

# *Whiskaubandus*



**Nr. 6**

**1938**

E. VELLESOO

## SISU:

J. PÖDRA:	Aastavahetusel.
V. PEDAJAS:	Jõulud on ukse ees
Vann. adv. J. MÖTTUS:	Ühtlustatud veksliseadus ja tšekiseadus.
A. UDAM:	Ideoloogilisi mõtteid praktilisel käsitlusel.
K. PETERSON:	Ühiskaubandusühingute tegevusest 1938. a.
P. SIMSON:	Hooajakaubad.
E. VELLESOO:	Ühiskaubanduse omatööstustoodete väljapanekuist.
O. KUUSMAA:	Kindlustamisest tuleõnnetuse vastu.
E. KINDEL:	Uute kaubaartiklite müügilevõtmisest.
V. KARU:	Kaupade tellimisest.
J. JAANRE:	Haaravat silmale ja kõrvale!

Välismaa ajakirjadest.

Kaubaturu ülevaade.

Kroonika.

# Ühiskaubandus

ÜHISKAUBANDUSE TEOORIA JA PRAKTIKA AJAKIRI

ILMUB KUUS KORDA AASTAS • VASTUTAV TOIMETAJA A. UDAM

Nr. 6 — 1938

II aastakäik

## Aastavahetusel

Mööduv aasta on toonud ühiskaubanduse positsioonidele uut kindlustamist ja välispidist tunnustamist. On läinud lõplikult ajalukku kriisiaegade meeolud, kus kadus usk ja leidis aset kõige mustem pessimism. Ühiskaubandus sammub praegu täiel rindel oma seisukohtade stabiliseerimise teel, on täis tööindu ja loomisehoogu. Kuigi läbimüügid ei ole tõusnud eelmiste aastate kiirusega, siis ei ole ka võistlevad ringkonnad näidanud ühiskaubandusest suuremat edu.

Läinud suve ja sügise jooksul oli võimalus külastada ligikaudu 100-t ühiskauplust. Võib julgesti väita, et praeguste ühiskaupluste tase kujutab endast klassi omaette. Ühiskaupluste välimus, kauba valik, müüjaskonna koosseis, nende kutseoskuslik tase ja käitumine ostjaskonnaga on kõikjal kõrgem kui naaberkauplustel. Mõned üksikud juhuslikud erandid ei ole nimetamisväärsed. Jäüb vaid soovida, et ühiskaubandus oma saavutusi kindlalt kaitsta ja edasi viia oskaks ega loorberitele puhkama ei heidaks. Kõige enam tekitab seda kartust ühingu

tegeliste liikmete värbamisel. Pealegi olgu toonitatud, et meie saavutuste hindajaks ei ole ainult võistlajate tase. Meie püstitame oma eesmärgi iseseisvalt ja peame lakkamatult töötama nende teostamiseks.

### ÜLESANDEID.

Aasta lõpul tundub vajalikuna — soovitada ühinguile asuda aegsasti bilansside kontrollimisele, deebitoride nimekirjade läbivaatamisele ja väljas olevate summade sissenõudmisele ning seisvate kaupade likvideerimisele jõulu-hooajal. Kõik need on ülesanded, mis paratamatult tulevad teostada igal aastal uuesti. Kuid nüüd peaksime veel edasi jõudma, meie ühingute asjaajamine peaks kujunema niivõrd eeskujulikuks, et meie suudaksime oma aasta-aruanded valmis teha hiljemalt jaanuarikuu lõpuks. Paljud ühingud koostavadki oma aruanded juba jaanuari kestel, kuid kaugel suuremas osas venib aruannete koostamine kevadkuudele. Nõue aasta-aruannete valmistamiseks jaanuari lõpuks ei ole teostatatu. ETK, kui

keskasutuse, aruanded oma laialdase ühingute ning tuhandetesse ulatuvate sise- ja välismaa kaubamuretsejate ja korrespondentide võrguga, harukontorite ja tööstusettevõtete ga — suudetakse koostada ühe kuu kestel. See on ka kohalikul ühingul täiel määral võimalik. Keskasutuse aruannete valmistamist takistab pealegi ühingute arvete võrdlemise aeglane käik. Et aruannete koostamine ühingu is viibiks, selleks on vaja hiljemalt detsembris korraldada kõik lahtised vahekorrad kaubamuretsejate ga ja teiste asutustega, kus on mingisuguseid vaidlusi või otsustamisel olevaid küsimusi.

Detsembris tulevad teostada kõik eeltööd inventuuri kiireks läbiviimiseks. Põhjendustel eeltöödega venitamises jõulueelse hooaja kiiruse ettekäändel on aluseid vaid üksikutel juhtudel, sest viimastel aastatel ikka enam ja enam ilmneb nähe, et jõulueelsed ostud jagunevad pikemale ajavahemikule ja erilist eelvust võib märgata vaid mõnedel üksikutel pühade eelsetel päevadel. Detsembrikuu kuulugu kogu asjaajamise kontrollimiseks ja raamatupidamise viimiseks à jour. Kui kõik süürased eeltööd on sooritatud, siis ei nõua aruande kiire koostamine mingit üliloomulikku pingutust. Inventuuride lehtede hindamine ja arvestamine tuleb teostada hoogtööna. Peame jõudma sinnamaale, et ühingu oma peakoosolekud saaksid pidada ära rõhuvas enamuses veebruaris ning ainult erandjuhtudel oleks lubatav peakoosoleku viimane märtsikuusse. Keskühingu peakoosolekuid on soovitatav pidada enne lihavõtteid. Kõikides organisatsioonides on normaalne jooksev töö teataval määral pidurdatud

kuni aasta-aruannete kinnitamiseni, seepärast kiirustagem peakoosolekute ga, et tegevus võiks aegsasti enne kevadise hooaja algust tüie hooga edasi areneda.

#### VAIMNE INVENTUUR.

On aeg ühtlasi mõlgutada mõtteid eeltuleva aasta ülesannetest. Eeloleval aastal tuleks eeskätt kiirustada mõnede üldpõhimõtete selgitamisega ja teadvusesse viimisega. Kõigi ettevõtivate toimingute õnnestumiseks on eeskätt määravad põhimõtted, milledest lähtutakse. Ka ühiskaubandusele oleme küll püstitanud terve rea üldtunnustatud tõdesid, kuid tegelikus tööruhmamises sageli kipuvad mitmedki mõisted tuhmuma.

Kõigepealt tuleb ikka jälle tuletada meelde, et ühistegevuses on isik — liige see keskpunkt, kelle ümber kõik meie huvide maailm peab keerlema. Ühiskaubandus ei ole siht omaette, vaid abinõu tarbijaskonna majandusliku heaolu kaitseks, majanduslikule ja vaimsele arengule kaasa aitamiseks. Tal on mõtet nüüpalju, kuidas ta suudab varustada ja teenida tarbijat.

Üksikühingu vääramatuks ülesandeks peab olema varustada iga tema piirkonnas olevat talu ja maja. Kahjuks näeme sageli, et seda põhimõtet hüljatakse ja selle asemel kiputakse tegevust kandma laiali, haarates maualasid, kuid seda tarbija hooletusse jätmisega ja temaga kontakti kaotamise hinnaga. Üksikühingu ainukene ja otsene ülesanne on teenida oma liiget ja ostjat, nüü nagu on keskühingu ülesanne — teenida oma liiget — ühingu. Keskühing ei tohi endale nõutada ainuõigust teiste kaubamuretsejate ees, küll aga eesõigust võrdse-

tes tingimustes. Ta peab suutma varustada ja toota paremini kui keegi teine. Ei ole põhjust varjata, et keskühingu võimed selles osas ka möödaval aastal kindlakujuliselt on tõusnud.

Need ülesanded vajavad kõikide ühiskaubanduse elementide tihedat koondamist ja tööjaotust, mitte illusõnalist vaid reaalselt, konkreetset. Mitte meeolotsemine ja tujutsemine, mitte energia raiskamine, vaid süstematilisel tegutsemisel on meie kategooriline imperatiiv. Koondumine, süstematilisel tegutsemisel nõuavad paratamatuid järelduste tõmbamisi olukorrast. Ühiskaubanduse jõu koondamine on mõeldav ainult keskühingu kaudu. Keskühingul ei lasu ainult kohustus teenida ja varustada üksikult iga oma liiget, vaid temal lasub ka moraalne vastutus ning otsene kohustus kaitsta kõikide keskühingu ümber koondunud ühingute ja nende liikmeskonna huvisid. Sellest järgneb, et peab selgemalt ja järjekindlamalt kujundama välja keskühingu ja tema liikmeskonna vastastikused õigused ja kohustused.

#### ÜHISKAUBANDUSE HUVID JA OMATOODANG.

Eelolev aasta töötab tõsta päevakorraks konkreetset mõned müügipoliitilised ja müügitaktilised küsimused, seda peamiselt keskühingu ja ühingute äriliste vahelkordade täpsema määramise suunas. Ei ole loomulik kui keskühing oma esinduskaupu ja tooteid müüb ühingute võistlejatele rajoonis, kus kohalik ühing suudab ja tahab täiesti rahuldada ostjaskonna vajadusi.

Samuti ei ole loomulik kui ühingud sõlmivad esinduslepinguid võõraste

kaupade ja toodete peale aladelt, kus keskühingu samaliiki kaubad on leidnud ostjaskonna üksmeelset kiitust ja tunnustust. Iga ost, mida ühing ilma mõjuvate põhjusteta teeb väljaspool ühiskaubanduse organisatsiooni, on kahjusaatmine teistele ühingutele ja tarbijaskonna huvide reetmine. Ühingute ja keskühingu õigused ja kohustused saavad olla vaid vastastikused, mitte kunagi ühepoolised.

Lõpuks peab eeloleval aastal ühiskaubanduse omatoodang leidma senisest ulatuslikumat tähelepanu. Omatoodang on saavutanud üksmeelse tunnustuse sisuliselt, kuid on aeg, et temale seda tunnustust ei keelataks ka vormiliselt, kõikide sellest tulenevate järeldustega. Ühistegevus — nagu iga teine rahvahulkasid kaasatõmbav liikumine — peab olema pidevalt kantud sisemisest dünaamikast. Ühiskaubanduses on selleks omatoodangu arendamine. Tootmine on suurim probleem, mis meie ühiskaubandusel kunagi olnud või tuleb lahendada. Peale muude üldtuntud kaalutluste on ühistegelikul omatoodangul Eestis veel kaks erilist ülesannet: anda tarbijale võimalus osta puht-rahvusliku ettevõtte tooteid ja tuua tervemaid arusaamisi tööstusaladele.

Ühistegelik omatoodang lähtub seisukohtadest, et tootmist tuleb teostada ilma eriliste riiklikkude soodustuste ja toetamisteta. Kergetööstuse osas ei tohiks need juhtmõtted olla teostamatud.

Kõikides arenenud ühiskaubanduse maades on omatoodang aukohal. ETK omatoodang moodustas 1937. aastal 21,3% läbimüügist. Alguse kohta on see küllaltki tunnustamisväärne, kuid



hindamisel tuleb pidada silmas, et ETK omatoodangust moodustavad tubakasaadused suurema osa, mille hinnast rõhuv osa langeb riiklikule aktsiisile ja tollile ja seega ei kujuta endast otsest tööstusliku toodangu väärtust. Võrdluseks olgu meelde tuletatud, et kõige kaugemale on omatoodanguga jõudnud Rootsi, kus K. F. valmistab 63,6% kogu tema poolt müüdavatest kaupadest. Norras on see protsent 44, Tšehhi keskühingul 35,7, Inglise kesk-

ühingul 34,1, Šoti keskühingul 29,3 ja Taani keskühingul 28,8.

Ühiskaubanduse mõju, tema erikaal majandusel ja tema tunnustus ostjaskonnalt tugineb omatoodangule.

Eelolev aasta toogu uut hoogu omatoodangu idee süvendamisele, mis ühingute ja ostjaskonna heatahtlikul suhtumisel ja kaasaitamisel võimaldaks ühiskaubandusel asuda uute ja ulatuslikumate ülesannete teostamisele.



## Jõulud on ukse ees

V. Pedajas

Jõulud on ikka toonud suurema eelvuse kauplustesse; pühade väärrikaks möödasaatmiseks ja lähedaste meelepidamiseks tarbijad kulutavad rohkem ja nõuavad mitmekesisemat. Nende soovide rahuldamine ja tarbijate jõuluostude koondamine ühiskauplustesse nõuab aga põhjalikku ja varakut ette- ja läbimõtlemist ning rohkeid ettevalmistusi, et mitte jääda hiljaks ja jätta tegemata, mida võiks teha tarbijate nõudmiste täielikumaks rahuldamiseks.

„Pealahingud“ lüüakse umbes nädal enne pühi; kuid eeltööd peavad algama aegsasti — nii novembri lõpu poole — et olla õigel ajal valmis jõulumüügi kõrgepingeks. Tuleb läbi kaaluda rohkete eeltööde sujuvaks läbiviimiseks eelkava ja läbi mõelda

kavatsetav taktika parimate tagajärgede saavutamiseks. Tõmmatagu, kus vähegi võimalik, müügitegelasi kava koostamisele kaasa, tutvustada neile seda ja arutades nendega mitmesuguseid võimalusi jõulumüügi tõhusamaks korraldamiseks. Head ideed sünnivad paremini ühistel nõupidamistel!

On mitmeid asju, mida tuleks silmas pidada ühenduses jõuluhoajaga ja mida on tarvis läbi mõelda. Tuleks selgitada endale, milliseid vaateaknaid teha ja mis ajal; milliseid jõulukaupu on olemas, milliseid tellida, kui palju tellida; kuidas korrastada kauplus nii seest kui väljast; kunas, kus ja mis kaupadest teha eriväljapanekuid; kuidas koondada jõuluoste ühiskauplustesse ja ühtlasi siduda

tarbijaid püsivamalt ühingu. Ei saa muidugi unustada pärast-jõulust aega ja eriti uut aastat.

### **Kaupa peab olema küllaldaselt!**

Tuleb muidugi esmajoones mõelda kaubalao täiendamisele, sest jõulude eel on harilikegi kaupade minek niivõrd suur, et nõudmiste rahuldamiseks peavad tellimised olema tavalistest suuremad. Sääraste tavaliste artiklite — peamiselt majapidamise ja rõivastuse alalt, nagu fajanss- ja klaaskaubad, riided, jalanõud jne. — puudumine või mitteotstarbekohane valik võib kergesti põhjustada ostja minekut sinna, kus ta saab kõiki oma oste sooritada võimalikult koos ja korraka.

Tuleb seepärast hinnata võimaliku müüki, võttes aluseks möödunud aasta jõulutellimisi ja arvestades kohapealseid võimalusi ja nõudmisi. Arutatagu kavatsesetavad tellimised ka vastutavate müügitegelastega läbi, kes olles rahvaga tihedas kokkupuutumises, võivad anda häid näpunäiteid. Tellimiste koostamisel tuleb silmas pidada hulki, s. t. kui palju loodetakse läbi müüa, kuid tuleb tähelepanu pöörata ka artiklitele, kaaludes nende müügivõimalusi.

Et tellitud hulki ka tõesti läbi müüa ja saavutada paremaid tulemusi võrreldes möödunud aastatega, tuleb aegsasti ja aktiivselt asuda kõigi võimaluste kasutamisele, mis aitaksid ülesseatud eesmärgi saavutamist.

### **Kaupluses tuleb luua eeljõulune, pidulik meeleolu!**

Pearõhk asetatagu kaupluse korrastusele ja väljapanekutele. Kaup-

lus säragu valgusest ja puhtusest, sest jõulud on rõõmupühad! Kaunistatagu ka ruumid pidulikumaks, kattes riulipealsed tühjad seinaosad papist lõigatud kuuseokstega, küünaldega, tähtedega või sobivate plakattidega (vt. ka „Ühiskaubandus“ 1937. a. nr. 6 lisa); samuti võib kaunistada ka valgustuskehad. Korrastagem ka kaupluse lähem ümbrus — näiteks, peale muu, suured kuuseoksad ukse kõrval, hiljem (särav) kuusk jne. Pidulikuma mulje jätmiseks ja ostjate tähelepanu köitmiseks, valgustatagu kauplus — kui vähegi võimalik — õhtuti kauemini. Kauplus pääseb paremini mõjule, eriti kui sees olevad kaupade väljapanekud on ka näha.

Erilist tähelepanu tuleb aga pühendada just kaupade väljapanekuile nii kaupluses kui vaateaknal. See on parim abinõu tarbijate ostude koondamiseks ühiskauplusesse ja annab seda tõhusamaid tulemusi, mida põhjalikumalt eeltööd on läbi kaalutud ja viidud.

Ärgu piirduatagu väljapanekute korraldamisel üksnes vaateakendega, vaid kasutatagu kindlasti ka riuleil ja letil avanevaid võimalusi. Head vaateaknad, nägusad väljapanekud ja eeskujulik kaupluse korrastus aitavad kõige paremini kaasa, et ei jääks üle kaupu, millede realiseerimisega pärast pühi on raskusi.

Et kõik tööd ei võtaks palju aega siis, kui seda on vähe, tuleb kõike juba ette valmis mõelda, kavandades väljapanekud ja tehtavad tööd ka ajalisel, ning teha aegsasti kõik tarvilikud eelkavandid ja seejärgi tehnilised eeltööd, milliseid jagatakse müügitegelaste vahel nende kiiremaks teostamiseks.

## **Kasutagem kõik võimalused jõulümüükide arendamiseks!**

Väljapanekute eeskujuliku korralduse kõrval kaalutagu ka teisi võimalusi, mis aitaksid kaupluse jõulümüüke tõsta. Need olenevad palju kohalikest oludest ja määrav seejuures on müügitegelaste leidlikkus ja aktiivsus. Tuleks silmas pidada organisatsioonide ja koolide jõulupuid, sidudes neid kaubamüügi kõrval ka võimaluse korral ja sobival viisil ühistegeliku selgitustööga; võiks ostjaile varakult kaasa anda ja ka koju saata paljundatud lehekeseid samasuguse „meelespidamise lehekese“ kujul nagu need on tarbijail tavalisti kaasas. Lehekene võiks olla pealkirjastatud: „Vaja osta NN ühiskauplusest“, millele järgneksid kaubanimetused ja punktiirjooned hulkade jaoks. Peale tavalisemate jõulu ajal ostetavate kaupade tuleks märkida muidugi ka neid, milliseid võimalik ühiskauplusest osta ja mis sobivad kingitusiks.

Võiks kaaluda ka erinimestiku koostamist kaupadele, milliseid ühing telliks ostjaile nende varakul eritellimisel tavaliste, sellega seotud tingimuste täitmisel. Nimestik tuleb muidugi kaupluses nähtavalt välja paigutada.

Samuti võiks näiteks mõelda ühingu jõuluvanale, kes võtaks kaasa ostjate poolt varem valmisostetud ja tasutud kingitused ja viiks neid kodust koju, talust tallu soovitud ja sobivate lausetega kingituste saajaile, peamiselt lastele, kätte. Üllatus ja rõõm oleks muidugi suur ning säärase võimaluse kasutamise juhus tõmbaks loomulikult palju ostjaid juurde.

## **Mõelgem müügitöö läbiviimisele!**

Kõige selle juures tuleb teha ettevalmistusi, mis aitaksid hõlbustada ja kiirendada ostjate teenimist. Palju kaupu ostetakse ühesuurustes hulka; on seepärast otstarbekohane neid juba aegsasti valmis kaaluda; näiteks suhkur — ½, 1 ja 2 kg pakised. Samuti võiks teha, vähemalt osaliselt — jahudega, maiustustega, heeringatega. Säärased valmiskaalutud pakid, asetatuina müüjate lähedusse, hõlbustavad ja kiirendavad suuresti nende tööd. Sama saavutatakse ka kaupade otstarbekohase asetusega ja osaliselt ka müüjate tööülesannete jagamisega, niipalju kui on võimalik siduda neid ühe osakonnaga kiirel jõulu-hooajal. Igal juhul tuleks aga hoolitseda selle eest, et vanemad müügitegelased oleksid rohkem seotud säärase kaupade müügiga, mis nõuavad suuremaid kogemusi, kuna nooremad ja abijõud tegeleksid enam puht-jõulukaupe müügiga.

Samuti on otstarbekohane töö hõlbustamise ja osalt võistluse mõttes anda igale müüjale eri-tšekiraamat ja pliats. et tšekkide kirjutamisel ei esineks takistusi ja ühtlasi oleks iga müügitegelase püüdeks saavutada suuremat isiklikku läbimüüki. Tagajärgede hindamisel, kui seda tehakse, tuleb muidugi arvestada ka kaupade iseloomu ja hinnata ka tšekkide arvu.

Tuleb müügitegelastele eriti südamele panna, et tarbijate teenimine jõulu-hooajal oleks kiire ja et oldaks — hoolimata närveldavast pingest — lõpuni lahke ja rõõmsameelne ostjate vastu. Lahkus ja naeratus võidab igäüht! Tuleb kindlasti hoolitseda, et müügitegelased ja eriti abijõud teaksid, mis jõulukaupe on kauplu-



ses ja milliseid erikaupu müüakse seoses pühadega; tuleb aegsasti tutvuneda kaupade asukohtadega ja hindadega — teadmatust on sageli olnud peamiseks põhjuseks, miks palju kaupu jääb järele. Tuleks samuti hoolitseda, et vanemad müügitegelased õpetaksid nooremaid jõulumüügi erijuhuseis, selgitades milliseid kaupu müüakse koos ja milliseid tuleks seepärast ostjaile meelde tuletada. On ju selge, et ostjal ununevad kiire askelduse tõttu mõned artiklid. Küsida ostjailt — kas veel midagi? ei anna kuigi suuri tagajärgi. On seepärast otse tarvilik, et iga müüja jätaaks aegsasti meelde rea jõuluartikleid ja küsiks siis ostjalt, kas ta on need juba ostnud. Sellega tullakse ostjale suuresti appi ja tema teenimine toimub ühtlasi kiiremini.

Kingitusartiklite müümisel, kui ostjal soov pole veel kindlakujuline, küsitagu kellele soovitakse kinkida ja — tarbekorral — kui palju on kavatsatud kulutada kingitusele, ning

tehtagu siis kohe omapoolseid ettepanekuid, kinnitades neid kauba näitamisega. Ostja on tänulik ja otsustab ühtlasi kiiremini. Kaupade müümisel kinkimiste hooaegadel ärgu unustatagu ka küsida, kas soovib ostja hinnasedeli äravõtmist.

Õpetagu kogenenumad müügitegelased nooremaile ka nägusate pakendite tegemist, eriti ilusidumist. Kui ühing on hoolitsenud eri-pakkimispaberi eest, selgitatagu ühtlasi missugustele kaupadele seda kasutada (kingitused, maiustused, üldpakk jne.) ja millistele kasutada tavalist sulfiiti.

### **Aegsasti tööle!**

Tööd ja võimalusi on palju ja on selge, et mida varakumalt on asutud jõulu-hooaja kavandamisele, mida põhjalikumalt, energilisemalt ja hoolikamalt tehakse eeltöid, seda paremaid tulemusi saavutatakse. Tuleb seepärast aegsasti tööle asuda ja kasutada kõik võimalused jõulu ja järeljõulu müükide arendamiseks.

## **Ühtlustatud veksliseadus ja tshekiseadus**

*Vann. adv. J. Möttus*

### **Ühtlustatud veksliseaduse kehtivus.**

Käesoleva aasta 1. oktoobrist hakkas kehtima uus, nn. ühtlustatud veksliseadus, mis avaldati Riigi Teatajas nr. 82. — 27. sept. s. a. Täiesti samasisulisel veksliseadusel hakkasid samast ajast kehtima ka Lätis ja Leedus, iga maa vastavas keeles. Uus ühtlustatud veksliseadus on koostatud Balti riikide juristide büroo poolt

ja selle aluseks on veksliloiguse ühtlustamise kohta käivad konventsioonid, mis alla kirjutatud Genfis 1930. aastal. Üheaegselt käesoleva seaduse jõustumisega kaotas Eestis oma kehtivuse senine, 1932. a., veksliseadus.

Siiski tulevad endise veksliseaduse eeskirjad kohaldamisele ka pärast 1. oktoobrit ja nimelt nende vekslite kohta, mis välja antud enne seda

tähtpäeva. Neid on praegu veel küllaldaselt liikvel. Pärast 1. oktoobrit või sel tähtpäeval väljatud vekslite kohta tuleb aga rakendamisele juba uus ühtlustatud veksliseadus.

### Ühtlustatud veksliseaduse süsteem.

Uus veksliseadus toob kaasa olulisi muudatusi võrreldes senise veksliseadusega, olles oma süsteemilt risti vastupidine senisele. Kui senises seaduses käsitati esijoones lihtveksleid, siis uus seadus tõstab esikohale käskveksli, tahtes nagu lihtvekslite käivet asendada käskvekslite omaga. Vastavalt sellele on ka seaduses tervelt 74 esimest paragrahvi (§§ 1—74) pühendatud käskvekslile ja ainult neli järgnevat paragrahvi (§§ 75—78) käsitlevad lihtvekslit, kusjuures viiteid tehtakse eelmistele paragrahvidele, märkides vaid, et lihtvekslile kohaldatakse käskveksli kohta käivaid eeskirju, kui võrd viimased on kooskõlas lihtveksli iseloomuga. Meie seniste harjumuste tõttu lihtveksli käsitlemisel võib uue veksliseaduse rakendamine esialgu tuua tunduvalt raskusi. Peale selle on uues veksliseaduses tarvitatud rohkesti uusi termineid, nende seas ka võõrsõnu, mis seaduse lugemise teeb võrdlemisi raskeks, kuigi see täpsuse mõttes on vajalik. Seaduse käsitlemise lihtsustamise huvides oleks väga vajalik, et avaldataks mõni usaldusväärne ja asjatundlik eraväljaanne, milles oleks avaldatud lihtveksliseaduse mitteametlik tekst ilma viideteta käskveksli eeskirjadele. Siis langeks lugejal vajadus ära igakord otsustada, kui võrd käskveksli kohta käivad eeskirjad on kooskõlas lihtveksli iseloomuga.

Käesolevas kirjutises käsitleme

siiski esimeses järjekorras lihtvekslit, kuigi seaduses järjekord on teistsugune.

### Lihtveksli koostamine ja vorm.

Ühtlustatud veksliseaduse järele on lihtveksli koostamine ja vorm üldjoontes samasugused, kui senise veksliseaduse juures. Lihtveksel peab sisaldama: nimetuse „veksel“ vekslitekstis, tingimusteta kohustumise kindlaksmääratud rahasumma maksmiseks, makсутähtpäeva,\*) maksukoha, isiku nime, kellele või kelle käsul peab toimuma maksmine, vekslite koostamise kuupäeva ja koha, vekslite väljaja (veksliandja) allkirja. Erinevuseks on see, et ühtlustatud veksliseaduse järgi pole tingimata nõutav makсутähtpäeva äramärkimine vekslil. Veksel, millel makсутähtpäev on märkimata, peetakse näitevekslik, s. o. sääraseks, mis kuulub lunastamisele esitamisel, kuna endise seaduse järgi säärane dokument kaotas vekslite iseloomu. Samuti pole uue veksliseaduse järgi nõutav koostamiskoha äramärkimine vekslil. Veksel, millel koostamiskoht märkimata, peetakse allakirjutatuks veksliväljaja allkirja juures tähendatud kohas. Samuti peetakse vekslite koostamiskohta omakorda veksliväljaja elukohaks, kui see on vekslil märkimata. Nende uuendustega on vähendatud vekslite tühiseks tunnistamise võimalusi.

UVS ei nõua ka vekslite summa kirjutamist tingimata sõnadega, nagu seda eeldas senine veksliseadus, vaid vekslite summa võib märkida ka üksnes

\*) Seaduse tekstis on maks (maksimine) mõistes tarvitatud sõna „maks“ (makсутähtpäev, maksukoht jne.)

numbritega. Kui vekslil on märgitud suuruselt mitu erinevat summat, siis on eesõigus sõnadega kirjutatud vekslisummal ja ka viimaste erinevuse puhul kõige väiksemal summal.

Vekslit teksti parandamise kohta ütleb UVS § 69, et „veksli teksti muutmise korral need isikud, kes on alla kirjutanud pärast seda muutmist, on vastutavad muudetud teksti sõnastuse järgi; enne seda allakirjutanud on aga vastutavad endise teksti sõnastuse järgi“. Paranduste jaoks ei ole mingit kindlat vormi ette nähtud. Küll võib aga tekstist järeldada, et UVS ei keela parandusi tegemast ka vekslisummas, kuna endise veksliseaduse järgi see oli täiesti keelatud.

Ühtlustatud veksliseaduse kohaselt võib veksliväljaja näitvekslis (kuulub lunastamisele esitamisel) ja näit-aegvekslis (kuulub lunastamisele kindla aja möödumisel pärast esitamist) määrata, et vekslisumma kannab intressi. Päevvekslis (kuulub lunastamisele kindlal päeval) ja aegvekslis (kuulub lunastamisele kindla aja möödumisel pärast koostamist) seda määrata ei saa, kuna seadus loeb säärase intressi määramise mittekirjutatuks. Siin on võimalik kohe intresse vekslisummale juure arvata. Endine veksliseadus ei lubanud üldse intressi kandmise nõuet veksliteksti võtta.

Parema selguse on UVS toonud nn. blankoveksli küsimusse. Endise veksliseaduse järgi veksliplank, mis ei olnud täidetud veksliseaduse järgi nõutava vekslitekstiga, ei omanud vekslijõudu. UVS järgi veksel, mis on väljatud puudulikult koostatuna, hiljem aga täiendatud sõlmitud kokkuleppe vastasel, siis

selle kokkuleppe täitmata jätmist ei saa kasutada vaidena vekslivaldaja vastu, kui viimane pole omandanud vekslit halvas usus või kui ta selle omandamisel pole toiminud raske hooletusega.

### **Lihthevksli indossimine ja käendus.**

Kui endises veksliseaduses vekslite liiklemise alal tunti vekslite edasiandmist, siis ühtlustatud veksliseadus räägib indossimisest ja edasiande pealkirja vekslil nimetatakse indossamendiks ning edasiande pealkirja andjat indossandiks. Indossament võib olla nimeline või blanko, viimasel juhul koosneb ta ainult indossandi allkirjast. Indossimisega võib edasi anda iga vekslit, kusjuures indossimine peab olema tingimusteta ja täielik. Nii senise kui ka uue veksliseaduse järgi võib veksliväljaja keelata vekslit indossimise, väljendades seda vekslil sõnaga „indossimisõiguseta“. Ühtlustatud veksliseaduse järgi saab niisuguse keelumärgusega varustatud vekslit edasi anda ainult tavalise tsiviilõiguse loovutuse vormis ja tagajärgedega.

Pärast maksutähtpäeva tehtud indossament on samajõuline enne seda tähtpäeva tehtud indossamendiga. Kuid indossamendil, mis on tehtud pärast protestimist mittelunastamise tõttu või pärast selleks määratud tähtaja möödumist, on hariliku loovutuse jõud.

Vekslit väljalunastamine võib ühtlustatud veksliseaduse järgi tagatud olla vekslikäendusega kas vekslisumma terves või osalises suuruses, väljendades seda vekslil sõnaga „käendan“ vekslikäendaja allkir-

jaga. Vekslikäendaja vastutab ühesu-  
gusel määral tema poolt käendatava  
isikuga.

### **Lihtveksli maksutähtpäevad ja lunastamine.**

Nagu juba eelpool märgitud, jagu-  
nevad vekslid ühtlustatud vekslisea-  
duse järgi maksutähtpäevade  
suhtes näitveksliteks, näitaegveksli-  
teks, aegveksliteks ja päevveksliteks.  
Teissuguse või mitme üksteisele järg-  
neva maksutähtpäevaga vekslid on  
tühised. Tähtpäevata vekslit, nagu  
juba eelpool tähendatud, tuleb käsi-  
tada kui näitvekslit, mis kuulub lu-  
nastamisele esitamisel. Näitveksel  
tuleb esitada lunastamiseks aasta  
jooksul, arvates koostamispäevast.  
Seadus annab ka juhiseid maksutäht-  
päevade väljaarvestamiseks neil juh-  
tudel, kui aeg pole määratud kindlaks  
kuupäevale.

Vekslite lunastamise tähtaegade  
suhtes ühtlustatud veksliseadus võr-  
reldes senise veksliseadusega suuri  
muudatusi ei too. Vekslid peab esi-  
tama maksmiseks kas sel päeval, mil  
nad kuuluvad lunastamisele või selle-  
le päevale järgneval argipäeval.  
Vekslivaldaja ei või keelduda osalise  
maksmise vastuvõtmisest, kuid ta ei  
ole kohustatud maksmist vastu võtma  
enne maksutähtpäeva. Kui veksel  
pole maksmiseks esitatud kindlaks-  
määratud tähtajal, siis võib iga võlg-  
nik deponeerida vekslisumma asja-  
omases ametiasutises vekslivaldaja  
kulul ja ohul.

### **Lihtveksli protestimine ja regressi- õigus.**

Vekslite mitte õigeaegsel lunasta-  
misel esitatakse need protesti-

miseks notarile või seaduse järgi  
protestimiseks õigustatud ametniku-  
le. Protestimine peab toimuma kahe  
argipäeva jooksul, mis järgnevad  
päevale, mil veksel kuulub lunasta-  
misele. Ühtlustatud veksliseadus ei  
nõua aga vekslite protestimiseks esita-  
mist igal juhul, vaid vekslivaldaja  
võib oma regressiõiguse säilitada ka  
ilma protestita neil juhtudel, kui vek-  
sel on varustatud klausliga „kuludeta  
regress“ või „protestita“. Sellest näh-  
tub vekslite protesti vähendamise ten-  
dents. Mõne ülesaamatu takistuse  
(väeramatu jõu) puhul võidakse pro-  
testi tähtaega ka pikendada ja reg-  
ressi teostada ka ilma protestita.

Regressiõigust (nõudeõi-  
gust) võib vekslivaldaja, samuti ka  
iga vekslilikohuslane, kes vekslit lunas-  
tanud, teostada veksliväljajate, in-  
dossantide ja teiste vekslilikohuslaste  
vastu, kusjuures need vastutavad so-  
lidaarselt. Vekslivaldaja võib nõuda  
regressiõigust teostades: 1) vekslit-  
summat (koos intressidega, kui need  
on määratud), 2) 6% intresse, arva-  
tes maksutähtpäevast (enne 8%),  
3) protesti-, teatamis- ja muid kulu-  
sid, 4)  $\frac{1}{3}\%$  tasumisele kuuluvast  
veksli summast (enne  $\frac{1}{4}\%$  vekslit-  
ja protestikulude summast).

Kes on vekslit lunastanud, võib nõu-  
da oma eelkohuslaselt: 1) kogumaks-  
tud summat, 2) sellest summast in-  
tresse 6% suuruses, arvates maks-  
mise päevast, 3) kulusid, mis ta tei-  
nud ja 4) tasu  $\frac{1}{3}\%$  suuruses tasu-  
misele kuuluvast vekslit summast.

Uus veksliseadus lubab regressiõi-  
gust teostada vastupidise klausli  
puudumisel ka uue vekslit (pöörd-  
veksli) väljamisega, mis kuulub  
lunastamisele esitamisel ühe tema

eelkohuslase poolt viimase elukohas. Vekslivaldaja võib esitada nõude kas ühe, mitme või kõigi vekslkohuslaste vastu koos, ilma et tal tarvitseks kinni pidada nende kohustumise järjekorrast. Protestimata vekslit järgi võib vekslivaldaja nõuda ainult veksliväljajalt.

### **Sekkumine lihtveksli juures.**

Ühtlustatud veksliseadus võimaldab vekslkohuslasele määrata isiku, kes hädakorral lunastab, s. o. sekku ükaskõik missuguse vekslkohuslase au eest, kelle poole võidakse pöörduda regressiga. Sekkuslunastamine peab toimuma hiljemalt sellele tähtajale järgneval päeval, mil vekslit võidakse protestida mittelunastamise pärast, kusjuures lunastada tuleb kogu see summa, mille peaks tasuma vekslkohuslane, kelle au eest lunastamine toimus. Vekslivaldaja, kes keeldub sekkujalt makset vastu võtmast, kaotab oma regressiõiguse nende vastu, kes oleksid selle tagajärjel vabanenud. Sekkuja-lunastaja omandab kõik vekslijärgsed õigused selle vastu, kelle au eest ta lunastas, samuti ka nende isikute vastu, kes vastutavad sekatava ees vekslit järgi. Vastutusest vabanevad selle allakirjutaja järelkohuslased, kelle au eest toimus lunastamine.

### **Ärakerjad lihtvekslitest.**

Ühtlustatud veksliseadus näeb ette, et vekslivaldajal on õigus ärakerjete teha ka lihtvekslitest. Ärakeri peab täpselt edasi andma algveksli teksti koos indossamentidega ja teiste sellel leiduvate märkmetega. Ärakerjas tuleb ära märkida, kus ära-

kiri lõpeb. Ärakerja võib samal viisil ja samade tagajärgedega indossida ja varustada käenduspealdisega nagu algvekslitki. Ärakerjale tuleb märkida algveksli pidaja. Viimane on kohustatud algveksli üle andma selle ärakerja seadusepärasele valdajale.

### **Lihtveksli aegumine.**

Vekslijärgsete nõudmiste aegumise alal toob ühtlustatud veksliseadus olulisi muudatusi, mida vajalik hästi silmas pidada.

Kõik vekslit tulenevad nõuded veksliväljaja vastu aeguvad 3-aastase tähtaja möödumisega, arvates maksutähtpäevast (enne 5 aastat).

Vekslivaldaja nõuded indossantide vastu aeguvad ühe aasta tähtaja möödumisega, arvates protestiakti koostamise päevast, kui protest toimus selleks ette nähtud tähtajal, või arvates maksutähtpäevast, kui vekslis on klausel „regress kuludeta“.

Indossantide nõuded üksteise vastu aeguvad 6-kuise tähtaja möödumisega, arvates päevast, mil indossant on lunastanud vekslit, või päevast, mil tema vastu tõsteti hagi.

Aegumine katkestub vastavais seaduslikule pühale või puhkepäevale, siis pikeneb see tähtaeg selle lõppemisele järgneva esimese argipäeva võrra. Seaduslikkude või kokkuleppealiste tähtaegade arvutamisel ei arvata kaasa seda päeva, millest tähtaeg algab.

Kui tähtaja viimane päev langeb seaduslikule pühale või puhkepäevale, siis pikeneb see tähtaeg selle lõppemisele järgneva esimese argipäeva võrra. Seaduslikkude või kokkuleppealiste tähtaegade arvutamisel ei arvata kaasa seda päeva, millest tähtaeg algab.

## Käskvekslitest.

Eespool tähendasime, et ühtlustatud veksliseadusest esimene ja ulatuselt suurem osa käsitab käskveksleid, kuna endises veksliseaduses see oli vastupidiselt. Käskvekslite kohta käivad normid on toodud üsna üksikasjaliselt ja nende käsitamine on sellepärast ka lihtsam. Olulisemas osas on need ühtlased siinkohal toodud lihtvekslite kohta käivate eeskirjadega, väljaarvatud muidugi need, mis on omased ainult käskveksli iseloomule. Uutest esinevatest terminitest võiks märkida järgmisi: *t r a s s a n t* (enne käskveksliandja), *t r a s s a a t* (enne vekslimaksja), *a k t s e p t a n t* (enne vekslivastuvõtja) jne. Kuna käskveksleid käsitava osa kirjeldamine viiks pikale, mille juures tuleks uuesti korrata paljusid eeskirju, mis ühised nii käsk- kui ka lihtvekslile, üldiselt aga meil käskveksel veel üsna harva esineb, siis jätame selle käesolevas kirjutises tagaplaanile. Võrreldes endise veksliseadusega toob ühtlustatud veksliseadus sellestki osas olulisi muutusi, ja kellel küsimuse vastu huvi, võib neid seaduste algtekstides võrrelda.

## TÄIENDAVAIK EESKIRJU

### Rikastumine.

Kui veksliväljaja või aktseptandi vekslijärgne kohustus on kustunud kas aegumise või selle tõttu, et pole ette võetud regressiõiguse säilitamiseks vajalikku toimetust, siis jääb veksliväljaja või akseptant vastutavaks vekslivaldaja ees selle summa ulatuses, mille võrra ta on rikastunud tema kahjude tagajärjel. Nõue rikastuse väljendamiseks aegub

kolmeaastase tähtaja möödumisega, arvates vekslijärgse kohustuse kustumisest. Säärast nõuet ei saa esitada indossantide vastu, kellele vekslijärgne kohustus on kustunud.

### Vekslite kadumine.

Käestläänud või hävinud vekslit võidakse tunnistada tühiseks tsiviilkohtupidamise seadustiku eeskirjade järgi. Väljakutse tähtjaks on kaks kuud. Isik, kelle kasuks on tehtud kohtumäärus vekslitühistatuks tunnistamise kohta, on õigustatud teostama vekslijärgseid õigusi vekslitühistatuste vastu.

### Vekslitempelmaksustamine.

Üldiselt määrab ühtlustatud veksliseadus, et käskvekslist tekkinud kohustuste kehtivus, samuti käskvekslijärgsete õiguste teostamine ei sõltu tempelmaksu seaduse eeskirjade täitmisest, välja arvatud järgnevad juhud.

Käskvekslijärgseid õigusi ei saa teostada enne, kui on tasutud ettekirjutatud tempelmaks ja trahv vekslitempelmaksustamata jätmise või puuduliku tempelmaksustamise eest.

Käskveksel kaotab sundtäitmisele kuuluva akti omaduse ja jõu, mis talle on omistatud seadusega, kui ta koostamisel on jäetud tasumata tempelmaksu seaduse eeskirjade järgi nõutav tempelmaks.

Kõik lihtvekslid, millede koostamisel on jäetud tasumata tempelmaksu seaduse eeskirjade järgi nõutav tempelmaks, ei oma jõudu vekslina.

Koos ühtlustatud veksliseaduse avaldamisega on muudetud ka mõningaid paragrahve tempelmaksu seaduses, et neid kohandada veksliseaduse



nõuetele. Muudatustest järgneb, et Eestis väljaantavad lihtvekslid tempelmaksustatakse üksnes vastavale vekslile tempelpaberile kirjutamisega ning käskvekslid, mis ei ole kirjutatud tempelpaberile, maksustatakse sularahas tempelmaksu seaduse § 17 p. 8 või tempelmarkidega käesoleva paragrahvi p. 4. või 5. ettenähtud korras.

### **TŠEKISEADUS.**

Koos ühtlustatud veksliseadusega on sama Riigi Teataja numbris (RT nr. 82 — 1938) avaldatud ka uus ühtlustatud t š e k i s e a d u s, mis samuti ühtlane kõigis Balti riikides ja hakkas üheaegselt 1. oktoobril s. a. kehtima Eestis, Lätis ja Leedus.

Uus ühtlustatud tšekiseadus on tunduvalt täielikum oma eelkäijast, 1927. a. tšekiseadusest, mis nüüd kaotanud kehtivuse. Kui endine seadus koosnes kõigest 34 paragrahvist, lisa-

märkusega, et seaduses ettenägemata juhtumistel tuleb käia veksliseaduse järgi, siis ühtlustatud tšekiseadus sisaldab tervelt 77 paragrahvi ja lahendab kõik tšekiga seoses olevad küsimused iseseisvalt. Vastavalt sellele esineb mõlemis seaduses mõningaid ühtlasi jooni, kuid suurel määral ka erinevusi. Samuti kui uues veksliseaduses, on ka ühtlustatud tšekiseaduses terminoloogiat uuendatud. Esinevad jällegi väljendused: trassant, trassaat- rektatšekk, indossimine jne. Samuti ei nõuta maksukoha otsest tähendamist, tšekisumma tähendamist tingimata sõnadega, lubatakse parandusi jne., lühidalt hõlbustatakse tšeki täitmist ja vähendatakse tema tühistamise võimalusi. Kuna seadus sisaldab terve rea uusi norme, viiks nende refereerimine siinkohal pikale ja peab asjahuvilistele soovitama tutvuneda seaduse algtekstiga.

## *Ideoloogilisi mõtteid praktilisel käsitusel*

### *A. Udam*

Tarbijate- ja majandusühingute ülesandena tihti nähakse odava kauba muretsemist. Ühingu kui kooperatiivi tunnusemärkide ja teistest ettevõttest erinevuste seletamisel tuuakse ette, et kooperatiivühingus jagatakse ülejääk liikmeile tagasihüvituse ehk ostukasu näol, vastavalt nende osavõtule ühingu tegevusest; ühing üldse ei taotlevat kasumi saamist. Ülejääkide jagamine tagasihüvituste näol olevatki kooperatiivühingu peatunnusmärk. Nii siis

ühing muretsegu liikmeile odavat kaupa, jagagu nende vahel ülejääki ja ärgu taotlegu kasumit. Seejuures sageli võrreldakse kooperatiivühingut aktsiaseltsiga, nimetades viimast, vastandina kooperatiivühingule, kasumit taotlevaks ettevõtteks.

Liikmete õigust ülejäägi jagamisele põhjendatakse pikalt ja laialt. Kapitalide soetamise vajadusest kõneldakse õige vähe, käsitades seda möödaminnes, või ei kõnelda üldse. Jääb tunne, et ühistegevus taotleb

kasumikaotamist ja eitab tegevuskapitali tähtsust. Sellepärast ei tule imestada, kui liikmed nõuavad odavat kaupa ja kõrget tagasihüvitust, mõni ärijuht kaotab mitmeks aastaks kalkulatsioonivõime ja paljude ühingute tegevus kannatab kapitalipuuduse all.

Tarbijate- või majandusühing üürib äriruume, peab ametis palgalise personaali, ostab ja müüb kaupa, tegetseb majanduslikul alal, alludes seejuures võistlusele, ning vajab tegevuskapitali, mis kannab riisikot. Seega on ühing ettevõtte. Iga ettevõtte, võttes osa võistlusest ja kandes riisikot, arvestab rentaablust ja taotleb ülejääki.

Kui võtta kasumiks, isegi kitsamas mõttes, ainult niisugune ülejääk, mis tekib pärast kõikide kulude mahaarvamist tuludest ja arvestada riisikot juba kuludena ette või reservina (tagavarakapitalina) ning lubada kapitali intressideks mitte üle pangahoiusummade intresside, ka siis on kooperatiivühingus tegemist kasumiga. Pangahoiusummadelt maksetavate intresside määr on praegu meil 3—5 protsenti, kooperatiivühingu osamaksudelt makstakse kuni 8%. On maid, kus hoiusummadelt makstakse 1—3 protsenti, ühingute osamaksudelt aga 2—3 korda niipalju.

Liikmete osamaksud moodustavad harilikult väiksema osa ühingu tegevuskapitalist. Suurte osamaksude nõudmine ei ole läbiviidav, vaid tegevuskapitali soetamine peab toimuma teisel teel. Kõrge osamaks takistab uute liikmete juurdetulekut. Osamaksude tõstmine tagasihüvituste kaudu meelitab liikmeid hiljem lahkuma ühingust, et saada kätte tagasihüvitustest kogutud osamakse. Osamak-

sud on ühingu iseloomult madalad ja liikmete omanduskapitali — osakapitali — kasumi taotlusel ei ole siiski niisuurat tähtsust, kui kogu ettevõttesse rakendatud tegevuskapitali kasumi taotlusel, s. o. ettevõtte majanduslikul rentaablusel.

Aktsiaseltside ja nende kasumi taotluse esiletoomine liiga kritiseerivalt tundub igapäevase ja ei ole praegusel ajal enam kohane. Maades, kus ühiskaubandus on rohkem arenenud, on kooperatiivühingud, eriti nende keskühingud asutanud aktsiaseltsi või omandanud juba mõne olemasoleva aktsiaseltsi enamuspaketi. Kui kooperatiivühing ei taotle kasumit, aktsiaselts taotleb, viimase aktsiad kuuluvad aga ühele või mitmele kooperatiivühingule, kellele läheb siis aktsiaseltsi kasum? Eks ikkagi ühisvaradeks.

Vahendajate suur arv ja pikk aeglik kaupmeeste näol tõstab vahenduskulud suureks, teeb kauba kalliks. Tarbijate- ja majandusühingute ülesandeks on kõigepealt oma liikmete vabastamine liigest vahenduskooormast, vähendades ostujõukoondamisega vahenduskulusid kauba kättetoimetamisel tootjailt tarbijatele. Kuid kõik see peab toimuma kindla kalkulatsiooni alusel kohalikkude turuhindade piires, mis ühingu olemasolust tingituna alanevad suurenenud võistluse tulemusena üldiselt. Võistlus hoiab hinnad suuremalt jaolt ühel tasemel. Ärid, kes ei suuda enam katta kulusid, kaovad; vahendajate arv väheneb ja ostujõud koondub ühingesse. Nõudmine, et ühing, kelle olemasolu tõttu kaubahinnad alanesid üldiselt, müüks kau-

pu teistest äridest odavamalt, mu-retseks „odavat kaupa“, ei ole õigus-tatud. Samuti ei ole põhjendatud ta-gasihüvituste nõudmine; vähemalt niisuguses ulatuses, nagu seda tihti soovitakse.

Tarbijate- ja majandusühingud ta-havad asendada kaupmehi. Tuntud majandusteadlane E. Schmalenbach leiab, et kaupmees peab tulemusi sa-geli mõõtma, järjekindlalt, ikka ja ikka mõõtma, sest kaupmehe rahva-majanduslikuks ülesandeks on varan-dusi luua, varandusi transportida, säilitada ning teha seda kõike öko-noomilise efektiga. — Kulude ja tu-lude vahel peab püsima kasum-üle-jääk.

Kui kaupmees peab taotlema oma isiklike huvide kõrval rahvamajan-duslikke huvisid, siis seda enam peab kooperatiivühingu rahvamajandusli-kuks ülesandeks olema saavutada pa-remaid tegevustulemusi, koguda ka-pitali ja võtta osa uute varade loomi-sest.

Rahvamajanduslikud huvid peak-sid ühingus olema rahuldatud koguni paremini, kui üksikkaupmehe juures. Kaupmel on võimalus kasumit ära tarvitada oma äranägemise järele või elada pillavalt ja raisata ka esialgne kapital.

Tarbijate- ja majandusühingute te-gevus on rajatud liikmete osa-võtule sellest tegevusest. Ühingu-te tegevus areneb jõudsalt. Liitudes keskühingusse ja töötades viimasega käsikäes, ühingud aitavad mitte ai-nult vähendada vahendajate arvu, vaid lühendada ka vahendajate ahe-likku tootja ja tarbija vahel või asuda koguni tootmise korraldami-sele. Paljud ühingud muutuvad suur-

ettevõtteks ja vajavad tegevuskapi-tali senisest rohkem. Keskühing va-jab samuti tegevuskapitali. Ühin-gute tegevuse edu käitis-majanduslikult ei olene mitte ainult liikmete osa-võtust, vaid ka tegevus-kapitalist. Ilma tegevuskapita-lita ei ole majanduslik tegevus üldse mõeldav. Tegevuskapitali soetamine kõrgete osamaksude näol ei ole aga, nagu juba öeldud, teostatav. Laenu-dega töötamine teeb ühingu kui ette-võtte seisukorra kõikuvaks.

Jääb üle tegevuskapitali soetamine senise tegevuskapitali juurde-kasvu kaudu, et asendada lae-nukapital järk-järgult juurdeka-svukapitaliga, omakapitaliga, ühiskapitaliga. See on parim võima-lus tegevuse arendamiseks. Kasumi taotlus on abinõuks ühingu tege-vuskapitali soetamisel.

Niikaua kui püsib võist-lus ja riisiko, niikaua kui üldine elatusstandardi tõus ja tehnika areng nõuavad ettevõtteleit te-gevuse laiendamist ja ajakohastamist, niikaua kui ühingud on sunnitud soetama ja täiendama oma tegevuskapitali peami-selt juurdekasvukapitali kaudu, niikaua peab pü-sima ka kasumi taotlus.

Ühinguid kui ettevõtteid tuleb nii käitis- kui rahvamajanduslikult juh-tida edasiviivate ja ülesehitavate põ-himõtete järgi.

Võidakse öelda, milleks siis üldse asutada ühing, kui kasum-ülejääk lä-heb ühiskapitalide soetamiseks ja ta-gasihüvitus kaob.

Tagasihüvitus võib jääda, kuid mitte esikohale; tagasihüvitus on mõeldav alles siis, kui on soetatud küllaldased omakapitalid ja ei ole enam ette näha tegevuse laiendamist. Tegevuskapitali soetamise vajadus tuleb tõsta tagasihüvitusest ettepoole. Ühingu olemasolu vajadus on põhjendatud üldiste vahenduskulude vähendamisega ka ilma tagasihüvitusega.

Tarbijate- ja majandusühingute peaülesande — liikmete ja nende majapidamiste vabastamine liigsest vahenduskoormast — kõrval on muud eesmärgid — laialdaste hulkade kontroll ettevõtete tegevuse üle ühingute liikmete näol, võltsimata kauba muretsemine täiskaalu ja -mööduga, kasvatuslik mõjustus õigluse ja solidaarsuse vaimus — küllalt tähtsad.

Seega tuleb tunnustada, et tarbijate- või majandusühing on piiramata liikmete ar-

vuga majanduslik ühise tegevõte, mis rajatuna liikmete ühesugusele õigusele ja solidaarsusele ning juhituna nende poolt, taotleb liikmete ja nende majapidamiste vabastamist liigsest vahenduskoormast ostujõu koondamise ja ühiskapitalide soetamise kaudu.

Tegelik elu ja liikmeskonna huvid nõuavad ideede esiletoomist, mis on praktiliselt rakendatavad. Üldtunnustatud põhimõtteist tuleb pidada kinni. Kuid mõtteid, mis on vananenud, käsitatagu ainult ajaloolisel taustal. Tulevikuideede käsitus tuleb mugu tuleviku seisukohalt. Praegune aeg nõuab ühistegelike ideede käsitusel rakendusel rohkem majanduslikku mõtlemisviisi ja värskest.

## *Ühiskaubandusühingute tegevusest 1938. a.*

*K. Peterson*

Ühiskaubanduse, nagu kõigi teiste gi majandusalade areng ja käekäik on lahutamatu sõltuv üldisest majanduslikust seisukorrast.

Heites pilgu tagasi ühingute läbimüükidele näeme, et need 1929. a. — kõrgkonjunktuuri aastal — näitasid ka kõrget seisu.

Majanduskriisi ajal vähenesid läbimüügid kriisi süvenedes pidevalt, langedes kriisi sügavseisu — 1932. aastal oma madalamale tasemele.

Siit peale käsikäes üldise majandusliku olukorra paranemisega tõusid

ka ühingute läbimüügid aasta-aastalt, saavutades oma rekordtaseme 1937. aastal, millal koguläbimüük oli 45,5 miljonit krooni.

Möödunud aasta erakordne tõus ei annud aasta algul sugugi põhjust oletusteks, et tõus jätkuks ka käesoleval aastal sama hoogsalt. Ennem võis loota läbimüükide püsimist eelmise aasta tasemel või arvestada koguni tagasilöögi võimalustega, kui silmas pidada möödunud aasta lõpupoolel ja käesoleva aasta algul maailmamajanduses ilmsiks tulnud mõningaid osalisi depressiooni tundemärke.

Rõõmustaval viisil on ühingute se-  
nine tegevus ümber lükanud need  
kartused.

Aasta esimesel veerandil jätkus  
elav läbimüük. Teisel veerandil läbi-  
müügid näitasid väikest langust, kuid  
poolel aastal kõigi ühingute läbimüü-  
gid kokku ületasid läinud aasta sama  
aja läbimüüke ümmarguselt 2% võr-  
ra. Kolmanda veerandi esimesed kaks  
kuud näitasid veidi tagasiminekut;  
septembris aga müügid jälle tõusid ja  
kolmveerand aasta müügid on jäänud  
püsima eelmise aasta tasemele, isegi  
väikese ülejäägiga. Ka oktoobris pü-  
sis esialgsetel andmetel tõusuten-  
dents ja praegu ei ole mingisugust  
põhjust karta, et läbimüügid aasta  
kahel viimasel kuul võiksid eriliselt  
langeda.

Müügitegevuse kõrval on arenda-  
tud rahuldavalt ka teisi eritegevus-  
harusid nagu omatööstuse, talusaa-  
duste vahetalituse ja muudel aladel.

Väljakujunenud ühingute võrk on  
stabiiilne ja elujõuline. Käesoleval  
aastal ette tulnud muudatused võrgus  
ei ole nimetamisväärsed. Tegevust  
algas üks ühing. Tegevuse lõpetas sa-  
muti üks, kuid rohkem vormaliselt,  
kuna sellel ühingul ilmnisid raskused  
juba varem aastail. Uusi kauplusi  
avati paarikümne ümber ja suleti  
kümnekond. Sulgemine on olnud tin-  
gitud osalt kaupluste üleviimisest  
uutele kohtadele.

Samuti, kui läbimüügid, on ka  
ühingute liikmete arv viimastel aas-  
tatel kasvanud pidevalt. Ka käesole-  
val aastal on ühingutele tunduvalt  
uusi liikmeid juure tulnud, mis ise-  
loomustab rahva usalduse ja poole-  
hoiu järjekindlat kasvamist ühingute  
vastu.

Kutselise personaali ettevalmista-  
mine käib intensiivselt. Vastava ühis-  
kaubandusliku hariduse omandanud  
isikud on leidnud rõhuvas enamuses  
võimalust rakendada oma teadmisi ja  
oskust ühiskaubanduse teenistusse.  
Tegelaste ametisse palkamisel ühin-  
gid eelistavad ühistegevuskooli lõpe-  
tanud isikuid.

Ühiskaupluste korrastus ja kauplu-  
se kultuur on aasta kestel märgata-  
valt paranenud. Hulk ühinguid on  
varustanud oma kauplusi asjatundja-  
te poolt koostatud kavandite järgi  
valmistatud eeskujulikkude sisustus-  
tega.

Kutseoskusega palgalise personaali  
värske juurevool ühingutesse ja  
kaupluste välise ilme parandamine  
aitab tõsta ühiskaubanduse võistlus-  
võimet ja kindlustab ostjaskonna pa-  
remat teenimist.

Aktiivse tegevuse juures ilmneb  
aga nii mõnegi ühingu sisemises kor-  
ralduses ka negatiivseid nähteid, mil-  
lest ei saa vaikides mööda minna.

Osa ühingute aruanded näitavad  
tunduvat kasvu kaubaladude ja võlg-  
nikkude arvetel. Samuti ei ole kalku-  
latsioonilist külge ja tasuvuse küsi-  
must küllaldaselt silmas peetud.

Tõsi on, et võistlusvahekord ja kas-  
vanud tegevus tingib ka suuremaid  
ja mitmekesisemaid kaubatagavara-  
sid. Kuid selle juures on loomulikult  
vajalik silmas pidada müügivõimalusi  
ja kauba ringvoolu kiirust. Kaupade  
üldine käibesagedus näib aga esialg-  
seil andmeil olevat madalam mullu-  
sest.

Võib arvata, et on lastud ennast  
kaasa haarata viimaseaegsetest välis-  
poliitilistest meeoleoludest ja osaliselt  
neist tingitult varustatud kaubataga-

varadega suuremal määral, kui seda normaalne tegevus lubab. Nüüd, kus olukord rahunenud, tekib võib olla mõnelgi ühingul raskusi kaubaladude normaaltasemele viimisel, riskeerides ehk isegi teatud kahjudega, mis mõnede kaupade võimalik hinnalangus kaasa võib tuua.

Võlgumüügi piiramise vajadusest ja neist pahedest ja riisikost, mis ühinguid selle arvel ähvardab, on kõneldud tihti. Kuid manitsused etevaatusele on mõnel pool jäänud tagajärjetuks. Korratakse vigu, mille all ühiskaubandus rängalt kannatas mõned aastad tagasi. Oleks nagu ära unustatud need mitmesaja tuhandesse kroonidesse ulatuvad „korstnasse kirjutamised“, mis ühingud olid sunnitud siis tegema.

Nähtavasti on mõnes ühingus rendatud võlgumüüki, tahtega ükskõik mis hinna eest saavutada suuremat efekti läbimüükides, arvestamata kahjusid, mis võlgumüük paratamatult toob kaasa.

Tõusnud laoseisude ja saadaolevate võlgade arvel on kasvanud ka ühingute kohustused rahaasutuste ja kaubamuretsejate vastu. Selle tõttu on ühingute kulud liigselt koormatud võörkapitalide pealt maksetavate kallide intressidega.

Üheks nimetatud nähete tekkimise põhjuseks näib olevat tegevuse üle pideva kontrolli puudumine. Elatakse mõnel pool nõnda öelda rohkem hea õnne peale.

Säärast majandamist ei saa pidada kuidagi otstarbekohaseks. Neis ühinguis, kus nimetatud nähted ilmnevad, on tungivaks vajaduseks võtta tõsiselt revideerimisele oma müügipoliiti-

ka ja asuda kõnesolevate puuduste kõrvaldamisele ühingute elust.

Ühingute omakapitalid on väikesed. Kogu tegevuskapitalist moodustab keskmiselt 1937. a. lõppbilanside järgi kolmveerand võörkapital, kõigest veerand osa on omakapitale. Aasta kestel on aga omakapitali osatähtsus veelgi väiksem. Omakapitalide vähesus mõjub pidurdavalt tegevusele ja võistlusvõimele. Eluliseks nõudeks on panna suuremat rõhku omakapitalide kogumisele, eriti kõrgkonjunktuuri aastatel, millal selieks rohkem eeldusi. Tegevuse tasuvusele ja tervele kalkulatsioonile tuleb eriti tähelepanu pöörata.

Ka ei ole vast üleliigne jällegi meeles pidada, et tuleviku kindlustamise mõttes bilansid puhastataks aastaaruannete koostamisel kõigist lootusetä ja kahtlastest nõudmistest ja teistest nõrkadest aktivaosadest.

Üldiselt võib siiski ära märkida, et käesoleva aasta senine tegevus on ühingutele olnud jällegi soodne ja näib, et aasta sellisena ka lõpebki.

---

*Enam kui igas teises majandusühikus mängib isikuteküsimus ühingute juures eriti tähtsat osa. Isikutega tõuseb ja langeb ühing.*

\*

*Ei ole olemas kestvate majanduslikku renessaanssi (uuestisündi) ilma teatavate vaadete radikaalse kokkuvõttega, millede laastav mõju juba ammugi on tõestunud. Usk rahasse ja erakasusse peab andma maad usule töösse, tootmisse ja rahvuslikule rikkusele.*

*Prof. H. Munz.*



# Hooajakaubad

P. Simson

Käesolevas kirjutises tahan käsitada kaupu, mis omavad suurimat läbimüüki teatud aastaajal, niinimetatud hooajakaupu. Hooaeg kujuneb sageli lühikeseks ja selle möödumisel hooajakaubad jäävad riiulitele seisma, kusjuures tolmudes ja pleekides kaotavad osa oma esialgsest väärtusest. Hoolimata sellest, et need kaubad pole küll alati kallid, on müügitegelastel siiski vaja neid hoolsasti ja asjatundlikult hoida alal, sest suuremal määral mahakirjutatud kaup mõjub tuntuvalt ühingu tulukusele. Seepärast oleks juba parem õigeaegselt juhtida tähelepanu kauba muretsemisel paarile järgnevale asjaolule.

Tellimisel tuleb hoolitseda, et hooajakaubad oleksid vähemalt kolm nädalat enne nõudmise algust laos, eriti siis, kui tahetakse tarbijale vaatekana kaudu teha teatavaks uudiskauba kohalejõudmist. Viimane viis on kasulik ostjale meeletuletusega ja võimaldab seejuures ühingule suuremat läbimüüki. Samuti peab järgnema ka kaupluses nägus väljapanek.

Kauba tellimise ulatus peab olema küllalt kaalutud, et ei tekiks suurt ülejääki, mida siiski kahjuks sagedasti näeme. Põhjuseks on asjaolu, et ei osata nõudmise haripunkti õigel ajal kindlaks määrata. Kui viimane on kätte jõudnud, tuleb suure ettevaatusega ja mõõdukalt kaupa tellida. Sagedasti tehakse aga vastupidi, nimelt kui nõudmine kõige suurem, siis tellitakse kaupa rohkesti juure, ja tagajärjeks on kauba lattu jäämine nõudmise äkilise vähenemise tõttu.

Iga hooajakauba seismajäämisel tuleb arvestada kapitali kasvikut ja kindlustuse riisikot, mis tegevuse tasuvust vähendavad. Samuti hooajakaupade rikkimineku võimalusi on alati olemas — seda näitavad kauba mahakandmise aktid.

Kui aga siiski kõige ettevaatlikumast tellimisest hoolimata on hooajakaupu järgi jäänud, siis tulevad need eraldada erikohta, et anda teistele kaupadele rohkem ruumi. Ruumipuudust tunneme alati ja see on suuremaid takistusi müügitegevuse arendamisel. Osa hooajakaupu, nagu mitmed toiduained, mis ei seisa järgneva hooajani, tuleb realiseerida tuntuva hinnaalandusega.

Hooaeg lõppenud, tulevad kaubad korraldada, lugeda, mõõta, jne., sisse pakkida ja eri kohta asetada ühes vastava nimekirjaga. Viimane on suureks hõlbustuseks inventuuri kiiremal läbiviimisel ja järgmisel hooajal on selge ülevaade kaubatagavaradest, mis omakord tellimisel on kasulik. Iga säärane ettetehtud töö ja vaev tasub end mitmekordselt, eriti ühingu tulukuse tõstmisel. Hooajakaupu ei ole palju, kuid et eelpool toodud moodust ei tarvitataks kas oskamatuset või vana harjunud kombe pärast, siis lühidalt puudutan allpool neid kaupu.

**E h i t u s - j a p e e n r a u a k a u - b a d.** Reetalla teras tuleb sorteerida ja õlise lapiga üle tõmmata. Nii talve kui ka suve hobuserauad tulevad hooaja lõppedes lugeda ja eri kasti panna. Jäänaelad jäetakse sagedasti juhuslikku niiskesse kohta, kus lähevad

roostesse ja järgmisel hooajal on neid raske müüa. Tuleb asetada loetud tagavara kindlasse kuiva kohta. Samuti tuleksid hooaja lõpul korraldamisele stollid ja aiatööriistad.

**N a h a k a u b a d.** Suve lõppedes tulevad tennisingad, sandaletid, j. t. suvejalanõud sorteerida numbrite järele ja koostada täpne nimekiri. Samuti kingakivi hooaja lõpul ära pakkida. Kummikingad, kalossid ja botikud lastakse sagedasti läbi aasta kaupluses seista, mis lubamatu. Tuleb hooaja lõppedes sorteerida ja asetada niiskevõitu ruumi. Ei ole halb sorteerida ja asetada kuiva erikohta ka juhtjalanõud, hoolimata sellest, et hooaja vaheaeg on lühem teiste jalanõude omast.

**K e e m i a k a u b a d.** Siin oleks nimetada kärbspaberid ja jõulukaupadest ehted ja küünlad. Jõulukaubad tulevad sisse pakkida, et need ei tõlmuks ega puruneks.

**T o i d u k a u b a d.** Jõulukaupadest on siirup see, mis harilikult kipub tellimisel hiljaks jääma. Samuti peab ettevaatlik olema siirupi hulga suhtes, et seda kaupa üle hooaja ei jääks. Maiustustest on küllalt tülikad jõulukompekid ja -pränikud. Siin vähese vilumusega tellija talitab sageli valesti seepärast, et ei oska ette näha nõudmise liig järsku lõppu. Tegelikus töös on näha, et neid kaupu hiljem hoitakse hooletult, nii et järgmiseks hooajaks nad on muutunud müügi- kõlbmatuks. Suurim nõue on siin puhatus, vastav temperatuur ja kuivus hoidmisel. Jõulupränikute ülejääk oleks siiski parem hinnaalandusega realiseerida, milleks peaks alati võimalust leiduma. Šokoladi vigurite müügi jaoks tuleb tegemist teha jõulu ja

kevadpühade hooaegadel. Kui siis ei ole tellimine hästi kaalutud, kipub neid väga kergesti järele jääma ja kasu asemel saame kahju. Kasulik on hooaja möödumisel need müüa tuntavalt odavamalt alghinnast.

**R i i d e - j a p u d u k a u p.** Riidekauba juures tuleb talve- ja suvehooaja möödumisel vastavad hooaja riided, mida enam ei saa müüa, puhastada, mõõta ja sisse pakkida. Selle tööga hoiame hulga aega kokku inventuuri tegemisel ja puhta ning korralikult hoitud kauba väärtus on palju suurem kui läbi aasta riulis seisnud, pleekinud ja tolmunud kauba oma. Uue hooaja algul välja pakides on seda kaupa ka seepärast kergem müüa, et ostja pole kaua seda mustrit riulis näinud ja nüüd tundub see talle uue ja värskena. Ka annab ära pakitud kaup ruumi uuele hooajakaubale ja laseb viimast paremini riulitele asetada.

**P u d u k a u b a s t** tuleksid suvehooaja lõpul ära panna kõik supeltarbed. Talvehooaja lõpul jällegi villased kaubad ja lõngad, mis kauplusesse jätmise korral saavad rikutud päikesest ja tolmust.

**M a j a t a r b e k a u b a d.** Siia kuuluvad hooajakaubana igasugused pudelid, sulgurid ja klaaspurgid. Nende kaupade korraldamine vähendab kindlasti katkimineku protsenti ja annab hulga vaba ruumi.

**P õ l l u m a j a n d u s k a u b a d.** Suve lõpul tulevad õlitada ja sisse pakkida vikatid ja niidumasina osad. Samuti ka ära panna luisud ja lahtised põllukui juurvilja seemned. Viimased tulevad kaaluda ja asetada lähestikku teiste põllumajanduskaupadega, et järgmise hooaja algusel oleks olemas-

olevatest kaupadest täielik ülevaade. Soovitav koostada täpne nimestik.

**K o o l i k a u p a d e** hooaja vaheaeg ei ole küll kuigi pikk, kuid nende korraldamine hooaja lõppedes ei ole sugugi ülearune. Võivad ju suvise päikese käes luituda ja pleekuda vihud jt. paberikaubad.

**R a a d i o a p a r a a d i d.** Viimasel ajal on ka mitmel pool hakatud müüma raadioaparaate. See kaup on küllalt kallis selleks, et ta eest hästi hoolitsetaks. Hooaja lõppedes tulevad aparaadid suuremas enamuses sisse

pakkida, et järgmisel hooajal ei tuleks müügile hooletu ümberkäimise tundemärkidega kaupa.

Kuigi eespool toodud read hooajakaupade kohta ei too midagi uut, arvan siiski, et nende järele toimitakse ühingutes vähe. Kuigi see töö on veidi hoolsust ja aega nõudev, tuleb see siiski kasuks nii ühingule kui tegelastele kauba väärtuse hoidmisel, ruumi juure muretsemisel, kergendab tellimiste koostamist järgneval hooajal ja vähendab kauba rikkiminekut, ühes sellega ühingu kulusid.

## *Ühiskaubanduse omatööstustoodete väljapanekuist*

*E. Vellesoo*

Jälle on ukse ees jõulu-hooaeg, see igal aastal korduv ja kõikide äritegelaste poolt oodatud müügi kõrguspunkt. Jõulude vastu valmistub igaüks ühel või teisel viisil ja ühiskauplustegi personaal peab sellele „kuldsele ajale“ minema vastu teadlikult ja ettevalmistatult; teades, kuidas võimalikult suuremal määral kasutada seda hooaega, kuidas veelgi suurendada läbimüüki, veelgi täielikumalt teenida ostjate rahulolu. Teatagu, mida kõik selleks peab tegema ja teatagu selleks reaalselt midagi, nii palju kui selleks piisab võimalusi ja oskusi.

Ühiskauplus on enamikjuhtudel ümbruse majanduslikuks keskuseks — eestkätt muidugi maal. Jõuluhooajal on ühiskauplus seda veel mitmekordselt enam. Seepärast olgu ka just ühiskauplus see koht, kust ostupiirkond saab esimesi jõulukajastusi, ost-

jad esimesi jõulutuule puhanguid. Ent palju on neid, kes ei tea, mida peaks selleks tegema, ja veelgi rohkem on teisi, kes leiavad, et mõte on ilus ja hea, ent iseasi on midagi reaalselt teha. Õigustatakse endi passiivsust vabandusega, nagu poleks mõtet näit. maal või koguni kusagil „maasopis“ midagi hakata tegema, leitakse olevat küllaldane, kui kaup läheb ja jõutakse toime tulla müügiga. Selline vildak vaatenurk pole omaks saanud mitte ainult maa, vaid ka linna ühiskaupluste nii paljudele, paljudele müüjaile.

Selge peaks olema kõigile, et just seal, kus elatakse nagu kõrval tuikavast välismaailmast, et just neis ümbruses iga töö paistab mitmekordselt enam silma. Just selliste piirkondade ostjad, kes pole hellitatud igasuguseist tähelepanuavaldusist ning aja- viite- ja lõbustusvõimalusist, saavad

võrratult kergemini haaratud ja kaasatõmmatud kõigest uuest, mida neile pakutakse. Nad on tänulikud väiksema tähelepanu eest. Seepärast iga ühiskaupluse tegelane püüdku teha kõigi oma tahte ja oskusega kõik, et kauplus saaks ümbruse tsentrumiks jõuluhooajal, saaks kohaks, mis ostjaid tõmbab ja köidab, andes igale kaasa jõulumeeleolu ja rahulolu. Väikesegi tahte juures võib saavutada midagi. Ainult halb müüja jääb siin passiivseks, lastes käed rüppe, õhates töörasekusist ja arvates, et ta kõik on teinud, mis võimalik: suutes anda kaupu, mida k ü s i t a k s e.

Mida võib ja saab siis teha?

Kõigepealt kaubad tulevad tuua nähtavale, ostjate ette, luues neist maitserikkad ja meelitavad väljapanekud. Peetagu meeles, et meelitavalt esitatud kaup, pühademeeleolulises väljapanekus müü b e n d i s e! Seejärele tuleks kõne alla puht sise-dekoratsioonilised ülesanded, plakate, loosungite, tekstide näol, seoses ja täiendatud jõulu embleemidega.

Neist küsimusist, eriti viimaseist, oli juba juttu ka eelmises, 1937. a., „Ühiskaubanduse“ jõulunumbris. Lühikene meeletuletus aga ei tohiks asjale tulla kahjuks.

Käesolevas kirjutises väljume aga nende küsimuste käsitlemisel uuest lähtepunktist, nagu see nähtus juba pealkirjastki: omatööstustoodete väljapanekuist jõuluks, samal ajal puudutades seda küsimust ka laiemast — põhimõttelisemast — seisukohast.

Selleks on tungivaid põhjusi.

Liikudes ringi meie ühiskauplusis, nii linnas kui maal ja pannes tähele neis kaupade asetust, esiletõstmise oskust ning ühistegeliku omatööstus-

toodete propageerimise ja levitamise taht ning püüdu, peab otse kurvas-tava tõsiasjana nentima, et selles suhtes oleme veel kaugel järel teiste maade ühiskauplusist (näit. Soome ja Rootsi omist). Kaupluste üldine sise-ilme, sisustus ja korrastus rühib, tõsi küll, rõõmustaval viisil lähemale teiste maade ühiskaupluste sisekultuurile — ent see on ka kõik. Minnes sealt edasi, eriti viimasena nimetatud küsimuse juurde, näeme, et midagi ei saa me ütelda endi vabanduseks. Tekib paratamatult küsimus: milles seisab siin viga? On selle põhjuseks oskamatus või hoolimatus, tahtepuudus või meie ühiskaubanduse personaali ühistegeliku mõtteviisi pinnapealsus?

Paljud teavad kindlasti süü õiget suunda ja paljude silmad on avatud nägema ammu püstitatud tähiseid. Ent kõik need kipuvad ununema ja pahatihti lüüakse kõigile käega, kuna liig vähe leitakse eeskujusid enda ümber. Ning saades ise vanemaks ja juhiks, ei suudeta isegi pakkuda eeskujut — puudub sageli tahegi juhtida siin nooremaid ja nõuda neilt, et mitte ainult vahenditult müügitöös ei tule esile tõsta omatooteid, vaid nende populariseerimiseks ja levitamiseks tulevad need esikohale tuua riiu-leil, rohkem näidata neid eriväljapanekutena nii kaupluse sees kui ka vaateaknail.

See ongi küsimus, mis meie ühiskauplusis jäänud vaeslapse ossa. Ometi peaks igaüks teadma, et omatoodete levitamisega tugevdatakse omatööstust — elujõulise ühiskaubanduse üht alust ja vundamenti, mille tugevus tuleb kasuks eeskätt ise-omale. Teame ju kõik, et just tarbija-tühingute endi soovil ja huvides on

keskühing rajanud omatööstuse. See on avaldunud ja seda on nõutud küll arvukail kongressidel ja nõupidamistel, küll ETK peakoosolekuil. Neis avaldunud soovidest ja nõudeist, kui ka terve ühiskaubanduse käekäigust tingituna käib omatööstuse arendamine ja süvendamine üha edasi.

Kas pole siis loomulik ja arusaadav, et ühiskaupluste personaalil lasub moraalne kohustus, terve oma jõud ja oskus rakendada omatooteid levitamiseks. See saagu südameasjaks igale ühiskaupluse tegelasele. Loomulik, et eeskujud peavad lähtuma neist, kellele õlul lasub juhtimine ja vastutus, ja ärgu oodatagu seda praktikantidelt, kes esimesi päevi leti taga.

Nüüd vaatame, mida peame tegema ja kuidas tegema.

Jääb üle puudutada neid küsimusi puht omatööstus-toodete väljapanekute seisukohalt. Alakem juba riulitega. Lüües pilgu neist üle, olgu kohe näha, et domineeriv koht on antud siin omatooteile, nagu see õiges ühiskaupluses teisiti ei saagi olla. Ja nii olgu see aasta ringi, mitte ainult jõulu-hooajal! Üksikud ostu-hooajad, pühad ja tähtpäevad, pakuvad aga veel erilisi häid võimalusi omatoodete propageerimiseks ja levitamiseks. Selleks korraldatagu neist eriväljapanekuid kas letil, laudadel või selleks eriti valmistatud väljapanekute aluseil. Külluses ja meeldivalt esitatuna imbutavad sellised väljapanekud terve kaupluse nagu läbi ühistegeliku õhuga, kõnelemata sellest, et rikkalik kauba-väljapanek meelitab tugevalt ostma. Selliseid omatoodete väljapanekuid elustavad, nende mõjuvust suurendavad ja täiendavad hästi

läbimõeldud tekstid. Hea sõna on siin parajal kohal, ning pakub tugevamõjulise ja sellejuures odava reklaamivõimaluse ühistegelikule tööstusele. Ei või aga unustada, et meeoleolu on samuti suure tähtsusega. Seepärast mitmesugused dekoratiivsed lisandid, kujutised ja embleemid väljapanekute juures on suurema ja hinnatavama väärtusega kui seda teatakse aimata.

Võtame näit. ühe eriväljapaneku võimaluse ja selle rakendamise: jõulud on aasta suuremaks kinkimisaajaks. Kellele küll ei valmistaks rõõmu kinki saada, kuid ise kinkides pole rõõm kindlasti väiksem. Raskusi tekitab aga sageli valik. Korraldame siis endi kaupluse erilise kingituste laua ETK peenkeemia-parfümeeria tooteist. Teeme sellest väljapanekust sõna tõelises mõttes „jõulu-laua“ — ilusa, meeldiva, rikkaliku, meeoleoluküllase, mis otse ahvatleb ostma ja kus igaüks võib leida midagi kinkimiseks. Peen, valge riie voltides, mis meenutab lund, öötaevana sinine tagapõhi — mõni suur, võimalikult loomulik dekoratiivne küünal, kuuseoks, mõni kuldne täht ja pühadekohane tekst — ühistegelikus vaimus — see kõik on suurepäraseks ja meeoleoluliseks fooniks neile kingituseks sobivale omatööstus-tooteile.

See pole aga veel kõik, pole ainukeks võimaluseks. Võime samuti teha meeldivaid väljapanekuid teistestki kaupadest. Mõnele teisele lauale või letile, kus ruumi, paneme välja ETK kohvid, kakaod, teed. Kolmandale kohale jahud ja maitseained — kõiki täiendades jõuluks sobivate tekstidega ja dekoratiivsete kujutistega. Ärgu unustatagu aga kaupade meelitavat

väljapanekut ja nende grupeerimist liikide, kvaliteetide ja värvide järele. Kindlasti tuleb eriväljapanekuid teha mõne uudis-omatoote turule ilmumise puhul, mille juures tekstil on eriti tõhus väärtus ja tähtsus. Loomulik on, et selle kõrval ei või unustada vaateaknaid dekoreerimast ja neilegi panna välja omatööstus-tooteid. See ei tähenda aga seda, et kõigil aknail peab ainuüksi olema omatööstustooted. Nende esitamine seisku südamel aga eelkõige.

Mis puutub kaupluse puht sise-dekoratsioonilisse külge, siis siingi tuleb rõhku panna omatoodete propageerimisele. Pole näit. kaupluses paremat kohta ühistegelike omatoodete reklaamimiseks, kui ka ühistegelise mõtlemisviisi levitamiseks ostjaskonnas, kui riiulite kohal olev vaba pind kuni laeni. Saagu see paigaks, kus aastaringi kõneleb elav sõna igale ostjale omatööstuse täisväärtuslikest toodetest. Jõulude ja teiste pühade puhul ümbritsegu seda ainult uus ilme, uus meeleolu. Tekstid, lausetes ja

üksiksõnades, täiendatud jõulukohaste embleemidega ja teiste dekoratiivsete kujutistega, pakuvad siin mõjuvat reklaamivõimalust. Tekstil on siin aga veelgi suurem nõue, kui kauba väljapaneku juures, sest siin peab sõna asendama kauba.

Kokkuvõttes, terve kauplus — mitte ainult väliselt, vaid just seesmiselt — oma siseilmelt ja vaimult peab igale ostjale kõnelema selget keelt ja ütleva, et see on ü h i s k a u p l u s, et selle tegelaste ülim soov on teenida ostjate täielik rahulolu mitte ainult endi isikliku kutseoskusega ja teenimisvõimega, vaid ka omatööstustoodetega, mida nad müüvad. Meeleolu loomine on ainult vürtsiks, elustavaks rohuks sellele, mis kergendab müüja tööd ja ülesannet.

Teadku igauks, et ü h i s k a u p l u s e k s e i t e e v e e l s i l t, vaid selleks teeb seesmine vaim, teevad teod — eelkõige personaali ühistegelik mõtlemisviis, personaali oskus ja hool, oma õiget mõtlemisviisi rakendada praktiliselt kutsetöösse.

## *Kindlustamisest tuleõnnetuse vastu*

*O. Kuusmaa*

Hiljuti pöördus üks maapäritoluga jahu- ja saeveski omanik kindlustus-asutise poole sooviavaldusega kindlustuse võtmiseks oma varandusele. Saades aga teada kindlustusmaksude summa, loobus ta kindlustamisest lihtsa põhjendusega, et tal polevat kavatsust säärest suurt rahasummat (üle kr. 100.—) asjatult maha visata, olevat ta varem ilma kindlustamata

läbi saanud, saavat ka edaspidi. — Paar nädalat hiljem tema kaugelt üle kr. 10.000.— väärtusega varandus hävis tuleõnnetusel täielikult. Tõsi küll, kahju tabas esijoones teda kui omanikku, ent ei tule unustada tema perekonda ja tehases töötanud töölisi oma perekondadega, kellelt võeti elu-ülalpidamise võimalus; lõpuks tuleb meeles pidada ka puht rahvamajan-



duslikku kahju, sest üks käitis oli loovast tööst välja lülitatud. Väikene kokkuhoid kindlustusmaksude tasumatajätmise näol oli kuritegu sõna tõsisel mõttes oma perekonna, tööliste ja kogu rahva vastu.

Kaugelt suurem on kuritegu, kui jäetakse kindlustamata või kindlustatakse ainult osaliselt kooperatiivühingu varandused. Ühingu juhatus eksib sellega oma kohustuste, rahvamajanduse ja varanduse tõelise omaniku — ühingu liikmeskonna vastu. Juhatusel hoolde on usaldatud ühingu varandus, juhatusel mureks on rakendada kõik võimalikud abinõud varanduse säilitamiseks. Nagu äriees ei või jätta ärist lahkudes uksi-aknaid sulgemata põhjendusega, et kes siia ikka varastama tuleb, samuti ei või jätta varandust kindlustamata tuleõnnetuse vastu eeldusega, et egas tulekahju ikka või juhtuda. Kooperatiivühingu juhatusel üheks kohustuseks on kindlustada tema hoolde usaldatud varandus tuleõnnetuste vastu ja nimelt nii, et iga võimaliku kahju korral kindlustussumma alati kataks kahjusumma täielikult. Jääb üle vaid küsimus, kuidas seda praktiliselt läbi viia.

Tulekindlustuse puhul väljamaksetava kahjutasumma suurus oleneb varanduse tõelise väärtuse ja kindlustussumma vahekorraldusest tulekahju ajal, kusjuures väljamaksu ülemääraks on lepingus määratud kindlustussumma. Näiteks: laoseis tulekahju ajal oli kr. 5000.—, varanduse kindlustussumma kr. 4000.—, tõeline kahju kr. 2000. Varanduse ja kindlustussumma vahetegur on 4:5, s. t.  $\frac{4}{5}$  varandusest on kindlustatud,  $\frac{1}{5}$  on omaniku omavastutusele jäänud, järelikult vastavas proportsioonis tuleb ka tegelik kahju

jagada ja kindlustusasutus tasub kahjusumma  $\frac{4}{5}$  kr. 2000-st, s. o. kr. 1600, kuna omaniku kanda jääb kr. 400. Ühiskaupluste varanduste kindlustamisel omavastutust olla ei tohiks ja sellepärast on ühiskaupluse juhtkonna mureks kindlustusleping nii sõlmida, et kahjusumma kindlustusasutiselt saadava kahjutasumma igal ajal täiel määral oleks kaetud. Muidugi on see ülesanne kaunis raske, sest laoseis on kogu aeg muutuv. Mõeldavad oleksid järgmised kindlustusmoodused.

Määratakse kindlaks igakuune keskmine laoseis, võetakse sellest aasta keskmine ja selle summa peale sõlmatakse kindlustusleping. Esialgsel vaatlusel see moodus tundub päris õiglaseks ja otstarbekaks, kuid põhjalikumal kaalumisel ilmneb üks ja just olulisim puudus: võimaliku kahju korral võivad kõikumised kindlustussumma ja laoseisu vahel olla väga suured ja sellega omavastutusele jääv riisiko protsent kõrge, sest kahjutuli võib tabada just sel ajal, millal laoseis on ühel või teisel juhul eriti kõrge. Hooaegade algul varustatakse end suuremate tagavaradega, samuti on paljudes kauplustes ajutine kõrge laoseis tingitud liiklemisest, nagu saartel asuvates kauplustes, kus tuleb end aegsasti varustada küllaldasel määral kõige vajalikuks selleks ajaks, mil ühendus mandriga raskendatud või täielikult katkenud. Tabab säärase kõrge laoseisu ajal ettevõtet tuleõnnetus, võib oma kanda jääv kahjusumma ületada mitmekordselt keskmise seisul määratud kindlustussumma. Hoitakse küll kindlustusmaksude arvel mõni kroon kokku, kuid jäetakse mitme tuhande kroonine riisiko enese kanda. Niisugune kindlustussumma

väljaarvestamise moodus pole ühiskaupluste varanduste kindlustamiseks vastuvõetav.

Vastuvõetavam on teine moodus, kus kindlustussumma määratakse kindlaks igakuusete kõrgemate laoseisude keskmise järele. Kõikumised laoseisu ja kindlustussumma vahel on väiksemad, kuid siiski ei vasta nõudele katta iga võimalik kahjusumma terves ulatuses.

Võidakse ju erakordsel kõrge laoseisu ajaks teha lühiajalisi juurekindlustusi, mida ka paljude ühiskaupluste juures tegelikult praktiseeritakse. Eriti soovitavaks seda siiski ei saa pidada, sest igapäevases elus tuleb ette sageli juhtumeid, kus kas või lihtsalt unustusest jäetakse juurekindlustus sõlmimata.

Täielikult rahuldab kolmas ja meil kõige rohkem levinud moodus, mille juures kindlustussummaks võetakse aasta kõige kõrgem laoseis. Varandus on siin igal ajal maksimaalselt kindlustatud. On tõsi, kindlustusmaksud on sel juhul pisut suuremad, sest mõnel ajal kindlustussumma ületab lao tõeliku väärtuse, kuid kasulikumaks osutub kindlasti väikene lisakulu kui suur risk. Samuti on seda puudust mõnelgi juhul võimalik pehmendada. Näiteks kaupluste juhtkonnal on kindlasti teada, missugustel kuudel nende laoseis on erakordselt kõrge, siis kindlustusleping sõlmitakse tavaliste kuude kõige kõrgema laoseisu järgi, kuid märkusega, et nendel ja nendel kuudel on kindlustussumma nii ja nii palju kõrgem. Olgu tavaline kindlustussumma kr. 5000, kuid nov.- ja dets.-kuul — kr. 7000. Kindlustusasutis kindlustusmakude väljaarvestamisel võtab

aluseks kr. 5000, kuid kahe kuu eest arvestab juurde lisamakse kr. 2000-lt.

Muidugi oleks kõige ideaalsem sõlmida iga kuu või koguni iga päeva kohta uus kindlustusleping; see osutub aga esiteks liiga tülikaks ja aegaraiskavaks, teiseks kindlustusasutised arvestavad kindlustusmaksu lühemaajalise kindlustuse pealt kui aasta, mitte proportsionaalselt aastapreemia määrale, vaid erilise murdtabeli alusel ja selle järele tuleb preemiamäär seda kõrgem, mida lühem on kindlustuse kestvus.

Lõpuks kordan veel: ühiskaupluste juhtkonnal tuleb alati silmas pidada seda, et tema hoolde usaldatud varandus oleks tuleõnnetuste vastu nii kindlustatud, et iga võimaliku tuleõnnetuse korral tegelik kahju oleks alati väljamaksetava kahjutasusummaga täielikult kaetud. Kuidas ta selle läbi viib, olenegu olukorrast, kuid peetagu meeles, et kroon kokkuvõidu aastas õigel kohal on kiiduväärt tegu, kroon kokkuvõidu kindlustamata jätmisel või osaliselt kindlustamisel — kuri-tegu liikmeskonna ja rahva vastu.

---

*Kõikide parteide pattulangemine algab siis, kui nad veel ainult võimalikku tahavad.* Ch. Tschopp.

\*

*Ühistegevusliikumise levimisele on jõuprintsiip võõras, ja kus see ikka ilmneb, seal on tagasimineku tulemus. Ühistegeelik autoriteet kasvab välja ühistegeeliku usu sügavusest, täielikust kohusetundest, enesest lugupidamisest ja endadistsipliinist.*

†

# Uute kaubaartiklite müügilevõtmisest

E. Kindel

Ühiskaubanduslikud ühingud on tegutsenud enamiku tegevusajast esmajärguliste tarbeainete müügiga. Viimaseil aastail, koos keskühingu ladude täienemisega, on kaasas käinud ka ühingute kaubavaliku suurenemine. On märgata, et majandusliku seisukorra parandamisega ja liikmete arvu kasvamisega olukord nagu ise sunniks ühingat kui rahva ettevõtet rahuldama ostjaskonna kõiki ostunõudeid. Sellest tingituna on kaubalaod tõusnud nii artiklite arvult kui ka väärtuselt. Ladude täiendamine on toimunud peamiselt vähemnõuetavate kaupade alal, kuna on püütud täiendada kaubavalikut kõigis osakondades. Seetõttu, hoolimata viimaste aastate läbimüügi tõusudest, ei näi kaupade käibesagedust (= ringkäik) ühinguis kiirenevad, vaid sageli isegi vastupidi — aeglustub. Käibesageduse langemine eeldab aga kulude tõusu, eriti kapitali intresside näol, sest aastakeskmiselt ühingute tegevuskapitalid koosnevad 80% võõrkapitalist ja ainult 20% omakapitalist. Peale selle muutub ladu suure kaubavaliku juures ebalikviidseks, tekib rohkem seisvaid ja moestlänud kaupu, milliste ümberhindamise puhul tuleb kahjusid kanda hinnaalanduste näol.

Tekib küsimus, mida tuleb silmas pidada ladude täiendamisel?

Kõigepealt vajab müügihindade määramisel vähemnõuetavate ja aeglaselt liikuvate kaubaartiklite juures erilist tähelepanu kulude kalkuleerimisel kapitali intress ja seismajäämise riisiko, kuna see sageli moodustab

üle poole esialgu juurdehinnatud brutoteenistusest.

Edasi peaks olema selge, et ükski ühing meie oludes praegu veel ei saa enesele võtta ülesannet, kus ta suudaks tarbijat varustada hällist haurani. Seepärast peab uute kaubaartiklite valik toimuma ainult neil aladel, mille tasuvalt müügiks on väljavaa-teid. Selleks tuleb olla kohaliku olude hea asjatundja. Koos lao täiendamise-ga peab jooksvalt jälgima nende artiklite minekut, käibesagedust ja tasuvust. Selleks on vajalik katseline kontroll, mida tuleb teostada kontrolli all olevate kaupade ostude registree-rimisega nii ostu- kui ka müügihin-nas ja aeg-ajaliste inventeerimistega. Nende andmete najal on enam-vähem kindlakstehtav kontrolli all olevate kaupade brutokasum. Arvates brutokasumist maha otsekohesed kulud, nagu kapitali intressid, pakkimisma-terjal, võimalikud hinnaalandused seismajäänud kaupadelt, läbikäigu-maks jne., peab tulemus näitama selle kaubaliigi tasuvust.

Lao ulatuslikuma täiendamise-ga peab enne ka tõsiselt kaaluma, kui-võrd jätkub selleks tegevuskapitali ja kas vastava kauba muretseja saab anda vajalikku alatist krediiti. Tasu-vuse kohta peetagu vastavale alale eri resultaati arvet.

Kui kõik eeldused olemas kaubalao täiendamiseks ja selle korraldamisele asutakse, tuleb see algusest peale eri-lise hoole ja jälgimise alla võtta. Sel-leks olgu jooksvalt ülevaade lao suuru-sest, koosseisust ja käibesagedusest.

# Kaupade tellimisest

V. Karu

Kauba korrapärane ja õigeaegne tellimine on eduka äritegevuse tähtsamaks eelduseks.

Nõuded kaubatellimise täpse korra kohta on üldiselt teada, kuid tegeliku töö juures ei omistata neile küllaldast tähelepanu. Kaubatellimiste koostamisel puudub ühinguis sageli kindel kord ja vajalik täpsus. See toimimine on ärielus küllalt tähtis, et sellele püütaks edaspidi rohkem tähelepanu pöörata ja seda muuta reeglipärasemaks.

Kaupa ei tule tellida siis, kui see juba viimseini on läbi müüdud, vaid tuleb nii arvestada, et järelolevast kaubatagavarast jatkuks uue saadetise kohalejõudmiseni. Kauba tellimine viimasel silmapilgul, mil kaup juba otsas, on tülikas, sageli pealiskaudne ja halvemal juhul isegi vigade. Kaubaliik on märgitud ebaõigelt ja ka märgitud kauba hulk ei vasta tegelikule vajadusele.

Kaubatellimuse hilinemise korral nõutakse tellimuse välkkiiret täitmist. See omakord nõuab keskühingult sageli erilisi kulukaid pingutusi ja mõnikord ei suudeta kaupa soovitud ajaks ka parima tahtmise juures ühingule kohale saata. Selle tulemusena võivad tekkida arusaamatused ja asjatud kirjavahetused, kuid kõigi selle peasüüdlaseks on kaubatellimuse hilinemine.

Eriti suurt ettenägelikkust nõuab kaubatellimuste koostamine hooajakaupadele. Siin on hädavajalikud statistilised andmed eelmisist aastast. Tuleb püüda arvestada võima-

likult täpselt, et ei tuleks kaubas suuremal määral puudu, ega jääks ka järele.

Tellimuse õigeaegne ärasaatmine hooajakaupadele omab erilise tähtsuse. Kaup jõuab varakult kohale ja seda saab kohapeal küllaldaselt reklaamida. Ostjail on võimalus nendega tutvuneda ja ettenägelikemal tarbijail on võimalus sooritada oma ostepinga varakumalt. Pinge müügitöös ei kuhju seega siis lühikesele ajavahele — hooaja haripunktile.

Lähenev jõulukaupade hooaeg on üks selliseid. Keskühing peab varustama oma liikmeid-ühinguid väga mitmesuguste kaupadega.

Keskühingu ladudes müügilolevate kaubaartiklite arv on lühikesel ajajooksul väga palju suurenenud. Müügil olevate artiklite arv tõuseb veelgi pidevalt, et ühinguid võimalikult kõigi tarvilike kaupadega varustada. Praegu on ETK-s müügil kogusummas üle 21.400 üksikartikli. Neist: põllutööriistu-, masinaid, sõidukeid ja nende osi 7300, majatarbeid 3100, peenrauakaupu 2100, pudukaupu 1700, keemiakaupu 1200, koolitarbeid 1000 jne.

Selge on, et nii suure hulga üksikartiklite müümine nõuab viimistletud organisatsiooni ja süsteemi. Nende korrapäraseks ja viperusteta teostamiseks võiksid väga palju kaasa aidata korrapärase ja õigeaegsed kaubatellimused.

Tellimuste täitmiseks on ETK peakontori müügiosakonnas kaubad liigi-

tatud 7-sse erialalisse gruppi, milleks on moodustatud ka eri müüjate grupid:

1) põllutööriistad, — masinad ja nende osad; ehitus- ja talutarbed;

2) põllumajanduslikud kaubad, väetisained, seemned, nahakaubad, elektritarbed, jalgrattaosad ja autokummid;

3) keemiakaubad;

4) toidukaubad;

5) riide- ja pudukaubad, koolitarbed;

6) majatarbed;

7) raud, peenraud.

Ühinguilt tulnud tellimustest täidavad iga kaubagrupi tegelased ainult oma erialalise osa. Töö kiirendamiseks on soovitatud ühinguil saata tellimised eraldi lehtedel, nii et igale erigrupile kuuluv kaup oleks kirjutatud erilehele.

Tellimuste täitmine kirjeldatud tööjaotuse süsteemis on annud üle ootuste häid tulemusi. Sooviga teenida tellimiste täitmisel enam ühingute rahulolu, on seda süsteemi järk-järgult arendatud ja täiendatud.

Saadest ühinguilt tellimuse liigitamatult, kirjutatult ühele lehele, rändab see ühest grupist teise, enne kui see on lõpulikult täidetud. Erilehtedele kirjutatud erialaliselt liigitatud tellimuse täitmisele aga võib asuda mitu inimest korraga ja töö edeneb jõudsamini. Õigest, nõuetele vastavas vormis antud tellimusest oleneb tellimuse täitmise kiirus.

Liigitatud tellimuste koostamiseks kasutavad paljud ühingud moodust, kus tellimuste vihk on jagatud seitsmesse eriossa. Kohe, kui selgub mõne kauba tellimise vajadus, märgitakse see tellimuste vihu vastavasse ossa.

Säärasest vihust tellimuse väljakirjutamine on lihtne ja tellimus on ka kohe liigitatud.

Õigeaegse ja korrapäraselt liigitatud tellimuste koostamine ei nõua kuigi palju vaeva, vaid muutub peagi heaks harjumuseks, millest on suur kasu nii tellijale kui ka kaubasaatjale. Siis ei ole ka ühingus kunagi mingisugustest kaupadest puudus ja ühing on võimeline oma ostjaskonda teenima, saades täieliku rahulolu osaliseks.

---

## *Kas Teie teate . . .*

1. Kui suur on priimuse petrolitarvitus tunnis?
2. Palju läheb linast vaheriidet meeste ülikonnale?
3. Mis hinnaga tuleks Teil müüa petrooli kilogrammi viisi, kui liitri hind on 12,5 senti ja erikaaluks arvestatakse 0,824?
4. Mis nr. saapatikke tuleb tarvitada pooltaldade tikutamisel meeste säärsaapa ja naiste kingade juures?
5. Kuidas puhastada alumiiniumnõud?
6. Mida tähendab köitmisepapi number (näiteks: köitmisepapp nr. 40)?
7. Missugust õli kasutatakse jalgratta- ja õmblusmasinaõlina?
8. Millistes numbrites valmistatakse laste kalosse ja botikuid?
9. Mida tähendab „kohv 40/60“?
10. Kui palju on vaja nõõri keskmise pikkusega ohjadeks?
11. Milline napsiklaasi number hari-likus vormis sobib veiniklaasiks?
12. Mis maitse on veinil „Eesti Magus“?
13. Millised on sukanõela numbrid?
14. Mis kumm läheb 30 l piimakanule?
15. Missugused on tsemendipakendid?
16. Mida tähendab nõõbi liin?

(Vastused vt. lk. 201)

# Haaravat silmale ja kõrvale!

J. Jaanre

Eelmises kirjutises peatusime värbamisvahendite juures, millised otsivad ostjad üles nende kodus.

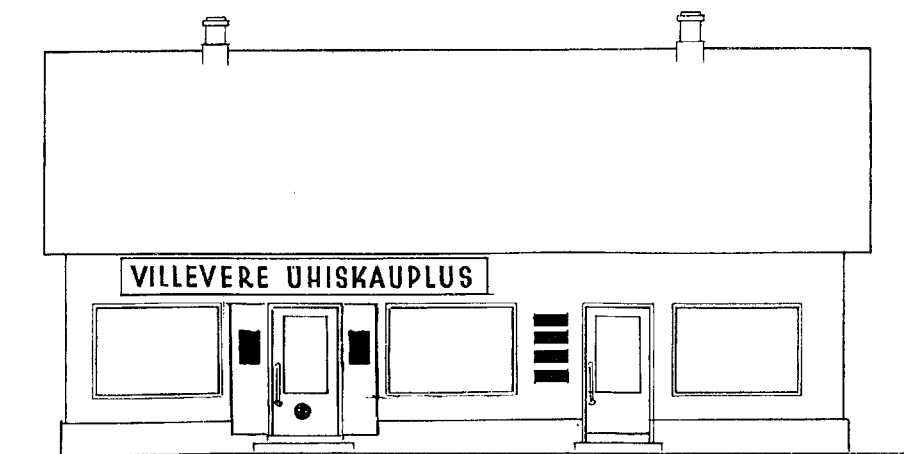
Kuid värbamistööd tuleb jätkata ka väljaspool kodusid. Siin tulevad esijoones kõne alla

## püsireklaami vahendid

— plakatid. Need on värbavad tänavail, raudteel, vaateaknail, suvituskohtades, spordiväljakuil j. t. rahva kooskäämise kohtades. Sise- ja välisplakateid valmistatakse paberil, kartongil, plekil, alumiiniumil, klaasil jne. Paberile trükitud plakatid on mõeldud siseruumide jaoks ja ka välja lühemaks ajaks. Plakati ülesandeks on liiklemiskeerises hästi silma paista ja tõmmata hulkade tähelepanu endale. Selleks on vaja värvilist ja elavat pilti, mis peab olema selge ja kergesti arusaadav. Tekst võimalikult lühike ja loetav möödaminnes.

Plakati suurus valitakse vastavalt sellele, milleks ja kus neid kasutatakse. Väike ja jõuetu plakat teiste suuremate hulgas ei paista peaaegu üldse silma, olles otstarbetu. Plakatreklaam on seda efektiivsem, mida väljapaistvamad on plakatid ja mida rohkem neid ühel ajal silma paistab.

Plakatite ülespanemiseks tuleb valida selleks sobiv ja nähtav koht, kus plakatid ümbrusega on kooskõlas. Meil on harjutud plakateid üles panema kaupluse ustele ja nende ümbrusse. Need kohad on sageli sedavõrd plakatitega üle löödud, et ükselaudu enam ei näegi. See ei sobi ajakohasele kauplusele. Pealegi on osa plakateid sageli pleekinud ja roostetanud. Ühiskauplustele sobivad ainult maitsekad plakatid dekoratiivses asetuses. Loomulikult saavad sel alal kõne alla



Sildi ja plakatite (mustad laigud) ajakohane paigutamine.



tulla esijoones ühistegeliku omatööstustoodete plakatid. Kui plakatite paigutamine välisseintele ei ole võimalik, siis võiks neid välja panna kaupluseruumis asetsevale teadete tahvli-le. Kuna plakatid aitavad omajagu tutvustada kauppu ja seega kergendada müüki, siis on soovitatav, et ühiskauplused ühistegeliku omatööstuse plakateile ühel või teisel viisil ruumi lubaksid.

Värbavalt mõjub kahtlematult ka

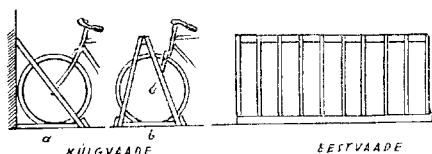
### kauplusehoone.

Ehituselt ja dekoratsioonilt väljapaistev hoone annab tunnustust jõust, edukusest ja ajakohasest teenimisest, mis ostjaid meelitab sagedasemale külastamisele. Sama võib ütelda ka kaupluse lähema ümbruse kohta ja seda eriti maal. Eeskujulik kord ja puhtus, hobuste jaoks lasipuud, jalgratastele hoiuseadeldised — need on kõik tegurid, milliseid ostjad hindavad kõrgelt.

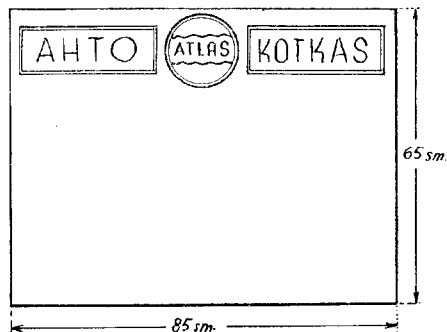
Iga kauplusega on ühenduses ka

### maitsekas ja väljapaistev nimesilt.

Nimi maalitakse kas plekile, kaupluse esikülje seinale või kinnitatakse seinale vastavad reljeef- või neontähed. Sobivamad ja ajakohasemad on reljeeftähed. Kui omatakse mitu kauplust, siis sobivad igale võimali-



Jalgrataste hoiuseadeldis.



Plakatid teadetetahvliil.

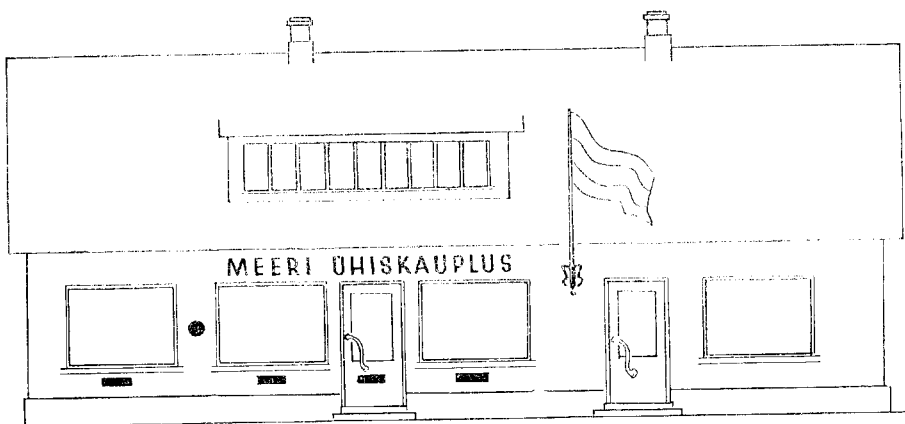
kult ühesugused sildid. Suuremad ühingud võiksid käidavamail tänavail üles seada neonvalgusega nimed. Need on eriti efektsed öösel ja praegu veel uudisena eriti tähelepanevad.

### Värvide valik.

Sildi värv tuleb valida nii, et see paistaks kaugele ja seejuures erineks tublisti maja värvist. Sama põhimõtte järgi tuleb valida tähtede värv sildi põhja suhtes. Näiteks: mustad tähed kollasel põhjal, tumesinised valgel, valged rohelisel jne.

Reljeeftähtede kõrgus võib olla 4—8 sm. Nii tähe kõrgus kui ka laius oleneb tähe stiilist ja väljatöötuse tehnikast. Värv osas kehtivad samad nõuded, nagu sildi juures. Seni on praktiseeritud ainult ühevärviliste reljeeftähtedega silte (mustad tähed valgel seinal). Kuid oleks soovitatav tähti rohkem elustada, mille juures reljeeftähe külg oleks ühte värv ja pealispind teisevärviline. Näit.: valgel seinal mustad tähed punase küljevärviga.

Hoonete värvimisel tuleb valida hele, rõõmus ja värske värv, mis oleks kooskõlas maja ümbritseva looduse värviga.



Reljeeftähtede ja -plakatite paigutus.

Tähtsamaks värbamisvahendiks jaekaubanduses on

#### **vaateaknad.**

Need on parimad müüjad. Vaateaknal tõstetakse esile kaup ostule meelitalval kujul. Dekoreerimisel on oluline suurus, ruumijaotus, kaupade valik, meeleolu, värvid ja valgus. Neid kooskõlastades, saab mõjuva ja esindusliku vaateakna. Vaieldavaks küsimuseks on olnud vaateakende korraldamisel väljapandava kauba hulk. Ühed soovivad esitada korraga rohkem kaupu, teised vähem. Siin olgu põhimõtteks: 1—2 vaateakna juures esitada aknal rohkem kaupu, enam akende juures aga vähem. Suurema huvi äratamiseks on soovitatav vaateaknaid sagedamini dekoreerida — vähemalt 10—15 päeva järgi. Kuna vaateakende kohta on ilmunud samas ajakirjas üksikasjalikke kirjutusi, siis siin nende juures pikemalt ei peatuta.

Vaateakende kõrval omab sama suure tähenduse hästi

**korrastatud kaupluseruum,**  
nähtavalt paigutatud kaupadega. Väl-

japaistev kaup tutvustab ja müüb enast, kergendades müüja vaeva. Selle vastu aga kavatult ja segipaisatud kaubad jäävad varju ja nende olemasolust ei tea sageli müüjadki.

Moodsa kaupluse nõudeks on suurem müügiruum, kitsas lett, kaupu hästi esiletõstvad riulid, panipaigad, hea valgus ja sõbralik ning kodune õhkkond.

Kaupade tutvustamisele vaateaknal ja riulil seltsib müümisel

#### **isiklik värbamistöo.**

See on mõjuv tegur nii kauba müümisel kui ka liikmete värbamisel. Keskustelu olgu huvitav, iseloomustav, veenev ja kergesti arusaadav. Eriti tähtis on vastuväidetele reageerimise oskus, et see toimuks asjalikuse piires ja ei riivaks ostjat ega kolmandaid isikuid. Isiklikul värbamisel on võimalik kasustada ostjate erilisi iseloomuomadusi ja vastavalt sellele tõsta esile kauba omadusi, mis ühele või teisele meeldib. Sama käib ka esindajate kohta, kes suuremates ühingutes raskekaupade müügi alal

on kujunenud tähtsamaiks vahenda-  
jajaks.

Kaupade tutvustamiseks võib edu-  
kalt kasutada ka põllumajandus-  
likke näitusi ja messe. Neid kül-  
lastatakse rohkearvuliselt ja neil  
esinemine aitab tutvustada nii  
ühingut kui ka kaupu. Ühingute poolt  
on näitustel esitatud nii oma kui ka  
keskühingu tooted. Näitustel läbi-  
statakse näitusehooned enamuses kiire-  
sti, ainult põllutöömashinade ja raske-  
kaupade juures peatuvad asjasthuvit-  
tatud pikemalt. Nii peavad väljapaned  
dekoratiivselt hästi esile tõusma,  
et köita tähelepanu.

#### Kinoreklaam.

Ka kinoekraane saab kasutada  
reklaamiks diapositiivide ja reklaam-  
filmide demonstreerimisega. Kinod  
leiavad rohkem küllastamist ja reklaam-  
tõusek ekraanil kõigile nähtavalt esi-  
le. Harilikult demonstreeritakse dia-  
positiive iga seansi järgi — 2—4  
korda õhtu kestel. Kuna meil kino-  
reklaam praegu on korraldamata, siis  
ei saa seda eriti soovitada. Pealegi  
viiks see reklaami liiga laiali.

#### Värbamiskoosolekud

on kujunenud meil sagedamini kasu-  
tatavaks propagandavahendiks. Hea  
korralduse juures on neil kindlasti  
suur mõju. Selleks on soovitav, et  
rahvakoosolekuil seltsiks kõnele alati  
kas laulu-, muusika-, näitemängu-,  
võimlemise- või kinoettekanded. See  
rikastab kava ja pakub igale huviko-  
hast. Rahvakoosolekute kõrvale on  
arenemas õpperingi koosolekud. Need  
on mõeldud väiksemale (10—20 isi-  
kut) ühishuviliste osavõtjate grupile,  
kus asutakse süsteemikindlalt teatud  
aine läbivõtmisele. Õpperingides ei

ole osavõtjad enam passiivsed kuula-  
jad, nagu suurtel koosolekutel. Siin on  
võimaldatud kõigil kaastöötamine ja  
mõttevahetus. See teeb keskustelu hu-  
vitavamaks ja võimaldab tungida va-  
litud ainesse sügavamalt. Õpperingid  
on leidnud mujal suurt poolehoidu  
ja kahtlemata arenevad need ka meil.  
Samuti tuleks osalt paremini ette val-  
mistada ka rahvakoosolekuid, et neil  
rohkem tõuseks esile rahva arvamine  
ja meeoleolu ühiskaubandusele posi-  
tiivses suunas.

Juuresolevad joonised selgitavad  
näitlikult, kuidas paigutada ühis-  
kaupluses silte ja plakateid. Need on  
toodud näitena.

---

### *Miks ei tea!*

(Vastused lk. 197 toodud küsimustele)

1. Umbes  $\frac{1}{4}$  l.
2. 1—1,3 m, olenedes ülikonna hää-  
dusest.
3.  $12,5 : 0,824 = \text{Kr. } \text{---}15,17$ ; s. o.  
ca 15,5 senti.
4. Nr. 21 ja 13.
5. Uutes nõudes kõige enne keeta pii-  
ma; alumiinium-seep; keeta orgaa-  
nilisis happeis, näit. pohlamarjad,  
sidrunikoored jne. Hoiduda leheliste  
kasutamisest.
6. Nii mitu tahvlit, suurusega  $80 \times 100$   
sm, läheb 50 kg-le, kui suur on num-  
ber (näiteks — 40 tahvlit 50 kg-le).
7. Vaseliinõli.
8. Nr. 1—7.
9. 40% ubakohvi ja 60% sigureid.
10. 4 käsistülda à 1,8 m  $\approx$  7 m.
11. Nr. nr. 4 ja 5.
12. Musta sõstra, väga magus.
13. Nr. 4—10 (pikim).
14. 180 mm.
15. Tünn = 170 kg; paberkott = 57  
kg =  $\frac{1}{3}$  tünni; netokaalud.
16. Nööbi raadiuse mõõt; 1 nööbi-  
liin = 0,315 mm.

# Välismaa ajakirjadest

Põhimõtted — ülesehitustöö alus.

Šveitsi tarbijateühingute liidu häälekandja „Schweiz. Konsum-Verein“ kirjutab:

Defaitistid on need, kes tahavad raha iga hinna eest, ohverdades selle eest isegi ideaale, et neid lastaks ainult vaikus ja „rahus“ elada. Defaitism on meeleolu, mis on veel palju halvem pessimismist. See on vaimne hoiak, mis on juba liüasaamisega leppinud.

Defaitism on saanud väga laialdaselt tarvitatavaks sõnaks. Kindlasti mitte põhjusetult. Välispoliitilised sündmused, pikad kriisiaastad, alandav tööpuudus halvavad paljude vastupanujõudu.

Kahjuks on ka meie maal märgata defaitismi jälgi... Ka ühistegevusi ikkugi ei ole veel mitte täiesti selle vaimu mõjust vabanenud, mis üle igapäevaste raskuste nii kergesti lõppsihi silmist kaotab.

Selles olukorras on ainult üks võimalik: haarata põhimõtete järgi. Jäädastavaks ideele. Ilma ideefa, ilma julguse ta meie maa vaimsetele ja majandusliikudele vajadustele lahendust pakkuda, selle liukkab ühistegevusliikumine tagasi. Ühistegevusliikumine, mis oma tuleviku ainuüksi heale teotsemisele tahab ehitada, hävitab rahvas usu ühistegelikkus missiooni. Ühing, selle personaal, selle ametkonda kuuluvad liikmed, kes oma igapäevases töös ja oma isiklikus ülalpidamises, oma kutsetöös ja eraelus mitte ikka ja ikka jälle ei tõenda, et nad tahavad seista üldises teenistuses, kogeavad peagi tarbijaskonna huvipuuduses või isegi avalikus vaenulikkuses ja seda mitte päris teenimatult.

See sünd teoga õigustada on erakordselt püha. See hoiab jõud ja vaimu ärkvel. See tähendab alatist manitsust ja hoiatust. See takistab tardumist ja arendab algatusi. Niikaua kui see tahe meie ametkonna ja juhtkonna juures leiab tunnustamist, niikaua ei leia defaitismi vaim meie keskel pinda.

Defaitism ja ühistegevuse vaim lülitavad teineteist välja. Kus valitseb tõeline ühistegevuse vaim, seal on edusammude, ülesehitamise vaim julge uutele lahendustele. Sellepärast kuuluvad ka ühingud kõige tähtsamana positiivselt töötava riigiolemuse juurde.

Soome ühistegevuse ajaloolised ajurid.

Kalduvus majanduslikuks ühistegevuseks ilmneb Soome-sugu rahvaste ajaloos mitmel eriviisil. See eeldab erilisi iseloomomadusi, millede tõttu ka ühistegevusel on edu. Soome rahvas ei ole kergelt innustatav ega juhitav, kuid tal on kalduvusi mõnesuguste ideaalide poole. Sellel on vastupidavust ja väsimatust, „kui tööst kinni haaratakse“. Ühistegelikkude ettevõtete algustee oli täis pettumusi. Näiteks ühinguid asutati tihti, vajaliku kogemuse puudumisel, nõrgale alusele, nii et tulemuseks oli pankrott. Kuid siiski katsuti uuesti ja võeti õppust kogemusist. „Mida karmim kool, seda selgem õpetus“, öeldakse, ja kindlasti ühistegevuse poolt käidud osalt väga karm kool ongi üheks põhjuseks selle edule, tänu meie rahva sitkele püüdlikkusele. Kuna Soome ühistegevus on üldiselt arenenud oma kodusel põhjal, suhtudes võõrastesse teooriatesse väga ettevaatlikult, siis see tõendab, et meie rahval on olnud iseseis-

vat majanduslikku mõtlemisvõimet. Mõõdunud aastasaja lõpupoole ajalugu jutustab meie rahva suhtumisest teistesse ettevõtte vormidesse, millega see tutvus elamistarvete kaubanduse kiirel arenemisel. Kui 1859. aastal lubati maakaupluste asutamist, siis levis erakaubanduse-vorm vähehaaval üle kogu maa. Talupojad ter vitasid kaupmehi poolehoiuga, teatakse neid tihti isegi meelitanud olevat kauplusi avama nende ümbruskonda. Kuid hiljem, eriti 1890. aastatel suhtumine kauplusse muutus: üldiselt kurdetakse maakaupluste puudusi, nagu võlgumüüki ja selle tagajärgi, kauba sordi puudulikust, kõrgeid hindu, mustust ja ebaausust. Era jaekaubandus oli ilmselt jät nud hooletusse oma meelearandusaja. Niihästi talupojad kui ka linnade keh vem tarbijaskond pidi hakkama otsima abinõusid asjaolude parandamiseks. Ühis sed toiduainete ostud ja seltside kaup lused olid need abinõud, kuni lõpuks ühis tegevuse seaduse kehtima hakkamine 1901. a. näitas neist sobivama abinõu kaubanduse olude korraldamiseks ühis jõul: kaubandusliku ühingu kujul.

Kuid ka huljikaubandusel oli hiljem oma meelearandusaeg. See hakkas raskendama ühingute tegevust, nii et viimas ed olid sunnitud ühinema omavahel ühis seks tööks ja nii tekkis praeguse ühis kaubanduse organisatsioon, milline on osutunud niihästi tõhusaks kui ka arene misvõimeliseks.

Tegelik kogemus, ei midagi muud, on näidanud meie rahvale küllalt selgesti ühistegevuse tähtsust. Kuid ilma arene nud majanduslikku mõtlemisvõimeta ning ühistegevuseks vajalike vaimsete omadusteta meie rahvas ei oleks olnud suuteline arendama ühinguid tarvidusile vastavaiks ettevõttevormideks. Veel tä napäev võime mainida, et peaasjalikult majanduslikud seisukohad määravad meie rahva suurema enamuse suhte ühis tegevusse. Osuuskauppalehti.

## Küllus ja rahu.

Ameerika Ühendriikide Ühistegeli ku Liidu kuukiri „Consumer's Coope ration“ (Tarbijate ühistegevus) kannab oma tiitellehel pealkirja: „Organ teadmiste levitamiseks tarbijate ühis tegevuse liikumisest, mille kaudu inimesed vabatahtlikus ühinemises osta vad ja valmistavad oma vajaduseks vahendeid, mida nad vajavad“. Aja kirja oktoobrikuu numbri juhtkiri lõpeb järgnevate sõnadega:

Meie ülesandeks on teha Ameerika õitsengu maaks kõigile. Kui me oleme teinud seda, siis teised rahvad viskavad ära iseoma ikked ja algavad võistlust meiega. Meie ülesandeks on teha Ameerika vabaduse ja üheõiguse valgus tuleks. See on meie käsuku maailma ees ja parimaks rahutaotluseks, mida me võime teha. Näidakem teistele rahvas tele, et me võime kõrvaldada endi seast oma majandusliku ahnuse ja rassiviha. Meil ei ole paraku majandusliku demo kraatia tõelikku eeskujut, mida sundida teistele rahvastele. Ja kui me kujun dame selle endile, siis meil ei ole vaja dust kasutada seda jõudu, et mõjutada teisi rahvaid järgima meie eeskujule. Tõde propageerib end ise. Teised järgi vad meile, kui me ainult näitame teed täiusele ja kodurahule. Aga me peame liikuma kiiremini! Iga uus kooperatiiv ühing, mis organiseeritakse ja iga uus liikme lisandumine või liikmete teeni mine vanemais ühingu is on samm lähemale, et tuua küllust kõigile ja rahu maa peale, nii kodumaal kui väljaspool.

## Ühistegelik demokraatia.

Brüsseli ülikooli ühistegevuse profes sori Louis de Brouckère lõpetab oma artikli „Ühistegelik demokraa tia“ järgneva kokkuvõttega:

Ühistegelik ühing on oma olemuses demokraatlik ja peab selleks ka jääma,

kui ta püstitab endale nõude, olla elav, edenev institutsioon, mis on võimeline leidma uusi jõudusid, et igal ajal suuta kohaneda muutuvates olukordades. Ühistegeeliku demokraatia meetodid ei või olla kopeeritud poliitilisest demokraatiast ilma modifikatsioonita. Ühistegeelik demokraatia on kantud kahekordsest põhimõttest. Ühelt poolt lülitab ta liikmeskonna aktiivse osavõtu äritegevusse, algatusvõime ja kohapealse iseseisvuse arendamise, niivõrd kui see on ühendatav tsentralisatsiooni majanduslikkude vajadustega. See eeldab kohaliku tegevuse arenemist, kohapealsete ülesannete teostamise kaudu. Kohapealsed asutised, mis etendavad teatavat osa tsentraliseeritud ühistegevuses, omavad kindlat sarnasust kogukondliku või provintsiaalse haldusega ühtlustatud riikides.

Teisest küljest peab suur osa ühistegeelikest ülesandeist lahendamata representatiivse süsteemiga, ja kuna erakondade süsteem, parlamentarismi alus, on mõeldamatu, siis on siin seda tähtsam arendada selliseid meetodeid, mis võimaldavad valvsat administratsiooni, et kindlustada endale tihedat kontakti valvsa ühistegeeliku arvamiseega. Sellega lunakse niivõrd suur mõtte- ja tahteühitus, kui see üldse võimalik, ilma et esindus muutuks illusoorseks.

Internationale genossenschaftl.  
Rundschau.

### Väärtuslikud ostjad.

Väärtuslik on iga ostja. Ka see, kes teeb kõige väiksemad ostud meie kauplusest. See esineb küll väga sagedasti, et me ostjaga, kes ostab ainult 15 senti eest, palju rohkem aega kulutame, kui müügi juures, mis meile toob sisse kümme korda rohkem. Kui me hoiame oma silmade ees ainult otsest rentaablust, siis näib meid see ajakaotus küll kahjustavat. Kui me siiski arvestame ka tulevast ostjast, siis on meie aeg küll palju väärtuslikumalt kasutatud.

## Dorm ületundide ja ületunnitasude arvestamiseks

„Riigi Teatajas“ nr. 95 — 1938. a. on avaldatud ärides ja kontorites peetava ületundide ja ületunnitasude arve vormi kehtimapanemise määrus, mille järgi kõik tööandjad, kelle kohta kehtivad äride ja kontorite töökorralduse seaduse eeskirjad, on kohustatud pidama töövõtjate kohta ületundide ja ületunnitasude täpset arvet määruses toodud vormi järgi. Juhime ühingute tegelaste tähelepanu selle nõude täitmise vajadusele.

Kuna nimetatud vorm-arvutustabel ei võimalda teha neid tundide mahaarvamisi ületundide kogusummast, mis lubatud Äride ja kontorite töökorralduse seaduse § 6 kolmanda lõike alusel, siis pöördus ETK Sotsiaalministeeriumi Töökaitse ja Sotsiaalkindlustuse osakonna poole järelepärimisega selle kohta, kas vajalike täienduste tegemine ettekirjutatud vormis on lubatav ja kuidas toimida eitaval juhul.

Iga ostja tohiks ja peaks aru saama, et meie aeg on kallis ja tähendab raha. Igale ostjale kohe kassablokiga ja pliiatiga peale karata tähendab küll väga ettevaatamatut talitamist. Kui ostja väikese ostuga lahkub rahuldamatult, siis on ta meile igaveseks kadunud. Ka väiksemgi eksimus meie poolt võib ostjat ära hirmutada, teda haavata. On ju küllalt ärisid, mis teda tahavad rahuldada ja tõesti ka rahuldada võivad.

Me peame alati mõtlema sellele, et erakonkurents kulutab kõike mõeldavat vaeva, et ostjaid ligi meelitada ja vähem või rohkem hästi teenida. Hästi teenida peab iga päev olema meie teotsemise põhimõte. Iga ostjas peame me tundma väärtuslikku ostjat. Schweiz. Konsum-Verein.

# Kaubaturu ülevaade

## SUHKUR.

Suhkruhinna liikumist kriisielsetel ja sellele järgnevatel kuudel näitab järgmine tabel:

	1936	1937	1938
1. augustil	5/11 $\frac{3}{4}$	8/1 $\frac{3}{4}$	7/1
10. „	5/11	8/1 $\frac{1}{4}$	7/0 $\frac{1}{2}$
20. „	5/11	8/0 $\frac{3}{4}$	7/1
1. septembril	5/11 $\frac{1}{2}$	7/9	7/3
10. „	5/10 $\frac{1}{2}$	8/3	7/4
20. „	5/9	8/—	7/6—7/8
1. oktoobril	5/8 $\frac{1}{4}$	8/1 $\frac{1}{2}$	7/5
10. „	5/9	7/11 $\frac{1}{2}$	7/2 $\frac{1}{4}$
20. „	6/0 $\frac{1}{4}$	8/0 $\frac{3}{4}$	7/1
1. novembril	6/1	7/10 $\frac{3}{4}$	7/3
10. „	6/4	7/8 $\frac{1}{4}$	7/6 $\frac{3}{4}$
20. „	6/2	7/6 $\frac{1}{2}$	7/7

Hinnad mõeldud Inglise peenkristall-suhkru TLS eest 50 kg b/neto cif Tallinn.

Kuigi augustis poliitiline meeoleolu oli üldiselt rahulik, pidasid Inglise suhkru-brokerid suhkurturgu üldiselt kindlaks. Septembris muutus turg aga eriti kindlaks. Kuu keskel olid Eesti importöörid kohustatud juba maksma erilist preemiat sõjariisiko eest ja sellest veel vähe: kuu teisel poolel sai suhkru osta ainult maksimisega kassa laadimisdokumentide vastu Londoni pangas. Sealjuures oli juhuseid, kus suhkru laevad kuu lõpul enam Londonist Tallinna poole väljagi ei sõitnud ja meid ähvardas koguni suhkru sisseveo takistus.

Nagu igalpool, nii tundus ka siin septembri lõpul elavat nõudmist kauba järele, mis tõstis septembris suhkruostud harilikust kolm korda suuremaks. Õnneks olid importöörid varustatud küllalt suurte suhkru tagavaradega ja Poolast oli suhkruost vaba ja võimalik.

Peale septembri lõpupäevade möödumist ilmnis otsekohe reaktsioon suhkrukaubanduses. Suhkru sissevedu oli otsekohe vaba, sai osta endiselt maksimisega

Tallinnas, hinnad langesid veel kiiremini, kui seda oli tõus enne kriisipäevi. Ostjate ostusoov oli korruga kadunud.

Oktoober möödus pea täielise vaikuse tähe all. Müügid ulatusid ainult poole normini harilikkudest selle kuu müükidest. Paralleelselt välituruhindadele liikusid ka meie hinnad alla.

November näitas juba normaalset müüki. Hindade langus jäi seisma.

Import on aga oktoobrist saadik pea täiesti seismas.

Ka väliturud on viimastel nädalatel muutunud uuesti stabiilseteks. Hinnad kõvenesid 5—7 sh 50 kg kohta, tõustes kuu viimasel nädalal kuni sh. 7/7 50 kg eest cif Tallinn.

Londonist kuuldu, et järjekordne suhkrukongress on otsustatud kokku kutsuda Londonis 12. jaanuaril t. a.

F. O. Licht hindas 31. 8. 1938./39. hooaja suhkru produktsiooni:

1938./39. a. loodetav produktsioon: Euroopas — 7.057.000, NSVL — 2.500.000, kokku — 9.557.000 tonni.

Külvipind: Euroopas — 1.821.000, NSVL — 1.180.000, kokku 3.001.700 ha.

1937./38. a. lõpulikud andmed: produktsioon: Euroopas — 7.174.585, NSVL — 2.500.000, kokku 9.674.585 tn; naeri külvipind: Euroopas — 1.723.315, NSVL — 1.190.000, kokku 2.913.315 ha.

Nähtavad tagavarad C. Czarnikowi andmeil 1-ks oktoobriks olid:

1938. aastal — 3.601.000 tn.

1937. aastal — 2.784.000 tn.

1936. aastal — 3.026.000 tn.

## TEE.

Septembri närvilik poliitiline õhk kond mõjutas tunduvalt ka teekaubandust. Siin töötas spekulatsioon elavamalt, läbikäigud olid suured ja turg närvilik.

Elav nõudmine kõikidele sortidele viis hinnad tunduvalt ülespoole. Nii tõusid Broken teede hinnad sh. 1/— lb kohta, s. o. ca 2 krooni kg kohta. Hiina teed Euroopasse alla 1 sh lb eest cif kontinendi sadamad ei müüdüd, läinud aasta sama aja 10 d vastu.

Peale kriisi möödumist meeleolud rahunesid ja tehhinnad näitasid uuesti pikaldast langust. Suurema languse hoidis ära üldine tagasihoidlikkus ka müüjate poolt. Nii ostis NSVL Hiinast 49 000 kasti teed, jättes kõige muu ostjaskonna jaoks Euroopas vabaks umbes 23 000 kasti, mis on kolm korda vähem harilikust vabast laotagavarast.

Teisest küljest on ka teemportööridel järel suuri vabu tagavarasid, mis ootavad konsumeerimist, nii et kokkuvõttes maailma teeturul praegu sooritatakse tehinguid vähe.

Normaalselt peaksid tehhinnad siiski langema senisest rohkem. Lähemate kuude jooksul on oodata ka uue lõikuse turulejõudmist. Hiina tee pakkumise hoiab tagasi ka Hiina-Jaapani praegune tüli.

Üldiselt maksavad praegu Assam, Jaava, Sumatra ja Tseiloni sordid kõrgeimat hinda, kui see nende kvaliteeti aluseks võttes oleks normaalne.

### ROSINAD.

Eeloleva pühadehooaja üheks nõutavamaks kaubaks on rosinaid.

Käesoleva hooaja rosinaid algas augustis võrdlemisi tagasihoidlike hindadega. Nii osteti Tallinna peale Türgi Sultanas septembri/oktoobri laadimisega sh. 52/— 54/— 100 kg eest neto cif Tallinn. Läinud aastal samal ajal olid hinnad ca sh. 10/— võrra kallimad.

Ühenduses hilisema elavama nõudmisega Kesk-Euroopa maade poolt kõvenes rosinate hind tunduvalt ja novembri keskel nõuti tüüp Nr. 7 eest juba sh. 60/— ja rohkem detsembris-jaanuaris laadimisele tuleva kauba eest.

Novembri keskel oli Smürnast saadud andmeil Türgimaal vabu müümata rosinaid veel järel 27 000 tonni, mis vastab umbkaudu eelmiste aastate sama aja tagavaradele.

### HEERINGAD.

Tänavuste šoti heeringate hinnad olid läinud aasta hindadest madalamad. Keskmiselt 1. Trade Markide Matties kala eest maksti sh. 42/— cif Tallinn. Need hinnad jäid kogu sügishooajaks püsima.

Heeringate kvaliteet oli möödunud-aastasest parem, kuid tänavuse eriti kuumade suve tõttu heeringate liha muutus ladudes pehmeks ning üksikutes tünnides leidis seetõttu katkiste kõhtudega heeringaid.

Meie kodumaa kalalaevastik Islandi heeringapüügile ei läinud ning tänavu on mõned väiksemad partiid mitmesuguse kvaliteedilisi heeringaid Rootsi ja Norra kaudu meile sisse veetud. Islandi heeringate hinnad püsivad möödunud aasta hindade tasemel.

Tallinnas maksid 1-sed Trade Margid Mattifuli heeringad juuli keskel kuni novembri alguseni:

1938. aastal Kr. 49.— kuni 50.— tünn.

1937. aastal Kr. 54.— kuni 55.— tünn.

Matties heeringad 2—3 krooni  $\frac{1}{4}$  tünni pealt odavamad.

Hinnalangust oli märgata ainult odavamate sortide ja nõrgemate markide juures.

Meie andmetel oli hiljuti Lerwickis veel suve püügi heeringaid järel. Neile otsiti veel novembri 1. poolel ostjaid.

Inglise idaranna sügisene püük (Yarmouthi, Lowestofti piirkonnis) lõppes novembri 10-da paiku.

1-st septembrist alates püüti 460 000  $\frac{1}{4}$  tünni heeringaid eelmise aasta sama aja 550 000  $\frac{1}{4}$  tünni vastu. Kuna osa šoti heeringaid veel realiseerimata, lõpetati sügisene püük varem. Yarmouth 1-sed Trade Margid püsivad sh. 45/— tünni tasemel cif Tallinn.



## KODUMAA KALAKABUAD.

### Kilupüük.

Tänavu sügisene kilupüük möödunud aastaga võrreldes on olnud veidi parem. Sellest hoolimata meie kodumaa randades püütud kilud ei suuda varustada kohalikke kalatööstusettevõtteid, kes on sunnitud hulgaliselt vedama värsket kala sisse Soomest. Soomes kilu hind kõigub 30—40 sendi piires kg, kuna meie oma randades püütud kilu maksis turul 45—65 s. kg. Värske kilu kõrge hinna tõttu on tõusnud ka kilukaupade hinnad. Soolakilu kaupade tagavarad on väikesed.

Sääraste kõrgete hindade juures valmistavad siinsed kalatöösturid peasjalikult toosikilu. Ämbrikilude hinnad tulevad loomulikult läinudaastastest palju kõrgemad, kuna tünnikilu nii kallist kalast üldse ei saa valmistada.

### Räimepüük

on käesoleval sügisel samuti tagasihoidlik. Selle tagajärjel näib, et soolasilku üldse ei tule müügile.

Ka Soomes on tänavune räime sügis-püük äpardunud. Seetõttu on soolasilgu hinnad Soomes kõrged ega saada neid ka sealt meile importida.

## ÕLID.

Õlide turg on pikema aja jooksul suu-remate vapustusteta. Eksportmaade noteeringud on näidanud väikesi kõvenemisi. Küll on täiesti ootamatult petrooleumi veohind pisut tõusnud.

Ameerikas on viimase aja jooksul pidevalt püütud õlitoodangut pidurdada, et kunstlikult tekitatud kaubanappuse kaudu tõuseksid hinnad. Nagu näitab tootmise statistika, on selle tagajärjel pidevalt vähenenud toorõli tagavarad. Kas ja millal nende tagavarade vähenemine põhjustab hinnatõusu, on raske ette ütelda; samuti ei tarvitse toorõli väike hinnatõus mõjutada otsekohe valmistoodete hinda põhjusel, et valmistoodete hulk püsib kõrgel tasemel ja nende alal võistlus on terav.

Viimasel ajal on Inglise naela, järelikult ka kroonide, kurss märgatavalt nõrgenenud dollari vastu. Õlide eksport-hinnad noteeritakse dollareis. Kui see tendents püsib, siis olenemata õlide noteeringust võivad õlihindad kroonides importijaile tulla märksa kõrgemad, kui olid alles mõne kuu eest.

Senine olukord ei põhjusta siiski otse-seid häireid õlide hinna suhtes. Kuna pealegi importfirmadel on talvised õlide tagavarad kas saabunud või saabumas, siis on häid väljavaateid püsivaiks õlihindadeks talveperioodil.

# Kroonika

## Pühapäevane kauplemine Saaremaal lõpetatakse

Saaremaa maavolikogu oma esimesel koosolekul tegi muutva otsuse kaupluste lahtioleku aja kohta Saaremaal. Uue sundmääruse kohaselt on edaspidi kõik kauplused pühapäeviti suletud kogu päeva. Äripäevadel on kaupluste lahtioleku aeg edaspidi 9 tundi senise 12 tunni asemel. Pühapäevavarahu maksmapanek kaubanduses on Saaremaal kõikidest maakondadest esimene ja seni ainuke.

## Raamatupidajate organiseerumine kestab

Ühistegelike Asutiste Raamatupidajate Ühingu on teksil organisatsiooni Rakvere piirkonna ellukutsumine. Organiseerimiskoosolekud peetakse lähemal päevil.

Sama organisatsiooni palgaredel on läbivaatamisel tööandjate komisjonis.

## Kursus valitavale personaalile

Ühiskaubandusühingute juhatuste ja revisjonikomisjonide liikmetele on 28. nov. kuni 1. det. korraldamisel kursus. Kursus toimub ETK korraldusel ja Ühistegevuskooli kaudu ning selle ülesandeks on tööpõhimõtete ja tegeliku juhtimisoskuse süvendamine. Kursuste kavas on 17 loengut. Lektoritena esineb ETK juhtivaid tegelasi. Loengkursusele lisanduvad tutvunemiskäigud ETK tehasesse.

## Juubilarid

50 aastat vanaks sai 21. nov. ETK Narva harukontori juhataja Aleksander B e s s a b o r k i n. Nimetatud kohal on juubilar töötanud juba üle 16 aasta.

Oma teenistuse 10 a. juubelit tähistas 12. nov. tarvitatajateühing „Oma-Abi“ pearaamatupidaja August K u k k.

Novembris möödus 35 aastat Kolga-Jaani tarbijateühingu asutamisest, olles seega üks vanemaid tarbijateühinguid Eestis. Ühingu ellukutsujaks on ins. M. Raud.

## Kalendrid

ETK ja ühingute ühisväljaandena on valminud ühistegelik kalender. „Ühis-kalender 1939“ ilmus trükist ja selle väljaasaatmine ühinguile on teksil. Kalender on sel aastal eriti nägus ja sisukas. Eeloleva aasta seinakalender on alles trükkimisel. Ka see väljaanne tuleb õige nägus. Kalender on 6-värvitrükis ja on illustreeritud nelja meie parema kunstniku maali reproduktsiooniga.

## Kutsetunnistused 26-le ärijuhile

Ühiskaupluste Ärijuhtide Ühing pidas möödunud laupäeval oma erakorralist peakoosolekut. Kutseküsimusi selgitas ühingu peasekretär E. K i n d e l. Ühingute ja keskühingu kaubanduslikkudest vahekordadest refereeris ETK juhatuse esimees J. P õ d r a. Ühingu esimehe poolt anti 26-le ühingu liikmele välja ärijuhi kutsetunnistused. Kutsetunnistuse said: Jaan Rütman, Alfred Veske, Elmar Tanila, Arnold Talpak, August Jõgi, Herbert Pae, Elmar Abel, Heinrich Abner, Johannes Mägi, Juhan Saar-ma, Johannes Purre, Artur Kontus, Riho Normet, Peeter Keek, Johannes Viira, Johannes Kivisild, Eduard Pärn, Alfred Sõõru, Eduard Veski, Richard Aunbu, Hans Peetrimägi, Heino Arumaa, Konstantin Siig, Herbert Peegel, Endel Inglise, Rein Haljak.

---

*Käesoleva numbriga on erilehtedel kaasas vaateakende osa ja ajakirja 1938. aastakäigu sisukord.*

---

**Väljaandja: Eesti Tarvitajateühisuste Keskühisus. Toimetus ja talitus: Tallinn, Narva mnt. 27. Tellimishind aastas 1 kr. 50 senti. Üksiknumber 30 senti.**

Trükitud Eesti Ühistrükikojas, Tallinnas, 29. novembril 1938. a.

# Ühistegeliku mõtlemisviisi sügavus ühiskaubandusliku kutseoskuse kõrgus

---

on ühiskaubanduse elujõu tähtsamad eeldused.

Nende eelduste süvendamine on ajakirja „ÜHISKAUBANDUS“ eesmärk.

„ÜHISKAUBANDUS“ rajati ühiskaubanduse valitava ja kutselise tegelaskonna eriajakirjana. Sellisena on ta leidnud tunnustavat vastuvõttu enamuse nõukogu-, juhatuse-, revisjonikomisjoni-liikmete, ärijuhtide, raamatupidajate, müügi- ja kontori-ametnike poolt.

„ÜHISKAUBANDUS“ on seni avaldanud vastavate alade asjatundjate sulest kirjutisi ühistegevuse üldpõhimõtete küsimuste, ühingu juhtimise, värbamistö ja propaganda, kasvatustöö, kapitalide hankimise ja kasutamise, õigusala, kindlustusala, raamatupidamise ja kalkulatsiooni, kaupluste korrastamise ja dekoratsiooni, kontrolli ja revisjoni, kaupade ostu, hoidmise ja müügi, kaubatundmise, talusaaduste turustamise jne. kohta. Ajakiri toob jooksvalt ülevaateid turuolundest, vaateakende kavandeid, mitmesugust informatsiooni.

„ÜHISKAUBANDUS“ on kaastöelistena enda ümber koondanud meie tuntumad ühiskaubanduse tegelased ja asjatundjad.

## 1939. a. alustab „ühiskaubandus“ kolmandat aastakäiku

Et ajakirja sisu veelgi parandada ja ühiskaubanduslikku mõtlemisviisi ning ühiskaubanduslikku kutseoskust edukamalt levitada, ootavad väljaandja ja toimetus ühingutelt kaasabi „ÜHISKAUBANDUS’ele“ uute lugejate võitmiseks. Ühingu ig a tegelane — nii valitav kui kutseline — saagu selle ajakirja lugejaks, mis on toimetatud just neile. Selleks ajakirjaks on meie ainuke ühiskaubanduslik ajakiri „ÜHISKAUBANDUS“.

„ÜHISKAUBANDUS“ ilmub 1939. a. 6 numbrit aastas, iga number vähemalt 32-leheküljelisena. Peale ühingute saab tellida ka postkontoreist. Tellimishind aastas on Kr. 1.50.

**Tellimiste vastuvõtmine 1939. a. peale on avatud.**

