

teža ne znaša manj nego 5000 kg ali pri katerih se rabi cel vagon, znaša kolek 1 K 20 vin. od vsakega voznega lista, v ladjeplovnem prometu tudi 1 K 20 vin. za težo najmanj 10.000 kg. Za pošiljatev živil sme vlada po potrebi znižati označene vozne pristojbine.

Cesarska naredba o zvišanju kolkov in neposrednih pristojbin je stopila splošno v veljavo dne 1. oktobra t. l.; določbe o pristojbinskem ekvivalentu, o pavšalni pristojbini pri komunitetah in o vložnih obrestih se uveljavijo iz tehničnih razlogov šele s 1. januarjem 1917; glede veljavnosti lestvičnih pristojbin in pristojbin za vozne liste se pa izdado posebni izvršitveni predpisi. **V. Ž.**



Stališče kartelov v pravnem zistemu.

Spisal Rudolf Šega.

I.

Uvod.¹⁾

Nahajamo se v svetovni vojni, v vojni narodov, med katerimi se je vnela konkurenca ravnotako, kakor poprej med posameznimi individui, in med večjimi podjetji. Ta podjetja so pa že v mirnem času sporazumno tako uredila, zboljšala in specializirala svoje nacionalne moči, da bi zmagala v mednarodnem boju. Tudi ta boj podjetij bo končno dovedel do miru in svetovnega sporazuma, toda prej se mora izvojevati današnja svetovna vojna, ki se bije predvsem za svetovne trge in razpečevališča in v kateri bodo zmagali oni narodi, ki so si zajamčili potom najboljših in najtrdnejših organizacij skupno delovanje svojih industrij in delavcev in največjo narodno proizvodno možnost.

¹⁾ **Literatura:** *Bauch, Dr. jur. et phil. Fritz*, Die Rechtsform der Kartelle. Jena 1908. Gustav Fischer.

Baumgarten, Dr. F. — Meszlény, Dr. A., Kartelle und Trusts. Berlin, 1906. Liebmann.

Bitta, Die Rechtliche Behandlung der gewerblichen Kartelle. Deutsche Juristenzeitung, 1902, VII., št. 11, str. 235.

Chon G., Kartelle und Kartellgesetzgebung. Deutsche Juristenzeitung, 1903, str. 13—16.

Že pred štirimi desetletji se je pričela koncentracija na gospodarskem polju. Pojavile so se nove gospodarske oblike — karteli in druge njim podobne tvorbe, ki že danes s svojo proizvodilno močjo kar najbolj vplivajo na potek svetovne vojne. Karteli so organizirali in centralizirali skoraj vse industrijsko delo. In nikdar bi industrija ne zmogla velikanskega dela, ki ga zahteva vojna, če bi se ne bila pravočasno organizirala.

Tako vidimo, da so ravno karteli, trusti in podobno kar največjega pomena za dotične obrte in ne samo za današnje razmere, marveč za razvoj narodnega gospodarstva sploh. In dozdeva se

Diehl, Nationalökonomische Betrachtungen zur Frage der rechtlichen Regelung der Kartelle. Zeitschrift für das gesamte Handelsrecht. Z. 56.

Ettinger, Dr. M., Die Regelung des Wettbewerbes im modernen Wirtschaftsleben. Wien, Manz, 1905.

Grunzel, Dr. Jos., Über Kartelle. Leipzig, 1902.

Hirsch, Dr. K., Zur Kartellfrage. Jena. Fischer, 1904.

Hirsch, Dr. K., Die Kartelle und die Gesetzgebung. Deutsche Juristenzeitung, letnik X., 1900, št. 1.

Kleinwächter, Die Kartelle. Innsbruck 1883.

Kartell-Rundschau.

Liefmann, Kartelle und Trusts. Stuttgart 1905.

Kuefstein, Graf Franz, Eine neue Entwicklungsstufe der Volkswirtschaft. Dunaj 1903, Manz.

Menzel, Die Kartelle und die Rechtsordnung. Leipzig 1902.

Oeser, Wie stellen wir uns zu den Kartellen und Syndikaten. Frankfurt, 1902.

Pohle, Die Kartelle der gewerblichen Unternehmer. Leipzig, 1898.

Rundstein, Dr. S., Das Recht der Kartelle. Berlin, 1904. Decker.

Rundstein, Dr. S., Die Kartelle und die russische Strafgesetzgebung, Archiv für Strafrecht. LL., zv. 2 in 3.

Steinbach, Dr. Emil, Der Staat und die modernen Privatmonopole. Wien, 1903. Manz.

Juliusberg, Die Kartelle und die deutsche Kartellgesetzgebung. Berlin. 1903. Franz Vahlen.

Tschierschky, Dr. S., Kartell und Trust. Göttingen, 1903.

Arkövy, Dr., Vorstudien zum Kartellgesetz. Budapest. Patria.

Babled Henry, Les syndicats de Producteurs et Détenteurs de Marchandises. Paris, 1893. Artur Roseau.

Raffalovich, Trusts, cartels et syndicats. 1. et 2. ed. Paris, 1903. Guillaumin.

Cassala, C. I., Sindacati industriali, cartelli, pools, trusts. Bari, 1905. G. Lazerta & Figli.

nam, da se bo naše sedanje narodno gospodarstvo popolnoma izpremenilo in da dobimo v tem oziru docela novo organizacijo. Tudi socialno vprašanje v ožjem pomenu, delavsko vprašanje, ki se navadno smatra za najvažnejše gospodarsko vprašanje, je dobilo vsled razvoja kartelov in trustov popolnoma drugo podlago.

V vsakdanjem življenju in govorjenju se pojmi kartel, obroč, trust, sindikat kaj radi zamenjavajo. In tudi pri raznih narodnogospodarskih pisateljih čitamo kaj različne in navadno kaj nedoločne razlage teh pojmov. Dolžnost je znanosti, umeti in tolmačiti besede tako, kakor jih je ustvarilo realno življenje.

Karteli so svobodne zveze podjetnikov v ta namen, da v prid združencev oslabe ali odstranijo svobodno konkurenco. Končni in glavni namen vseh kartelnih zvez je, — polastiti se torej monopolistično trga. In ravno iz tega monopolističnega značaja kartelov izvira njih ugodni ter tudi neugodni vpliv. Ta monopolistični namen pa zahteva, da se združijo vsi ali pa vsaj večji del podjetnikov, ki so dozdej med seboj konkurirali. V gospodarskem zmislu govorimo tudi že tedaj o monopolističnem stališču, če večjemu delu kupovalcev zadošča en sam ponudnik. In ravno vsled tega se karteli bistveno razločujejo od različnih strokovnih društev in zvez, ki hočejo samo posredno izboljšati gospodarsko stanje dotične pridobitne stroke. V to svrhu uvajajo agitacijo, podajajo raznim oblastvom svoja mnenja, se obračajo do zakonodajnih korporacij s peticijami v zadevah obrtne, trgovinske, prometne politike, v zadevah zakonodajstva, o delavskem varstvu itd. Nikdar ne zahtevajo strokovna društva od posameznikov, naj to ali ono store ali pa opuste v svojem gospodarskem delovanju. Karteli pa omejujejo gospodarsko delovanje svojih članov z ozirom na monopolistični namen zveze; tako nimajo n. pr. člani kartela pravice, svojevoljno določati cene, produkcije ali pa razpečavanja, marveč so navadno popolnoma odvisni od kartela. Seveda so strokovne zveze prav lahko nekake predhodnice kartelov, ker nudijo konkurentom ene stroke najlepšo priliko, da se osebno natančneje spoznajo in da se prilično pogovore o gospodarskem stanju, karteli pa vendar niso.

Natančno moramo karteke ločiti od fuzij, pri katerih se več podjetij popolnoma zedini, dosedanji podjetniki svoje lastninske pravice popolnoma izgube. Navadno se to zgodi na ta način, da se

več podjetij združi v eno akcijsko družbo. Prav posebno jih moramo pa razločevati od monopolističnih fuzij ali trustov.

Trusti so še danes specifičen pojav v Zedinjenih državah severoameriških. Trust ima namen, poveriti upravniku, zaupniku (trustee) upravo premoženjske stvari, ne pa lastnine. To obliko so najprvo uporabili l. 1881., ko so hoteli v petrolejski industriji uvesti enotno upravo. V tej industriji si je bil sicer že prej en sam mož, J. D. Rockefeller, pridobil nadvlado. Toda še le z ustanovitvijo »Standard Oil Trusta« si je omogočil on in njegovi zavezniki monopolistično stališče. Akcije vseh združenih podjetij so se izročile komiteju, takozvanemu »board of trustees«, ki mu je načeloval Rockefeller. Ta komite je izdal za izročene mu akcije trustne certifikate (trust certificates). Le če so se predložili ti certifikati, se je izplačala dividenda. — To organizacijo, ki jo lahko označimo kot akcijsko družbo akcijskih družb, smatrajo še dandanes za tipično obliko, čeprav je več ne uporabljajo, kajti sodišča so to formacijo l. 1893. označila za nezakonito. Od tega časa so taki trusti deloma izginili, deloma so pa svojo organizacijo izpremenili.

Ohranil se je takozvani »voting trust«. Pri tem trustu se akcije ne izroče zaupnikom, marveč se jim poveri edinole glasovalna pravica. Akcije obdrže še nadalje lastniki, tudi dividenda se tem izplačuje. Akcije se tudi lahko prodajo, seveda ne da se pri tem izpremeni prenešana volilna pravica. Ta oblika, ki se tudi lahko rabi v monopolistične svrhe, se zdaj uporablja ravno v nasprotno svrhe, namreč da se onemogoči monopolistična tendenca. S tem, da akcionarji svojo volilno pravico prenesejo, lahko zabranijo, da dobi kaka konkurenčna družba z nakupom akcij kontrolo nad upravo njihove družbe — seveda le tedaj, če se morejo zaupniki zoperstavljati vplivom konkurenčnega trusta. Tipičen vzgled za tak »voting trust« je organizacija »Pure Oil Company«, ki si je na ta način ohranila svojo samostojnost napram »Standard Oil Company«.

Tretja oblika je navadna korporacija (corporation). Ena akcijska družba kupi vsa podjetja, ki jih namerava združiti, ter plača za nje v gotovini ali pa z novimi akcijami. Na ta način kupljena podjetja izgube tudi formalno svoje individualnost. Ravnateljstvo korporacije upravlja vse tovarne. Člani ravnateljstva zastopajo navadno tudi

velik del akcijskega kapitala, tako n. pr. pri Whisky-trustu ali pa pri trustu tovarn za jeklo.

»Holding company« je novejša oblika, s katero skušajo doseči organizacijo starejših trustov. V to svrhu ustanovljena akcijska družba ne kupi vseh konkurenčnih podjetij, marveč vse njih akcije, ali pa večji del teh akcij. Vse akcijske družbe ohranijo svojo formalno samostojnost, faktično ima pa vso oblast ravnateljstvo »holding companyje«, ki ima večino v vsaki družbi. Na ta način so ustanovili trust tovarn za sladkor, ki je bil v svoji prvotni obliki razpuščen. Prejšnji »trustees« so postali ravnatelji nove »holding companyje«.

Posebna, le prehodna oblika za trust temelji na skupnosti interesov (community of interests). Tu se postopa skupno, toda brez medsebojne pogodbe. To se zgodi mnogokrat tudi tedaj, če je bil trust sodnim potom razdružen. Trust sicer razpade v prejšnje akcijske družbe, toda glavni interesentje, navadno prejšnji zaupniki, dobe v svoje roke večino akcij in vplivajo še nadalje na obrat, ne da bi pri tem sklenili javno ali izrecno pogodbo.

Trusti imajo torej precej skupnega s karteli in sicer že zaradi tega, ker je tudi njih glavni namen — monopol.

Monopolistične dogovore prodajalcev nahajamo v vseh časih, v vsaki dobi razvitega gospodarstva. V starem in srednjem veku so poznali le proste monopolistične združbe v obliki takozvanih *cornerjev* in *obročev*, ki jih nahajamo tudi še dandanes. *Korner* (corner) je nakup, če mogoče, vsega na trgu se nahajajočega blaga iste vrste in sicer z namenom, monopolizirati na ta način dotično blago. Tako so že v starem veku poskušali n. pr. nakupiti vse žito na enem trgu ter delati popolnoma poljubne cene. Tudi v srednjem veku čitamo o enakih poskusih. In zakonodajstvo se je že takrat ustavljalo temu. *Obroč* (Ring) je zveza več oseb z namenom, skupno izvesti *corner*. *Obroč* torej ni združba podjetij, marveč trgovska družba in sicer v svrhu skupnega, trgovskega obratovanja. *Obroč* poskuša s tem, da nakupi vse blago, doseči pomanjkanje blaga in s tem zvišanje cene. Ti obroči so torej spekulativna podjetja, ki se ne brigajo za trajno ureditev produkcije, kakor kartel, marveč skušajo trenotno konjunkturo izrabiti v polni meri in doseči velik dobiček s silovitim in umetnim motenjem trga. Ker pride obroč do vsega blaga le tedaj, kadar ga producentom

dražje plačuje nego drugi kupovalci, in ker mora pri prodajanju te visoke kupne cene vsled svojega velikega rizika še zelo zvišati, povzročča vedno visoke cene blaga za konsumente. Iz tega razloga treba kornerje in obroče kar najbolj pobijati. Dandanes se pa le poredkoma sklepajo, ker moderna občila omogočujejo najoddaljenejšim producentom in trgovcem konkurenco in je dandanes skoraj nemogoče nakupovati zaloge na vseh trgih.

Tipičen vzgled nam daje bakreni obroč francoske »Société des métaux« v letu 1887., ki jo je vodil Secretán. Ta družba je sklenila skoraj z vsemi bakrenimi rudniki pogodbo, s katero so se zavezali, da ji bodo pet let dajali vso svojo produkcijo po 65 funt šterlingov. Že leta 1888. so zvišali ceno na 80 funt šterlingov. Družba je pa prezrla velike ameriške rudnike v Montani, Anakondi, Hekli in Kalumetu ter tudi kitajske in japonske. Ti rudniki so napravali kontra-sindikato, ki je v nekaterih tednih znižal ceno bakru od 80 na 40 funt šterlingov. Na ta način ni mogla »Société des métaux« izpolnjevati svojih obveznosti napram evropskim rudnikom. In obroč je bil popolnoma uničen. V novejšem času ga je Rockefeller zopet obnovil, toda s tem razločkom, da so bili zdaj ameriški rudniki temelj kupčijskim operacijam. Vsled razvoja elektrotehniške industrije se je konsum zelo zvečal in tako se je Rockefellerju posrečilo, da je zopet zvišal ceno bakru na 80 funt šterlingov in jo tudi obdržal do začetka leta 1901. Rudniki so pa, da se kar najbolj okoristijo s to visoko ceno, produkcijo izredno forsirali, toda notranji prepiri so motili špekulacijo in tako je meseca aprila leta 1902. padla ceno bakru zopet na 53 funt šterlingov in 7 šilingov.

Čeprav v starem in srednjem veku niso poznali prostih monopolističnih zvez v obliki kartelov, nahajamo vendar v srednjem veku organizacije, ki so precej enako učinkovale kakor karteli, to so namreč cehi. Ti pa niso bili svobodne, marveč državno urejene zveze, tudi niso bile ustanovljene v monopolistične svrhe, temveč so pospeševale stanovske in družabne interese svojih članov. Da so vršile to svojo nalogo, so imele od državne oblasti izključno pravico izvrševati dotični obrt. V tem, da je bila izključena konkurenca, torej v monopolističnih učinkih, so ti cehi podobni kartelom. Toda vsa podlaga, na kateri so se cehi razvili, je popolnoma drugačna nego podlaga kartelov. Gospodarska oblika obrta v srednjem veku je bilo rokodelstvo, mali obrat, ki je z majhnim kapitalom delal za

krajevne potrebe. Pri kartelih imamo pa moderna podjetja z velikim kapitalom. Z ozirom na to nastajajo tudi današnje rokodelske koalicije iz vseh drugih vzrokov, kakor pa karteli. Rokodelci nimajo onih velikih strojnih naprav in onega rizika, ki nastaja iz tega, da fabrikant producira za zalogo. Krajevno rokodelstvo pa vedno more računati z običajnimi cenami, ki se tudi pri konkurenci težje izpreminjajo. Rokodelstvo trpi vsled tega, ker je preveč obrtnikov, ne pa vsled velikega izpreminjanja cen, kajti tudi krize ne vplivajo tako zelo na mali obrt. Ravnotako ne smemo kartelom prištevati strokovnih delavskih društev. Za vse te zveze, ki jih ne prištevamo kartelom, rabimo izraz *koalicije* ali konvencije.

II.

Vzroki in predpogoji kartelov.

Kartele opazimo že okoli l. 1860, razvili so se pa šele v največjem času in sicer z rapidno hitrostjo. In ravno ta rapidni razvoj je nekaj značilnega za te gospodarske pojave, ker sicer se narodno gospodarstvo razvija bolj polagoma. Vsled tega morajo imeti karteli prav posebne vzroke. Glavni vzrok, da so nastali, tiči pač v razvoju velikega obrata.

Starejše hišno in mestno gospodarstvo je bilo enostavno. Cehovska organizacija v rokodelstvu je urejevala do najmanjše malenkosti tehnični obrat, razpečavanje in pa ceno blagu. Produkcije niso mogli preveč zvečati, saj so bila prometna sredstva preenostavna, poleg tega so imeli pa cehovski mojstri, svoje določene rajone. Množina produkcije je bila torej v gotovem omejenem okolišu določena, toda tudi konsum se je lahko izračunal, kajti obrtniki so delali večinoma le za lokalne potrebe. Oblast je določevala takse za mezdo in ceno ter s tem preprečevala različne nerednosti. Ponudba in popraševanje ta si bila na ta način vedno kolikor moči v ravnotežju.

Ti temelji starejšega narodnega gospodarstva so se tekom 19. stoletja popolnoma izpremenili. Različni novoizumljeni stroji so omogočili, da se je začela produkcija v velikih množinah. Moderna prometna sredstva, prav posebno pa železnice in parobrodi s svojimi nizkimi tarifami, so pa omogočila, da so se te velike množine produktov lahko razpečavale. Svobodna smer v trgovski politiki je vsaj deloma odstranila visoke carinske bariere, ki so ovirale razvoj

svobodnega prometa. Tako je podjetnik v tehničnem oziru vsled stroja, v pravnem oziru pa vsled obrtne svobode zvečal svoj obrt po svoji volji in po svojih denarnih močeh. Glavno mu je bilo, da je dobil za svoje produkte dovolj odjemalcev.

Dokler se je produkcija velikih množin še razvijala, tedaj je bilo podjetnikovo stališče vobče še precej ugodno, kajti navadno je mnogo cenejše produciral nego obrtnik s svojim zastarelim obratom. In tako se je obrt za obrtom umikal velikemu obratu. Kakor hitro je pa bilo v eni stroki več podjetnikov, je postalo njih stališče težavnejše in to tembolj, čimbolj se je tehnika razvijala in izpopolnjevala. Vsak nov podjetnik, ki si je nabavil najnovejše stroje, je prekašal prejšnje in poskušal je s cenejšo produkcijo in z nižjimi ponudbenimi cenami dobiti stalne odjemalce. Starejši podjetniki so porabljali svoj prej pridobljeni dobiček v to, da so tudi uvedli v svoje obrate najnovejše stroje. In ti v obratu investirani kapitali so bili vedno večji in večji — konkurenca pa tudi vsak dan hujša in ljutejša. Toda trg je postal svetoven in producent ni mogel naprej videti trenutka, ki bo za njega usodepoln, ko bo namreč vsa produkcija mnogo večja nego pa konsum. Producent tudi pri najboljši volji ni mogel pregledati trga, ker je stala med njim in konsumentom še cela vrsta posredovalcev. In nastala je usodepolna nadprodukcija. Tedaj se je začel neizprosni konkurenčni boj z vsemi svojimi umazanimi in nepoštenimi izrodki. Naravna posledica nadprodukcije bi bila seveda, da se cene znižajo in tako tudi rentabilnost, vsled česar morajo posamezni, posebno manjši producenti prenehati z delom. Na to nastopijo zopet normalne razmere. Toda v praktičnem življenju se zgodi navadno drugače. Ko producent spozna, da je nadprodukcija, tedaj ne omeji svojega obrata, temveč ga še poveča, če mu to dopušča njegova kapitalna moč. Splošni režijski stroški se ne množe v enaki meri kakor produkcija. Tako so pri večji produkciji splošni stroški za posamezni produkt manjši. Produkcija se toliko časa forsira, da se prehití ali vsaj upa prehiteti druge konkurente. Cene se pa nižajo hitreje nego produkcijski stroški. In končno mora tudi najboljši in najmočnejši obrat delati z izgubo, če noče popolnoma izgubiti svojega velikega kapitala, ki ga ima investiranega v svojih napravah. V tem najhujšem konkurenčnem boju so pa začeli tisti, ki so še ostali, misliti na premirje. Spoznali so, da naj namesto divje anarhije stopi gotova organizacija ponudbe in popraševanja. In tako se je iz naj-

hujšega konkurenčnega boja razvilo ravno nasprotje: monopol. Iz lastne moči se je konkurenca izpremenila v nasprotje. Izpolnilo se je, kar je trdil že v prvi polovici 19. stoletja francoski socialist Proudhon, da »konkurenca ubija konkurenco«.

Podjetnik se je moral ločiti od ekstremnega individualizma, moral je opustiti absolutno osamelost ter se združiti v organiziranih zvezah — kartelih. Tako vidimo, da je konkurenčni boj zelo važnega pomena za snovanje kartelov. Čim ljutejši in obupnejši je boj, tem lažje nastane mir.

Zdogodina narodnega gospodarstva kaže, da so uprav gospodarske krize povzročile karte. Kakor mejni kamen stoji v tem oziru leto 1873. Tega leta je namreč prva velika lavina pokončala na gospodarskem polju trud mnogih let. In čeprav so že v prejšnjih letih nastali posamezni karteli, smemo vendar trditi, da je šele ta prva velika gospodarska kriza dala povod za celo vrsto najrazličnejših kartelov ter tako pravzaprav povzročila moderno kartelno gibanje.

Ko so podjetniki začeli spoznavati ugodni vpliv teh kartelnih zvez, začeli so jih sklepati tudi v ugodnejših gospodarskih razmerah. S tem so hoteli na eni strani intenzivnejše izkoristiti svoje podjetniško stališče, na drugi strani so se pa hoteli zavarovati zoper poznejšjo neugodno reakcijo.

Statistika nam dokazuje, da se število in moč kartelov razvija sporedno z gospodarsko konsolidacijo. Vseeno pa moramo vedno upoštevati, da je ustanovitev kartela končni rezultat najrazličnejših in najzamotanejših vzrokov in učinkov, ki jih ne smemo prezreti, če hočemo natančno spoznati bistvo kartelov. Vedno napredujoči razvoj kartelov nam kaže, da najrazličnejše gospodarske razmere pospešujejo snovanje kartelov.

Čimbolj se kartelni zistem razvija, tembolj opazujemo, da so ta združevanja vedno bolj nekaka varnostna sredstva zoper morebitne gospodarske preobrate in da ne nastajajo toliko pod pritiskom kriz in konkurenčnega boja, temveč da zabranijo te škodljive negospodarske pojave. Toda misel na konkurenco je motiv pri vsaki ustanovitvi kartela.

Ravno vsled tega je popolnoma naravno, da na snovanje kartelov najbolj vpliva izpreminjanje cen. In ne samo izpreminjanje cen

tistemu blagu, katero dotična industrijska stroka izdeluje, temveč tudi izpreminjanje cen surovinam, ki jih ta industrija predeluje.

Cene surovin morejo na dvojen način vplivati na karteliranje. Na eni strani lahko povzročijo, da ustanove podjetniki dotične produkcijske stroke ponujalne karte, s katerimi zvišajo cene svojim produktom in s tem prevale cene surovinam na konsumente; na drugi strani pa lahko povzročijo, da se podjetniki združijo v popraševalne karte, vsled česar prisilijo znižanje cen surovinam. Če se karteliranje posreči, je rezultat v obeh slučajih enak in sicer ta, da kartelirana industrija navzlic nastopivšim neugodnim izpremembam donaša vedno enako ali celo več.

Nadalje vidimo pri kartelnem gibanju, da omenjeni predpogoji ne vplivajo na vsako produkcijsko stroko enako, in da so nekatere produkcijske stroke za karteliranje sposobnejše nego druge.

Podjetnik, ki vstopi v kartel, vedno žrtvuje del svoje individualne svobode. Seveda stori to le takrat, če upa nadomestiti to izgubo z dobičkom, ki ga bo imel od kartela. Kartela včasih ne morejo skleniti, ker si prizadeti interesi preveč nasprotujejo in ker so zahteve pretirane.

Za karteliranje je tudi odločilna podobnost ali enakost produkcijskih pogojev in produkcijskih načinov. Če teh ni, bodo tisti podjetniki, ki so gospodarsko boljše situirani, začeli s konkurenčnim bojem, v katerem bodo gotovo zmagali. V tem slučaju morejo le tedaj skleniti kartel, če najugodnejše situirani podjetniki s svojim pristopom mnogo žrtvujejo, da s tem zabranijo še škodljivejše posledice konkurenčnega boja.

Karteli se snujejo prav posebno lahko v tistih industrijah, ki izdelujejo množinsko blago (Massenware) enake kakovosti in sicer ne samo zaradi tega, ker se s tem blagom lažje konkurira, dočim ima individualno različno blago, posebno pa modno blago, itak svoje stalne odjemalce; temveč tudi zaradi tega, ker se dogovor glede različnega blaga le redkoma posreči. Ker je tozadevna kontrola kartelnih članov zelo komplicirana in ker ni moči določiti enotnih cen, se taki karteli le težko sklepajo ali pa sploh ne. Pri blagu, katerega kvaliteta je predvsem odvisna od osebne zmožnosti izdelovalčeve, je kartelni dogovor zelo otežkočen. Čim lepše in boljše je predmet izdelan, tem večjo ceno bo izdelovalec zahteval za njega. Takemu blagu se torej ne more že vnaprej določiti cen.

Ali in koliko se da kaka industrija kartelirati, je tudi od tega odvisno, kako so kupovalci producirane blaga organizirani. Producentje polfabrikatov prodajajo svoje blago industrijam, ki te polfabrikate predelujejo. Te industrije osnujejo v svrhu nakupovanja polfabrikatov kartel in dobe s tem tako premoč nad producenti polfabrikatov, da je za te kartel eksistenčni pogoj. Na drugi strani pa pospešuje snovanje industrijskih kartelov organizacija konsuma in trgovine v zadrugah. Vsled tega se najlažje snujejo karteli tedaj, če je industrialna politika na najnižji stopinji, dočim opazujemo pri najbolj razviti industriji, ki je v neposrednem stiku s konsumenti, le malo nagnenja za karteliranje.

Pri karteliranju pride tudi število konkurentov v poštev. Majhno število konkurentov ter krajevna važnost kartela so predpogoji za kartel. To je posebno važno tam, kjer je inozemska konkurenca intenzivna in kjer je morebiti visoka uvozna carina. Radi tega se najtežje snujejo mednarodni karteli.

Razen teh stvarnih momentov vplivajo na karteliranje tudi razni osebni momenti. Končno moramo še opomniti, da izpreminjanje cen surovinam ter vedno izpreminjanje produkcijske množine otežkočuje snovanje kartelov.

Spoznavši torej vse one činitelje, ki pospešujejo, ali otežujejo snovanje kartelov, določimo prav lahko, katere produkcijske stroke se lažje kartelirajo in iz katerih vzrokov.

V poljedelstvu nahajamo le malo kartelov. Vzrok temu so različni produkcijski načini in pa veliko število producentov.

Največ kartelov se osnuje v tistih industrijskih strokah, ki imajo mnogo kapitala investiranega in ki izdelujejo blago za mase. Tudi transportna podjetja se lahko kartelirajo, prav posebno tedaj, če javna oblast ne kontrolira enakosti tarif in če torej razne olajšave niso izključene.

Dosedanji razvoj kartelnega gibanja nam dokazuje, da je središče tega gibanja pri kartelih in trustih velike industrije in pa pri zvezah velikih transportnih podjetij. Manjšega pomena so karteli v trgovini in pa v produkciji surovin. Izvzeti moramo seveda rudniška podjetja, ki se zelo rada kartelirajo.

V trgovini sklepajo karte le bolj mimogrede. Stalne kartelne zveze sklepajo le tedaj, kadar se hočejo trgovci v svrhu samopomoči postaviti v bran proti svojim dobavljalcem.

III.

Vrste kartelov.

Opišemo naj nekoliko natančnejše one kartelne tipe, ki so se razvili v samostojne vrste kartelov. V tem oziru razločujemo:

1. karte, ki ne skušajo neposredno odstraniti konkurence, nego le njene simptome: kondicijski kartel in karteli za cene;
2. karte, ki slabé ali odstranjujejo motive konkurence: dobiček kontingentujoči karteli;
3. karte, ki konkurenco kot tako odstranjujejo ali omejujejo: porazdelilni in prodajni karteli;
4. karte, ki jih sklepajo podjetniki kot subjekti popraševanja: popraševalni, nakupovalni karteli. Ti so praktično manj važni.

I. Ponujalni karteli.

A. Kondicijski karteli. — Podjetniki gotove industrijske stroke se dogovore, da se bodo pri prodajanju svojega blaga držali gotovih prodajnih pogojev. V pogodbi navadno določijo, koliko kredita in kako ga bodo dovoljevali svojim odjemalcem, pod katerimi pogoji morajo odjemalci plačevati, koliko bode rabata, kako se bodo zaračunjale pošiljatve vzorcev itd. Če pride pri takih kondicijskih kartelih le malo članov v poštev in če ti s svojimi izdelki obvladajo trg, tedaj je pač mogoče, da se držé dogovorjenih pogojev. Če pa število narašča, in če se kartel sklene v stroki, kjer je izven kartela se nahajajoča konkurenca velika, tedaj se navadno ne držé navzlic visokim kaznim dogovorjenih pogojev. Saj je toliko sredstev in potov, po katerih se lahko izogne določilom pogodbe, ali se sploh ranje ne ozira, ne da bi to izvedeli ostali člani kartela. Če se pa vseeno izve ta ali ona kršitev kartelnih določil, se mnogokrat izplača, trpeti visoko kazen, ker se ima vsled ponovne kršitve določil več dobička, nego li znaša kazen. Kondicijske karte sklenejo predvsem v takih obrtih, pri katerih ožja zveza sploh ni ali pa še ni mogoča, a se mora vendar nastopiti zoper konkurenco. Ta rahla kartelna zveza je mnogokrat sploh prvi poskus, združiti podjetja ene in iste vrste.

Vzglede kondicijskega kartela nam je lahko dogovor budimpeštanskih in ogrskih provinčnih mlinov iz l. 1888. Ta dogovor se na-

naša na enotno številčno označevanje vrst moke, na dobavne pogoje, na pogoje za vračanje praznih vreč itd.

B. Karteli za cene. — Kakor hitro se pa da enotno in obvezno za večje število prodajalcev določiti razen dobavnih pogojev tudi cena blagu, ki se producira ali prodaja, tedaj se sklne višja oblika kartelne zveze, namreč kartel za cene. Obvezni dogovori glede cen se dozdej najrajše sklepajo in sicer ravnotako, kakor kondicijski karteli. Del producentov ali trgovcev ene stroke, ki več ali manj izključno prevladuje gotov tržišni okoliš, se zedini v pogodbi, da ne bo prodajal svojih izdelkov pod določeno ceno. Zveza določi za gotov čas minimalne cene, pod katerimi se ne sme prodajati, ali pa določa za različne vrste in kvalitete blaga od časa do časa gotove prodajne cene. Prav to določanje cen je vsled raznovrstnosti izdelanega blaga zelo težko in povzroča vedno in vedno difference, vsled katerih se marsikaterokrat razbije dogovor glede cen.

Da se natančno seznanimo s takšnim kartelom, si hočemo ogledati kartel, ki so ga sklenili izdelovatelji tapet in ki se imenuje »Verein deutscher Tapetenfabrikanten«, v Chemnitzu. Namen društva je pospeševati in povzdigniti nemško tapetno industrijo in pa trgovino s tapetami. Član društva more biti vsak fabrikant tapet, ki biva v Nemčiji ali pa v Avstro - Ogrski, tudi družbe in podobne korporacije. Članarina in pa volilna pravica vsakega posameznega člana se ravna po velikosti njegovega obrata v zadnjem poslovnem letu in sicer:

letni promet:	letnina:	štev. glasov:
do 100.000 mark	100 mark	1 glas
od 100.000 — 250.000 „	200 „	2 glasa
„ 250.000 — 500.000 „	500 „	3 glase
„ 500.000 — 750.000 „	750 „	4 glase
„ 750.000 — 1.000.000 „	1000 „	5 glasov

in tako dalje za vsakih 250.000 mark letnega prometa 250 mark letnine in en glas več.

Na čelu zveze stoji načelstvo, katero voli vsakoletni društveni občni zbor. Člani so dolžni držati se določenih minimalnih cen, nadalje določil glede prodajanja in pa, da ne prodajajo trgovcem, katerim se vsled društvenega sklepa ne sme prodajati.

Določila o prodajanju in rabatu niso značilna za dogovore glede cen, marveč so prevzeta od kondicijskih kartelov. Naglašati moramo, da smejo društveni člani samo tistim trgovcem prodajati svoje izdelke, ki so se zavezali, da se bodo držali društvenih določil glede nadaljne prodaje tapet, osobito glede minimalnih prodajnih cen in prodajnih pogojev. Če se trgovec podvrže tem določilom in če se razventega zaveže, da bo kupoval le od društvenih članov ali pa od tistih inozemskih tovarn, ki ne prodajajo pod cenami in prodajnimi pogoji društva, in da ne bo prodajal od društva izključenim trgovcem: tedaj dobiva natančno določene premije, ki se ravnajo po velikosti njegovega prometa. Načelstvo more skleniti, da kartelirani podjetniki gotovim trgovcem tudi tedaj ne smejo prodajati, če so se ti podvrgli tem določilom društva. Posledica tega je, da ne sme noben trgovec, ki se je podvrgel društvenim določilom, od dneva, ko mu je načelstvo sporočilo ta sklep, oziroma ko je sploh izvedel za ta sklep, tem trgovcem blaga dobavljati ali ponujati ali vzorce pošiljati. Ta prepoved traja toliko časa, dokler načelstvo ne prekliče svojega sklepa.

Če pa člani in pridruženi trgovci natančno ne izpolnjujejo društvenih določil, jih doleti visoka denarna kazen. Vsak član in vsak trgovec mora posebno izvoljenemu društvenemu zaupniku izročiti 30 lastnoročno podpisanih meničnih akceptov po 100 mark, ki so plačljivi pri društvenem načelniku. Načelstvo mora v naslednjih slučaji kaznovati vsakega člana, oziroma pridruženega trgovca: 1.) ki prekrši določila o cenah in rabatu ali ki dovoli prepovedane ugodnosti svojim odjemalcem; 2.) ki izve, da je ta ali oni trgovec zahteval od kakega člana nedovoljenih ugodnosti, a tega ni naznanil društvenemu zaupniku; 3.) ki ni naznanil, koliko blaga ima v zalogi ali pa koliko ga je prodal iz zaloge. Najmanjša globa znaša 1000 mark, najvišja 3000 mark. Če član v določenem roku ne plača konvencionalne globe, sme se načelstvo poslužiti njegovih akceptov v vrednosti odmerjene mu globe.

Noben član ne sme izdati nobene zadeve, ki se tiče društva, in sicer niti potem, ko izstopi iz društva. Nadalje mora dovoliti zapri-seženemu revizorju, ki ga postavi načelstvo, da pregleda njegove trgovske knjige in njegovo trgovsko korespondenco in da zasliši njegovo trgovsko osobje. Toda načelstvo se sme le tedaj poslužiti te pravice, če sumi, da je dotični član prekršil pravila ali sklepe društva.

Navzlic visokim globam se večjim kartelom za cene le redko kdaj posreči, da se kartelirani podjetniki brez izjeme drže sklenjenih določil. Ti karteli se ravnatako radi razbijejo, kakor kondicijski karteli. Člani se namreč preveč lahko izognejo kartelnim določilom, in dobra kontrola je tudi skoraj nemogoča. Svojim odjemalcem n. pr. na računu zaračunijo kartelne cene, toda vsled pritožb jim dovolijo koncesije. Če si pa natančno ogledamo te koncesije, vidimo, da se s temi nič drugega ne namerava nego prekršiti kartelna določila glede cene. Tudi z ozirom na kvaliteto blaga se dobe sredstva, s katerimi se prekoračijo kartelove meje in s katerimi se izrinejo drugi kartelirani podjetniki iz okolišev, kjer razpečavajo svoje blago. Kako se znajo člani takih kartelov formalno držati kartelnih določil, pri tem si pa vendar pridobiti odjemalce drugih kartelirancev, razvidimo iz naslednjega primera. Član takega kartela obišče odjemalce ter jim ne napravi samo ponudbe v kartelnih cenah, temveč se obenem tudi diskretno informira o željah in okusu soproge, da ji potem pri priliki pošlje posebno dragoceno božično darilo. To je sicer že skrajno sredstvo — vendar pa ni vedno neuspešno, kajti mnogo je še takih odjemalcev, ki si naravnost žele takih pridakov.

Tako ne morejo dogovori glede cen odstraniti konkurence med producenti ali trgovci, ki so se združili v kartelu za cene. Taki karteli majo le začasen pomen. Iz njih se navadno razvije trdnejša organizacija.

C. P r o d u k c i j s k i k a r t e l i. — Podjetniki se tu dogovore, da ne bodo zvečali obrata ali pa da bodo deloma ali popolnoma ustavili obratovanje, za daljšo ali za krajšo dobo, ali pa da bodo omejili produkcijsko množino.

Obratovanje lahko ustavijo v vseh karteliranih podjetjih, navadno le za krajšo dobo. Včasih morajo pa vsled dogovora opustiti obratovanje le posamezna podjetja, ki producirajo pod posebno neugodnimi pogoji. Zato dobe ta podjetja odškodnino. Taka opustitev more biti tudi trajna. Omejitev produkcijske množine je včasih absolutna. Določi se, koliko sme vsako podjetje producirati. Ta omejitev se pa more doseči tudi indirektno in sicer s tem, da morajo cenejše proizvajajoče podjetja dražje proizvajajočim podjetjem plačevati za manjšo produkcijo premijo.

Za vzgled navajamo sindikat rensko - vestfalskih premogokopov, ki so ga vsi drugi podobni karteli vzeli za vzor. Ta sindikat

ne vpliva samo na nemški trg, temveč na celi evropski trg premoga. Njegove organizatorne strukture še ni dosegel noben drug kartel.

Produksijske karteje pa sklepajo tudi v obliki kontingentacij. Produkcijo vseh kartelnih članov določijo vnaprej na podlagi popraševanja, kakor ga je pričakovati, ter jo porazdele med člane. Popraševanje izračunajo na statistični podlagi. Produksijske kvote določijo v fiksnih številkah ali pa v odstotkih. Kvota se ne sme prekoračiti. Kontrola je pa zelo težka. V to svrhu morajo imeti zelo kompliciran kontrolni aparat. Radi tega so kontingentacije produkcije zelo redke in trajajo navadno le malo časa.

D. Dobiček kontingentujoči karteli. -- Pri kontingentaciji dobička razločujemo dve vrsti karteliranja. Kartelni člani prodajajo sami svoje produkte ali pa ustanove v to svrhu poseben organ, sindikat, ki odkupuje kartelnim članom njih produkte ter jih potem prodaja na račun kartela. V prvem slučaju morajo člani navadno svoj dobiček vplačevati v skupno blagajno, iz katere dobiva vsak kartelni član določen delež. Pri tem se določijo minimalne cene, pod katerimi člani ne smejo prodajati. Za vsako prodano množino mora dotični član vplačati v sindikatno blagajno gotov znesek, ki je enak diferenci med minimalno ceno in gotovo temeljno ceno. Temeljna cena mora biti seveda nižja nego minimalna prodajna cena in mora približno kriti povprečne produksijske stroške kartelnih članov. Kar imajo podjetniki dobička nad minimalno prodajno ceno, tega navadno ne vplačajo v sindikatno blagajno. Tako more vsak kartelni član doseči še poseben podjetniški dobiček. V sindikatno blagajno vplačani fond se ne razdeli po tem, koliko je vsak član efektivno razpečal blaga, marveč po gotovem že vnaprej določenem merilu.

Druga, popolnejša oblika te kontingentacije je ta, da odkupi sindikat podjetniku do določene množine njegovo produkcijo. Sindikat porazdeli potem dobiček med člane po gotovem vnaprej določenem merilu, ki se seveda v tem slučaju more ravnati po razmerju posameznih odkupljenih množin. Sindikat mora v tem slučaju razpolagati z velikimi kapitali, vsled česar je ta oblika karteliranja zelo redka. Višek popolnosti naj bi ta kartelna oblika dosegla v snovanju takozvanih kartelnih bank. Te banke so na ta način projektirane, da dajo podjetniki ene stroke na razpolaganje večji del kapitala za ustanovitev takega bančnega zavoda, toda tudi drugi kapitalisti se mo-

rejo v manjši meri udeležiti tega podjetja. Kartelne banke imajo nalogo, odkupovati produkcijo vsem udeleženim podjetnikom za gotovo ceno ter jo potem razpečevati. Ker je na ta način vsa ponudba centralizirana in ker kartelna banka skoraj popolnoma obvlada trg, je tudi dobiček kar največji. Ta dobiček se potem po gotovem načrtu porazdeli med posamezne kartelne člane, ostanek pa pripade akcionarjem kartelne banke. Večji del akcionarjev pa tvorijo zopet seveda kartelni člani, ki dobe torej tudi večji del tega ostanka v obliki dividende.

E. Prodajo porazdeljujoči karteli. — Porazdelitev razpečavanja pomeni monopolizacijo. Konsument ne more več izbirati med kartelnimi člani, temveč je prisiljen obračati se do tistega podjetnika, ki ga določi kartel. Kartel, ki porazdeljuje prodajo, neposredno izključuje konkurenco, in sicer takó, da se prodajni okoliš porazdeli med posamezne kartelirane člane. Na ta način nima kartelni član v svojem okolišu pri prodajanju nobene konkurence. Konkurenca se more pa še na drug način odstraniti. Če ima na primer kartel v gotovem času samo enega ali dva odjemalca, se prodajanje po času porazdeli med kartelne člane, določi se gotov turnus za kartelne člane.

Prvi način karteliranja se da izvesti le tedaj, kadar ima kartel malo članov, in je le tedaj praktičen, kadar se pri transportu prihranijo bistveno višji stroški. Dogaja se, da se več kartelov nižje vrste združi v kartel, ki porazdeljuje prodajo. Tako so organizirani skoraj vsi mednarodni karteli. — Karteli, ki časovno porazdele prodajanje, so navadno takozvani submisijski karteli.

F. Kontingencija prodaje. — Tudi če se ne dajo naročila potom submisij, je kontingencija prodaje mogoča. V to svrhu se postavi poseben organ (razpečevalnica, prodajni sindikat), ki ima nalogo, sprejemati naročila ter jih razdeljevati med posamezne kartelne člane. Ta kontingencija prodaje zajamči posameznemu kartelnemu članu nekak monopol, monopol namreč za vsak posamezen slučaj. Najbolj znan slučaj take kontingencije je že prej omenjeni rensko - vestfalski sindikat premogokopov.

II. Popraševalni karteli.

Mnogo slabše so organizirani tisti karteli, ki jih sklepajo podjetniki kot popraševalci na eni strani napram ponujalcem dela, de-

lavcem, na drugi strani napram dobavljateljem surovin in polfabrikatov. Zavest konkurence je pri popraševalcih vobče nejasnejša nego pri ponujalcih. Včasih se celo še le takrat ta zavest vzbudi, kadar je zadobila ponudba monopolni značaj. Do tega trenutka namreč nikdo ne uvidi, da konkurenca med popraševalci ravnoliko zvišuje cene, kakor jih konkurenca znižuje med ponujalci. Monopolno stališče ponujalcev sili podjetnike, da sklepajo kartele. Principijalno morejo biti ti karteli ravnoliko raznovrstni kakor ponujalni karteli. V resnici sta se pa razvila smo dva tipa, namreč karteli podjetnikov napram ponujalcem dela, delavcem, in pa karteli podjetnikov napram dobavljateljem surovin in polfabrikatov. Oba ta kartela imata le takrat pomen, če sta bila osnovana v obrambo in varstvo pozer dobro organiziran ponujalni kartel.

Pri prvem tipu določijo maksimalne cene ali se pa dogovore, da stavkujočih delavcev sploh ne bodo več vsprejeli v delo ali pa le gotov čas itd. Kadar grozi stavka, se čestokrat dogovore, da bodo v vseh konkurenčnih podjetjih ustavili delo, če bodo delavci samo v enem podjetju začeli stavkati.

Karteli podjetnikov napram dobavljateljem so deloma karteli za cene, pri katerih se podjetniki dogovore, da ne bodo svojim dobavljateljem plačevali višjih cen nego so dogovorjene; deloma rajenski karteli, pri katerih se vsakemu odjemalcu odkaže rajon, da sme iz njega naročati svoje potrebščine. Podjetniki se tudi dogovore, da ne bodo od gotovih dobavljateljev več jemali blaga. Taki dogovori trajajo navadno le kratek čas ali se pa izpremene v trdnejše organizacijsko obliko.

(Pride še nekaj poglavij.)

