

Paberikaupleja

Eesti Paberi ja Kirjutustarvetega Kauplejate Ühingu häälekandja.

Valikurikkaim tagavara

igasuguseid

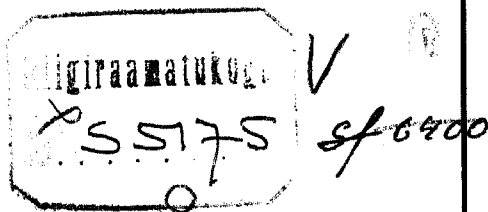
KIRJUTUS-, JOONISTUS-, MAALIMIS-
JA RAAMATUKOITETARBEID
PAKKIMISPABEREID, PAPPE JA
PABERIST KOTTE, PÄRGAMENTI JA
PÄRGAMIINI
ILUKIRJANDUSLIKKE-, TEADUSLIKKE-,
KOOLI- JA LASTERAAMATUID

on

«Päevalehe»
raamatukauplustes

Pärnu mnt. 10
Kõnekr. 446-11, 479-25

Pikk tän. 2
Kõnekr. 428-83



Tallinna Eesti Kirjastus-Ühisus

Lugejale.

Käesoleva numbriga algab „Paberikaupleja“ järjekindlat ilmumist üks kord kuus.

„Paberikaupleja“ sisuliseks juhtkavaks on:

- a) tuua andmeid Eesti Paberi ja Kirjutustarvetega Kauplejate Ühingu elust ja tegevusest;
- b) aidata kaasa eesti paberi- ja kirjutustarvete turu ning kaubandusala korraldamiseks;
- c) avaldada kirjutisi eriala kohta;
- d) aidata kaasa parema kutse- ja müügioskuse teostamiseks paberi- ja kirjutustarvete kaubanduse alal;
- e) tutvustada kaupmeeskonda uudiskaupadega ja propageerida paberi ning kirjutustarvete kui kultuurelu tähtsamate vahendite laiaulatuselisemat tarvitamist.

„Paberikaupleja“ saadetakse tasuta kõigile paberi ja kirjutustarvetega kauplejatele, kes on Eesti Paberi ja Kirjutustarvetega Kauplejate Ühingu liikmed.

Kuna „Paberikaupleja“ väljaandmine on seoses suurte ainelistele kuldudega, milleks ühingul puuduvad ressursid, siis pöördus ühingu juhatus Eesti Paberi A/S juhatuse poole palvega toetada selle väljaandmist trükkimiseks paberi andmisega. Loodame, et palve sealpool täitmist leiab. Samuti on lootust, et läheb korda hankida kuulutusi osaliseks väljaandekulude katteks. Palume lugupeetud paberi- ja kirjutustarvete kaupmeeskonda avaldada võimaluse piires omi kuulutusi „Paberikaupleja“ veergudel, mis kindlustab selle korrapäraselt ilmumist.

Toimetuse palub kõiki asjaosalisi kaupmehi saata kaastööd „Paberikauplejale“ ja samuti avaldada soove, millistel teemadel soovitakse näha kirjutisi ajakirjas.

Kujunegu „Paberikaupleja“ selleks tsemendiks, mis kindlalt liidab üle riigi laiali asuva paberi- ja kirjutustarvete kaupmeeskonna ühiseks tervikuks.

TOIMETUS.

PABERIKAUPLEJA

Nr. 1. – I AASTAKÄIK

TALLINN. 20. APRILLIL 1939. a.

Kuulutuste hinnad:

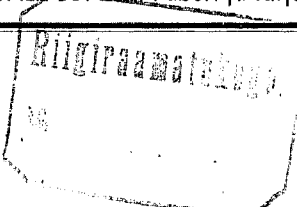
Esiküljel:	Siseküljel:	Tagaküljel:
1/1 lk. kr. 50.—	1/1 lk. kr. 30.—	1/1 lk. kr. 40.—
1/2 " " 30.—	1/2 " " 20.—	1/2 " " 25.—
1/4 " " 15.—	1/4 " " 10.—	1/4 " " 13.—

Tellimishind:

Aastas . . .	kr. 2.—
Poolaastas . . .	" 1.10
Üksiknumber . . .	" -20

Toimetaja: **Ernst Seim.**

TOIMETUS JA TALITUS. Eesti Paberi ja Kirjutustarvetega Kauplejate Ühing. Tallinn, Estonia p. 19. Tel. 425-26.



SISU:

	Lk.
Lugejale. Toimetus	2
Kaupmehe-kutsesest ja ühisest koostööst. E. Seim	4
Paberikaubanduse väljavaateid. A. Veiler	5
Sisekaubandus Eestis. Prof. E. Poom	7
Paberikaubanduse organiseerimine ja müügipoliitika. E. Seim	8
Kuidas võita ostjaid? H. Michelson	16
II üleriigilisel paberikauplejate päeval vastuvõetud resolutsioonid	23
Ühisel jõul. K. Kirikal	25
Müügiioskusest ja kaubatundmisest. E. Inglis	25
E. P. ja K. T. K. Ühingu teateid:	
Juhatuse esindus majandusministri juures	27
II paberikauplejate päev	28
Päeva resolutsioonide teostamine	29
Ühingu peakoosolek	29
Liiknemaksud	30
Ühingu kirjadele vastamise kord	30
Juhatus, töökomisjon, revisjonikomisjon	30
Tegevus 1938. aastal. E. Seim	31
Eelarve 1939. aastaks	34
Tallinna osakonna aastapeakoosolek	34
Paberikaubanduse ala käsitlevad kursused	35
Uued liikmed	35
Lühiteateid	36

Kaupmehe kutsest ja ühisest koostööst.

E. Seim.

Kaupmehe-kutse on midagi rasket, vastutusrikast ja suurepärast.

Iga päev nõuab kaubandus uusi tegusid, uusi mõtteid. Alaline järjekindel muutus majanduslikes oludes vajab tähelepanu-osavust ja kohanemisoskust. Ikka uued raskused veerevad teele, takistavad meie edu. Kaupmehe elu on alaline võitlus; vahetpidamatu maadlemine ettevõtte edu ja olemasolu eest.

Ainult pingutatades kõiki jõude, taotelles väsimatult uuendusi ja pühendades suurimat tähelepanu oma kaubandusalale võimaldub jääda üldises võidujooksus esirinda ja jõuda lähemale ülesseatud eesmärgile — edule.

Inimeses peituvate majanduselus vajalike loovate jõudude uinuvast seisukorrast ärkvele toomine ja tegevusse rakendamine pole nii lihtne ja kerge kui üldiselt arvatakse.

Hädaohud, mis tõkestavad, on peamiselt:

1. Teadmiste puudus. Tagajärg — kahtlemine, et üldse on võimalik aretada isikus peituvaid loovaid jõude. Tulemus — paljud, kes surevad 60-aastaselt, on tegelikult juba 30 aastat surnud.

2. Lühinägelik ainelise kasu taotlus. Tagajärg — ei tunnustata üldise koostöö vajadust, poetakse omaenese tuppe, vabandades — pole aega, ei huvita, ei ole mingit kasu, mis see koostöö meile on andnud või annab, jne. Tulemus — tegelikult saavutatakse üksi sootuks vähem, jäädakse maha ajanõudeist, osutatakse ajanõudest mahajäänult väljalülitatuks tegelikust tööst. Lõpuks seistakse kaotuste ees, mida on võimatu teha heaks.

3. Oma võimete vales tihendamine. Tagajärg — üle isiku ainelise ja vaimse jõu käivad üritused. Tulemus — vaimne ja aineiline pankrot.

Nende hädaohtudega võitlemine ja nende võimalik vältimine on kõigi elujaatavate, tervete isiksuste tõsine tahe ja soov. Üksikuile osutub see raskesti läbiviidavaks — on aga kergesti teostatav ühisest koostööst.

Iga organism vajab kasvamiseks aega. Nii ka loovate jõudude ja ühise

koostöö aretamine. Ka meie ühingu põhimõtted ja ühise koostöö tulemused vajavad järkjärgulist valmimist, elluviimist, silumist ja kannatust, enne kui nad meid rahuldavad.

Määrav tähtsus on meie tahtel seda saavutada. Kujutlematu ja mõttetu oleks tegutseda ühiste jõudude aretamisel, kui puudub usk tulemustesse, kui oleme täis kahtlust, hirmu ja vastuolusid. Julgete pärast on maailm. Ta kuulub neile seepärast, et neil on usku ja seesmist loovat jõudu eesmärkide saavutamiseks.

Kes on täis elujaatavat jõudu, sellest kiirgab seda välja. Paberi- ja kirjutustarvete kaupmeeskond on seni olnud oma elujõulise ja tegelikku elu jaatava koostööga teistele eeskujuks ja loodetavasti ei loovuta ta teistele seda juhtivat seisundit, jätkates endise innu ja tahtega ühisele koostööle rajatud kutseala organiseerimist ja aretamist.

Hea



kohv kosutab!

Valige oma lemmiksort

viljakohvidest :

Nr. 1	Nr. 2	Nr. 3
hind	hind	hind
-.25 s.	-.30 s.	-.35 s.

Uba-viljakohvidest :

Nr. 1	Nr. 2	Nr. 3	Nr. 4	Nr. 5
hind	hind	hind	hind	hind
-.45 s.	-.50 s.	-.60 s.	-.75 s.	-.90 s.

EESTI KAUPMEESTE
MAJANDUSKESKUS A/s
TALLINN

Paberikaubanduse väljavaateid.

Ühingu esimehe A. Veileri referaat II üleriigilisel paberikauplejate päeval.

Trükikunst on praegu ligikaudu 500 aastat vana, paber tublisti vanem, tulnud juba XII saj. araablaste kaudu Euroopasse, — moodne paberikaubandus on aga võrdlemisi uus nähe. Esimene paberiveski Eestis asus raeprotokollide andmeil juba 1677. aastal Ülemiste järve ääres.

Esimesed paberimüüjad olid trükistöösturid ja köitjad, kuna paberikaubandus laiemas ulatuses algas umbes 75 aastat tagasi, siis kui leiutati tselluloos. Meie moodsad paberivabrikud asutati umbes 40 aastat tagasi — 1900 asutati Kohila paberivabrik, samal ajal läks Ülemiste järve ääres asuv paberiveski Osse ja Ko. kätte, millest kujunes välja Põhja paberi- ja puupapivabrik.

Paberitarvitamist loetakse rahva kultuurilise taseme mõõdupuuks. Nii hariduse kui ka tervishoidlike tingimuste tõusuga on seoses paberitarvitamise kasvamine — olgu see ajalehtede, raamatute, vihkude, kloseti- ja pakkepaberi, pärgamiini või pärgamendi näol. Paberi kogutarvitus möödunud aastal Eestis ulatus 11.200 tonnile 8.900 tonni vastu 10 aastat tagasi (1929. aastal), seega tõus 25%. Inimese kohta teeb see möödunud aastal 10,2 kg 1929. a. 8,1 kg vastu. Sellest paberihulgast läheb $\frac{1}{3}$ ajalehtedeks ja $\frac{1}{5}$ pakkepaberiks ja kottideks.

Kui nüüd võrrelda Eesti paberitarvitamist teiste Euroopa riikidega, siis näeme järgmist pilti. Meist rohkem tarvitavad:

Inglismaa	— 37 kg	elaniku kohta.
Taani	— 35	” ” ”
Saksa	— 30	” ” ”
Rootsi	— 27	” ” ”
Prantsuse	— 20	” ” ”
Eesti	— 10	” ” ”

Meist järel oma paberitarvitamisega on Ungari (8 kg elaniku kohta), Poola (5 kg elaniku kohta), rääkimata Balkani riikidest.

Need andmed näitavad, et paberitarvitamine Eestis võib veel tunduvalt kasvada.

Meie paberitarvidust rahuldatakse enamaltjaolt sisemaa toodanguga. Kui

veel 1930. aastal veeti sisse paberit 2920 tonni 1.117.700 krooni väärtuses, siis 1937. aastaks oli sissevedu langenud umbes 50% võrra, nimelt 1.244 tonni 661.600 krooni väärtuses. Sama 50%-list tõusu näitab Eesti oma vabrikute müük sisemaale: 1929. a. müüdi 6.500 tonni, 1938. a. 10.200 tonni. Kuna paberikvaliteet on tõusnud, võib sissevedu tulevikus veelgi vähendada. Praegu katab kodumaa toodang üldtarvidusest 90% ja aasta lõpuks võib see tõusta 95%-ni Kehra sulfaattselluloosivabriku arvel, mistõttu kaob ära tarvidus jõupaberi sisseveoks. Tsemendikotid, milleks sisse veeti aastast 450 ton. jõupaberit, saame juba oma kodumaalt.

Eesti paberitarvitus rahaliselt tõuseb umbes 5 miljonile kroonile, sellest moodustab Eesti oma paber ja papp 4,5 miljoni kroonise osa. Ajalehed, trükikojad ja kirjastused tarvitavad paberit üle 2,5 miljoni krooni eest, paberikauplejate kätte jääb umbes 2,5 miljoni krooni eest paberi ja paberitoodete (vihkude, kaustikute, kottide jne.) näol. Meie vihkudetarvitus on umbes 3 miljonit vihku aastas. Välismaalt imporditakse peamiselt ainult seda paberit, mis meil omal ei valmistata — nii pärgamiini, pärgamenti, siidpaberit, kriitpaberit, veemärkidega postpaberit ja mõningaid sorte pappi.

Kodumaa paberi kohta oleme seadnud nõude, et ta välismaa paberist hinnalt kallim ega kvaliteedilt halvem ei tohi olla. I paberikaupmeeste päeval juhtisin tähelepanu sellele, et meil puuduvad laboratooriumid, kus kindlaks teha paberikvaliteeti. Osalt eelmise paberikaupmeeste päeva mõjul on nüüd Eesti Paberi A/S sisse seadnud moodsa laboratooriumi, kus võib ära määrata paberi rebivust, vastupidavust valtsimisele ja survele, õhu ja vee läbilaskuvust, niiskusesisaldavust, siledust, liimingut, puusisaldavust, paksust ning tuhaprotsendi sisaldavust. See on suur samm edasi, mis on oluliselt kaasa aidanud meie paberikvaliteedi tõstmisele.

Meie sortiment kirjutustarvete alal on praegu ebanormaalselt suur — üldsortiment on ca 10.000 artiklit, neist

pliatseid üle 250 sordi, sulgi üle 300 sordi jne. jne. See olukord on tekkinud sellest, et oleme iga pakkuja kaupa vastu võtnud ja ise ostjad ära rikkunud, neile tundmatute artiklite tarvitamist õpetades. Seda sortimenti võib vabalt vähendada. Kokku tõmmates näiteks 25% võrra jääb ikkagi järele umbes 7.500 artiklit. Sortimendi vähendamisega saab võimalikuks kapitali otstarbekam paigutamine ja kaubakvaliteedi tõstmine. Kui arvatakse, et sortimendi piiramine vähendab läbimüüki, siis ei näi see arvamine paika pidavat. Grupp Norra kaupmehi vähendas katseliselt sortimenti 25% võrra ja tagajärjeks oli, et läbimüük tõusis ca 20%, seejuures kaupmehe kasu ca 12%.

Sortimendi vähendamine peab algatatama suurkaupmeeste poolt, riigivõimul pole vaja siin vahele segada.

Teine tähtis küsimus on standardiseerimise küsimus. Õnnelikul kombel leidsid kõik meie ühingu ettepanekud ratsionaliseerimise-komitees vastuvõttu. Seda suurelt osalt just seetõttu, et ühing oli alustanud standardimist enne kui asutati Ratsionaliseerimise Komitee. Standardiseerimise alal võib ja peab kaugemale minema kui seni mindud. Paljudel artiklitel — näiteks kontoramatuil, kiirkõitjail jne. — on tarbetult palju sorte, millede vähendamine tuleks kõigile kasuks. Seni oleme siin lihtsalt raisanud, lubanud enesele rohkem kui seda on teinud suurrahvad. Standardiseerimise tagajärjedeks on: kindla ja hea kvaliteediga kaup, mille tõttu kaob kõlvatu võistlus, kapitali otstarbekohasem paigutamine ning ostjale kättesaadavam hind. Ka siin ei saa kaugele riiklike sundnormidega, vaid algatus peab lähtuma tugevast erialalisest organisatsioonist, s. t. tuleb senist teed edasi minna.

Paberikaubanduse alal on müügipiitkaga siiski kaugemale jõutud kui mitmetel teistel aladel. On leitud koostöövõimalused ühiskaubandusega, mida mitmed teised kaubandusalad veel teostada ei saa. Ühistegevus ja erakaubandus on mõlemad eramajanduse harud,

mis eriti silma paistab moodsa riigimajanduse arenemise tõttu. Mõlemad on huvitatud sellest, et kauplemine jätkaks ülejääke. Saavutatud koostööd on tarvis aga veel tublisti süvendada.

Mööda minnes tuleb siin puudutada ka inventuur-väljamüükide küsimust. Paberikaubanduses ei tohiks selle järele tunduvalt tarvidust tulla, kuna meil puuduvad moe- ja hooajakaubad nagu mõnedel teistel aladel. Eriti halb on väljamüükide juures see, et koos väljamüügilinnaga näidatakse harilikult kauba endine hind, mis demoraliseerib ostjat ning näitab kaupmeest hiiglavahesaku saajana. Parem on juba moest-läinud kaupa annetada neile basaaridele ja jõulupuudele, milleks iga kaupmees niikuinii midagi annetas. Praakkaupa ei tohiks aga üldse käibele lasta. Inventuurväljamüükide tegelikud tagajärjed näitavad, et resultaadid on väikesed, demoralisatsioon aga suur.

Paberituru mahutavus on veel suur — senise 2,5 miljoni krooni asemel võib läbikäiku arendada julgesti 10 miljonile kroonile. Selleks tuleb teha hulk tööd. Kuid seda saab läbi viia ainult kindla sisemise distsipliiniga organisatsioon, üks keskkoh, — ja see ongi meie ühing.

Paberikaubanduse väljavaated pole halvad. Ühes üldkultuuri tõusmisega kasvab turumaht, kindlad ja ühtlased hinnad sisaldavad veel palju võimalusi kauplemise tasuvaks muutumiseks, sortimendi vähendamine ja standardiseerimise laiendamine võimaldavad kapitali otstarbekamat paigutust, kauba kvaliteedi tõstmist jne., mis omakorda veelgi suurendab kauplemise tasuvust. Tähtis on see, et oleme oma organisatsiooni loonud riikliku vahelesegamiseta. Kui laseme minna oma kaubandusala autoritaarsete riikide rada, siis pole meil enam sõna kaasa rääkida oma ala juhatamisel. Parem vaadake Skandinaavia ja Lääne-Euroopa demokraatlike riikide poole, kus vabatahtliku organiseerimise teel on jõutud samadele ning veel paremale tulemustele kui autoritaarseis riikides.

Inimene on oma saatuse sepp. Pole kunagi hilja asetada iseloomu alasele, et anda sellele soovivat vormi ja suunda.

Sisekaubandus Eestis.

Prof. E. Poomi referaat II üleriigilisel paberikauplejate päeval.

Kaubandusele võib suhtuda mitmekülgset: kui ühelt poolt peetakse kaubandust ainult teenistuseandjaks kaupmehele, siis teiselt poolt on jõutud arusaamisele kaubanduse tähtsusest, mida ta omab vahendajana tootmise ja tarbimise protsessis. Selle funktsiooni täitjana omab kaubandus rahvamajanduses tähtsat kohta.

Majandusteadus andis kaua aega kaubandusele väga vähe tähtsust, mis oli aga kahtlemata suur viga. Praegusa aja majandusteadus tunnustab aga juba täiel määral kaubanduse kui majanduselu olulise teguri tähtsust. Ilma kaubanduseta ei näi olevat majanduselu mõeldav.

Üldise majanduselu arenguga on kaubanduse osatähtsus järjest tõusnud ja seda peamiselt tootmise spetsialiseerumise tõttu. See on maksev ka Eesti kohta. Kui 1887. a. tegeles kaubandusega 3% kogu rahvastikust, siis 1922. a. oli see protsent tõusnud 4,6-le ja 1934. a. 5,1-le. Nagu sellest nähtub, on tõus olnud hoogne ja suurem kui tööstuse tõus sama aja jooksul. Eriti suur oli kaubanduse osatähtsuse tõus iseseisvuse ajal. Võrreldes teiste majanduselu aladega on olnud kaubanduse tähtsuse tõus kõige suurem, kuna samal ajal näit. põllumajanduse osatähtsus on vähenenud.

Kaubanduse tähtsuse tõus ja ülesannete mitmekesisus nõuab ajaga sammupidavat kaupmeest. Eesti kaupmehel on siin veel palju teha. See paistab silma eriti võrreldes Skandinaavia riikidega ja Soomega. Eriti meie maal asuvad ärid on ajast kaugele maha jäänud. Hästi korraldatud ja moodsaid ärisid leidub ainult linnades.

Ka kaupmeeste juhtkond ise pole rahul praeguse olukorraga. Olukorra parandamiseks on esmajoones tähtis kaupmehe kutseline ettevalmistus. Praegu on pea ainukeseks ettevalmistuseks meil tegelik kauplemispraktika. See on küll kahtlemata positiivne ettevalmistusviis, kuid praegusa ajal on sellest vähe. Praktilise ettevalmistuse kõrvale peab astuma ka teoreetiline — kõigepealt kutsekoolide kaudu. Teooria võimaldab kokkuvõtlikku üle-

vaadet teiste maade tegevusest ja mitmeid alasid on teoreetiliselt kergem õpida kui praktiliselt. See on maksev kõigepealt turu uurimuse kohta, mis alal on veel õige palju teha. Välismail (eeskätt Ameerika Ühendriikides) pööratakse turu uurimusele elavat tähelepanu, — ka meil peaks siin kiires korras midagi ette võetama.

Üheks tähtsaks momendiks kauplemisel on ostjaskonna tundmaõppimine — ostjate käitlemine. Vaadeldes meie üksikuid ärisid leiame siin suuri erinevusi. Parimaks arendajaks siin on äride omavaheline võistlus. Tähtis on ka kauba tundmine. Ostja vajab kauba valikul usaldusmeest ja selleks peaks olema kaupmees. Müügipsühholoogiliselt ei tohi kunagi ostja kaupmehest üle olla.

Meil on tekkinud vastuolu nn. ühiskaubanduse vahel. Näib, et siin vahe pole niivõrd ideoloogiline kui sellest räägitakse. Sisuliselt on ühistegelise ettevõtte ainult eramajandusliku käitise juriidiline vorm. Kui ühiskaubandus on suurt edu saavutanud, siis mitte oma ideede tõttu, vaid seepärast, et on püüdnud rohkem silmas ülaltoodud momente, s. t. kutselist ettevalmistust, turu uurimust jne. Erainitsiatiiv isenesest pole väärtus, vaid seda tuleb välja koolitada. Mitte ühistegevus ei suru erakaubandust välja, vaid see, et erakaubandus pole korraldatud otstarbekohaselt ja ajanoodeile vastavalt. Ühistegevuse edu ei seisa selles, et ta oleks midagi põhiliselt paremat, vaid selles, et tal on paremad meetodid. Need meetodid pole aga tema poolt patenteeritud. Erakaubandus võib ja peabki neidsamu kasutama. Ühiskaubandus on teadlikult püüdnud ajaga sammü ja sama peab tegema ka erakaubandus, kui tahab püsida võistlusvõimelisena. On tarvis abiks võtta relvad, mida pakub moodne teadus.

Praegu on ratsionaliseerimise ajastu. On avaldatud arvamist, et see on tähtsaim ajastu majanduselus peale tööstuslikku revolutsiooni. Õieti pole see muud kui teadlik kulude vähendamine. Kui vanasti küsiti ainult „kuidas“, siis püütakse nüüd tungida ka asja sisse,

küsid „mis pärast“. Ainult selle küsimuse peale vastust saades on võimalik kaubandust teadlikult juhtida. Selleks on meil tarvis nii teoreetiliste kui ka praktiliste teadmistega varustatud juhtkonda.

Kaubanduse ajakõrgusel hoidmiseks on kaupmeeste organisatsioonidel täita tähtis osa. Näib, et kõige otstarbekohasem on organiseerumine branšide järgi. Üldised organisatsioonid on selleks vähem sobivad.

Kaupmeeste organisatsioonidel on veel teine mõte, nimelt võitlemine tööstus-

like kontsernide vastu. See on tähtis ka rahvamajanduslikult, sest hindade vähendamisega kasvab tarbija ostujõud. Siin kaupmees ja tarbija peavad kooskõlas töötama.

Organiseerumine branšide järgi võimaldab ka ühendusepidamist teiste maade samalaadiliste organisatsioonidega. Kaupmeestevahelisele kogemuste vahetamisele osutatakse viimasel ajal üha suuremat tähelepanu. Ühenduses olles kogu maailma sama ala kaupmeestega avanevad suured kaubanduse arendamise võimalused.

Paberikaubanduse organiseerimine ja müügipoliitika.

Referent Ernst Seim.

Minu ülesandeks on täna käsitleda paberikaubanduse organiseerimist ja müügipoliitikat. Enne kui asun oma otsese teema käsitlemisele, lubatagu minul öelda mõningad sissejuhatavad sõnad majanduslikust organiseerimisest üldises mõttes ja eriti meie kutsealal.

Meid kõiki haaravad erilise võlu ja jõuga need võitlused, mida peame oma elujärje parandamiseks ja omal kutsealal kindla olukorra taasvõitmiseks ning maksvusele viimiseks.

Meie, eesti kaupmeeste, minevik pole kuigi pikk. Pääaegu eranditult piirdub see esimese põlvega. Meie käes kasutada olevad ainelised ressursid on ühe põlve loomingu. Meil puuduvad aegadest pärandatud traditsioonid, need on alles loomiseos — töötame nende loomise kallal, nagu kõige loomise kallal, mis seoses meie kutsetööga. Olles suveräänse, iseseisva rahva kaupmeeskond, pealegi säärase rahva, keda õigustatult peetakse tänapäeval haritud rahvaks, lasub meil kui paberi- ja kirjutustarvete kaupmeestel suuri kohustusi kultuurelus tarviliste esemete korrapärasel turustamisel. Tahtes väärikalt täita oma kohustusi ja säilitada oma positsioone, peame tugevasti pingutama, et mitte maha jääda ajanõuetest. Oleme noor rahvas ja noore rahva noor kaupmeeskond, ja kui noortes pakitseb meis loomisetung ja

edasipüüe suuremate, kõrgemate ideaalide ning saavutuste poole.

Oma paberi ja kirjutustarvetega kauplejate organisatsiooni loomise läbi oleme saanud uue väärtuse. Meie organisatsioon, harjutades ja kasvataades meid koostööle, aitab meis luua uut vaimu — usaldustunnet üksteise vastu. Aitab tõsta meie eneseväärtusetunnet, luues meile kutselise au- ning uhkusetunde — sellega seoses uue jõulise võitlusetahte.

Uue tahtejõu, uue vaimsuse kandel tekivad uued püüded ja uued ideaalid, realiseeruvad unistused, kujunedes jõuallikaiks järgnevais võitlusis. Organiseerumise tagajärjel on praegu käimas arenguprotsess, mille ulatus ja tulemused olenevad meist, on meie määrata. See on paberi- ja kirjutustarvete kaubandusala uuestisünd, otsustav pööre selle ümberkujundamises. See töö on täis pinevust, võitlusi, rohkeid saavutusi, kuid ka ebaõnnestumisi ja pettumusi. Kuid pettumused ja ebaõnnestumised ei tohi meid pidurdada ega kohutada meie töös — neist peame ammutama kogemusi ja hoiatusi edaspidiseks tegevuseks. Tõkked teel ei tohi vähendada meie teovõimet ega pidurdada edu saavutamist. Tõkked olgu pigem taga-

kihutajaks järjest pinevamale tööle, et saavutada edukalt suuremaid tulemusi. On ju tegelik elu tõkkejooks. Kes osavam ja parem jooksja, ületab kergemini tõkked ja pääseb ka paremini edasi. Joostes üksi on tihti raske ületada teel-seisvaid tõkkeid, üheskoos üksteist toetades on see sootuks kergem. Koostöö aitab tõsta teovõimet. Teovõime tõstmine on agatäna päeva edu aluseks!

Lugupeetud kuulajad, palun luba-tagu minule peale väikest sissejuhatust anda lühike ülevaade Eesti Paberi ja Kirjutustarvetega Kauplejate Ühingust, selle koosseisust ja senini tehtud tööst.

24. okt. 1937. aastal ärapeetud I paberikaupmeeste päeva otsuste kohaselt on ellu kutsutud üleriiklik paberi ja kirjutustarvetega kauplejate ühing. Ühingu-olul on praegu juba 205 liiget, olles seega Eestis üks suuremaid kaubanduslike ettevõtjate kutseorganisatsioone. Kuna kogu Eesti paberikaupmeeste peret võib arvutada parimal juhul 375 ettevõtte peale, Kaubandus-Tööstuskoja andmeil ainult 283*), siis on selle ala absoluutsest ettevõtete arvust organiseerunud ühingusse 55% meie andmete alustel ja Kaub.-Tööstusk. andmete alustel üle 70%. Kui võtta aga arvesse ettevõtete suhtelist vahekorda nende läbikäikude järele, siis kuulub paberi- ja kirjutustarvete kaubandusest organiseeritute hulka vähemalt 75%. Kui meie paberikaubanduse kogu käive on ütleme 3.000.000 krooni, siis teostub organiseeritud kaupmeeskonna kaudu müüki sellest summast 2.250.000 krooni, mille juures see summa käib 2 korda ettevõtetest läbi. Pealegi tuleb arvestada seda, et ülejäänud osast, 750.000-kroonisest läbimüügist, liigub ka protsentuaalselt suurem osa ühingusse organiseerunud suurmüüjate kaudu. See paberikaupade käibe kindlaksmääramine on väga oluline ja oma referaadis tulen edaspidi selle juurde tagasi, kuna siit edasi moodustubki tee, mida tuleb käia järgnevas organiseerimistöös, selleks, et saavutada eesmärki, mis juba eelmisel päeval üldsummas ära on tähendatud, s. o. kauplemine paberiga kuulugu pa-

*) Kaubandus-Tööstuskoja statistilises uurin-gus pole kaasa arvatud maal segakauplustes asu-vaid paberi ja kirjutustarvetega kauplevaid ette-võtteid, mille tõttu tuleb ühingu andmeid pidada õigemaliks.

beri- ja kirjutustarvete kaubandusele.

Enne kui minna edasi, ja et anda lugupeetud päevast osavõtjatele pilti, kuidas sünnib ühingu tegevuse juhtimine, peatun lühidalt ühingu organite juures.

Üldist ühingu tööd juhib teatavasti peakoosoleku poolt valitud juhatus. Kuna juhatus on aga valitud üle riigi mitmest linnast, siis on selle tihe ja kiire kokkukutsumine aegaraiskav ja kulukas, eriti kui arvestada seda, et juhatusel liikmetel tuleb sõite koosolekuile sooritada omal kulul. Juhatusel töö rationaalsemaks korralduseks on moodustatud Töökomisjon, mis koosneb ühingu esimehest abidega, laekurist ja sekretärist. Töökomisjon ajab ühingu jooksvaid asju ja otsustab kiired küsimused. Tema otsused protokollitakse ja need kinnitab üldjuhatus. Et paberikaupmehe leidub aga igal pool üle riigi, siis on vajalik, et oleks ka kohtadel laialdane võrk ühingu juhatusel esindajaid-usaldusmehe, kes kõik kokku moodustavad asemikkude kogu. Praegu on ühingul üle riigi 40 usaldusmeest, kes kohtadel tõhusalt kaasa aitavad juhatusel otsuste ja ühtlushindade elluviimisel ja juhatusel informeerivad kohalikkudest vajadustest ja nähetest. Kohtades, kus aga ühingul rohkesti liikmeid, nagu linnades, on organiseeritud osakonnad. Praegu on ühingul osakonnad Tartus, Pärnus, Viljandis ja Narvas. Peab tunnustama, et osakondade poolt on tehtud tublisti tööd kohalike paberikauplejate huvides. Peale eeltoodud organite on ühingul Suurmüüjate Sektsioon, kellel meie organiseerimistöös edukuses eriti suuri teeneid.

Selleks, et püsiksid ühtlased kindlad jaemüügi hinnad, on vajalikud kindlad hinnad suurmüügis, sest seni kui kahest naaberkaupmehest teine on arvamisel, et naaber võib-olla temast odavamalt sisse ostab, ei tule head nahka kindlatest jaemüügihindadest. Kui nad aga mõlemad teavad, et kaubad maksavad neile sisseostul ühtlast hinda, on ka kindlate ühtlaste jaemüügihindade pidamine neile vastuvõetav ja läbiviidav; ja need kaks kaupmeest õpivad teineteist tundma, leiavad vastamisi, et naaber polegi nii räbal mees, ja sünnivad ka koos vajaduse korral istuma ühise laua juurde kas

tarviliste küsimuste lahendamiseks, või sõbralikuks vestluseks. Sellest nähtub, kui võrd tähtsad on kindlad hinnad suurmüügil. Tihtipeale väike hinnavahe protsent suurmüüjalt sisseostul ajab aga kohe need kaks meest tülli ja põhjustab jaemüügil sootuks odavamad hinda, mida suurmüüjalt väljatingitud hinnasoodustus kuidagi ei kata, tuues nii detailistile suhteliselt mitmekordset kaotust. Sellest nähtub, et täiesti kindlad, õiglasele kalkuleeritud suurmüügihinnad on kõigepealt jaemüüja (detailisti) huvides. Siin peab ühingu juhatus teostama alalist järelevalvet, valvates õiglase hinna kalkulasiooni, normaalsete suurmüügihindade määramise ja nendest täpse kinnipidamise järele. Selleks on moodustatud abiks juhatusele hindade komisjon, kuhu kuuluvad paberikaubandust hästi tundvad isikud ja kelle hooleks on alaline turu silmaspidamine ja konjunktuuri hindamine ning vastavalt sellele hindade fikseerimine.

Järgnevana püüan anda lühikese ülevaate töö kohta, mis tehtud ajavahemikul 24. okt. 1937 — I paberikaupmeeste päevast — tänaseni. Üksikasjalik ülevaade selle kohta on ilmunud „Paberikauplejas“, mis teile kõigile kätte saadetud, margin siin vaid peamisi etappe selles töös:

- 1) Uus põhikiri, millesse on võetud uued, Eestis varem täiesti tundmatud instituudid — Töökomisjon ja Asemikkude Kogu. Töökomisjoni osas on leidnud meie põhikiri juba hulgalist järeletegemist teiste organisatsioonide poolt, kes oma põhikirjadesse on võtnud sama instituudi, kui suuresti tööd kiirustava ja hõlbus-tava.
- 2) Ühingu liikmeskonna värbamine ja selleks pideva selgitustöö tegemine.
- 3) Kodukordade väljatöötamine ja makspanek. On välja töötatud osakondade kodukord, Suurmüüjate Sektsiooni kodukord, jaemüügi kodukord ja koostöö leping ning lepingud kaubamuretsetajatega.
- 4) Suurmüügi ja jaemüügi ühtlushindade väljatöötamine ja makspanek. Sa-

muti müügi- ja maksutingimuste väljatöötamine ja makspanek. Suurmüügi ja jaemüügi hinnakirjade väljaandmine.

- 5) Ulatuslik paberikaubanduse ratsionaliseerimise ja standardiseerimise töö, millisel alal, nagu kuulsime eespool hr. Veileri referaadist, veel väga palju teha, ja
- 6) välissidemete sõlmimine Skandinaavia maade paberikauplejatega: Soome, Rootsi ja Norraga. Eriti tihedad sidemed on sõlmitud Soomega. Nii võttis Soome paberikaupmeeste liidu esindaja osa ühingu 2. IV 1938. a. peakoosolekust ja Soome ametivendade ekskursioon külastas Eestit. Soomlaste poolt on tehtud ettepanek külastada eeloleval suvel maikuu lõpul Soomet. Koguseetöö on nõudnud tegijailt suurt energiat, kuid seda on tehtud heameele ja teadvusel, et sellega korrastub paberikaubandus.

Olles andnud ülevaate, ei saa meie siiski edasi, ilma et asetaksime küsimuse: mis sundis meid looma organisatsiooni ja mis sunnib meid järjest tihedamini koonduma selle ümber, kas oli üldse vaja luua paberikaupmeeste ühingut?

Kui vaatame veidi eneste ümber, siis leiame peagi, et majanduselu kui elav organism on järjest muutuv ja arenev. Muutuvad üldolud ja arenev elu esitavad meile järjest uusi ülesandeid. Küsimused kerkivad nagu iseenesest ja meie teele veerevad järjest igasugused tõkked. Kogu majanduselu on muutunud niivõrd keerukaks, et üksikule isegi juba ainult selle jälgimine üle jõu käib. Kõikide küsimuste ja ülesannete lahendamine ja võitlus tõketega — nendega tutvumine ja nende uurimine — nõuab aga suuri teadmisi, kogemusi, aega ja kulutusi. See kõik pole enamasti üksikuile ettevõtetele, eriti aga vähemaile, teostatav. Olles aga koondunud ühisesse organisatsiooni oleme suutelised nende küsimuste lahendamiseks ja oma kutseliste huvide kaitseks.

Meie näeme kõikjal, kuidas üksik — vaatamata selle tugevusele — moodsate

organiseerimisviiside poolt halastamatult kõrvale surutakse. Asemele astunud organisatsioonide võimsus kasvab aga pidevalt. Kes jääb üksikuks ega tule kaasa, seda lülib elu ise hiljem võivarem välja. Kes tahaks agasada kõrvale tõugatud ja välja lülitatud? Ei keegi! Kuid ühte tuleb öelda ja tähele panna: organiseerimise käik nõuab organiseerituilt osalist isikliku vabaduse piiramist, teiste huvide arvestamist ja

kaudu. Tuleb alati meeles pidada ja ühtlasi ka endale eesmärgiks seada, et paberi- ja kirjutustarvete kaubanduse ametlikuks organisatsiooniks ja esindajaks on Eesti Paberi ja Kirjutustarvetega Kauplejate Ühing, kes esindab seda kutseala igal ajal ja igal ajal. Iga kõrvalekaldumine sellest on kahjuks üldisele asjale ja kahjuks ka kõrvalekaldujale enesele, sest üks on selge: üksik ettevõtja ei suuda kunagi kaitssta oma kutsehuve nii



Osavõtjaid II üleriigilisest paberikaupmeeste päevast Tartus 12. II 1939.

Istuvad vasakult paremale: E. Kull, J. Tõps, Truupõld, prof. E. Poom, A. Veiler, pr. Jaik, K. Jaik — vanem, E. Seim, J. Meister, pr. O. Lepik, J. Raudsepp, J. Kodres ja H. Michelson.

nende tunnustamist ja oma tegevuse korrastamist sääraselt, et tekiks terviklik kõigile asjaosalistele vastuvõetav koostöö alus.

Seejuures paberi- ja kirjutustarvete kaubanduse alal töötav kaupmeeskond, niihästi organisatsiooni kuuluv kui ka esialgu veel väljaspool olev, pidagu alati meeles, et igasugused paberi- ja kirjutustarvete kaubanduse alasse puutuvad küsimused ja omavahelised lahkkelid tuleb lahendada ühingu omavahel. Kõigis äärraste asjade lahendamise peab teostatama — kui kokkulepe omavahel saavutamata — ühingu juhatuse

edukalt, kui seda suudab teha kogu kutseesindus ühiselt. Ka pole üksiku isiku väljaastumisel sellist kaalukust, kui on seda kutseorganisatsiooni esinemisel. Peakoosolekul valitud ühingu juhatus on ala ja organisatsiooni ametlik esindaja ja temal peab olema õigus oma ülesannete edukaks täitmiseks teha kõik, mis vajalik paberikaubanduse heaks käekäiguks.

Ühingu juhtivate organite ja liikmeskonna vahel peab valitsema tihe side. Liikmeskond peab olema teadlik tööst, mida teeb juhatus. Samuti on hädavajalik uute mõtete, ideede, kaupade ja kauplemisviiside tutvustamine laialdases paberi ja kirju-

tustarvetega kauplejate peres. Kaupmeestel peab olema koht, kus nad saaksid avaldada oma seisukohti ja kus võimalik oleks tuua üldiseks teadmiseks andmeid, mis huvitavad kogu ala. Selleks on vajalik paberikaubandusel välja anda oma häälekandjat. Juhatas on seni välja andnud 2 „Paberikauplejat“ ringteadet, mis olid pühendatud peamiselt ühingu teadetele. Kuid tulevikus tuleb muuta „Paberikaupleja“ korrapäraselt ilmuvaks ajakirjaks, mis ilmub vähemalt 6 korda aastas ja sisaldab kõiki eelpool toodud ja ka teisi tarvilikke kirjutusi paberikaubanduse alalt.

Väga austatud kuulajad, kõik see, mis käsitletud eespool, on meie vabatahtliku koostöö vili, ja usun, et teie kõik pooldate vabatahtlikku koostööd, mis on alati olnud, nii kaugele kui ulatub tagasi vaatama inimkonna kirjutatud ja säilinud ajalugu, kõige produktiivsem ja õnnistusrikkam elu korraldamise viis. Juba Hiina mõttetark Kung-Futse, kes sündis 551 a. e. Kr., õpetas ligi 2½ tuhande aasta eest: „Kui rahvast juhtida seadustega ja ta eluviisi hoida korras karistustega, siis ta võib katsuda mööda hiilida karistustest, ja tal kaob häbitunne. Aga juhi teda voo- rusega ja hoiu teda vaos kõlbluse eeskirjadega, siis tekib tal häbitunne ja ta muutub heaks.“

Ka meie peame oma vahekordi juhtima mitte niivõrd kirjatähtede, kui võrd aumehe-kokkulepete järele. Tahame olla arenenud inimesed ja aumehelikkus eeldab vastava isiku kõrget moraalset arengut, sest vastasel korral oleme seisukorras, nagu märgib seda Kung-Futse õpilane Meng, kes ütleb:

„See, mille poolest inimene erineb madalaist loomadest, on väike. Alam- rahvas, vähem arenenud, ei pea sellest lugu, aga kõrgem inimene, enam arenenud, hoiab seda.“

Ori või harimatu hoidub halvast teost sellepärast, et ta kardab ses maailmas vitsu või politseid, teises põrgutuld. Arenenu elab ausalt armastusest aususe vastu. Ta vihkab madalust ja halbust, ta juhiks pole mitte välise võimu seadus, vaid mõistus ja südametunnistus.“

Meie paberikaupmehed tahame olla vabad arenenud kultuurised isiksused ja mitte orjad, mispärast tahame vabal tahtel ja kokkuleppel korrastada oma kutseala, nii et see võiks olla eeskujuks

teistele ja tuluks ning rõõmuks meile endile.

Töö, mida praegu teeme paberikaubanduse alal selle tiheda organiseerimisega, võrdub erilise majandusriigi loomisega.

Mitte kommunism ei vii inimkonda ülemaailmalisele rahule ja ühtimisele, vaid ultramoodne ja vägev majanduslik areng, mis suurt „majandusriiki“ luues ühendab maailma üheks suureks hüvede kompleksiks.

Oma organiseerimistöö juures peame aga ka teravalt silmas pidama meie valitsuse seisukohti. Tsiteerin seepärast siin majandusministri Leo Sepp'a sõnavõtte neis küsimustes.

„Moodsa reguleeritava majandussüsteemi olemasolu õigustus ja püsivus seisab küsimuses, kas suudame anda sellega majanduselule õiget suunda, sisu ja vaimu, mis vastaks rahva suurema hulga õigustatud õiglustundele.“ („Post.“ 11. 12. 38 — nr. 336, lk. 3).

„Kui Prantsuse revolutsioon hävitas feodaalse korra, püstitati majanduses nn. „vabamängu“ põhimõte, mis pidi automaatselt reguleerima majanduselu. Viimane suur sõda lõi aga uue olukorra. Sõja lõppedes leiti, et tehnika oli leidnud niivõrd rohkesti kiirelt tootvaid vahendeid, et need kõik töötama asudes kahe- ja kolmekordselt suudaksid katta ka kõige suurema nõudmise.“

„Vabamängu“, vabamajanduse asemel on astumas reguleeritud majandus, milles valitsusel kui organiseeritud ühiskonna esindusel paratamatult võimalikult juhtiv osa reserveeritud peab olema.“

Tänapäev nõuab kõikidelt teadlikku arusaamist ning vaimustust ka siis, kui pole tegemist otsese taskuhuviga, vaid säärase abstraktsete mõistetega, nagu on ühiskond, ühistunne, rahvastervik.“ („U. E.“ nr. 340, 12. 12. 38.)

Eeltoodud valitsuse majandusjuhi seisukohad on täiesti selged, nõudes üksikute huvide piiramist üldsuse hüvanguks. Need on samad põhimõtted, milliseid propageerime ja teostame paberikaupmeeste ühingus. Ühing on pidanud asuma, nagu juba eespool tähendatud, piirama kogu kutseala hüvanguks üksikute kaupmeeste huve. Kuid üks asi on see, kui teeme seda ise, kui viime oma huvide piiramist läbi vabatahtlikult, ja teine asi on see, kui seda tehakse riigi

võimu vahelesegamisega. Vabatahtliku piirdumise juures on võimalus kokkulepeteks ja aeglaseks tagasitõmbumiseks, valitsuse otsused on aga järsult määravad ega võimalda mingeid kompromisse. Seepärast tuleb meil kõik teha, et oleks võimalik meie kutseala omatahteline vaba reguleerimine ja korrastamine.

Mille poole peame sammuma edaspidises organiseerimistöös, et saavutada sihte ja eesmärke, nagu need toodud eelpool?

Seni maksis I paberikaupmeeste päeval vastuvõetud põhimõte: „Paberi ja kirjutustarvetega kauplejaks ettevõtteks tuleb pidada ettevõtteid, kus kaubeldakse ainult paberi ja kirjutustarvetega, ja ettevõtteid, kus on sisse seatud iseseisev paberi- ja kirjutustarvete osakond.“

Kuna paberi ja kirjutustarvete ala on liiaks laiasti valgunud, siis tuleb täpselt ära määrata, mida mõista osakonna all. Osakonnaks võib pidada: korrapäraselt sisseseatud kaupluse osa kas eraldiruumiga, või üldises kaupluses sääraselt omaette organiseeritud kaupade gruppi, et see võimaldaks rahuldada tarbija nõudeid paberi ja kirjutustarvetega. Vaidluste puhul, kas mingisugusel ettevõttel on paberi- ja kirjutustarvete kaupade osakond või mitte, otsustab asja ühingu juhatus, kelle otsus on lõplik.

Seniajani oli meie seisukoht — igaüks, kes kauples paberi ja kirjutustarvetega, võis saada ühingu liikmeks. Edaspidi tuleks ühingu liikmeks vastu võtta ainult sääraseid ettevõtteid, mis vastavad eelpool ülesseatud nõuetele kauplemises paberi ja kirjutustarvetega.

Kuna ühingu andmeid on meil niisuguseid ettevõtteid ca 375, siis peab 1939. aastal olema meie sihiks viia liikmete arv vähemalt 300 peale, millelega oleks 80% selle ala ettevõttest koondatud ühingusse.

Teiseks ülitähtsaks küsimuseks edaspidises organiseerimistöös on suurkaupmeeste poolt müügi piiramine suurmüügihindadega ainult ühingu liikmetele.

Seni juba ühingusse koondunud paberi ja kirjutustarvetega kauplevad ettevõtted on üles tõstnud minu arvates täiesti õigustatud küsimuse, et kohtades, kus juba sellisel arvul on organiseeritud

erialalisi ettevõtteid ühingusse, et tarbijate kaupadega korrapärane varustus toimuda saab, peaks paberi ja kirjutustarvete müük suurmüügihindadega toimuma ainult ühingu liikmeile. See nõue on täiesti õigustatud ja loomulik, ning vastab ka I paberikaupmeeste päeval ülesseatud põhimõtetele. Selline tee on ka ainus õige üldise olukorra parandamisel ja paberikaubanduse valguvuse piiramisel. Ühingu juhatus, kus see küsimus on olnud korduvalt arutusel, on asunud samuti eeltoodud seisukohtadele, pooldades koguni, et selle teostamisele tuleb asuda järk-järgult, s. t. niipea kui kusagil keskuses on juba organiseerunud tarbijate rahuldavaks varustamiseks vajalik arv ettevõtteid ühingusse, võib selles kohas, kui selle koha kaupmeeskond — ühingu liikmed — selleks soovi avaldab, teostada paberi- ja kirjutustarvete kaupade müük ainult ühingu liikmetele-ettevõtjatele. Ka Suurmüüjate Sektsiooni juhatus kuuldavasti pooldab sama seisukohta. Küsimuse otsustamine, millal kusagil kohas tuleb see teostada, tuleb jätta ühingu juhatuse ülesandeks.

Suurmüüjad-engrosistid peavad koostuma nendes kohtades, kus on otsustatud üleminek, teostada paberi- ja kirjutustarvete müüki ainult nende ettevõtete kaudu, kes kuuluvad liikmetena ühingusse, kaupu müüma ainult ühingu liikmetele-ettevõtetele suurmüügihindadega. Teistele ostjatele peab müük sündima jaemüügihindade ja -tingimuste alustel.

Sellega saavutame:

- 1) paberi ja kirjutustarvetega kauplevate ettevõtete arvu piiramist, võimaldades sel alal töötavaile ettevõtetele suuremat läbikäiku ja laiaulatuslikuma kaupade sortimendi laos pidamist, seega tarbijate otstarbekamat varustamist eriala kaupadega, mida nõuab meie edukas hariduslik areng ja haritlaste asukohad nii maal kui linnas;
- 2) kaotame olukorra, et paberikaupu ja kirjutustarbeid peetakse ainult kõrvalartiklitena ostjaskonna poolehoidu võitmiseks, müües neid alla normaalhindade „meelituskaupadena“, kuna peartiklitelt, mis koguni teistelt kaupaaladelt, teenitakse normaalne kasu protsent, sest mis saaks siis lõpuks meie kaubandusest, kui ka paberikaupmehed hakkaksid teiste kauba-

alade kaupu pidama kõrvaliste „meelituskaupadena“. On selge, et kogu meie kaubandus sel viisil aegamööda satuks ummikusse; ja

- 3) looksime eelduse üle riigi korrapärase paberi ja kirjutustarvetega kauplevate ettevõtete võrgu loomiseks, mille juures kohtades, kus selle ala kauplusi liiga hõredalt, tuleks neid juurde asutada. Kui tahame saavutada tõhusaid tulemusi turukorrastamises, peame jõudma nii kaugemale, et Soome eeskujul, kus see on andnud väga häid tulemusi, paberi- ja kirjutustarvete kauplusi saab asutada ja ühest kohast teise üle viia ainult paberikauplejate ühingu juhatuse loal. Selle saavutamiseks tuleb välja töötada kogu Eesti jaoks normaalne paberi ja kirjutustarvete võrgu kavand. Arvan, et käesolev päev peaks andma selleks volitused ühingu juhatusele — milliste põhjal juhatatus saaks asuda tegelikule turukorrastamisele.

Teiselt poolt peaksid ühingu liikmed kohustuma oma sisseoste tegema ühinguusse koondunud suurmüüjailt. Sest niipea kui tekivad suurmüüjad, kes ei kuulu ühinguusse ega ole seega kohustatud täitma ühingu määrusi ja korraldusi, on loodud hädaoht, et kaupluste võrgu ümberkorraldamisest ei tule midagi välja ja laialivalguvus kestab endiselt edasi. Säärase ostu-müügi korralduse läbiviimisega tekib kahepoolne — suur- ja jaemüüjate vaheline vastastikku kindlustav koostöö, kus mõlemad pooled võidavad. Jaemüüja rahuliku olukorra töötamiseks normaalolude normaalhindadega ja suurmüüja teadmise, et olemas teatud kohtades teatud arv ostjaid.

Kui suurmüüjad teostavad müüke suurmüügihindadega kohtades, kus suurmüügil on üle mindud ainult ühingu liikmeskonnale, veel teistele peale ühingu liikmete, tuleb sellest informeerida ühingu juhatust, kes asja kindlaks tehes teatab sellest kogu liikmeskonnale, kes siis pole enam edaspidi kohustatud ostma neilt suurmüüjailt. Ja kuigi mõnes kohas pole süüdistatav suurmüüja kõrval kaldunud, vaid on teinud seda kusa-gil teises rajoonis, tuleb siiski kogu liikmeskonnal solidaarsuse mõttes loobuda äri-vahekordadest selle suuräriga.

Kui kusagil kohas, kus üle mindud paberi- ja kirjutustarvete kaupade müügi teostamisele ainult liikmeskonna kaudu, kohapealsed ühingu liikmed teostavad siiski oma oste teistelt kui ühinguusse kuuluvailt suurmüüjailt, on suurmüüjail õigus neis kohtades müüa kaupu suurmüügihindadega igaihele, sellest hoolimata, kas ta kuulub ühinguusse või ei. Otsuse selles asjas teeb ühingu juhatatus samas korras, nagu see eelpool tähendatud.

Selle ümberorganiseerimise teostamisel jääksid meie müügipoliitikas lah-tiseks veel mõningad lüngad, mis parandamist nõuavad. Need oleksid:

- 1) r ä n d a g e n d i d - k o t i m e h e d —, mitte ära vahetada firmade esindajate kaubareisijatega, viimased on kaupmeestele ja kaubandusele tarvilikud, nii suurmüüjatele kui ka jaemüüjatele,
- 2) kooperatiivid koolides ja
- 3) riiklikud vähempakkumised.

Jaemüügi-hinnakirja müügitingimuste kohaselt võib rändagentidele ja käsikaupmeestele-kotimeestele anda hinnaalandust mitte üle 10% jaemüügi hinnakirja hindadest. Suuremad ja soliidsemad ettevõtted on neist seisukohtadest täiel määral kinni pidanud, kuid mõned ettevõtted on selle määrust vastu patustanud. Ühingu juhatusel on väga raske olnud neid kõrvalkalduvusi kindlaks teha ja mina usun, et siin peab selleks, et seda meile kõigile üdisselõikavat pahet kaotada, kogu liikmeskond juhatusele appi tulema. Riivab ju rändagentide ja kotimeeste tegevus kogu liikmeskonna ärilisi huve. Selle saavutamiseks tuleb käesoleval päeval volitada ühingu juhatust:

- 1) toimima uurimusi neis asjades, mille juures liikmeskond peab juhatusele abiks olema andmete muretsemisega selle kohta, kust rändagentid ja käsikaupmehed-kotimehed ostavad teistel kui jaemüügi-hinnakirjas toodud tingimustel oma kaubad.
- 2) Ühingu juhatatus asja kindlaks tehes teatab selle ettevõtte nime, kust on agentide-kotimeeste poolt kaupu ostetud, liikmeskonnale, ja liikmeskond teeb sellest omad järeldused vastava äri kohta. Juhatusel on õigus hoiatada ühingu liikmeid pidamast äri-vahekordi säärase ettevõttega.

See oleks minu arvates ainus ja tõhus tee selle pahe kõrvaldamiseks, ja seda suudame teha ainult siis, kui kõik koos selleks rakendume.

Kuna kooperatiivid koolides on loodud haridusministeeriumi määruste põhjal, siis ei saa ühing ega kaupmeeskond kahjuks midagi teha nende kaotamiseks, sest meie võimuses ei seisa riigi määruste muutmine ega koolikooperatiividele äritunnistuste lunastamise ettekirjutamine.

Ühingu juhatus, uurinud seda asja ja kindlaks teinud eeltoodud olukorra, asus seisukohale, et vähegi normaalolude jaluleseadmiseks koolikooperatiive tuleb vaadelda kui neid detailostjaid, kellele võib anda jaemüügi-hinnakirja hindadest 10% hinnaalandust. Läbi rääkides vastavate organisatsioonidega saavutatigi kokkulepe, mis vastab eeltoodule. Sellega asetati koolikooperatiivid tavalise eesõigustatud detailostja seisukohale, mis võimaldas vältida nende poolt jaemüügi-hinnakirjas toodud hindade rikkumist ja kõrvaldas ühe ohtlikumaist küsimustest erakaubanduse ja ühistegeliste ettevõtete koostöös paberija kirjutustarvete turu tervendamisel. Kaupmehed kohtadel peavad nüüd ise selle järele valvama, milliste hindadega kooli-kooperatiivid kaupu müüivad, et sellest kindlaks määrata nende sisseostu hindu, ja kui need peaksid olema erinevad jaemüügi-hinnakirja hindadest, selle üle ühingu juhatus informeerida ühes ostukoha äratähendamisega, mis võimaldab juhatusele vastava ettevõtte korraldajast. Igatahes võib öelda, et käesoleval kooliaastal on nurinud kooli-kooperatiivide suhtes jäänud vähe-maks, võrreldes eelmiste aastatega. Võib uskuda, et organisatsiooni tugevnemisega olukord veelgi paraneb.

Siinkohal ei saa aga märkimata jätta üksikute kooliõpetajate sihilikkust, kes tikuvad üksikuile ärilistele ettevõtetele koolides reklaami tegema, mis ulatub isegi õpilase võimete hinnanguteni, kui ka lapsi maailmavaateliselt mõjutama kihutustööd tehes mõne majandussüsteemi kasuks, mis on täiesti vastuloolus õpetaja kui kasvataja kõrge kutse eetikaga. Ühingu poolt on selles asjas pööratud märgukirjaga Õpetajate Koja ja Õpetajate Liidu poole, juhtides nende tähelepanu neile väärnähetele ja palu-

des nende abi väärnähetele kõrvaldamiseks.

Aasta tagasi oli kujunenud olukord, kus iga suurem riiklik, poolriiklik ja omavalitsuslik asutis — isegi Kaitseliit — korraldas paberijä ja kirjutustarvete ostudeks vähempakkumiste väljakirjutamist. Kuna selline olukord oli täiesti väär ja kaubanduslikku tegevust häiriv, siis asus ühingu juhatus jaemüügi-hinnakirja väljaandmisel seisukohale, et alates jaemüügi-hinnakirja maksvusele panekust 29. aug. 1938. a. tuleb asutiste poolt korraldatavatel vähempakkumiste nõuetel saata neile jaemüügi-hinnakiri koos tähendusega, et selles toodud hindadest antakse asutisele 10% hinnaalandust. Minu teada on pärast 29. aug. 1938. a. kõigil asutiste vähempakkumistel nii talitatud ja hiljem neile müük teostatud jaemüügi-hinnakirja hindade ja tingimuste kohaselt.

Erandina pole saadud seda seni teostada Majandusministeeriumi vähempakkumistel ja seda mitmesugustel kaalutlustel. Kõigepealt need, kes võtsid osa esimesest paberikauplejate päevast 24. okt. 1937. a., mäletavad arvatavasti, kuidas Majandusministeeriumi esindaja oma tervitussõnavõtus hoiatas kaupmeeskonda, et see organiseerudes ei lahkuks mõistlikult hinnabaasilt, tähendades, et Majandusministeerium jälgib pidevalt kaupmeeskonna tegevust. Teiseks välismaised tehased, olles huvitatud sellest, et nende kaubad satuksid suurearvulise tarvitajaskonna — ametnikkude — kätte, näevad selles reklaami oma toodetele ja teevad selleks puhuks sootuks odavamad hinnad, kui seda maksavad kaupmehed tavaliselt. Kolmandaks võib Majandusministeerium juhul, kui kaupmeeskond peaks keelduma esinemast pakkumistega, pöörduda ise otse vabrikute poole oma ostudega, mispuhul kindel on, et hinnad senistest veelgi hullemad oleksid, mida tõendab ka asjaolu, et kaupu, mida ei osteta paberikaupmeestelt, nagu tindid, masinalindid jne., müüakse turuhindadest vähempakkumisel sootuks odavamate hindadega, kui meist keegi neilt tehaselt kunagi on saanud osta neid kaupu. Neljandaks on Majandusministeeriumi pakkumised avalikud, kuulutatakse ajalehtedes välja ja seega võivad sellest osa võtta eranditult kõik kaupmehed. Ja lõpuks selleks, et saavutaksime edu oma

organiseerimistöös, ei tohi meie kunagi oma organisatsiooni jõudu ülehinnata. Praegusel juhtumil aga, kui asuksime Majandusministeeriumi vähempakkumiste suhtes vastasrinda, oleks see täieliseks oma jõu ülehindamiseks ja seepärast juba ette ebaõnnestumisele määratud. Pealegi olgu märgitud, et Majandusministeeriumi ostude summa suhteliselt paberikaubanduse üldlääbikäigule on väga väike, moodustades maksimaalselt 2% üldisest käibest.

Sellest hoolimata asub ühingu juhatus seisukohal, et see nähe pole normaalne paberikaubandusele, ja on peetud korduvaid kõnelusi Majandusministeeriumi juhtivate isikutega vähempakkumiste ärajätmiseks paberi- ja kirjutustarvete kaubanduse alal, juhtides tähelepanu sellele, millist halbust see tekitab meie kaubandusele, mitte niivõrd aineliselt, kui võrd psühholoogiliselt. Nagu meie aga teame, on just psühholoogilised tõkked raskeimini kõrvaldatavad. Arvan, et peame tänasel päeval vastu võtma otsuse, paluda Majandusministeeriumi kogu paberi- ja kirjutustarvete kaubanduse nimel, et tulevikus vähempakkumised ära jäetaks.

Lugupeetud kuulajad, olen püüdnud anda teile ülevaadet paberikaubanduse organiseerimise vajadustest, loodud organisatsioonist, selle poolt seni tehtud tööst, edasistest organiseerimise ülesannetest ja sihtidest ning paberikaubanduse müügipoliitikast, ja hakkamul lõpule jõudma. Enne lubatagu mulle aga ära tähendada mõningaid põhimõtteid, mis on mõõduandvad ühingu töös.

Meie senist kaubandust iseloomustab see, et kõikjal lähtuti kaupade hinnatasemest, pannes peamiselt rõhku sellele, et osta sisse võimalikult odavalt.

Kuid viimasel ajal võime juba tähele panna, et hind pole enam see kõikvõimas tegur, mida see oli varem. Väärtuse nõue võib järjest suuremat pinda. Tarvitajad nõuavad väärtuslikku kaupa ja on ka nõus selle eest rohkem maksma. See on suure sõja- ja revolutsiooniaegse psühhoosi haihtumine.

Ja, lugupeetud kuulajad, kui meie midagi ostame ja kui meil on valida kahest: 1) võimalikult odav sisseost vaatamata kaubakvaliteedile, või 2) kindel sisseostuhind: kindlaksmääratud kvaliteediga kaubal, siis, ma usun, meie kõik enamuses teeme teise valiku.

See tõendab, kui võrd oluline on kaupade kvaliteetide kindlaksmääramine. Kindla kvaliteediga kaubal on enamuses kindel ostuhind ja sellele on võimalus kindlaks määrata ka kindlat müügihinda.

Seni kuni pole kindlaks määratud kaupade kvaliteeti, on raskendatud ka nende väljamüügihindade kindlaksmääramine. On ju kauba kvaliteet ja hind tavaliselt kindlas sõltuvuses.

Välja minnes nendest seisukohtadest on ühingu juhatus asunud paberikaupade kvaliteedi kindlaksmääramisele. Seni on teostatud kvaliteedi kindlaksmääramine vihkedel, kaustikutel, plokidel ja kirjutuspaberil.

Kindel kvaliteet aitab tõsta ja alal hoida usaldusvahekorda kaupmehe ja tarbija vahel, ning sellel on seepärast väga oluline ja suur tähtsus.

Lähtudes sellest seisukohast tuleb volitada ühingu juhatus ka edaspidi paberi ja kirjutustarvete alal kauba kvaliteete kindlaks määrama ja maksma panema.

Täna tähelepanu eest, ma lõpetan.

Kuidas võita ostjaid?

Referent H. Michelson.

Olgugi et ostjate poolehoiu võitmiseks kõige tähtsamal kohal seisab käitumine ostja vastu, eeskätt just ostjaga kõneldes, haarab see küsimus veel suure hulga muid tegureid, mis alles ühtekokku moodustavad sobiva pinna ning õhkkonna, et ostjal tõepoolest kas-

vaks äri vastu huvi, usaldus ja poolehoid.

Et kavas tada seda teemat, tuleb võtta lähemale vaatlusele reklaami viisid ja võimalused vastavalt äri liigile ja tüübile, siis müügiostkuse probleem, samuti puudutada äri-asja-

ajamisega seoses olevaid tegureid, mitte möödudes ka kaubanduslikul alal tegelevate inimeste laiemal silmaringi, seltskondliku ja ühiskondliku positsiooni või läbikäimise küsimustest.

I. Reklaam.

Enne kui äri võib loota ostjaid ja nende poolehoidu, peab äri ennast tutvustama. Selleks on võimalusi ning mooduseid väga palju, kuid see on sõltuv suurel määral just äri liigist ja suuruselt. Nii ei sobi väikekaupmehel kasutada selliseid kalleid reklaamimooduseid, nagu seda on näituste väljapanekud, kaitsemärgid, suured reklaamseinakalendrid jne.

Küll sobivad aga jaemüügi-äride reklaamimoodustena:

sobivad ärisildid,
vaateaken,
plakatid vaateakendel ja siseruumis,
isiklikud kirjad,
ajalehekuulutus,
valgustusreklaam jne.

Suurmüüjatele aga on sobivamad võimalused:

ajalehekuulutused ja kuulutused eriväljaannetes, kauband. ajakirjades jne.,
hinnakirjad,
isiklikud ja ärikirjad,
kaitsemärgid,
eriline pakend ja paber,
reklaamkalender,
äri-tutvustamiskaart,
näituste väljapanekud jne.

Sagedasti käib äriiga tihedalt käsikäes oma tööstus, kusjuures reklaamivii-sidena võib soovitada:

tsirkulaare ehk ringkirju,
hinnakirju,
katalooge,
kaitsemärke,
eripakkimisviisi,
kaubaproove,
ajalehekuulutusi ja kaubamärgi avald. aeg-ajalt,
plakateid,
valgus- ja kinoreklaami,
kalendrit jne.

Esindajatele ja agentidele võib soovitada:

äri-tutvustamiskaarte,

isiklikke kirju,
kuulutusi ajalehis ja eriväljaannetes.

Reklaam kindla kava kohaselt.

Reklaami alal koostatagu eelarve pikema aja peale ette, ühes sellega ka kindel reklaami kava, koostades üksikasjaliku jaotuse juba ette. Selles tuleb ette näha, missuguse kaubaliigi peale kuipalju reklaamiks kulutatakse ning milliseid reklaamimisviise selleks kasutada. Reklaam ei tohi olla juhuslik, ühekordne, vaid pidev.

Vildak oleks alata äri või kauba tutvustamist alles siis, kui tekib seisak või tagasimineku.

Samuti peetagu ülevaadet ka reklaami kuulutuste kohta ja püütagu enesele statistika kaudu aru anda, kuivõrd on reklaam kasu andnud otseselt, et nende kogemuste varal jälle luua uusi tulevikuvakavatsusi.

Reklaamimisviis, mis ühele äriale kasulik, võib osutada teisele väärtusetuks, sellepärast maksavad ka siin suuresti hool ning huvi, kuid kõige rohkem omad kogemused.

Ärisilt —

on teejuhiks kõigile möödajaile. Ta on ka juhiks neile, kes otsivad teatud liiki äri.

Tänapäeval asendavad suuri plekist ärisilte juba modsamad, nagu suurte tähtede kinnitamine seinale või aknaklaasile. Öhtusel ajal on ka silt valgustatud.

Peasildil olgu nimetatud vaid äri nimetus, kui see omab üldise populaarsuse, või ka peakauba nimetus, kuna abisiltidel, mis asetatakse tavaliselt uste ja akende kõrvale, nimetatagu tähtsamad osakonnad või artiklid.

Vaateaken

on üldväärtuslik, paljudele äridele peaaegu ainsaks ostjate hankimise abinõuks. Väljapanekuid vaateaknas vahetatagu võimalikult sagedamini, nii et teatud aja jooksul, mõne kuu kestel, esitataks kõik tähtsamad kaubad.

Vaateakende dekoreerimine on omaette suur peatükk, mida siin lähemalt puudutada ei saa. Juhisena võiks ütelda, et kaubaartiklite rägastik, mille hul-

gast ükski ese õieti silma ei torka, pole veel reklaamiks, vaid tähtis on artiklite mõjurikas paigutus. Sellepärast võiks artikleid vähem välja panna. Oluline on siin just vaateakna tagapõhja ning kaupade värvide vahekorra sobivus, et kaup mõjukalt esile tungiks.

Väga olulist osa mängib ka vaateakende valgustus. Sageli täidab meie vaateakende valgustus tänavavalgustuse aset, tõepoolest tuleb aga valgustus juhtida kaupadele, mitte aga tänavale.

Kaupade paigutamisel vaateaknasse seatagu esimeseks nõudeks puhtus, siis värvide sobivus ja kauba mõjuvus. Peetagu hoolt aknaklaasi puhtuse eest.

Peetagu silme ees hooaegu ja vahetagu kaupu võimalikult sagedamini, sest vaheldus virgutab alati möödakäijaid, sundides neid jälle peatuma. Juba see teadmine sunnib alalistel möödasamujail seisatama ja akent jälgima.

Hindadel vaateaknas on suur tähtsus, plakatkirjas kirjutatud väikesed seletus-sõnad virgutavad vaatlejat.

Plakatil vaateaknal on küllaldane tähtsus. Plakatid võivad mõjutada teatud lööksõnadega, näit. „50.000 tükki müüdi ainult Tallinnas“... või kasutada näiteks plakatiks suurt kartongist väljalõigatud noolt või piksenoole kujutust, mis juhib tähelepanu teatud artiklile seda enam, kui noolele on ka vastavad sõnad kirjutatud...

Paljud inimesed ajavad taga odavat kaup, seepärast tõstetagu nende huvides odavad hinnad eriti esile.

Plakatid.

Kui kõnelda reklaami seisukohast plakatitest, siis peame meenutama aegu, kus vanasti laatadel ja basaaridel üksteist üle karjuti. Sama on tänapäeval lugu reklaamiga just plakati seisukohast. Seepärast olgu plakat oma mõjuvalt selline, et ta jätab möödamineja kohe avasilmi vahtima.

Olulisemad reklaamivahendid tänapäeval just väljaspool firma ümbruskonda kaupade reklaamimiseks on kirjad, ringkirjad ja lendlehed.

Isiklikul kirjal on alati suur mõju. Moodsatel paljundusaparaatidel võib kirja paljundada nii, et ei saada üldse aru, kas on see masinakirja originaal või paljundus, seda enam, et kirjasaaja

nimi ja aadress leidub väljakirjutatult vastavalt kirjutusmasinal ning allkirjad on ehtsad.

Kirja teksti väljatöötamisele tuleb ka erilist rõhku panna, et see jätaks saajale mulje, nagu oleks kiri ainult temale saadetud ja kirja toon on soe ning sõbralik. Nagu teada, koosneb kaubanduslik kiri sissejuhatuses, sisust ja lõpust.

Tsirkulaar või õigemini lendleht ei kannu pikka teksti, kuid seda enam sisaldab algul mingi haarava lause või lööksõna, mis sunnib lehte alal hoidma, et seda hiljem kodus rahulikult lugeda. „Mitte ära visata“ on ehk liiga tavaline väljendus, „daamide viimane mood“ või „sport vallutab maailma“ sobiks vahest paremini, kui sellele järgneb lööksõnaga ühenduses oleva eseme soovitus.

Lendlehtede levitamiseks kasutatakse jagamist tänavanurkadel, majast-majja kandmist, postiga saatmist trükitööna, ajalehe või ajakirja lisana. Huviäratamiseks kaubaartikli vastu võib lendlehes märkida andmeid, nagu kasutamiskestuse aeg, äri asut. aeg, statistikat jne.

Prospekt sisaldab juba rohkem teksti, milles lähemalt artiklit kirjeldatakse, mainides eriomadusi, selgitades piltidega, üles lugedes isegi asutusi, kus seda võib omandada jne. Ka on prospekti väljanägemine paberilt ja välimuselt kenam, mis sunnib teda alal hoidma.

Siseruumi reklaamplakat ei tähenda ainult seda, et seda võib oma äris välja riputada, vähemaformaadiline plakat sobib peale selle ka igasse ooteruumi, nagu habemeajamisäridesse, kohvikutesse, ka kohvikute laudadele klaasi alla jne. Ärisse sobib muuseas ukse sissepoole väike hästimõjuv, silmatorkav plakat: „jälleenägemiseni, täname!“

Siseruumis võib nägusal plakatil ja nägusas kirjas üles lugeda artikleid, milliseid äris ei ole võimalik asetada ostjaille nähtavale kohale. Samuti sobib plakat uudisartiklitele tähelepanu juhtimiseks, kusjuures on soovitav uudisartikleid koondada erikohta. Paljudel ostjail on tänapäeva tempo juures vähe aega, ostja peatumiseks sobiks lööksõna: „Ainult viis minutit“ vajate, et meie uudistega tutvuda.“ Eriplakatit võib kasutada näit. kingitusartiklite jaoks nii

siseruumis kui ka vaateaknal. Enne jõule võib plakatil abil tähelepanu juhtida sellele, et ostjad oma ostud teeksid aegsasti, sest pühade eel puuduvad võimalused valikuks...

Hinnakiri on eeskätt tarvilik suurmüügiäridele, samuti ladudele, kuid tarbekorral võivad ka jaemüügiärid hinnakirja moodust kasutada reklaami otstarbel.

Hinnakirjal ärgu puudugu ka eesõna, lühidalt ära tähendades, mida kalaloog sisaldab.

Hinnakirjaga koos käib enamasti ikka ka tellimiskaart, mis kergendab suuresti tellija vaeva. Samuti kasutatakse tänapäeval muid mooduseid tellimise hõlbustamiseks, nagu valmistrikitud posti jooksva arve kaart jne.

Ärikaart on vahend, millel on küllaldane tähtsus just detailäride suhtes, eriti veel äride suhtes, mis tahavad endid laiemalt ümbruskonnas tutvustada. Isegi autojuhid kasutavad kaarte, miks ei peaks seda tegema äriees, et parajal juhul kõnetades tuttavat üle anda äriaadressi mõne tabavalt iseloomustava lisandiga.

Reklaamkalender on sobivaks vahendiks reklaami alal peaaegu igat liiki äriks ja seda tuleb anda ostjale kaasa, alates pisikesest tabelist ja taskukalendrist ning lõpetades suure rebitava seinakalendriga, sedamööda, kuidas ärikulud seda võimaldavad. Teadagi on suur mõju suurtel seinakalendritel, sest neid jälgitakse kõikjal, mitte ainult kalendri omaniku, vaid ka paljude teiste inimeste poolt. Nimetame: pisikalender daami käekotti, härradele taskuraamatu või kirjatasku vahele, kontoreile kirjutuslaudadele, seinakalendrid äridele, kohvikutele, võõrastemajadele jne.

Isiklik reklaam teostub isikliku külastuse, agentide, esindaja ja reisija kaudu. Olgu märgitud, et kauba suhtes kaalub sõbra soovitus üle kõige. Äriees või ärijuht kõnetagu võimalikult sagedamini kliente isiklikult.

Agent, esindaja, reisija. On oluline, et tähtsamates keskustes käiksid peaesindajatena vana vilunud äriühel. Agentide tööd tuleb soodustada kuulutuste kaudu ajalehtedes, ärikaartide, tsirkulaaride, prospektide ja kirjade abil.

Agendi tegevuse koordineerimiseks ja hõlbustamiseks tasub end korrapärase kartoteek-nimekirja koostamine, kus leiduks peale tavaliste andmete välisklientuuri kohta ka lähemaid andmeid, iseloomustusi jne., selle koostamiseks peab agent ise kõige jõuga kaasa aitama.

Kõikidest tänapäeva reklaami moodustest kõige hõlpsam, odavam ja kasulikum on

ajalehekuulutus.

Tarvitseb vaid ajalehe talitusele ära anda otstarbekalt koostatud tekst — ja juba mõne tunni järele loevad seda kümnend tuhanded. Seejuures jäävad ära igasugused postikulud, ja välditakse töövaev, mis on ühenduses teiste reklaamimoodustega.

Plakateid loeb ainult möödakäija, tsirkulaare loetakse vaid ühekordselt, reklaamkuulutus ajalehes, ajakirjas, kalendris või raamatus säilib aga kaua. Igaüks loeb seda kodus rahus või teises mugavas olukorras, kustal aega on teiste mõtete jaoks peale äripäevamurede.

Et kuulutusel oleks tõeline mõjuvõim, on tähtis, et ta oleks tabavate sõnadega, lühidalt koostatud ja hästi paigutatud...

Sagedasti võimaldavad ajalehed ja muud perioodilised väljaanded ka teksti paigutada märkmeid äri kohta, kes kuulutavad, neid võimalusi tuleb muidugi kõigiti kasutada.

Mitmesugustest muudest reklaamivõimalustest

väärib märkimist kaitsemärk, peamiselt tööstustele, mis kaitseb teatud kaubaliiki ja virgutab ostjaid nõudma kaupu vaid teatud kaitsemärgiga.

Kauba saatmine tutvumiseks koju kätte, see moodus hakkab jälle maad võtma, see kuulub agendi töö hulka.

Kaubaproovide ja proovisaadetiste saatmine minimaalsetes kvantumites tasub end ikka hästi.

Vaatekastide ja tahvlite paigutamine ärist eemale on mõeldav, kui väljapanekud on kaitstud hävimise eest.

Valgustusreklaami moodustel on ees tulevik, meie oleme seda nüüdki näinud vaateakendel kasutatavana, kuna

kino-ekraani kaudu valgustuspiltide reklaam on ka pinda võtnud.

Märkimist väärib originaalne pakkimisviis, kasutades selleks erilist pakkimispaperit j. m.

Ärisõiduk, mis kasutatav muidugi suuräridel, pakub omaette reklaamivõimalusi.

Näituse väljapanekud on tunginud nii äri- kui tööstusereklaami modustena küllaldaselt esile, et tutvustada kaupu peamiselt maarahvale ja laiematele ringkondadele.

II. Müügioskus.

Tähtsamaid mõõduandvaid tegureid müügitehnika alal on müügipersonaal, käitumine ostja vastu. Need mõlemad on niivõrd seoses olevad tegurid, et siia juurde kuulub veel esijoones kõneoskus või kõnelus ostjaga, mis on suurimaks relvaks, et võita ostja poolehoidu kestvamaks ajaks. Olulisemaid tähelepanekuvajadusi on oskus kohelda ostjaid nende iseloomu kohaselt.

Müügipersonaali

suhtes võiks märkida mõningaid põhiluseid:

Esimene nõue on hea tervis ja tervislik ning meeldiv väljanägemine. Selle eest peab iga müüja ise kogu jõuga hoolet kandma, kuid peremehe seisukohast tuleb hoolet kanda, et hoidutaks teenijaskonna ülepingutustest, soodustades sotsiaalseid võimalusi oma elu korrastamiseks, et müüja võiks rahulikult ja täie huvi ning innuga tegelda oma kutse alal ning et tema palk võimaldaks temale äraelamist.

Rõivastis olgu ülesandele vastav ning praktiline, lihtis ja korralik; on väga soovitatav äril soetada nägusad nn. töökitlid. Hoidutagu äris ehetest ja ka üleliigsest kunstlikust iluravist.

Üldharidus. „Ma ei tea, kelle mõistus peaks veel mitmekülgsem olema kui tõsise kaupmehe oma,“ ütles Goethe.

Kõik muidugi ei ole kutsunud suurte ettevõtete omanikkudeks, valitsejateks ja juhtideks, kuid igaüks, kes oma kohuseid suurema hoolega ja täie innuga ei täida, ei või kunagi loota silmapaistvale seisukohale oma ametis.

Kaupmees ei ole ainuüksi kaupluse leti taga seisjaks. Õigemini, tema käitumise ja tegevuse järele ametialal osutub tema suhtes vaade ka seltskonnas ja hinnang tema kui ka äri vastu.

Üldhariduslik lai ja avar silmaring, mis eeldab ka kauba tundmist sõna laiemas mõttes, on väga oluline, kuna müüjate poole pöördutakse tihti igasuguste küsimustega, sest müüjatel on ka tõesti palju kokkupuuteid rahvaga, ja neid omadusi tuleb mõista vastastikku hinnata. Jälgides kaubaturu arengut, on müüjal kerge vastata igasugustele järelepärimistele ja seesuguste teadmistega isikud äripersonaali hulgas leiavad alati kõige kõrgemat hinnangut.

Müüjal peab jätkuma piiramatu optimismi ja kutserõõmu, neid omadusi peab ka teisalt virgutatama. Seejuures on taktitunne ja viisakus müüja kaks peavoorust. Aga mitte vähem olulised omadused on rahu ja kannatus iseloomus, mis on müüja suurimad relvad klientuuri võitmiseks, mille kaasas käib teesklematult hea meeleolu ja naeratus. Hiina vanasõnagi ütleb, et kes ei oska naeratada, ei kõlba ka müüjaks. Teeseldud naer ei kõida.

Käitumine ostja vastu.

Eeskätt on tarvis luua sobiv ostumeeleolu.

Selles on küllaldase mõõduandvusega esimene tegur, tervitus. Oleks väga sündmatu, kui müüja oma tähelepanematuses jätab ostja tervituse vastamata. Välismaalastest müüjatel on kombeks tervitada enne ostjat, vaevalt saad peaukse vahel ärisse pista, kui kõlab sõbralik „tere hommikust“. Meil unustatakse hoolimatuses ja halvas harjumuses ostja tervitusele sageli isegi vastamast.

Pöördudes ostja poole on mõõduandev toon, mitte niivõrd pöördumissõnad. Kuna ärikõnelus müüja ja ostja vahel on omaette kutseoskuse probleeme, siis peatume selle juures hiljem pisut lähemalt.

Teenimisega võidetakse ostja püsiv poolehoid ja sobiva ning meeldiva teenimise läbi tuleb ostjaile ostmine teha nii mugavaks, et nemad teinekord jälle heameelele tahaksid sellesse ärisse tagasi tulla.

Ostja iseloomust on sõltuv käitumisviis tema vastu, sest tõeline

poolehoid võidetakse alles isikukohase käitumise teel. Selleks peab ka müüja l olema kujunenud iseloom, mis oleks vääri l sellele raskele kutsele. Inimeste tundmine — see on tõeline müügi oskuse saladus.

Sellest väljudes on ka väga tähtis ostjate nimepidi tundmine või vähemalt nende välimuse järele äratundmine. Nime nimetamine sõbralikul toonil avaldab sõbralikku ja usalduslikku vahekorda.

Müüja kõneviis olgu selge ja kindel, ka elav jutlemine ja elav liiklemine on sobiv ja tähtis. Eriti tuleb hoiduda lodevast kehahoiakust ja ka lodevatest kõneväljendustest, need on mürk ja vastuolud ärielus.

Müüja peab kasvatama ja evima võimeid olla teatud määral psühholoog, et tunda ostjat ja teada ostja nägemisel juba esimesel pilgul, kuidas teda kohelda, s. o. millist iseloomu inimene omab.

Nii on tuttava ostjaga väike mõttevahetus ikka tervitatav sõbraliku käitumise huvides, muidugi ei tohi seesugune kõnelus venida niivõrra, et see teisi ostjaid võiks pahandada. Hoidutagu ärielus aga poliitiliste, usuliste ja muude veendumuste selgitamisest, sest

terve vaim valitseb seal, kus valitseb korrektne ja usalduslik vahekord müüjate, ostjate ja omaniku vahel.

Ärijuhatus omalt poolt loogu meeoleolu ja edasipüüdlik vaim müüjates, luues võistluse meeoleolu, kuid hinnates väärikalt ka müüjate püüdlikkust ja teeneid.

Käitumises ostja vastu olgu müüjatele kokkuvõttes märgitud järgmist:

Kohtle ostjat viisakalt ja vastutulelikult kui isiklikku külalist, just kui omas kodus.

Ära vihasta ostjat sellega, et hakkad vaidlema.

Armastusväärsus ja hool ostja vastu tagab suurema ostu.

Ole ostja vastu järjekindel ja võimalda temal kaupa valida.

Süvenda arusaamist, usaldusväärsusust ja asjatundmist ostjas.

Ole ostja vastu käitumises niisama korralik, kui tahad olla seda oma kaasteenijate vastu.

Pea meeles ostja ilmet ja isegi nime, kui võimalik.

Kaup, mida sa pakud, peab omama väljapaistva ja korraliku väljanägemise.

Ka müüja ise omas isiksuses peab võitma ostja sümpaatia ja poolehoidu, seda soodustab hoolikas käitumine.

Hoolitse sobiva riituse kõrval ka sobiva ja hoolika ning puhta, eriti aga tervisliku väljanägemise eest.

Müügi oskus.

Kaupmehe sihiks on — rohkem ostjaid, rohkem läbimüüki.

Müügitehnika eeldab eeskätt inimeste ja nende huvide tundmist, teisest küljest aga kauba tundmist sõna laiemas mõttes.

Ostja tahab igal juhul kaubaga lähemalt tutvuda, kui ta just ei nimeta kindlat artiklit ja otsekohest soovi.

Sellepärast oldagu kannatlikud ostjate vastu ja esitatagu neile kannatlikult ja sõbraliku kohtlemisega sobiv valik.

Kaup esitades antagu lühidalt ja selgelt kauba iseloomustus ja seda nimelt ostja isiku ja tema huvide seisukohast; hea kaup kõneleb muidugi enese eest ja seda võib ka mainida, kui ostja peaks kõhklemist avaldama.

Piinlikkusetunde võiks tekitada küsimus: „Kas soovite odavamalt?“ — Mitte nii küsida; kui ostja ostuvõimetus kaheldakse, on igal juhul soovitatav esitada kaupu keskmises hinnas, jõudes müügioperatsiooni kestel selgusele ostja soovides.

„Kaubal ja kaubal on vahe“, nagu hinnaski.

Kauplused on avatud ostjatele, sellepärast hoidutagu vaidlustest, jäägu ostjale parem õigus ja heameel ja jätkugu kannatust nende vastu; ostja sagedane kaebus, nagu saaks teisest ärist odavamalt osta, pareeritagu viisakalt, et kuidas hind, nii kaup, või kaubal ja kaubal on vahe.

Mis puutub kauba hinna avaldamisse, siis selles küsimuses olgu müüja tagasihoidlik, välja arvatud, kui ostja ise hindu pärib. Ostja poolt hinna mitte pärimine on kõige kirklamaks tõenduseks, et tema müüjat ja kauba kvaliteeti usaldab.

Müügi lõpetamisel tuleb „sugereerivald, kuid mitte pealetükkivald järele pärida, kas veel midagi tarvis läheb, samuti tuleb ärist lahkimine teha

ostjale meeldivaks, saates teda isegi välja, kui ostjal ukse avamiseks käed kinni on, eriti aga vanemaid daame.

Raha vastuvõtmine on äris müügioskuse osas ka väga oluline toiming, sest rahamaksmine teostub ostja poolt ikka teatud määral vastumeelsusega. Sellepärast kassapidaja või müüja olgu raha vastuvõtmisel viisakas ja taktiline nii raha vastuvõtmisel kui ka tagasiandmisel, ja ärge oldagu selle kogu toimingu juures maksja vastu mitte liigselt tähelepanelik, eriti välditagu ootuse pinevust, kui maksja raha välja otsib. Väike viisakas „täna“ kerge peanoogutusega poleks kunagi üleaarne.

Küllalt tähtis punkt on kauba sobiv pakkimine selle viisilt ja toimingult. Kui ei ole äris iseseisvat pakkimislauda ja pakkijat, siis olgu kõik abinõud käepärast; paber olgu parajates suurustes valmis lõigatud, et pakkimisel aega ei viidetaks ja järke ootav ostja ei tarvitseks piinlikult kannatada ootamisega. Hoolikas sõlmede sidumise ja pulga kinnitamise oskus — need on pisikesed omadused, mis väldivad palju halbu momente, et pakike ostja sõrmede vahelt juba äris ei libiseks põrandale. Ka pakkimine on omaette kunst, samuti kasutatakse ärireklaamiks eriliste kaunistustega trükitud pakke-paberit.

Kaebused, kauba tagasitoomine ja muud väikesed pahameeleavaldused lahendatagu heatahtlikult ja igal võimalikul korral oldagu vastutulelik, enne aga põhjalikult ära kuulates tagasitoomise või kaebuse põhjuse. Ostjat ei tohi selle juures rohkem erutada, kuna see võib kliendi ärile jäädavalt kaotada.

Üldiselt on müügi juures oluline teenimise kiirus. Ostjat mitte oodata lasta!

Omaette peatükina müügioskuse küsimuses kerkib esile

müüja ja ostja vaheline kõnelus,

mida tuleks küll pidada kõige olulise maks osaks müügioskuse probleemistikus, sest kõnes väljendub mitte üksnes sõna ise, vaid selles seisab palju muid väljendusi, nagu esinemise mõte seda sõna laiemas mõttes üldse tähendab.

Kõnelus või ärijutt algab tervitamisega ja ostusoovi avaldamisega ostja poolt.

Kõnelus oma sisult võib koosneda:

kauba iseloomustusest, kirjeldusest, kauba väärtuse rõhutamisel, tähelepanu pööramisest ostja isiku vastu kõnes, tarbekorral täiuslik kauba kirjeld. ja selgitus, ärimotiivid, äri argumendid, vastuväited ja nende pareerimine.

Kõneluse vormist:

kõnelus keeleliselt hästi, hea häälekõla ja mõjuv toon, sõbralik, usalduslik, veenev, asjalik, selge.

Erandid:

mitmet klienti korraga teenides, kui klient ei osta, kui müüja kutsutakse ära, müües teistele, kauba vahetus või kaebus, vargapoisid jne.

Müügitoiming enesest teostub kiirelt ja rahulikult, sõltuv teguritest: kauba esitamine, kaubaliik, müügikoht, kauba tutvustamine ja soovitamine.

Lõpp:

ärasaatmine, tänu.

Mõningaid viipeid:

viisakas tervitus; ostja ei ole elavaks küsimusmärgiks, ärge päritagu liiga palju, vaid taibatagu; iga kliendi vastu erinev esinemine (üldist ärikõnelust ei saa otstarbeks pidada); kõneluse erinevus on sõltuv soost, seisusest, vanusest.

III. Äri ilme ja äri asjaajamine.

Äri väljastpoolt. Tähtis on äri hea üldmulje väljastpoolt. Sellepärast, ärimees, astu tänavale ja vaatle oma äri väljastpoolt, võrdle seda teistega, võib-olla saad midagi ette võtta äri välisilme tõstmiseks nii kauniduse tõstmise kui ka reklaami huvides.

Ruumi kohta on nõudeid, et see olgu avar, valge, õhurikas. Pearõhk tuleb panna äri puhtusele.

Lett olgu avar ja vaba, leti taga rohkesti vaba ruumi.

Riiulite vahed on sageli mitte otstarbekad. Paberi- ja kirjutustarvete kaupluse riiulite vahed peaksid olema 25—35 sm.

Kaupade asetusel on tähtis, et kaup oleks paigutatud võimalikult nähtavalt ja mõjupakkuvalt. Teatud vaheaegade järele on soovitav kaupu riiulitel kohendada või ümber asetada, eriti esile tõstes uudisartikleid.

Kaupade hoidmisele rikkimiseks tuleb pöörata erilist tähelepanu, hoida neid alati korralikult paigutatuna ning korraldades sagedasti ventilatsiooni.

Puhas õhk äris ja ladus tõstab müüjate ja ostjate meeleolu ja töörõõmu.

Vaateakende küllaldane sügavus ja avarus tasub end hästi, pidades seejuures silmas, et vaateaknad ehitataks võimalikult madalale.

„Poevahid“ ehk kõlbmatud kaubad tuleb esimesel võimalusel ja ükskõik millise hinnaga realiseerida, kuna need mõjustavad kahjustavalt ärikäiku.

Kauba sisseostu põhimõte seisab selles, et äri saaks kõike pakkuda,

mis mahub tema võimalustesse ja raamistikku, kõigest küllaldaselt ladus hoides, kuid mitte midagi ülearu.

Kartoteek. On ärisid, kes peavad kartoteeki, et hoida alalist ülevaadet kauba liikumise kohta. Kindlasti tuleb aga äris pidada nn. puuduvate kaupade märkmik, et puuduvaid kaupu kohe jälle tellida. Kes tahab aga täpsemat korda luua oma äris, märgib iga sissetuleva kauba vastavale kartoteegi kaardile, milline annab alati selge ülevaate nii läbimüügi kvantumi kui ka kauba hindade suhtes.

Kalkulatsiooni suhtes on nõuded: äärmine täpsus, kõigi (ka kõige pisemate) kulude järjekindel juurdarvestus, müügihinna määramisel silmas pidada äri küllaldast teenistust.

Statistikat. Peamised põhjused ostjate kadumiseks:

müüja hoolimatus ja ükskõiksus ostja vastu, aeglane teenimine, ebaviisakas ja taktitu käitumine, mittesobivad võtted, kauba kaalimäärimine, pealetükkimine jne. kaupluse halb korrastus, kauba mitetundmine, halb kaup.

II üleriigilisel paberikauplejate päeval vastu võetud resolutsioonid.

a) Paberikaubanduse väljavaated.

Referent A. Veiler.

Paberitarvitamist, mis on iga rahva kultuurilise tasapinna mõõdupuuks, tuleb hoogsalt suurendada. Kaupmeeskond on sellest ülesandest eluliselt huvitatud, sest ärikasu ei peitu esijoonel hindade tõusmises, vaid tarvitamise kasvamisest. Seda kasvavat paberitarvitamist tuleb katta kõigepealt kodumaa toodanguga tingimisel, et see oleks võrdne kvaliteedilt ja hinnalt mitte kallim välismaa vastavast kaubast.

Kaupade sortimenti paberi- ja kirjutustarvete alal tuleb kokku tõmmata, mis aitab kõrvaldada kõlvatut võistlust, hõlbustab parema kvaliteediga kaupade levimist, soodustab kapitalide otstarbe-

kohasemat paigutamist ja aitab hoida tarbijale kättesaadavat hinnataset.

Standardnormide maksmapanekut paberikaubanduses tuleb laiendada võimalikult paljudele artiklitele. See aktsioon ei võiks olla rajatud riiklikkudele sundnormidele, vaid kaupmeeskonna oma algatusele ja kokkulepetele vastava ühingu kaudu, kes on selles küsimuses parim asjatundja.

Et luua tihedat kontakti kõigi asjaosaliste vahel, tuleb süvendada paberikaubanduses koostööd erakauplejate ja ühistegeliste ettevõtete vahel.

Inventuurväljamüügid, mis võivad kergesti eksiteele viia otsjaskonda ja mis ei anna kauplejaile kuigi tõhusaid ainelisi tagajärgi, tulevad kaotada paberikaubanduse ja kirjutustarvete müügi

alal. Partiikaubad, mis ei vasta enam turunõudeile, võivad realiseeritud saada juhatuse erilisel loal.

Päev võltab ühingu juhatust astuma kõiki vajalikke samme paberikaubanduse hüvide kaitseks ja tervendamiseks, eriti aga kindlastest ja ühtlastest hindadest kinnipidamisel.

b) Sisekaubandus Eestis.

Referent prof. E. Poom.

Kaubanduse kui rahvamajandusliku põhifunktsiooni osatähtsuse kiire tõus Eesti rahvamajanduses, kaubasortide rohkus ning keerukus, tarbijaskonna kultuuriline, hariduslik ning majanduslik areng seavad Eesti kaupmeeskonnale tänapäeval üha vastutusrikkamaid ning ulatuslikumaid ülesandeid.

Eelkõige peab Eesti tänapäeva kaupmees omama erialalist ettevalmistust, olema asjatundlik, haritud, kultuurne ning usaldusväärne nõuandja nii tarbijale kui ka tootjale.

Oma ülesandeid peab kaupmees teostama võimalikult ratsionaalselt, kuluväheselt.

Oma vastutusrikkaste ning ulatuslike ülesannete edukaks ning ajakohaseks teostamiseks peaks Eesti kaupmeeskond senisest põhjalikumalt, ulatuslikumalt ning hoogsamalt hoolitsema kaupmehe kutsehariduse eest ja püüdma vähendada kaubanduskulusid ratsionaliseerimise, eriti aga erialaliselt organiseeritud koostöö abil.

c) Paberikaubanduse organiseerimine ja müügipoliitika.

Referent E. Seim.

Tunnistatakse õigeks senine Eesti Paberi ja Kirjutustarvetega Kauplejate Ühingu juhatuse tehtud töö.

Jätkata senist organiseerimistööd, koondada ühingusse liikmeiks kõiki, kes kauplevad kirjutus- ja paberitarvetega ning kelle ettevõtted vastavad järgmistele nõuetele:

„Paberi ja kirjutustarvetega kauplevaks ettevõtteks tuleb pidada neid ettevõtteid, kus kaubeldakse ainult paberi ja kirjutustarvetega, ja ettevõtteid, kus on sisse seatud iseseisev paberi- ja kir-

jutustarvete osakond. Osakonnaks pidada — korrapäraselt sisseseatud kaupluseosa, kas eraldiruumina või üldises kaupluses säärastel omaette organiseeritud kaupade gruppi, et see võimaldaks rahuldada tarbija nõudeid paberi ja kirjutustarvetega. Vaidluste puhul otsustab asja ühingu juhatuse.“

Eesti Paberi ja Kirjutustarvetega Kauplejate Ühingu on igal pool ja igal ajal kogu paberi- ja kirjutustarvete kaubandusala ametlikuks organisatsiooniks ja täievoliliseks esindajaks.

Igasugused paberi ja kirjutustarvetega kauplejate vahelisse alasse puutuvad iahekkelid, kui kokkulepe omavahel saavutamata, lahendab asjaosaliste vahel ühingu juhatuse, kelle otsused neis küsimusis on lõplikud.

Paberi ja kirjutustarvete kaubandusalale on vajalik oma häälekandja „Paberikaupleja“ perioodiline väljaandmine.

Selleks, et püsiksid ühtlased kindlad jaemüügihinnad, on vajalikud kindlad suurmüügihinnad, mis pärast tuleb suurmüügi hindade ühtlustamisele pühendada erilist tähelepanu.

Tunnistada otstarbekaks müükide piiramine engros-suurmüügi hindadega ainult ühingu liikmetele, kui nende poolt selleks on avaldatud soovi kohtadel, kus olemas küllaldane arv liikmeid paberi ja kirjutustarvetega kauplejaid, nii et tarbijate rahuldamine vajalike kaupadega võiks tõkestamatult sündida.

Tunnistada vajalikuks kindla paberi- ja kirjutustarvete kaupluste võrgu organiseerimine.

Võitluseks rändagentide ja käsi-kaupmeeste-kotimeestega tuleb neile kaupa müüa ainult jaemüügi-hinnakirja müügitingimuste kohaselt, s. o. mitte kõrgema kui 10% hinnaalandusega jaemüügi-hinnakirjast.

Tunnistada õigeks ühingu juhatuse sammud koolikooperatiivide kaupadega varustamisel jaemüügi-hindadest 10% hinnaalandusega, vastavalt jaemüügi-hinnakirja müügitingimustele.

Tunnistada mitteõigeks üksikute kooliõpetajate sihilikkust ärilistele ettevõtetele reklaamitegemisel ja õpilaste koolitarvete sisseostukohtade mõjutamisel.

d) Kuidas võita ostja poolehoidu?

Referent H. Michelson.

Reklaami alal vältida juhuslikku ja ühekordset reklaamimist, koostades reklaami kava ja eelarve pikema aja peale ette. Reklaamiks kasutada kõiki võimalikke ajakohaseid reklaamiviise.

Mööduandvamaid tegureid müügitehnika alal on müügipersonaali viisakas ja sõbralik käitumine ostja vastu ja võimed ostja kiireks ja nõudeid rahuldavaks teenimiseks.

Äri ilme ja äri asjaajamise taseme tõstmiseks pidada tähtsaks äri üldise meeldiva ilme ja puhtuse süvendamist, asjaajamise täpsust, ülevaateid kaubaliikumise ja kalkulatsiooni alal.

Ühisel jõul.

K. Kirikal — E. P. ja Kt. K. ühingu Tallinna osak. abiesimees.

Ei ole ülearune hetkeks peatuda ja heita pilku Eesti Paberi ja Kirjutustarvetega Kauplejate Ühingu tegevusele, samuti avaldada mõnd soovi tuleviku suhtes.

Ühingu juhatus on energiliselt ja enastalgavalt tööd teinud, on loodud kord majja.

Omavahelised väiklased näaklused ja hindade rikkumised on kadunud. Kaupmees võib rahulikult oma ülesandeid üldsuse teenimisel täita.

Eriti väikekaupmehe seisukohast vaadates peame puhtast südamest tunnistama, et juba sellega, et on pandud maksma ühtlushinnad, oleme suure edusammu teinud, ja see on olnud võimalik ainult ühisel jõul.

Kuigi ühingu tegevusaeg on lühike olnud ja kogemused puuduvad, loodame

ka tulevikus ühisel jõul kõigist raskustest ja muredest üle saada.

Elu sammub edasi kiires tempos, palju kiiremini kui aastat 25 tagasi.

Need ajad, kus igaüks ainult omaette töötas, on möödunud.

Iga uus päev seab üles uusi sihte ja nõudeid.

Üheks tähtsamaks sammuks ühingu huvides oleks see, et kauba müügikeeld täie protsendiga mitteliikmetele maksuma pandaks. Veel oleks vaja piiri panna uute paberiäride avamisele.

Selliste äride võrk on juba tihe küllalt, et ostjaskonna tarvidusi igakülgsest rahuldada. Ainult ühisel jõul saame neid soovide ellu rakendada, selleks jõudu ja edu!

Müügioskusest ja kaubatundmisest.

E. Inglis, ETK koolitarvete osakonna juhataja.

Ühe ettevõtte ärilised tulemused olenevad suurel määral oskuslikust müügipersonaalist. See tõde on maksev ka paberikaubanduses. Peaks ütleva veel, et eriti paberikaubanduses. Paber, igasugune kirjutusmaterjal ja teised siia liiki kuuluvad kaubad teenivad suurel määral kultuurilisi ülesandeid ja säärase kaupade müük on üldiselt palju raskem kui lihtsate elutarbeainete, näiteks leiva, liha, suhkru jne. müük. Et müüa kvaliteet-täitesulepead kõrgemale riigiametnik-

kule, see nõuab müüjalt palju rohkem pingutust, oskust ja teadmisi kui karbi konserveid müük. Tuleb arvestada seda, et meie — paberi- ja kirjutustarvete äride — ostjaskond koosneb suures enamikus haritumaist ringkonnist: õpetajaskonnast, riigi- ja omavalitsusteenijaist, vabakutselisist jne. See ostjaskond nõuab paberiärielt juba üldiselt kõrgemat poekultuuri ja kultuursemat ning oskuslikumat müügipersonaali. Suure osa meie ostjaskonnast moodustab ka õppiv noorsugu 8.—20-da eluaastani ja viimane

seab müüjaskonnale enda õigeks kohtlemiseks eriti suuri nõudmisi.

Milline on aga meie poekultuur ja müüjaskond paberiarides? — Meil leidub ses suhtes ka rahuldava tasapinnaga ärisid, üldiselt on aga seisukord kaunis halb. Eriti jätab soovida ostjaskonna teenimine. Harva leidub meil kauplustes müüjaid, kes täidavad omi ülesandeid eeskujulikult, kes tunnevad kaupu põhjalikult, kellel on alati ostjate jaoks säravad, naeratavad näod ja kellest ostja lahkub sügava rahuldustundega.

Selle asemel näeme tihti morne, apaatseid inimesi, kohtame hoolimatut kohtlemist, tähelepanematust, puudulikku müüdavate kaupade tundmist jne. Halb on lugu ka sellepoolet, et meie ärijuhid tihti nagu ei märka, kuipalju kahju halvad müüjad teevad nende ärile. Kui ostjaskond hakkab vähenema ja kauplusest eemale hoiduma, siis harilikult kahtlustatakse konkurentsi mõne ebaõige võtte tarvitamises, aga ei tulda sellele, et süü võib tihti peituda meis enestes ja meie müügipersonaalis. Meie paberiaride müüjaskond ei ole oma suures enamuses saanud teadlikku ja põhjalikku ettevalmistust, samuti ei ole korraldatud siin vastavat selektsiooni, mis on aga hädavajalik, sest on ju arusaadav, et iga inimene üldse müüjaks ei kõlba.

Meil ei ole senini korraldatud isegi mingisuguseid täienduskursusi, et müügitegelaste teadmisi värskendada ja neis tekitada suuremat huvi ja entusiasmi oma kutseala vastu. Selles küsimuses tuleks kindlasti midagi ette võtta.

Erilist tähelepanu tuleks pöörata aga meie paberikaupluste müüjaskonna kaubatundmise küsimusele. Meie suured paberiarid — sortimentlaod — sisaldavad 10.000—12.000 üksikartiklit. Pikkade praktika-aastate jooksul saab õpilane või müüja neid artikleid küll enam-vähem pealiskaudselt tundma, kuid põh-

jalikust, nii teoreetilisest kui ka praktilisest, kaubatundmisest ei saa praeguse olukorra puhul olla juttu. Kuidas toimub paberi, pliatsite, värvide, tintide jne. tootmine, millest on tingitud kvaliteedi vahed, mispärast teatud artikkel on sobiv ainult teatud otstarbeks jne. — neid küsimusi suurem osa meie paberikaupluste müüjaist ostjaskonnale selgitada ei oska. Ma olen kindel, et väga suur hulk meie müügipersonaalist ei ole näit. paberivabrikus käinud ja ei oska üldse kujutella, kuidas valmib paber.

Ja kes neile seda kaubatundmist õpetaski, sest ka ärijuhtidel enestel puudub tihti nendes küsimustes teadlikkus. Kui paari aasta eest Eesti paberivabrikute müügikeskuse „EESTI PABER'i Aktsiaseltsi“ korraldusel toimus paberikaupmeeste ekskursioon kodumaa paberivabrikuisse, siis selgus, et mitmed ärijuhid, ja isegi suurte ettevõtete ärijuhid, kes tegutsenud juba kümneid aastaid paberikaubanduse alal, sattusid alles esimest korda paberivabrikusse.

Ka puudub meil vastaverialaline kirjandus. Ka saksa, inglise ja vene keeles ei leidu sellel alal kuigi täielikke töid, kui soovime oma ala kaupade kohta saada ülevaadet, siis peame materjale koguma väga mitmest allikast. See ei ole muidugi kerge töö. Aga see on hädavajalik, sest noorte müüjate ettevalmistamine ja vanemate tegelaste teadmiste täiendamine nõuab seda.

Eesti paberi ja kirjutustarvetega kauplejate ühing peaks üheks oma tähtsamaks ülesandeks tegema meie müügipersonaali müügioskuse ja üldse poekultuuri tõstmise. „Paberikaupleja“ peaks avaldama ka vastavasisulisi artikleid, tuleks korraldada vastavaid kursusi jne.

Nagu kuulda, olevatki ses suhtes teatud kavatsusi, ja loodame, et need kavatsused saavad ka teoks.

E. Inglise.

Edukal majanduslikul tegevusel pole niivõrd tähtis organisatsiooni juriidiline vorm, kuivõrd ajakohased süsteemid, milliseid ettevõtte kasutab oma tegevuse aretamisel.

E. P. ja K. T. K. Uhingu teateid.

Juhatuse esindus Majandusministri juures.

Esitati märgukiri vähem- ja valikpakkumise asjus.

Paberi- ja kirjutustarvete ostud Majandusministeeriumi poolt riigiasutiste varustamiseks üle riigi vähem- ja valikpakkumiste teel on põhjustanud erialalises kaupmeeskonnas suuri arusaamatusi, pahandusi ja üksteise süüdistamisi. Uhingu juhatuses on see küsimus olnud korduvalt arutamisel, kus on kaalutud seda igakülgselt ja asunud seisukohale, et praegune kord riigiametkonna varustamisel paberi- ja kirjutustarvetega peaks muudetama. Samale seisukohale asus veebruarikuus Tartus peetud ühingu peakoosolek, mida omakorda kinnitavad ka üleriiklikel paberi ja kirjutustarvetega kauplejate päevadel vastuvõetud otsused. Koosolekutel leiti, et Majandusministeeriumi vähem- ja valikpakkumiste ostude mõju on meie erialale täiesti demoraliseeriv, ja juhatusele tehti ülesandeks teha kõik nende ostude ärajätmiseks tulevikus.

Peakoosoleku ja päeva otsuste kohaselt käis juhatuse esindus — koosseisus T. GROSSCHMIDT, J. TOPS ja E. SEIM — Majandusministri juures, esitades märgukirja kaupmeeskonna seisukohtadest vähem- ja valikpakkumiste kohta ning paludes, et need edaspidi ära jääksid.

Minister L. SEPP, tutvunud märgukirja sisuga ja ära kuulanud juhatuse esindajate seletused, ühines esitatud seisukohtadega ja lubas seda küsimust uurimusele võtta ja moodustada selleks erikomisjoni, millest kutsutakse osa võtma ka ühingu esindajad. Olgu tähendatud, et vastuvõtt oli sõbralik ja juhatuse esindusele jäi mulje, et hr. Minister võtab selle küsimuse tõsiselt kaalumisele.

Teadmiseks ja tutvumiseks märgukirja sisuga avaldame selle siin.

Tallinn, 28. veebruar 1939. a.
Majandusministrile.

Siin.

Väga austatud Härra Minister.

Kaks korda aastas toimetab Majandusministeerium riigiasutistele kantseleimaterjalide oste vähem- või valikpakkumiste teel. Nende ostude üldsumma kõigub aastas umbes kr. 60.000.— piirides.

Majandusministeeriumi poolt vähem- või valikpakkumiste teel kantseleimaterjalide ostuga riigiasutistele on paberi- ja kirjutusmaterjalidega kauplevatele ettevõtetele kogu riigis tekkinud väga suuri halbusi. Välisfirmad, kelle kaup Eesti turul sageli üldse tundmata, ja mida selle ala kaupmeeskond laos ei pea, olles teadlikud Majandusministeeriumi ostudest vähem- või valikpakkumiste kaudu, pakuvad neil juhtudel müügiks oma tooteid kaugelt alla tavaliste turuhindade. Võõraste eesmärgiks on müükidega Majandusministeeriumile tekitada nõuet nende kaupade järele. Kaupade levitamiseks riigiasutistele laialdase võrgu kaudu teevad nad oma tooteile parimat reklaami, mille tõttu neile hind ei osutu üldse tähtsaks. Kaupmeeskond on aga niiviisi tekkinud nõudmise tagajärjel sunnitud neid kaupu enesele lattu võtma paralleelselt juba laosolevate sortidega. Kuid välisfirmade müügihind kauplustele puhtkaubanduslikuks otstarbeks on juba sootuks kõrgem.

Kaupmeeskond oma ostudega peab kinni maksma ka Ministeeriumile tehtud hinnaalandused. Tulemuseks on olukord, et

1) samad artiklid kauplustes on müügil sootuks kõrgemate hindadega kui ostab neid Ministeerium vähem- või valikpakkumistel.

2) Riigiasutiste laialdane ametkond, olles teadlik vähem- või valikpakkumiste hindadest ja võrreldes neid kaupluste müügihindadega, asub seisukohale —

kaupmees teenib liiga suure vaheltkasu kaupadelt.

3) Sama arvamus levib väga kiiresti väljaspool tarvitajaskonda. See on aga regulaarkaubandusele häiriv ning kõigutab usaldusvahetkorda kaupmeeskonna ja tarvitaja vahel.

4) Kaupmeeskond on sunnitud Ministeeriumi vähem- või valikpakkumistel müüdud kaupu müügiks laos pidama, seeläbi kasvab veelgi kaupade sortimendi ulatus ja ladude koormatus. Nii on praegu paberi- ja kirjutustarvete kaubandusalal juba kasvanud müügil olevate artiklite arv üle 10.000, mis osutub väga ebaratsionaalseks ja ebaterveks, eriti veel, kui arvestada meie kapitalivaesust.

5) Provintsi kaupmeeskond peab eeltoodud välisfirmade kombinatsioonide tõtu maksma oma sisseostudel kaupadest kõrgemat hinda, kui seda maksavad asutised.

Kui võtta arvesse, et Majandusministeeriumi vähem- või valikpakkumiste ostudega on riigiasutistel teha suur töö eelarvestustega, nende kokkuvõtmistega, kokkuseadmistega, komisjoni koosolekutega ja igasuguse kirjavahetusega ja et see kõik on seoses kaunis suurte kuludega, siis muutub nende ostmiste tasuvus väga küsitavaks.

Kuna majandusministeeriumi vähem- või valikpakkumistest saavad osa võtta ainult need paberi ja kirjutustarvetega kauplevad ettevõtted, millised on õigustatud kaupu välismaalt sisse vedama I järgu äritunnistuse põhjal, siis on see tekitanud teistes sama ala vähemates ettevõtetes suurt meelepaha ja selle tagajärjel ülejäänud kaupmeeskond süüdistab vähem- ja valikpakkumistel esinevaid suuremaid ettevõtteid, pannes

kogu süü selles asjas nende arvele. Lahkhelid erialalises kaupmeeskonnas mõjuvad aga äärmiselt halvavalt kaubanduse korrastamisele.

Nagu nähtub eeltoodust, on Majandusministeeriumi kantsleimaterjali ostud vähem- või valikpakkumise teel

1) suureks tõkkeks paberi- ja kirjutustarvete ala ratsionaliseerimisele ja terendamisele, olles seega kahjulik ka Eesti rahvamajandusele,

2) vähem- või valikpakkumistel riigiasutistele kantsleitarvete ostu majanduslik tasuvus on enam kui küsitav. Kõiki tegureid arvesse võttes võib oletada aga, et see on koguni riigile kahjulik ja

3) tekitab üksikute rahvakihtide — tarbijate ja kaupmeeskonna — vahel soovimata vaenulikkust, mis kuidagi ei peaks olema riigivõimude huvides.

Üleriigilistel paberi ja kirjutustarvetega kauplejate päeval — Tallinnas 24. okt. 1937. a. ja Tartus 12. veebr. 1939. a. — otsustati paluda Majandusministeeriumi ära muuta praegust riigiasutiste kantsleitarvetega varustamise viisi. Samuti otsustati päeval paluda Majandusministeeriumi, et tulevikus riigiasutiste kantsleitarvete ostud sünniks vastavate asutiste poolt igal pool kohtadel asuvatest paberi- ja kirjutustarvete kauplustest.

Loodame, Härra Minister, et Teie kõiki eeltoodud asjaolusid arvestades võtate kaalumisele meie seisukoha ja teete korralduse, et tulevikus loobutaks vähem- või valikpakkumistest kantsleimaterjalide ostudeks üldse.

Austavalt

Eesti Paberi ja Kirjutustarvetega Kauplejate Ühing.

Allkirjad: T. Grosschmidt,
J. Tops, E. Seim.

II paberikauplejate päev.

II üleriigiline paberi- ja kirjutustarvetega kauplejate päev peeti 12. veebruaril s. a. Tartus. Päevast osavõtt oli võrdlemisi rohkearvuline, nimelt oli kogunenud ühiselt arutama oma päevaküsimusi üle riigi ligi 100 erialalist kaupmeest.

Päeva presiidiumi valiti: juhataja — A. Veiler, abijuhatajad — J. Raudsepp (Tartu) ja H. Kubu (Pärnu), sek-

retär — E. Seim, abid — D. Siilats (Viljandi) ja K. Roosipuu (Narva).

Päeval esinesid referaatidega A. Veiler, prof. E. Poom, E. Seim ja H. Michelson. Iga referent esitas oma ettekande kokkuvõttena vastavasisulised resolutsioonid, mis päeva lõpul ühemeelselt vastu võeti.

Mitmed referaadid tekitasid elavaid läbirääkimisi, nii näit. väljamüükide

korraldamise küsimus. Referent A. Veiler asus seisukohal, et paberikaubanduses väljamüüke korraldada ei tuleks, sest siin pole moestminevaid kaupu ega jää üle ka sääraseid reste nagu näit. riidekauplustes; väljamüük võib aga kõigutada usaldust kaupmehe ja ostja vahel, näit. kui kaupa müüakse väljamüügi ajal tunduvalt odavamalt ja pärast väljamüüki uuesti selle hinda tõstetakse. Teised aga leidsid, et väljamüük olevat ainult reklaamiküsimus ja sellest ei saavat loobuda, sest paljudel äridel olevat kuni $\frac{1}{3}$ kaupa vananenud, mida paratamata tuleb müüa odavamalt. Lõpuks ühinesid koosolijad seisukohas, et vananenud kaupa võib ja tulebki küll müüa odavamalt, selleks tuleb aga määrata talle kindel hind, mille kinnitab ühingu juhatus, mitte väljamüügi ajaks kauba hinda alandada ja pärast jälle tõsta, mis asjatult kõigutab ostja usaldust kaupmehe vastu ja harva annab kaupmehele loodetud kasu.

Päeva lõppsõnas konstateeris päeva juhataja A. Veiler heameelel seda üksmeelt, millega võeti vastu kõik resolutsioonid ja mis näitas, missuguse hoolega oldi asja juures. „Tänane päev on avanud lootustäratavaid väljavaateid ja andnud juhatusel julgustust samas suunas edasitöötamiseks,“ lõpetas A. Veiler.

Ühingu juhatus avaldab siinkohal tänu kõigile päeva korraldajaile, kaastööliste ja päevast osavõtjaile, tänu kellele päev hästi õnnestus ja tunnistust andis paberikauplejaskonna vahelisest üksmeelst.

Päeva resolutsioonide teostamine.

Päeval vastuvõetud resolutsioonid ei tohi jääda ainult paberile, vaid nende elluviimine peab olema juhatusel tähtsaks ülesandeks käesoleval aastal. Sellest lähtudes asus juhatus kohe oma järgmistel koosolekutel kaaluma teid ja võimalusi resolutsioonide teostamiseks. (Päeval vastuvõetud resolutsioonid on toodud käesolevas „Paberikauplejas“).

Ettepanekute tegemine sortimendi piiramise ja standardimise laiendamise alal tehti ülesandeks hindadekomisjonile, kuhu seks otstarbeks juurde koosteeriti J. Tops ja E. Inglis. Varem kuuluvad sinna E. Seim, T. Grossschmidt ja T. Theia. Paberikaupluste võrgu kava väljatöötamiseks moodustati komisjon, koosseisus T. Grossschmidt, E. Seim ja

E. Inglis. Paberikaupluste võrgu väljakujundamine omab suurt tähtsust ja on põhialuseks paberikaubanduse edasisel korraldamisel.

Ühingu peakoosolek.

Ühingu käesoleva aasta korraline peakoosolek peeti laupäeval, 11. veebruaril Tartus, „Sinimandria“ ruumides. Osavõtjaid oli 80 ümber.

Koosoleku juhatajaks valiti A. Veiler, abideks J. Raudsepp (Tartu) ja sekretäriks J. Elango.

Esimees A. Veiler andis lühikese ülevaate aruandeaasta tegevusest, kus kokkuvõttes ütles järgmist:

Paberikauplejaskonnast on meil lühikese aja jooksul juba umbes $\frac{2}{3}$ organiseeritud. Vaadeldes välismaade vanu organisatsioone näeme, et neil on kulunud aastakümneid, enne kui on jõutud kõiki organiseerida. Et meil on saavutatud lühikese ajaga nii suur organiseerimisprotsent, tõendab, et juhatusel töö on kandnud vilja, kui ka seda, et on valitud soodne moment organiseerimiseks.

Meie ühing on tegelikult kasutaotlev ettevõtte, mille eesmärgiks on kõvendada liikmeskonna omavahelist distsipliini ja nii luua paremaid ja tasuvamaid kauplemisvõimalusi. Meie peamiseks eesmärgiks on panna maksma kindlaid ja ühtlasi hindu. Kui seejuures tuleb ikka jälle üht või teist liiget korrale kutsuda, siis ei ole see mingi uudis — igal pool esineb väärnähteid. Kuigi siin veel kõik pole saavutatud, pole õige kõnelda niipalju vääratuste üle, vaid selle üle, kuidas hoiduda neist tulevikus ja panna maksma kindlat distsipliini.

Juhatus on väljunud seisukohalt, et esimene aeg on üksteise kasvutamise, mitte karistamise aeg. Nõuab suurt seemist tublidust, et sellest suunast järjekindlalt kinni pidada. Kui ühing pole karistanud igat üleastumist, siis mitte seepärast, et poleks olnud võimu, vaid seepärast, et ühing tahab mõjuda kõigepealt kasvatavalt.

Sekretär E. Seim täiendas esimehe sõnavõttu üksikasjalisema ülevaatega juhatusel tegevusest. E. Seim tähendas lühidalt järgmist:

Juhatusel peamised ülesanded aasta jooksul olid: liikmete värbamine, organisatsiooni väljakujundamine, kindlate ühtlushindade maksmapanek, kaupade standardiseerimine ning sidemete loomine välismaadega. Kõiki neid ülesandeid on juhatus suurema või väiksema eduga täitnud, arendades seejuures intensiivset tegevust. Tegevuse intensiivsust näitavad juba mõningad arvulised andmed — aasta jooksul on peetud 74 mitmesugust koosolekut, kus on olnud arutusel 394 üksikküsimust, on välja antud 4 suurmüügi-hinnakirja, 1 jaemüügi-hinnakiri, 2 „Paberikauplejat“; kirjavahetusel ületab ühing nii mõnegi keskmise äri — sissetulnud kirju on nimelt 410, välja on läinud 3697. Organisatsiooni struktuuri väljaarendamiseks on tehtud põhjapanevat tööd — on asutatud 6 kohapealset osakonda ja suurmüütajate sektsioon, on töötatud välja osakonna, sekt-

siooni, suurmüügi ja jaemüügi koostöö kodukorrad, on sõlmitud lepinguid kaubamuretsejatega jne.

Kui nüüd küsida, kas ühingu tegevus on andnud kaupmeeskonnale mingeid materiaalseid tulemusi, siis näeme järgmist pilti:

Meie paberikaubanduse käive on umbes 3 milj. krooni, mis õieti kaks korda ringib, nimelt hulgi- ja jaemüügil, seega kokku umbes 6 milj. krooni. Hindade korraldamine jaemüügi alal on andnud hinnatõusu keskmiselt 5%, s. o. poolaastaks 75.000 krooni, hulgi müügi alal on olnud tõus umbes 2%, s. o. poolaastaks 30.000 krooni. See hinnatõus ja sellest igale kaupmehele langev osakasu tuleb kirjutada täiesti ühingu tegevuse arvele.

Peakoosolek kinnitas üksmeelselt ühingu 1938. a. aruande (bilanss tasakaalus 1539.11 krooniga, kulude-tulude aruanne tasakaalus 3.880.22 krooniga), määras liikmemaksu määrad 1939. aastaks, võttis vastu 1939. a. eelarve ja valis juhatuse ning revisjonikomisjoni. Kõik otsused tehti üksmeelselt. (Peakoosoleku otsused üksikasjalisemalt on toodud allpool).

Läbirääkimiste osas andis E. Seim lühikese ülevaate ühingu 1939. a. tegevuskavast. Esimeseks eesmärgiks on liikmete arvu suurendamine 300-le. Teiseks eesmärgiks on kauba suurmüügihindadega müümine ainult ühingu liikmetele, millega ära hoiataks ja kaotataks senine laialivalgumine paberikaubanduses. Sellega ühenduses tuleb kindlaks määrata ülemaaline paberikaupluste võrk. Kaupade sortimenti tuleb piirata ja standardimist laiendada.

Majandusministeeriumi poolt korraldatavate vähempakkumiste suhtes asus koosolek eitavale seisukohale. Otsustati pöörduda märgukirjaga Majandusministri poole ning paluda vähempakkumiste ärajätmist tulevikus. Samuti kuulud koosolijate seast kaebusi üksikute kooliõpetajate kohta, kes mõjutavad kooliõpilasi ostma koolitarbeid ainult koolikooperatiividest.

Üldiselt leiti, et ühingu senisest tegevusest on olnud kaupmeeskonnale olulisel määral kasu, ja peeti tarvilikuks tegevuse senises suunas jätkamist. Tehitud töö eest avaldas peakoosolek juhatusele tänu.

Liikmemaksud.

Pärnu osakonna ettepanekul kinnitas peakoosolek 1939. aastaks järgmised liikmemaksu normid:

I järgu äritunnist. äridel	—	kr. 20.—
II „ „ „	—	„ 10.—
III „ „ „	—	„ 5.—
Ärijuhtidel, kui nad on isiklikult ühingu liikmed	—	„ 5.—

Peale selle maksab iga äri lisaliikmemaksu 1 kroon igalt äriteenijalt, kaasa arvatud ärijuhid (kui nad ühingu liikmed pole) ja õpilased.

Palume lugupeetud liikmeid tasuda ülaltoodud normide kohaselt aegsasti oma liikmemaksud. Liikmemakse võetakse vastu ühingu büroos, Estonia pst. 19. Posti teel saadetakse liikmemaksud palume lähetada samal aadressil. Osakondades asuvad liikmed võivad liikmemakse tasuda osakonna juhatusele.

Käesoleval aastal jääb ära tülikas osakonna-liikmemaks. Osakonna kulude katteks langeb osakonnale 25% sealasuvate liikmete liikmemaksudest.

Ühingu kirjadele vastamise kord.

Peakoosolekul võeti vastu järgmine otsus:

„Ühingu liikmed on kohustatud vastama ühingut juhtivate organite poolt saadetud kirjadele 3 päeva jooksul kirja kättesaamisest arvates.“

Palume kõiki liikmeid silmas pidada ülaltoodud otsust, mis on hädavajaline kiireks asjaajamiseks.

Juhatus, töökomisjon, revisjonikomisjon

Ühingu 1939. a. juhatusest langesid välja: äri likvideerimise tõttu Karl Loog (Tallinn), põhikirja § 40 põhjal Artur Must (Narva) ning loosiga Johannes Tops (Tallinn), J. Elango („Kooli-Kooperatiiv“ — Tallinn) ja Johannes Meister (Valga).

Peakoosolek otsustas suurendada juhatuse liikmete arvu 13-le, valida tagasi loosiga väljalangenud liikmed Johannes Tops (Tallinn), Julius Elango („Kooli-Kooperatiiv“ — Tallinn) ja Johannes Meister (Valga), ning valida uuteks juhatusliikmeteks Karl Kirikal (Tallinn), Konstantin Jaik sen. (Tartu), Endel Inglise (ETK — Tallinn) ja Kalju Roosipuu (Narva).

Pärast ametite jaotust juhatuse koosolekul kujunes juhatuse koosseis järgmiseks:

Esimees — Aleksander Veiler, „Rahvaülikool“ — Tallinn, I abiesimees — Tõnis Grossschmidt, „Päevaleht“ — Tallinn, II abiesimees — Konstantin Jaiksen. — Tartu, laekur — Johannes Tops — Tallinn, abielaekur — Julius Elango „Kooli-Kooperatiiv“ — Tallinn, sekretär — Ernst Seim, k.-m. Jüri Kodres — Tallinn, abisekretär — Karl Kirikal — Tallinn, ametita liikmed: August Annuk — Tartu, Endel Inglis, ETK — Tallinn, Johannes Meister — Valga, Herbert Michelson, „Postimees“ — Tartu, Kalju Roosipuu — Narva, Alice Selling Koop.-Üh. „Liit“ — Pärnu.

Juhatusliikme kandidaatideks valis peakoosolek Alfred Grünberg'i („Pres-

sa“ — Viljandi), Oskar Jagomäe (Petseri), Karl Lauer'i („Töökool“ — Tallinn), Erik Priimann'i (Rakvere) ja Karl Vindi' (Tartu).

Töökomisjoni moodustas juhatus järgmises koosseisus: Aleksander Veiler, Tõnis Grossschmidt, Johannes Tops, Ernst Seim ja Endel Inglis.

Revisjonikomisjoni valiti peakoosolekul: A. Kummandt, Sinaida Metslov, August Rannus — (kõik Tallinnast), August Kiviste — (Tartu) ja Viktor Neumann (Võru); kandidaadideks valiti Johannes Kont (Põltsamaa Õpetajate Kooperatiiv) ja Olly Reinsalu (Petseri).

Tegevus 1938. aastal.

E. Seim.

Suure töö ja rühmamise juures on vahetevahel kasulik heita pilku tehtud tööle. Allpool esitan andmeid tööst, mida tehtud paberi ja kirjutustarvete kaubandusala korrastamiseks 1938. a. jooksul. Kaupmeeskond kui majandusrahvas oskab ju hinnata kõige paremini teatud asju siis, kui need on esitatud arvudes.

Juhatuse tegevuse suunad:

1. Liikmeskonna värbamine ja selleks selgitustöö tegemine kaupmeeskonnas.
2. Uhingule uue moodsa põhikirja koostamine ja selle makmapanek.
3. Uhingu organite konstrueerimine.

On asutatud ja ellu kutsutud:

- 1) Suurmüüjate Sektsioon
- 2) Pärnu osakond
- 3) Viljandi „ ”
- 4) Narva „ ”
- 5) Tartu „ ”
- 6) Tallinna „ ”

4. Kutsealal kindlate hindade, müügi- ja maksutingimuste väljatöötamine ja makmapanek.
5. Kaupade standardimisele asumine ja kindlate normide makmapanek osale kaupadele paberikaubanduses.
6. Sidemete loomine välismaiste — eriti Skandinaavia maade — paberikaupmeeste organisatsioonidega ja sealt eeskujude ammutamine. On loodud ühendus Soome, Rootsi ja Norra paberikaupmeeste organisatsioonidega.

On välja töötatud ja maksuma pandud koostöö põhimäärusi.

1) Uus põhikiri	7 lk.	52 punkti.
2) Osakondade kodukord	2 „	21 „
3) Suurmüüjate Sektsiooni kodukord	5 „	26 „
4) Jaemüüjate koostöö kodukord	3 „	15 „
5) Suurmüüjate-vaheline koostööleping	3 „	20 „
6) Poolsuurmüüjate-vaheline koostööleping	2 „	12 „
7) Lepingud kaubamuretsejatega	2 „	11 „
8) Juhised ja müügingimused jaemüügi-hinnak	1 „	14 „

25 lk. 171 punkti.

Hinnakirju välja töötatud, maksuma pandud ja välja antud.

Suurmüügi-hinnakiri nr. 1	23 lehekülge
” ” ” 2	25 ”
” ” ” 3	20 ”
” ” ” 4	44 ”
	<hr/>
	112 lehekülge
Jaemüügi-hinnakiri nr. 1	76 ”
	<hr/>
	188 lehekülge

Välja antud: Paberikaupleja nr. 1	8 lehekülge	
” ” 2	20 ”	28 ”
	<hr/>	
	Kõik kokku 216 lehekülge	

Välja saadetud: 3697 postisaadetist.

Saadud: 410.

Vastu võetud: Soome Paberikaupmeeste Liidu ekskursioon üle 50 külastajaga.

Asemikkude-kogu koosolekuid peetud:

2. aprillil 1938. a. – Enne peakoosolekut peakoosoleku materjali läbivaatamiseks.

25. augustil 1938. a. – Jaemüügi-hinnakirjaga tutvumiseks ja selle elluviimise korraldamiseks.

30. jaanuaril 1939. a. – Peakoosoleku kokkukutsumiseks ja peakoosoleku materjalide läbivaatamiseks.

Üldine koosolekute kokkuvõte:

	11 – keskjuhatuse koosolekut	Arutatud 168 küsimust, mis täidavad 55 foolio-lk. protokolle tihedas kirjas.
	8 – töökomisjoni ”	
	3 – asemikkudekogu koosolekut	
Suurmüügi	4 – täiskogu koosolekut	
	1 – omanikkude, ärijuhtide ja reisijate koosolek	Arutatud 221 küsimust, mis täidavad 81 foolio-lk. protokolle tihedas kirjas.
	23 – juhatuse koosolekut	
	1 – Tartu grossistide koosolek	
	3 – erikomisjoni koosolekut	
+ vähemalt	20 – erikomisjoni protokollimata koosolekut.	
	<hr/>	
	74 koosolekut	Arutatud kokku 389 küsimust, mis täidavad 136 foolio-lehekülge protokolle.

Tegevusaasta lõpul oli ühingul 202 liiget, kes asuvad osalt linnas, osalt maal – 52-es eri kohas üle riigi.

1938. a. tulude ja kulude aruanne.

T u l u d.		1. aprillist kuni 31. detsembrini.	K u l u d.
Liikmemaksud:			
a) sisseastumismaks	Kr. 95.—		Asjaajamistasud Kr. 505.—
b) liikmemaks	” 833.25	Kr. 928.25	Trükitööd, kirjutustarbed ” 340.88
Suurmütjate Sektsioonilt	” 653.55		Telefon, telegraaf, post ” 156.29
Kapitali protsendid	” 5.26		Teised asjaajamise kulud ” 37.51
Hinnakirja väljaandmisest			Uür, valgustus, puhastus ” 170.40
a) kuulutused	Kr. 1859.16		Majanduslikud kulud ” 7.50
b) müügist	” 434.—	” 2293.16	UKSK liikmemaks ” 50.—
			Amortisatsioon ” 82.70
			Hinnakirja väljaande kulud ” 1335.80
			Mitmesugused kulud ” 73.52
			1938. a. ülejääk ” 1120.62
			<hr/>
		Kr. 3880.22	Kr. 3880.22

1938. a. 1. apr. — 31. dets. eelarve ja aruande võrdlus.

T U L U D:

Tulu nimetus	Eelarve	Laekunud	Rohkem (+)	Vähem (—)
Sisseastumismaks	50.—	95.—	45.—	
Liikmemaks	902.50	833.25		69.25
Toetajad liikmed	137.50			137.50
Suurmüüjate Sektsioon		653.55	653.55	
Hinnakiri		2293.16	2293.16	
Kapitali protsendid		5.26	5.26	
	1090.—	3880.22	+2996.97	—206.75
			+ 2790.22	

K U L U D:

Kulu nimetus	Eelarve	Välja antud	Rohkem (+)	Vähem (—)
Palgad	270.—	505.—	235.—	
Üürid	270.—	177.90		92.10
Kontoritarbed, trükitööd	180.—	340.88	160.88	
Post, telegraaf telefon	75.—	156.29	81.29	
Hinnakiri	150.—	1335.80	1185.80	
Sõidukulud	80.—			80.—
Ettenägemata kulud	65.—	111.03	46.03	
UKSK liikmemaks		50.—	50.—	
Vallasvara amortisatsioon		82.70	82.70	
	1090.—	2759.60	1841.70	172.10
1938. a. ülejääk		1120.62	+ 1669.60	
	1090.—	3880.22		

BILANSS 1. jaanuaril 1939. a.

Aktiva		Passiva	
Kassa	522.30	Kapital 1. apr. 1938. a.	294.79
Pangad	189.81	Suurmüüjate Sekts. summad	378.55
Inventar.	827.—	Amortisatsiooni kapital	82.70
		Uleminevad summad	41.—
		1938. a. ülejääk	742.07
	1539.11		1539.11

Märkus. Uldine ülejääk Kr. 742.07 + Suurm. Sekts. ülej. Kr. 378.55 = Kr. 1.120.62.

Oleks määratud ebaõnnestumisele katse hinnata selle töö ulatuslikumat tähtsust meie kaubandusalale, sest meie asume veel liig lähedal sellele ajale. Hindamine jäägu hilisemateks aegadeks. Asjaalgatajatele ja senistele töötajatele on aga suureks rõõmuks, kui kaupmeeskond neid pingutusi hindab ja neid kasutab oma majandusliku olukorra parandamiseks.

Selleks soovin kõigile edaspidiseks tööks jõudu, edu ja õnne!

Eelarve 1939. aastaks.

A. TULUD.			
Liikmemaksud :			
1. sisseastumismaksud		50.—	
2. liikmemaksud			
a) 15 I järgu äri à Kr. 20.—	Kr. 300.—		
b) 88 II „ „ „ 10.—	„ 880.—		
c) 96 III „ „ „ 5.—	„ 480.—		
d) 2 ärijuhti „ „ 5.—	„ 10.—	1670.—	
3. lisamaks teenijaskonnalt		300.—	2020.—
Tulud ühingu väljaannetelt			
1. jaemüügi-hinnakirjast		500.—	
2. „Paberikauplejast“ (kuulutused)		720.—	1220.—
Tulud Suurmüüjate Sektsioonist			
			300.—
Eelmise aasta kohustustest			
1. liikmemaksu arvel		200.—	
2. jaemüügi-hinnakirja arvel à 1 kr.		100.—	300.—
			3840.—
B. KULUD.			
Valitsemis- ja ärikulud:			
1. asjaajamistasud			975.—
2. asjaajamiskulud:			
a) trükitööd, kirjutustarbed		360.—	
b) telefon, telegraaf, post		240.—	
c) sõidurahad		75.—	675.—
3. majanduslikud kulud:			
üür, valgustus, puhastus			300.—
Kulu ühingu väljaannetele:			
„Paberikaupleja“ väljaandmine			750.—
Muud kulud:			
UKSK liikmemaks			50.—
Vallasvara amortisatsioon			100.—
Muud mitmesugused kulud			150.—
Toetus osakondadele			492.50
Loodetav ülejääk			347.50
			3840.—

Tallinna osakonna aasta-peakoosolek

peeti 13. aprillil Kaubandus-Tööstuskoja väikeses saalis. Osavõtjaid oli keskmiselt.

Koosoleku avas Tallinna osakonna juhatuse esimees J. Tops, kes ühtlasi valiti koosoleku juhatajaks.

1938. a. tegevusaruandes märkis osakonna esimees J. Tops neid suundi, mis osakonna tegevust juhtisid aruandeaaja jooksul. Peamiseks eesmärgiks oli liik-

mete värbamine ja siin saavutati ka võrdlemisi häid tagajärgi. Osakonna tegevuse alguses, 1938. a. septembris, oli osakonnal 39 liiget, kuni praeguse ajani on liikmeskonnast lahkunud 2 liiget (mõlemad äri likvideerimise tõttu) ning juurde tulnud 15, seega praegune liikmete arv on 52, mis moodustab Tallinna paberi- ja kirjutustarvete äridest õige suure protsendi. Äride suuruse järgi jagunevad liikmed järgmiselt:

I järgu äritunnistusega	— 10
II „ „ „	— 16
III „ „ „	— 23
isiklike liikmeid	— 3

Juhatus on pidanud aruandeaaja jooksul 10 koosolekut, kus on arutatud mitmesuguseid osakonna ellu puutuvaid küsimusi ning otsitud teid liikmeskonnavahelise koostöö süvendamiseks ja majandusliku olukorra parandamiseks. Kaupmeheliku kutseoskuse süvendamiseks korraldati vaateakende dekoreerimise kursus, mis andis rahuldavaid tulemusi.

E. Seim andis lühikese ülevaate keskjuhatusetegevusest 1938. aastal, juhtides tähelepanu tähtsusele, mida möödunud aasta omab Eesti paberi- ja kirjutustarvete turu ümberkorralduse alal.

Peakoosolek otsustas juhatusete terves koosseisus tagasi valida, nii et osakonna juhatus 1939. aastaks kujunes järgmiseks:

Johannes Tops, Karl Kirikal, Karl Lauer, Sinaida Metslov, Abel Nyman.

Juhatusliikme kandidaatideks valiti Anita Randel, Friedrich Martinson ja August Rannus.

Jooksvate küsimuste all tekitas elavaid sõnavõtte müügi teostamine suurmüügihindadega ainult ühingu liikmetele. Üldiselt leiti, et on hädatarvilik hinnasoodustuse saamine osakonna liikmetele paberikauplejatele.

Sooviavaldustena võttis peakoosolek vastu järgmised otsused:

1) Müüki suurmüügihindadega tuleks teostada ainult äritunnistuse ettenäitajaile.

2) Edaspidi toimugu paberi- ja kirjutustarvete müük suurmüügihindadega ainult ühingu liikmetele paberikaupmeestele.

3) Oleks tarvilik teha kättesaadavaks osakonna liikmetele juriidiline nõuanne.

4) Soovitav on liikmeskonnavahelise matusekassa loomine, kas Tallinnas või ülemaaliselt.

5) Tallinnast ja Nõmmelt uute liikmete vastuvõtmisel ühingusse tuleks ära kuulata Tallinna osakonna juhatusete arvamine.

Osakonna juhatusete ülesandeks jääb otsida teid nende sooviavalduste rakendamiseks tegelikkuses.

Paberikaubanduse-ala käsitlevad kursused.

Ühingul koos Eesti Raamatukauplejate Ühinguga on väljavaateid saada Kaubandus-Tööstuskojaltoetust kaubandusliikude kursuste korraldamiseks. Esialgse kava kohaselt tuleksid kursused pidamisele Tallinnas ja Tartus, kusjuures käsitlemisele tuleksid järgmised küsimused: ajalooline ülevaade paberikaubanduse arengust, äri sisekorraldus, kalkulatsioon, dekoratsioon, inventuur, raamatupidamine, maksundus, kaubatundmine, kutsealaline organiseerimine jm.

Kursused korraldatakse ühiselt Raamatukauplejate Ühinguga. Üksikajaliku kursuste kava väljatöötamiseks moodustati komisjon.

Uued liikmed.

1. Grosschmidt, Tõnis (isiklik liige) — Tallinn, Pärnu 10.
2. Inglise, Endel (ETK) — Tallinn, Narva 27.
3. Kull, Juhan — Tartu, Vene 2.
4. Lindbärg, Oskar — Väike-Maarja.
5. Lukki, Anton — Käina.
6. Mandel, Gustav — Järva-Jaani, Jaani 3.
7. Pakk, Marie — Tartu, Tähe 83.
8. Tasso, A. — Tartu, Võidu tän.
9. Türi Tarvitajateühisus — Türi.
10. Öun, Jüri — Ambla, Pikk 23.

Vääramatu jõud

**peitub ühistes pingutustes ühiste eesmärkide saavutamisel
ühiste huvide kaitsel.**

Lühiteateid.

Ühingu esimees A. Veiler välismaal.

Ühingu esimees A. Veiler sõitis 27. veebr. pikemale reisile välismaile, nimelt Prantsusmaale, Belgiasse, Hollandisse ja Taani. A. Veileri reisi eesmärgiks on tutvuda nimetatud maade paberikauplejate organisatsioonidega ja turukorraldusega. Nimetatud maade (eriti Hollandi ja Taani) paberikauplejate organisatsioonid on juba õige vanad ja nende korraldus, mis kohati eeskujulik, on olnud eeskujuks tervele reale teistele riikidele.

A. Veiler jääb välismaale umbes 6 nädalaks.

A. Veiler välisreisult tagasi.

Aprilli algul jõudis ühingu esimees A. Veiler oma pikemalt välisreisult tagasi. Tema huvitavaist reisuuljetest loodame tuua järgmises „Paberikauplejas“ pikema ülevaate. Oli ju hr. Veileri üheks reisusihiks tutvuda mitmel maal paberikaubanduse organisatsioonidega, mis lugejaid tohiks väga-gi huvitada. Kuuldavasti kavatses hr. Veiler esineda lähemal ajal vastavates huviringides ettekandega oma reisuuljetest.

Maksujõuetused paberikaubanduse alal.

Käesolev aasta algas paberikaubandusele maksuraskuste tähe all. Petseris jäi maksujõuetuks segakaupluse omanik A. Mölder, kes kauples ka paberikaupadega. Tartus jäid maksujõuetuks üks suuremaid paberi- ja kirjutustarveteärisid A. Vindi ja keskmise suurusega ettevõtte Konst. Jaik noorem.

Paber võistleb puuvillaga.

Nagu Ameerika eriajakirjad teatavad, tungib paber ikka enam ja enam aladele, kus varem kasutati ainult puuvillatooteid. Paberist kottid võistlevad edukalt riidest kottidega, paberist rätikud riidest rätikutega. Suurätid (salvrätid) on enamuses paberist jne. Kui juba maal, mis on suuremaid puuvilla kasvatajaid, paber seda kõrvale surub, siis seda enam peaks see teostuma seal, kus puuvill on kallis sisse-

veokaup. Pealegi on paberist rätikute ja suurätide kasutamine sootuks tervis-hoidlikum kui riierätide, millede pesemisel desinfektsioon võib väga puudulik olla.

Pesu-pärgament.

Kui laialdast kasutamist võib paber leida igapäevases elus, seda näeme pärgamendi kasutamisel koduses majapidamises toidunõude pesemisel. Kõik meie perenaised kasutavad tänini toidunõude pesemisel linaseid või puuvillaseid lappe. Kootud lappidel on aga see pahe, et nad lõngade vahele mitmesuguseid jäti-seid koguvad, mis ka kõige hoolikamal loputamisel sealt ei lahku. Nii on peagu võimatu lapiga, millega pestud rasvaseid nõusid, pesta klaase. Rasv on imunud lappi ja teeb ka klaasid rasvaseks. Kui aga kuskil on haigus majas või kokkupuuteid haigetega, siis on sää-rane pesemisviis väga hädasohtlik, kuna selle kaudu on nakkusvõimalus väga suur.

Suundaandvad

maailmaturul

söepaberite,

masinalintide,

Indigo-kopeerpaberite,

täitesulepea-tintide ja

templipatjade (Stampo)

alal on



tooted.

Need kaubad tagavad äri edu!

Sootuks teine on olukord, kui kasutada nõudepesemisel pärgamendist lappe. Pärgament on väga tihe, selle poorid on niivõrd väikesed, et igasugune orgaaniliste olluste tungimine neisse — eriti pärast pärgamendi vettekastmist — on võimatu. Pesemisel on pärgamenti kerge loputada jätmest puhastades ja, pesemine lõpetatud, võib pärgamentlapi samuti kuivama panna kui riidest lapi. Nii on see kasutatav korduvateks pesemisteks. Soomes näiteks on nõudepesu-pärgament eri müügiartiklina samuti nõutav kaup kui pärgament pakkevahendina. Paberikaupmehed, teil kõigil on pärgament müügil — katsetage ise sellega oma majapidamises nõudepesemisel ja alake propagandaga oma lähemate tuttavate juures. Võib olla kindel, et mõne aja järele sellele nõudmine tekib, mis läbikäiku võib tunduvalt tõsta.

Pimendamisvahendid.

Kuna poliitiline õhkkond Euroopas on muutunud äärmiselt pinevaks ja iga riik teeb, mis suudab, et end tugevamini relvastada ja paremini välja arendada oma kaitsetehnikat, siis on pööratud

suurt tähelepanu ka pimendamisvahenditele. Paljud riigid on pimendamisvahendite muretsemise, korrashoiu ja kasutamise kohta maksma pannud suundmäärused. Vaenlase õhurünnaku ajal ei tohi valgusmeres särav linn osutada ründajale sobivaks märklauaks. Valgus peab olema pimendatud, sest elu ei lakka ka rünnaku ajal. Pimedus elamutes ja avalikkudes asutistes suurendaks vaid elanikkude paanikat veelgi.

Pimendamisvahenditena kasutatakse elamutes peamiselt valgusttõkestavaid paberist aknakatteid. Eestis meil sääraseid pole veel turult saada. Soomes on need müügil ja tuntud nende valmistaja „Pidäke-Verho“ nime all, neid turustavad peamiselt paberikauplused. Kuuldavasti on üks eesti suuremaid paberija kirjutustarvete ärisid omandanud soomlastelt patendi nende aknakatete valmistamiseks Eestis.


Meie kodanliku Õhu- ja Gaasikaitse juhtivad ringkonnad peaksid huvi tundma pimendamisvahendite kasutamisele võtmise vastu, sest hilja on mõelda sellele siis, kui algab rünnak. Ühe päevaga ei saada aga selles küsimuses kuigi kaugele.

K-M. JOH. TOPS, TALLINN

V. KARJA 5. TELEFON 444-74.

Müün igal arvul kõike seltsi
peberit ja paberikaupa, pappi, pärgamenti,
pärgamiini, kooli-, kontori- ja kantseleitarbeid.

Teenimine kiire ja korralik.



K E E M I A T Ö Ö S T U S

**A.
S.** „**Odor**“

Tallinn, Kivimurru tän. 2. Tel. 310-98, 311-79,

soovitab kõrges headuses, suures väljavalikus, moodsates pakendites, soodsate hindadega

KONTORI- JA KOOLITARBEID

A.-S. „Odor’i“ tindid

ei riku sulge, ei pleegi välja, ei lähe paksuks, ei roosteta paberil, ning omavad ilusa, erksa värvi

A.-s. „Odor’i“ tušid


uutes patenteeritud korkidega pudelites

ON TÄITSA VEEKINDLAD

A.-s. „Odor’i“

muud kaubad, nagu: KLEEPIMISLIIMID, KIRJALAKID, KOOLIKRIIT, KOOLIVÄRVID, TEMPLIPADJAD ja METSAKRIIT on valmistatud kauaaegsete kogemuste põhjal ja nende headus on garanteeritud

OSTES KODUMAA TÖÖSTUSE TOOTEID,
TAGATE EESTI MAJANDUSLIKKU ARENGUT!



21 aastat

kaupmeeste teenistuses

Hinnaväärse kaubaga, kiire tellimiste täitmisega ja vastutuleliku teenimisega oleme võitnud selle aja jooksul üldise rahulolu. Kogemused, mis oleme 1918. a. peale kogunud, on tulnud kasuks kõigile.

Meie laod Harju tän., Pärnu mnt. ja sadamas mahutavad küllaldaselt, et täita igat tellimist paberikaupade, kirjutusmaterjalide ja raamatute alal. Ladudes igasugused paberid, papid, raamatuköite-tarbed, pakkematerjalid, ärraamatud, joonestustarbed, kontoritarbed, koolivahendid jne. Kõikide kirjastuste raamatud saadaval. Oma noorsoo-raamatute kirjastus.

Köite-, trüki- ja lineerimistöode vastuvõtmine. Tellime välismaalt raamatuid ja ajakirjandust. Koolide rakendusraamatud ja kaustad. Vallavalitsuste arvepidamisraamatud ja plangid.

RAAMATU, KIRJUTUSMATERJALIDE JA
PABERIKAUPADE SUURLAOD TALLINNAS

**K
Ü** „**RAHVAÜLIKOO**L“

Harju 48, oma majas, tel. 444-39, 444-37, 442-14
Pärnu mnt. 10, tel. 446-67, 446-66

Kaupmeeskonnale

soodus ostukoht!

Alati laos saadaval:

Pärgament: kõik paksused, rullides ja poognates.

Pärgamiin: matt ja pleegitatud, valge ja värviline, rullides ja poognates.

Mais- ja suitsu- (mahorka-) paber.

Seinapapid: kõigist kodumaa tehastest.

Soomus- ja lainepapid.

Pruunid, hallid ja valged papid: raamatukõitjatele ja karbitööstustele – välis- ja kodumaa tehastest.

Paberikaubad: väga mitmekesises valikus.

Kooli-,

joonestuse-,

kirjutuse- ja

bürootarbed.

„Underwood“-kirjutusmasinate,

„Triumphator“-arvutamismasinate ja paljude teiste büroomasinate

ainuesindaja Eestis.

K/M JÜRI KODRES

Tallinn, Viru 3. Tel. 478-60.