

Põhif

KAUBAMÜÜK

ÜHISKAUPLUSTE KORRASTUS
MÜÜJASKONNA KUTSEOSKUS
OSTJASKONNAGA KAITUMINE



TALLINN, 1935
EESTI TARVITAJATEÜHISUSTE KESKÜHISUSE
KIRJASTUS

ETK AVALDAMISELISE-OSAKONNA
TOIMETISED XIII

KAUBAMÜÜK

ÜHISKAUPLUSTE KORRASTUS
MÜÜJASKONNA KUTSEOSKUS
OSTJASKONNAGA KAITUMINE



TALLINN, 1935

EESTI TARVITAJATEÜHISUSTE Keskühisuse
KIRJASTUS

ETK VÄLISREVISJONI-OSAKONNA
TOIMETISED XIII.

KAUBAMÜÜK

Äratrükk käsiraamatust „Ühiskaubanduse korraldus“.



Eesti Ühistrükikoda, Tallinnas 1935

TÄHELEPANUKS.

Käesolev brošüür käsitleb ühiskaupluste äritehnilist korrastamist ja sisustamist, vaateakende kaunistamist, müügipsühho-tehnikat ja ühiskaubanduse personaali kutseoskust ja selle tähtsust.

Brošüür toob eeltähendatud ainetiku kokkuvõtlikus ülevaates tulusaid õpetusi, juhhib tähelepanu ja äratab huvi ühiskaubanduse poe- ja müügikultuuri tõstmiseks.

Brošüür on vajalik nii ühiskaubanduse palgalisele personaalile kui ka valitud tegelastele.

Tegeliku töö juures võivad vahetevahel jääda tähelepanemata mõnedki tegurid, mis tarvilikud müügitöö edukuseks. Nende silmaspidamiseks ja oma oskusteadmiste värskendamiseks on brošüür palgalisele personaalile alaliseks meeldetuletajaks, sellepärast tuleb brošüüri aeg-ajalt tähelepanuga ja süvenemisega lugeda ja jälgida. Ühinguil tuleb hoolitseda, et brošüür ei puuduks ühelgi äriteenijal.

Valitavail tegelastel on vaja brošüüri lugeda, et tutvuda müügikultuuriga, mis hõlbustab nende juhtivat tööd ühingute tegevuse arendamisel.

Brošüüri on koostanud Ühistegevuskooli kaubandusklassi juhataja J. K ü t t. Üldsuunda andvas käsitletus on juhtivalt kaasa aidanud ETK juhataja J. P õ d r a.

Detsember, 1935.

Eesti Tarvitajateühisuste Keskühisus.

Terav võistlusajajärk kaubanduslikus tegevuses sunnib äritegelasi otsima ja võtma tarvitusele järjest uusi ideid ja töömeetodeid, mis edendaksid müügi-tegevust. Nende edendavate tegurite hulgas tuleb pühendada senisest suuremat tähelepanu kaupluste korrastamisele ja otstarbekohasele tehnilisele varustusele, kaupade maitsekale väljapanekule, äriteenijate laitmatule müügioskusele ning käitumisele ja kogu ühingu tegevuse intensiivsustamisele.

Kaupluste korraldamine.

Igal ühingul tuleb kujundada oma tegevuseks kindel ostupiirkond, mis võimaldab ühingul arendada elujõulist tegevust, pidada kohaliku rahvaga küllaldast sidet ja täita laiaulatuslikke ülesandeid rahva majanduslikkude huvide teenimisel.

Uute kaupluste asutamisel valitagu kaupluse asukohaks ostupiirkonnas liiklusrikkam koht ning kaalutagu ümbruskonna rahvaarvu ja ostujõu järgi, kui suurt tegevust on loota ja kui suuri kulusid võib lubada.

Maal sobivad sellisteks asukohtadeks teatavad keskkohad külade, asunduste ja alevite näol, kuhu suunduvad maanteed ja kus leidub teisi asutisi, esijoonel ühispiimatalitus, ühispank, vallamaja, apteek, raudteejaam jne.

**Ühiskaup-
luse asu-
koht.**

Kauplus
hoone ehitus
ja õue kor-
raldamine

Linnades tuleb asutada toiduainetekauplusi ühtlaselt üle linna, et viia ostjatele igapäev vajanduvad kaubad lähemale, kuna erikauplused, kus müüakse kaupu, mis ei kuulu tarvitaja igapäevaste ostude hulka, leidku aset rohkem linna keskkohas ja teistes elavamates linnaosades.

Kaupluste silmapaistvuse mõttes tuleb pidada paremateks maanteede ja tänavate nurk-asukohti.

Ühiskaupluse silt.

Sildi välimus ja korras-hoid.

Maitsekas silt on tähiseks ja teejuhiks kauplusesse, tõstes viimase tähelepandavust. Silt olgu kaugelenähtav ja selgestiloetav. Nähtavuse ja loetavuse tõstmiseks tuleb anda sildile küllaldane suurus ning sobivad värvid ja tähtede vormid. Uurimustega on selgitatud, et kõige selgemalt ja kõige kaugemale on nähtavad mustad, tumesinised või tumelillad tähed kollasel, helerohelisel või punasel tagapõhjal, sinised tähed valgel tagapõhjal ja vastupidi.

Ühiskauplustele tuleb soovitada ühtlast silti sõnas-tuselt, värvilt ja tähtede vormilt.

Ühtlane silt tõstab ühiskaupluste esinduslikkust, nende kaudu rahvas harjub ühiskauplusi kergemini eristama teiste kaupluste hulgast.

Ühtlase sildi küsimuse lahendamine peab toimuma ühiskaupluste soovide ja maitsete kohaselt kesk-ühingu algatusel.

Maitsekamad on sildid, mis koostatakse valmis-tähtedest kinnitatuna või otse värviga seinale kantuna, kui seinal leidub selleks siledapinnaline sobiv ruumala.

Tuleb hoolitseda, et silt oleks alati puhas ja värvi-toonilt värske. Tuhmunud ja roostunud sildid tuleb värskendamiseks uuesti värvida.

Kauplushoone ja selle ümbrus.

Kauplus-hoone esise ja õue kor-rastus.

Kauplushoone ise vajab puhast ja värsket ilmet, mis köidaks tarvitajate tähelepanu. See nõuab

aeg-ajalist välist remonti. Sissekäik kauplusesse olgu tarvitajatele hõlpus — kergestiliikuva uksega, madala trepiga ning välisvalgustusega pimedal ajal. Kaupluse ümbruses peab valitsema puhtus ja kord. Kus viimasel ajal kaupluse esine ja hoov muutuvad mudaks, seal tuleb nad korralikult sillutada.

Maitsetult mõjuvad ühiskauplushoone välisilmele igasugused reklaamplakatid, kuulutused ja teadaanded, kui neid on pandud välisseintele suurel arvul ja ilma süsteemita, sellepärast oldagu nende väljapanekuga üldse tagasihoidlik.

Kui soovitakse siiski peale sunduslike teadaannete, nagu tubakamüügi-teade, panna välja muid plakateid, siis sündigu see sümmeetrilise korrapärasusega, andes eesõiguse ühistegelikkude omatoodete plakatele, ning peetagu neid väljas kuni nende tähtajani või kuni nad on veel puhtad ja värsked.

Kuulutuste, teadaannete ja osalt ka reklaamplakate väljapanekuteks on sobivam ja maitsekam soetada välisseinale vastav tahvel.

Hobuste hoidmiseks soetatagu võimalust mööda varjualused lasipuudega ning käepärast oleva kaevuga ja ämbriga või künaga hobuste jootmiseks.

Jalgratastele soetatagu vastavad hoidjad.

Kaupluste sisekorrastus.

Ostjate teenimist ja kaupade paigutamist hõlbustavad otstarbekohased ruumid, mis vastavad äritehnilistele nõuetele.

Ruumide ja ladude arv ja suurus ning nende ehitusviis oleneb ühiskaupluse tegevuse suuruselt ja müüdavate kaupade liigist kui ka rahva maitse tasemest. Linnakauplused vajavad paremat sisseseadet, kuna maal tuleb toime ka tagasihoidlikuma varustisega.

Suurtes maa-ühiskauplustes on vajalikud peale otsese kauplusruumi mitmed laoruumid õues raskete

**Kaupluse
ruumid ja
sisseseaded.**

kaupade jaoks, kus ostjal oleks hõlpus kauba kättesaamine ja koormasse asetamine. Müügiroomiga otseesse ühendusse korraldatagu kauba tagavara- ja pakkimislaod.

Uute kauplushoonete püstitamisel ja seniste ruumide ümberkorraldamisel tuleb hoolega kaaluda asjatundjate nõuandel ruumide suurust ja otstarbekohasust.

Müügiroomi korraldamisel tuleb luua sobivaid eeldusi kaupade nähtavaks ja maitsekaks väljapanekuks ning puhtuse ja korra pidamiseks.

Selles mõttes kogu kauplus peab kujutama kui alalist näitust, kus kõik kaubad on asetatud ostjale nähtavalt ja maitsekalt. See kergendab ostjal kauba valikut, tuletab meelde ja tutvustab uusi kaupu ja äratav ostuhoovi. Maitsekalt ja nähtavalt asetatud kaubad müüvad endid ise.

Reklaamplakatite, kuulutuste ja teadaannete paigutamisel siseruumi tuleb pidada silmas samu nõudeid, mis välisseintelgi.

Teiseks, kaupluse ruum ning äriteenijate käitumine peavad looma ostjale koduselt meeldiva tunde. Kaupluseruumis leidugu ostjate jaoks laud ühistegeliku ja koha peal loetavama ajakirjandusega, mõni taburet, süljekauss, korv paberrossiotste ja muu prahi jaoks, joogivesi ja seinakell.

Kaupade asetamine nõuab eriti riiulite ja leti otstarbekohast ehitusviisi. Lahtiste riiulite peaülesandeks kujuneb uuemal ajal kaupade maitsekas väljapanek, kuna müügi jaoks võidakse hoida kaupu osalt ka letis ja riiulite alumistes panipaikades, kus mahutavus peab olema suurem. Vastavalt kaupade liikidele panipaigad alumistes riiulites ja letis tuleb ehitada osalt sahtlilena. Viimased peavad olema üksikult väljavõetavad, mis kergendab nende puhastamist.

Lahtistele kaupadele, nagu jahud, tangud, suhkur jne., on tunnustatud sobivaimaks järgmist tüüpi sahtel:

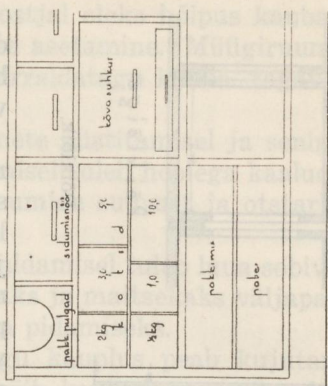
Riiulite ja leti ülesandeid ja ehitusviise.

tada kaitselauaga avause tagaäärel, mis takistab sahtli kinnilükkamisel kauba rappumist üle ääre.

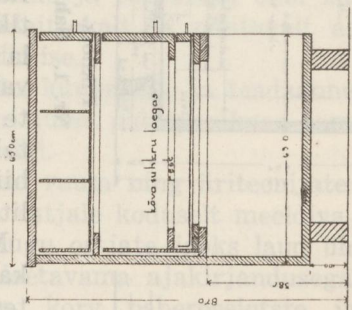
Puhtus- ja ter- vishoiunõuete seisukohalt toiduainete paigutamine segakauplustes vajab eriruume või -panipaiku klaasist vaheseintega ja us- tega. Panipaigad peavad omama oma- ette korra- likku õhus- tust.

Koloniaalkau- pade ja majatar- vete riiulite sobi- vamaiks mõõteiks on 25—35 sm nii vahede kõrguselt kui ka sügavuselt. Riide- ja pudukau- bariidid vajavad 55—70-sm-list sü- gavust.

Peenraua-kauba mahutamiseks on kõige otstarbeko- hasem kogu riiul moodustada üksi- kutest kõrvutilüki- tud sahtlitest, mil-

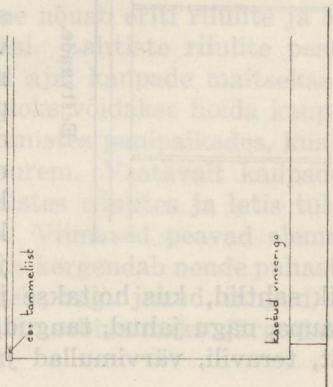


Tagantvaade.

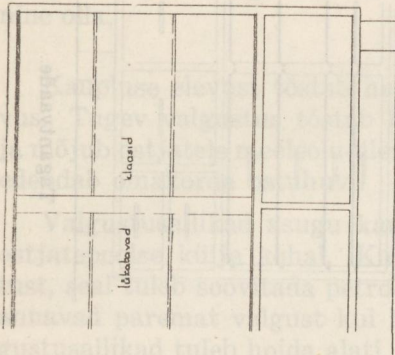


Läbilõik.

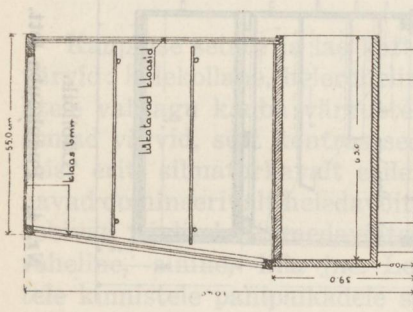
Nr. 2. Üldkauba lett.



Eestvaade.

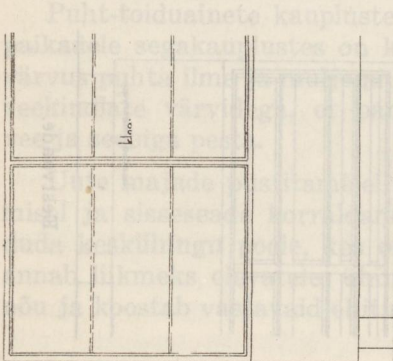


Tagantvaade.



Läbilõik.

Nr. 3. Toiduainete klaaslett.



Eestvaade.

listes igas lei-
dub eri artik-
kel proovi-
ga välisküljel.
Sahtlid anna-
vad selge üle-
vaate müügil-
olevatest kau-
padest ning
hõlbustavad
müüjal kauba
kiiret leidmist.

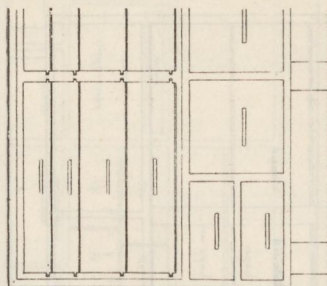
Lett on
kauba müügi,
kaalumise ja
mõõtmise ning
pakkimise töö-
lauaks, kuid
ka tarvitamis-
valmi pakke-
materjali ja
müügivalmite
kaupade hoid-
miseks ning
maitsekaks
väljapanekuks.
Viimase üles-
ande täitmi-
seks lett vajab
osalt klaasehi-
tist, eriti toi-
duainete, pudu-
kauba ja mai-
ustuste mait-
sekal välja-
panekul.

Riiulid kui
ka lett ehita-

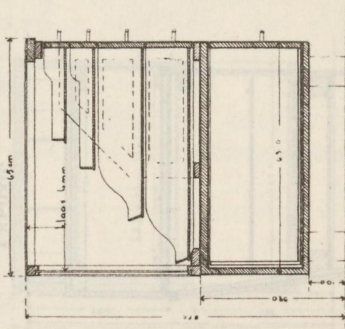
tagu umbes 10 sm kõrguste jalgadega, mis võimaldab nende aluste puhastamist. Riiulites ja letis leiduvad kaubad saavad suuremat õhustust ja säilivad paremini ning leti väliskülg hoidub puhtana, kui ostjate jalad ei ulatu puutuma leti alumist äärt.

Puhta ilme mõttes võib leti alumise ääre ehitada ka umbes 10 sm kõrguselt veidi sissepoole või värvida tumedama värviga.

Müüjate poolt küljest on siiski soovitatav ehitada säärane lett jalgadele, et pääsetaks letialust pörandaharjaga puhastama. Tarviliseks osutub see niiskemais puupörandaga ruumes ja seal, kus võib leida rotte ja hiiri. Kui-vas ruumis betoon-

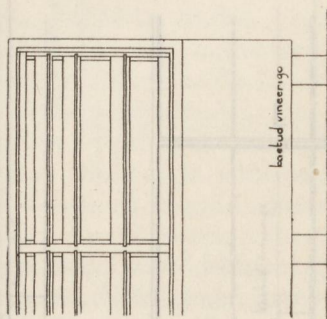


Tagantvaade.



Läbilõik.

Nr. 4. Pudukaubalett.



Eestvaade.

või parkettpõrandaga lett võib igast küljest ka kinnine olla.

Kaupluse elevust tõstab hea valgus ja sobiv värvus. Tugev valgustus tõstab kaubad nähtavalt esile ja mõjub ostjatele meeleolu-ülendavalt. Hea meeleolu edendab omakorda ostuhuvi.

Valgustusallikad asugu kaupluse laes umbes leti ostjatepoolse külje kohal. Kus ei ole elektrivalgustust, seal tuleb soovitada petrooleumi-höõglampe, mis annavad paremat valgust kui harilikud lambid. Valgustusallikad tuleb hoida alati piinlikult puhtad ja korras, et nad annaksid head valgust, siis valgustusele väljaantud kulud pole tehtud asjatult.

Kaupluse seinte ja lae kattteks sobivad heledamad värvid: helekollane, heleroheline jne. Lahtistele riiulitele valitagu kauba värvustega võrreldes kontrastsemad värvid, sest kontrastsed värvid tõstavad üks-teist eriti silmatorkavalt esile. Kaubapakendid kannavad domineerivalt heledavõitu värvitoone, järelkult sobivad riiulitele tumedavõitu värvid, näit.: tumeroheline, -sinine, -lilla jne. Letile ja riiulite alumistele kinnistele panipaikadele sobivad heledamad toonid, nagu helekollakas, -rohekas või sinikas-hall.

Puht-toiduainete kauplustele ja toiduainete panipaikadele segakauplustes on kohane peamiselt valge värvus puhta ilme ja mulje andmiseks. Värvida tuleb veekindlate värvidega, et panipaiku oleks võimalik vee ja seebiga pesta.

Uute majade püstitamisel, seniste ümberehitamisel ja sisseseade korraldamisel on soovitav pöörduda keskühingu poole, kes oma ehitusbüroo kaudu annab liikmeks olevatele ühingutele otstarbekohast nõu ja koostab vastavaid ehitusplaanid ja eelarveid.

**Kaupluse
valgustus.**

**Siseruumide
ja sisseseade-
dete vär-
vus.**

Kaupade paigutamine.

Kaupade asetamise nõudeid.

Kaubad tuleb kaupluses paigutada rühmituste järgi, määrates igale rühmitusele oma kindla koha. See kindel kord hõlbustab kaupade kiiret leidmist ostjate teenimisel ning võimaldab selget ülevaadet kaupade tagavaradest, mis on tähtis tellimiste õigeaegseks teostamiseks. Iga artikkel tuleb asetada nähtavale ja selle tunnused ostja vaate ja valguse suunas, nagu etikett, muster, fassong, hind jne., mis köidavad ostja tähelepanu ja mis on mõõduandvaiks tegureiks ostja ostuhuvi äratamisel ja ostuotsuse tegemisel.

Kaupade eriväljapanekuid.

Soovitav on pealeselle aegajalt kaupade väljapanekus võtta ette ümberkorraldusi, sest vaheldus ergutab ja köidab ostjate suuremat tähelepanu ja huvi. Sama sihiga on soovitatav kauplustes korraldada kauba-proovide erilisi väljapanekuid klaaskatteis või mõnel muul viisil ühes nimetustega ja hindadega ostjaile hästinähtavais, kättesaadavais kohtades. Soovitav on see eriti kaupadele, mis hoiduvad vähemnähtavalt sahtlites, nagu jahud, tangud, suhkur, värvimullad jne.

Eriti on vajalik korraldada eriväljapanekuid uutele kaupadele, mis vajavad tutvustamist ja selgitamist.

Eriväljapanekuid.

Sama teed tuleb käia kaupadega, mis on jäänud hooaegadest üle, moest läinud või muul teel oma väärtuselt langenud. Neid kaupu tuleb eraldada, teha vastavaid hinnaalandusi ja eriväljapanekute kaudu korraldada eriväljapanekuid, mis on edukamaid võimalusi nende kaupade realiseerimiseks.

Muidugi tuleb neil kordadel ka vaateaknad vastavalt kaunistada.

Eriväljapanekuid korraldamisel peetagu silmas „Kõlvatu võistluse vastu võitlemise seadust“, mis

lubab korraldada hooaja- ja inventuurväljamüüke kalendriaasta kestel ainult kaks korda, kummalgi korral kestusega mitte üle 15 päeva.

Peale hooaja- ja inventuurväljamüükide lubatakse korraldada ainult väljamüüke, mille otstarbeks on kiirelt müüa teatud kaubatagavara või kaubapartiid äri lõpetamise, teatud kaubaliigiga kauplemisest loobumise või kauba rikete tõttu, rikkumise vältimiseks või muul säärasel erakordsel põhjusel.

Seesuguseid väljamüüke võib linnas korraldada ainult linnavalitsuse loal.

Kaupade paigutamisel ja hoidmisel tuleb pealeselle hoolega silmas pidada, et hoiutingimused õhuniiskuse, temperatuuri ja valguse suhtes oleksid sobivad ning kaupad oma lõhnadega ja teiste keemiliste omadustega ei osuta üksteisele kahjulikku mõju.

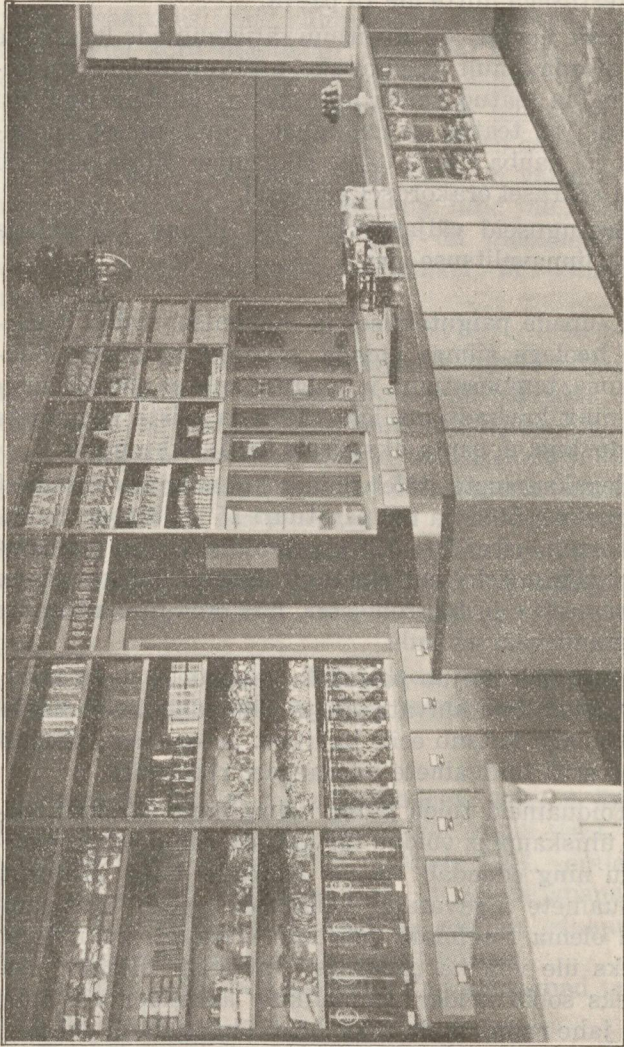
Segakauplustes tuleb pidada kohasemaks keskmist õhuniiskust 50% ja temperatuuri 15° C ümber, toiduainetekauplustes 10—12° C. Õhuniiskuse ja temperatuuri jälgimiseks muretsetagu igasse ühiskauplusse termomeeter ja hügromeeter, mis oma hinnalt ei tee nimetamisväärset kulu.

Kuiv õhk mõjub paljudele kaupadele, nagu nahk, nöör, lõim, liiga kuivatavalt ja vähendab nende kaalu, niiskus aga kutsub esile hallitust ja kopitust, põhjustades eriti toiduainete enneaegset rikkumist.

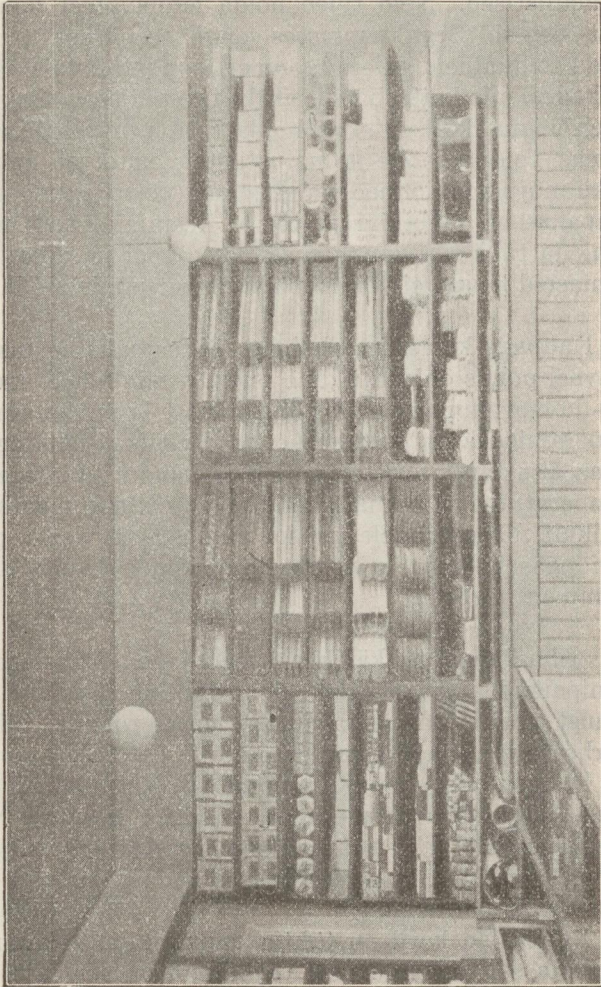
Toiduaineid tuleb müüa võimalikult värskest, sellega ühiskauplus võidab tarvitajate rahulolu ja poolehoidu ning edendab nende kaupade head minekut. Toiduainete tagavarade hoidmiseks peab ühiskauplusel olema tingimata jahedam eriruum, kuhu tuleb ööseks üle viia ka päevasest müügist ülejääv osa. Selleks sobib kelder, võimalikult jääkelder või mõni muu jahe ruum, mida tuleb hästi õhustada ja puhtana hoida, et vältida kaupade hallitumist ja koppumist.

Päikesevalgus mõjub pleegitavalt riide-, pudu- ja

**Kaupade
hoiutingi-
misi.**



Nr. 5. Kaubaga täidetud riulid.



Nr. 6. Kaubaga täidetud riigid.

paberkaupadele ja põhjustab mõnede keemiakaupade riknemist.

Lõhnadele on vastuvõtlikud peamiselt toiduained ja maiustised. Neid tuleb hoida lõhnavatest kaupadest eemal. Segakauplustes ongi seepärast tarvis hoida toiduaineid suletud, omaette õhustatavais panipaikades, mis kaitseb neid ühtlasi tolmu eest. Samuti tuleb võimalikult suletult hoida kaupu, mis levitavad lõhna. Toiduainetele ja maiustustele osutavad kahjulikku mõju oma lõhnadega esijoones petrooleum, seep, saapakreem, seebikivi ja teised keemiakaupad ning nahk ja tubakas; rauakaupadele — sool ja kloorlubi; viimaseid kaupu ei või hoopiski ühes ruumis hoida.

Ruumide õhustamine.

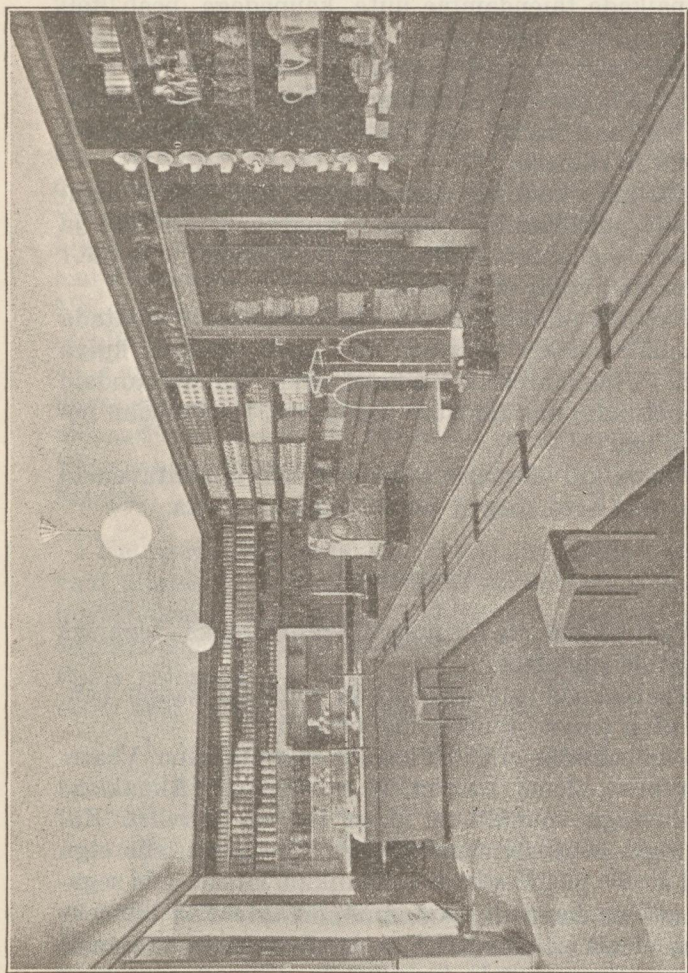
Kaupade korralliku alalhoiu tähtsamaks eelduseks on veel puhas õhk ja üldine puhtus, mis nõuab kauplus- ja laoruumide hoolsat õhustamist ja puhastamist. Õhustamiseks on otstarbekohased erilised õhuaugud, kuna õhustamine uste ja akende kaudu kutsub esile temperatuuri suuremaid kõikumisi, mis mõjuvad kahjulikult nii kaupadele kui ka inimeste tervisele, pealegi pääseb soojal ajal uste ja akende kaudu sisse tolmu ja kärbeid.

Ruumide puhastamine.

Õhustamisega käsikäes peab käima ruumide ja panipaikade järjekindel puhastamine tolmust ja muust prahist ning kahjurite, nagu rottide, hiirte, kärbe jne. tõrje korraldamine.

Puhastamisvahendid: tolmulapp, põrandahari või luud, pühkmekast suletava kaanega; pesunõu vee, seebi, pesuharja ja käterätikuga peavad äriteenijatel olema käepärast kuski kõrvalises kohas, kus nad ostjatele pole nähtavad.

Puhtus ja kord on tähtis mitte ainult kaupade alalhoiu suhtes, vaid veel vajalikum on see äriteenijate tervishoiu pärast ning ostjate poolehoiu ja usalduse võitmiseks, sest kus valitseb puhtus ja kord, seal on ka rohkem usku ja usaldust väärtusliku kauba



Nr. 7. Kaubaga täidetud riigid.

saamise ja äriteenijate õiglase teenimise ja käitumise suhtes.

Üldine ruumide ja sisseseade puhastamine ning panipaikade täiendamine uute kaupadega peab toimuma iga päev kohe pärast kaupluse sulgemist. Panipaikade täiendamisel kaupadega asetatagu iga kord uus kaup tahapoole, et endine pääseks esimesena müügile, vastasel korral võib kaup jääda pikemaks ajaks seisma ja rikneda.

Käsikäes kaupade asetamisega peab käima panipaikade puhastamine tolmust, kusjuures niiskete ja lahtiste toiduainete (või, juust, rasv, sink, vorst jne.) panipaigad vajavad pesemist.

Põranda pühkimisel on otstarbekohane riputada põrandale niisket saepuru, mis seob endaga kuiva tolmu ja takistab selle tõusmist õhku. Laudpõrandaid tuleb õlitada, mis takistab tolbumist ja pikendab põranda iga.

Hommikul kaupluse avades on tarvis nähtavamad kohal veel kord kergelt tolmulapiga üle võtta.

Vaateaknad.

**Vaateakna
ülesanne ja
ehitusviise.**

Vaateaknad on kujunenud tähtsamaks teguriks müügitöö edukuses.

Vaateaknad tutvustavad ja müüvad kaupu rahvale ning toovad juurde uusi ostjaid.

Vaateaknaks ei kõlba harilik elumaja-aken. Vaateaken peab olema suuremate mõõdetega. Aknaklaas moodustugu võimalikult ühest tervest tahvlist. Kui mõningal põhjusel soovitaksegi vaheraame, siis olgu need ainult püstloodis ja võimalikult kitsad, mis segavad vähem kaupade vaatamist. Vaateakna laiuseks peaks olema vähemalt 1,5 m ja sügavuseks vähemalt 0,5 m. Suurematele kauplustele sobivad suuremad mõõded.

Et vaateaknad oleksid rahvale hästi nähtavad, ei või neid ehitada tänavapinnalt kõrgele. Sobivaks kõr-

guseks peetakse 0,5—0,8 m. Väljastpoolt tuleb vaateaknad varustada allalastavate varjuriittega, et vältida päikesevalgust, mis mõjub kaupadele eriti kahjulikult.

Vaateakna kaunistamine nõuab rahva hingeelu tundmist, head kaupade tundmist ning teatavat kunstimaitset värvide käsitamisel ja kaupade väljapanekul. Kaupade maitsekas väljapanekus maksavad samad nõuded ja põhimõtted, mis riulitelegi asetamisel. Väljapandavate kaupade vahel olgu tarvilik ühtekuuluvus ja maitsekas sobivus ning peetagu silmas, et nad lõhnadega ei osutaks üksteisele kahjulikku mõju. Nii ei kõlba panna välja koos toiduainetega ja koloniaalkaupadega seepi, nahka, keemiakaupa jne.

Kaubad tuleb asetada aknale teatava vahemaaga üksteisest liigi, kvaliteedi ja värvi järgi, siis nad on ülevaatlikult ja selgesti nähtavad oma eriomadustelt. Väljapandud kaubad olgu piinlikult puhtad ja värske ilmega.

Kaupade väljapanekuks tuleb kasutada vastavaid aluseid ja tellinguid, mis võimaldavad kaupu huviküllaselt välja panna. Lihtsamate alustena võib segakauplustes eduga kasutada neljanurgelisi kaste. Paari väiksema või ühe suurema vaateakna jaoks võiks neid valmistada järgmistes mõõdetes ja arvus:

1. $10,5 \times 19 \times 25$ sm — 4 tükki.
2. $10,5 \times 19 \times 50$ „ — 6 „
3. $10,5 \times 19 \times 100$ „ — 2 „
4. $5,5 \times 19 \times 100$ „ — 1 „
5. $5,5 \times 38,5 \times 100$ „ — 1 „

Neid võib valmistada lihtsatest õhematest laudadest. Välisnurgad ja külg-kandid vajavad korrapärasest töötlust, siis on kaste hõlpsam katta kaunistuspaberiga. Nende erikastide puudumisel võib tarvitada alustena ka käepärastolevaid vähemaid kaubakaste, nagu tühjad naelakastid jne.

Vaateakna kaunistamise ja kaupade asetamise nõudeid.

Vaateakna kaunistamise vahendeid.

Nii vaateakna siseseintele kui ka alustele tuleb anda sobiv, kauba värvusega võrreldes enamasti kontrastne värvitoon, mis aitab kaupu vaataja silmale hästi esile tõsta. Värvilise kattena kasutatakse krepppaberit, erilist kaunistuspaberit ja riidet.

Vaateakende ilme kujundamine.

Möödakäijate tähelepanu köitmiseks tuleb peale huviküllase kaupade väljapaneku aknale luua mingi eriline kujutis, nn. „pilgupüüdja“, mis sisult ja mõttelt oleks seoses väljapandud kaubaga ja rõhutaks nende erilisi omadusi. Neid tähelepanuköitvaid kujutisi saab moodustada eriliste kombinatsioonidega kaupadest värvuse ja valguse abil. Äriteenijal peab olema selleks leidlikku fantaasiat ja head taipu. Näiteks ETK omatoodete vaateaknale võib asetada suurendatud ETK kaubamärgi, tähendusega: ETK märk kindlustab kauba väärtuse; jahude aknale — pagarikuju või viljapead; kohvide aknale kohvikannu või vastava plakati; jõuluakent iseloomustagu kas jõuluvana, jõulukuusk või põlevate küünaldega kujutised; lihavõtteakent — munade, jäneste ja kanapoegade kujutised. Eriti lilled tõstavad vaateakende head ilmet. Nii on võimalik vastavate kujutiste kaudu akendele anda vastavat ilmet ja jõudu kaupade eriomaduste ja hooaegade iseloomustamiseks ja rõhutamiseks. Aknaid aitavad veel tugevasti elustada ja rahvale huvitavaks teha tabavad pealkirjad, mis rõhutavad väljapandud kaupade tähtsamaid omadusi, tarvitamisviisi, sobivust teatavaks otstarbeks või hooajaks jne.

Maitsekate pealkirjade valmistamiseks peab oskama kirjutada plakatkirja metall- või puusulega kui ka vastavate pintsliatega värvilise kirja valmistamisel. Tabavaid lausendeid teatavate kaupade kohta aitab leida reklaamplakatite ja kuulutuste jälgimine ühistegeelikus ja ka muus ajakirjanduses. Ilma pealkirjadeta on vaateaken surnud.

Kaubahindade märkimine vaateaknal.

Vaateaknale väljapandud kaubad tuleb varustada hindadega.

Nähtavad hinnad mõjuvad soodustavalt ka kauba-

müügi edukusele. Tähelepanekute järgi on tehtud kindlaks, et vaateaknad, kus hinnad välja pandud, toovad kauplusse rohkem ostjaid kui hindadeta aknad. See on ka arusaadav ostja seisukohalt, sest kui ta leiab aknal meeldiva eseme ja soovib seda omandada, siis ta tahab teada hinda. On hind juures, teeb ostja ostuotsuse lõplikult ja astub kauplusse; müüjal tarvitseb ainult anda soovitud ese kätte. Hindade puudumisel jätavad aga paljud tarvitajad, kellel pole kindlat ostutahet, kauplusse astumata. Mõnele tarvitajale hindade küsimine müüjatelt ei näigi üldse olevat meelepäraseks toiminguks.

Hindu tuleb välja panna sedelite abil, mida saab maitsekalt valmistada plakat-kirjaga paberil või õhukesel papil ja seisma panna aknale nõõpnõela abil, kui see torgata läbi sedeli alumisest äärest. Sedelite valmistamiseks võib tarvitada ka kummist numbrite jäljendeid templivärviga või kasutada valmisolevaid tselluloidnumbreid erilise raamikese vahel.

Kui palju kaupu tuleb korruga asetada vaateaknale ja kui sageli neid tuleb vahetada, see oleneb kaupade liigist, vaateakende arvust ja kaupluse asukohast. Üldiselt tuleb hoiduda koormamast aknaid paljude kaupadega, mis annab aknale kaubalao ilme ega lase üksikuid kaupu, mida tahame rahvale tutvustada, tõusta esile tarviliku jõuga. Eriti tuleb hoiduda aknaid koormamast kaupadega neis kohtades, kus rahva liiklemine on tihe ja elav, nagu linnades ja alevites. Tähelepanu köitmiseks ja huvi äratamiseks tuleb neis kohtades panna seda suuremat rõhku kaupade kaunistavaile väljapanekuile ja vahetada kaupu aknais sagedamini, vähemalt iga kahe nädala tagant.

Maal, kus rahvaliiklus on hõredam, võib panna kaupu aknale rohkem ja vahetada neid veidi pikemate vaheaegade järele.

Olenevalt vaateakende arvust tuleb kaupade välja-

Kaupade hulk ja vahetus vaateaknal.

panekul pidada mõõdupuuks ka veel seda, et mida rohkem on ühel ühiskauplusel vaateaknaid, seda vähem kaupu võib panna välja igale aknale, mida vähem aga aknaid, seda rohkem kaupu.

Sagedamini tuleb vahetada kaupu, mis kalduvad rikkema vaateakna mõjude, nagu valguse, soojust või külma tõttu. Niisuguste kaupade hulka kuuluvad kergesti rikkiminevad toiduained ja koloniaalkaubad, pleekimist kartvad riide-, pudu- ja paberkaubad. Neid kaupu võib pidada vaateaknal ainult nii kaua, kuni vaateaken ei ole avaldanud neile kahjulikku mõju. Ka vaateakende kaunistamiseks tarvitatud värvilisi pabereid, pealkirju ja plakateid võib vaateaknal pidada ainult nii kaua, kuni nad on värsked. Pleekinud ja luitunud kaunistamisvahendid teevad vaateakna ebameeldivaks ja eemaletõukavaks.

Vaateakna valgustus.

Vaateaknad nõuavad tugevat valgustust, siis pääseb kaupade mõju esile. Valgus tuleb juhtida vaateakna laest või ka külgedelt nii, et ta ei tekitaks kaupadele varjusid ega langeks otse vaatajaile, mis mõjub pimestavalt nende silmadele.

Kõiki neid nõudeid kokku võttes tuleb soovitada vaateakende kaunistamisel käia järgmise 10 käsu järgi:

Vaateakna kaunistamise 10 käsku.

1. Vaateaknal pea piinlikku puhtust, seepärast puhasta teda alati seest- ja väljastpoolt.

2. Igal järgmisel vahetamisel püüa luua midagi uut, sealjuures väldi võistlejate akende järeleaimmist.

3. Ära unusta hästi ja selgelt valmistatud hinnasedeleid ja plakateid. Vali seks maitsekad vormid ja värvid.

4. Ära näita aknal kaupu, mida kaupluses vähe või hoopiski ei ole.

5. Aknale väljapandavate kaupade vahel pea küllaldast vahet liikide ja väärtuste järgi.

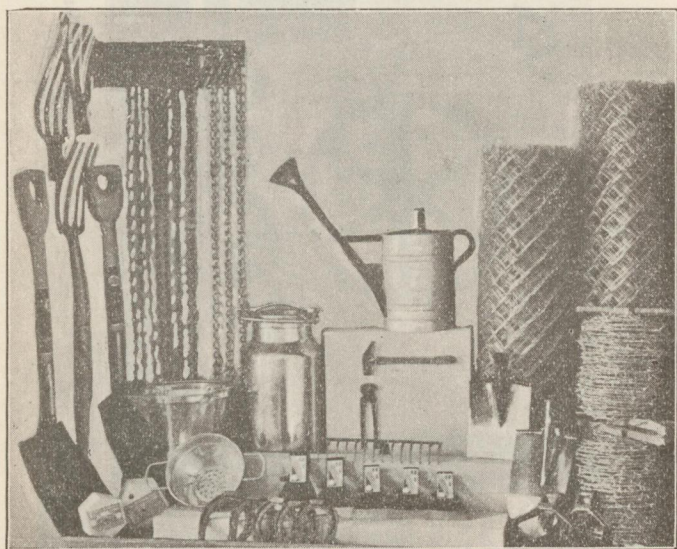
6. Ära unusta kunagi, et päike on kaupade vaenlane. Kaitse kaupu aegsasti päikese eest varjuriitega, kuid mitte kauem, kui see hädavajalik, sest varjuriided teevad akna tumedamaks.

7. Vaheta kaupu sagedasti, et pilt tihti muutuks. Võta alati aknale uued kaubad, sest uued ja värsked kaubad tõstavad akna tähelepanдавust ja huviküllust.

8. Ära kaunista aknaid kauplemise ajal, aken peab siis täitma oma ülesannet: tutvustama kaupu.

9. Kaunistamistööl ajal kata aknaklaas alati kinni: rahvast tuleb uue kaunistusega üllatada.

10. Valgusta vaateakent õieti, õigel ajal ja mõni tund pärast kaupluse sulgemist. Vaateaken on parim kauba müüja.



Nr. 8. Vaateaken.



**VANKRID
KORDA!**

Nr. 9. Vanteaken.



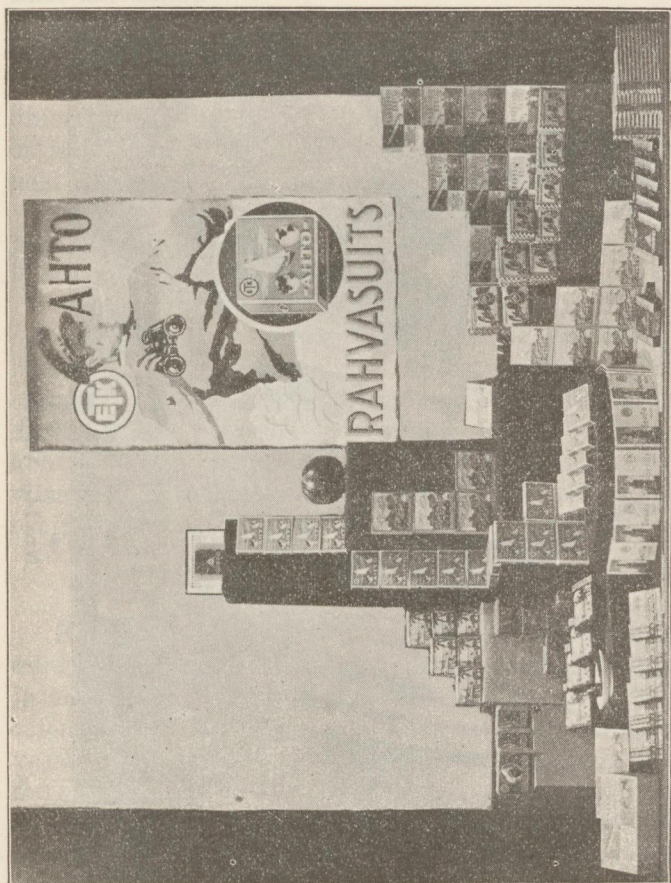
Nr. 10. Vaateaken.



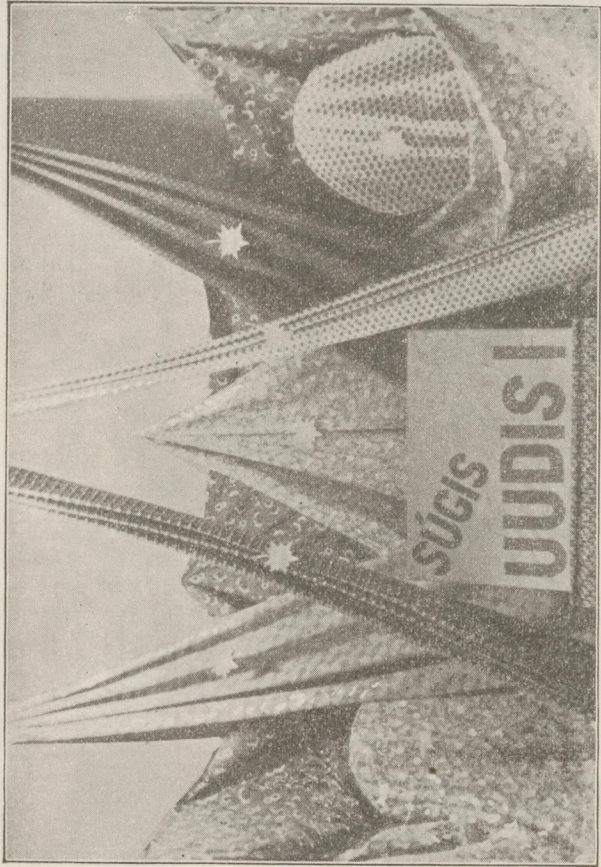
Nr. 11. Vaateaken.



Nr. 12. Vaateaken.



Nr. 13. Vaateaken.



Nr. 14. Vaateaken.

Müügioskus.

Müügioskus eeldab head kaubatundmist, ostjate kui inimtüüpide tundmist ja müüjate endi head taktilist käitumist.

Müügitegevuse sisu ja taktika tuleb kooskõlastada ühiskaupluse sihtide ja ülesannetega.

Ühiskauplus on tema ümber koondunud liikmete ühisettevõtte, mis muretseb oma liikmetele ja teistele ostjaile elamistarbeid ja töövahendeid ning abistab neid nende poolt toodetavate kaupade turustamisel.

Äriteenijad on ühiskaupluses liikmete usaldustööjõud, kes on kutsutud teenima liikmete huvisid kõigil ühiskaupluse tegevusaladel.

Nende juhtmõtete kohaselt äriteenijaskond peab ostjate teenimisel käsitama ühtlaselt õiglast hinda, kaalu ja mõõtu kõigi ostjate suhtes, abistama ostjat ostude tegemisel ilma ostusunnita, andes talle majanduslikku nõu ning õiget selgitust kõigi küsimuste kohta, osutama kõigile ostjatele loomulikku lahkust ja viisakust ja õiglast teenimist, vaatamata sellele, kes ostja on ja kui suur on tema ost.

Kaubatundmise vajadus.

Kaupade täiuslik ja mitmekülgne tundmine on müüjale vajalik, et ta oleks suuteline andma tarvitajatele õiget selgitust kauba kohta, lahendama kõiki ostjate poolt esitatavaid küsimusi, oskama osta kaupa vajalikus väärtuses ja tundma ise elavat huvi müüdavate kaupade vastu. Selge ja huviküllase kujutluse kaupadest omandavad äriteenijad siis, kui nad tunnevad juba tooraineid, millest kaup valmistatakse, toorainete päritolu ja väärtust ning kaupade valmistamise viise, sest nii toorainete väärtusest kui ka valmistamisviisidest oleneb kauba enda väärtus. Müüja peab asjatundlikult oskama tarvitajale selgitada, milles seisab kauba hindade ja väärtuste vahe, vältides tarvitamast sõnu: „parem“, „halvem“, mis ei ütle

Müügioskuse eeldusi.

Ühiskaupluse müügitegevuse juhtmõtteid.

Äriteenija kaubatundmise ulatus.

midagi asjalikku; näitama ostjale tarviduse korral kauba käsitamise viisi ning selgitama, mis otstarbeks mingisugune kaup kõige tulusamalt ja maitsekamalt sobib, kui palju ja millal tarvitada. Õige selgituse andmisel müüja peab tundma kauba võltsimisi; on endastmõistetav, et võltsitud kaupa ei või õige pähe ühiskaupluses müüa. Äritehniliseks käsitamiseks müüja peab teadma, kui palju kaupu leidub vastavas pakendis, missuguseid hoitutingimusi vajavad kaubad nii kaupluses kui ka tarvitaja kodus, et vältida enne- aegset riknemist. Põhjalik ja sisukas kauba tundmine loob müüjas endaski teatava huvi ja rõõmu kaupade vastu, mida ta müüb.

Ent müümine, kus müüja suudab anda asjalikku selgitust ja elab kaupadele kaasa elava huviga, edeneb jõudsalt, äratades tarvitajateski usku ja huvi asja vastu.

Kaupade mitmekülgses tundmiseks ei jätku neist teadmisest, mis keegi on omandanud üldkoolis, vaid müüja kutsetöö nõuab erilist ettevalmistamist kaupade tundmises nii teoreetiliselt kui ka praktiliselt. Pealegi ilmub turule järjest uusi kaupu kui ka endisi paremas väärtuses ja väljatootuses. See nõuab teadmiste alalist täiendamist, milleks tuleb kasutada kõiki olemasolevaid võimalusi ja allikaid, nagu vastavaid kaubatundmise õpikuid, ajakirjandust, kuulutusi, kaubapakenditel leiduvaid ja kauba tootjate poolt antavaid selgitusi. Teadmisi võib omandada ka igapäevase töö juures leti taga vanematelt kaasteenijatelt, isegi tarvitajatelt, eriti kaupade praktilise käsitamise suhtes, kui tähelepanelikult jälgida vastavate asjatundjate seletusi, tarviduse korral taktiliselt ja osavasti juhtides nende kõnet soovitud ainele.

**Ostjate ise-
loomu ja
meeleolude
tundmine ja
selle tähtsus.**

Ostjate teenimine.

Ostjate teenimine nõuab oskust ja väsimata taht vastutulelikult kohelda ja aidata neid ostude tege-

misel. Müüja oma käitumisega ei või kunagi tekitada muljet, nagu oleks ostja talle raskuseks ja tülik. Teenimisel on suure tähtsusega ostja iseloomu ja meeleolude tundmine, et kohelda teda talle omaste harjumuste ja mugavuste kohaselt. Sellisel kohtlemisel ostja tunneb end kodusena, temas tekib heameel, et müüja mõistab teda, oskab lugeda tema soove, ta vaatab müüjale sooja pilguga, leides temas nagu vana hea sõbra, kes tunneb rõõmu teda jälle nähes. Säärane kohtlemine loob ostja ja müüja vahel sõbralikusaldusliku vahekorra juba esimesel nägemisel. On võidetud ostja poolehoid ja usaldus, siis kauba müümine ei tee raskusi: müüja selgitust ja nõuannet usutakse. Sõbralik tunne jääb ostjal kestma, ikka ja alati tullakse ostusid tegema kauplusse, kus koheldakse teda vastutulelikult. Nõnda on ta võidetud kauplusele alaliseks külastajaks. Öeldakse põhjendatult, et müüja, kes omab head inimeste tundmist ja sisemist soojust neid heatahtliku vastutulelikkusega teenida, on leidnud müügikunsti võtme. Müügitöö juures nõuab see müüjalt terava tähelepanu koondamist ostjatele, et mõista neid, lugeda nende soove. Tuleb unustada ennast ja iga ostja teenimisel püüda asetada end tema seisukohale ja tahta täita tema soove, see aitab müüjat ostjale hingeliselt lähendada. Piltlikult öeldes, müüjal peab olema leti all niimitu maski, kuimitut ostjat tal tuleb teenida.

Inimeste tundmaõppimiseks on parimaid võimalusi tegelik elu ja töö. Selleks on vaja oskust, tahet ja teravat tähelepanu. Mõningaid näpunäiteid ja mõttejuhendeid annavad selleks teatavad välistegurid ja tunnused.

Inimeste iseloomudes ja harjumustes kasvatab teatavaid erinevusi nende alaline asupaik. Nii erineb maainimene linlasest.

Linlane nõuab üldiselt kiiret teenimist ja vastavat kohtlemist ning lühidat selgitust ostude tege-

**Võimalusi
ostjate
tundma-
õppimiseks.**

misel, kõrvalistest asjadest pole tal tahet palju rääkida.

Maainimese teenimisega ei tarvitse rutata. Ta tihti tahab ajada sootu teist juttu, enne kui avaldab oma ostusoove, valib kaupa ja otsustab kaaluvalt.

Inimeste käitumised ja harjumused erinevad ka maakohtade järgi.

Tähtsamaks aluseks inimese iseloomu ja meeleolu tundaõppimisel on tema kõnnak ja kehahoid, näoilme, kõne ja selle toon ning liigutused.

Kes astub kauplusse julgelt ja kindlal sammul, avaldab oma soove selgelt ja kindlatooniliselt, näos ilmneb julge vaade, see on üldiselt kindlaloomuline, otsustusvõimeline inimene. Ta teab, mis ta tahab. Müüjal tarvitseb vaid anda soovitud kaup kätte. Küsimustele tuleb vastata asjatundlikult ja selgelt.

Kohmetu samm, tagasihoidlik kõne ja vaikne toon iseloomustavad seevastu nõutut ostjat, kes on eba-kindel oma soovides ja otsustes, teeb ostud pika mõtlemise järele, ostetud kauba võib tuua kergesti tagasi. Sellist ostjat tuleb teenida rahulikult, kaupa näidata korraga mitte palju, kaupade hulk segab veelgi tema otsustusvõimet.

Näoilme ja liigutustest võib lugeda ostja suhtumist kaupadesse. Kui ostja kiindub vaatega kaupasse, kummardudes kauba poole ja tõmmates kaupa ligemale, siis näib, et kaup meeldib talle. Kui soovitud kaubale ostja reageerib pea ja õlgade kehitamisega, siis on selge, et midagi ostjale ei meeldi.

Ka riietuse järgi võib otsustada, missugust ametit ostja peab, missuguseid värve eelistab riietuses ning kas harrastab moekaupa. Tuleb aga siiski pidada meeles, et riietuse järgi üksinda ei või teha kindlat otsust ostja maitstes ja majanduslikus seisukorras, tuleb ette sagedaid erandeid. Erinevaid iseloomusid on väga palju, peaaegu iga inimene erineb teisest. Eeltoodud näited olgu vaid lühikeseks sissejuhatuseks inimeste iseloomude ja harjumuste tundmisel. Müü-

gipsühholoogia käsitleb iseloomude ja meeleolude mõistmise ja ostjate psühholoogilise ja taktilise teenimise alal laialdast materjali, mille tundmaõppimiseks on tarvis kasutada erikirjandust ja läbi teha kutsetöö teoreetiline ettevalmistus erikoolis või erikurustel. Omades teoreetilist alust on kergem inimesi tundma õppida tegelikus elus, mille juures müügitöö kujuneb isegi väga huvitavaks alaks.

Ostjate teenimise tehnika.

Ostjate osav ja meeldiv teenimine nõuab peale selle tugevat praktilist vilumust ja müügitehnilisi oskusi kaupade kaalumisel ja mõõtmisel, pakkimisel ja raha vastuvõtmisel.

Ostja kauplusse astudes müüja peab osutama teenistusvalmisust tervitusega ja kogu oma tähelepanu pööramisega ostjale. Ostjate juuresolekul on äriteenijatel lubamatu ajada omavahelist juttu, suitsetada, vaadelda kaupluse ukset, midagi süüa või teha oma isiklikku tööd.

Oleneb täiesti ostja tüübist, kuidas teda kõnetada. Enamikule ostjatele meeldib müüjaga kõnelda omavaheliselt, kõrvaliste isikute kuulmata ja tähele panejata. Leidub muidugi erandeid, kes tahavad, et kogu kauplus kuuleks, mida nad ostavad. See ostja käitub ise tähelepanuäratavalt, vastavalt tuleb talitada ka müüjal.

Kõnes tuleb piirduda kauba müügisse puutuvate asjadega. Müüjal endal ei maksa algatada juttu kõrvalistest asjadest, välja arvatud jutlemised erandjuhtumel ja täiesti tuntud ostjatega, kes seda vahest soovivad. Müüja ei või sattuda ostjaga vaidlusse, see rikub head vahekorda temaga. Selle kohta öeldakse piltlikult: „rääkigu ostja mistahes, tal on alati õigus“. Ostja vaeleusaamisi tuleb selgitada taktiliselt, ilma muljet tekitamata, nagu oleks tema väiteid peetud ekslikuks ja tahetud teda õpetada. Müüjal hoopiski ei sobi rääkida ostjatega parteipoliit-

tilistest asjadest, oma raskustest ja isiklikest mu-
redest.

Teenistuse huvides müüja peab tarvitajate koht-
lemisel olema alati optimist, näitama head meeleolu ja
rõõmsat ilmet. Selline kohtlemine mõjub meeleolu-
tõstvalt ka tarvitajaile, kasvatades neis poolehoidu
ja usku nii müüja kui ka ühingu vastu.

**Kauba näi-
tamine.**

Kaupa tuleb esitada ja näidata ostjale viisakalt
ja hea teenimistahtega, asetades tarvilik hulk kaupa
letile valimiseks, ilma pikemalt küsimusi esitamata ja
vältides ebataktilisi väljendeid, nagu: „muidugi kõige
odavamalt“ või — „kõige kallimat“.

**Kauba hinna
avaldamine.**

Üldiselt ei ole otstarbekohane nimetada kauba
hindu ilma eelkäiva selgituseta kauba hinnaväärsu-
sust ega enne, kuni kaup on saanud ostjale huvita-
vaks ja soovitavaks, sest ostjale tundub iga hind vas-
tumeelsena ja kõrgena, kui seda nimetatakse omaette
ja ostjal alles puudub küllaldane huvi ja arusaamine
kaubast. Rõhutada vaid tuleb kauba tähtsamaid oma-
dusi ja hind n.-ö. poetada selle jutu vahele ilma eri-
lise rõhutamiseta. Veel parem on, kui ostja saab
hindu ise näha hinnasedelilt või hinnakirjadest.
Sellest tuleb ühtlasi järeldada, et kaupade märkimine
hindadega ja hinnakirjade nähtav väljapanek on ühis-
kaupluses tarvilik.

Hindu võib kohe nimetada ilma erilise seletuseta
nende kaupade juures, mis kuuluvad tarvitaja igapäevaste ostude hulka, nagu igapäev ostetavad toidu-
ained, millede väärtusi ostja harilikult juba tunneb,
ning kaupade juures, millede hindu on erakordselt
alandatud, sest nende kaupade reklaamitavus sei-
sabki alandatud hindades.

**Ostja teeni-
mine soovi-
tud kauba
puudumisel.**

Kui küsitavat kaupa anda ei ole, siis tuleb ostjale
taktiliselt soovitada teist kaupa, mis võib täita seda-
sama otstarvet. Ei suudeta ostjat sellega rahuldada,

siis tuleb teda paluda, kas ta võiks oodata, kuni küsitav kaup saabub. Ostja nõustumisel peab aga antud tähtajast kinni pidama ja lubaduse kindlasti ning ilma viivituseeta täitma.

Kui nõutavat kaupa ühiskaupluses üldse ei peeta, siis tuleb, kui tegemist vähegi hinnalise artikliga, see tellida ostja soovil, võttes temalt kindlustuseks tarviliku ettemaksu.

Ühe sõnaga, ostjaid tuleb püüda teenida igal võimalusel. Müüjate suust peaksid kaduma ütlused: „ei ole“, „otsa saanud“ jne.

Kaupade ostmisel tuleb ostjaile tuletada meelde kaupu, mida kasutatakse koos ostetavaga, kui ostja seda ei juhtu ise küsima, näiteks: saiajahude juures — pärimi, küpsetuspulbrit; jalanõude juures — vastavat määret jne. Meeldetuletus peab sündima säärasel viisil ja toonil, mis jätab mulje, et ostjat tahetakse teenida, abistada ostude juures ilma ostusunnita.

Kaupade meeldetuletus.

Nagu eespool tutvusime, on ühiskaupluse tegevuse üheks juhtmõtteks täiskaal ja -mõõt. Kauba kaalumisel ja mõõtmisel müüja ei või olla rāpakas. Kaalumise ja mõõtmise peavad toimuma selgelt ja vilunult, vältides võtteid, mis ostjatele ei meeldi, nagu kauba puutumist sõrmedega või käega, „apteegikaalu“, viimast pingutamist jne.

Kauba kaalumise ja mõõtmise.

Kaalud ja vihid tuleb hoida puhtad ja lasta neid iga kolme aasta tagant tembeldada „Meetri süsteemi seaduses ja määruuses“ ettenāhtud korras — RT nr. 187/188 — 1925. a. ja nr. 2 — 1929. a.

Kühvlite käsitlemisel olgu selge, missuguseid kaupu võib anda ühe ja sama küvliga. Tuleb vältida, et soolakühvliga ei anta jahu või suhkrut, jahu kühvliga — suhkrut jne. Kūhvliid tuleb hoida piinlikult puhtad.

Kauba pak- kimine.

Kauba pakkimise viisid ja materjal tuleb valida kooskõlas kauba iseloomuga, omadustega ning ots-
tarvetega, milleks ostja kaupa tarvitab. Kauba pak-
kimiseks, mis oma väärtuselt, maitset ja tarvitamis-
otstarbelt nõuab kaunist ilmet või mille ostja ostab
kinkimiseks kellelegi, tuleb tarvitada peenemat ja
maitsekamat pakkematerjali ja pakkida teatava ilu-
pakina.

Ühte pakki ei või panna kaupu, mis võivad aval-
dada üksteisele kahjulikku mõju, näit. ei sobi kokku
lõhnalt või muul põhjusel. Kui tulebki näit. toidu-
ainetega pakkida ühte saapakreemi või muud säärast
kaupa, siis kõik kokkupakitavad kaubad peaksid
olema kindlates pakendites, karpides või toosides ja
lõhnaandvad kaubad tuleb keerata enne omaette
paberisse. Muu kaubaga ei või pakkida ühte klaas-
kaupu, eriti kui pakis leidub ka raudasju. Ostja võib
klaaskauba olemasolu kergesti unustada, pakiga veidi
hooletult ümber käia ja klaasesemed purustada.
Klaasasjade pakki ei või siduda nii, et ostjal jääks
võimalus kandmiseks kasutada nõörpidet, vaid klaas-
asju tuleb hoida ettevaatlikult käes.

Tugeva külma ajal tuleb ostjale soovitada külma-
kartvaid kaupu koju viies hoida nii, et külm ei teki-
taks kahju, nagu pärm, vedelained pudelites. Pudelid
võivad puruneda seesoleva aine jäätumisel.

Kui ostja käed on seotud pakkidega, tuleb teda
kauplusest lahkumisel aidata ukse avamisega. Tingi-
mata tuleb äriteenijal tähelepanelikult abistada ost-
jaid raskemate kaupade koormasse asetamisel, samuti
ka nende kaupade juures, mis vajavad erilist ette-
vaatust ja pakkimisviisi, nagu klaas-, fajanss- ja
portselannõud.

Pakkimise toimetamiseks äriteenijad peavad
seadma käepäraselt otstarbekohased pakkimisvahen-
did, nagu mitut liiki ja suurust pakkekotte ja -pabe-
rit, sidumisnööri ja pakkepulki. Müüja peab harjuma
tarvitama paraja suurusega pakkematerjali teatava

kaubahulga jaoks. Eeskujulik äriteenija ei tohi lubada pakkematerjali asjatut raiskamist ei endale ega kaasteenijatele, vaid peab heaperemeheliku hoollega püüdma hoida kokku neid kulusid, pannes tagavaraks ja kasutades sobival kohal ka seda materjali, mis leidub saabunud kaupade taarades. Väiksemaid pakkekotikesi kaupade jaoks, mida müüakse väikestes kaaludes, peab äriteenija oskama ka ise valmistada. Tulukas on kasutada pakkematerjali ühtlasi reklaamina. Sel otstarbel pakkekotid kui ka paber võiksid kanda ühiskaupluse nimetust ja aadressi, mõnd lauset või piltlikku kujundit kaupade meeldetuletamiseks, nende eriomaduste rõhutamiseks, ühingu tegevuse ja soovide ja üldse ühiskaubanduse mõtte propageerimiseks.

Müügisummade arvestamine peab sündima ühingu maksmapandud kodukordade ja juhatuskirjade järgi.

Raha vastuvõtmine peab toimuma tarviliku tänu-likkusega. Võimalikkude eksiarmuste vältimiseks tuleb tänuga nimetada antavat rahasummat ja jätta raha kassaalusele senini, kuni loetakse tagasiantavat raha.

**Raha vastu-
võtmine.**

Ostjale üldiselt ei meeldi, kui äriteenija raha oodates vaatab tema rahakotti. Kui ostjal lähebki raha otsimisega veidi aega, siis äriteenija ärgu jäägu üksisilmi vaatama rahaotsimise toimingut, vaid pööraku tähelepanu veidi kõrvale mingi töö korraldamiseks.

Ostjate kaebused ja kauba tagasitoomised tuleb lahendada heatahtliku vastutulelikkusega, püüdes rahuldada ostjat võimalust mööda. Kauba tagasivõtmisel võib kanda mõnikord ennemini kas või väikest kahju, kui jäädavalt kaotada tubli ostja.

**Ostjate kae-
bused ja
kauba taga-
sitoomised.**

Koos ühingu teiste tegelastega tuleb müüjal arendada järjekindlat propagandat ühingu tähtsuse selgi-

**Ühiskau-
banduslik
propaganda.**

tamiseks, uute liikmete kogumiseks ja teadlikkude liikmete kasvatamiseks.

Tarvitajate ostusoovide rahuldamisel on just eriti müüjal leti taga häid sobivaid võimalusi taktiliselt juhtida kõnet sellele ainele ja teha ettepanekuid liikmeks astumiseks. Selleks on tarvis registreerida alaliste ostjate oste ja määrata ostukasu, mis võib olla väiksem kui liikmetele. Ostukasu ei kuulu ostjale väljamaksmisele, vaid selle varal tuleb selgitada, et liikmeks astumisel läheks see tema osamaksu moodustamiseks ning liikmena ühtlasi oleks võimalik määrata talle suurematki ostukasu.

Kes nõustub astuma liikmeks, kuid kel ei ole võimalik maksa sisse sunduslikku osamaksu ja kui selleks ei jätku ka senini registreeritud ostukasusummadest, siis tuleb soovija registreerida liikmekandidaadiks, kuni osamaksu norm täitub uutest ostukasusudest.

Taktilise ja osava ühistegeliku selgitustöö tegemine vajab eelkõige äriteenijalt endalt head ühistegelikku mõtteviisi ja käitumist. Tuleb õppida tundma ühistegevuse ajalugu ja teooriat, esijoones ühiskaubanduse sihte ning tegevuspõhimõtteid ja töömeeteid. Täiesti teadlik peab olema oma ühingu põhikirja määrustest ning kõigist maksmapandud kodukordadest ja juhatuskirjadest.

Laste teenimine.

Erilist tähelepanu tuleb pühendada laste teenimisele. Järjekorras teenimisel ei ole lubatav jätta lapsi kõrvale, anda neile halvemat kaupa või võtta kallimat hinda. Peetagu meeles, et laste näol teenitakse nende vanemaid. Kasvatatud seltskond näeb heameelega, kui lapsi püütakse teenida isegi väljaspool järjekorda. Lapsega tuleb käituda temale omase lahkusega ja koduse sõbralikkusega. Ühiskauplustes tuleb teenida lapsi otsese armastusega ja võita nende poolehoidu, siis poolehoidjaiks nad jäävad ka täiskasvanuina.

Kaup tuleb lapsele pakkida ja raha tagasi anda

palju hoolikamalt kui täiskasvanuile, sest laps ei oska pakiga ja rahaga käia ümber küllalt ettevaatlikult. Tagasiantav raha tuleb lapsele asetada otse tema rahakotti või selle puudumisel keerata paberisse ja asetada talle taskusse või kaubaga koos korvi, vastavalt sellele, kus on kindlam panipaik.

Kuigi ostjad omavad väga mitmekesiseid soove ja harjumusi, näeksid nad heameelega, kui müüjad nende teenimisel peaksid meeles ja täidaksid tähtsaimaid üldnõudeid kokkuvõetult alljärgnevais 10 soovis:

1. Enne kõike ole minule sõbralik. Ole viisakas käitumises ja puhtas riietuses.

2. Tunne kaupu, mida müüd. Ole valmis vastama minule, kui soovin midagi teada kaupadest.

3. Ära vaidle minuga. Kui üritad mõjutada mind, hävib minu ostutahe.

4. Ütle öeldav lühidalt ja selgelt. Ära lobise liialt.

5. Räägi tõtt. Kui oled mu vastu ebaõiglane, ära oota, et tulen jälle ostma sinu juurde.

6. Ole täpne. Kui lubad midagi, siis täida see.

7. Õpi tundma ühiskaupluse liikmeid ja ole päri nende kavatsustega.

8. Ära kõnele endast. Ära jutusta minule oma raskustest ja mureddest.

9. Püüa alati ühiskonnale parimat. Ole usaldusväärne, armastusväärne oma väljenduses.

10. Ole usin. Kauba müük oleneb inimese tundmisest, kindlast tahtest ja heast taipamisest.

Ühiskaupluse personaal.

Müüja isiksus peab omama sobivaid eeldusi, et tulla laitmatult toime müügitöö tehniliste ja psüühiliste nõuetega, nagu nendega võisime tutvuda eelpool.

Neid eeldusi ei oma iga inimene ühtlaselt. Sobiva

**Ostja
10 soovi
müüjale.**

**Nõudeid
müüja isik-
suse suhtes.**

müüjaisiku leidmiseks ühiskauplused ei pääse mööda tarvilikust valikust. Ainult sellest kandidaadist võib kujuneda nõuete kõrgusel seisev müüja, kes omab sellele kutsetööle vastavaid eeldusi ning täie tõsidusega ja tahtega püüab omandada kutsetöö oskust ja tunnida selle töö hingeallu, tehes selle oma elukutseks. Kes võtab müüjaametit ainult leivaküsimuse seisukohalt, ilma huvi ja armastuseta asja enda vastu, sellest vaevalt saab müüjat selle sõna tõsisel mõttes.

**Korra ja
puhtuse
nõue.**

Kutsetöö nõuete seisukohalt müüja peab pidama oma töös head korda ja puhtust, mis peab olema otse loomupäraseks omaduseks. Kel ei ole korra- ega puhtusearmastust, sel tuleb end selles kasvatada senini, kuni see saab talle külgekasvanud harjumuseks.

**Isiksuse või-
meid ja ise-
loomuoma-
dusi.**

Ostjate kui ka üldse inimeste kohtlemisel müüja peab omama tarvilikku intelligentsi, lahkust ja viisakust ning oskama kohaldada neid võimeid iga ostja kohtlemisel temale omaste harjumuste ja soovide kohaselt. Selleks tuleb müüjal arendada teravat tähelepanuvõimet kaaskodanikkude ja olukordade hindamisel ja järelduste tegemisel.

Ostjatega läbisaamine nõuab pealeselle head taktitunnet, et osata ja tahta arvestada nende arvamusi ja seisukohti ja kaaluda, kuidas talitada ühes või teises olukorras, et sellest ei tekiks ühingu ega oma huvidele ja heale nimele kahjulikku mõju. Hea läbisaamise eelduseks on tugev enda arvestamine, see aitab vältida ebasobivaid käitumisi kaaskodanikega ja parandada tekkinud vigu. Oma kutsetöös müüjal tuleb harjuda mitmesuguste ostjate käitumisega. Kui ostjate poolt avaldataksegi lugupidamatust, siis üldiselt ei või sellele vastata samasuguselt, vaid tuleb püüda asju lahendada heaga ja rahulikult. Müüja peab selleks omama ja kasvatama endas tasakaalukust, kannatlikkust ja endavalitsemist.

Müüja kui ka iga muu ühingu tegelase töö kannab siis head vilja ja loob rahuldust, kui tööd tehakse kohuse- ja vastutustundega. Kohuse- ja vastutustundlik tegelane teeb tööd sisemisest sunnist ja huvist töö enda vastu. Tema tegusid juhib mõte ja vaim, mis püüavad tuua järjest suuremat tulu neile üritustele, mida taotleb ühiskaubandus.

Selline vaim ja tahe tõukab töötajat järjest uutele algatustele ja leidlikkusele uute ideede ja nende teostamisviiside alal, paneb teda iseseisvalt otsustama, organiseerima, tegutsema, millest peamiselt oleb ühingu edukas tegevus kui ka äriteenija enda ametialaline edasijõudmine.

Tähtsama vooresena tuleb nõuda ühiskaubanduse personaalilt ausust ühiskonna varade valitsemisel ja huvide teenimisel. Kes ei oska ühiskaupluse teenistuses teha vahet oma ja ühingu varade ja huvide vahel, selle koht ei tohi olla ühistegevuse teenistuses. Teenistusülesandeid tuleb täita kokkulepitud tasu eest puhtalt, ilma teenimata omakasusid püüdmata. Teenistushuvide seisukohalt ühiskaubanduse personal ei tohi lubada endale kaubamuretsejailt ega teistelt, kes on ühingust majanduslikult huvitatud, kingitusi, meelehead, laenu, vahetalitustasu või muid soodutusi ei mingisugusel kujul, ei või kasutada ühingu varasid ja töövahendeid ega tarvitada kaupu oma isiklikes huvides ilma nende eest maksmata. Ametnikud ise ega nende perekonnaliikmed ei või pidada isiklikku äri ega olla kaastegevad ettevõttesis, mis taotlevad ühingu ja kogu ühiskaubanduse huvide vastaseid eesmärke ja arendavad võistlevat tegevust. Tegelaste kõrvalhuvide ja kuritarvituste tõttu tekkinud kahjud on niivõrd hukatuslikud ühiskaubanduse heale nimele, moraalile ja majanduslikule seisukorrale, mille-

Kohuse- ja vastutustunne.

Ausus.

ga kaasas ka ühingute liikmed on kandnud määratud kahjusid, et ühiskaubanduse juhtivatel tegelastel peab olema julgust halastamata valjusega eemaldada ühiskaubandusest need isikud, kes ei suuda osutada ühinguile puhtaid teeneid. Kuritarvituste kaasteadmine on samuti kuritarvitus.

Äriteenija käitumine.

Arisaladuste pidamine.

Ühiskaubanduse teenistushuvid nõuavad äriteenijalt tarvilikku kutse-moraali ja sobivat käitumist.

Esiteks äriteenijad on kohustatud pidama erilise saladusena kõiki ühingu ärilisi tehinguid, kavatsusi ja võimalusi, milliste ebakohane väljarääkimine võib osutada ühingu tegevusele kahjulikku mõju. Saladuses pidamine tähendab, et neid andmeid ei või mingil teel anda edasi kõrvalistele isikutele ega ilma otsese vajaduseta oma kaasteenijatele.

Ärisaladuste väljaandmisel võidakse süüdlasi vastavate seaduste järgi vastutusele võtta. Üksikasjalikumalt käsitleb seda küsimust „Kõlvatu võistluse vastu võitlemise seadus“, millega äriteenijad peavad tuttavad olema. Seadus on avaldatud RT nr. 62 — 1931. a.

Ühingu huvide teenimine.

Hoopis selle vastu, teenistuslik kohusetunne peab juhtima iga äriteenijat töötama oma ühingu ja kogu ühiskaubanduse huvides ka väljaspool otsest teenistust juhtmõtte järgi: „mida kuuled halba omast ühingu, sellest räägi ainult oma juhatusesele, mida kuuled aga head, sellest räägi kõigile“.

Alkohol ja hasartmängud.

Äriteenijal tuleb vältida alkoholi tarvitamist ja hasartmänge, mis võivad takistada teenistuskohuste korrallikku täitmist.

Ka suitsetamist tuleb vältida teenistuskohuste täitmisel, eriti ostjate otsesel teenimisel kaupluses.

Suitsetamine.

Kuna ühingute tegevus eeldab head sidet rahvaga, on soovitatav äriteenijail oma võimete kohaselt töötada kaasa hariduslikes ja seltskondlikes organisatsioonides, mis taotlevad rahva üldist heaolu. Kaastöö ei või aga kujuneda pidurdavaks otseste teenistuskohuste täitmisele.

Seltskondlik tegevus.

Hoopis kõrvale tuleb hoiduda parteipoliitilistest üritustest. Ühistegevus on kutsutud teenima kõiki kodanikke parteipoliitiliselt erapooletuna, erapooletuks peab jääma ka ühingu palgaliste tööjõudude käitumine. Ühe või teise partei poliitika pooldamine ja sellele kaasatötamine toob ühingu tegelaste ja liikmete vahel lahkheliseid ja intriige, mille tagajärjed osutuvad kahjulikeks nii ühingu tegevusele kui ka äriteenija enda teenistushuvidele.

Parteipoliitiline suhtlemine.

Äriteenijad peavad riietuma korra ja puhtuse nõuete kohaselt. Müüjatel on soovitatav ühtlane tööriietus kitlites; säärane ühtlus mõjub meeldivalt ja tuleb majanduslikult odavam. Toiduainete osakondades ja kauplustes sobivad valged kitlid, segakauplustes — tumedamat värvi.

Äriteenijate riietus ja välimus.

Lahtised kaelused ja käisteta kleidid, liialdatud moe- ja ehtesjad ei ole müüjale kohased. Riietus peab andma asjaliku tööinimese ilme, mis meeldib kõigile.

Koos riietusega tuleb äriteenijal pühendada hoolsat tähelepanu oma korralikule välimusele, et esineda rahva ees korda ja puhtust armastava inimesena. Juuksed peavad olema korralikult soetud ja habe aetud. Naismüüjad, kellel on pikemad juuksed, vajavad sobivat peakatet. Eriti tuleb hoolitseda käte puhtuse

ja suuravi eest. Vältida tuleb liialdatud kosmeetiliste vahendite, nagu tugeva lõhnaõli, puudri, huulevärvi jne. tarvitamist.

Tervishoid.

Hea töötahe, -võime ja meeleolu oleneb esimeses järjes heast tervisest. Kuna töötingimused kauplustes ei ole hoopiski kerged, siis seda suuremat rõhku peab äriteeniija panema oma tervishoiule.

Vaba aeg tuleb kasutada tõsiseks puhkuseks võimaliku tervisliku sportimisega.

Kutseoskus.

Kutseoskuse liku ettevalmistamise vajadus.

Müüja kutseoskus vajab põhjalikku ettevalmistamist nii teoreetiliselt kui ka praktiliselt. Ilma kutseoskuse korralliku ettevalmistuseta ei suuda keegi täita müüja-ameti ülesandeid ega nõudeid nii, nagu seda nõuab tänapäeva müügikultuur ning ühistegelik mõtteviis ja käitumine.

Põhjalik töötundmine kasvatab pealeselle tööhuvi ja -tahet, töörõõmu ning peasi, rahulolemist oma elukutsega.

Kutseoskuse arendamise võimalusi.

Kutseoskuse omandamine ja täiendamine meie ühiskaubanduse äriteeniijail on võimalik keskühingu poolt korraldatavas koolis ja erikursustel, mida ühingu juhtivad jõud peaksid vääriliselt hindama, looma võimalusi ja tegema korraldusi, et iga äriteeniija saaks kutseoskuslikult ette valmistatud.

Ühingutes, kus on juba üle kolme-nelja äriteeniija, on väga soovitatav äriteeniijate kutseoskuse täiendamiseks ja praktikantide väljaõpetamiseks korraldada omavahelisi referaatõhtuid koos praktiliste harjutustöödega. Käsitlemisele võib võtta kõiki küsimusi ühiskaupluse tegevusaladelt, nagu kaupluste korrastamise, müügioskuse, vaateakende kaunistamise ja kaupa-

de tundmise alalt. Refereerivad ärijuht ja äriteenijad ise, kes valmistavad vastava aine tarvilikult ette. Referendid määraku ärijuht või juhatus. Noorematele tööjõududele tuleb edasijõudmise kontrollimiseks korraldada ka vastavaid katseid.

Katseid tuleb teostada ärijuhil või mõnel teisel isikul, kes ise peab olema asjatundja vastaval alal ja suudab talitada asjalikult ja erapooletult ilma isiklike vahekordi arvesse võtmata, kui neid peaks olema.

Sellistel omavahelistel täiendusõhtuil koos läbirääkimistega ei täiendata ainult vastamisi oma teadmisi ja kogemusi, vaid see annab äriteenijatele uut hoogu ja ergutust korraldada oma tööd sisukamaks ja tulemusrikkamaks.

Ka vastava kirjanduse, õppereisude ja muude võimaluste kaudu tuleb äriteenijail oma kutseoskust igapäevase töö kõrval alaliselt täiendada. Paigalseisumine tähendab tegelikult tagasiminekut, sest kaubanduses ja tööstuses kestab pidev areng, mille uuendustega ja uudistega just müüja peab esimesena tuttav olema ja neid ostjatele ostude juures edasi andma.

Kirjandusest tuleb äriteenijail esijoonel pidevalt kasutada ühistegelikku ajakirjandust, mis võimaldab tarvilikku materjali ühistegeliku mõtteviisi arendamiseks ja osalt kutseoskuse täiendamiseks.

Ühiskaubandusliku kutseoskuse arendamiseks keskühing püüab koos kooli ja kursuste korraldamisega soetada järjest rikkalikumat kirjandust käsiraamatute, eriliste õpikute ja eriajakirjade näol, milliseid ühinguil ja äriteenijail tuleb hoolega silmas pidada ja kasutada.

Sel otstarbel tuleb ühinguil luua oma raamatukogud ja täiendada neid alaliselt vajalise ühistegeliku ja tehnilise kirjandusega. Tähtsam kutseoskuslik kirjandus peaks leiduma ühingute tegelaste koduseis raamatukogudes.

Reklaam.

Reklaami ülesandeks on müügitgevuse edendamine kaupade tutvustamise, selgitamise ja meeldetuletamise teel tarvitajaile.

Koos areneva majanduseluga ja tehnikaga arenevad ka reklaamiviisid ja -vahendid. Võit on nende käes, kes oskavad reklaami alal luua midagi uut ja tabavat, mis köidab rahva tähelepanu ja seob tema huvi reklaamitava kaubaga või ettevõttega.

Reklaami viiside ja vahendite valik oleneb esijoones ettevõtte iseloomust ja tegevuspõhimõttest.

Parimaks reklaamiks ja tugevaks jõuks igale äri- lisele ettevõttele on esijoones eeskujulik personaal, kelle kutseoskusest, töövoimest ja käitumisest oleneb ettevõtte tegevuse edukus.

Eeskujulikust personaalist oleneb muu töö kõrval ka otsese reklaami rakendamine ajanõuete kohaselt, mis nõuab omaette oskust, nagu seda on kaupluste ja vaateakende maitsekas korrastamine ja kaunistamine, mille eesmärgiks on kaupade esitamine rahvale nähtavalt ja ostuhuvi äratavalt.

Eeskujulikust müügipersonaalist oleneb edasi ostjate osav ja õiglane teenimine, millest peamiselt sõltub ostjate võitmine ühiskaupluse alalisteks külastajateks, poolehoidjateks ja liikmeteks. Kindel ostjaskond on iga äriettevõtte eduka tegevuse tähtsamaid aluseid. Seepärast olgu iga ühingu juhatuse tähtsamaks ülesandeks ajakohase müügipersonaali valik ja teenistusse kutsumine, kes omaks tublit kutseoskust ja vilumust ning oma käitumiselt kõlbaks teenima ühingu ja ostjaskonna huvisid ausalt ja teenimata omakasu püüdmatult.

Ajakohase personaali valikul tuleb kasutada keskühingu kaasabi ja nõu.

Senisest suuremat tähelepanu tuleb pühendada vaateakende otstarbekohasele ja maitsekale kaunist-

misele kui tähtsamale kaubanduslikule reklaamiva-
hendile.

Peale selle võib eduga kasutada vastavaid plaka-
teid, kirjutisi ja kuulutusi ajakirjanduses, raadiot,
valgusreklaami. Neid reklaamivõimalusi tuleb osata
rakendada vaid sobival ajal ja kujul, et ta ärataks tä-
helepanu ja tasuks tehtavad kulud. Reklaam-kuju-
tiste ja -tekstide koostaja peab nagu müüjagi hästi
tundma kaupa ja müügipsühholoogilisi eeldusi.

Ühiskaubandus on õnneks neid organisatsioone, **Ühistegelik
propaganda.**
kes oma tegevuse sihtide ja iseloomu poolest võib ka-
sutada palju tõhusamaid vahendeid laialdase ostjas-
konna võitmiseks kui erakaubandus. Sääraseid vahen-
deid on ühistegelik propaganda ühiskaubanduse täht-
suse ja tegelikkude tulemuste selgitamiseks rahvale
ning liikmete hankimiseks. Laialdane liikmeskond ja
nende ostutruudus on ühingu elujõulise tegevuse
tähtsamaks alusmüüriks, seepärast tuleb ühingute
juhtidel pöörata otstarbekohasele propagandale seni-
sest palju suuremat tähelepanu ja osutada intensiiv-
set tööd.

Propaganda taotlegu mitte ainult uute liikmete ja
ostjate juurdevõitmist, vaid ka ostutruuduse süven-
damist ja alalise sideme pidamist liikmetega, et säi-
liks ja kõveneks nende huvi oma ühingu vastu. Side-
mepidamise otstarbel on tarvis sagedamini korralda-
da selgituskoosolekuid ühingu tegevuse tulemuste
kohta ja uute soovide ja kavatsuste tutvustamiseks
ja arutamiseks. Liikmete huvi kasvab sellega, kui
nad saavad ühingu tegevusele sagedamini kaasa rää-
kida ja avaldada omi soove. Suuremates ühingutes,
mis töötavad harukauplustega, on samal eesmärgil
kui ka ühingu tegevuse arendamise otstarbel laiema
ostjaskonna soovide kohaselt soovitav moodustada
peale juhatuse ühingu nõukogu ja harukaupluste nõu-
kogud ning organiseerida eri huviringe, millede kau-
du tõmmata kaasa ühingu tegevusele agaramaid liik-

meid, kes ühingu mõtet kannavad edasi laiematesse hulkadesse.

**Müügitöö
intensiivsus.**

Muidugi koos propagandaga tuleb eeskujulikult korraldada ühingu tegevust, et olla suuteline rahuldama laialdase ostjaskonna soove. Müügitöö elustamiseks peavad ärijuht ja müüjad arendama head algatust ja leidlikkust. Neil tuleb tunda oma piirkonna ostjaid ja nende tarvidusi. Ei ole raske teada, kellel põllupidajaist on kavatsus muretseda mõni põllutöömasin, osta põllurammu, või kellel on niidu- ja rehepeksumasin, et pakkuda neile hooajaks kütte- ja määrdeõlisid. Samuti on hõlpus ette arvata mõningaid muidki kaubatarvidusi ja õigel ajal pöörduda kaubapakkumistega tarvitajate poole kas isiklikult või kirjalikult. Sellised pakkumised ärataksid eriti maal — samuti alevis ja linnaski — tarvitajate tähelepanu. Kui igakord ei järgnegi kaubaostu, on ometigi ühingu ja tarvitaja vahel loodud tarvilik side, mis toob ostja edaspidi ühiskauplusse. Enamail juhtudel kirjasaaja tunneb erilist heameelt, et ühiskauplus on teda õigel ajal meeles pidanud, ja seetõttu tunneb ta end nagu kohustatud olevat esimesel võimalusel ühiskauplusse astuma.

Kaupa tuleb müüa, mitte ainult valvata!

**Ühingute
kõrvalope-
ratsioonid
liikmete
huvides.**

Liikmete huvide teenimiseks ja ühingu tegevuse elustamiseks tuleb maaühiskauplustel korraldada põllundustoodete turustamise vahetalitust. Põllumehele on see hõlbustuseks oma põllundustoodete müügil toimelisel, ja see süvendab veelgi suuremat sidet tema ja ühiskaupluse vahel.

Põllundustoodete turustamine toob aga ühiskauplustele kõrvaloperatsioone, mis nõuab ärijuhilt aega ja eriteadmisi, osalt ka raamatupidajalt.

Osa neid operatsioone on lihtsad, nagu kanamunade ja peekonsigade vastuvõtmine, osalt aga küllalt keerukad, nagu elusloomade, vasikate, lammaste,

toornahkade, vilja, jahude jne. turuletoimetamine. Kõrvaloperatsioonide eelnõudeks olgu ühingu kindel seisukord ning asjaajamine ja arvepidamise korrasolek.

Nii näeme, et ühiskaubandus oma ülesannetelt on kutsutud teenima rahvast ja oma otstarbekohase ja elujõulise tegevuse arendamiseks pidama rahvaga huviküllast sidet.

Seda võimaldab ühiskaubandusele täiel määral ta konstruktsioon, mis annab rahva huvi kasvatamiseks ja rahvaga koostöötamiseks tõhusamaid vahendeid, kui seda on ühelgi teisel organisatsioonil.

Ühingutel on ainult tarvis arendada algatusvõimelist tegevust ja oma piirkonna rahvamajanduslike ja kultuuriliste huvide teenimisel aidata kaasa võimalikult kõigil aladel, mis lasevad end siduda ühiskaubandusega.

Ühiskaubanduse juhtidel jätkugu oskust ja ausaid püüdeid töötamiseks selles vaimus.

Sf
14315
A23503:3

EESTI RAHVUSRAAMATUKOGU



1 0100 00091660 7