

CSATÓ TAMÁS

A külföldi tőke szerepe a magyar belkereskedelemben a két világháború között

Ha vannak a gazdaságnak olyan területei, melyekkel kapcsolatban nemigen merült fel a gazdaságtörténetírásban, hogy a külföldi tőke közvetlenül szerepet játszott a fejlődésükben, a belkereskedelem bizonyosan ezek sorában található. Ennek egyik, igen logikus magyarázattal szolgáló oka az lehet, hogy a belkereskedelmi vállalkozás beruházási igénye általában viszonylag igen alacsony. Közismert, hogy a gazdaság tőkés fejlődésének előrehaladása, s a gazdasági modernizálódás során fellépő hatalmas tőkeigény jóformán mindenütt – bár nagyon különböző mértékben – külföldi tőkék behozatalát, aktív részvételét igényelte. Kiemelkedő szerepet játszottak e vonatkozásban az infrastruktúra egyes ágai. Ezzel szemben alig található olyan gazdasági ág, amelyben kisebb szerephez jutott volna a külföldi tőke – vagy egyelőre fogalmazzunk óvatosabban: amellyel kapcsolatban ez jóformán fel sem merült, illetve amelynél a külföldi tőke közreműködésére kevesebb figyelmet fordítottunk volna –, mint a belkereskedelem esetében. E kérdés vizsgálatára természetesen nem az a remény serkent, hogy ennek révén a külföldi tőke behozatalával, tevékenységével kapcsolatos általános képünk lényegesebben módosulhat, az a várakozás viszont már inkább, hogy a belkereskedelem fejlődésének, s ezen keresztül a gazdaság modernizálódásának egy újabb, eddig kevés figyelemre méltított oldalára derülhet fény.

I.

Választ keresve arra a kérdésre, hogy volt-e a külföldi tőkének szerepe a magyar belkereskedelemben, s ha igen, mikor és milyen volt az, nem kerülhetünk el egy rövid visszatekintést a belkereskedelem általános fejlődési folyamatára.

A modern belkereskedelem kialakulása, fejlődésének fő szakaszai eddigi kutatásaink alapján¹ röviden a következőképpen jellemezhetők. A modern belkereskedelem fejlődésének *első szakasza* a tőkés korszak kezdeti időszakára esik, amikor a kereskedelem prekapitalista formái (főként a piaci és a vásári kereskedelem, valamint a hálalás) – nem is szólva mellettük a kistermelők eladási tevékenységéről – egyre erőteljesebben ki-

¹ *Csató Tamás*: A belkereskedelem fejlődésének néhány fő vonása a tőkés korszakban. Történelmi Szemle 1975. 4. szám 627–665. *T. Csató*: The Development of Internal Trade in East Central and South East Europe (a Few Outstanding Features of the Capitalist Era from the Middle of the 19th Century to the Middle of the 20th). Acta Historica Academiae Scientiarum Hungaricae 23. 1977. 397–440.

szélesednek, mind nagyobb arányú eladási tevékenység keretében szolgálnak, míg a – szintén nem újkeletű – bolti kereskedelem növekedése éppen csak megkezdődik. A *második szakaszban* az ipari forradalom kibontakozásával, az urbanizáció kezdetével indul erőteljes fejlődésnek a bolti kereskedelem, aminek legfontosabb vonása az egyre differenciáltabb szakkereskedelem kiépülése. Ugyanakkor az új kereskedelmi formák legfeljebb még csak megjelennek, de nem válnak sem általánossá, sem különösen erőteljessé (ezek az új formák – áruháza, szövetkezet, fiókhálózat – először a 19. század második felében alakulnak ki a legfejlettebb tőkés országokban). A *harmadik szakaszban* a forradalmasodó kereskedelem az új kereskedelmi formák elterjesztése és folyamatos módosítása, a kereskedelmi technika és szervezési módszerek ezzel együtt járó változtatásai révén igyekszik a növekvő tömegtermelés és tömegfogyasztás követelményeihez alkalmazkodni. Az egymásra következő szakaszok során a belkereskedelem fejlődése követi az önellátási tendencia visszaszorulását, a nem mezőgazdasági, illetve a városi népesség növekedését, a harmadik szakaszban pedig alkalmazkodik az önellátás teljes megszűnéséhez és az urbanizáció fokozódásához. Ennek során a kereskedelemmel foglalkozók száma és a kereskedelmi forgalom mérete jelentősen emelkedik. A kereskedelmi koncentráció az első két szakaszban csak a nagykereskedelemben (amely sokszor összekapcsolja a belkereskedelmi és a külkereskedelmi tevékenységet) válik jelentősebbé, míg a kiskereskedelem alapvetően szétaprózott marad, s ebből főleg csak az új kereskedelmi formák nagyobb méreteket öltő vállalkozásai emelkednek ki. A harmadik szakaszban (ami még a legfejlettebb országokban is csak a 19. század végén kezdődik, s a 20. században bontakozik ki) viszont egyre jelentősebbé válik a nagyvállalati keretek között lebonyolított kiskereskedelem terén is a koncentráció.

A belső piac fejlődése, oly mértékű kiszélesedése – az önellátás visszaszorulásával párhuzamosan –, hogy az egész társadalmat átfogja, valamint a fogyasztás fokozódása oly mértékben, hogy ami korábban szűk rétegek luxusának számított, az széles tömegek számára elérhetővé válik: ezek azok a fő jellegzetességek, amelyek indokolják, hogy a belkereskedelem a gazdasági modernizálódás szerves részévé vált. A belkereskedelem ugyanakkor hosszú időn át jelentős arányban megtartja szétaprózott jellegét. Ez ugyan országoként nem csekély eltérést mutat, de – már csak a fogyasztók, az egyéni háztartások szétaprózottsága miatt is – mindenütt fennmaradt. A koncentráció előrehaladásának és a szétaprózottság fennmaradásának ellentétes tendenciája eredményezi azt az ellentmondásos képet, amelynek a vállalati struktúra szélsőséges polarizáltsága természetes jellegzetessége.

A kereskedelem fejlődése során nemcsak egyes vállalatok mérete növekszik erőteljesen, hanem a vállalatok jellege is jelentős változást mutat. Ha a vállalatok típusának vizsgálatát állítjuk előtérbe, azt tapasztaljuk, hogy a modern belkereskedelem fejlődési szakaszai meglepő összhangot mutatnak a tőkés vállalatfejlődés nyugati útjának szakaszaival, ahogyan azokat Alfred Chandler munkája alapján Berend T. Iván összefoglalta² (jóllehet, e tipologizálás alapjául főként az iparvállalatok szolgáltak). A vállalati fejlődés 19. század közepéig tartó első szakaszának egyetlen egységből álló, ún. tulajdonosi vállalatai voltak a meghatározóak a belkereskedelem fejlődésének első szakaszában. A

²Berend T. Iván: A vállalati fejlődés útjai és sajátosságai a 20. századi magyar iparban. Valóság 1974. 2. sz. 31–32.

hagyományos kereskedelmi formák kereteinek kiterjedése, az áruforgalom összvolumenének növekedése nem változtat a kiskereskedelem alapvetően szétaprózott jellegén, azon tehát, hogy ebben a kisvállalati forma a meghatározó, a kereskedők túlnyomó többsége egyedül vagy családtagjaival, esetleg egy-két alkalmazottal folytatja a kereskedelmi tevékenységet. A nagykereskedelemben ugyan már ekkor is fellelhető a koncentráció, illetve az ennek során kialakuló nagyobb cégek (melyek szintén családi vagy társas cégek), ám ezek közül a jelentősebbek általában egyúttal külkereskedelemmel is – vagy éppen elsősorban azzal – foglalkoznak. A vállalati fejlődés második szakaszában, a 19. század második felében jöttek létre a több egységre tagolt, ún. vállalkozói vállalatok, melyek működhetnek akár lazább szervezetű, akár központosított, egységes vállalatként, s a jelentősebbek közül egyre több részvénytársasági formában. E nagy kiterjedésű komplex vállalatok a belkereskedelem fejlődésének második szakaszában az új kereskedelmi formák (áruházak, fiókhálózatos vállalatok, szövetkezetek) kialakulásával jelentek meg, elterjedésük azonban még csak néhány, gazdaságilag fejlettebb nyugati országban kezdődött el, s általánosabbá, szélesebb körűvé csak a következő szakaszban váltak. Ezek a kiskereskedelmi nagyvállalatok, amelyek egyesítik a kis- és nagykereskedelmi tevékenységet, nemritkán a belkereskedelem mellett külkereskedelmet is folytatnak, óriásokként emelkednek ki a kisboltok tengeréből, s jelentős tőkekoncentrációt valósítanak meg. A vállalatfejlődés harmadik szakaszában, az első világháború után kiépülő sokfunkciós, multidivizionális szervezetű, ún. menedzseri vállalatok – amelyek gyakran egyben multinacionális vállalatok is – a belkereskedelem fejlődésének ekkor kibontakozó harmadik szakaszában lettek egyre fontosabbak. A kereskedelmi és az ipari tevékenység összekapcsolódásának különböző formái már a második szakaszban is fellelhetők, igazán jelentőssé azonban csak a harmadik szakaszban válnak. Ahogyan egyes nagyobb kereskedelmi cégek kiterjesztették tevékenységüket a termelés területére (ezt példázta nemritkán az áruházak ruházati ipari, vagy az élelmiszert árusító fiókhálózatos vállalatok élelmiszeripari tevékenysége), hasonlóképpen a sokfunkciós ipari vállalatok gyakran saját kereskedelmi hálózatot (fiókokat, képviseleteket) építettek ki.

A belkereskedelem rövid fejlődési vázlatából kitűnik, hogy a modernizálódás kezdetén, az első szakaszban a fejlődés körülményei nem kedveztek a külföldi tőke tevékenységének. Csak a további szakaszokban alakultak ki olyan feltételek, amelyek között már sor kerülhetett a külföldi tőke megjelenésére, tevékenységére ezen a területen is. Eddigi vizsgálataink arra engednek következtetni, hogy ebben az új kereskedelmi formák nagyvállalatainak (áruházak, fiókhálózatok) kulcsszerepet tulajdoníthatunk, de mellettük a gyárak kereskedelmi hálózatai (fiókjai, képviseletei) is fontos szerepet játszottak. Ahol ezek a vállalatok (illetve a gyárak kereskedelmi hálózatai) olyan méretűvé, illetve annyira tőkeerőssé válnak, hogy külföldi terjeszkedésre is gondolhatnak, ott a belkereskedelem legalább fejlődése második szakaszának végén jár, még inkább a harmadik szakaszába lépett. Amelyik külföldi országra ezek a vállalatok (illetve a gyárak kereskedelmi hálózatai) ki kívánják terjeszteni a tevékenységüket, annak általános gazdasági és társadalmi fejlettsége olyan fokon kell álljon, hogy ennek alapján a belkereskedelmi fejlettség már ott is elérte a második szakasszal jelzett színvonalat.

A két világháború között Magyarország gazdasága – ha növekedése le is lassult – továbblépett a modernizálódás útján. Az 1930. évi népszámlálás adatai szerint az ország népességének még mindig több, mint a fele a mezőgazdaságból élt, s a városi lakosság az

összesnek éppen csak a harmadát tette ki (Budapesten élt a népesség 11,6%-a). Az általános gazdasági-társadalmi viszonyok tükröződtek a belkereskedelem fejlettségi színvonalában is. Az 1930. évi országos vállalatstatisztika eredményei azt mutatják, hogy a kereskedelmi foglalkozásúaknak ekkor már 85,8%-a tevékenykedett a bolti kereskedelemben, de e boltok óriási többsége még igen kisméretű volt. Az összes boltok 63%-a egyszemélyes bolt volt, míg 2–5 fős volt a boltok 32,5%-a. A szakkereskedelem viszont már jó ideje egyre erőteljesebben kiépült és differenciálódott. Erre utal az is, hogy az összes boltoknak ekkor már alig több mint egytizede volt vegyeskereskedés (ezekben dolgozott a kereskedelmi foglalkozásúaknak tizenharmad része, ami arra utal, hogy ezek általában kisméretű boltok voltak). Az új kereskedelmi formák viszont a fejlettebb országokhoz képest elég nagy késéssel jelentek meg, s elterjedésük igen vontatottan haladt. Részletes vizsgálatok alapján arra a következtetésre juthatunk, hogy a belkereskedelmi fejlődés fentebb vázolt periodizációját alapul véve a két világháború közötti időszakban a magyar kereskedelem e fejlődés második szakaszánál tartott.

II.

Külföldi vállalatok megjelenése a belkereskedelemben nem mondható túl gyakorinak, de példanélkülinek sem. A 20. század elejétől ugyanis világszerte megjelentek a külföldre is kiterjeszkedő kereskedő cégek. Ezt jelzi például, hogy 1904-ben a Hermann Tietz cég egy nagy áruházat létesített Brüsszelben,³ 1908-tól a Leonard Tietz A. G. nyolc áruházat nyitott Belgiumban, amelyek „Société Aux Grands Magasins Leonard Tietz” néven működtek⁴ (a Hermann Tietz cég és a Leonard Tietz cég egyaránt a legnagyobb német áruház vállalkozások közé tartozott). A F. W. Woolworth Company Ltd. 1909-ben – amikor az Egyesült Államokban már mintegy 600 fiókkal rendelkezett –, megnyitotta első angliai fiókját Liverpoolban,⁵ majd 1927-ben Németországban is fiókokat létesített.⁶

A továbbiakban a külföldi tőke jelentkezésének jellegzetesebb eseteit Magyarország belkereskedelmében tesszük vizsgálat tárgyává, s eközben – ahol mód nyílik rá – legalább egy-egy példa erejéig igyekszünk a szomszédos országokra is kitekintést adni. A külföldi érdekeltségeket a részvénytársasági formában működő kereskedelmi vállalatok pénzügyi és kereskedelmi kompaszokban közzétett adatai alapján határoztuk meg.⁷ Ez a módszer a

³Warenhäuser der Welt (in: Deutsche Textildbücherei, Bd. XIII. Hannover–Berlin, 1926. 76.) – In: Jürgen Mewes: Zu ersten Monopolisierungstendenzen im Konsumgüterbinnenhandel Deutschlands bis zum Ende des ersten Weltkrieges. Wissenschaftliche Zeitschrift. Handelshochschule Leipzig 1982/4. 61.

⁴50 Jahre Leonard Tietz 1879–1929. Eigenverlag, Köln, 1930. – In: Mewes: i. m.

⁵James B. Jefferys: Retail Trading in Britain. 1850–1950. Cambridge University Press, 1954. 69.

⁶Axel Dorner–Peter Heldt: Grundzüge der Geschichte des Handels. Teil III. Wissenschaftliche Zeitschrift. Handelshochschule Leipzig, 1979/2. 35.

⁷A továbbiakban a vonatkozó adatok külön nem jelzett forrásául az 1920-as és 1930-as évek kompaszai közül főként az alábbiak szolgáltak: Compass. Finanzielles Jahrbuch. Gegründet von Gustav Leonhardt. (Wien) Ungarn 1931., 1936., 1938., (64., 69., 71. Jahrgang); Österreich 1938. (71. Jg.); Kommerzielles Jahrbuch. Čechoslovakiei 1938. (71. Jg.) (Prag) Finanzielles Jahrbuch. Rumänien 1937.

teljességre törekvést ugyan nem teszi lehetővé, azt azonban biztosítja, hogy a legnagyobb, a legjelentősebb vállalatokat, a leginkább figyelemre méltó típusokat számba vegyük. Az 1920-as és 1930-as évek adatainak áttekintése alapján megkíséreljük, hogy – a belkereskedelem sajátosságainak minél teljesebb szem előtt tartásával – a kereskedelmi formák és a szakjelleg együttes figyelembevételével csoportosítsuk a külföldi tőke vállalatait, azaz annak megfelelően, hogy melyik kereskedelmi területen, mely ágakban, milyen formákban működtek. Ily módon a vizsgált vállalatokat aszerint különböztethetjük meg, hogy az új kereskedelmi formák nagyvállalatai közé tartoznak-e (áruház, fiókhálózatos vállalat); amennyiben szakkereskedelmi cégek, hagyományos termékeket árusítanak-e, vagy éppen a legújabb technikai fejlődés termékeit. A szakvállalatok mindkét előző árufajta esetében lehetnek hagyományos keretek között működő cégek, vagy fiókhálózatos vállalatok. Figyelmet érdemel az is, hogy a vállalkozást külföldi kereskedelmi vagy iparvállalat hozta-e létre. Végül az sem érdektelen, hogy önálló boltról, lerakatról, vagy képviseltről (vezérképviseltről) van-e szó? Az egyes vállalatokra e megkülönböztető vonások közül nemritkán együttesen több is jellemző volt.

A külföldi tőke kereskedelmi vállalatainak főbb típusait végül is azoknak a tanulságoknak az alapján határoztuk meg, amelyek a belkereskedelem fejlődése fő vonásaiból következnek, s egyidejűleg azoknak a tapasztalatoknak az alapján, melyek szerint a külföldi kereskedelmi vállalatok megjelenése, tevékenysége a szakkereskedelem fejlődéséhez és az új formákhoz kapcsolódik. Az elsősorban figyelembe vett szempont tehát egyrészt az lett, hogy a vizsgált vállalat szakkereskedelmet folytat-e, és ha igen, milyent, másrészt az, hogy melyik kereskedelmi vállalatformát testesíti meg? Az együttesen előforduló különböző sajátosságok esetén a meghatározóbbnak tartott szerint történt a csoportba sorolás. Mindezek alapján az alábbi négy vállalat-csoportot különítettük el: 1. az új kereskedelmi formákhoz tartozó nagyvállalat; 2. közfogyasztási cikket (többnyire élelmiszeripari, vagy könnyűipari terméket) árusító szakvállalat (amely nemegyszer az új formákhoz tartozó fiókhálózat, vagy gyári képviselet); 3. fejlettebb technikát igénylő-megtestesítő cikkeket, főként pedig a legújabb technikai vívmányokat forgalomba hozó vállalat (leginkább gyári képviselet, fiók); 4. nagyobb külföldi nehézipari vállalatok gyártmányait – melyek gyakran szintén a legújabb technikát képviselő termékek – árusító nagykereskedelmi, esetleg nagy- és kiskereskedelmi vállalat (nemegyszer az iparvállalat kereskedelmi fiókja vagy képvisellete, illetve ezekből alakított részvénytársaság). Ezek után az egyes csoportokat konkrét példákkal mutatjuk be.

1. Az új kereskedelmi formákhoz tartozó nagyvállalat legjelentősebb képviselője volt a két világháború közötti Magyarországon a külföldi tőkével létesített *Corvin Áruház Rt.* Budapesten 1911-ben már megnyílt ugyan a viszonylag modernnek mondható Párisi Nagyáruház, de az első valóban nagy és modern áruház – amely fél évszázadon át az ország legnagyobb áruháza is maradt – a Corvin volt. A hamburgi M. J. Emden Söhne cég 1922-ben részvénytársaságként alapította meg, 1 millió pengő alaptőkével az áruházat, amely ténylegesen 1926 márciusában nyílt meg. A részvénytársaság igazgatóságának Max

(70. Jg.); Jugoszlaven 1937. (70. Jg.); Nagy „Magyar Compass” (ezelőtt Mihók-féle) (Budapest) 1934–1935. (58. évfolyam); 1937–1938. (61. évfolyam); Gazdasági, pénzügyi és tőzsdei kompsz. Szerkeszti: Kallós János. 1928–1929. (4. évfolyam); 1937–1938. (13. évfolyam).

Emden kezdettől, Hans Erich Emden a harmincas évektől volt tagja. Az alapító cég gondoskodott arról, hogy a Németországban már jelentős hagyománnyal rendelkező áruház üzemeltetési gyakorlat a budapesti vállalatnál is meghonosodjon. A részvénytársaság igazgatóságának alelnöke, Max Lewin az áruházakat népszerűsítő szakkönyvet is jelentetett meg Budapesten (*Lewin Miksa: Az áruház. Budapest, 1935*).

2. A *közfogyasztási cikkeket árusító szakkvállalat* egyik legjellemzőbb példája a kiterjedt fiókhálózattal rendelkező (s ezért az előző csoporthoz is sorolható) *Meinl Gyula Kávébehozatali Rt.* volt. A vállalatot az 1862 óta fennálló bécsi Julius Meinl cég alapította 1900-ban, s 1909-ben részvénytársasággá alakította át. A bécsi anyavállalathoz hasonlóan a magyarországi vállalatnak is volt saját kávépörköldéje, csokoládé- és mustárgyára, s boltjaiban ezek termékeit is árusította az importált kávé, tea, kakaó és egyéb élelmiszerek (dzsem, keksz, konzerv, gyümölcsle stb.) mellett. Az 1930-as évek második felében Meinl magyarországi részvénytársaságának (melynek alaptőkéje 500 000 pengő volt) Budapesten 33 fiókja működött, s mellettük 22 városban és községben voltak fiókjai, nevezetesen a fővárosi agglomeráció 5 helységében (Csepel, Kispest, Pestszenterzsébet, Pestszentlőrinc, Újpest), 12 nagyobb városban (Debrecen, Győr, Kaposvár, Kecskemét, Miskolc, Pápa, Pécs, Sopron, Szeged, Székesfehérvár, Szolnok, Szombathely) és 5 Balaton parti helységben (Balatonalmádi, Balatonlelle, Balatonszemes, Keszthely, Siófok). A részvénytársaság igazgatóságának elnöke – mint többi vállalatánál is – Julius Meinl volt. 1936-ban Ausztriában az anyavállalatnak 206 fiókja működött, ugyanakkor a külföldi leányvállalatoknak összesen 255 fiókja volt. Magyarország mellett Meinl fiókokat üzemeltető leányvállalat volt Csehszlovákiában (110 fiókkal), Jugoszláviában (Zágrábban üzeme is működött), Romániában (Bukarestben 10 fiókkal, 12 városban további fiókokkal), Lengyelországban, Olaszországban és Németországban (Berlinben). A vállalat kereskedelmi kultúrája (áruválasztéka, bolti berendezése, kirakatai, szervezettsége) például szolgált, jótékony hatást gyakorolt, ösztönzőleg hatott a kevésbé fejlett területeken a szakmai színvonal emelésére. – A Meinlnél jóval kisebb jelentőségű volt az 1928-ban alapított *Hag Kávé Rt.*, a hasonló nevű svájci cég magyarországi leányvállalata (Jugoszláviában is működött leányvállalata), amely koffeinmentes kávé előállításával és forgalomba hozatalával foglalkozott.

A cipőkereskedelemben – amelyben a fiókhálózati forma viszonylag korán és széleskörűen, nemegyszer a cipőgyárak részvételével terjedt el – a *Del-Ka Cipőkereskedelmi Rt.* volt jelentős. A vállalatot 1921-ben Del-Ka Cipőipari és Kereskedelmi Rt. néven az azonos nevű bécsi cég alapította, amely az első világháború után a Monarchia utódállamaiban – Csehszlovákia kivételével – hasonló részvénytársaságokat hozott létre. A nagyváradi Hungária Cipőgyár Rt. háború után Magyarországon maradt telepéből és fiókjából a Hungária Cipőkereskedelmi Rt. jött létre. A két részvénytársaság egyesült 1928-ban Del-Ka Cipőkereskedelmi Rt. néven. Az eredetileg 100 000 pengős alaptőkét 1934-ben 300 000 pengőre emelték fel. Budapesten előbb 2, majd a harmincas években 4 fióközlete volt, emellett 14 városban működtek fiókjai (Cegléd, Debrecen, Esztergom, Győr, Hódmezővásárhely, Kaposvár, Kecskemét, Miskolc, Nagykőrös, Pécs, Szeged, Székesfehérvár, Szombathely, Újpest). – Nem volt sikeres viszont a csehszlovákiai Bat'a cég 1930. évi budapesti fiókalapítása. Az 500 000 pengő alaptőkével létrehozott *Bat'a Magyarországi Cipőipari és Kereskedelmi Rt.* a válság körülményei között nem tudott meggyökerezni, és néhány év múltán megszűnt. Nehézségekkel küzdött a Bat'a romániai

leányvállalata is, viszont a jugoszláviai eredményes volt, 31 városban volt fiókja, Apatinban gyárat is létesített.

A közfogyasztási, illetve hagyományos cikket forgalmazó külföldi alapítású kereskedelmi vállalatok közül néhány, itt következő még említést érdemel. Így a *Magyarországi Odolművek Rt.*, amelyet a bécsi Odol Compagnie A. G. alapított 1932-ben, 250 000 pengő alaptőkével. Az Odol konzern bécsi vállalata a magyarországi mellett leányvállalatot létesített Jugoszláviában, Romániában, Lengyelországban és Bulgáriában az Odol márkanéven ismert cikkek, kozmetikai és egészségügyi készítmények nagykereskedelmi forgalomba hozatalára, részben termelésére is. – Az *Egyesült Ruggyantarugyarak Wimpasing, ezelőtt Menier-J. N. Reithoffer magyarországi fióktelepe* a hosszú előtörténettel bíró bécsi Vereinigte Gumiwaren-Fabriken Wimpasing, vormals Menier-J. N. Reithoffer cég budapesti fiókja (az osztrák cég részvényei a Semperit Österreichisch-Amerikanische Gumiwerke A. G. birtokában voltak). Az 50 000 pengő üzleti tőkével létrehozott fiók (önálló részvényeket nem bocsátott ki) – amelynek kiskereskedelmi, nagykereskedelmi és autógumi osztálya volt – az osztrák vállalat Wimpasing és Semperit márkájú termékeit forgalmazta (talán nem érdektelen megjegyezni, hogy ugyanazon a helyen – a néhai Andrassy úton, a mai Népköztársaság útján – napjainkban is működik a Wimpasing Semperit Kaucsuk Kft. boltja). A bécsi cégnek Jugoszláviában (Zágrábban) kereskedelmi leányvállalata volt, amely 1934-ben megszerezte a Semperit krajnai gyárat. – A múlt századi eredetű osztrák A. G. der Teppich- und Möbelstoff-Fabriken vormals Philipp Haas und Söhne 1901-ben Budapesten lerakatot létesített, majd 1907–1909-ben új gyárat épített Sopronban, amely 1924-ben Soproni Szőnyeg és Textilművek Rt., ezelőtt Haas Fülöp és Fiai néven önálló részvénytársasággá alakult, de továbbra is a bécsi cég érdekkörében maradt. Az osztrák vállalat 1937-ben úgy határozott, hogy termékei (szőnyeg, bútorszövet, függöny, gyapjuszövet) kiskereskedelmi forgalmazására saját fiókokkal rendelkező, különálló kereskedelmi részvénytársaságokat alapít Ausztriában, Magyarországon és Csehszlovákiában (ahol fiókjai voltak Prágában, Brnóban, Česke Budějovice-ben, Plzeňben). A magyar leányvállalat a *Haas Fülöp és Fiai-féle Rt.* lett, amelynek Budapesten kívül fiókja volt Sopronban és Szombathelyen. – Ehhez a csoporthoz tartozik a *Stölzle C. Fiai Üvegáruk Magyar Rt.*, amely a C. Stölzle's Söhne österreichische A. G. für Glasfabrikation budapesti fiókjából alakult 1921-ben (a bécsi részvénytársaság a hasonló nevű prágai cég osztrák üzemeiből jött létre az első világháború után); valamint a *Rosenthal Porcellánokat és Egyéb Kerámiai és Üvegyártmányokat Értékesítő Rt.*, amely a német cég termékeinek értékesítésére létesült 1931-ben.

3. A *fejlettebb technikát igénylő-megtestesítő néhány terméket* – melyek közé a legújabb technikai vívmányok is tartoztak – *árusító vállalatok* külföldi kereskedelmi fiók alapításai természetes és általános jelenségnek tekinthetők. Egyik jellegzetes példája ennek a *Singer Varrógép Rt.* berlini cég magyarországi fióktelepe, amely 1,6 millió pengő üzleti tőkével működött (önálló részvényeket nem bocsátott ki), a harmincas években Budapesten 5 üzlete, továbbá 28 városban fiókja volt. Az anyavállalatnak fiókinézete volt Ausztriában, valamint Csehszlovákiában, amelyek nagyobb számú fiókkal rendelkeztek (Csehszlovákiában mintegy százal). – Az újabban elterjedő termékeket árusító vállalatok közé tartozott az angol *Kodak Ltd.* budapesti fiókja, amely fényképeszeti cikkeket forgalmazta, 100 000 pengő üzleti tőkével (önálló részvényeket nem bocsátott ki),

s ami még jelentősebb, Vácon 2 millió pengő tőkével működő gyára fotópapírt állított elő (a Kodaknak Ausztriában és Csehszlovákiában is volt kereskedelmi fiókja); továbbá az I. G. Farbenindustrie „Agfa” termékeit terjesztő, 1930-ban 150 000 pengő alaptőkével megalakított „Agfaphoto” *Fényképészeti Cikkek Eladási Részvénytársasága* (hasonló vállalat működött például Bukarestben); valamint az angol *The Gramophone Company Ltd. magyarországi vezérképviselősege*.

A filmgyártás fellendülésével párhuzamosan épült ki a filmkereskedelem és kölcsönzés nemzetközi hálózata. Ebben az amerikai vállalatok játszottak vezető szerepet, melyek kereskedelmi irodái elsősorban a filmgyártó anyavállalat filmjeinek forgalmazásával foglalkoztak. Ilyen volt az 1928-ban 150 000 pengő alaptőkével alakult *Metro Goldwyn Mayer Distributing Corporation magyarországi vezérképviselő Rt.* (a filmgyárnak hasonló kereskedelmi vállalata működött pl. Csehszlovákiában és Jugoszláviában is); az ugyanakkor s azonos nagyságú alaptőkével létrehozott *Paramount Filmforgalmi Rt.* (hasonló vállalat működött Csehszlovákiában); valamint az 1925-ben 160 000 pengő alaptőkével alapított *Warner Bros. First National Vitaphone Pictures magyarországi képviselő Rt.* (Romániában és Jugoszláviában is működött ilyen vállalat). A német Ufa konszernnek is működött 1923 óta, 50 000 pengő alaptőkével kereskedelmi vállalata *Ufa Filmipari és Filmkereskedelmi Rt.* néven (hasonlóan tevékenykedett Prágában Ufa-Filmverleih G.m.b.H. néven).

A modern technika eszközeinek az irodai munkában való térhódítását jelzi az ezeket előállító amerikai gyárak kereskedelmi vállalatainak tevékenysége. Ilyen vállalat volt a *Remington Írógép Rt.*, amely 1914-ben alakult a Glogowski és Társa írógépkereskedelmi cég átvételével (ez a cég bírta addig az amerikai Remington Typewriter Co. vezérképviselőjét), s félmillió pengő alaptőkével működött (hasonló vállalat tevékenykedett Csehszlovákiában, Prágában, s fiókjai voltak Plzeňben, Brnoban és Kassán); továbbá ilyen volt az 1929-ben 150 000 pengő alaptőkével létrehozott *Burroughs Írodagépkereskedelmi Rt.*, amely az amerikai konszern számoló-, könyvelő- és számlázó gépeinek árusításával, karbantartásával és javításával foglalkozott (hasonló vállalat működött Ausztriában és Csehszlovákiában is).

4. Néhány, a legnagyobbak közé tartozó külföldi *nehézipari vállalat kereskedelmi vállalatát* elkülönítve vizsgáljuk, bár az általuk forgalomba hozott áruk részben hasonló jellegűek, mint az előző csoportba foglaltak (azaz, rájuk is vonatkozik a fejlett technika igénye, illetve, hogy a legújabb technikai vívmányokat testesítik meg). E kereskedelmi vállalatok, főként a német nehézipar óriásainak vezérképviselői, értelemszerűen nagykereskedelmi tevékenységet folytattak. A *Magneto Gépkereskedelmi és Műszaki Rt.* a Friedrich Krupp Werke A. G. összes gyárának magyarországi vezérképviselője volt. 1920-ban alakult, alaptőkéje 50 000 pengő volt. — A *Mannesmann Cső- és Vaskereskedelmi Rt.* a Mannesmann-konzern összes termékének magyarországi eladását bonyolította le, 1921-ben alapították félmillió pengő alaptőkével. — A Siemens-konzern budapesti képviselője a berlini és a bécsi gyárak termékeinek árusítását intézte (hasonló képviselő működött Belgrádban, Zágrábban, Ljubljanában, Szófiában és Bukarestben). A képviselő *Siemens és Halske Rt. budapesti telepe* néven, 100 000 pengő üzleti tőkével (önálló részvényeket nem bocsátott ki) működött 1934-ig, amikor beolvadt a Magyar-Siemens-Schuckert Művek Villamossági Rt.-ba. — Az „SKF” *svéd golyóscsapagy rt.* 1928-ban alakult, 150 000 pengő alaptőkével, a svéd gyár termékeit árusította (hasonló

részvénytársasága működött a SKF-nek Bukarestben s ennek fiókja Temesváron, valamint Zágrábban s ennek fiókja Belgrádban).

Az autók elterjedésével párhuzamosan kialakultak a nagy autógyárak árusító hálózatai. Ezek keretébe tartoztak az egyes márkák eladására Magyarországon létrehozott kereskedelmi vállalatok. Ilyen volt az 50 000 pengő alaptőkével 1927 óta működő *Mercedes-Benz Automobil Rt.*, amely a német gyár magyarországi kereskedelmi vállalata volt. A részvénytársaság előde az 1908-ban alakult „Benz” Magyar Automobil- és Motorgyár Rt. volt, amelynek Budapesten koncessziója volt az autó-taxaméterek gyártására, és egyik alapítója volt az 1913-ban alakult Budapesti Automobilközlekedési Rt.-nak (utóbb: Autótaxi Budapesti Automobil Közlekedési Rt.). – A *Steyr-Austro-Daimler-Puch-művek Magyar Kereskedelmi Rt.*-ot eredetileg Magyar Steyr Automobil Rt. néven 1926-ban a Steyr Werke A. G. bécsi cég alapította termékei, főleg a Steyr autók értékesítése céljából. 1927-ben a részvénytársaság nevét Steyr Művek Magyar Kereskedelmi Rt.-ra változtatták, amely 1928-ban magába olvasztotta az anyavállalat érdekkörébe tartozó Bárdi József Automobil Rt.-ot, s annak budapesti műhelyét (Lehel u. 25.) tovább üzemeltette (ennek a helyén 1983-ban is működött az AFIT-Autófenntartó Ipari Tröszt-IV. sz. Autójavító V. központja és 4. sz. üzeme). 1930-ban a Steyr művek eladási és export-szerveinek átszervezése kapcsán a budapesti részvénytársaság átvette az osztrák Austro-Daimler és a Puch autómárkák értékesítését is, és a nevét ennek megfelelően megváltoztatta (az anyavállalatnak hasonló kereskedelmi vállalatai voltak Berlinben és Zürichben). A társaság alaptőkéjét 1928-ban 400 000 pengőre emelték, 1934-ben 200 000 pengőre csökkentették, majd 1937-ben 500 000 pengőre emelték fel. – A *Fiat Automobilok Magyar Eladási Rt.* a torinói gyár termékeinek árusítására alakult 1930-ban, félmillió pengő alaptőkével (a Fiat cégnek kereskedelmi vállalata működött Bukarestben és Zágrábban is). A budapesti részvénytársaság javító műhelyt is üzemeltetett (az Aréna út 61. – a mai Dózsa György út – alatt, ahol 1983-ban is működött az AFIT IV. sz. Autójavító V. 5. sz. üzeme).

Részben ide sorolható a Royal Dutch Shell korszern vállalatai által 1925-ben alapított *Shell Kőolaj Rt.*, amelynek finomítója Csepelen üzemelt, s amelynek termékei árusítására a jelentősebb városokban fiókjai voltak. 1936-ban ez a vállalat vezette be Magyarországon a palackos gázt.

Az eddigi felsorolás kiegészíthető a címjegyzékek tanúsága szerint néhány olyan külföldi képvisellel, amely nem szerepel a kompaszokban. Ilyen volt a Skoda Rt. autóalkatrészkereskedése, a Pirelli Pneu autógumi képviselő, vagy az Underwood írógép képviselője, amelyeket felvettek például a berlini Mosse cég által rendszeresen készített és kiadott címtárba⁸ (ez a cég több országra vonatkozóan is megjelentette címtárait).

*

Mindezek alapján levonható néhány következtetés. A kereskedelem általános fejlődési vonásaira, a kereskedelmi és az ipari tőke sokrétű kapcsolatára fényt vető jelenségekre itt nem térünk ki, csak a külföldi tőke szerepének sajátosságait tartjuk szem

⁸Magyarország kereskedelmi, ipari és mezőgazdasági címtára. Harmadik, hivatalos adatok alapján összeállított kiadás. Kiadja a Rudolf Mosse berlini cég magyarországi képviselője Rt. Budapest, 1931.

előtt. Összefoglalóan megállapítható, hogy a külföldi tőke részvétele a magyar belkereskedelemben nem volt nagyarányú. Csekélynek mondható a külföldi tőke kereskedelmi vállalatainak száma, illetve aránya az ország összes kereskedelmi vállalatához viszonyítva. Az 1930. évi vállalati statisztika⁹ szerint a tulajdonképpeni kereskedelemmel foglalkozó vállalatok száma 67 616 volt. Ezek döntő többsége azonban egészen kisméretű volt, ezért a külföldi vállalatokkal való összehasonlításkor ezeket figyelmen kívül hagyhatjuk. Ha csak a tíz alkalmazottnál többet foglalkoztató vállalatokat tekintjük – a számuk 896 (ebből a 20 alkalmazott fölöttiek száma 332) volt – s az áttekintett, alig több, mint két tucatnyi külföldi vállalatot ezekhez viszonyítjuk, az arány valóban elenyészőnek mutatkozik. Ha a kereskedelmi vállalatokba fektetett külföldi tőke összegét tekintjük, azt találjuk, hogy – az időközben megszűnt vállalatokat és az erősen ipari profilú Shell Kőolaj Rt.-ot figyelmen kívül hagyva, a tőkeemeléseket viszont beszámítva – az nem sokkal több, mint 12 millió pengőt tett ki. Ez a tőkemennyiség valóban nem volt nagy, akár a külföldi tőke más gazdasági ágakba fektetett összegéhez (126 millió pengőt kitevő új kibocsátású részvényt vett át a külföldi tőke csupán az 1926–1929 közötti négy évben), akár a magyarországi részvénytársasági tőke (1929-ben 1509 millió pengőt kitevő) összegéhez viszonyítjuk.¹⁰

A külföldi vállalatok hatását a magyar belkereskedelemre a két világháború közötti időszakban – amikor a belkereskedelem Magyarországon fejlődésének második szakaszánál tartott – mégsem tekinthetjük jelentéktelennek. Ezt legalábbis három körülmény indokolja. Egyrészt az, hogy az ebben a szakaszban nagy fontosságú modern kereskedelmi formák (áruház, fiókhálózat) jelentkezése és lassú terjedése terén a külföldi tőke igen erőteljes szerepet játszott. Ez a szerep a külföldi tőkével kapcsolatban általánosságban jelzett arányoknál sokkalta nagyobb volt. Ezt jelzi az áruházak példája. Ebben az időszakban csak két – szakmailag joggal annak nevezhető (azaz a textiliák, ruházati cikkek és ágyneműk mellett másfajta iparcikkeket is árusító) és a nemzetközi összehasonlítást is kiálló – áruház működött a fővárosban: az egyik a fentebb tárgyalt, 1 millió pengő alaptőkéjű Corvin Áruház volt, a másik a hazai tőkével alapított, és 1925-ben részvénytársasággá alakult Párisi Nagyáruház, amelynek alaptőkéje 440 000 pengő volt. S ha nem is állítható – illetve jelen ismereteink szerint nem bizonyítható –, hogy a külföldi vállalatok a modern kereskedelmi nagyvállalatok között a többi területen is ilyen nagy súlyt képviseltek, az kétségtelenül megállapítható az ismert adatok fényénél, hogy az arányuk, valamint méretük, tőkeerejük, az egyes szakterületeken elfoglalt helyzetük igen jelentős volt. A másik körülmény, amely a külföldi vállalatok jelentőségére utal, a kereskedelmi gyakorlat és kultúra fejlesztését a példa segítségével előmozdító – és a konkurrencia révén serkentett – hatásban ismerhető fel. A külföldi vállalatok tevékenységének beépülése a magyar belkereskedelembé és a hazai vállalatokra gyakorolt ösztönző hatásuk együttesen hozzájárult a kereskedelmi színvonal emeléséhez. Ez olyan gyakorlat megvalósítását jelentette, amely egyúttal alapozásul is szolgált a későbbiek számára, a belkereskedelmi fejlődés következő szakaszába lépés szempontjából.

⁹ Magyar Statisztikai Közlemények. Új sorozat. 94. kötet. Az 1930. évi népszámlálás. III. rész. A népesség foglalkozása részletesen és a vállalati statisztika. Budapest, 1935.

¹⁰ Berend T. Iván–Ránki György: Magyarország gazdasága az első világháború után. 1919–1929. Budapest, 1966. 192.

A harmadik körülmény, amely a külföldi tőke szerepét mutatja, a belkereskedelmen túlmutatva a gazdasági modernizáció egésze szempontjából is jelentőséggel bír. Ez a körülmény röviden abban foglalható össze, hogy a technikai-gazdasági modernizáció számos új eredményével, termékével a külföldi vállalatok jelentkeztek először a magyar piacon. A legtöbbször ez – mint a példákból kitűnik – a multifunkcionális külföldi gyárak kereskedelmi képviselőinek, fiókjainak tevékenysége révén valósult meg.

Összefoglalóan megállapítható, hogy bár a külföldi tőke részvétele a magyar belkereskedelemben összességében nem volt nagyarányú, de kereskedelmünk modernizálódásának második szakaszában hozzájárult – részben úttörő szerepet is játszva – e fejlődés előrehaladásához (sőt, ennek révén végső fokon a későbbi, korszerű harmadik szakasz kialakításához is). Az itt tevékenykedő külföldi vállalatok közül nem egy több országban működő – némelyik multinacionális – kereskedelmi, vagy ipari-kereskedelmi cég volt. Ez arra enged következtetni, hogy a fent összegezett tanulságok bizonyára nem magyar sajátosságból fakadnak csupán, hanem általánosabb érvényességgel bírnak. Ennek a bizonyítása azonban további kutatások feladata.