozásánál a fogyasztók érdekeit védje meg. A code-kísérletet egyébként sokan korporatív jellegűnek tekintik. Az amerikai terminológia szerint az ipari önkormányzat megvalósítása lett volna a cél. Ezen rövid lélekzetű kísérletnél mindenestre rendkívül szerény szerep jutott a fogyasztói tanácsnak, amin a magunk részéről nem is tudunk csodálkozni. A tanács megpróbálta ugyan a fogyasztói érdekek érvényre juttatását a szabályzatok kidolgozásánál.⁹² Így tiltakozott a szükségáruk bevezetése ellen. Az áraknak a szükséghelyzetre tekintettel való szabályozása volt egyébként a N. R. A. határozott ármegállapítási politikájának egyetlen formája és erre is aránylag ritkán került sor. Az árszabályozás enyhébb alakjai közül is kifogásolta a fogyasztók tanácsa a nyílt árpolitikát,⁹³ az pedig éppenséggel érthető, hogy a földrajzi ármegkülönböztetés ellen is felemelte szavát. Mindezeknek a tiltakozásoknak azonban vajmi kevés hatása volt. Wyand egyenesen lesújtó véleményt mond az állítólagos fogyasztói érdekképviselő működéséről⁹⁴ és ebben az esetben igaza is van, noha egyébként többnyire az egyoldalú fogyasztói álláspont szószólója. A fogyasztói tanács hangoztatta például, hogy a kulisszák mögött meg akarja védeni a fogyasztót, de maga Johnson tábornok, az N. R. A. adminisztrátora is egy ízben nyíltan kijelentette, hogy a foglalkoztatás emelésének költségsszámláját nem a vállalkozók, hanem — mint mindig — a fogyasztók fogják kiegyenlíteni. Világos, hogy az egyszer kardcsörtető, máskor taktikázó tábornok figyelmét teljes egészében a vállalkozók és a munkások érdekkellentéteinek kiegyenlítése kötötte le. Másszóval a Niraizmus szociálpolitikáját és termelési válságpolitikáját kellett összhangba hoznia. A közvetlen fogyasztási politika emellett háttérbe kellett hogy szoruljon. De az az érv is helytálló, hogy a fogyasztói érdekképviselő köre olyan óriási, hogy végeredményben senkit sem képvisel.⁹⁵ Ezért mondta a lojális Johnson, hogy a fogyasztók igazi képviselője maga az elnök.⁹⁶ A fogyasztó gazdasági szerepét valóban a választó honpolgár politikai szerepéhez lehet hason-

⁹² L. *Arthur Robert Burns*: id. munka 484., 489., 493. és 326. l.

⁹³ Megjegyzendő, hogy az open-price policynál, az irányárpolitika ezen fajánál, az árváltoztatásokra nézve kikötött várakozási időszak és a változás bejelentési kötelezettsége kétségtelenül nyomásnak tehetette ki az áreszállító vállalkozót az ártartó versenytársak részéről.

⁹⁴ L. *Charles S. Wyand*: id. munka 340. l. köv.

⁹⁵ L. *Robert S. Lynd*, with the assistance of *Alice C. Hanson*: id. értekezés 885. l.

⁹⁶ L. *Arthur Robert Burns*: id. munka 576. l. 1. jegyz.

lítani. De még ez is túlzás, mert a fogyasztóknál hiányzik a pártalakítás lehetősége. Egyébként a rövidéletű amerikai fogyasztói tanács legfigyelemreméltóbb programmpontja az volt, hogy szabványok és minőségi fokozatok felállításával hathatósabban kell megvédeni a fogyasztók érdekeit. Az Ipari Újjáépítési Szerv Fogyasztói Tanácsán kívül még a Nemzeti Szükséghelyzet Tanácsának Fogyasztói Osztálya (The Consumers' Division of the National Emergency Council⁹⁷) volt arra hivatva, hogy összhangban tartsa az összes szövetségi fogyasztói hivatalok, illetve szervek működését és a fogyasztók érdekeire nézve felvilágosító munkát végezzen az újjáépítési szervvel kapcsolatban. Ez az osztály mintegy száz vidéki fogyasztói tanácsot állított fel, a tervbevett 200 helyett. Ezek azonban kevés kivétellel csendesesen kimúltak. A Nira bukásával azután mindkét fogyasztói szerv, valamint a kormány árpolitikai bizottsága helyébe a munkaügyi minisztérium kebelén belül egy új hivatalt szerveztek meg, Consumers' Project of the Department of Labor néven. Ez a hivatal a vidéki fogyasztói tanácsok felélesztésén kívül különösen a minőségi szabványok és többfokú védjegyek terjesztését tűzte ki célul, úgyhogy Wyand szerint nem nagyon veszélyezteti „a fennálló piaci eljárásokat”. De úgy látjuk, hogy az amerikai szerző lebecsüli ennek a célkitűzésnek az elvi jelentőségét, mert minden jel arra vall, hogy a szabványosítás és a védjegyvoltalom előnyeinek a fogyasztókra való kiterjesztése egyike a legszerencsésebb gazdaságpolitikai irányzatoknak, amely immár diktatúrákban és demokráciákban egyaránt tért hódít. Több joggal panaszkodik Wyand amiatt, hogy a hatóságok, különösen a gazdasági minisztériumok, túlnyomórészt a termelők befolyása alatt állanak, ami a fogyasztáspolitikai legfőbb akadály. Ezért pártolja egy amerikai fogyasztási minisztérium felállításának gondolatát.⁹⁸ De a fogyasztók minisztériumának ötlete nézetünk szerint inkább csak elméleti érdeklődésre tarthat számot.

Wyand végül rámutat arra is, hogy Roosevelt fogyasztáspolitikai elgondolásainak befolyása alatt a Mezőgazdasági Átállító Igazgatóság (A. A. A.) Fogyasztási Tanácsa, valamint a földművelésügyi minisztérium alá tartozó Bureau of Home Economics a fogyasztók érdekében az árpolitika, illetve a háztartás berendezése terén már értékes működést kezdett kifejteni, de ezt a törekvést a termelői érdekeltségek csakhamar elfojtották.⁹⁹

⁹⁷ L. Charles S. Wyand: id. munka 344. l. köv.

⁹⁸ L. Charles S. Wyand: id. munka 515. l. köv., továbbá művének függelékét, amely Oscar S. Coxnak a következő javaslatát tartalmazza: „An enabling act for a Department of the Consumer.” (527—550. l.) L. továbbá Robert S. Lynd, with the assistance of Alice C. Hanson: id. értekezés 911. l.

⁹⁹ L. Charles S. Wyand: id. munka 342. l. köv. és 339. l. köv.

Az az érdeklődés tehát, amelyet a New Deal a fogyasztáspolitikára irányított, nem vezetett tartós eredményekre.

Fejtegetéseinknek végére értünk. A fogyasztás irányításának nevezetesebb új fejleményei is arról tettek bizonyosságot, hogy a fogyasztáspolitikára jelentősége nem vetélkedhetik a termelési politikáéval. De ez korántsem teszi indokolttá, hogy a fogyasztáspolitikára tekintetében lemondó álláspontra helyezkedjünk. Hiszen a gazdaságpolitika ezen ága körében a közületekre — és pedig az államra és a városokra egyaránt — még igen fontos feladatok várnak, különösen az árúk minőségének ellenőrzése, a szabványosításnak, a többfokú védjegyek és márkák használatának a végső fogyasztó érdekében való előmozdítása, a romlással járó károk csökkentése és a magánháztartások felvilágosítása terén.¹⁰⁰



¹⁰⁰ A magánháztartások érdekeit szem előtt tartó információs szolgálat terén mintaszerű működést fejt ki New York város egyik hivatala, a Consumers' Service Division in the Department of Public Markets, Weights and Measures.

L. Dr. Sipos Sándor: New York élelmiszer-ellátása és piackutató szervei. Adalékok a piackutatás problémájához. Statisztikai Közlemények, szerk. Dr. Illyefalvy I. Lajos, 72. kötet, 3. sz. és

Charles S. Wyand: id. munka 351. l.

