

Meie Edu

J. Puhk & Pojast
Tallinnas

Jõulu
1930

*Meie ärisõpradele parimate
Jõulu ja Uueaasta
tervitustega*

J. Puhk & Pojad

1930-1931

ÜHEGI ettevõtte kuulsus ja püsivus ei
olene suurtest tehastest ja kontoritest
ega suurest läbimüügist või rohkest oma-
kapitalist.

See oleneb ostjate usaldusest.

Iga ettevõtte edu ja püsivus on kindel nii-
kaua kui ettevõttel püsib ostjate usaldus.

///



SP, 9675

Meie Edu

Nr. 5

JÖULU 1930

Nr. 5

Millest oleneb väikekaupluste edu?

*S*IKEMAAEGSES äriühenduses mitmetuhande väikekaupmehega oleme näinud, et ühed neist edenevad ja teised ei. Ühed koguvad raha ja teised kaotavad viimasegi sendi. Ühed võitlevad alaliselt raskustega ja teiste äri edeneb nagu iseenesest.

Oleme näinud, kuidas mõnigi hea ärikoht muutub omaniku muutumisel halvaks ärikohaks ja ümberpöörduvalt — halb ärikoht heaks ärikohaks. Oleme näinud, kuidas ostjad otsivad ühe kaupluse ise ülesse, kuna teine kauplus kõige käidavamaski kohas ootab ostjaid asjata.

Mis on siis põhjuseks, et üks edeneb ja teine ebaõnnestub?

Põhjusi selleks on palju. Käsitame neist vaid tähtsamaid.

Üks ja kõige olulisem põhjus ebaõnnestumises on see, et avatakse kauplus ilma tarviliste kogemusteta, hea õnne peale, et saada ainult ruttu rikaks. Paigutatakse kauplusesse 2000 krooni ja loodetakse teenida peagi sama võrra. Kuid eksitakse kindlasti. Kauplusega võivad teenida ainult need,



Pärnu kontor.

kellel on kaubanduslise ettevõtte juhtimiseks annet ja kogemusi. Kellel sarnased eeldused puuduvad, ärgu hakkaku kaupmeheks, vaid paigutagu oma kapital pank ja võtku sealt protsendid — see on kindlam ja kasulikum.

Veel suurem põhjus ebaõnnestumises on aga kaupluse avamine ilma oma kapitalita või õne katsumine võõra omaga. Kui sellele seltsib veel juhusliselt saadud kaubakrediit, siis nähakse peagi, et võistlus on raske, võlgade tasumine veel raskem ja ebaõnnestumine paratamatu. Mitmelgi juhusel ei võeta õppust isegi ebaõnnestumisest, vaid katsutakse õne uues kohas samadel tingimustel ja samade tagajärgedega.

Väikekaupmehel pole tulevikku, kui tema kogemused on sama väiksed kui kapitalgi.

Hoopis teisiti talitavad aga need väikekaupmehed, kes pole asjaarmastajad, vaid kes on ameti poolest kaupmehed, kelle tegevuses on hoogu ja edu, kelle majandusline seisukord kindel samuti kui tulevikgi.



Pärnu kontori personaal.

Nende tegevuse ja edu põhjused võiksime lühidalt koondada järgmistesse asjaoludesse:

1. Ettevaatlikkus.
2. Kasulik kaubast.
3. Rahuldatud ostjaskond.

Ettevaatlikkus.

Hästihoitud väikekauplused on kahekordselt ettevaatlikud. Nad te-

gutsevad ainult omakapitali piires. Isegi äri laiendavad nad ärist teenitud kapitaliga ja ainult selle võrra, kui palju nad on suutnud uusi ostjaid koguda. Meelsamini paigutavad nad teenitud kapitali panka hoiule, ega hakka sellega õnne katsuma. Ettevaatlik väikekaupmees ei laienda oma tegevust laenatud kapitaliga ega kaubakrediidiga.

Meil on olnud võimalus näha, kuidas mõnigi suureks laiutatud kaubamaja on sattunud raskustesse samal ajal kui väike võistleja väikese omakapitaliga on püsinud ja edenenu visalt, kuid siiski kindlalt, teenides kapitalile märksa suuremad protsendid kui suur võistleja. Mitte alati pole edu kaupluse suuruses vaid selles, kuidas kauplust juhitakse ja ostjaid teenitakse.

Kasulik kaubaost.

Sellest oleneb väga palju kaupluse võistlusvõime.

See võimaldab müüa kaupu odavamini ja saada suuremat tötötasu.

Kaubaostul pole mõõduandev see asjaolu, kui palju väikekaupmees ostab, vaid see, kuidas ostja maksab. Kõige kasulikumalt ostab väikekaupmees puhtas rahas. Need, kes ostavad puhtas rahas, on kõige jõukamad ja kõige rohkem edenenud kaupmehed. Neile võib suurkaupmees kahtlemata anda kõigeparemad tingimused. Nende edu on peaaegu alati kindel.

Kasulikult ostavad kaupa ka need, kes teotsevad osaliselt krediidi piires, kuid tasuvad arved korralikult ja täpselt. Ka neilgi on võimalus võistelda nendega, kelle kaubahindadele suurkaupmees on sunnitud arvete korratuma tasumise tõttu juurekalkuleerima mitte üksi kapitali protsendid vaid ka võimalikud kahjud.

Rahuldatud ostjaskond.

Kolmas ja kõige tähtsam väikekaupmehe edu põhjus.

Äri igavese liikumise moodustavad inimesed. Kaupmehe elukutse on ostjate teenimine, nende kaubatarviduste rahuldamine.

Võistluses püsib ainult see, kes teenib kaubatäritajat paremini.

Ei ole ühtegi kaubajaotuse meetodi, ühtegi võistluseviisi, millele väikekaupmees alla jääks, siis kui ta teenib kaubatavitajaid paremini kui teine.

See aastasajad kestnud põhimõte pole muutunud karvaväärtki. Muutunud on vaid tööviisid.

Palju kaupu pole samad, moodid pole samad, isegi tarvitajate nõudmised ja suur osa tarvitajaidki pole samad, mis olid 10 aastat tagasi.

Mõnigi ostja võõrdub kauplusest, kus ei osata jälgida üldist edu, kus kaubad lamavad endises korratuses ja ebapuhtuses, kus vaateaknad tolmunud ja koltunud.

Kaupluse välimine ja sisemine kultuur areneb suure hooga. Hästi ostetud ja hästi paigutatud kaubatagavarad suurendavad äri suurust. Puhtus ja kord meelitavad ostjaid ja suurendavad tulusid.

Kuid veel rohkem meelitab ostjaid kaupmees ise või tema poolt hästiõpetatud abilised.

Juhtida kauplust paremini, teenida tarvitajat paremini — sellest oleneb väikekaupmehe edu, väikekaupmeeskonna tulevik.



Määrake esite kindlaks eesmärk ja alles siis mõelge abinõusid selle saavutamiseks.

Rutulised otsused ilma eelkaalutluseta on eriti kardetavad.

Teated.

Autoosakonna tegevuse laiendamine.

Oleme laiendanud autoosakonna tegevust ja võtnud müügile, lisaks ilmakuulsatele General Motorsi Chevrolet sõidu- ja veoautodele, ühtlasi ka sama autokontserni kõrgema hinnaklassi sõiduautod Buick, La Salle ja Cadillac ning eriti tugevajõulised veoauto- ja omnibusealused G. M. C.

Ühtlasi oleme võtnud müügile inglise autokummid Dunlop, mis on kahtlemata maailma kõige paremad ja vastupidavamad autokummid.

Sellega on meil võimalus alati varustada autoostjaid igal juhusel kõige paremate autodega ja autotarvetega.

Uued kontorid ja kontorijuhatajate muutused.

Soovinud tuua oma müügitegevust ostjaskonnale igal pool võimalikult lähedale ja vähendada kauba veo- ja saatekulusid minimumini, oleme avanud järgmised uued müügikontorid:

Võhmas, Vaksali t. 1 — juhataja Hans Puhk;

Abjas, Paluojaal — juhataja Aleksander Ratasepp.

Kontorijuhatajate koosseisus oleme aasta vältel teinud järgmised muudatused, määrates:

Peakontori müügiosakonna juhatajaks Tallinna harukontori juhataja hra Rudolf Puhki;

Tallinna harukontori juhatajaks sama kontori vanema müüja hra Johannes Grünbergi;

Petseri kontori juhatajaks Võhma kontori juhataja hra Jaan Jaanson;

Võhma kontori juhatajaks Nõmme kontori juhataja hra Hans Puhki.

Nõmme kontori juhatajaks hra Oskar Pällingu.

Kinnisvara omandamine Rakveres.

Varemalt teotses meie Rakvere kontor üüri-ruumides, Laadaplats nr. 27. Läänud suvel omandasime ostuteel samad ruumid ühes kõigi kõrval-ehitistega. Selle tõttu on meil nüüd võimalus oma sealse kontori alaliselt kasvavat tegevust otstarbekohaselt arendada.

Sarnase mehe saavutused, kelle teadmised piirduvad ainult tema ettevõttega, ei või kunagi olla eriti head. Mehel peab olema laialdane silmaring, mida ta võib saavutada raamatuid lugedes ja muude inimestega seltsides ehk meelsamini mõlemil viisil.

Monopolirukki ost.

*H*ILJUTI lõppenud monopolirukki ost andis esimest korda üksikasjalise tegeliku ülevaate Eesti rukkikasvatuse ulatusest, rukki väärtusest ja rukkikasvatuse edendamise ning rukkisordi ühtlustamise vajadusest.

Kodumaa rukki kogusaak käesoleval aastal arvati 200.000 tonni peale. Sellest pakuti müüa 40.000 tonni (2.442.000 puuda) ja osteti esimesel kokkuostul 14.770 t.

Ost teostati viljaäride kaudu ja viljaäride kapitalidega ning ostetud rukis laostati riigi arvel.

Ostust võtsid osa 16 viljaäri. Kõige suurema partii ostsid J. Puhk ja Pojad — ligi 5 milj. kg. ehk $\frac{1}{3}$ kõigest kokkuostetud viljast.

Suurimateks rukkikasvatuse piirkondadeks osutsid Viru-, Järva- ja Tartumaa — eriti viimane, mis näib olevat õieti Eesti viljaait. Kui näiteks Viljandi ostupunkti pakuti müügiks 1,556 tonni ja Rakverre 2,910 tonni, siis pakuti Tartu ostupunkti 7,529 tonni. Ligikaudu sama vahekord oli ka Viru-



Esimene rahasaaja rukki eest — Kehra jaamas.

Järva-, Viljandi- ja Tartumaa teistel ostupunktidel. Kõige vähem pakuti rukist Läänemaal, kus seda ainult vähestel põllupidajatel jätkub müügiks.

Rukki väärtuse poolest on Viru, Järva, Tartu, Valga ja Võru maakonnad ees teistest maakondadest, eriti aga Lääne maakonnast. Iseäranis silmapaistev oli Võru ostupunkt rukki kõrge hollandi kaalu poolest, mis tõusis üksikutel juhustel isegi üle 130 naela. Väga paljudel juhustel oli Võrus hollandi kaal 124/125 ümber.

Huvitava nähtena võidi panna tähele, et kõrge hollandi kaalulise rukki kasvatus on arenenud üksikute majanduspiirkondade kaupa. Nii töid Võrumaal peaaegu kõik Kõlleste ja Kooraste valdade talupidajad rukist, mille hollandi kaal oli suures enamuses üle 124 naela. Üldse on näha, et neis piirkondades, kus kõrgekaaluline sordiseeme hõlpsamini kättesaadaval, või kus üksikud hakkavad kasvatama paremat rukki sorti, saavad seda naabridki ja rukkikasvatus areneb aegajalt ühetaoliseks ning rukis ise kõrgeväärtuslikuks.

Kõige kergema hollandi kaaluga, kõige viletsamini puhastatud ja umbrohuga segatud rukist pakuti Lääne- ja osalt ka Saaremaal. Haapsalu, Kuresaare ja Virtsu ostupunktides oli tihti juhuseid, et kohale toodud vili alles siis vastu võeti, kui see umbrohu seemetest ja prügidest uuesti ära puhastati. Oli isegi sarnaseid juhuseid, kus 40 puuda hulgast 10 puuda lusteid ja prügi välja puhastati. Mitmedki sealsed talupidajad imestasid, miks korralikult

puhastatud lustet rukki hulgas vastu ei võeta, sest nemad tarvitavad seda leivaks samuti kui rukistki...

Mis eriti rukki puhastusesse puutub, siis aitavad siin suuresti kaasa korralikud viljapeksu masinad. Nii toodigi neis viljakasvatuse piirkondades, kus kasutatakse üldiselt suuremaid viljapeksu garnituure, kõigiti hästi puhastatud ja sorditud rukist. Neis piirkondades, kus aga veel suuremalt osalt pekstakse rehte ja puhastatakse vilja esiisade kombel, oli kohale toodud rukis puhastuse ja sortimise suhtes tihtigi alla nende normide, mida Vabariigi Valitsus oli kinnitanud monopolirukki vastuvõtuks.

Järjelikult naersid heas rukkikasvatuse piirkonnas põllupidajad alati selle naabri üle, kes puhastamata ja umbrohtunud viljaga katsus „riiki tüssata“. Mahajäänud rukkikasvatuse piirkondades nõudsid aga kõik viljatoojad, et vastu võetaks ka kõige alaväärtuslikum rukis.

Kõigeparemaks rukkiks osutus niihästi headuse kui ka hollandi kaalu poolest Sangaste rukis, mida kasvatataksegi paremates rukkikasvatuse piirkondades juba suuremal määral — Lõuna-Eestis aga üldiselt. Põhja-Eesti Sangaste rukki kasvatajad peavad siiski kohasemaks, et need, kes omale hankivad Sangaste rukki seemet, katsuks seda võimalikult hankida Põhja-Eestist, sest Lõuna-Eesti seeme vajab paari-kolme aasta kohanemist Põhja-Eesti pikema talvega.

Üldiselt õnnestus esimene rukki kokkuost täiesti rahuldavalt. Loodetavasti aitab rukki eest saadud

hind ja rukkimüügil õpitud nähted ja kogemused kindlasti tõsta huvi rukkikasvatuse edendamiseks. Paljudki põllupidajad tõendasid: „Nüüd meie alles saame aru, missugust rukist nõutakse ja missugust rukist tuleb kasvatada“. Ei ole ju enam tarvilik otsida kõrgeväärtuslikku rukkiseemetki maade ja merede tagant, vaid tihti on võimalik laenata ehk osta seda naabrilt. Isegi väikekaupmehed võiksid kodumaa parima rukkiseemne muretsemises kohalisele põllupidajale kaasa aidata. Nii saaksime juba lähematel aastatel kodumaalt ühtlaselt hääd ja kõrgeväärtuslikku rukist.



Optimism ja vaimustus on hea ärimoraal, kuid need ei või asendada hästi läbimõeldud äri põhimõtteid.

Ükski ettevõtte ei või edeneda, kui see alaliselt ei hoolitse oma toodete väärtuse eest, silmaspidades mitte üksi olevikku vaid eestkätt just tulevikku.

Kaupade hoid.

TIHTI leidub kaubandusettevõtete kaupade nimekirjades sarnaseid lauseid: „150 kg. rukkijahu, kopitanud“, „12 kahvlit, roostetanud“, „9 meetrit kreppi, määrdinud“, „400 kg. soola, mustunud“, „5 tünni heeringaid, halvaks läinud“ j. n. e.

Sarnastele kaupadele on nimekirjas märgitud hinnaks vaid üks murdosa sellest hinnast, mis nende eest on makstud. Kaupade rikinemine on siis tekitanud kahju, mis mõnikord võib olla suurgi. Ühel inventeerimisel selgus, et ainult rottide tehtud kahju tuli arvata üle paarisaja krooni.

Arusaadavalt tahaks iga äriomanik vältida sarnaste kahjude tekkimist. See on aga ainult siis võimalik, kui ühegi kaubaüksuse hoidu ei jäeta hooletusesse, vaid käsitatakse ja hoitakse iga kauba liiki ja üksust vastava hoole ja otstarbekohasusega.

Meie ei taha siinkohal kõnelda sarnastest kauba hoius esinevatest vigadest, nagu toiduainete paigutamise tugevasti lõhnavate kaupade lähedusesse, või raudkaupade paigutamine soolalattu, või riidepaki jätmise päikesekiirte alla. Need on sellised vead, mida võib teha ainult isik, kellel pole kaubahoiust mingisuguseid teadmisi. Tahame kõnelda vaid selliseist kaubahoius esinevaist üksikasjust, milliste suhtes isegi ametikogenenud isikud teevad üldiselt vigu.

Kõige rohkem rikineb kaup just selle tõttu, et see on paigutatud sobimata hoiukohta. Iga äripidaja, iga müüja peab teadma, millist hoiukohta nõuab iga kaubaliik.

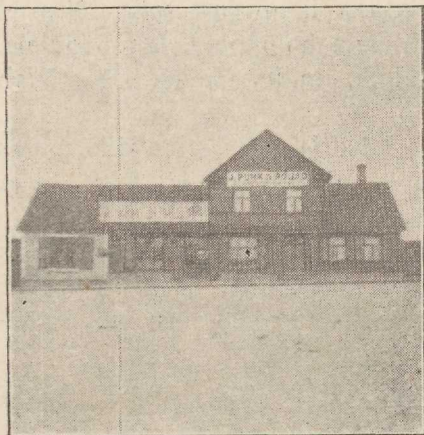
Üks kaup hoidub hästi jahedas, teine jälle soojas kohas, üks rikineb kohe niiskes kohas, teine jälle otse nõuab niisket kohta.

Kauplusest, kus tuntakse kaupade hoidu ja kus on korralikud kaupade hoiukohad, saab ostja alati täisväärtuslikumat ja maitsevamat kaupa, kui kauplusest, kus kaubahoidu ei tunta.

Nii väike kui näit. toiduainete kauplus ka ei oleks, peaks sellel siiski olema vähemalt jahe kõrvalruum, kus võiks hoida kõiki neid toiduaineid, mis kardavad soojust. Kuid üldse peaksid kõik laoruumid olema vähemalt niisuguses korras, et neisse ei pääseks hiired ja rotid ega vesi ja lumi.

Müüdaval kaubal peab alati olema värske ja häa maitse ning meeldiv välimus. Selleks peavad kõik lao ja kaupluse ruumid ja kauba hoiukohad alati olema puhtad.

Puhas õhk, hea kord ja puhtus on kaupade alalhoiu alused. Laoruume tuleb tihti tuulutada, sest õhk rikineb neis peagi. Tolmuhari peab laos töötama sama hoolsasti kui kaupluseski. Jahusahtleidki ei tohi enne uuesti täita, kui need on puhastatud. Vastasel korral hakkavad sahtlitesse siginema tõugud. Kui uut kaupa asetatakse riulitele, pandagu alati endine kaup ettepoole ja uus kaup tahapoole. Nii ei vanane ükski kaup üleliia.



Rakvere kontor.

Kastid, salved, tünnid ja sahtlid tuleb alati pidada suletuna, et kahjulik õhk ja tolm ei rikuks kaupu.

Tähtsamate toiduainekaupade üksikasjalise hoidmise kohta avaldame allpool lühikesed juhised:

Biskviidid

hoitagu plekk- või puukastides ja

kaitstagu päikese ning niiskuse eest. Biskviite ei või asetada liig sooja ruumi. Kastid peetagu alati kinni.

Heeringad kontrollitagu kohe pärast saabumist. Soolvesi peab tünnidest alati katma heeringaid. Tuleb kontrollida, kas kõik tünnid on soolveekindlad. Kui tünnidest pole küllaldaselt soolvett, tuleb seda valmistada ja kallata tünni külje sisse puuritud väikese augukese kaudu lisaks. Soolvett valmistatakse nii, et vette segatakse soola nii palju kui seda sulab. Kui tünn soolvett läbi laseb, tulevad praod kinni toppida puhta kaltsuga. Tünnid asetada küljeli jahedasse ruumi ja kord kuus pöörata all olnud pooled ülesse.

Essentsid hoitagu hoolsasti kinnikorgitult, sest need sisaldavad piiritust, mis haihtub ruttu õhku.



Rakvere kontori personaal.

Hoidised ja konservid asetatagu kuiva ja jahedasse kohta, kus plekk-karbid ei roosteta. Suvel ei või hoidiseid ega konserve asetada vaateaknale.

Jahu, niihästi rukki kui ka nisujahu tagavara ei või asetada kivi-põrandale ega üldse liig külma ruumi.

Samuti ei või seda asetada liig sooja või niiskesse lattu. Jahulaos peab olema võimalikult palju ruumi värsketele õhule. Samas ruumis ei või olla tugevasti lõhnavaid kaupu ega päikese kiiri. Kui nisujahu ostetakse pikemaks ajaks lattu, on soovitatav, et kotihunnikud iga nelja-nädala järele laotakse ümber. Siis ei lähe jahud pankka ega teki neisse tõukusid.

Kartulijahud asetatagu kuiva õhuküllasesse ruumi. Kui põrand ei ole täitsa kuiv, pandagu kottide alla puust rest. Kartulijahude peale ei tohi paista päike ega või nende lähedusesse asetada tugevasti lõhnavaid kaupu.

Kohv. Praetud kohv säilib parimini kinnistes plekktoosides. Toores kohv kuivab hõlpsasti, kuid



Valga kontor.

niiskub veel hõlp-samini. Kotid ase-tatagu puupõran-dale ega või neid laduda vasta välis-seina. Kottide ja seinavahele jäe-tagu umbes 60 cm laiune vaheruum. Tugevasti lõhna-vaid kaupu ei või pidada kohvi läheduses.

Liha ja vors-tid, suitsetatud,

asetatagu kohe pärast saabumist jahedasse ja õhuküllasesse kuid mitte läbitõmbavasse ruumi rip-puma. Kui soojuse muutlikkus tekitab hallitust, siis tuleb see ära pühkida pehme riidega ja liha ning vorstid asetada nii rippuma, et õhk neile igalt poolt pääseb lähedale.

Makaroone, nuudleid ja muid taignast valmistatud kaupu ei tohi milgi tingimusel asetada keldrisse. Need nõuavad kuiva hoiukohta, kus ei ole õhutõmbust. Tugevasti lõhnavad kaubad ei või olla nende läheduses.

Manna tuleb hoida kuivas ja õhuküllases ruu-mis, eemal tugevasti lõhnavatest kaupadest. Tihti juhtub, et palaval aastaajal sigineb mannasse tõu-kusid, mis asetuvad kottidesse või kaupluses ole-

vate salvede seintesse. Neid harilikult ei näe silmaga vaid tuntakse niiditaolistest moodustistest, mis tekiavad nagu iseenesest. Soovitav on pidada manna tagavara suvisel ajal võimalikult väikene ja kaitsta soojust ning päikesekiirte eest.

Munad püsivad värsked ainult kuivas ja õhuküllases kohas, ei milgi tingimusel aga niiskes keldris ega tugevasti lõhnavate kaupade läheduses. Halvaks läinud munad, mis vastu valgust läbi ei paista, tulevad kohe eraldada värsketest.

Paberossid on väga õrnad õhumuutuse suhtes. Neid ei või hoida liig niiskes ega liig soojas laoruumis. Üleliigsest niiskumisest või kuivamisest kaotavad need aroomi.

Puuvili, toores, nõuab kuiva ja vilu hoiukohta, kuhu külm ligi ei pääse. Läbitõmbus kuivatab puuvilja, samuti on ka umbne ja niiske õhk sellele kahjulik.

Hoiuruumi tuleb tihti tuulutada. Iga kast tuleb kohe pärast saabumist avada ja rikinend eraldada tervetest. Terve puuvili, mis on olnud vastu



Valga kontori personaal.



Tapa kontor.

rikinenud puuvilja, tuleb kohe kuivaks pühkida.

Puuvilja, kuivatatud, hoitagu niiskuse ja soojuse eest, milles see ruttu läheb ussitama.

Pärmi alalhoid oleneb suuremalt osalt õhusoojusest. Pärimi tuleb

hoida suvel jahedas kohas ja talvel kaitsta pakase eest. Pakid asetatagu kohe pärast saabumist nii, et õhk pääseb neile juure igalt poolt. Kui pärm liig sooja ilma tõttu mureneb, võib seda niisutada külmas kaevuvees. Murenev pärm on aga head sorti. Kui pärm talvel juhuslikult ära külmab, tuleb see viia soojemasse ruumi ja lasta pikkamisi sulada.

Raud- ja teraskaubad hoitagu kuivas kohas, ei milgi tingimusel aga soola või soolatud kauba läheduses. Kui raudkaupadesse ilmub roosteplekke, võib need kõrvaldada õlisse kastetud ajalehepaberiga. Samuti hoitagu ka teraskaubad, nagu noad, kahvlid, habemenoad, käärid j.n.e. Tera ärgu puudutagu paljaste sõrmedega; ehk kui seda on tehtud, siis pühitagu see kohe kuiva lapiga, vastasel korral jääb terale sõrme jälg ja selle niiskus roostetab tera.

Riis hoitagu kuivas ruumis ja kuival põrandal. Tugevasti lõhnavad kaubad ei tohi olla selle läheduses.

Saapaviks hoitagu kuivas ja jahedas ruumis ja kaitstagu külmamise eest. Karbid peavad olema õhukindlad. Suvel ei või viks olla vanem kui kõige rohkem kaks kuud.

Seep hoitagu jahedas ja kuivas ruumis. Kastid tuleb asetada nii, et nende vahelt pääseb õhk vabalt läbi. Milgi tingimusel ei või seebikastisid jätta õue, eeskotta või laudkuuri.

Suhkur ja suhkrutooted. Suhkrut hoitagu niiskuse eest. Kompvekikastid ja karbid suletakugi alati kohe pärast igakordset tarvitamist. Kompvekid hoitagu jahedas ja kuivas ruumis. Kui kompvekid niiskuse tõttu hakkavad üksteise külge, lahutatagu need karbi külge koputamiseega. Nende lahulamiseks ärgu kasutatagu teravaäärelist riista, sest tekkinud kompvekikillud suurendavad ühtesulamist.

Taimevõid hoitagu samuti kui karjavõid. Soojust see ei kannata. Kuna taimevõi tuleb müüa võimalikult värskelt, ei või sellest tuua kauplusesse suuremat hulka. Laos asetatagu taimevõi kastid või tünnid umbes 10 cm kõrgusele alusele ja vähemalt 20 cm. seinast eemale.

Tangud hoitagu kuivas kohas, kotisolevad puupõrandal. Neid kaitstagu tolmu ja hiirte eest. Kaeratangu ei või pidada laos kauemat aega.

Tee on eriti õrn kaup. Kohvi, siguri ja muude sarnaste tugevasti lõhnavate kaupade läheduses ei tohi seda hoida, siis kaotab see aroomi.

Tubakat hoitagu kuivas ja jahedas ruumis. Niiskes kohas see hallitub hõlpsasti ja soojas kohas kuivab üleliiga. Tubaka läheduses ei või olla tugevasti lõhnavaid aineid, sest tubak imeb nende lõhna enesesse.

Tuletikud asetatagu kuiva ja jahedasse kohta ning kaitstagu päikese kiirte eest.

Või hoiukoht peab olema kuiv, jahe ja puhta õhuga. Õhusoojuse muutlikkus teeb või kirjuks. Kui võid müüakse tünnist, tuleb tünn iga kord peale või võtmist sulgeda. Või lõikamiseks tarvita- tagu puust labidat, mis alati hoitagu puhtas, jahe- das ja vähe soolases vees.



Ärijuhatuse kõikumata ausus on äritegevuse nurgakivi.

Kui äriasjad lähevad viltu, on ka ärijuhatuses midagi viltu.

Lapsed.

LAPSED!

Lapse meel on väga erk kõigile mõjudele ja mälestusile.

Küsisin kord lapselt: „Miks Sa just selle kaupmehe käest ostad?“

„Sellepärast, et see kaupmees on nii „kena“.

Kes oskab öelda, mida mõtles lapsuke selle „kena“ all . . .

Kuid sarnane lapse vastus sisaldab õpetuse, kuidas kohelda lapsi, kes tulevad ostma. kas või 5 sendi eest kompvekke. Lapsel püsib mälestuses „kena“ palju kauemini kui täiskasvanul.

Olge „kenad“ ja rõõmsad kui laps tuleb Teilt ostma. Teenige teda sõbralikult ja ärge laske päikesepaistelisel naeratusel silmapilgukski kaduda Teie näolt. Kõnelge neile kõike mida soovite, kuid mitte milgi tingimisel seda, mis neid ei huvita. Ärge näidake laste juuresolekul kunagi närvilisust, vaid olge kui hea onu ja tädi, kes on kohanud oma lemmiku.

Olge „kenad“ kohe, kui laps astub sisse kaupluse uksest. Ärge laske last oodata, kuigi kaupluses on juba teisi ostjaid. Vanemad ostjad ei pahanda kunagi, kui lapsele antakse enne neid. Lapse iseloom on õrn. Tema läheb kärsituks juba

vähemagi ootamise tõttu. Kõige vähem tahab laps minna tagasi sinna, kus temal on igav olla.

Müüja võib väga hästi öelda vanematele ostjatele, kes ootavad kaupluses järge: „Ehk lubate anda sellele väiksele mida ta soovib?“ ja vanemad ostjad lubavad kindlasti. Neil on isegi heameel, et oskate olla tähelepanelik laste vastu. Nii mõnigi ema, kes on näinud kuidas kohtlete lapsi, usaldab saata oma silmatera Teie kauplusest kaupa tooma.

Olge „kenad“, kui küsite lapselt, mida ta soovib. Vaevalt sobib seda täiskasvanult küsida naeratava näoga. Lapsele pole aga küllalt lahkest näoildest. Teie peate oskama naeratada, nii et lapski naerab. Siis on lapsel hea olla ja ta tuleb teinekordki Teie kauplusesse.

Olge „kenad“ kui annate lapsele raha tagasi. Ärge pange seda leiule, nagu vanematele ostjatele, vaid pange see paberisse, isegi rahakotti kui ema selle on annud lapsele kaasa. Õelge rõõmsa tujuga ja sõbraliku häälega lapsele, et ta ema raha kogemata ära ei kaotaks. Sellega kasvab lapse usaldus Teie vastu. Ja laps viib emalt saadud raha ja ostetud kauba kõige suurema hoolega emale tagasi.

Olge „kenad“ kui panete paberisse lapse ostetud kaubad. Nende ridade kirjutaja on näinud last kodutrepil nutmas, sest jahukoti nöör oli katkenud, kott kukkunud maha ja läinud katki. Väikeste käestega katsus nuttev lapsuke korjata laiali läinud jahu katkisesse kotti. Nähtus oli haarav-liigutav. Siin oli laps, kelle süda vabises valust ja kartusest.

Kindlasti ei tundnud ta head meelt selle müüja kohta, kes jahukoti nööri oli sidunud nii hooletult, et see katkes.

Laste ostusid pakkides vaadake hoolega, et paberid, kotid, sidumisenööriid ja sõlmed oleksid küllalt vastupidavad. Ärge tehke lapsele muret ja hirmu.

Olge „kenad“ kui saadate lapse kauplusest koju. Kirjutage paki või koti peale, kui palju kaup maksab, nii et ema kodus võib veenduda, kas laps on teinud ostud õieti. Võite seda teha ka eri paberil, mille panete sama paberi sisse, kuhu panite rahagi. Kui niimoodi olete lapse valmistanud koju minekuks, avage temale uks ja andke nõu, et ta astuks ettevaatlikult, sest siis ei juhtu õnnetust.

Harjumus on teine iseloom. Lapsed harjuvad käima sealt kaupa ostmas, kus neil on hea olla.

Tehke lapsed oma sõpradeks ja nad jäävad Teie poolehoidjateks ka vanemaski eas.



Meil ei tarvitse võtta oma teenistusesse «esimesejärgu» kaubareisijaid. Need on ettevõttele kallimad, kui vajalik. Ettevõtte juhatus peab hoolitsema, et müüdav kaup oleks nii hea, et seda oleks hõlbus müüa ka keskpäraselgi kaubareisijal. Kui kaupa ei saa müüa ostjaid hüpnotiseerimata, on parem kui sarnast kaupa üldse ei müüdaks.

Kaubahindade kalkuleerimisest.

EKSIMUSED müügihinna kalkuleerimisel võivad olla kaupmehele nii kahjulikud, et tema neisse eksimustesse hävineb. Mõnigi kaupmees meeleldi tutvub nende ridadega, mis selgitavad seda küsimust praktiliste näidetega.

„Mis te tühja räägite müügihinna kalkuleerimisest. Ma pean kaupa müüma ju sama hinnaga, millega seda müüvad võistlejad — kui tahan saada ostjaid . . .“

Nii mõtleb ehk mõnigi kaupmees, lugenud selle pealkirja.

Kuid asja ei tohi võtta nii kergelt.

Kui eksivad võistlejad, kas peate siis ka Teie eksima?

Võib olla müüb võistleja, kes ei oska õieti kalkuleerida müügihindu, kaupa vaid teadmatuse tõttu kahjuga. Mida teete siis? Kas lähete Teiegi temale pimesi järele hukatusesse?

Ei. Kui oskate hindu õieti kalkuleerida ja kui näete, et nende „võistlushindadega“ kaupa tõeliselt ainult kahjuga võib müüa, siis arvatavasti lähete oskamata võistleja juure ja selgitate temale selle asja. Kui võistleja aga teie seletustest ei hooli, lasete ta minna üksinda hukatusesse, ilma et Teil tarvitseks minna temaga ühes sama teed.

Kui ostjad Teile tähendavad, et naaber müüb nii ja niipalju odavamini, siis seletage neile, et naaber müüb teadmatuse tõttu kahjuga, sest ta ei oska arvata oma õigeid ärikulusid, ja võite lisada, et naaber niisuguste hindadega ei või püsida kaupmehena kuigi kaua. Kui ostjad siiski tolmorral lahkuvad Teie ärist, tuleb sellega leppida, ilma et hakkaksite kaupa müüma alla oma hinna.

Alla oma hinna müüki ei suuda Teie kaua välja kannatada. Küll aga suudate targu ja ettevaatlikult talitades kannatada nii kaua kui naaber märkab oma eksimust või hävineb . . .

Siis: kalkuleerige kaubahinnad õieti ja teotsege nende hindade piires.

Enamasti ongi võimalik teotseda õieti kalkuleeritud kaubahindade järele, ilma et võistlus segaks. Juba sellegi tõttu on õigete hindade kalkuleerimine tarviline.

Teatavasti on ainult väga vähestel väikekaupmeestel kombeks arvestada oma ärikulud õiges suuruses müügihinna sisse. Iga müük peab aitama katta Teie äritegevusest tekkivaid mitmesuguseid kulusid, millistest nimetame siinkohal vaid järgmisi kõige üldisemaid:

- A. Laenuprotsendid.
- B. Äriruumide üür, küte ja valgustus. (Need on ka sel juhul tõelised ärikulud, kui äri asub omas majas.)
- C. Omaniku „palk“ ja abiliste palgad.

- D. Üldised ärikulud.
- E. Võlgumüügi kahjud.
- F. Maksud.
- G. Omakapitali protsendid jne.

Kalkuleerimine on hõlpsam, kui teate, missuguse protsendi moodustavad need kulud aastasest läbi-müügist. Selle protsendi lisate siis kauba ostuhinnale juure, võttes arvesse ühtlasi veo- ja muud kaubamuretsemise kulud, mõõdu- ja kaalukao j. n. e.

Kuid ärge eksige puhtakasu protsendi arvestuses.

Kui kulud on näiteks 15% müügist ja Teie lisate ostuhinnale juure 20%, siis, võib olla, loodate saada puhastkasu 5% müügist. Kuid pettute kindlasti. Olete eksinud ja sarnaseid eksimusi juhtub väga tihti.

Asi on nii: kui lisate kauba ostuhinnale keskmiselt 20%, siis bruttokasu müügist pole sugugi 20%, vaid ainult 16,66%. Kui siis kulud on 15% müügist, jääb Teile puhtaks kasuks ainult 1,66 — ehk vähe üle 1½%.

Toome sellest väikese näite.

Teie kalkuleerite kaubaartiklit, mille ostuhind on Kr. 10.— Lisate ostuhinnale 20% ja müüte kauba Kr. 12.— eest. Bruttokasu saate siis Kr. 2.—, kuid see pole ometi 20% müügist, nagu arvate, vaid ainult 16,66%.

Ärvake ise! Müügihind on Kr. 12.— ja 16,66% sellest on Kr. 1,9992, ehk ainult väike murdosa vähem kui Kr. 2.—, mille lisasite ostuhinnale.

Kui aga tahate saada bruttokasu 20% müügi-hinnast, tuleb Teil lisada ostuhinnale 25%. Kontrollime: ostuhind on Kr. 10.—; lisame sellele 25%, müügihind on siis Kr. 12.50 ja bruttokasu on müü-gist 20% ehk Kr. 2.50.

Tõeline bruttokasu protsent müügi-hinnast.

Kui lisate kauba ostuhinnale juure 20%, on bruttokasu 16,66% müügist.

Kui lisate 25%	, on bruttokasu 20%
" " 30%	, " 23,07%
" " 35%	, " 25,92%
" " 40%	, " 27,14%
" " 45%	, " 31,03%
" " 50%	, " 33,33%

Arvates tarbekorral edasi, näete, et 50% brutto-kasu saamiseks müügi-hinnast, tuleb ostuhinnale lisada juure 100%.

Siis veel tähtis lisamärge: Nagu öeldud on eelpool arvestatud kasu bruttokasu. Puhtakasu välja-arvamiseks peate võimalikult täpselt teadma, kui suured on Teie aastased ärikulud ja mitu protsenti need teevad Teie aastasest läbimüügist.

Niisugune on müügi-hindade kalkuleerimise alus, kõige lihtsamate näidetega esitatud.



Suhkru saladus.

SE ENDE jutt oli alanud ilmast, siirdunud Einsteini teoriasse ja peatunud nüüd hetkeks kaubanduse ja statistika juures. Nagu kõik raudtee jutuajamised, koosnes see mitmesugustest katkenditest. Kõneles peamiselt suurkaupmees, kuna statistik hämmastunult pealt kuulas. Ka mina ei pidanud tarvilikuks sõna sekka lausuda.

„Statistika on nagu lõngakera“, kõneles kaupmees: „Pealt näha ümmargune ja sile, aga seest täis keerde ja kriukaid. Moodsa statistika pärispatt seisab selles, et ta püüab loogiline olla.“

„Polegi muud statistikat, kui moodne ja loogiline!“ tähendas statistik vahele.

„No just, just!“ jatkas kaupmees. „Kuid elu ise pole sugugi loogiline; vähemalt sel kujul mitte, et teda võidaks matemaatilisse vormelisse valada. Toome lihtsa näite. Teie avaldate muu seas oma statistilises ülevaates kokkuvõtteid suhkru toodangu ja müügi kohta. Selle juures vaatlete teie suhkrut, kui lihtlabast ainelist asja: nii ja nii palju süsiniikku, nii ja nii palju . . . Aga kas teie teate ka, kui palju salapärast sisaldab sellesama suhkru tõeline iseloom?! Kas ei seisa ta kogu oma olemisega õieti ainelise ja mitteainelise — vaimlise maailma raja peal, seal kus materia muutub eetriks? . . .“

„No-noh . . .“ sõnas statistik, vaadates muiates-irooniliselt kaupmehele näkku.

„Just nii,“ jatkas kaupmees, „sest maailmas müüakse suhkrut umbes sada kord rohkem, kui produtseeritakse. Kujutelge endale, milline pinevus ja hasart valitseb hooaegadel suhkuruturul! Kas ei paisata seal müügile selliseid suhkru partiisid, mille peremeestki ei tunta, mida olemaski pole . . . suhkru partiisid, mille ainelist koosseisu ei jaksaks ükski laboratoorium tõestada?! Suhkru pakkumine põhjendab teadupärast sedelite ja deviiside paiskamisele börsi-

mängu. Üks ning sama suhkru partii võib börsitundidel mitmele ostjale ja müüjale kuuluda, ilma et seda tegelikult keegi näinud oleks. Kui see sedelite sadu teiste toiduainete turgudele üle viia, siis võiks see isegi ebamoraalsena näida... aga suhkrubörsil on see endastmõistetav ja kahtlemata ka moraalne. Mispärast? Lihtsalt sellepärast, et meile — kaupmeestele — ei olegi suhkur enam ainealine asi, vaid ülimalt hingeline ilmuvus — platooniline ning abstrakne idee. See tuhandik murdosake suhkrut, mis sisaldub suhkrupeades ja suhkrusalvedes, ei mängi mingit osa miljoniliste suhkru partiide kõrval, mida käsitatakse börsidel vaimus ja sümboolides. Aga teie oma moodsa ja loogilise statistikaga tõmbate kõik ostu ja müügi postamendid kokku ja mõtlete, et see on suhkrukaubanduse reaalne tulemus. Ei, ei, see pole miski tulemus, see on vaid silmapete.“

Statistik hakkas oma kohal rahutult kibeleva ja lasteis kuulda nina kaudu ebamääraseid hääli, mis kõlasid umbes nagu „hm, hm.“ Aga rong, pärast üürikest peatust väikses vahejaamas, kihutas edasi ja kaupmees jatkas juttu:

„Suhkru kaubitsemine on suur kunst, eriti engros-ärides. Selleks, et rahuldada ostjaskonda, peab suurkaupmees omama võrratu tajumise psükoloogiliste varjundite jaoks. Ta peab arvestama etnograafiliste, raasiliste, usuliste, keeleliste, kultuuriliste ja muude iseäraldistega. Ta peab tundma erirahvuste maitseid ja kombeid, nende minevikku ning arvatavat tulevikku. Iga liik kaubatarvitajaid — ja neid on musttuhat — soovib, et suhkur temale tee ning kohvi juure serveeritakse sel kombel, kuidas ta endale kõige paremaks, suu- ja käepärasemaks ning meeldivaks peab. Soomlane näiteks nõuab kõva, rootslane — pehmet suhkrut. Inglise soovib, et suhkur temale kätte ulatatakse õrnades täringites, misjuures täringi kant ei tohi pikem ega lühem olla, kui täpselt 17 millimeetrit. Sama sort levineb ka Türgis, kuid mitte enam Smürnas. Suhkur, mis määratud Barcelona jaoks, ei kõlba Port-Saidis. Vene mehele, ka meie Petserimaal, pead ulatama suhkrutüki, mida pooltundi vees leotatakse, kuid mis siiski ei ligune. Ta limpsib seda keelega, sest hambaga juba ei murra, ning paneb põue tagasi. See on nii öelda — elupõline, vahel isegi pärandatav suhkur.“

„Selle suhkru jaoks peame oma raamatutes erirubriigi avama!“ hüüdis statistik ja tegi taskuraamatusse vastava märkuse.

„Huvitav on tähele panna rändrahvaste nõudmisi suhkru suhtes,“ kõneles kaupmees edasi, statistiku vahemärkusele reageerimata. „Nad tunnustavad ainult suhkrupead, ei ealeski peensuhkrut. Pealegi olgu suhkrupea varustatud tugevate nõõridega ja sangaga, sest sangapidi seotakse suhkur hobuse sadula ehk kaameli küüru külge. Oherdiaugu taolisel õõnsusel suhkrupea ülemises otsas on rändrahvaste silmis sümboolne ja shemaanilis-nõiduslik tähendus: selle kaudu arvatakse pahavaime ja muid seedimata olluseid suhkru seest välja haihtuvat. Auguta suhkur sisendab rändrahvastele kurja võimu hirmu ja oleks asjata katsuda nende keskel levitada sarnast suhkrut. Lõppeks mõelge, milline vahenditu maitse- ja ideedeühtlus seob suhkrutööstust dekoratiivkunstiga. Madala kultuuriga rahvad kasutavad suhkrupakkimise pabertorusid elamute kaunistamiseks. Araablase juures peab see olema taevasinisest pergamendist õrna ning hoolika mustrikirjaga, sest see harmoneerub arenenud maitsega ränduri telgiriide kirjadele. Neeger eelistab tulipunast paberit helekollase joonistisega. Zulu kafrid on maiad shokolaaditahvlite taoliste suhkruplaatidele, mis tinapaberisse ja värvilistesse paeladesse pakitud ning lopsaka plakatpildiga varustatud. Pildi aine peab muidugi olema nende enda elust, näiteks: naine palmi all, suhkruplaat otsapidi suus, aga eemal luurab näljane lõvi, kes ka sooviks maiusest osa saada.“

„Pör-pör-pör!“ kostis mürin vaguni alt, sest rong hakkas suuremasse sõlmjaama jõudma. Kaupmehel oli tuline rutt. Võttis summadani ja läks.

„Aga Eesti?! Te pole Eestist veel sõnagi lausunud!“ karjus statistik.

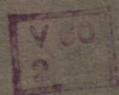
„Eestis seisab statistika ainult selle tõttu veel kuidagi püsti, et raske on kummagi jala poole korruga longata.“

„Oh ei, ma tahaks teada, milline suhkur on Eestile kõige sobivam.“

„Seda pärige Puhk & Poegade asjatundjailt!“ vastas kaupmees, hüppates platvormile.



993/083



2.50

SISU:

Millest oleneb väikekaupluste edu?

Teated.

Monopolirukki ost.

Kaupade hoid.

Lapsed.

Kaubahindade kalkuleerimisest.

Suhkru saladus.

1. 1. 1.