

A távbeszélő propaganda és a m. kir. posta.

Irták: GYARMATHY BÉLA m. kir. posta műszaki tanácsos és ifjú dr. CSORBA FERENC m. kir. posta fogalmazó.

La propagande du téléphone et la Poste roy. hongr.

Par Adalbert Gyarmathy, conseiller technique des Postes, et par dr. François Csorba, rédacteur des Postes.

Les auteurs invoquent la nécessité et les manières différentes de la propagande du téléphone et font connaître la fonction du bureau de propagande téléphonique qui était installé à la foire internationale de l'année 1932 à Budapest.

A m. kir. posta az utóbbi években Budapest és egyes nagyobb vidéki városok elavult kézi kapcsolású távbeszélő központjait korszerű, önműködő (automatikus) berendezésekkel cserélte ki.

E munkálatokkal kapcsolatban a kábel- és vezetékhálózat bővítése, felújítása, az állomásokon lévő régi fajtájú készülékek cseréje is legnagyobb részt már befejeződött. Budapesten eme nagy anyagi áldozatokat igénylő munka utolsó részlete múlt év decemberében került befejezésre és ma már a fővárosban az összes távbeszélőállomások automatikus központokba vannak átkapcsolva.

Az egyes központok átkapcsolásai gyorsan és teljesen üzemzavarok nélkül követték egymást s így ma már teljesen egységes a budapesti távbeszélő szolgálat. Bekapcsolásra került 5 fő- és 11 mellék-központ, összesen 74.800 főállomás befogadóképességgel.

Ezzel szemben ez idő szerint a főállomások száma mindössze 47.485. Csupán a központok befogadóképességét véve alapul, azt látjuk tehát, hogy az új előfizetők tízezreit volna még módunkban bekapcsolni.

A vezeték szempontjából már nem ilyen bőséges a helyzet, mert bár a rendelkezésünkre álló tartalék mintegy 35—40%, de ennek csaknem felére a tömeges áthelyezések folytán is az egész hálózat rugalmasságának megőrzésére állandóan szükség van. Az így fennmaradó tartalék is elegendő azonban, hogy a város legnagyobb részében zavartalanul tudjunk új állomásokat szerelni.

Ha vizsgáljuk azokat az okokat, amelyek a központok jelenleg felesleges befogadóképességét előidézték, akkor a következőket találjuk: Az automatikus központok építését 1923-ban rendelte meg a posta, amikor is a főállomások évi átlagos szaporodása kereken 7% volt. Majd három — abnormális év után — 1927-től 1930-ig bezárólag ez a szaporodás 9%-ra emelkedett.

Ebből azt láthatjuk, hogy az esetben, ha a gazdasági válság nem áll be, akkor már is kb. 55.000 állomásunk volna üzemben; a jövőben pedig évről-évre még fokozottabb mértékben használhattuk volna fel tartalékainkat.

Azonban a gazdasági válság nemcsak nálunk, hanem másutt is az egész világon keresztülhúzta a számításokat. 1931-ben Budapesten a főállomások számának a növekedése már 1% alá süllyedt, az 1932.

évben pedig már ez a csekély szaporodás is eltűnt. Ebben az esztendőben a távbeszélő már nem fejlődött és beállott a stagnálás.

Jóllehet, a fejlődés megakadása nemcsak minálunk következett be, hanem az egész világon, — a magyar posta vezetősége mégsem nézhette ölbetett kezekkel ezt a szomorú jelenséget. Éppenezért 1932. év tavaszán a postavezérigazgatóság rendelkezésére egy „Távbeszélő Propaganda Bizottság” alakult, amely hivatva volt megtenni mindazokat a javaslatokat, amelyek a magyar távbeszélő további fejlődésére szolgálnak.

Amint már fentebb említettük, különösen Budapesten, tartalékberendezés bőségesen áll rendelkezésre és így a magyar postának hatványozott mértékben áll érdekében fejlődés bekövetkezését akár mesterséges módon is — propaganda útján — megkísérelni.

„Nincs semmi új a nap alatt”, mondják s mi kénytelenek vagyunk bevallani, hogy ez a magyar távbeszélő propagálására is megállja a helyét.

Lapozzuk csak fel az 1932. évi budapesti távbeszélő névsor elején az V-ik oldalt és ott megtaláljuk Puskás Ferencnek, a budapesti távbeszélő első igazgatójának, a legelső „Előfizetési felhívás”-át. Ez a rövid kis felhívás gyönyörű példája az akkor még teljesen új távbeszélő propagálásának és egész joggal még ma is felhasználhatnók előfizetők toborzására azzal, hogy „Ime, ötven évvel ezelőtt már ezt hirdették! És Ön még ma sem előfizető?”

Ma, természetesen, amikor már Budapesten csaknem 50.000 előfizetőnk van, nem csupán arra kell kiterjeszteni a propagandát, hogy új előfizetőket szerezzünk, hanem ki kell munkánkat terjeszteni oly irányban is, hogy

1. meglévő előfizetőinket, illetőleg régi állomásainkat el ne vesszítsük;

2. a meglévő állomásokon a forgalmat fokozzuk;

3. a mellékállomásoknak és konnektoroknak a számát növeljük;

4. új, a közönség által kívánt szolgáltatásokat teremtsünk; mert ezek mind alkalmasak arra, hogy bevételeinket emeljék.

Mielőtt a fenti feladatok megoldásának a lehetőségeit részletekben taglalnók, vizsgáljuk meg, hogy a távbeszélő fejlődését illetőleg mi történt a nagy világban az 1931. évet megelőző öt év alatt. Ezért megyünk annyira vissza a múltba, mert a világgazdasági krízis már 1931-ben e téren is éreztette hatását.

1927. év elején a világ összes távbeszélő állomásainak a száma 29,378.430, 1931. év elején pedig 35,329.358 volt.

Öt év alatt a szaporodás tehát 5,950.928 darab.

Ebből a kerek számban 6,000.000 szaporodásból Észak-Amerikára 2.7 millió, Európára pedig 2.56 millió esik, a világ többi részére pedig 0.74 millió szaporodás.

Az öreg Európa tehát a telefonszaporodást illetőleg fiatalos hévvel csaknem utolérte az új világot, értve alatta Amerika északi részét, ahol pedig a távbeszélőállomások száma több mint kétszerannyi, mint Európában.

Ha vizsgáljuk ennek okait, vagyis ha a statisztika holt betűibe életet lehelünk, akkor ennek a következő magyarázatát tudjuk adni:

Először is a távbeszélő Észak-Amerikában csaknem teljes mértékben magántársaságok kezeiben van, mert hiszen alig 1.25% az a mennyiség, amely az egyes államok (elsősorban Kanada) birtokában van. Ezek a fürge és nagy tőkével rendelkező vállalatok pedig saját üzleti érdekeiket tartották szem előtt, amikor a távbeszélőt már évtizedek óta hatásosan és eredményesen terjesztették. Ezáltal olyan távbeszélősűrűséget értek el, ami már sokkal közelebb van a telítettség fokához, mint Európában.

Ezzel szemben Európában a távbeszélő-intézmények legnagyobb-részt állami tulajdonban vannak és csupán 12% az állomásoknak tartozik magánvállalatok kezelése alá. Ezek az állami szervek pedig a távbeszélő mesterséges fejlesztésével nem foglalkoztak, tehát az amerikai távbeszélőviszonyokhoz mérten azt lehet mondani évtizedekkel visszamaradtak.

Fentiek igazolásául legyen szabad ismét a statisztikára hivatkozni. Európában a telefon sűrűségét illetőleg legelső helyen a kis Dánia áll. Minden 100 lakosára csaknem 10 állomás esik és így az egész világot véve figyelembe az előkelő negyedik helyen van. Mondanunk sem kell, hogy ott a 350.000 állomásnak 96%-a magántársaságé, amely követte az amerikai példát.

Hogy mégis az utolsó öt év alatt (1931-ig) az európai államok csaknem elérték az amerikai fejlődést, azt annak lehet tulajdonítani, hogy egyrészt a kisebb telefonsűrűség nagyobb teret engedett a fejlődés megindulásának, másrészt pedig mert ebben az időszakban már sok európai államban is megindult a forgalomserző tevékenység.

Hogy ezek az állításaink nem feltevéseken alapszanak, azt ismét számadatok igazolják. Dániában a már meglévő nagy telefonsűrűség a fenti öt év alatt összesen csak mintegy 10%-os szaporodásra adott lehetőséget, bár egészen biztos, hogy a telefon-intézménnyel rendelkező magántársaság a további fejlődést az előző évek mértékében megkísérelte.

Eredményként kimondhatjuk tehát, hogy a távbeszélő berendezések számbeli fejleszthetősége fordított arányban áll a telefonsűrűséggel.

Az európai viszonylatban még egy érdekes adattal szolgálhatunk. Svédország telefonszolgálatára — bár teljesen állami kezelésben van — ugyancsak igen kiterjedt és sorrendben Dániát követi. A fenti időszak alatt ebben az országban is kevesebb volt az állomások szaporodása (18%), mint az európai átlagos emelkedés. Ezt is az aránylag nagy telefonsűrűséggel okolhatjuk meg.

Igen érdekes annak is a vizsgálata, hogy az európai telefonszaporodást elsősorban mely államoknak köszönhetjük. A között a 10—12 állam között, amelyeknek a távbeszélő fejlődése képezi a zömét az összfejlődésnek, szerepelnek elsősorban is az ú. n. győztes államok és pedig Angolország, Belgium, Franciaország és Olaszország; a semleges Svédország, Svájc és Németalföld, de ugyancsak szerepel a leggyőzött Németország is, valamint a felszabadított Finn- és Lengyelországok. A fenti öt éves időszak utolsó éveiben pedig erős iramban tört elő Spanyolország.

Külön meg kell arról is emlékeznünk, hogy az orosz öt éves terv

a távbeszélőre is kiterjeszkedett, mert ezek az adatok ugyancsak nagy távbeszélőszaporodást tüntetnek fel. Kérdés azonban, hogy a jelenlegi viszonyok mellett mennyire lehet bízni az orosz adatok helyességében, mert hisz azokat minden téren politikai okok és célok is betolyásolják.

Az itt felsorolt államok közül Finn-, Olasz- és Spanyolországban a távbeszélő teljesen magánkezekben van, Lengyelországban pedig csaknem 45%-ig. A többi államok közül pedig, amint már említettük, egyesek propagandával emelik állomásaiknak a számát.

Mindezeket az adatokat azért sorakoztattuk fel és azért fűztünk hozzá megjegyzéseket, hogy alaposan reámutathassunk arra, hogy megérett a helyzet minálunk is a propaganda szükségességére, másrészt alátámasszuk ama véleményünket, hogy annak eredményességére is joggal számíthatunk.

Már fentebb említett propaganda bizottságban annakidején is elhangzott olyan vélemény, hogy Budapest távbeszélősűrűsége ma még oly csekély, hogy feltétlenül eredményes lehet a forgalomszerző tevékenység, ha megfelelően mérsékeljük a belépési díjat. Valóban Budapest e tekintetben a világvárosok közül csak a 34-ik helyen áll. Minden 100 lakosára kb. 7 távbeszélőállomás (fő és mellék együtt) jut.

Említettük már, hogy egyes olyan európai államokban — ahol a távbeszélő teljesen állami kezelésben van — már évek óta van forgalomszerző tevékenység. Itt első helyen említjük Svájcot, ahol a távbeszélő fejlesztését az ú. n. „Pro Telephon” társaság végzi. Ez az alakulat azokból az ipari vállalatokból alakul, amelyeknek üzleti érdekei a távbeszélő fejlődésével szorosan összefüggenek, vagyis amely vállalatok az állami távbeszélő-intézménytől közvetlenül, vagy közvetve megrendeléseket kapnak. E vállalatok erre a célra irodát tartanak fenn. A propaganda általános irányítását és ellenőrzését pedig a vállalatok részéről kijelölt választmány intézi. E választmánynak az állami távbeszélő-intézmény kiküldötte is tagja. Nagyrészt e szerv működésének lehet tulajdonítani, hogy Svájcban az állomások száma 5 év alatt 40%-kal növekedett.

Csaknem teljesen hasonló propagandaalakulat működik Angliában, „The Telephone Development Association” néven és az általunk vizsgált időszakban ott 33%-os fejlődés tapasztalható. Ezen kívül — az utóbbi időben megjelent sajtóközlemények szerint — maga az angol posta is fejt ki már propagandát. E tekintetben hiányát érezzük annak, hogy az egyes államok igazgatásai még nem tájékoztatják egymást ily irányú működésükről, jóllehet, a már kifejlődött nagy nemzetközi távbeszélőforgalom mellett nem lehet közömbös egyikre sem a már elért eredmények ismerete. A magyar postaintézmény tehát igen hálás kezdeményező szerepet tölthetne be, ha a társ-igazgatások figyelmét erre a körülményre felhívna és javasolná, hogy az egyes igazgatások forgalomszerző tevékenységükről és az elért eredményekről egymásnak kölcsönösen számoljanak be.

Eddigi adatainkban az elmúlt esztendő fejlődését tártuk fel, bár 1930-ban a fejlődés különösen Észak-Amerikában már igen nagy mértékben visszaesett és pedig előző évekhez viszonyítva 85%-kal. Az 1931-es évet már a világgazdasági válság jellemezte; az 1932-es év

pedig már nagyobb gazdasági válságot hozott. Elértük-e a mélypon-
tot, vagy sem? Ki tudja! Mi még süllyedünk, de Amerika már re-
ménykedik a közeli fellendülésben.

Akárhogyan is van, akárhogyan is lesz, véleményünk szerint a
magyar posta nem késlekedhetik az eredményes távbeszélő propa-
ganda kitejtésében.

Vizsgáljuk az elkövetkezendő propaganda hatásait.

Elsősorban is a várt fejlődés növeli a posta távbeszélő bevételeit,
a meglévő nagyszámú és jelenleg kihasználatlan berendezés fokozato-
san forgalomba kerül és kezdi megkeresni a saját törlesztését. Ezen
kívül minden egyes új állomás a feléje irányuló forgalom révén, to-
vábbi felvételi lehetőségek forrásává válik.

De még ha a viszonyok romlása esetleg nem is fog mindjárt meg-
felelő fejlődésre módot adni, akkor is elérhetjük legalább azt, hogy
forgalomszerző tevékenységgel egyensúlyozzuk a veszteségeinket és
nem fog bekövetkezni az állomások számának lényeges apadása s így
nem csökken majd a bevételeink. Az üzleti világban ma tapasztal-
ható állapotok alapján kétségsbe vonhatja-e bárki is, hogy már ez is
eredmény? Ugy véljük, hogy nem!

Nagy hatása lesz továbbá a propagandának, hogy minden egyes
állomás révén — akár magánlakásba, akár kereskedésbe vagy mű-
helybe kerül az — az azokat használók munkáját könnyítjük meg,
idejüket takarítjuk meg, teljesítményüket növeljük s bár ezt természe-
tesen nem ingyen szolgáltatjuk, azonban a kapott díjakért azokkal
arányban álló teljesítményt nyújtunk. Általános szempontokból tehát
és nem a posta egyéni érdekeit véve alapul — közgazdasági téren is
értékes munkát végez vele a posta. Ha pedig a végső célt tekintjük
és az állomások szaporítása révén berendezéseink gazdaságosabb és
jobb kihasználását tudjuk elérni, akkor természetesen mi is arra a
helyes üzleti álláspontra helyezkedhetünk, hogy a forgalom növeke-
dése maga után vonhatja a kisebb haszonra való törekvést. Így és
csakis így van remény arra, hogy tarifánkat mérsékelhetjük, ami is-
mét csak a köznek válik javára.

Harmadsorban azokat a kihatásokat is vizsgálunk kell, amelyek
közvetve jelentenek eredményeket. Köztudomású, hogy a magyar
posta csak magyar árut vásárol. A propaganda révén a hálózatunkba
kerülő anyagokat a legutolsó kis kárpitszögig belföldön kell előállí-
tani. Ez természetesen munkaalkalom az iparnak és kenyér a munkás-
nak. És vajjon ki meri azt állítani, hogy a mai viszonyok mellett
erre nincs szükség?

A tervezett propagandának eme két utóbbi közgazdasági hatása
— a postára származó előnyök figyelmenkívül hagyásával — már
egymaga is indokoltta teszi, hogy még anyagi áldozatok árán is a táv-
beszélőnél is legyen forgalomszerző tevékenység. Ha mód van arra,
hogy az állam például az állami sorsjátékot propagálja és hirdesse —
és ez kétségtelenül pénzbe kerül —, akkor szerénytelenség nélkül ál-
líthatjuk, hogy erre a célra is érdemes lesz bizonyos fedezetet biz-
tosítani.

Ezek az utóbbi okok voltak azok, amelyek Svájcban és Angliá-
ban a távbeszélőt fejlesztő magántársaságokat életre keltették.

Érdekesesek a „Telephon Development Association“ ide vonatkozó fejtegetései. Kiszámították, hogy ha Anglia elakarja érni például Svájc telefonsűrűségét, akkor kb. 52,000.000 angol font új tőkét kell hasznos beruházásokra befektetni. És itt egész határozottan állíthatjuk, hogy a beruházás hasznos és nem kell a befektetett tőke megsemmisülésével vagy értécsökkenésével számolnunk. Még nagyobb — szinte hihetetlen számadatok jönnek elő, ha a dániai telefonsűrűséget vesszük mintaképül. Amíg ezek az összegek aranyból — távbeszélő berendezési nyersanyagokká, majd központokká, épületekké, kábelekké, készülékekké, stb. stb. válnak, addig ugyancsak millió és millió kéz szorgos munkáját emésztik fel. Így kering az arany a közgazdasági élet ereiben s útközben nyersanyagokat változtat meg, magasabb értékekké gyúrja át, munkát, kenyeret teremt, hogy újból megérkezzen az arany szívébe: a safebe, ahonnan újból indulhat áldásos útjára.

A távbeszélőfejlesztés négy csoportjára mutattunk rá fentebb.

Az új előfizetők szerzését a belépési díjnak csökkentése (Budapestben 240 pengőről 120-ra) megkönnyíti, azonban ennek dacára ez idő szerint csak annyian jelentkeznek, amennyien felmondják állomásaikat. E téren tehát reklámra, jól elhelyezett, ízléses és megkapó plakátokra s természetesen üzletszerzőkre volna szükség.

Nehezebb kérdés azonban a meglévő előfizetők elvesztését megakadályozni, mert hisz javarészt csak azok adják vissza állomásaikat, akik azt fizetni nem tudják. De itt is mód van arra, hogy a fizetések könnyítésével, részletfizetési engedélyekkel, csökkentsük az elveszendő állomások számát. Eredményesebb az ilyen állomások átruházását megkísérelni annyival is inkább, mert ha az új előfizető ugyanott akarja igénybe venni az állomást, akkor csak 60 pengő a belépési díj. Már pedig a legjobb reklám mégis csak elsősorban az olcsóság.

A forgalom fokozását úgy érhetjük el, ha a nyilvános helyeken lévő állomások számát fokozzuk, ha a meglévőket is a vásárló közönség szeme elé helyezzük; ízléses, tiszta és világos fülkékről gondoskodunk.

E téren gyakorlati tapasztalataink azt mutatják, hogy a beszélgetések száma a kényelmes és könnyen elérhető fülke-állomások révén növekszik.

A mellékállomásoknak és konnektoroknak a gyarapítása ugyan csak újabb bevételi forrást jelentenek, de a súlyos gazdasági viszonyok miatt ma csak az utóbbiak propagálása mutatkozik eredményesnek.

Végül egyes új szolgálatok bevezetése a távbeszélő tudakozószolgálat kibővítésével kapcsolatosan, tervbe van véve s megvalósulásától ugyancsak forgalomemelkedést várunk.

Már az eddigiekben kifejtettük ama álláspontunkat, hogy a telefonpropagandától eredményeket várunk, de hogy kellő értékű propagandának nálunk is eredménye van, azt bizonyítani is tudjuk azzal, ha az alábbiakban az 1932-es évben megtartott Budapesti Nemzetközi Áruminta Vásáron felállított „Telefon Propaganda Iroda“ működéséről beszámolunk.

A május hó 7-ik napján megnyílt vásáron először szerepelt a

posta kiállítóként. Sőt nemcsak kiállítóként, hanem inkább telefonüzleti tevékenységének színterét a vásár tartama alatt oda is kiterjesztette.

A posta a vásár vezetőségénél elsősorban is azt az óhaját fejezte ki, hogy a Telefon Propaganda Iroda részére megfelelő helyet díjmentesen bocsásson rendelkezésre.

A vásár vezetősége a legnagyobb megértéssel állott a posta rendelkezésére és a nagy kiállítási csarnokban (Iparcsarnokban) kaptunk helyet.

Ennek a helynek a kiválasztása igen nagy gondot igényelt, mert jóllehet, a vásárt igen sokan látogatják, azonban az előző években a telefonokkal kapcsolatban nyert tapasztalatok azt mutatták, hogy forgalom szempontjából a vásár különböző szátagolt területei nem teljesen egyenértékűek, — viszont a Propaganda Iroda így a legforgalmasabb útvonalra került.

A hely kiválasztásánál az is fontos volt, hogy az igen nagy plakát kedvező elhelyezésére megfelelő falfelület is álljon rendelkezésre. A vásár megnyitása előtti napon rádió felhívást intéztünk, hogy akiknek szándékukban lesz a vásárt látogatni, el ne feledkezzenek a Telefon Propaganda Irodát meglátogatni, amely a kért távbeszélőállomásokat a legsürgősebben felszerelteti és minden távbeszélő-ügyben készséggel áll a nagyközönség rendelkezésére.

A kereskedelemügyi miniszter megengedte, hogy a vásáron jelentkezők részére már 120 pengő szállított belépési díj ellenében is berendezhető legyen távbeszélőállomás; viszont egyébként ez a rendelet általánosságban csak a vásár megnyitását követő harmadik napon, május 10-én lépett életbe.

A m. kir. posta „Telefon Propaganda Irodája“ a vásáron 1932. év május hó 7-én valóban megkezdte működését. Az iroda berendezésénél a posta kerülte a hivatalos színezetet és inkább az üzleti jelleget domborította ki és nagy tetszést keltettek a propagandisztikus plakátok, amelyeknek kicsinyített mását a következő oldalakon közöljük.

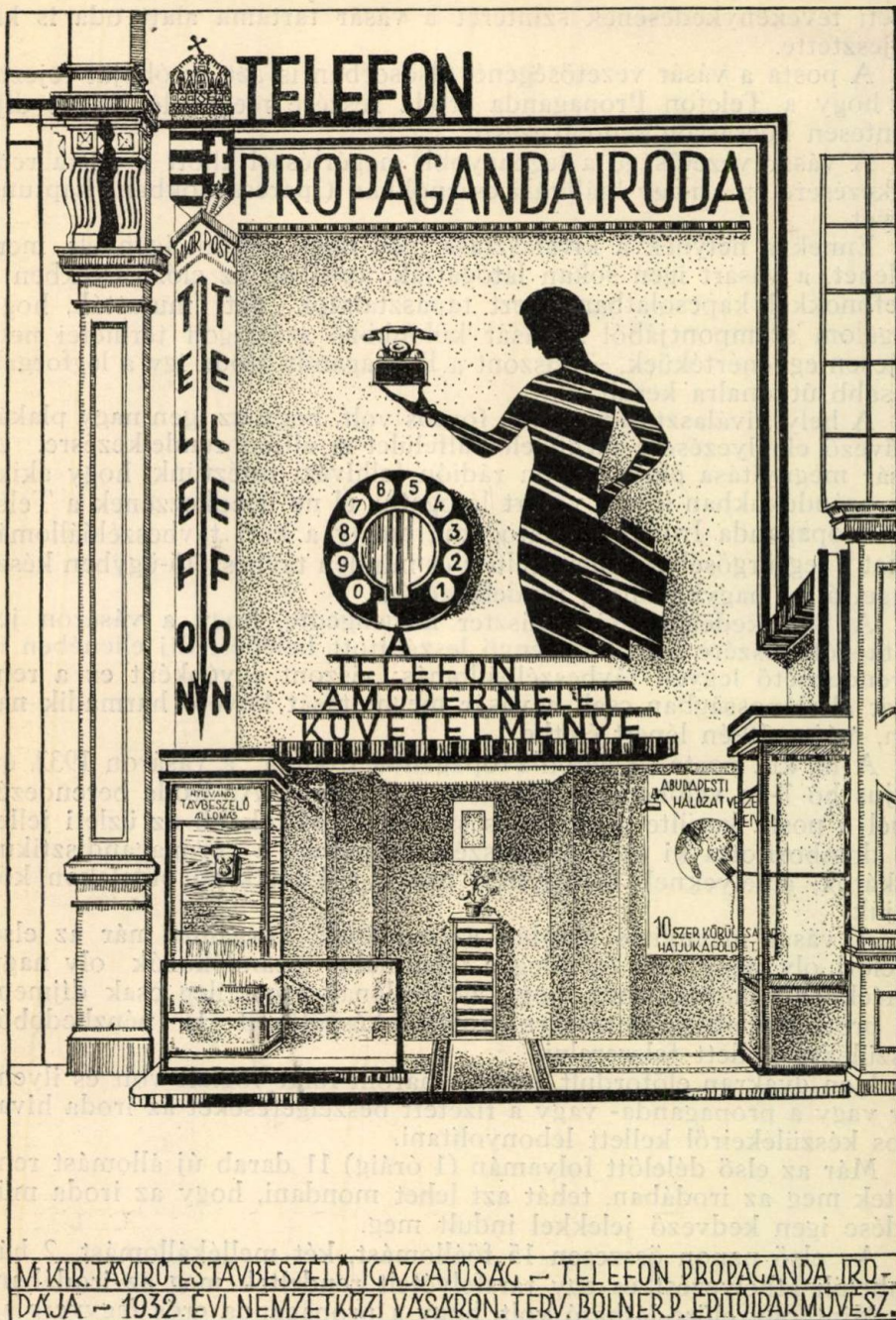
A vásár megnyitási napján az irodának forgalma már az első délelőtt oly nagy volt és főleg a telefonálni szándékozók oly nagy mértékben rohanták meg, hogy az irodának eredetileg csak díjmentes propagandabeszélgetésekre szolgáló készülékeit is pénzbedobókészülékre kellett felszerelni.

Igen gyakran előfordult, hogy a három fülke foglalt volt és ilyenkor vagy a propaganda- vagy a fizetett beszélgetéseket az iroda hivatalos készülékeiről kellett lebonyolítani.

Már az első délelőtt folyamán (1 óráig) 11 darab új állomást rendeltek meg az irodában, tehát azt lehet mondani, hogy az iroda működése igen kedvező jelekkel indult meg.

Az első napon összesen 15 főállomást, két mellékállomást, 2 házbeli áthelyezést és egy társfelvételt rendeltek meg az irodában.

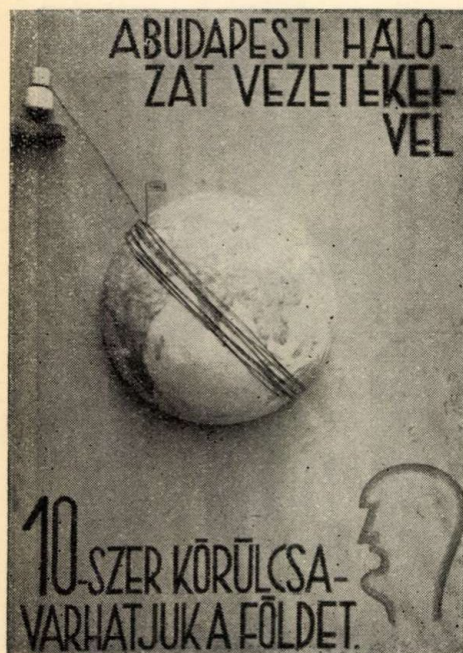
Minthogy előre látható volt, hogy a propaganda erős fegyvere az lesz, ha az irodában kért új állomásokat minél gyorsabban felszereltetiük, ezért ennek érdekében az iroda nem a központoknál előírt ügykezelési módon dolgozott. (Pl. nem indított szerelési lapokat, ha-



A telefon-propaganda iroda plakátja a nemzetközi vásáron.



Telefon-propaganda plakátok a nemzetközi vásáron.



Telefon-propaganda plakátok a nemzetközi vásáron.

nem blokk-lapokon rendelkezett, vagy az állomások felszerelését távbeszélőn rendelte el.)

Dacára annak, hogy május hó 1-ről az összes budapesti hivataloknál 5000 hátramaradt áthelyezési munkát várt végrehajtásra: az illetékes központok az ügy érdekében az új állomások felszerelését igen sok esetben már a megrendelés napján munkába vették s kedvező technikai lehetőségek esetén még aznap fel is szerelték az állomást. Például a Propaganda Irodában 1932. év május hó 7-én 1 órakor kért új állomás, délután 3 órakor már üzemben is volt. Ennek előfizetőjét ez a gyorsaság annyira meglepte, hogy egyrészt azonnal elismerő és köszönő sorokat írt, másrészt ennek következtében újabb állomást rendelt a lakásába is.

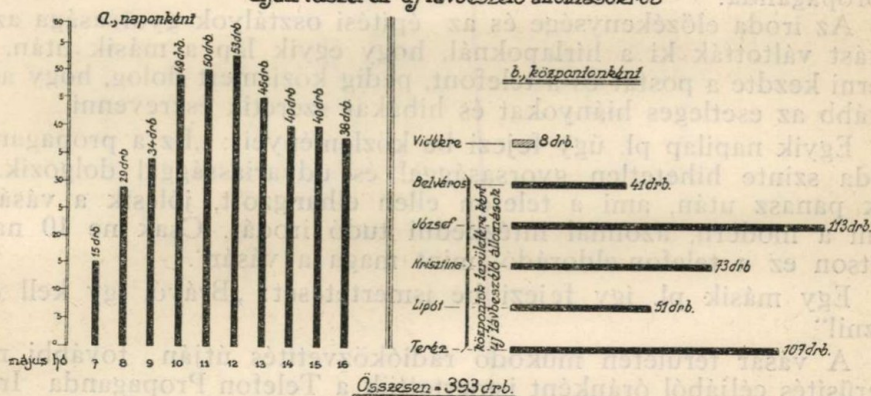
A Telefon Propaganda Irodában tíz nap alatt összesen 393 új állomást — ebből tizet vidékre — kértek felszerelni. Az új állomásokra vonatkozó bejelentések szempontjából a legforgalmasabb nap május 10-e — egy csütörtöki nap — volt, mikor is 53 jelentkezést fogadtunk el. Az irodában megrendelt új távbeszélőállomások napi és központok szerinti diagramját az alábbi kimutatás tünteti fel.

Kimutatás.

Az 1932-évben rendezett Budapesti Nemzetközi Vásáron működő

"Telefon propaganda iroda"

újjan felszerelt új távbeszélő állomásokról



Az új jelentkezők közül 22, vagyis 5,6%, a belépési díjat egészben megfizette és ezenkívül még 16-an nem vették igénybe a havi 10 pengős részletfizetési kedvezményt, hanem 2—3—4 részletekben kívánták kifizetni az 120 pengő belépési díjat. A súlyos gazdasági viszonyok közepette ez igen kedvező tünet. A tárgyilagosság szempontjából rá kell mutatnunk arra is, hogy a Propaganda Irodában jelentkező új előfizetők közül 23-al már előzetesen tárgyaltak az illetékes központok, úgyhogy az iroda tulajdonképeni eredménye ennyivel csökkentendő volna.

A Propaganda Iroda működése nem vonta el az új állomások jelentkezését a központoktól, mert az új díjazás életbeléptetése után

május hó 10-étől május hó 17-ig 59-en jelentkeztek előfizetőül a központoknál, ami az eddigi 240 havi jelentkezésnek megfelel.

A vásár tartama alatt az alant felsorolt kérelmeket foganatósította a Propaganda Iroda:

1. budapesti új állomás	383 drb.
2. vidéki új főállomás	10 „
3. új telkenkívüli mellékállomás	8 „
4. új mellékállomás	10 „
5. főállomás házonkívüli áthelyezése	24 „
6. főállomás házonbelüli áthelyezése	9 „
7. Egyéb	104 drb.

Maga ez a részletezés korántsem tünteti fel azt a munkamennyiséget, amit az iroda személyzetének teljesíteni kellett. Olyan sokan kértek különféle felvilágosításokat, hogy különösen a nap két legforgalmasabb időszakában — a csúcsteljesítmény délelőtt 11—12 óra, és délután 4—6 órák között lévén — egymásra kellett várakozni a feleknek.

Ugy a kiállítók, mint a vásár látogatói annyira szívükbe zárták a Telefon Propaganda Irodát, hogy nemcsak telefon-ügyben fordultak hozzá, hanem mindenféle postai ügyekben is.

Megállapíthatjuk azt is, hogy nagyon sokan megkérdezték az előfizetési lehetőségek legelemibb feltételeit is. Tehát tényleg hiányzik a propaganda!

Az iroda előzékenysége és az építési osztályok gyorsasága azt a hatást váltották ki a hírlapoknál, hogy egyik lap a másik után, dícsérni kezdte a postát és a telefont, pedig közismert dolog, hogy azok inkább az esetleges hiányokat és hibákat szeretik észrevenni.

Egyik napilap pl. úgy fejezi be közleményeit: „Ez a propaganda-iroda szinte hihetetlen gyorsasággal és udvariassággal dolgozik. A sok panasz után, ami a telefon ellen elhangzott, jólesik a vásáron látni a modern, azonnal intézkedni tudó irodát. Csak ne 10 napig tartson ez a telefon-eldorádó, mint maga a vásár“.

Egy másik pl. így fejezi be ismertetését: „Brávó, így kell dolgozni!“

A vásár területén működő rádióközvetítés útján további népszerűsítés céljából óránként ismertettük a Telefon Propaganda Iroda forgalmát és eredményét. (Hol van a propaganda-iroda, hány előfizető jelentkezett, a bekapcsolás idejét, stb.)

Egyik napilapunknak a bejáratnál lévő hangszórója óránként népszerűsítő közléseket adott a propaganda-irodáról: „el ne felejtse megtekinteni a propaganda-irodát! Minden telefon-ügyben a Telefon Propaganda Iroda készséggel rendelkezésre áll!“

Magyarország Kormányzója és felesége is meglátogatták a propaganda-irodát és annak működéséről elismerően nyilatkoztak. Különös örömeinkre szolgált ez alkalommal Miniszterünk ama megjegyzése, — midőn az eredményeket és a munkaprogrammot, a posta Vezérigazgatója jelentette, — hogy a „postánál az az álláspontom, hogy az üzlet és nem hivatal“. Midőn pedig a posta Vezér-

igazgatója a Kormányzónak megmutatta a beérkezett elismerő sorokat, — „ez még az amerikai gyorsaságot is felülmúlja“ — válaszolta. (Ezt a jelenetet az alábbi képen örökítettük meg.)



Vezérigazgatónk naponta meglátogatta az irodát és a látottak hatása alatt kilátásba helyezte, hogy jövőre a postapropagandát is meg fogja indítani.

A nagyközönség tehát a közismert amerikai gyorsaságot kezdte emlegetni és részben örült és részben csodálkozását fejezte ki.

Hogy a központok a propaganda-irodában megrendelt állomásokat milyen gyorsan szerelték fel, azt az alábbiakban részletezzük:

24 órán belül		254 drb.
48 órán belül		90 „
72 órán belül		24 „
72 órán túl		15 „

Az alábbiakban pedig összeállítottuk azt is, hogy ezek az állomások foglalkozás, illetőleg felszerelési hely szerint hogyan oszlanak meg.

Magánlakás		178 drb.
Üzlet		55 „
Tisztviselő (katonatiszt)		37 „
Orvosi rendelő, ügyvédi és mérnöki iroda..		47 „
Különféle kis üzem		31 „

Nagy-üzem		7 drb.
Színész, művész, író		7 „
Egysület		4 „
Hivatal		1 „
Egyéb		16 „

Érdekes ez az összeállítás abból a szempontból is, hogy az iroda — a mai nehéz gazdasági viszonyok dacára — tudott eredményeket elérni és megmutatja egyúttal azt is, hogy milyen helyeken lehet eredményeket elérni, miért is összeállításunk a jövőben a forgalom-szerző tevékenységét meg fogja könnyíteni.

A díjmentes propagandabeszélgetések rendszeresítése a vásáron jól bevált. Ezeknek a révén ugyanis olyanok is megfordultak az irodában, akik különben elkerülték volna azt és sok előfizetőt sikerült így is megszerezni.

A propagandisztikus díjmentes beszélgetések utalványainak a szétoztása mindenkor a helyi és forgalmi viszonyokhoz igazodott.

A vásár tartama alatt az egész vásár területén 40.000 drb. röpcédulát osztottunk szét. E röpcédulák közé 1300 drb. olyan is volt sorolva, amelyek 1000 helyi és 300 távolsági díjmentes beszélgetésre jogosították fel azok szerencsés bemutatóját.

Hogy hozzávetőlegesen megállapíthassuk azt, hogy a vásár tartama alatt hányan látogatták meg a propaganda-irodát, május hó 12-én 2 órai időről statisztikát vettünk fel és megállapítottuk, hogy e 2 óra alatt 327 érdeklődő fél fordult meg az irodában.

Sajnálattal kell azonban még megállapítani azt is, hogy az irodának jóval több előfizetőt sikerült volna még megszerezni, ha megfelelő számú pénzbedobós-készülék állott volna rendelkezésre.

Az iroda helyisége kicsinek bizonyult, igen gyakran a propagandabeszélgetések lebonyolítására várakozó, az új állomást kérők, az utalvány befizetésére várakozó és érdeklődők annyira betöltötték a rendelkezésre álló helyet, hogy mozdulni sem lehetett.

Az így nyert tapasztalatok módot nyújtanak arra, hogy a jövőbeni kiállításokhoz a szervezés az igényeknek jobban megfeleljen.

Nagyon eredményes és hatásos lenne, ha a Telefon Propaganda Iroda keretén belül még nagyobb kiállítási anyag kerülne bemutatásra. Miután ezek a vásárok nemzetközi és sok külföldi is megfordul, megfontolandó volna, hogy a posta ne vezesse-e be külföldi mintára a nemzetközi díjmentes propagandabeszélgetéseket is.

E propaganda-iroda működése óta már jó félév telt el.

Hallottunk időközben a propaganda ellen egyes megjegyzéseket. Az az aggály merült fel, hogy a postának sok oly előfizetőt toboroznánk, akiknél az állomást díjtartozás miatt hamarosan le kellene szerelni és így a kincstárt anyagi károsodások is érnék. Ezeket az aggályoskodókat megnyugtadjuk, hogy ez nem áll fenn, mert a vásáron rendelt és felszerelt állomások közül mindössze 14 drb. került leszerelésre. De ennél a 14 drb. leszerelt állomásnál sem érte a postakincstárt semmi károsodás, mert az előfizetők által befizetett díjrészletek fedezetet nyújtottak e leszerelt állomások tényleges felszerelési költségeire.

Ez a forgalomszerű tevékenység az utóbbi időben látszólag el-
lanyhulást mutat. Azonban ennek az oka nem a munkabírás, — szer-
vezés, — avagy a munkakészség hiányában keresendő, hanem, saj-
nos, abban, hogy egy tágabbkörű propagandaszerv részére kellő
hitel nem áll rendelkezésre és így az csak papíron van megszervezve.

És mindezek dacára a propaganda most is folyik, mert a fenti
nehézségek dacára a lehetőségekhez képest most is propaganda útján
szerzünk új előfizetőket és mentünk meg felmondott állomásokat.

Az iroda fejlődése pénzhány miatt csak fokozatosan vihető ke-
resztül. A meglévő személyzetből kell az ügyes üzletszerzőket kivá-
lasztani s e kényes és nagy körütekintést igénylő munkára betanítani.

Minden reményünk megvan arra, hogy e munkák mielőbb meg-
indulhassanak. És hogy eredménnyel fognak megindulni, annak bi-
zonyossága az eddigi propagandának eredménye, amikor is az utolsó
egy hónap alatt egy üzletszerzővel 19 új előfizetőt szereztünk és 21
felmondott állomást mentettünk meg, ami nem azt jelenti, hogy,
sajnos, nincs több propagandisztikus anyagunk, hanem az, hogy
nincs még szervünk, amely avval megbírkózhatnék.

A propaganda-iroda és az azt követő tapasztalatok alapján
egyelőre azon az állásponton vagyunk, hogy Budapesten csak maga a
posta foglalkozzék propagandával és magánérdekeltségek bevonásától
— dacára a külföldön tapasztalt kedvező eredményekre — tekint-
sen el. Ennek oka az, hogy ez idő szerint csak maga a posta ismeri
teljesítőképességeit — csak irányított propagandáról lehet szó —,
vagyis csak ott, ahol minden technikai és pénzügyi előfeltétel megvan.

A budapesti nemzetközi vásáron az 1932. évben már a postának
a következő szervei létesültek: postahivatal, távbeszélőközpont, Tele-
fon Propaganda Iroda, és végül rádióközvetítő kirendeltség. Vezér-
igazgatónk kilátásba helyezte, hogy jövőben a posta is fogja önmagát
népszerűsíteni, tehát még egy szervünkkel lenne több. Megfontolandó
tehát, hogy ezeket a szerveket jövőre ne tagozzuk szét. A magunk
részéről úgy látjuk, hogy megérett a helyzet arra, hogy a m. kir.
posta más üzemekhez hasonlóan — Elektromos Művek, Gázművek,
Dohányjövődék, stb. — önálló csarnokot építhessen és abba he-
lyezze el összes szerveit . . .

A „Magyar Posta“ egyes cikkei már ismételten foglalkoztak azzal
a kérdéssel, hogy a posta az államnak mennyiben üzleti vállalkozása
és mennyiben tekinthető a közigazgatási szervek részére.

Ez alkalommal, amikor a telefonnal kapcsolatos első propagandá-
ról és annak eredményéről beszámoltunk, a magyar postának olyan
üzletszerű tevékenységét foglaltuk össze, amely ennek az állami
szervnek „üzleti vállalkozás“ jellegét igazolja.

Legyen bár a postának kizárólagos kiváltságánál fogva bármennyi-
nyire kiváló helyzete, szerény véleményünk szerint az üzleti életben
használt reklám és propagandaerőket a jövőben már nem nélkülözheti . . .

Végül most, amikor cikkünket befejezzük, elnézést kérünk olva-
sóinktól, ha egyes fejtegetésünkkel türelmüket túlságosan igénybe
vettük. Ugy véljük azonban, hogy éppen a most uralkodó nehéz
gazdasági viszonyok miatt fokozott mértékben kell foglalkoznunk

mindazokkal a kérdésekkel, amelyek a posta egyes ágazatainak fejlődési lehetőségeinek s üzleti eredményeinek növelésére szolgálnak. Ugyanis a célratoró tervek kitűzése, az eredményekre való kitartó törekvés, egyaránt érdeke e súlyos időkben az államnak és a magyar posta személyzetének is.

A posta közgazdasági fejlődésének alapjai.*

Irta: RUTTNER BÉLA, okl. közgazda, m. kir. postafogalmazó.

Les bases du développement économique de la Poste.

Par Adalbert Ruttner, économiste diplômé, rédacteur des Postes.

L'auteur établit le monopole comme seconde raison du développement économique de la Poste. Rappelé le caractère monopoliste de l'entreprise postale, comme conséquence duquel l'énorme développement des entreprises postales n'était possible que par le monopole. La relation étroite entre l'entreprise postale et le monopole se montrait déjà dès le début du développement de l'entreprise. Il se manifestait au commencement comme monopole privé, pendant que les régales postales, établies par des États, sont les résultats d'un long développement. Le comble du développement du monopole postal trouve son expression comme monopole économique. L'auteur développe ici les essais monopolistes les plus primitifs des entreprises postales réunies dans les guildes postales, et à ce point de vue il examine le règlement des courriers-guildes de Valence où se manifestaient déjà ces aspirations.

Az úgynevezett klasszikus közgazdasági iskola egyik alaptanítása a verseny szabadsága volt. Ma ennek a tételnek szinte dogmatikus értéke már elhomályosult; vannak, akik jogosultságát kétségbevonják, sőt a Marx által képviselt szocialista felfogás a szabadversenyt egyenesen anarchiának minősíti.¹⁾ Ha ezt az álláspontot, mint tartathatatlan nem is fogadhatjuk el, el kell ismernünk, hogy a korlátozás bizonyos esetekben célszerű és ezért indokolt. Ennek okai különbözőek lehetnek; az egyedül elfogadható azonban csak a közérdek lehet. Minthogy pedig a közérdeket leghivatottabban az állam képviseli, a szabadversenyt csak az állam korlátozhatja. Különböző a korlátozás mérve is: lehet az egyszerű szabályozás, tényleges korlátozás, sőt teljes versenytilalom is, amidőn az állam egyes piacokat vagy munkaterületeket kizárólag a saját részére tart fenn. Ezt az utóbbit, tehát egy piacnak vagy munkaterületnek egyeduralmát monopóliumnak, ha pedig ezt, mint ahogy kifejtettem az állam létesíti, állami vagy közmonopóliumnak nevezzük.

Aszerint, amilyen célt az állam a monopólium létesítésével elérni kíván, ismerünk pénzügyi, közigazgatási és gazdasági monopóliumot. A közmonopóliumok öse minden bizonnyal a pénzügyi monopólium volt és éppen ez az, amelynek jogosultságát ma a legkevésbé lehet indokolni. Ezeknél ugyanis az állam majdnem kizárólag csak fiskális

* Az első két közlemény a „Magyar Posta” 1932. évi 1., illetőleg 7.-ik számában jelent meg.