

Kargol, Tomasz

"Kupiec Polski" w latach 1907-1913

Rocznik Historii Prasy Polskiej 6/1(11), 53-79

2003

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

T. VI (2003) Z. 1 (11)
ISSN 1509-1074

**ROCZNIK
HISTORII PRASY POLSKIEJ**

„Kupiec Polski”
in the years 1907–1913

„Kupiec Polski”
w latach 1907–1913

Instytut Historii
Uniwersytet Jagielloński
ul. Gołębia 13
PL 31-037 Kraków

**Tomasz
KARGOL**

KEY WORDS

Cracow press in the 20th c.,
commerce, Cracow merchants in the
20th c., economic doctrines

SŁOWA KLUCZOWE

prasa krakowska w XX w., handel,
kupcy krakowscy w XX w.,
doktryny ekonomiczne

ABSTRACT

The bi-weekly “Kupiec Polski” (*Polish Merchant*) was Cracow’s first professional publication concerned with commerce. It was published in the years 1907–1913 and in the period between the two world wars. The article intends to present the origins of “Kupiec Polski” and discuss its contents, with a particular emphasis on its programme for modernising commerce. Other matters discussed include the bi-weekly’s layout, editorial work, circulation and finances.

ABSTRAKT

Dwutygodnik „Kupiec Polski” był pierwszym fachowym krakowskim pismem, poświęconym zagadnieniom handlu. Ukazywał się w latach 1907–1913 oraz ponownie w okresie międzywojennym. Celem artykułu jest przedstawienie genezy powołania „Kupca Polskiego” oraz omówienie jego zawartości, ze szczególnym uwzględnieniem programu modernizacji handlu. Ponadto omówiono kształt pisma, pracę jego redakcji, zasięg i podstawy materialno-finansowe wydawnictwa.

Streszczenie

Tematem artykułu są dzieje i charakterystyka treści pisma „Kupiec Polski” — pierwszego krakowskiego czasopisma poświęconego zagadnieniom handlu.

„Kupiec Polski” został założony w 1907 roku przez grono krakowskich kupców na czele z Augustem Porębskim i Ludwikiem Halskim. W skład jego redakcji wchodził ponadto znani dziennikarze, tacy jak: Ludwik Szczepański, Karol Kucharski, Jan Karol Szczepański. Drukowany był w zakładzie poligraficznym „W. Kornecki i K. Wojnar” w Krakowie. Ukazywał się dwa razy w miesiącu. Zawartość pisma pod względem zewnętrznej formy można podzielić na dwie części: a) artykuły redakcyjne, zarządzenia, przedruki z innych pism, nie objęte stałymi rubrykami, b) stałe rubryki, poświęcone m.in. zagadnieniom rachunkowości, towaroznawstwa, bieżącym wydarzeniom (kronika).

Generalnym założeniem redakcji „Kupca Polskiego” było unikanie spraw politycznych. Profil pisma jednak kształtowany był pod wpływem programu Narodowej Demokracji. Redakcja „Kupca Polskiego” propagowała polonizację i asymilację ludności żydowskiej, akcentując jednocześnie poczucie polskiej odrębności narodowej.

Na łamach pisma szeroko reprezentowane były artykuły poświęcone problematyce gospodarczej. W zakresie modernizacji handlu propagowano przede wszystkim nowoczesne metody sprzedaży oraz nowe sposoby pozyskania klientów (reklama). Profil pisma kształtowany był równoległe i pod wpływem bieżących problemów gospodarczych w Galicji i całym państwie, które zaistniały w latach 1907–1913. Szczególną uwagę poświęcono wygasającemu w 1910 roku prawu propinacji, uregulowaniu handlu solą w Galicji. „Kupiec Polski” stanowił też użyteczne źródło do historii społeczno-gospodarczej Galicji w przededniu I wojny światowej.

„Kupiec Polski” był również źródłem wiadomości fachowych z całej dziedziny handlu oraz dziedzin pokrewnych (bankowość, ustawodawstwo gospodarcze, szkolnictwo zawodowe, system podatkowy).

„Kupiec Polski” został reaktywowany w 1925 roku, stając się organem prasowym krakowskiej Kongregacji Kupieckiej, aż do wybuchu II wojny światowej.

Problematyka dziejów prasy krakowskiej jest w historiografii polskiej od dawna przedmiotem systematycznych badań. Świadczy o tym olbrzymi dorobek naukowy, na który składają się zarówno publikacje o charakterze syntetycznym, jak i monograficznym. Brak jest jednak opracowań poświęconych galicyjskim czasopismom ekonomicznym. Funkcjonowały one jednak w obiegu prasowym, a ich liczba w latach 1900–1913 zwiększyła się z 19 do 49¹. Właśnie w tym czasie powstało również pierwsze krakowskie pismo poświęcone zagadnieniom handlu — „Kupiec Polski”. Dotychczas nie doczekał się on nie tylko opracowania historycznego, ale brak o nim wzmianek zarówno w II tomie *Historii prasy polskiej*, jak też w *Studiach nad polską prasą społeczno-polityczną w zachodniej Galicji 1905–1914* Jerzego Myślińskiego. Niniejszy artykuł stanowi próbę uzupełnienia tej luki i wprowadzenia na karty historii prasy polskiej tego ważnego i ciekawego periodyku.

1. Geneza „Kupca Polskiego”

„Kupiec Polski” wychodził nakładem „Spółki kupców” związanej w Krakowie 16 grudnia 1906 roku. Pierwszy numer pisma ukazał się 1 stycznia 1907 roku. Główną rolę w powstaniu pisma odegrali August Porębski², odpowiedzialny za kwestie wydawnicze, oraz Ludwik Halski, prezes komitetu redakcyjnego.

¹ J. Myśliński, *Nakłady prasy społeczno-politycznej w Galicji w latach 1881–1913*, cz. 1, „Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego” 1965, t. 4, z. 1, tabela nr 4.

² August Porębski — kupiec, współwłaściciel spółki handlowej pod nazwą „Porębski & Zimmeler”, zajmującej się handlem towarami galanteryjnymi i norymberskimi. Istniała ona od 1 marca 1885 roku do 24 listopada 1907. August Porębski zrezygnował z kierowania „Kupcem Polskim”. Do jego redakcji powrócił w 1912 roku. Por. Archiwum Państwowe w Krakowie, Zespół Izby Przemysłowo-Handlowej w Krakowie, sygn. IPHKr I 186.

„Kupiec Polski” drukowany był w zakładzie poligraficznym „W. Kornecki i K. Wojnar” w Krakowie. Drukarnia Wincentego Korneckiego powstała w roku 1870. Po jego śmierci spadkobiercy zawiązali spółkę z Kasprem Wojnarem. W 1906 roku powstała nowa firma „W. Kornecki i K. Wojnar, drukarnia i stereotypia w Krakowie”. Mieściła się ona przy ulicy Szewskiej 13. Od 1909 roku znajdowała się ona pod zarządem Adolfa Nowaka. W 1911 roku zakład upadł i został wykreślony z rejestru handlowego. Drukarnię wykupił Stefan Natanson i zmienił nazwę na Drukarnia Nakładowa³.

Powyższe fakty nie zostały przytoczone przypadkowo. Stanowią one bowiem wyjaśnienie genezy powołania „Kupca Polskiego”. Moim zdaniem było ono elementem działalności prasowej i wydawniczej Ligi Narodowej oraz nurtu chrześcijańsko-społecznego w zaborze austriackim. Kasper Wojnar był bowiem sympatykiem ruchu narodowego i od 1896 roku drukował „Polaka”⁴. Po przejęciu firmy Korneckiego obok „Kupca Polskiego” drukował w niej pisma endeckie „Ojczyzna” i „Polska”, przez krótki okres pismo „Postęp”, organ katolickich stowarzyszeń robotników i rzemieślników oraz pismo satyryczne „Diabeł”, które akcentowało pozycje antysemitki i antypruskie. Również członkiem Ligi Narodowej, odpowiedzialnym za wydawanie „Ojczyzny”⁵, był Stefan Natanson. Także grono dziennikarzy prezentowało opcję narodową i chrześcijańsko-społeczną. Jan Karol Maćkowski w 1908 roku objął redakcję „Głosu Narodu”, prezentującego program narodowy i antysemitki⁶. Był też członkiem władz Polskiego Stronnictwa Chrześcijańsko-Społecznego. Karol Kucharski, dziennikarz „Kupca Polskiego”, był wydawcą wspomnianego „Diabła”.

³ Por. Archiwum Państwowe w Krakowie, Rejestr Handlowy, sygn. RH 257; tamże, Zespół Magistratu Miasta Krakowa, sygn. Kr. 8400; J. Myśliński, *Studia nad prasą społeczno-polityczną zachodniej Galicji 1905–1914*, Warszawa 1970.

⁴ „Polak” — miesięcznik dla chłopów, który ukazywał się od 1896 roku w Krakowie. Por. W. Piątkowski, *Idee społeczno-polityczne „Polaka” (1896–1906). Przyczynki do kształtowania się ideologii Narodowej Demokracji*, „Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego”, 1966, t. 5, z. 2, s. 45–65.

⁵ „Ojczyzna” — tygodnik dla wsi wydawana przez Narodową Demokrację od 1902 roku we Lwowie, a następnie od 1906 roku w Krakowie. Kierował nim początkowo Piotr Panek, a następnie Stanisław Rymar. Por. J. Myśliński, *Dzieje „Ojczyzny” w Krakowie 1907–1914*, „Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego” 1969, t. 8, z. 1, s. 207–213.

⁶ „Głos Narodu” był organem polskiego Stronnictwa Ludowego, a potem Stronnictwa Chrześcijańsko-Społecznego. Por. *Historia prasy polskiej*, red. J. Łojek, t. 2: *Prasa polska w latach 1864–1918*, Warszawa 1976, s. 142–143.

Prasa ruchu narodowego miała heterogeniczny charakter i adresowana była do wielu grup odbiorców. Typowym „pismem dla ludu” była „Ojczyzna”. „Diabeł” był ilustrowanym czasopismem humorystyczno-satyrycznym. Nurt ideologiczny i programowy reprezentowały pisma „Polak” i „Polska”. Natomiast „Kupca Polskiego” adresowano do sfer polskiego, chrześcijańskiego mieszczaństwa. Posiadanie własnych organów prasowych było warunkiem skutecznego oddziaływania na opinię publiczną⁷.

„Kupiec Polski” miał być pismem zawodowym o profilu handlowym. Nie pomijał jednak problematyki narodowej. Sama nazwa (przymiotnik „Polski”) nie została wybrana przypadkowo — miała symbolizować poczucie narodowej odrębności i przynależność do polskości. Redakcja zajmowała stanowisko antypruskie i niechętnie Żydom. Z sympatią natomiast pisano o Czechach. Podkreślano ich pracowitość, przedsiębiorczość i solidarność narodową⁸.

2. Redakcja pisma

Trudno w sposób jednoznaczny omówić organizację pracy redakcji „Kupca Polskiego” z powodu braku materiałów archiwalnych. Opierając się na wzmiankach w samym piśmie, można stwierdzić, iż jego funkcjonowanie opierało się na pracy stałego, kilkuosobowego zespołu. Nie różniło się to od pozostałych wydawnictw prasowych.

Pierwszym redaktorem naczelnym był Jan Karol Maćkowski, który 30 września 1907 roku zrezygnował z pracy. Jego następcą przez krótki okres był Karol Kucharski, a następnie Ludwik Szczepański (od 1 października 1907 do 1 listopada 1909)⁹. Po jego odejściu nie powołano nowego naczelnego, a obowiązki przejęło kolegium redakcyjne. 1 czerwca

⁷ A. Wątor, *Działalność Stronnictwa Demokratyczno-Narodowego w zaborze austriackim do roku 1914*, Szczecin 1993, s. 21–22.

⁸ Por. *Pocztowa Kasa Oszczędności, Czesi i my*, „Kupiec Polski” (dalej skrót — KP) 1913, nr 4 z 15 II, s. 57–58.

⁹ Ludwik Szczepański — wybitny krakowski dziennikarz i wydawca, członek redakcji „Ilustrowanego Kuriera Codziennego”, założyciel dziennika „Nowiny”, współtwórca pisma „Życie” (1897–1900). Cz. Lechicki wzmiankuje, iż Szczepański był redaktorem „Kupca” w okresie 1907–1914. Por. Cz. Lechicki, *Kartka z dziejów prasy krakowskiej XX wieku*, „Małopolskie Studia Historyczne” 1965, z. 1–2, s. 119–138.

1912 roku na jego czele stanął August Porębski. Obok niego tworzyli je: kupcy Marcei Dutkiewicz, Ludwik Halski, Stefan Porębski, Leon Schiller, Marian Dąbrowski oraz urzędnik bankowy Izydor Modrycki. Redakcja „Kupca Polskiego” mieściła się w Krakowie przy ulicy Wolskiej 14. Biuro Redakcji i Administracji czynne było dla czytelników codziennie, z wyjątkiem niedziel i świąt, od godziny 15 do 17.

Redakcja „Kupca Polskiego” podejmowała działania wykraczające poza aktywność prasową. Postawiła przed sobą ambitny program ożywienia środowiska kupieckiego w Krakowie. W 1908 roku wspólnie z krakowskim Stowarzyszeniem Kupców i Młodzieży Handlowej zorganizowała wycieczkę polskich przedsiębiorców do Pragi¹⁰. Starła się również wykorzystać ten wyjazd do rozszerzenia kontaktów handlowych z firmami czeskimi i morawskimi. Nawiązała współpracę z praskim Stowarzyszeniem „Merkur”, które powołało specjalną komisję dla zacieśnienia polsko-czeskich stosunków gospodarczych¹¹.

W 1913 roku redakcja „Kupca” wystąpiła z inicjatywą powołania związku kupieckiego, mającego zająć się wspólnym kupnem towarów. Spółdzielnia ta reprezentowałaby detalistów. Na łamach pisma apelowano do czytelników, aby nadsyłali do niej swoje zgłoszenia. Z korespondencji, którą drukowano w „Kupcu”, wynika, iż w kraju nie brakowało kupców zainteresowanych taką formą współpracy¹². Niektórzy z nich, jak choćby Samuel Spira, Leon Schiller i Józef Hottowy, przedstawili własne zasady pracy i organizacji projektowanego stowarzyszenia¹³. Zaprzestanie wydawania „Kupca” w 1914 roku oraz wybuch I wojny uniemożliwiły realizację wspomnianego projektu.

Redakcja pośredniczyła również w sprzedaży i zamawianiu książek handlowych, np. podręcznika towaroznawstwa, wydawanego przez poznańskie pismo „Kupiec”.

¹⁰ Wycieczka polskich kupców i przemysłowców do Pragi, KP 1908, nr 12 z 15 VI, s. 1-2.

¹¹ Owoce wycieczki kupców polskich do Pragi, KP 1908, nr 14 z 15 VII, s. 7.

¹² Odezwa do naszego kupiectwa, KP 1913, nr 20 z 15 X, s. 330-331; Głosy kupiectwa, KP 1913, nr 21 z XI, s. 345-347.

¹³ Józef Hottowy był sekretarzem krakowskiego Stowarzyszenia Drobnych Kupców, które reprezentowało interesy handlu detalicznego. Por. J. Hottowy, *O drobne kupiectwo*, KP 1913, nr 22 z 15 XI, s. 370; L. Schiller, *Hurtownie i wspólne zakupno towarów*, KP 1913, nr 23 z 1 XII, s. 383-384.

3. Kształt pisma

Pismo ukazywało się w formacie A4, dwa razy w miesiącu (1 i 15 dnia miesiąca), czyli jeden rocznik liczył 24 numery. Miało układ dwuszpaltowy, obejmując około 28–30 stron wraz z reklamami. Winieta obejmowała tytuł, rok wydania, numer, datę i miejsce wydania, cenę prenumeraty.

Układ tematyczny nie odbiegał od ówczesnych standardów. Na pierwszych dwóch, ewentualnie trzech, stronach umieszczano artykuły programowe. Były one zatytułowane (tytuły większą czcionką i wytłuszczone). Nie wszystkie teksty były podpisane, wyrażały zatem stanowisko całej redakcji. Ważniejsze konstatacje akcentowano drukiem pogrubionym lub rozstrzelonym.

„Kupiec Polski” dzielił się na rubryki tematyczne. W okresie 1907–1913 ich liczba oraz problematyka zmieniała się. Do najważniejszych, i prowadzonych bez przerw, zaliczyć można rubryki poświęcone ogólnym zagadnieniom ekonomicznym: „Sprawy społeczne” — wbrew tytułowi poświęcone były zagadnieniom politycznym i ich związkom z sprawami gospodarczymi; „Koniunktury” — to ogólna ocena poprzedniego roku pod kątem rozwoju handlu; „Przegląd ekonomiczny” — redagowany przez dra Henryka Monata z Wiednia, przynosił aktualne informacje i komentarze makroekonomiczne o stosunkach gospodarczych w Austro-Węgrzech i na świecie; „Rozmaitości” zawierały krótkie informacje z Europy; „Kronika” obejmowała wzmianki o najważniejszych wydarzeniach gospodarczych w Galicji, jak również w pozostałych zaborach; „Sprawy kredytowe”, „Instytucje finansowe” oraz „Dział finansowy” ukazywały się pod redakcją I. Modryckiego. Obok powyższych prowadzono rubryki zawierające porady oraz informacje dla kupców: „Praktyczne rady i wskazówki”, „Rady i przestrogi”, „Sprawy cłowe i podatkowe”, „Sprawy pocztowe i kolejowe”, „Z książkowości i rachunkowości kupieckiej”, „Z dziedziny reklamy”, „Biuro pracy” — ogłoszenia firm poszukujących pracowników, „Skorowidz ogłoszeń”, „Z organizacji kupieckich” oraz „Z towaroznawstwa”.

Artykuły w „Kupcu Polskim” można podzielić na kilka grup. Najważniejszą stanowią materiały własne redakcji, przede wszystkim o charakterze programowych i publicystycznym oraz informacyjnym. Obok nich ważną rolę spełniały materiały nadesłane — głównie były to listy kupców poświęcone bieżącym wydarzeniom oraz omówienia wy-

branych problemów, sporządzone przez znawców przedmiotu (Bolesław Bilikiewicz¹⁴, Józef Mierzyński, Bertold Fraenkel¹⁵, Józef Kannenberg¹⁶, dr Leonard Bier¹⁷, Leon Schiller, Witold Skalski¹⁸, dr Tomasz Lulek¹⁹, dr Karol Kolischer²⁰, Bolesław Zieliński²¹). Redakcja korzystała również z przedruków pism krajowych i zagranicznych. Źródłem informacji były gazety polskie: „Goniec Warszawski”, „Kupiec” (Poznań), „Orędownik” (Poznań), „Przegląd Kolonialno-Spożywczy” (Warszawa), „Kurier Poznański”, „Kurier Warszawski”, „Kurier Lwowski”, „Słowo Polskie”, „Handlowiec” (Warszawa), „Społem” (Warszawa), „Przegląd Kupiecki” (Poznań), „Przewodnik Kółek i Spółek Rolniczych w Królestwie Polskim”, „Przegląd Rzemieślniczy” (Warszawa), „Polski Przegląd Kupiecki” (Warszawa), „Trybuna Kupiecka” (Lwów), „Gazeta Ostrowska”, „Kurier Stanisławski”. Analizując powyższe zestawienie nasuwają się dwa wnioski. Redakcja „Kupca Polskiego” czerpała informacje z prasy polskiej wychodzącej nie tylko w Galicji, ale także w Warszawie i Wielkopolsce. Źródłem informacji były dzienniki oraz prasa handlowa. Z wykorzystywanych pism zagranicznych wymienić należy przede wszystkim periodyki niemieckie, austriackie i czeskie, zarówno dzienniki, jak też pisma fachowe. Korzystano z następujących tytułów: „Der Manufakturist”, „Frankfurter Zeitung”, „Kölnner Zeitung”, „Obchodnicka Jednota pro Moravu a Slezsko”, „Der Confectionär”, „Berliner Tageblatt”, „Berliner Neuste Nachrichten”.

4. Podstawy materialno-finansowe

Podstawę finansową „Kupca Polskiego” stanowiły zyski ze sprzedaży i prenumeraty pisma oraz zyski z reklam. W latach 1907–1912 cena pojedynczego numeru wynosiła 30 halerzy, zaś z przesyłką — 35. Roz-

¹⁴ Kupiec krakowski.

¹⁵ Właściciel fabryki wyrobów pasmanteryjnych w Krakowie.

¹⁶ Dyrektor krakowskiej Akademii Handlowej.

¹⁷ Inspektor zakładu badania środków spożywczych w Krakowie.

¹⁸ Pracownik Banku Krajowego we Lwowie.

¹⁹ Wykładowca Wyższej Szkoły Handlowej w Krakowie.

²⁰ Pracownik Banku Hipotecznego w Krakowie.

²¹ Majster ciesielski, właściciel realności.

poczynając działalność, redakcja „Kupca Polskiego” planowała nakład 10 tysięcy egzemplarzy. W 1907 roku prenumerata roczna i kwartalna dla Krakowa wynosiła odpowiednio 6 i 1,5 korony, natomiast dla obszaru Galicji i Austro-Węgier 7,2 i 2 korony. W subskrypcji liczone przede wszystkim na dotarcie do właścicieli sklepów i pomocników handlowych. Służyć miało temu obniżenie dla nich ceny prenumeraty do 4 koron w Krakowie i 5,2 korony na prowincji. Nie przyniosło to spodziewanego efektu, ponieważ pozyskano tylko 50 abonentów²². Po 5 latach ich liczba nie zwiększyła się. Przeważali czytelnicy z Krakowa, zaś ok. 1/6 pochodziła ze Lwowa. Brak jest jednak materiałów umożliwiających podanie dokładnych danych liczbowych i statystycznych o subskrybentach „Kupca”.

Najważniejszym źródłem dochodu były jednak zyski z reklam. W okresie 1907–1912 blisko 1/3 numeru stanowiły inseraty i reklamy. Cena jednego ogłoszenia wiersza wynosiła 20 halerzy. Cena reklamy była trzykrotnie większa (60 halerzy). W roku 1913 kryzys gospodarczy spowodował gwałtowny spadek liczby reklam. Ze względu na brak źródeł trudno określić, jaki procent dochodu przynosiły ogłoszenia i reklamy.

Zyski ze sprzedaży i reklam nie pokrywały kosztów wydawania pisma. Brak środków finansowych utrudniał podnoszenie jego poziomu. Wobec znacznego deficytu, którego wysokości autorowi nie udało się ustalić, redakcja pod koniec 1912 roku planowała zawiesić wydawanie „Kupca Polskiego”²³. Jednak subwencje Stowarzyszenia Kupców i Młodzieży Handlowej, Banku Hipotecznego oraz czytelników pozwoliły na kontynuowanie działalności do końca 1913 roku²⁴.

5. Zasięg pisma

„Kupiec Polski” docierał przede wszystkim do kupców Krakowa i innych miast zachodniej Galicji (przede wszystkim Tarnowa, Rzeszowa, Białej, Nowego Sącza, Andrychowa, Kęt, Żywca, Sanoka), w mniejszym stopniu do ośrodków we wschodniej części kraju (głównie do

²² *Dziwna obojętność*, KP 1907, nr 11 z 1 VI, s. 1.

²³ *Od wydawnictwa „Kupca Polskiego”*, KP 1912, nr 17 z 1 IX, s. 1–2.

²⁴ KP 1912, nr 18 z 15 IX; nr 19 z 1 X, s. 1; nr 22 z 15 XI, s. 15.

Lwowa, Stryja, Tarnopola). Świadczy o tym korespondencja, listy od czytelników oraz reklamy. Właśnie te ostatnie są ważnym źródłem mówiącym o zasięgu pisma. Wśród reklamodawców możemy znaleźć znanych krakowskich przedsiębiorców i właścicieli firm handlowych (m.in. Antoni Hawełka, Juliusz Grosse, Stanisław Markiewicz, Henryk Schwarz, Stefan Porębski, Zdzisław Zdanowicz, Bernard Josefstahl, Jan Michalik, Henryk Szarski), jak również zakłady przemysłowe (m.in. Krakowska Fabryka Szczotek i Pędzli, Gazownia Miejska w Krakowie, fabryka Rudolfa Herliczki), instytucje finansowe (np. Galicyjska Kasa Oszczędności we Lwowie), szkoły (Akademia Handlowa w Krakowie) oraz czasopisma. Swoje reklamy zamieszczały także banki, wielkie firmy handlowe i fabryki z Czech, Moraw oraz Austrii. Zwiększająca się stopniowo liczba anonsów reklamowych firm obcych potwierdza tezę o aktywności kapitałów czeskich i austriackich na galicyjskim rynku finansowym u progu XX wieku²⁵.

6. Założenia ideowe i programowe

Cele powołania „Kupca Polskiego” zostały wyrażone w artykule programowym w pierwszym numerze z 1 stycznia 1907 roku, zatytułowanym „Do czego dążymy?”. Za podstawowy cel przyjęto reprezentowanie galicyjskich kupców. Jako drugi postulat uznano: „Ma ono stać się źródłem wszelkich potrzebnych dziś każdemu kupcowi wiadomości fachowych, a więc w kwestiach ogólnych koniunktur, w kwestiach towaroznawstwa, źródeł zakupów, nowości i postępu w każdym polu, w kwestiach prawnych i prawodawczych, w dziedzinie stosunku kupca do publiczności z jednej, a stosunku jego do pośredniczących między nim a wielkim przemysłem agencji handlowych z drugiej strony, wreszcie zaś w dziedzinie tak niezbędnej dziś dla każdego kupca reklamy poczynając od anonsowej, a skończywszy – na stosowanej dekoracji okna wystawowego”. We wszystkich powyższych sprawach „Kupiec Polski” miał być źródłem informacji. Redakcja zdecydowanie odcinała

²⁵ Por. C. Nečas, *Początki ekspansji czeskiego kapitału bankowego do Galicji*, „Roczniki Dziejów Społecznych i Gospodarczych” 1990/1991, t. LI/LII [druk 1992], s. 121-142.

się od „wszelkiego udziału w walkach politycznych lub wyznaniowych”. Nie oznaczało to jednak rezygnacji z reprezentowania kupców wobec izb parlamentarnych, izb przemysłowo-handlowych czy innych publicznych instytucji. Ostatnim zadaniem pisma miało być „rozproszenie i tępienie uprzedzeń do zawodu kupieckiego w ogóle, do polskiego kupiectwa w szczególności...”²⁶. „Kupiec Polski” miał ambicje konsolidacji sfer handlowych w myśl hasła „łączność i organizacja”²⁷. W tym celu redakcja powołała urząd zastępcy redakcyjnego we Lwowie. Również w innych miastach posiadała stałych korespondentów. „Kupiec Polski” propagował solidaryzm kupiecki, ale jednocześnie zdecydowanie odciął się od „kastowości kupieckiej”²⁸.

„Kupiec Polski” miał być źródłem wiadomości fachowych z całej dziedziny handlu. Na jego łamach pojawiały się artykuły i komentarze z zakresu prawodawstwa handlowego, szkolnictwa, towaroznawstwa i przedsiębiorczości. Uzupełniane one były wszelkiego rodzaju informacjami, poradami i wskazówkami oraz ostrzeżeniami. W całości miało to tworzyć „compendium nauki handlowej”²⁹.

Analizując ogólny program ekonomiczny redakcji „Kupca Polskiego”, niezaprzecalnie należy stwierdzić, iż opowiadał się on za gospodarką wolnorynkową. W jej rozwoju główną rolę przypisywano inicjatywie prywatnej: „Wszystko, cokolwiek posuwało życie społeczne w Europie na zachodzie, wychodziło zawsze z inicjatywy prywatnej. Na czele wielkich reform stali prawie zawsze działacze społeczni, nigdy biurokraci”³⁰. „Kupiec Polski” wyznawał zasadę, iż państwo nie powinno osłabiać prywatnej przedsiębiorczości, a tym bardziej zastępować jej. Rolę rządu ograniczano do przejściowej pomocy w okresach kryzysowych oraz zagwarantowania swobodnej działalności produkcyjnej (polityka komunikacyjna, umiarkowana polityka podatkowa, sprzyjające prawodawstwo, rozbudowa szkolnictwa, wspieranie badań naukowych)³¹. Zdecydowanie negatywnie oceniano ekonomiczną rolę monopolu państwowych: „Monopole państwowe to aparaty bardzo ociężałe, niezdolne do energicznej walki konkurencyjnej tam, gdzie nie sięga ich władza”³².

²⁶ *Do czego dążymy?*, KP 1907, nr 1 z 1 I, s. 1.

²⁷ *Pod jeden sztandar*, KP 1907, nr 18 z 15 IX, s. 1.

²⁸ *Wychowanie córek kupieckich*, KP 1907, nr 3 z 1 II, s. 7; *Jeszcze o potrzebie solidarności*, KP 1907, nr 14 z 15 VII, s. 5.

²⁹ *Do naszych czytelników*, KP 1907, nr 24 z 15 XII, s. 1–2.

³⁰ *Biurokracja a praca społeczna*, KP 1912, nr 5 z 1 III, s. 1–2.

³¹ *Rola państwa na polu produkcji*, KP 1912, nr 1 z 15 I, s. 3–4.

³² *Handel naftą*, KP 1910, nr 8 z 15 IV, s. 4.

W podobnym duchu „Kupiec Polski” charakteryzował kartele i monopole prywatne. Uznał je za szkodliwe dla ogólnej sytuacji gospodarczej i działalności indywidualnych firm. Po pierwsze, kartelizacja prowadzi do sztucznego windowania cen, których nie ustala gra sił wolnorynkowych, ale pozycja monopolisty na rynku. Po drugie, kartele uzależniają od siebie drobną wytwórczość i handel, które nie mogą swobodnie produkować i sprzedawać³³.

Mimo powyższych zagrożeń pismo aprobowало program industrializacji Galicji. Podkreślano, iż wzrost produkcji przemysłowej zwiększy „siłę konsumpcji” ludności, co automatycznie powiększy obroty handlowe i zyski kupców. Przemysł jednak winien dostarczać towarów tanich i jednocześnie o dobrej jakości, mogących sprostać zagranicznej konkurencji³⁴. Hieronim Weiss rozwój przemysłu uzależniał od sprawnego handlu, pośredniczącego między producentem a konsumentem³⁵. Na łamach pisma propagowano rozbudowę przemysłu fabrycznego. Zakładano bowiem, iż rzemiosło w dotychczasowej formie nie będzie w stanie sprostać konkurencji fabryk. Szansę dla niego widziano w ewolucji do form rzemiosła artystycznego, wyspecjalizowanego w produkcji jednego typu towaru lub jego części. Pozostali rzemieślnicy — trafnie oceniało pismo — będą zmuszeni likwidować swoje warsztaty i zasilać szeregi klasy robotniczej³⁶.

„Kupiec Polski” został założony przez środowisko kupców chrześcijańskich, ale nie miał być organem wyłącznie jednej grupy wyznaniowej, w tym przypadku chrześcijańskiej. Miał być wyrazem dążeń i interesów wszystkich kupców polskich, poczuwających się do polskości niezależnie od wyznania. Odcinał się od uprzedzeń wyznaniowych i narodowych, ale świadomie stosował podział religijny na „chrześcijan i żydów”. Opowiadał się za ścisłą współpracą między nimi, ponieważ liczył, iż pewna część kupców wyznania mojżeszowego poczuwała się do polskości. Za Polaków uznawał tych mieszkańców Galicji, którzy

³³ *Kartele a rozwój przemysłu maszynowego w Austrii*, KP 1912, nr 21 z 1 XI, s. 8–10.

³⁴ *Wielki kapitał a handel*, KP 1911, nr 23 z 1 XIII, s. 4–5; *Kupcy nasi a uprzemysłowienie kraju*, KP 1907, nr 1 z 1 I, s. 3; *Potrzeba eksporterów*, KP 1907, nr 11 z 1 VI, s. 3; *Udział kupców w uprzemysłowieniu kraju*, KP 1809, nr 10 z 15 V, s. 8.

³⁵ H. Weiss, *Tylko kupiectwo powoła przemysł do życia*, KP 1908, nr 2 z 15 I, s. 3–4; nr 3 z 1 II, s. 3–5; nr 4 z 15 II, s. 1–2; nr 5 z 1 III, s. 2–3.

³⁶ *Nowa ustawa przemysłowa*, KP 1907, nr 2 z 15 I, s. 1–2.

uważali się za „synów polskiego kraju, za członków polskiego społeczeństwa”. Wyznacznikiem tego było używanie języka polskiego³⁷.

Program „Kupca” zakładał polonizację i asymilację ludności żydowskiej. Zdecydowanie występował przeciw wszelkim tendencjom separatystycznym Żydów, zwłaszcza przeciw używaniu przez nich języka jidysz. „Żargon uważamy — pisano w artykule redakcyjnym — za gwaraę żydowską masy nieoświeczonej, ale żyda galicyjskiego, który oświecił się na tyle, że używać już może poprawnie język niemiecki, ale który język polski obrzydliwie kaleczy, względnie wcale go wyuczyć się nie chce, takiego żyda uważamy za szkodliwy czynnik w życiu naszym społecznym”³⁸. „Kupiec Polski” obierał kryterium językowe jako wyznacznik narodowości i podkreślał: „Ignorować dziś konieczność używania języka polskiego, spełniać funkcje rozsodników nienawistnej nam niemczyzny, to znaczy popełniać zbrodnię na żywotnych interesach kraju i narodu...”³⁹.

Kupcom żydowskim zarzucano więc separatyzm narodowy i niechęć do polskości. To z kolei przenosiło się na izolacjonizm zawodowy. Wyrazem tych dążeń — wedle „Kupca” — były projekty powołania odrębnej, wyznaniowej organizacji zawodowej oraz założenie we Lwowie „Tygodnika Kupieckiego”⁴⁰. W podobny sposób zinterpretowano powstanie we Lwowie pisma zatytułowanego „Trybuna Kupiecka”, wydawanego przez kupców żydowskich⁴¹. August Porębski zarzucał Żydom kosmopolityzm, brak zainteresowania rozwojem krajowej wytwórczości przemysłowej. Jednocześnie dokonał interesującej kategoryzacji handlowców w Galicji. Wyróżnił mianowicie sprzedawców „chrześcijańskich”, „żydowskich” i „polskich”. Do tej ostatniej zaliczył osoby mające wyrobione poczucie patriotyzmu, czujące się Polakami i obywatelami kraju, starające się o rozpowszechnienie krajowych produktów⁴².

Zgodnie ze swym programem narodowym „Kupiec Polski” zdecydowanie występował w obronie języka polskiego. W 1907 roku zainicjował kampanię na rzecz korespondowania z zagranicznymi dostaw-

³⁷ *Gremium kupieckie w Krakowie*, KP 1097, nr 14 z 15 VII, s. 1–2; *Separatyzm*, KP 1907, nr 18 z 15 IX, s. 5.

³⁸ KP 1909, nr 6 z 15 III, s. 3.

³⁹ *Zbrodnia*, KP 1909, nr 5 z 1 III, s. 2.

⁴⁰ *Separatyzm*, KP 1907, nr 18 z 15 IX, s. 5–7.

⁴¹ *Rozdział wyznaniowy w kupiectwie galicyjskim*, KP 1910, nr 12 z 15 VI, s. 1–3.

⁴² A. Porębski, *Niestuszne zarzuty*, KP 1910, nr 2 z 15 I, s. 2.

cami i rozmawiania z ich przedstawicielami w tym języku. Drukował cykl artykułów „Korespondujemy po polsku”, w którym podawał sukcesy swojej akcji. Jednocześnie piętnował przykłady stosowania języka niemieckiego w działalności handlowej. W 1909 roku w artykule o znamienym tytule „Zbrodnia” oskarżono galicyjskie Stowarzyszenie „Samopomoc” Podróżujących Kupców („Der Wohlfahrtsverein reisender Kaufleute Galiziens”) i jego prezesa Aleksandra Rittermana o separatyzm językowy i niechęć do polskości. Przyczyną tego było wydrukowanie przez wspomniany związek sprawozdania z działalności w języku niemieckim oraz wydawanie dwujęzycznego, polsko-niemieckiego pisma „Der reisender Courier”⁴³.

W związku z pruskimi ustawami antypolskimi i wywłaszczeniowymi w prasie galicyjskiej pojawiła się idea bojkotu produkcji niemieckiej. „Kupiec Polski” poparł tę propozycję i drukował wskazówki Ligi Pomocy Przemysłowej, jak skutecznie bojkotować towary importowane z państwa niemieckiego⁴⁴. Na swoich łamach wzywał czytelników do usuwania pruskich plakatów reklamowych, zrywania lub ograniczania stosunków handlowych z pruskimi dostawcami, rezygnacji ze sprzedaży tamtejszych wyrobów i zastępowania ich surogatami z innych państw⁴⁵. Redakcja negatywnie oceniała głosy w dyskusji nad bojkotem, które poddawały w wątpliwość i skuteczność akcji. Uznała ją za obowiązek narodowy, zaś jako motto dla niej przytoczyła słowa: „Ja nie chcę, żebyś ty rozumiał i gadał. Polak jest na to, aby trwał i był...”⁴⁶ Powodzenie akcji uzależniano od uświadomienia oraz patriotyzmu zarówno konsumentów, jak również kupców. Wzorem dla Galicji — wedle „Kupca” — powinien być solidaryzm Czechów w rywalizacji politycznej i ekonomicznej z Niemcami⁴⁷.

⁴³ *Zbrodnia*, KP 1909, nr 5 z 1 III, s. 1-2; *Der reisender Courier*, KP 1909, nr 7 z 1 IV, s. 6-7.

⁴⁴ L. Halski, *Bojkot towarów pruskich*, KP 1907, nr 24 z 15 XII; 1908, nr 1 z 1 I, s. 4, 6-8.

⁴⁵ *Bojkot towarów pruskich*, KP 1908, nr 2 z 15 I, s. 1-2; nr 3 z 1 II, s. 1-2, nr 5 z 1 III, s. 8; *W sprawie bojkotu pruskich towarów*, KP 1908, nr 19 z 1 X, s. 7.

⁴⁶ *W sprawie bojkotu pruskich towarów — porachunki*, KP 1908, nr 7 z 1 IV, s. 2.

⁴⁷ *Czesi a my*, KP 1908, nr 19 z 1 X, s. 9; *Straż polska i kupcy*, KP 1909, nr 3 z 1 II, s. 1-3.

7. Program modernizacji handlu

Charakteryzując zawartość „Kupca Polskiego”, wyraźnie należy stwierdzić, iż jego program koncentrował się wokół zagadnień modernizacji handlu w Galicji. Na łamach pisma propagowano przede wszystkim nowoczesne metody handlu, uproszczenie techniki sprzedaży oraz nowe sposoby pozyskania klientów (reklama).

Pismo na pierwszym miejscu stawiało właściwą obsługę klienta. Podkreślało ono takie zalety sprzedawcy, jak uprzejmość oraz znajomość potrzeb i wymagań klientów⁴⁸. Handlowiec powinien być nie tylko dobrym sprzedawcą i księgowym, lecz także „... dobrym psychologiem odnośnie do swoich klientów. Znajomość gustów, nawyków, popędów i słabostek odbiorców jest dlań nieodzownym warunkiem powodzenia. Kupiec umiejący się liczyć z psychologią klienta, pewny być może sukcesu”. Przez „psychologię klienta” rozumiano dotarcie do potencjalnego nabywcy, zachęcenie go do zakupu, zrozumienie jego potrzeb i połączenie ich z możliwościami sklepu⁴⁹. Zgodnie z tym programem akcentowano konieczność zdobywania informacji z zakresu mody, obowiązujących w niej trendów. Pismo zachęcało więc czytelników do zwiedzania wystaw i galerii muzealnych, lektury żurnali, czasopism fachowych i ogólnych⁵⁰.

W opinii „Kupca Polskiego” fundamentalnym warunkiem osiągnięcia sukcesu w branży handlowej było pozyskanie klienta za pomocą reklamy. Ułatwia ona zbyt towarów, powiększa obroty, a tym samym daje większe zyski. Propagowano reklamę nowoczesną, oryginalną, rzetelną, racjonalną i kulturalną⁵¹.

W 1909 roku na swoich łamach „Kupiec Polski” zamieścił cykl artykułów Pawła Ciompy zatytułowanych „Wytwórczość krajowa jako środek reklamowy”. Autor omówił definicję reklamy, jej znaczenie we współczesnej gospodarce oraz ogólne zasady tworzenia reklam⁵².

⁴⁸ *O uprzejmości kupca wobec publiczności*, KP 1907, nr 3 z 1 IX, s. 8–9; *Jak sprzedawać?*, KP 1913, nr 2 z 15 I, s. 34–35.

⁴⁹ *Nieco o sztuce przyciągania klienteli i o psychologii odbiorców*, KP 1908, nr 20 z 15 X, s. 5.

⁵⁰ *Czym jest dla kupców moda*, KP 1907, nr 4 z 15 II, s. 7–8.

⁵¹ L. Sapiński, *Reklama w dobie obecnej i jej znaczenie dla handlu i przemysłu*, KP 1911, nr 16 z 15 VIII, s. 3–4; *Reklama w miesiącach martwych*, KP 1913, nr 13 z 1 VII, s. 213–214.

⁵² P. Ciompa, *Wytwórczość krajowa jako środek reklamowy*, KP 1909, nr 8 z 15 IV, s. 1–4; nr 9 z 1 V, s. 2–3; nr 10 z 15 V, s. 2–4.

Za najważniejsze środki reklamowe uznano wystawy sklepowe oraz ogłoszenia prasowe i plakatowe.

„Czym piękna toaleta dla kobiety, tem jest okno wystawowe dla kupca”. Zgodnie z tym hasłem „Kupiec Polski” propagował nowoczesne urządzenie wystaw sklepowych. Powinny one zachęcać klientów swoją estetyką, służyć jako reklama sklepu, odgrywając wyjątkową rolę w walce konkurencyjnej, pokazując w jak najlepszym świetle zaopatrzenie sklepu. Łączyć winny w sobie cechy artystyczne z wymaganiami reklamowymi, ale nigdy dekoracja nie powinna spychać na plan dalszy towarów⁵³. „Kupiec Polski” podawał praktyczne informacje i porady z zakresu urządzania wystaw sklepowych. Powinny one zawierać towary, dekoracje, odpowiednie tło, dobre oświetlenie. Warunkiem powodzenia wystaw były ich częste zmiany, estetyka i czystość⁵⁴.

W 1913 roku „Kupiec Polski” zwrócił uwagę na kinematograf jako „potężny środek reklamy kupieckiej”. Umożliwił on w sposób stosunkowo tanie dotarcie do wielu tysięcy odbiorców⁵⁵.

Obok programu modernizacji na szpaltach „Kupca Polskiego” pojawiło się zagadnienie codziennej sumiennej pracy. Za błędne uznano dążenia do szybkiego wzbogacenia się w handlu, a następnie porzucanie tego zawodu. Podkreślano potrzebę ciągłości pracy, tradycji rodzinnych i zamiłowania do handlu⁵⁶. Nie pomijano zagadnień etyki zawodowej i konieczności przestrzegania prawa⁵⁷. Funkcjonowanie sklepów powinno opierać się na następujących zasadach: utrzymanie lokalu w czystości, właściwe ułożenie towarów i prowadzenie prawidłowej księgowości⁵⁸.

„Kupiec Polski” poprawę handlu połączył ze sprawnych funkcjonowaniem samorządu gospodarczego i organizacji zawodowych. Krytycznie oceniał działalność krakowskiej Izby Przemysłowo-Handlowej. Zarzucał jej marazm, uległość wobec władz, rezygnację z reprezen-

⁵³ *Okno wystawowe*, KP 1907, nr 7 z 1 IV, s. 8–9; *Wystawy kupieckie*, KP 1910, nr 21 z 1 XI, s. 2–3; nr 22 z 15 XI, s. 5; *O znaczeniu okien wystawowych*, KP 1913, nr 19 z 1 X, s. 317.

⁵⁴ KP 1907, nr 10 z 15 V, s. 9; nr 13 z 1 VII, s. 10; *Praktyczne rady i wskazówki*, KP 1908, nr 24 z 15 XII, s. 4; *Jeszcze o wystawach sklepowych*, KP 1909, nr 4 z 15 II, s. 2.

⁵⁵ *Kinematograf w usługach reklamy kupieckiej*, KP 1913, nr 1 z 1 I, s. 101.

⁵⁶ *Powodzenie*, KP 1909, nr 10 z 15 V, s. 5–6.

⁵⁷ *W pięknej sprawie*, KP 1907, nr 6 z 15 III, s. 2–3.

⁵⁸ *Ułatwienie sprzedaży*, KP 1907, nr 3 z 1 II, s. 2–4; F. Szukiewicz, *Z doświadczeń i spostrzeżeń starego kupca*, KP 1909, nr 12 z 15 VI, s. 3.

towania interesów prywatnej przedsiębiorczości. Domagał się od niej energicznych działań⁵⁹. Wśród zarzutów wobec samorządu gospodarczego na czoło wysunęły się zagadnienia wyborcze. Pisano o powoływaniu „familił wyborczych”, które — reprezentując sfery wielkiego handlu i przemysłu — uniemożliwiały kampanię wyborczą i swobodne przeprowadzenie wyborów. „Nie były to wybory, ale nominacja”⁶⁰ — pisano na łamach „Kupca Polskiego”. W jego opinii izby przemysłowo-handlowe powinny zostać zlikwidowane, a ich kompetencje przejęłyby gremia kupieckie i izby rzemieślnicze⁶¹. Później jednak złagodowano ton artykułów o samorządzie przemysłowo-handlowym i pisano o konieczności jego zreformowania⁶². W 1908 roku czasopismo z zadowoleniem przyjęło wybór Maurycego Dattnera na stanowisko prezydenta krakowskiej Izby Przemysłowo-Handlowej⁶³.

Nie mniej istotne z punktu widzenia rozwoju handlu było tworzenie nowych, sprawnych organizacji kupieckich. „Kupiec Polski” propagował zatem powoływanie w poszczególnych miastach lub powiatach stowarzyszeń zawodowych, które powinny skupiać się w jeden związek krajowy. W ścisłej organizacji handlu detalicznego widziano szansę jego obrony przed kartelami i koncentracją w przemyśle. Stwierdzano bowiem, iż: „Żyjemy w czasach, w których wszyscy się łączą i skupiają do obrony swoich interesów, jedynie w kupiectwie detalicznym trudno o taką łączność. A bez niej — przyszłość handlu detalicznego, u nas zwłaszcza, może być bardzo smutna”⁶⁴. Gremium kupieckie, jako centralna organizacja, stanowiłoby silne lobby handlowe wobec rządu, aktywizując sprzedawców w czasie wyborów parlamentarnych⁶⁵. Dla „Kupca” wzorem były Czechy, gdzie działało Krajowe Zjednoczenie Gremiów Kupieckich. Pismo omówiło jego działalność i przytoczyło streszczenie sprawozdania za rok 1909⁶⁶. Równoległe na łamach „Kup-

⁵⁹ *Jak długo jeszcze?*, KP 1907, nr 7 z 1 IV, s. 5–6.

⁶⁰ *W sprawie wyborów do Izb handlowych*, KP 1909, nr 1 z I, s. 5–6.

⁶¹ *Zagadka do rozwiązania*, KP 1907, nr 14 z 15 VII, s. 3–4.

⁶² *Nowy zamach Izb handlowo-przemysłowych na interesy kupiectwa i rękodzielnictwa*, KP 1907, nr 15 z 1 VIII, s. 6.

⁶³ *Z Izby handlowo-przemysłowej w Krakowie*, KP 1908, nr 3 z 1 II, s. 5.

⁶⁴ KP 1907, nr 17 z 1 IX, s. 3–4.

⁶⁵ *O organizacji kupców*, KP 1909, nr 22 z 15 XI, s. 9–10; *W sprawie organizacji gremiów kupieckich*, KP 1909, nr 23 z 1 XII, s. 5; *Jeszcze w sprawie gremiów kupieckich*, KP 1910, nr 22 z 15 XI, s. 1–2.

⁶⁶ *Organizacja kupiectwa czeskiego*, KP 1910, nr 2 z 15 I, s. 5–6; *U nas, a w Czechach*, KP 1910, nr 13 z 1 VII, s. 2–3.

ca” pojawiła się idea zwołania wiecu kupieckiego, który zapoczątkowałby konsolidację sfer handlowych. Zająłby się on również omówieniem aktualnych problemów gospodarczych z zakresu projektów ustaw, szkolnictwa i przemysłu. Sama redakcja nie podjęła działań w tym kierunku, przyznając pierwszeństwo sferom handlowym Lwowa jako stolicy kraju⁶⁷.

W 1909 roku „Kupiec Polski” poparł projekt powołania organizacji zawodowej reprezentującej drobnych kupców i sklepikarzy, którzy nie należeli do Kongregacji Kupieckiej i Izby Przemysłowo-Handlowej⁶⁸.

„Kupiec Polski” doceniał znaczenie banków dla rozwoju handlu. Jego zdaniem o pomyślnej koniunkturze decydować będzie właściwy „organizm kredytowy”. Pod tym kątem obserwował sytuację w Galicji. Redakcję niepokoił wzrost znaczenia filii banków czeskich i austriackich, które specjalizowały się w operacjach bankowych, natomiast unikały kredytowania krajowej przedsiębiorczości. Zarzucano im drenaż krajowych środków finansowych za pomocą lepszych warunków lokowania oszczędności. Apelowano więc do czytelników, aby korzystali z usług polskich banków, zgodnie z zasadą „swój do swego”, którą zaczerpnięto z Wielkopolski⁶⁹. Podkreślano też potrzebę modernizacji, odbiurokratyzowania krajowych instytucji finansowych⁷⁰. Udzielano praktycznych wskazówek, jak pozyskać tanie źródła kredytu. Przedstawiono definicję i historię kredytu oraz jego rolę w nowoczesnej gospodarce⁷¹. Ubolewano jednak, iż w Galicji instytucje bankowe niechętnie udzielały pożyczek kupcom, preferując kredyt hipoteczny dla właścicieli ziemskich. Za konieczne uznano więc rozbudowę placówek kredujących przemysł i handel. Takie nadzieje wiązano z projektem założenia Banku Przemysłowego, którego siedzibę pismo zaproponowało umieścić w Krakowie⁷². Otwarcie jego filii w Krakowie uznano za niewy-

⁶⁷ *Sprawa organizacji kupiectwa*, KP 1907, nr 9 z 1 V, s. 2–4; *Obowiązek stolicy*, KP 1908, nr 20 z 15 X, s. 1–2; *Tylko chciejmy!*, KP 1909, nr 4 z 15 II, s. 1–2.

⁶⁸ *W sprawie organizacji drobnych kupców i sklepikarzy*, KP 1909, nr 3 z 1 II, s. 6–7.

⁶⁹ Por. R. Jaworski, *Swój do swego. Studium o kształtowaniu się zmysłu gospodarności Wielkopolan 1871–1914*, Poznań 1998.

⁷⁰ *Banki obce a banki krajowe*, KP 1910, nr 10 z 15 V, s. 5–6; *Jeszcze w sprawie banków*, KP 1910, nr 23 z 1 XII, s. 2–3; *W sprawie naszych instytucji finansowych w Krakowie*, KP 1911, nr 16 z 15 VIII, s. 2–3; *Nauka z chwili obecnej*, KP 1913, nr 1 z 1 I, s. 8–9.

⁷¹ *O kredycie bankowym*, KP 1908, nr 19 z 1 X, s. 3–4; F. Szukiewicz, *Z doświadczeń i spostrzeżeń starego kupca*, KP 1909, nr 4 z 15 II, s. 5–7.

⁷² *Bank przemysłowy w Galicji*, KP 1910, nr 2 z 15 I, s. 3–4; *Bank przemysłowy a kupiectwo*, KP 1910, nr 4 z 15 II, s. 1–2; *Uchwała Sejmu o Banku przemysłowym*, KP 1910, nr 5 z 1 III, s. 1–2.

starczające z dwóch powodów. Po pierwsze, ze względu na ogromną konkurencję na rynku. Po drugie, jej celem nie powinno być zdobywanie wkładów oszczędnościowych. Oczekiwano przede wszystkim finansowania przedsiębiorstw przemysłowych⁷³. Postulowano również zmianę polityki państwowego banku austriacko-węgierskiego, wysuwając dwa postulaty: powiększenia liczby filii na obszarze Galicji oraz udostępnienia kredytu „sferom średnim”⁷⁴.

Z kwestią dostępu do taniego kredytu łączy się problematyka podatkowa. Program „Kupca Polskiego” podkreślał konieczność obniżenia przez państwo obciążeń podatkowych, zwłaszcza podatków dochodowych oraz pośrednich⁷⁵. Ostro krytykowano austriacki system podatkowy. Zarzucano mu nadmierny fiskalizm, biurokratyzm oraz „brak wszelkiej moralności podatkowej”⁷⁶.

Bardzo ważnym elementem programu modernizacyjnego „Kupca Polskiego” był postulat poprawy wykształcenia pracowników sektora handlowego. Pismo dokonało szczegółowej analizy merytorycznego przygotowania jego pracowników. Stwierdzało ich słabą wiedzę ogólną, jak również z zakresu rachunkowości i korespondencji kupieckiej⁷⁷. Zdaniem „Kupca Polskiego” wynikało to z faktu, iż do zawodów handlowych szła głównie młodzież, która nie była zdolna uzyskać wyższego wykształcenia, oraz dzieci z rodzin ubogich, których nie było stać na opłacanie nauki szkolnej i studiów. Program szkolny „Kupca Polskiego” zakładał rozbudowę zawodowego szkolnictwa handlowego i dostosowanie go do sytuacji gospodarczej. Podkreślano, iż powinno ono łączyć naukę teoretyczną z praktyką zawodową i wiedzą ogólną. Za półśrodki uznano prowadzenie kursów uzupełniających dla pracowników handlowych⁷⁸.

⁷³ *Filia Banku przemysłowego*, KP 1910, nr 24 z 15 XII, s. 3.

⁷⁴ *Galicyjski filie i kredyt drobny w Banku austriacko-węgierskim*, KP 1911, nr 1 z 1 I, s. 3.

⁷⁵ *Brońmy naszej kieszeni*, KP 1907, nr 16 z 15 VIII, s. 4–6; *Żądamy ulg podatkowych*, KP 1908, nr 18 z 15 IX, s. 1–2; *Orgia podatkowa*, KP 1909, nr 11 z 1 VI, s. 1; *Nowy minister finansów a stary plan finansowy*, KP 1911, nr 6 z 15 III, s. 2–3; *Podatek osobisto-dochodowy*, KP 1913, nr 5 z 1 III, s. 73–74.

⁷⁶ *Sprawy podatkowe*, KP nr 22 z 15 XI 1909, s. 13; nr 3 z 1 II 1912, s. 2–3.

⁷⁷ *Wychowanie córek kupieckich*, KP 1907, nr 3 z 1 II, s. 7; *Opiekujmy się uczniami kupieckimi*, KP 1907, nr 6 z 15 III, s. 4–5.

⁷⁸ A. Porębski, *Bursy dla młodzieży handlowej i rękodzielniczej*, KP 1909, nr 11 z 1 V, s. 3–5; *Praktyczna nauka absolwentów szkół handlowych*, KP 1910, nr 24 z 15 XII, s. 6; *Wykształcenie kupieckie*, KP 1911, nr 21 z 1 XI, s. 5–6.

Jednocześnie na łamach pisma pojawiły się konkretne propozycje poprawy powyższej sytuacji. W 1907 roku August Porębski wystąpił z inicjatywą założenia internatu dla pracującej młodzieży handlowej. Liczył na finansowe wsparcie swego projektu przez Kongregację Kupiecką i inne stowarzyszenia handlowe. Internat służyłby uczniom i praktykantom kupieckim, wywodzącym się z prowincji, a mieszkającym w Krakowie, często w bardzo trudnych warunkach materialnych. Został on poparty przez redakcję pisma⁷⁹. Koncepcja ta w 1909 roku została zastąpiona projektem zorganizowania w Galicji sieci burs handlowych i rzemieślniczych. August Porębski opracował zasady ich funkcjonowania, program nauki szkolnej i zadania wychowawcze⁸⁰. Jednocześnie redakcja wystąpiła z inicjatywą powołania 1–2 stypendiów dla młodych ludzi, pragnących kształcić się w zawodzie kupieckim. Zwróciła się z apelem do czytelników o ofiarność i składki na ten cel⁸¹.

Czyniąc też starania w kierunku popularyzowania wykształcenia zawodowego, Józef Kannenberg dokonał szczegółowej analizy struktury szkolnictwa handlowego w Galicji, Austrii i Niemczech⁸².

„Kupiec Polski” modernizację handlu łączył z wyrobieniem wśród czytelników znajomości prawa i potrzebą zapoznania się z rządowymi inicjatywami prawodawczymi, w myśl hasła: „Nieznajomość ustaw nie chroni od kary”⁸³. Drukował zatem informacje o nowych rozporządzeniach, jak również rozpatrywał projekty ustaw. Przedrukowywał ich tłumaczenia oraz analizował je pod kątem interesów sfer kupieckich. „Kupiec Polski” omówił m.in. ustawy o handlu domokrężnym z lat 1907 i 1911, projekt ustawy o powszechnym ubezpieczeniu na starość i na wypadek niezdolności do pracy z 1908 roku, ustawę o ubezpieczeniu urzędników prywatnych z 1909 roku, projekt ustawy o zapobieganiu

⁷⁹ A. Porębski, *Internat dla synów kupieckich*, KP 1907, nr 17 z 1 IX, s. 2–4; KP 1908, nr 4 z 15 II, s. 2–3.

⁸⁰ A. Porębski, *Bursy dla młodzieży handlowej i rękodzielniczej*, KP 1909, nr 12 z 15 VI, s. 1–2.

⁸¹ *Stypendia jubileuszowe*, KP 1908, nr 5 z 1 III, s. 1–2.

⁸² KP 1907, nr 6 z 15 III, s. 6–7; nr 7 z 1 IV, s. 4–5, nr 8 z 15 IV, s. 1–3.

⁸³ L. Schiller, *Nieznajomość ustaw nie chroni od kary*, KP 1908, nr 14 z 15 VII, s. 8–9. Autor twierdził dalej, że 90% galicyjskich kupców nie znało ustaw handlowych, przemysłowych i podatkowych. Poprawę tej sytuacji widział w następujących propozycjach: 1. wprowadzenie do szkół, zwłaszcza handlowych i przemysłowych, obowiązkowej nauki prawa; 2. organizowanie publicznych wykładów przez pracowników urzędów skarbowych i prawników; 3. publikacje w pismach zawodowych i technicznych; 4. numerata takich pism przez przedsiębiorców; 5. bezpłatne porady prawne przy redakcjach tychże pism dla wszystkich prenumeratorów.

alkoholizmowi z 1910 roku, ustawy o spoczynku niedzielnym z lat 1895–1896 i ustawę o czasie pracy i zamykaniu sklepów z 1910 roku.

Zainteresowania „Kupca Polskiego” skoncentrowały się również na aspektach przyszłości handlu. Pismo widziało zagrożenie dla egzystencji handlu detalicznego. Przede wszystkim z rynku będzie on wypierany przez duże przedsiębiorstwa kupieckie i domy towarowe, dysponujące sporymi zasobami finansowymi i łączącymi sprzedaż różnych towarów przy zastosowaniu promocji cenowych. Skutkiem takiej ewolucji handlu będzie specjalizacja średniego i drobnego kupiectwa⁸⁴. Poszukując nowych źródeł zarobku dla niego, zwrócono uwagę na możliwość eksportu produktów rzemiosła (wyroby drewniane, żelazne, hafciarskie, koszykarskie i kaflarskie)⁸⁵. Na gruncie krajowym wielkie nadzieje wiązano z rozwojem handlu wiejskiego i małomiasteczkowego. Ze względu na jego chłonność propagowano zakładanie tam sklepów ogólnogospodarczych i spożywczych, zaopatrujących wieś w niezbędne artykuły oraz pośredniczące w sprzedaży żywności do miast⁸⁶.

8. Charakterystyka zawartości — informacje

Niezależnie od artykułów programowych i opiniotwórczych „Kupiec Polski” na swoich łamach przynosił informacje niezbędne dla każdego czytelnika-kupca. Drukował sprawozdania z posiedzeń organizacji gospodarczych za czele z Izbą Przemysłowo-Handlową, Kongregacją Kupiecką i Stowarzyszeniem Kupców i Młodzieży Handlowej w Krakowie. Regularnie też przynosił informacje o działalności Ligi Pomocy Przemysłowej, Centralnego Związku Galicyjskiego Przemysłu Fabrycznego, Stowarzyszenia Samopomocy Doróżnej w Krakowie, Stowarzyszenia Wzajemnej Pomocy Kupców i Młodzieży we Lwowie. Szczególną uwagę „Kupiec Polski” poświęcił obchodom 500-lecia za-

⁸⁴ *Nowa ustawa przemysłowa*, KP 1907, nr 2 z 15 I, s. 2.

⁸⁵ *Potrzeba eksporterów*, KP 1907, nr 11 z 1 VI, s. 4–5.

⁸⁶ *Jak i gdzie zakładać handle*, KP 1907, nr 17 z 1 IX, s. 4–5; nr 19 z 1 X, s. 3; F. Szukiewicz, *O potrzebie wiejskiego handlu hurtowego*, KP 1908, nr 14 z 15 VII, s. 2–4; nr 15 z 1 VIII, s. 4–5; nr 16 z 15 VIII, s. 5; tenże, *Z doświadczeń i rozmyślań starego kupca*, KP 1908, nr 18 z 15 IX, s. 2–4.

łożenia krakowskiej Kongregacji Kupieckiej, przypadających w 1910 roku. Omówił okoliczności powołania jej w roku 1410 oraz dalsze dzieje, zrelacjonował przebieg uroczystości, nazywając je „świętem kupiectwa polskiego”⁸⁷.

W dziale towaroznawstwa omawiano poszczególne produkty, odgrywające ważną rolę w wymianie handlowej (np. kawa, herbata, cukier itd.). Stopniowo zagadnienie to ulegało rozszerzeniu. Pojawiały się notatki o międzynarodowych wystawach, szkolnictwie zawodowym, literaturze fachowej czy też gałęziach wytwórczości przemysłowej. Umieszczano również praktyczne rady i wskazówki. Ich zakres tematyczny był bardzo różnorodny. Dotyczyły one przede wszystkim działalności kupieckiej, m.in. wyboru miejsca na sklep, ochrony przed nieuczciwym dłużnikiem, ochrony przed odebraniem niezamówionego towaru, korespondencji kupieckiej, wzorów listów. W zakresie funkcjonowania rynku finansowego informowano o umorzeniu weksli, ulgach podatkowych, pożyczkach hipotecznych, stemplach na rachunki kupieckie. Istotne z punktu widzenia potrzeb i interesów zwykłych sprzedawców były porady prawne z zakresu kodeksu handlowego czy też działalności sądów przemysłowych.

„Kupiec Polski” dostarczał również bieżących informacji o programach szkół handlowych, decyzjach władz miejskich, samorządowych i administracji publicznej, przepisach kolejowych i granicznych. Wszystko to miało ułatwiać kupcom działalność gospodarczą i wyjazdy w celach handlowych.

Wartościową inicjatywą „Kupca Polskiego” było podawanie aktualnych cen. Początkowo drukował on cennik krakowskiej hali zbożowej. Od maja 1907 roku zamieszczał również ceny cukru, kawy, smalcu wieprzowego, słoniny i nafty w Wiedniu, wysokość cła przywozowego od powyższych produktów. Ponadto drukował kursy walutowe (rubli papierowych, marek niemieckich, franków papierowych i złotych monet o nominale 20 franków). Podawano również na bieżąco inne taryfikatory, np. opłaty za badania środków spożywczych i produktów codziennego użytku, podlegających kontroli sanitarnej.

Wśród krótkich doniesień prasowych na łamach „Kupca” pojawiały się obszernie artykuły, omawiające aktualną sytuację gospodarczą

⁸⁷ *Pięćsetletni jubileusz Kongr. Kup. w Krakowie*, KP 1910, nr 13 z 1 VII, s. 1-2; *Święto kupiectwa polskiego*, KP 1910, nr 14 z 15 VII 1910, s. 1-6, 9-10; *Kongregacja Kupiecka w Krakowie*, KP 1910, nr 15 z 1 VIII, s. 1-4.

Galicji. Szczegółowej analizie poddano przemysł naftowy⁸⁸, funkcjonowanie jarmarków⁸⁹, zatrudnienie w rolnictwie, handlu i przemyśle⁹⁰. Jeden z tekstów poświęcono wytwórni wódek w Izdebniku⁹¹. Na podstawie pracy Artura Benisa scharakteryzowano zasoby i rozwój ekonomiczny Zagłębia Krakowskiego⁹². „Kupiec Polski” przytoczył artykuł z „Nowej Reformy”, wskazujący na dominującą pozycję kapitału niemieckiego w powyższym okręgu⁹³. Z inicjatywy redakcji Leonard Bier, starszy inspektor c.k. zakładu badań środków spożywczych w Krakowie napisał cykl artykułów o podrabianiu i fałszowaniu żywności⁹⁴.

Analizując numery „Kupca Polskiego” z lat 1907–1913, należy stwierdzić, iż nie koncentrował się on na problemach Krakowa i zaboru austriackiego. Zamieszczano wiele materiałów o życiu gospodarczym pozostałych dwóch zaborów. Ze szczególną skrupulatnością analizowano działalność gospodarczą Wielkopolan w okresie nasilenia polityki germanizacyjnej władz niemieckich⁹⁵.

Zainteresowaniem redakcji cieszyły się również zagadnienia sytuacji gospodarczej na świecie. Na wyróżnienie zasługują materiały o wymianie handlowej Anglii z Austro-Węgrami, bilansie handlowym monarchii habsburskiej, komunikacji kolejowej w Wielkiej Brytanii, międzynarodowym rynku pieniężnym, austriackim przemyśle żelaznym i handlu zbożowym, historii gospodarczej Stanów Zjednoczonych w XIX stuleciu, monopoli naftowym w Niemczech.

⁸⁸ A. Rambausek, *Galicyski przemysł naftowy a kupcy*, KP 1908, nr 24 z 15 XII, s. 2–3; nr 1 z 1 I, s. 3–5; nr 2 z 15 I, s. 1–3.

⁸⁹ *W sprawie jarmarków*, KP 1909, nr 3 z 1 II, s. 8–9; nr 4 z 15 II, s. 4–5.

⁹⁰ *Jaki mamy handel w Galicji*, KP 1909, nr 2 z 15 I, s. 6. Artykuł ten został przygotowany na podstawie pracy F. Bujaka, *Galicja* i VIII tomu *Podręczniki statystyki Galicji*, red. Tadeusz Pilat.

⁹¹ *25-lecie fabryki wódek jarzębowych w Izdebniku*, KP 1909, nr 17 z 1 IX, s. 4–5.

⁹² *Bogactwo Zagłębia Krakowskiego*, KP 1910, nr 19 z 1 X, s. 2–3; *Bogactwo Galicji*, KP 1910, nr 20 z 15 X, s. 4–5; nr 21 z 1 IX, s. 1–2.

⁹³ *Smutna prawda*, KP 1912, nr 2 z 15 I, s. 9–10.

⁹⁴ L. Bier, *Kilka uwag dla naszego kupiectwa ze względu na ust. o obrocie handl. Środkami spożywczymi*, KP 1908, nr 24 z 15 XII, s. 6–7; 1909, nr 1 z 1 I, s. 8; nr 3 z 1 II, s. 4–5; nr 5 z 1 III, s. 4–5.

⁹⁵ Por. m.in.: *Z życia kupiectwa w Poznańskim*, KP 1909, nr 6 z 15 III, s. 5–6; *Kupiectwo w Poznaniu*, KP 1909, nr 10 z 15 V, s. 9–10; *Z walki kupiectwa polskiego w zaborze pruskim*, KP 1910, nr 17 z 1 IX, s. 5; *Śp. Ks. Patron Wawrzyniak*, KP 1910, nr 22 z 15 XI, s. 7–8, *Organizacja kupiecka w zaborze pruskim*, KP 1911, nr 7 z 1 IV, s. 4; *Handel polski pod zaborem pruskim a wywłaszczenie*, KP 1912, nr 24 z 15 XII, s. 9–10.

9. Bieżące problemy

Profil pisma kształtowany był równolegle i pod wpływem bieżących problemów gospodarczych w Galicji i całym państwie, które zaistniały w latach 1907–1913. Szczególną uwagę poświęcono wygasającemu w 1910 roku prawu propinacji, uregulowaniu handlu solą w Galicji. Artykuły te przynoszą bardzo interesujące informacje odnośnie do postawy kupców wobec wspomnianych zagadnień. Stanowią też pożyteczne źródło do historii społeczno-gospodarczej Galicji w przededniu I wojny światowej.

„Kupiec Polski” zdecydowanie wystąpił przeciw obniżeniu prowizji przy sprzedaży soli przez Wydział Krajowy pod pretekstem walki z nadużyciami. Zdaniem pisma nie gwarantowało to poprawy sytuacji, ale naruszało interesy właścicieli sklepów. Domagało się ono poprawy jakości wydobywanej soli i modernizacji państwowego monopolu⁹⁶. Szczegółowej analizie podano funkcjonowanie monopolu solnego, w szczególności pod kątem interesów kupców i konsumentów. Uznano prawo władz do uregulowania spraw handlu wewnętrznego, lecz powinno się ono opierać na „zasadach zdrowego zmysłu ekonomicznego”. Wskazywano na nadużycia przywileju solnego przez Wydział Krajowy⁹⁷. Redakcja „Kupca” wniosła na ręce posłów Jana Kantego Federowicza, Jana Wasunga i Teofila Merunowicza pismo, w którym postulowała uregulowanie handlu solą przy zastosowaniu następujących zasad: przyznanie detalistom prowizji w wysokości 10% od soli sprzedawanej w paczkach, polepszenie jakości soli, wprowadzenie na rynek paczek o wadze 0,5 kg dla uboższych klientów, wprowadzenie do handlu soli kruchowej dla bydła. Starania te odniosły częściowy sukces. Przede wszystkim poprawiono jakość soli w obrocie handlowym⁹⁸.

Wobec wygaśnięcia z dniem 31 grudnia 1910 roku prawa propinacji w Galicji, w publicystyce „Kupca” na czołowe miejsce wysunęły się artykuły analizujące jego skutki i możliwości zarobkowania przez

⁹⁶ *Handel solą w Galicji*, KP 1908, nr 15 z 1 VIII, s. 2–4; nr 16 z 15 VIII, s. 1; nr 17 z 1 IX, s. 3–4.

⁹⁷ *W sprawie handlu solą*, KP 1909, nr 20 z 15 X, s. 9, 11, 13; nr 21 z 1 XI, s. 3; *Jeszcze w sprawie handlu solą*, KP 1919, nr 17 z 1 IX, s. 7; KP 1909, nr 22 z 15 XI, s. 3–4; *Jeszcze w sprawie sprzedaży soli*, KP 1909, nr 23 z 1 XII, s. 13.

⁹⁸ *W sprawie soli*, KP 1909, nr 1 z 1 I, s. 6–7.

kupców w nowej sytuacji. Przytoczył on tekst głównych ustaw propinacyjnych i rozporządzeń Namiestnictwa. W całości podał krajową ustawę o opłatach szynkarskich, która weszła w życie w roku 1911. Omówił również warunki uzyskania koncesji oraz zasady jej wykonywania. Apelował do kupców, aby rozpoczęli starania o koncesje na handel detaliczny trunkami w zamkniętych naczyniach i wnosili odpowiednie podania do starostw⁹⁹. Aby ułatwić ich uzyskanie, podano wzór podania o wyszynk piwa, wina i wódki¹⁰⁰. Natomiast Bruno Josefert w szczegółowy i wyczerpujący sposób omówił sprzedaż alkoholu po wprowadzeniu systemu koncesyjnego¹⁰¹.

Założenie „Kupca Polskiego” zbiegło się z wyborami do Rady Państwa. Korelację tę redakcja wykorzystwała do zaprezentowania swojego programu politycznego. Stwierdzała w nim przede wszystkim, iż sfery handlowe nie są należycie reprezentowane w Sejmie Krajowym i parlamencie wiedeńskim. Zdaniem redakcji roli tej nie wypełniali należycie delegaci izb przemysłowo-handlowych, broniąc interesów wielkiego przemysłu i handlu kosztem handlu detalicznego. Pismo nie wysuwało postulatu powołania odrębnej partii kupieckiej. Domagało się od działających stronnictw politycznych uwzględnienia interesów sfer handlowych w programach oraz umieszczania kupców na listach kandydatów do ciał ustawodawczych. Jednocześnie apelowano do wyborców, aby popierali przedsiębiorców, ubiegających się o mandaty poselskie¹⁰². Jednocześnie zapewniano, iż żądania te nie wynikały z „egoizmu zawodowego”, lecz z troski o dobro ogółu społeczeństwa, ponieważ „Interes całego kraju wymaga, aby kupiectwo miało w Sejmie należyte przedstawicielstwo, i aby skończył się nareszcie u nas okres bagatelizowania spraw kupieckich”¹⁰³.

⁹⁹ *Wobec wygaśnięcia prawa propinacji*, KP 1909, nr 15 z 1 VIII, s. 1–7, nr 16 z 15 VIII, s. 2–3.

¹⁰⁰ *Walka o koncesje szynkarskie*, KP 1910, nr 5 z 1 III, s. 4; *Podania o koncesje szynkarskie*, KP 1910, nr 7 z 1 IV, s. 6.

¹⁰¹ B. Josefert, *Po wygaśnięciu prawa propinacji*, KP 1911, nr 3 z 1 II, s. 1–2; nr 4 z 15 II, s. 1–2; nr 5 z 1 III, s. 1–2; nr 6 z 15 III, s. 1–2; nr 7 z 1 IV, s. 1–2; nr 8 z 15 IV, s. 4–5; nr 9 z 1 V, s. 2.

¹⁰² *Kupiectwo nasze, a wybory do Rady Państwa*, KP 1907, nr 4 z 4 II, s. 1–3; *Żądajmy mandatów dla kupiectwa*, KP 1907, nr 7 z 1 IV, s. 1–3; A. Porębski, *Wybory do Sejmu*, KP 1908, nr 4 z 15 II, s. 7–8.

¹⁰³ *Dlaczego żądamy należytej reprezentacji w Sejmie?*, KP 1907, nr 22 z 15 XI, s. 2.

„Kupiec Polski” nie zajął wyraźnego stanowiska wobec reformy wyborczej do Sejmu Krajowego, ponieważ — zgodnie ze swym profilem — zrezygnował z dyskusji na tematy polityczne. Wyraźnie jednak zaakcentował potrzebę zwiększenia reprezentacji miast i kupców¹⁰⁴. Krytycznie odniósł się do projektu Michała Bobrzyńskiego, ponieważ nie przyznawał on kupiectwu żadnego przedstawicielstwa, a prawa wyborcze przydzielił radom miejskim, izbom adwokackim, notarialnym, lekarskim, inżynierskim i przemysłowo-handlowym oraz korporacjom rzemieślniczym¹⁰⁵.

W 1911 roku redakcja „Kupca Polskiego” włączyła się w kampanię przedwyborczą. Dla kupców domagała się w nowym Kole Polskim 3–4 mandatów, ponieważ stanowili oni 5–6% ogółu społeczeństwa. Aby zrealizować ten dezyderat, zaproponowała sojusz sfer handlowych, rzemieślniczych i przemysłowych, gwarantujący większe szanse na sukces wyborczy. Jednocześnie poparła kandydaturę Maurycego Dattnera w okręgu chrzanowskim. Zaapelowała do polityków o rodowodzie kupieckim, a mianowicie do Jana Kantego Federowicza i Ludwika Halskiego, aby przekonali swoje władze partyjne do wystawienia kupieckich kandydatur¹⁰⁶.

Kolejnym problemem koncentrującym uwagę „Kupca Polskiego” był przerost biurokracji w życiu gospodarczym Galicji. „Nie może społeczeństwo rozwijać się — pisano na łamach pisma — jeżeli jest przeciążone rządami biurokracji. Chociażby ona była nawet najlepszymi chęciami ujawniona, zawsze będzie paraliżowała samodzielne życie gospodarcze”¹⁰⁷. Wskazywano również na potrzebę sprawnego funkcjonowania urzędów pocztowych i rozbudowy sieci telegraficznych. Za zły stan telekomunikacji obciążono władze centralne, które nie inwestowały w Galicji¹⁰⁸. Wiele miejsca poświęcano unowocześnieniu transportu kolejowego, jak choćby wyeliminowaniu opóźnień w dostawach i wyładunku towarów.

¹⁰⁴ *Kupcy, a reforma ordynacji wyborczej do Sejmu Krajowego*, KP 1907, nr 19, s. 1–2.

¹⁰⁵ *Strzeżmy swoich praw*, KP 1907, nr 21 z 1 XI, s. 1–2.

¹⁰⁶ *Jeszcze w sprawie wyborów*, KP 1911, nr 9 z 1 IV, s. 1–2; *Przed wyborami do parlamentu*, KP 1911, nr 8 z 15 IV, s. 3–4.

¹⁰⁷ *Biurokracja a praca społeczna*, KP 1912, nr 5 z 1 III, s. 1–2.

¹⁰⁸ *Niedomagania pocztowe*, KP 1907, nr 5 z 1 III, s. 3–4, *Nasza poczta*, KP 1909, nr 18 z 15 IX, s. 1–3; *Upośledzenie Galicji w dziedzinie poczty, telegrafu i telefonu*, KP 1909, nr 22 z 15 XI, s. 4–6.

10. Historia

Teksty obrazujące współczesne problemy społeczno-gospodarcze zdominowały szpalty „Kupca Polskiego”. Jego redakcja nie pominęła jednak tematyki historycznej. Opierając się na opracowaniach S. Kutrzeby, wydrukowała artykuły o historii handlu Krakowa i Lwowa w średniowieczu. W 1911 roku zamieszczono esej pt. *Z przeszłości kupiectwa polskiego*, który w całości poświęcono rodzinie Bonerów¹⁰⁹. W szkicu *Z przeszłości mieszczaństwa polskiego* omówiono dzieje Poznania, życie jego mieszkańców i handel w XVIII wieku¹¹⁰. Kontynuując wątek dziejów Polski, opublikowano w 1912 roku cykl „Miasta w Polsce”, w którym omówiono m.in. sylwetki Jana Dekerta i Antoniego Tyzenhauaza, oraz cykl „Przemysł w dawnej Polsce”, poświęcony historii rzemiosła i manufaktur.

Rocznice powstania styczniowego w 1913 roku „Kupiec Polski” wykorzystał do wysunięcia hasła „niepodległości ekonomicznej”. Powinna się ona wyrażać w rozbudowie własnego przemysłu i solidaryzmie gospodarczym¹¹¹.

■ ■ ■

Rok 1913 nie zamyka historii „Kupca Polskiego”. Został on reaktywowany w 1925 roku, stając się organem prasowym krakowskiej Kongregacji Kupieckiej. Na rynku prasowym funkcjonował do wybuchu II wojny światowej. Okres ten jednak stanowi już odrębny problem badawczy.

¹⁰⁹ *Z przeszłości kupiectwa polskiego*, KP 1911, nr 2 z 15 I, s. 6; nr 3 z 1 II, s. 6, 9–10; nr 4 z 15 II, s. 5–6.

¹¹⁰ *Z przeszłości mieszczaństwa polskiego*, KP 1911, nr 7 z 1 IV, s. 6–7.

¹¹¹ *W pięćdziesiątą rocznicę*, KP 1913, nr 3 z 1 II, s. 55.