

Whiskaubandus



Nr. 1

1937

SISU:

- J. PÕDRA: Saateks.
- J. KÜTT: Ühiskaupluste välimus.
- V. SALUSTE: Vaimne side ühiskaubanduse ja rahva vahel.
- A. UDAM: Tegevuskapitali hankimine uutes ühinguis.
- H. NORMAK: Ühingute maksustamispraktikast.
- V. UDAM: Öpperingide korraldamisele!
- A. TEALANE: Kanamunakaubandus vajab tihedat kokkuostuvõrku.
- A. IRUDA: Seemnevilja saamise võimalusi.
- H. ARMAN: Millistena sooviksime näha ühiskaubanduslikke ehitisi.
- V. UDAM: Spetsiaalkaubandus ja ühistegevus.
- J. KÜTT: Loogem ostjaskonnale hea „ostuõhkkond“.
- J. KÜTT: Ühiskaupluste vaateaknad.
- J. VARANGU: Tasa ja targu.
- V. PEDAJAS: Pudukauba hoiukarbid.
- Kaubaturu ülevaade.
- Teated.

Ühiskaubandus

ÜHISKAUBANDUSE TEOORIA JA PRAKTIKA AJAKIRI
ILMUB KUUS KORDA AASTAS • VASTUTAV TOIMETAJA J. PÕDRA

Nr. 1 — 1937

I aastakäik

Vähem kui ühe lühikese inim põlve kestes oleme võinud jälgida ühiskaubanduse tormi- ja tungiaastaid, asutamisaegu, ühingute okkalist eluteed õnnestumistega ja äpardumistega, kriisiaegu ja likvideerimisi, nendega kaasas käinva meeleolu langemisega pooldajate juures ja vastaste rõõmsaid lootusi ühiskaubanduse lõpulikule kokkuvarisemisele. Teame, et julgus ja andumus oma tööle on päästnud ühiskaubanduse kriisist ja selle koguni viinud õitsele, niivõrd, et erakaubanduse juhtivad jõudki avameelselt tunnustavad ühiskaubanduse elujõudu ja organisatsioonilist otstarbekohasust. Nad leiavad vajalikuks seni alahinnatud ühiskaubanduselt võtta eeskuju.

Ajad muutuvad. Elame jälle kord erakordseid aegu. Kõikjal näeme tormitsevat tunglemist, mis ähvardab lõppeda uute jõuvahekordade kujunemisega riikidevahelises elus ja ära muuta mitmed senised kaljukindlad vaated mõtlemisviisides. Leiavad aset ümberhindamised ühiskonna moraalsete ja õiguslike aluste kujunemises. Ühistegevus on oma loomult rahvaga tihedamalt seotud, kui ükski teine majanduselu vorm, ta on rahvas ise vabas majanduslikus loominguks. Ühistegevuse areng erimaades on kujunenud tundmatuseeni lahkuminevaks. Kuna enne maailmasõda ühistegevus kõikjal arenes sedamööda, kuidas kujunes ühistegevuse sisemine ideoloogia, siis pärast seda näeme sootu uut olukorda. Vähem arenenud ja sõja läbi kannatanud maades ühistegevus kujuneb vaid nimeliseks, tõeliselt muutudes riigiaparaadi osaks. Ainult kultuursemates Lääne-Euroopa, Anglo-Saksi ja Skandinaavia maades saab ühistegevus vabalt areneda rahva isetegevuse, omaabi puhtail põhimõtteil.

Ühiskaubandus Eestis on võinud kujuneda sarnaselt, nagu on olnud tema sisemised jõud. Ühiskaubandus on juba aastaid asunud seisukohal, et ta peab olema võimeline kandma kaubanduslikku võistlust võrdsetes tingimustes erakaubandusega. Ei ole soovitud mingeid abistamisi või eestkostmisi, ja aeg on andnud sellele seisukohale õigustuse.

Ühiskaubandus ei saa teha kaasa kõiki moodsaid ajavoole ja neist järgnevaid katsetusi. Tahame pidada kinni väljakujunenud ja tegeliku elu raskustes läbiproovitud põhimõttest ja töökorrast, muudugi riigis kehtivale majanduslikule üldolukorrale vastavalt. Ühistegevus on edumeelne liikumine, sihitud rahva majandusliku olukorra tõstmisele. Mõtteviisilt, töö kujundamiselt on ta aga kindlasti konservatiivne. Sest ta ei saa oma töömeetodeid juhulikult või tujude kohaselt vahetada ja muuta juba oma laialdase organisatsiooni pärast, kus iga samm peab olema kainealt kaalutud ja põhjendatud nii, et ettevõetavad korraldused oleksid igaihele selged, loogiliselt arusaadavad ja paremale äratundmisele vastavad. Ainult siis võime oodata poolehoidu tarvitajaskonnas ja saame ostujõu tõelist koondamist viia ellu.

Ühiskaubanduse sihiks on vaba koondumise kaudu organiseerida teadlikke rahvahulki aktiivseks majanduslikuks loovaks koostööks. See nõuab õilsate ja õiglaste ühistegeliste põhimõtete tegelikku rakendamist, see nõuab ausa, püüdliku ja võimelise juhtkonna selektsiooni, see nõuab töötavalt personaalilt oma kutsealalises töös ajakõrgusel piisivaid teadmisi, nõuab liikmeskonna aktiivset osavõttu ja kaasatundmist ühiskaubanduse üritustele.

See paneb meile, ühiskaubanduse valitvale ja kutselisele tegelaskonnale, vastutusrikkad ülesanded. Mitte ainult aus tahe, vaid ka küllaladsed tehnilised võimised, äriiline andekus ja vilumus ning orienteerumine riiklikes ja majanduslikes üldkõnnetustes on nõutavad. Neid nõudeid võime rahuldada vaid siis, kui meie püsivalt ajaga kaasa sammume, ammutame kõik, mis ühiskaubanduse eduks kasutatav ja rakendame selle tegelikku tööle.

Ühiskaubanduse tegelaskonnale kutselises töös tahab abiks olla ilmutumist alustav „Ühiskaubandus“. Seni olid võimalused ühiskaubanduse erikõnnetuste käsitamiseks ühistegelikes üldajakirjades liiga piiratud. Edenev aeg seab aina suuremaid nõudmisi, ja sellest tingituna ongi tekkinud eriajakiri. Tulgu tema töö kasuks ühiskaubandusele ja selle kaudu kogu meie rahvamajandusele.

J. PÕDRA.

Märts 1937.

Ühiskaupluste väline ilme ja puhtus on neid tegureid, mis eelkõige köidab ostjaskonna tähelepanu. Ühiskauplus peab millegagi erinema omast ümbrusest. Õppigem loodusest, kes on osavaimaid reklaamimeistreid. Taimed, kes vajavad putukate kaasabi tolmlemiseks kaunistavad endid värviküllaste ja lõhnavate õitega. Nende värvide mängu ja maitsekust ei jõua meie küllalt imetella. Selle vastu aga taimed, kes tolmlevad tuulest, nagu kõrsviljad, ei ole endi välisilule erilist rõhku pannud.

Kas ei ole lugu samuti ühiskauplustega? Ühiskaupluste elu oleneb ostjaist. Nende tähelepanu köitmiseks ja poolehoiu võitmiseks tuleb ühiskauplustel end meeldivalt ja puhtalt kaunistada. Esijoones tingib see kauni ja meeldiva välisilme ning sobiva asukoha.

Ühiskaupluste välisilme tõstmiseks on praegu seda enam põhjust, et kodukaunistamise hoogtöös oodatakse eeskujuga ühistegelikelt asutistelt. Säärast lootust avaldas kodukaunistamise peakomitee juba möödunud kevadel, kui hoogtööga alati. Tänavu kevadel algab kodukaunistamise hoogtöö uuesti. Hoonete kohendamise ja värvimise ning puude ja põõsaste istutamise kõrval tahetakse tänavu erilist rõhku panna puhtusele nn. „puhtuse nädala“ korraldamisega.

Möödunud kevadel kodukaunistamise hoogtöö alates ETK pöördus oma liikmete-ühingute poole erilise läkitusega, et ühingud võtaksid korrastamisele esijoones oma kaupluste hooned ja ümbruse. Tänavu tuleb seda tööd

jätkata suurima hoole ja tahtega. Ükski ühiskauplus ei tohiks jääda sarnasesse seisukorda, et tema välisilme kohendamise vajadusele hakataks juhtima tähelepanu väljastpoolt. See oleks juba häbiasi!

Kui julgeme rääkida ühiskaupluste õilsaist eesmärkidest ja püüetest rahva huvide ja kodumaa heakäekäigu teenimisel, siis eeskujuga kodukaunistamise hoogtöös võiksime jälle omi püüdeid tegudega kinnitada.

Eriti harjutatagu puhtuse-silma!
Nüüd, kevadel võivad ühiskaupluste otseses ümbruses lume alt hakata silma paistma mõndagi mustust ja prügi, mis talve jooksul sinna kogunenud. Labidas ja luud teevad head puhastustööd, kui ühiskaupluste personaalil on silma näha mustust ja korratust ning tahet ja hoolt seda eemaldada.

Eriti võetagu järele vaatamisele ühiskaupluste ja hoonete välimus. Kus valitseb luitunud ilme, seal leitagu võimalusi hoonete kohendamiseks, värvimiseks, krohvimiseks, et ilmet värskendada. Põhjalikuma ümberehitamise kavatsuse puhul koos kaupluste sisekorrastamisega pöördutagu ETK arhitekti poole nõuande ja vastavate plaanide saamiseks.

Roostetunud ja värvuselt tuhmunud sildid on vaja uuesti värskendada, või koguni valmistada uued, kui seni sed ei rahulda uudse sildi nõudeid. Uudne silt eeldab soliidset suurust ja kaugele nähtavust, mida saavutame sobivate värvidega ja sildi asetamisega nähtavale kohale.

Hoone välisilme ja silt on välisehteks, mis kaugelt köidavad tähelepanu.

Hoone välisilmet rikuvad korrapäratult asetatud ning maitsetud ja pleekunud reklaamplakatid. Nende paigutamiseega välisseintele oldagu võimalikult tagasihoidlik. Maitsekad rek-

laamplakatid leidku kasutamist vaa- teakendes koos vastava kaubaga.

Hoolega võetagu kaalumisele, kas ja kuidas saab kaunistada ühiskaup- luse otsest ümbrust puude, põõsaste ja lilledega. Istutamised teostatagu kevadel sobival ajal.

Vaimne side ühiskaubanduse ja rahva vahel

V. Saluste

Kuidas seda kõvendada?

Tarvitajate- ja majandusühingute majanduslik tegevus viimaseil aastail on arenenud üldiselt soodsalt. Läbi- müügid on tõusnud. Töökorraldus ja asjaajamine on paranenud. Ühiskaup- luste arv on suurenenud. Nende kor- rastus ja väljanägemine on omanda- nud ajakohasema ilme. Ühiskaubandu- se osatähtsus ja mõju meie majandus- elus ei ole enam palju taga teiste enamarenenud maade ühiskaubanduse omast.

Ühingute majandusliku tegevuse arenemisega pole aga pidanud sammu vaimsete sidemete kõvenemine ühin- gute ja rahva vahel. Rahvas üldiselt suhtub ühiskaubandusse küll heataht- likult, kuid see sõbralikkus pole are- nenud küllalt aktiivseks osavõtuks ühingute tegevusest. Kogemused tei- sis mais ja ka meil näitavad, et ühis- kaubandus saab täita oma ülesandeid edukalt ja areneda kindlalt vaid siis, kui ta tugineb kahele kandetalale, s. o. kui ta korraldiku majandusliku tege- vuse ja võistlusvõime kõrval omab ka

tugevaid vaimseid sidemeid laialdaste rahvahulkadega. Ühe kandetala tuge- vus võib teise nõrkust ajutiselt küll varjata, kuid varem-hiljem ilmneb see puudus siiski teraval kujul ja sageli alles siis, kui remont osutub juba väga raskeks või koguni võimatuks.

Ühiskaubanduse ja rahva vahel va- litsevate suhete reljeefsemaks esile- toomiseks ja õigemate järelduste tege- miseks jagame rahva tema aktiivsuse, tugevuse ja suuna järgi ühiskauban- duse suhtes kolme rühma: 1) vasta- sed, 2) ükskõiksed ja 3) pooldajad.

Ühiskaubanduse aktiivsete vastaste rühma peamise osa moodustavad era- kaupmehed. Neile seltsib veel mitme- suguste muude majanduslike ja teiste ettevõtete omanikke, kelle tegevuse soovikohast arenemist ühiskaubandus kuidagi takistab. Kui siia arvata juu- re need, kes suguluse, sõpruse või mõ- nesuguste muude sidemete tõttu era- ettevõtjaiga ei saa suhtuda ühiskau- bandusesse soodsalt, siis olemegi loet- lenud tähtsamad ühiskaubanduse vas-

tased. Suuruse poolest pole see rühm küll ulatuslik, moodustades vaid ca 10% kogu rahvast, kuid oma aktiivsuse poolest ületab ta kõik teised. Siia rühma kuuluvate inimeste ümberkasvatamiseks aktiivseiks ühiskaubanduse pooldajaiks ei maksaks ühiskaubandusel aega kulutada ega vaeva näha.

Suur osa inimesi suhtub ühiskaubandusse ükskõiksealt. Neil pole olnud juhust või nad pole võtnud vaevaks ühiskaubanduse üle mõtiskella ega võtta selle kohta seisukohta. See rühm inimesi teab ühiskaubandusest vähe ega tee suurt vahet ühiskaupluste ja erakaupluste vahel. Sellesse, ühiskaubanduse suhtes ükskõiksete rühma kuulub ligikaudu 50% meie rahvast. Ükskõiksete % linnades on suurem kui maal.

Ühiskaubanduse pooldajate rühma kuuluvad inimesed on ühel või teisel teel õppinud ühiskaubandust tundma ning on hakanud seda hindama. Kuid oma teadlikkuses ja aktiivsuses erinevad nad üksteisest suuresti. Aktiivsemad pooldajad on astunud ühingute liikmeiks, saades sellega ühiskaubanduslike ettevõtete kaasomanikeks ja omandades ka õigused võtta osa nende valitsemisest ja juhtimisest. Passiivsemate osavõtt ühissettevõtete tegevusest piirdub ainult nende kasutamiseга. Ühiskaubanduse pooldajate rühma kuuluvate inimeste arvu võib arvata ca 40%-le meie rahvast.

Praeguseid suhteid ühiskaubanduse ja rahva vahel ei saa pidada küllalt rahuldavaiaks. Meie sihiks olgu jõuda niikaugele, et kogu rahval oleks teada, mis on ühiskaubandus, mis ta on teinud ja teeb ja millised põhimõttelised alused teda kannavad. Eriti on vaja levitada teadmisi ühiskaubanduse üle

nende seas, kes praegu ühiskaubanduse suhtes on ükskõiksed. Sealt võib saada ühiskaubandusele palju uusi sõpru.

Teiseks peaksime tahtma jõuda selleni, et kõik ühiskaubanduse ettevõtete kasutajad oleksid nende kaasomanikud ja suhtuksid oma ühissetevõttesse peremeheliku iseteadvuse ja hoollega, hinnates, eelistades ning korraldades ja kaitstes neid nagu kõike seda, mis on oma.

Sidemete kõvendamiseks ühiskaubanduse ja rahva vahel loob eeldusi ja aitab suuresti kaasa ühiskaupluste majandusliku tegevuse laitmatu korraldus. Kuid sellest üksi pole küllalt. Käsi käes korraldiku majandusliku tegevusega peab käima ka pidev ja kaval kindel selgitus- ja kasvatustöö.

Selliseid ühinguid, kus selgitustööd tehakse süstemaatiliselt, pole meil praegu palju. Valdavas enamikus ühinguis tegevus selgitustöö alal kannab veel juhuslikku ilmet. Vastavalt töö korraldusele on ka selle tulemused juhuslikud ja väiksed.

Iga töö edukuse eeltingimuseks on selle süstemaatiline teostamine. Ka selgitustöö jaoks on vaja kohaliku olukorra analüüsi põhjal iga aasta jaoks seada üles võimalikult konkreetsed ülesanded ja ülesseatud sihtide kättevõitmiseks koostada üksikasjalikud töökavad. Need teostatud, tuleb vaadata, kas ja millised soovitud tulemused saavutati.

Kuna suur osa rahvast teab ühiskaubandusest veel vähe või ei tunne seda üldse, siis on iga ühingu ülesandeks tutvustada ja selgitada oma piirkonna rahvale nii enda kui ka keskuhingu tegevust ja ühiskaubanduse põhimõtteid. Selleks otstarbeks on

küll sobivad ja ka rohkesti kasutata-
vad koosolekud, kuid nende mõju
üksi on pealiskaudne ja lühikese kest-
vusega. Koosolekute mõju täiendamiseks
oleks vaja kõigile ühiskaupluste
kasutajatele ja ka neile, kellest varem-
hiljem võib loota kasutajaid ja liik-
meid, saata koju kätte ühingu tege-
vuse ülevaateid ja aruandeid ning või-
maluste piires tellida neile ühingute
poolt ka „Ühistegelised Uudised“. Ka
ühingute poolt korraldatavad õpireisid
ja näitused annavad siin häid tule-
musi.

Tarvitajate- ja majandusühinguil
on praegu 40.000 liiget-kaasomanikku,
s. o. ühiskauplusiga on tihedamini seo-
tud vaid 15% perekondadest. Mitte-
liikmete-ostjaiga kokku ühiskaupluste
kasutajaks on 40% meie perekonda-
dest. Ostjaskonna ja liikmeskonna
suurenemine vastava organiseerimi-
seta ühingute poolt areneb aeglaselt.
Uute kasutajate ja kaasomanike juu-
resaamiseks ühiskauplusil tuleb
eemalseisjaid kaasa kutsuda. Parimaid
tulemusi annavad siin isiklikud suu-
lised ettepanekud ühingu personali
või liikmete poolt ja vastavad isikli-
kud kirjad ühingu poolt. Kui, näiteks,
iga ühiskaupluse kasutaja võtaks oma
ülesandeks tuua ühingule juure ühe
uue ostja ja iga liige — ühe uue liik-
me, siis jõuaksime sihile üsna kiiresti.

Ühiskaubanduse „raudvaraks“, sel-
lele vaimse tugevuse andjaks ja selle
peakandjaks on teadlikud ja aktiivsed
liikmed. Selliseid pole ühinguil praegu
palju ja neid ei tule praegu ka kuigi
rohkesti juure. Ühingute ülesandeks
on neid juure kasvatada. Kõige pare-
mini saab seda teha vastavate õpiri-
ngide, mitmesuguste eriringide ja vaid-
luskoosolekute kaudu. Neile tuleb

ühinguil pöörata tõsisemat tähelepa-
nu. Ka õpilaskooperatiivel on täita
tähtis ülesanne rahva isetegevuse
arendamisel.

Sidemete kõvendamiseks ühiskau-
banduse ja rahva vahel on aga kõige-
pealt vaja, et ühingute juhtkond, s. o.
juhatused ja ärijuhid ise tihedate si-
demete tarvidust vääriliselt hindaksid
ja selle loomiseks ja arendamiseks pü-
hendaksid vastavale selgitustööle vää-
rulist tähelepanu, võttes oma ülesan-
deks ühingu majandusliku tegevuse
korraldamise kõrval ka selgitustöö
juhtimise.

Paljud ühingud on senini lootnud
peamiselt keskühingu abile. Enda al-
gatusel ja oma jõududega on korral-
datud selgitustööd võrdlemisi vähe.
Kuigi keskühing püüab omalt poolt
teha kõik, mis võimalik ühingute
abistamiseks, ei saa see kaasabi olla
siiski niivõrd ulatuslik ja pidev, et
ühingud võiksid jääda lootma vaid sel-
lele. Mida rohkem ühingute juhtivad
tegelased — juhatused ja ärijuhid
jõuavad arusaamisele, et ühingu piir-
konnas selgitustöö juhtimise ja kor-
raldamise pearaskus tuleb kanda ik-
kagi neil ja et selgitustöö tulemused
olenevad peamiselt nende algatus- ja
korraldusvõimest, seda intensiivse-
maks muutub töö sel alal ja seda tihe-
damaks kujunevad ka ühingute side-
med rahvaga.

Kas ühingus selgitustöö tegeliku
korraldamise ülesande võtab enda pea-
le mõni juhatusliige, ärijuht või mõni
teine ühingu ametnik või leitakse sel-
leks sobiv isik väljaspoolt liikmete
seast, see sõltub iga ühingu eriolu-
dest. Igal juhul on aga hädavajalik, et
selgitustöö korraldamine tehakse ju-
hatuse poolt kellegi ülesandeks, kes

muidugi kannab siis ka vastutust oma töö korralliku teostamise ja selle tulemuste eest.

On endastmõistetav, et väga mõjuv osa selgitustöö korraldamisel on täita ühingu palgalisel personaalil, kes on alati ühingu tegevuse juures ja kes ka oma ettevalmistuse poolest omab rohkesti eeldusi selgitustöö edukaks teostamiseks.

Iga ühingu tegevusest peegeldub ka tema juhtkonna ühistegevuslik vaim.

On selle tase kõrge, siis on ka ühingu vaimne side oma ümbruskonnaga tugev.

Liigvesi mullas ei võimalda käärimist ega taimekasvu — rahva teadmatuse ja ükskõiksuse takistab ühiskaubanduse arengut. Liigvee kõrvaldamiseks on vaja põhjalikku kraavitudust — rahva passiivsuse kaotamiseks tuleb teha kavakindlat ühiskaubanduslikku selgitustööd. Juhuslik töö ei vii sihile.

Tegevuskapitali hankimine uutes ühinguis

A. Udam

Uued ühinged tihti algavad tegevust võörkapitalidega. Liikmete arv on esialgu väike ja omakapitali vähe. Kasutatakse peamiselt kaubamuretsejate krediiti.

Kuid niisugune olukord ei tohiks kesta kaua. Juba alguses tuleb mõelda järk-järgulisele omakapitalide suurendamisele ja võörkapitalide vähenemisele. Näiteks, võiks võtta sihiks, et esimese viisaasta lõpuks ühingu tegevuskapital peaks koosnema järgmiselt:

Osakapitalid —		
osakapital	10%	
ühiskapitalid	20%	30%
Kohapealsed laenu		30%
Kaubamuretsejate krediit	40%	
		<u>100%</u>

Kui arvata ühingu keskmiseks läbimüügiks aastas kr. 150.000.—, siis vajaks ta tegevuskapitali ligikaudu kr. 30.000.—.

Liikmete arv ja osakapital peaks kujunema esimese viisaasta lõpuks järgmiseks:

20 kr. osamaksuga	25 liiget.	Kr. 500.—
15 „ „	50 „ „	750.—
10 „ „	125 „ „	1.250.—
5 „ „	100 „ „	500.—

Kokku 300 liiget. Kr. 3.000.—

Siin on eeldatud, et põhikirja järgi on osam 10 kr. ja peakoosolek teinud liikmeile sunduslikuks omandada kaks osami, s. o. määranud sunduslikuks osamaksuks 20 krooni. Liikmeks astumisel tasutakse sellest vähemalt 5 kr. ja muu osa jaokaupa viie aasta jooksul, arvates liikmeks astumise ajast. Peakoosolek võib muidugi määrata esialgseks sissemaksumääraks ka väiksema summa, näiteks 2 krooni. Kuid see ei peaks muutma asja kuigi palju, sest on ka neid liikmeid, kes tasuvad liikmeks astumisel kohe 10 kr. või koguni 20 kr. Ka võib peakoos-

olek määrata sundusliku osamaksu-määrä suurema, näiteks 30 krooni.

Normaal-põhikiri näeb ette, et kuni sundusliku osamaksu sissemaksmisseni arvatakse osa- ja ostukasu osamaksu täienduseks. Kui ühingu põhikiri seda ette ei näe, tuleb peakoosolekul ühes sundusliku osamaksu kindlaks määramisega teha vastav otsus.

Normaalse tegevuse juures peab aastane läbimüük kr. 150.000 võimaldama puhaskasu-üle jääki nii palju, et saaks iga aasta määrata tagavara- ja teisteks ühiskapitalideks v ä h e m a l t kr. 1.200. Seega viie aasta jooksul kr. 6.000.

Asjatundliku ärijuhtimise ja terve te kalkulatsioonide juures on see saavutatav ka siis, kui ühingu asutamise kutsub esile kohapeal esialgu terava võistluse. Arusaadavalt peaks asjatundliku ärijuhtimise kõrval käima ka hoogne ühiskaubanduslik selgitustöö.

Niimoodi oleks esimese viisaasta möödumisel ühingu omakapitalid:

osakapital	Kr. 3.000.—
ühiskapitalid	„ 6.000.—
	<hr/>
	Kr. 9.000.—,

mis teeb kr. 30.000.— tegevuskapitalist 30%.

Et vähendada krediidi kasutamist kaubamuretsejate juures, tuleb paralleelselt omakapitalide kogumisega hankida kohapealseid laene ühingu liikmeilt ja teistelt ühingu pooldajailt.

Laenude kohta tuleb määrata kindlaks alammäär ja ülemmäär, mis ühelt isikult võetakse, ning laenudelt maksetav intress. Laenud võetakse kindla tähtaja peale. Intress määra-

takse aasta normes. Ühelt isikult võetava laenu alammääraks võiks olla 50 kr. ja ülemmääraks 500 kr. Ühelt isikult võetava laenu ülemmäär võib olla ka suurem; siis tuleb laenu vastuvõtmisel määrata mitu tähtaega, et tagasimaksmine ei teeks raskusi. Intressi võiks maksta praeguse rahaturu seisukorra juures laenudelt tähtajaga 3—6 kuud — 4—5%, tähtajaga üle 6 kuu 5—6%. Tähtaja kättejõudmisel võib laen jääda uue tähtaja peale.

Kohapealsete laenude hankimisele tuleb panna erilist rõhku, sest nad koosnevad harilikult väiksematest summadest mitmesuguste tähtaegade ja nende tagasimaksmine ei tee raskusi; pealegi on nende intress pangalaenu intressist madalam.

Ka pangalaenu võib kasutada, kui on olemas selleks võimalusi. Laenu kuju, krediidi ulatuse ja muude tingimuste üle tuleb kokku leppida pangaga. Kõne alla võiks tulla kõigepealt laen kontokorrent-arve näol.

Ühtlasi tuleb silms pidada kapitali otstarbekohast kasutamist. Eriti tuleb:

1) teha kaubaostud asjatundlikult ja osta ainult minevat kaupa, hoolitsedes, et kaubatagavara oleks liikviidne ja kauba ringkäik kiire;

2) kauba müügihindade määramisel pidada kinni tervetest kalkulatsioonide põhimõtetest, arvestades seejuures, et tulud peavad katma kõik kulud ja andma ülejäägi ning et võistlusartiklite müügi alal ühing oleks kõigiti võistlusvõimeline;

3) võrrelda kulusid tuludega iga kuu;

4) hoiduda võlgumüügist üldse, kui ühingul ei ole selleks kasutada eri-

krediidite; erikrediidide kasutamisel mitte müüa võlgu lahtisel arvel ja nõrkade kindlustuste vastu;

5) loobuda kapitali mahutamisest kinnisvarasse, samuti suuremaid summasid vajava vallasvarasse (veoau-

tod jm.), kuni omakapitalide kogumise vastava määrani.

Otstarbekohase tegevuskapitali hankimise ja kasutamise kaudu luuakse alus ühingu edukaks tegevuseks ja omakapitalide kogumiseks.

Ühingute maksustamis- praktikast

H. Normak

I

Kõige tõsisemalt juhime ühingute tegelaste tähelepanu tempelmaksu eeskirjade ja normide täitmise vajadusele, kus hooletus ja ettevaatamatus võivad tuua ränki trahve.

Hiljuti esitati meile maksuinspektori otsus, millega nõutakse:

1) tempelmaksu ühingult solidaarselt ärijuhiga kr. 96.54;

2) tempeltrahvi ühingu 1926. a. — 1928. a. juhatusel liikmetelt solidaarselt kr. 279.60, ühingult endalt kr. 440.15 ja ärijuhilt kr. 719.75, s. o.

ühe otsusega üks tuhat viissada kolmkümmend kuus krooni.

Põhjus: ühingu juhatusel ja ärijuhi vahel oli 1. juulil 1926. a. sõlmitud teenistusleping määramata aja peale, milles oli märgitud kindel palk ja läbimüügi protsendid.

Äriraamatud näitavad, et 1. juulist 1926. a. kuni 1. veebr. 1936. a. oli ärijuht saanud tasu kokku 11.599 krooni ja tempelmaksu oleks vaja kr. 115.99, arvates 1% nii endise kui ka praeguse tempelmaksu-tariifi järgi.

Oieti ei ole seda palju — veidi üle 10 kr. aastas ja asjaosalised oleksid võinud vabalt seda ära tasuda tempelmaksu seaduse § 7 p. 2 c kohaselt hil-

jemalt kuu aja jooksul pärast iga lepingaasta möödumist.

Nähtavasti asjaosalised ei olnud siis teadlikud, et hoidsid säärase korraldamata lepingu oma asjaajamises ja esitasid selle revideerivale maksuinspektorile.

Need read räägivad enda eest ja soovitame ettevaatust lepingute koostamisel — kui juba kirjalik leping sõlmitakse, siis kindlasti korralikult tempelmaksustada.

Samuti on viimasel ajal tulnud ette, et ühingu arhiivis on leitud ajutise iseloomuga märkmeid operatsioonide kohta, mis ammu tasutud ja lõpetatud, kuid kandes ka vastaspoole allkirju, kuuluvad siiski tempelmaksu alla.

Nende avastamisel järgnevad nüüd tempeltrahvid kõikidele asjaosalistele, kes olid kindlad, et need operatsioonid on unustatud ja märkmed hävitatud.

Nii siis — ühingute dokumentide kogud ja arhiivid korda — ja sisaldagu ainult tempelmaksustatud dokumente.

Tuleb pidada meeles, et tempelmaks ei aegu üldse ja trahvi aegumise aeg on 10 aastat — siiski pikk aeg, et üllatusi tuua.

Tegevuse ja läbikäikude tõusuga on suurenenud ka ühingute vastulausete hulk, mis tekkinud arusaamatustest ühingute maksustamise alal.

Viimasel ajal on mitmete ühingute maksualust tulu suurendatud inventuuri omahinna tõstmisega. Imelikul viisil on tõstmine sündinud neil ühinguil, kes esitasid aasta-aruanded, milles oli trükitud ka kaubakontroll-arve väljavõte.

Maksuamet nägi seal, et müügihinnaga oli kaupa rohkem, mis muidugi on õige asi ja sealt arvutati mingi omahind, võttes maha 14—16% või veelgi vähem ja mis üle selle — arvati maksu alla vististi kui varjatud tulu.

Säärane toiming ei ole õige — kontroll-arvel on kaup alles müümata ja kuis saab arvata saadud tuluks müügi- ja omahinna vahet, mis alles veel kassasse sisse tulemata. Aastalõpu kaubainventuuris on kaup omahinnaga üksikasjalikult üles loetud ja hinnatud. Pahatihti tuleb seal veel omasisseostuhinnast maha arvata summased, näit. praak kaubast, moest läinud ja seismajääud kaubast jne.; seda tuleb iga kaubaliigi juures märkida eraldi.

Maksuinspektoril tuleb inventuuris üksikasjalikult iga kauba liiki analüüsida ja siis alles langetada otsus, kas seal on varjatud tulu.

Igal juhul ühingu juhatus peab vastutama selle eest, et äriseisus ei ole varasid hinnatud üle nende tegeliku väärtuse. Ja kui peakski hiljem kaup müüdama kõrgema hinnaga, siis tuleb raha ühingu kassasse ja maksusta-

takse järgmisel aastal juba kui sündinud fakt.

Kuuldavasti on ühingud ka säärase juurearvamise kohta esitanud vastulaused — mis täiesti õigustatud.

Teine asi, mis tihti tuleb päevakorrale, on ühingutelt põllusaaduste ostumüügi kohta eri äritunnistuse nõudmine.

Riigikohus on seletanud, et iga tegevusharu kohta peab ettevõtjal olema eri äritunnistus. Maksuinspektorid loevad ühingu vilja ülesostu kui eritegevust ja trahvivad ühinguid.

Ühest vastavast otsusest loeme — „Arutanud vastulause, kaalunud maksustamisse puutuvaid andmeid ja pannud tähele, et O. M. S. §§ 449 ja 455 põhjal tuleb iga üksiku ärilise ettevõtte peale lunastada omaette äritunnistus. Ühiskauplusel on oma talurahva kaupluse peale ka lunastatud vajaline äritunnistus. Kuid peale selle toimetab 1935. a. alates kuni senini ühiskauplus ärisihil teravilja ülesostu edasimüüki. Selle ettevõtte peale vajalist äritunnistust lunastatud ei ole ei 1935. a. ega ka 1936. a. eest. See tõttu on äritunnistuste nõudmine ja trahvimääramine põhjendatud otsustasini jätta vastulause rahuldamata.“

Siin on aga kaks asja unustatud — esmalt, ühingute põhikiri § 2 lubab harilikult oma liikmete põllumajandussaaduste realiseerimist ja vilja ülesostu-tegevus on sellega ühingu põhikirjas ette nähtud.

Teiseks, pole millegagi tõestatav, et ühing toimetab seda ülesostu ärilise sihiga — mis on sügisene ülesost ja alahoid ning hilisem realiseerimine linnas kõrgemate hindadega.

Tihti ei olegi ühingul vastavaid aitu,

kuidas sai ta siis toimida ärilise sihiga?

Nende kahe vastuväitega on rida ühinguid võitnud trahviprotsessid.

II.

Viimasel ajal on ühingutel olnud arusaamatusi maksuinspektoritega peajasjalikult äri- ja tulumaksude alal, vähem on ette tulnud trahvimisi äritunnistuste ja siltide puudumise tõttu.

Et ka sellel alal võib ette tulla sekkeldusi, sellest paar alljärgnevat näidet.

Maksuinspektori otsusest loeme järgmist: Revideerimisprotokolliga on tõendatud, et kaupluseruumi kõrval on veel 3 lahtiste uste kaudu ühendatud ruumi, mis on määratud kaupade hoidmiseks. Sama protokolliga tehti kindlaks, et kõigil ladudel puuduvad sildid. Neljal laol leidus ühingu märk, kuna teistel ladudel ei olnud mingisuguseid silte ega ka ärisilte asendavaid märke. Sellepärast nõuti veel üht II järgi kaub. hinnalist laotunnistust ja määrati trahvi kr. 5.— laotunnistuse puudumise eest ning trahviti kr. 25.— siltide puudumise eest. Vastulauses seletatakse, et kaupluse kõrval asuv 3-toaline ruum olevat harilik kauplu-

seruum; 3 sildi puudumist võetakse ka õigeks.

OMS § 461 järgi loetakse eriliseks laoruumiks kinnine ühe või mitme eraldi sissekäiguga ruum, kuigi see koosneks mitmest üksteisega ühenduses olevast toast, mis on määratud kaupade hoidmiseks ja pakkimiseks. Seega on kaupluse kõrval asuv 3-toaline ruum õieti loetud laoruumiks. Vastulauses seletatakse küll, et 3-toaline kõrvalruum olevat harilik kaupluseruum, kuid revideerimisel on leitud, et kauplemine toimub vaid ühes ruumis, milles asub ka kontor.

OMS § 488 järgi peab igal laoruumil olema vastav silt. Et siltide puudumine on kindlaks tehtud, siis on ka trahvimine põhjendatud ja trahvi ülemmäär on iga sildi puudumise eest kr. 10.— OMS § 585.

Neil asjaoludel, käsitades MKS §§ 68 ja 69 maksuinspektor otsustas: vastulause jätta rahuldamata.

Üldiselt tuleb järgi vaadata, et igal laoruumil on oma laotunnistus ja igal asutusel ja laoruumil ka oma vastav silt. Seda viimast seadusenõuet ei ole seni täpselt täidetud. Nüüd tuleb ka hoovis olevate ladude ustele või väravatele lasta teha vastav silt.

Õpperingide korraldamisele!

V. Udam

Ühingute majandusliku ja äritehnilise olukorra stabiliseerumisega ker-
kib ühistegevusele järgmine ülesanne
— tihedama kontakti loomine liikmes-
konnaga ja liikmete kasvatamine oma

ülesandeks teadlikeks ja aktiivseiks
ühistegelasteks. Tähtsaks vahendiks
seejuures on mujal kujunenud vasta-
vad õpperingid.

Kuna meil õpperingidega on seni

vähe tegeletud, siis pole vahest huvitusest arutada nende korraldusega seotud küsimusi.

Õpperingid kui osavõtjate enesearendamise organisatsioonid ei või olla väga suurearvulise osavõtjaskonnaga. On küllalt kui leidub 5—6 osavõtjat. Normaalseks suuruseks tuleks meil siiski lugeda 15—16 osavõtjat. Igal juhul peab nende hulgas olema 1—2 energilist isikut, kes õpperingi töö korraldamise oma peale võtaksid ja seda hoolega toimetaksid. On hää, kui neil korraldajatel juba varem on suurem ülevaade käsitatavatest küsimustest, kuid see ei ole oluline. Mõned õpperingide tegelased koguni peavad seda ebasoovitavaks, kuna sel korral teised osavõtjad ei tunne end küllalt vabalt.

Käsitatavad küsimused peavad olema mitmekesised ja elulised. Pääle ühistegevuse üldküsimuste peab käsitlema võimalikult rohkesti oma ühingu ellu puutuvaid küsimusi, samuti ümbruskonna majanduslikke küsimusi, mis ühistegevusega kuidagi on või võiks olla seotud. Ühingu tegevuse kriitika selle juures sunnib osavõtjaid tähelepanelikkusele ja arendab iseseisvat kriitilist mõtlemist, kuid nõuab nii ainevalikus kui ka käsitamises taktitunnet. Igal juhul on soovitatav, et ühingu elu ja tegevuse käsitlemisel kutsutaks kaasreferentideks ühingu vastutavaid tegelasi. Samuti on soovitatav kutsuda vahetevahel referente väljastpoolt, mis loob elevust ja tõstab huvi ettekannete vastu. Väljastpoolt kutsutud referentidega koosolekuid võib väga hästi korraldada avalike koosolekutena ja hoolitseda rohke osavõtu eest. Et koosolek toimub õpperingi raamides, siis peaksid

kõik õpperinglased käsitatava küsimusega põhjalikumalt tutvuma ja läbirääkimistel elavalt sõna võtma.

Materjalide hankimine õpperingide tööks on tähtsamaid küsimusi ja meie oludes raskemaid. Haridusliidu ja teiste senitegutsenud õpperingid ei ole sageli saanud jalgu alla just selle tõttu, et ettekannete valmistamiseks puudub eestikeelne materjal. Võõrkeelte oskus on liiga puudulik ja võõrkeelses kirjanduses meid huvitava küsimuste käsitlemine võõras, nii et õppering kuidagi ei saa areneda elavaks, vaid sureb välja juba mõne koosoleku järele. Ka ühistegelistest õpperingidest ei või loota enne häid tulemusi, kui ei ole vajalikke andmeid tehtud kättesaadavaks ja neid pidevalt ei täiendata.

Õpperingi tegevuskohaks on kõige loomulikumalt ühistegevuline ettevõtte. Kui on tegemist suurema, osakondi omava ettevõttega, siis peaksid õpperingid olema organiseeritud piirkondade järele, näiteks harukaupluste juurde. Asjaolu, et osavõtjad üksteist tunnevad ja et arutluskespunktiks oleks ettevõtte, millega osavõtjail on igapäev tegemist, on väga tähtis. Ühingute juures töötavate õpperingide kõrval tuleb samal ajal organiseerida õpperinge teiste kohalike organisatsioonide juurde. Sellega pääsetakse ligi neile, kes ühingu tegevusest seisavad eemal ja kellelt pole loota, et nad tunneksid huvi ühingu juures töötava õpperingi vastu, kuna see näib neile võõrana. Siia kuulub eriti noorem generatsioon, kes ise ühingu eluga pole otseselt seotud. Õpperinge võib asutada igasuguste organisatsioonide juurde, nagu: rahvaülikoolid, haridusseltsid, karskusseltsid,

naisseltsid, samuti kutselised organisatsioonid, nagu põllumeeste seltsid, ametiühingud jne. Organisatsiooni valikul tuleb vaid pidada silmas, kas seal leidub energilisi asjahuvilisi, kes õpperingi töö korraldamise aktiivselt käsile võtaksid. Ühingu tegelastel tuleb õpperingide loomisel väljaspoole ühingut panna suurt rõhku sidemehoidmisele õpperinglastega ja püüda õpperingi abil saavutada soodne mõju osavõtjate juurdeõmbamiseks aktiivsesse ühingu tegevusse.

K e s k k o h a k ü s i m u s. Nagu materjalide hankimise raskustest ei ole võimalik saada üle ilma mingi keskkoha kaasabita, nii on kogu õpperingide võrgu ellukutsumiseks ja nende tegevuse juhtimiseks vaja korraldavat keskk kohta. Õpperingide tegevus saab olla edukas ainult siis, kui ta on põhjalikult ettevalmistatud ja hoolega juhitud. Tähtsamatist ülesandeist, mis peavad olema lahendatud enne õpperingide ellukutsumist, võiks nimetada kodukordade ja tegevusjuhiste väljatöötamist ja kirjastamist. Samuti on soovitatav, et esialgu koostataks arutatavate küsimuste standard-programmid ja nende läbivõtmise hõlbustamiseks mõned küsimused näitlikult läbi töötada; pidev instruksioonide andmine ja isikliku kontakti pidamine,

välisreferentide hankimine — kõik see on vaja korraldada keskkoha poolt, siis võib õpperingide tegevus kujuneda edukaks.

Seni on õpperingid leidnud kõige rohkem kasutamist Skandinaavia hariduselus, kust sealne ühistegevuski ta on laenanud. Näiteks töötas Rootsi tarvitateühingute juures 1936. aastal 3000 niisugust õpperingi 35.000 osavõtjaga. Muidugi nõuab Rootsi Keskühingult suurt jõupingutust, et nii intensiivset tegevust juhtida ja korraldada ning neid kirjandusega varustada. Kuid asja tähtsust hinnatakse väga kõrgelt ja see aitab mõnestki raskusest üle saada. Huvitav on siinjuures tuua Rootsi Keskühingu (K. F.) direktori A. Hedbergi arvamist õpperingide tähtsusest, mida ta väljendab oma hiljuti ilmunud brošüüris Rootsi ühiskaubanduse üle:

„Ühistegelised rühmad käsivad eelkõige ühistegevuse organisatsioonitehnilisi küsimusi ja on seega tulevaste juhatuste, revisjonikomisjonide ja nõukogude liikmete kasvatuskohaks. Võib julgesti väita, et neist „rühmadest“ osavõtjad moodustavad ühingu liikmete eliidi, eliitühma, kes saab aru, et ühistegelise liikumise mitte killustamise ja seesmise võimuvõitlusega, vaid kõigi jõudude koondamisega positiivseid ülesandeid peab lahendamata.“

Kanamunakaubandus vajab tihedat kokkuostuvõrku

A. Tealane, agronoom

Viimasel neljal aastal tarvitatajate ja majandusühingud töötasid järjekindlalt kanamunade kokkuostu alal, õpetades välja oma müügitegelasi kanamunade kvaliteedi tundmises. Ühis-kaubanduse aktiivsus kanamunade kokkuostul aitas kaasa üldisele võistluse pinevuse tekkimisele. Selle tulemusena kanapidajad said oma kauba eest kõrgemaid päevahindu. Tiheda kokkuostuvõrgu tõttu oli tootjail hõlbust kaupa realiseerida, mis ei jätnud avaldamata soodsat mõju linnukasvatuse arenemisele. See omakord põhjustas ka kanamunade ekspordi tõusu.

Nii eksporditi kanamune:

1933. aastal	22,5 milj.
1934. „	34,5 „
1935. „	48,0 „
1936. „	43,0 „

Linnusaaduste turustamise korraldamise tahe ei võiks kuidagi muutuda eesmärgiks, mille varju võiks jääda tähtsamad ülesanded ja seda eriti selle tootmisala arendamine. Kui talupidajatele uue müügi korralduse tõttu osutub võimalikuks maksta kõrgemaid hindu, aitab see tunduvalt kaasa linnupidamise arendamisele, kuid toodangut võiks tõsta kahekordseks, kui munaühingutesse koondunud linnupidajad juhitakse tegevusse linnukasvatuse kui tootmisala otstarbekohasemaks muutmiseks nii tootmise odavuse kui ka saagi tõstmise sihis.

On lastud liikvele arvamus, et munakaubanduse alal tuleks luua iga Põllutöökoja konvendi piirkonda üks munaühing, kuhu kuuluksid liikmete-

na üle terve kihelkonna kõik linnupidajad.

Pimamajanduse alal oli varem tegevuses üle 900 meierei ja koorejaama. Piima kokkuvõtu- ja ümbertöötamise kohti kavatakse kokku tõmmata 700-le, kuid praegu on see arv veel vähe üle 750.

Kanamunade kokkuvõtu alal ei saa kaugeltki tulla toime 80 iseseisva ühinguga. Kahtlemata peab kanamuna tootmis- ja müügiühingute arv olema suurem ja seda kohapealsete olude kohaselt. Muude kokkuvõtjatena peaksid leidma eelistamist need ühistegelised ettevõtted, kes tulevad oma ülesannetega paremini toime. Peaks eriühingud viima läbi nendele usaldatud ülesanded otstarbekamalt kui teised ettevõtted, siis tuleb igapidi aidata kaasa eriühingute tekkimisele.

Kanamunade kokkuvõtuks oleks vajalik kohapealsete ostupunktide võrk korraldada nii, et kõik müügiks määratud kaup leiaks turustamist. Kui piimaühingutesse tuuakse piima talupidajate poolt 5 km kauguselt, ei ole munade müügi kohaks üle 3 km kaugusel asuv vastuvõttepunkt enam sobiv. On tõsi, et turule tuuakse mune müügile ka kaugematest rajoonidest, kuid tavalistes vedrudeta veoabinõudega transportides kaotab muna oma kvaliteedis ja kaugele turule mineku põhjuseks ei jätku vähesest munade arvust.

Näib, et kanamunade kokkuostukohtade avamisega ei saa olla eriti kokkuhoidlik selle kaubaartikli ise-

loomu pärast. See kohustab ühistegelisi ettevõtteid olla igapidi abiks kanamunade kokkuvõtu alal. Peale munaühingute võiks olla abiks piimaühingud oma koorejaamadega ja tarvitate- ja majandusühingud.

Munakaubanduse alal tuuakse meil eeskuju mõttes tihtigi näiteid Soomest. Seal sünnib munade kokkuost enamalt jaolt kvaliteedi alusel, kuid kanapidajatele väljamaksetud munahindade seisukohalt jätab olukord palju soovida. 1936. a. Soome linnukasvatuse eriajakirja „Siipikarja“ viimases numbris käsitab E. E. Toivonen tootjatele väljamaksetud keskmisi munahindu, kust selgub, et enam arenenud tootmisrajonides, kus munade kokkuostuga tegeleb mitu ettevõtet on maksetud 1936. a. oktoobrikuul keskmiselt kg (16,8 muna) eest 10 Smk. (Ekr. 0,80). Sama kuu keskmine väljamaksuhind, vähem arenenud rajoonides oli 5 Smk. Sellega näeme, et kanapidajad vähema kokkuostupinevusega rajoonides olid sunnitud müüma oma tooteid poole hinna eest. Meil maksma pandud uue kanamunakaubanduse korra juures kaob kohtadel munade kokkuostu alal võistlus, kuid loodetavasti rakendatakse enamalt

jaolt tööle ühistegelised ettevõtted, kelle tegevus on kontrollitav. Ka peaks leiduma vahendeid, kuidas oleks võimalus pidevalt jälgida eraettevõtjate poolt munade eest väljamaksetud hindu.

Kanamunade kvaliteedi tõstmiseks peaks igas kohas munade kokkuost toimuma kvaliteedi alusel, mille järele sünnib ka kauba eest hinnamaksmine. Varem kokkuostu alal tegelenud ühiskaupluste tegelased on kanamunade kaubandusliku liigitamisega tuttavad, kuid järkjärgult peaks neid teadmisi täiendama, et kauba liigitamine sünniks täpsalt.

Valdav enamuse kanamunade müüjaist ei ole veel võimelised määrama selle kauba kvaliteedi astmeid ja asjatundjana esineb ostja, mis nõuab osutegelaselst kõrget eetikat ja õigluse tunnet.

Iga ühistegelise ettevõtte, kes tegeleb kanamunade kokkuostuga peaks aitama igapidi kaasa, et munade tootjad-linnupidajad oleks täielikult tuttavd kanamuna kaubanduses tarvitusel olevate kvaliteedi astmetega. See aitaks tõsta kanamunade kvaliteeti ja luua usalduslikku vahekorda ostja ja müüja vahel.

Seemnevilja saamise võimalusi

A. Iruda

Pärast läinudaastase saagi koristamist selgus, et kevadel tuleb nappus seemneviljast, kuna üksikutes piirkondades, peamiselt Põhja-Eestis, viljasaak kannatas põua läbi. Põllutöökode korraldas ankeedi puudujäägi

suuruse selgitamiseks. Tema esialgsete kokkuvõtete järgi hinnati odra- ja kaeraseemne puudujääki kumbagi umbes 1000 tonnile. Nisuseemet arvatakse olevat küllaldaselt. Samuti jätkub herne-, peluski- ja vikiseemet. Li-

naseemne saak oli ilus. Seda jääb üle omatarvidusest ja mitmed saadetised on läinud külvisemmena Lääne-Euroopasse, kus meie külvi-linaseeme on heas kuulsuses. Punase ristikkeina seemne saak läinud aastal oli rekordiline. Vist parem kui on olnud kunagi varem. On arvata, et punase ristikkeina seemet jääb oma vajadusest üle. Selle eksportimiseks ei ole väljavaheteid. Kuna vaevalt juhtub kahte head lõikust järjestikku, siis ei tarvitse selle ülejäägi pärast palju muretseda, pealegi kus läinudaastane seeme on väga kõrge kvaliteediga ja aastane hoidmine selle külviväärtusele palju ei mõju. Timutiseemet arvatavasti ka jätkub.

Mis puutub kaera- ja odraseemne puudujääki, siis kaera puudujääk kujuneb kindlasti suuremaks kui eespool märgitud. See olnuks vähem, kui sügisel oleks aegsasti lastud müügile riigi karjasööt. Karjasööt ilmus müügile hilja ja kuni selle saamiseni söödeti karjale kaera, mida oleks kevadel saanud kasutada seemneks. Kaera tagavarasid on tunduvalt vähendanud ka elav metsavedu. Metsavedu on raske töö ja hobustele tuleb anda kaeru. Kaera ja odraseemet lubatakse tuua sisse tollivabalt. Importfirmadele on antud vastavad laod ja nad on teostanud juba ostud välismaadelt. Seni ostetud kvantumid on arvatavasti küllaldased, mispärast seemne puudust kevadel ei ole karta. Seemnetest on üks saadetis juba jõudnud kohale. Üllatuste ärahoidmiseks külviajal peab siiski-tungivalt soovitama põllumeestele aegsasti anda ära tellimised. Kõige parem on tellida seeme lähemast ühiskauplusest. Kui selgub, et tarvidus on suurem kui senini vä-

lismaalt ostetud, siis on nüüd veel aega uute ostude tegemiseks välismaalt. Kui aga põllumehed jätavad seemnete ostu külviajaks, siis võib juhtuda, et ärides enam seemet pole, ja siis ei jõua muretseda seda ka enam välismaalt.

Läinud aastal toodi kaera- ja odraseeme peamiselt Poolast. Tänavune poola kaer aga seemneks ei kõlba. Seal oli sügis vihmane ja kaer ei idane. Otravahest Poolast saaks, kuid ka seda ei ole sealt ostetud. Tänavu on seeme ostetud peamiselt Taanist, ainult vähemal määral kaeraseemet Rootsist. Taani ja Rootsi oma geograafilise asendi tõttu on meile kõige sobivamad seemnete ostukohad. Seal on põllupidamine kõrgel järjel ja seal kasvatakse ainult paremaid sorte. Sealt on võimalus saada puhtaid sorte, sest seemneks ei või tarvitada mitmesuguste sortide segu. Ka hinnad on Taanis seemnevilja kohta tänavu kõige vastuvõetavamad. Üldiselt on tänavu viljahinnad välismaal palju kõrgemad kui läinud aastal. Sellepärast tuleb tänavune seeme ka kallim kui läinud aastal.

Viljasortidest on ostetud: Taanist — „Kenia“ ja „Maja“ 2-tah. otra, „Jully“ 6-tah. otra ja „Võit“ ning „Kotkas“ kaera; Rootsist — „Võit“ kaera. Nendest on mõned sordid meie laialdasele põllumeesteperele uued ja tundmata.

„Kenia“ ja „Maja“ odrad on mõlemad ühe päritoluga. Nad on Taani Abed seemnekasvanduse poolt 1916. a. toimetatud Rootsi Svalöfi kuldodra ja Abed „Binder“ odra ristamise väärdjad. Nad mõlemad on lühikese kasvuaajaga. „Kenia“ tera sarnaneb rohkem

kuldodrale, kuna „Maja“ tera on pikem ja vähem kõhukas. „Kenia“ terad on vähemad ja nende hollandikaal on kõrge. „Maja“ hollandikaal on umbes 2—3 naela madalam kui „Kenial“. „Maja’t“ peetakse heaks õlleodraks. Mõlemad on väga kõrge terasaagiga. „Kenia“ on andnud Taanis keskmiselt 10—15% suuremaid terasaake kui kuldoder, kuna „Maja“ on andnud 2—4% kõrgemaid saake kui „Kenia“. „Maja’t“ peetakse üldse kõige kõrge- ma terasaagiga odraks. Kõrs kasvab mõlemal tihedalt ja on võrdlemisi madal. Kõrre seisukindlus „Maja’l“ on võrdlemisi hea, „Kenia’l“ aga väga hea. Mõõduka lämmastikvætuse kasutavad mõlemad sordid hästi ära. Sellepärast oleks väga soovitatav anda neile 1 kott salpeetrit hektaari kohta pealiskvætusena.

„July“ 6-tahulist otra on meile juba varemalt imporditud. See on väga lühikese kasvuaajaga sort.

„Võit“ kaer on meile tuntud hea valgekaera sort. „Kotkas“ kaer on

saadud „Võidu“ ja v. Lochowi kollase kaera ristamise läbi. „Kotkas“ on andnud Taanis väga kõrgeid saake, umbes 10% kõrgemaid kui „Võit“. „Kotkas“-kaera tera on veidi vähem ja hollandikaal veidi kergem kui „Võidul“. „Kotkas“ kaera kõrs valmib hiljem kui tera. Seepärast peab teda lõikama siis, kui kõrs on veel rohekas, ja laskma seista rõugus umbes paar nädalat, et kõrs kuivaks ära.

Hinnad väikemüügil kujunevad umbes järgmisteks: Taani „Kenia“ ja „Maja“ oder 20—21 snt., „July“ 6-tahuline oder 21—21½ snt., originaal Abed „Kenia“ oder, plommitud kottides, sordiehtne, 26—27 snt. ja originaal Abed „Maja“ oder 26—27 snt. kg. Taani „Võit“ ja „Kotkas“ kaer 16½—17½ snt., Rootsi „Võit“ kaer, plommitud kottides 22½—23½ snt., originaal Taani „Võit“ kaer, sordiehtne, plommitud kottides, 24½—25½ snt. kg. Märgitud madalamate hindadega peaks saama osta seemneid Tallinnas.

Millistena sooviksime näha ühiskaubanduslikke ehitisi

H. Arman, arhitekt

Mõni aeg tagasi peeti kauplusi ja nendega ühenduses olevaid vastavaid sisseseadeid ainult vahendiks kaubamüügi juures, millel ei arvatud olevat mingit mõju kauba läbimüügile. Tegelikult on aga osutunud, et kaubanduslikkus arengus ja omavahelises võistluses on kauplusel ja tema sisustusel õige tähtis osa. Korralik ja eeskujulik kauplus mõjub kui reklaam,

mis tõmbab ostjaskonda alati tugevama kui lohakas, rääkimata kaupade paremast säilimisest.

Meie kujutame kauplust kui teatud ruumi kauba müümiseks, kus ostjale, müüjale ja kaubale on antud oma kindel koht. Kuid see kõik ei tee veel kauplust eeskujulikuks. Tähtis on nõue, et kaup oleks ostjale võimalikult nähtavamal ning mõjutaks ostjat sel-

lega sugestiivselt ostule. Mida alge-
lisem ja viimistlematum on kauplus,
seda vähem ta seda probleemi ka la-
hendab. Kui kaubad on segamini riu-
litel ning ostjate eest peidetud, tunneb
ostja palju vähem huvi kauba vastu.

Selle probleemi lahendamine on vii-
nud mitmesugustele kaupluse jaotuse
ja sisustuse liikidele. Meil seni katse-
tamata on lahtised, väga mitmekesise
kaubaga kauplused, nn. kaubamajad,
kus kaupa müüakse lahtistelt lettidelt
ilma ostusunduseta. Ostjatel on selle-
vastu suur valik ja alaline võimalus
kaupu vaadelda ja proovida. Säära-
sed kauplused on sarnased meie laa-
tadele, kus ostude suur protsent on
tingitud just sellest, et kaubad on
vabalt nähtaval. Suure menu tõttu
Ameerika Ühendriikides ja teistes Eu-
roopamaades, on ka Rootsi Keskühin-
gul kavatsus sarnaseid kaubamaju,
mis ei pruugi olla kuigi suured, asu-
tada ka vähemates linnades ja suure-
mates alevites.

Teine probleem, mis meil Eestis seni
tundub olevat veel lahendamata, on
raskekauba väljapanek. Ei leidu vist
iseigi suuremais ühinguis erilisi ruu-
me, kus oleksid korralikult välja pan-
dud põllutöomasinad, ehitustarbed ja
üldse need kaubad, mida kaupluse-
ruumes ei müüda. Harilikult hoitakse
neid kaupu aitades ja ladudes, kuhu
juurepääs ostjail pole sugugi kerge,
rääkimata veel kauba väljapanemisest
ja reklaamimisest.

Olulise tähtsuse omab ka krunt-
ning selle sisemine maa-alaline jaotus.
Meie ühingute enamikul on krundil
hooned juba peal ning sagedasti pla-
neeritud ilma mingi üldkavata. Pais-
tab ju pealiskaudselt vaadatuna õige,
et uusi hooneid tuleb püstitada ainult

sinna, kus leidub ruumi. Kuid sisu-
liselt pole see otstarbekohane. Tuleks
koostada juba alul üldplaneerimiskava
krundi kohta, kus neid hooneid ei
ehitataks, mis tuleksid mõne aasta
pärast lammutamisele. See kava tu-
leks teha võimalikult siis, kui võime
julged olla, et saame seda ka korra-
likult teostada.

Tuleb panna ka suuremat rõhku
kaupluse välispidisele ilule. Meile on
toodud eeskujuks Soome ja Rootsi
uuemaid kauplusi. Lähem tutvumine
nendega näitab, et ehitistes iga üksik-
osa on korralikult töödeldud ning
vähimalegi pisiasjale mõeldud. Kogu
Euroopas oma nägususe poolest tun-
tud Bayeri maa-postkontori hoonete
juures märkame, et seal on rõhku pan-
dud sarnastele ehituselementidele,
nagu trepiastmete profiilidele, akende
raudvõredele, karniisidele, korstnapea-
dele ning isegi krohvipinna erisugu-
selle väljatöötusele, mis kõik suunavad
lihtsusele, kuid omavad seda kultuur-
set, omapärast ja stillset joont, milleni
meiegi peame jõudma.

Ehitise püstitamisel peame arves-
tama ümbruskonnaga, ehitama kaup-
luse iseloomule vastava hoone ning
loobuma tihti näilisest moodsusest,
kui see on ebapraktiline. Ehitusmater-
jalidest peame tarvitama võimalikult
rohkem kodumaiseid materjale, kuid
seda enam panema rõhku kvaliteedile.
Meie ei pruugi sisustustes tarvitada
kalleid välismaa puusorte ning teisi
luksusmaterjale, kuid töö, mida tee-
me oma tavalisest männi-, kuuse- või
kasepuust, olgu hea, puhas ning vii-
mistletud, puumaterjal ise kuiv, värv-
sile ja vastupidav. Peame jõudma üle
sellest pealesõjaaegselt odava töö ja
materjali ajast, kuna võime ehitada

praegusel kallil ehitusajal ainult harva, kuid siis juba hästi. Samuti peame nõudma töötegemiseks ainult vilunud töölisi ja meistreid. Ehitusjooonistest tuleb nõuda harilikule üldkavandile lisaks üksikuid detailjoooniseid mitmesuguste ehitusosade kohta, kuna nende abil võime töö teha palju kindlamalt ning vigadeta.

Need üldised põhimõtted tuleksid

Spetsiaalkaubandus ja ühistegevus

V. Udam

I.

„Drogistide Teataja“ detsembrikuu numbris on avaldatud artiklis „Markartiklid ja spetsiaalkaubandus“ praeguste rohu- ja värvikaupmeeste seisukohti nende erialalise kaubanduse korralduse kohta. Artiklis toodud seisukohad on lühidalt järgmised:

1. Spetsiaalkaubandus nõuab erilisi oskusi ja kogemusi.

2. Varemalt oli spetsiaalkaupmees, drogist, ostja nõuandjaks, kuna see ise ei osanud omale vajalikku kaupa välja valida sortimendi kirevuse ja alaväärtusliku kauba rohkuse tõttu. Markartiklite turuleilmumine on kahjustanud spetsiaalkaupmehe seisukohta: tarvitaja tunneb ise teatud nimesid kandvaid „markartikleid“, mida ta võib osta ükskõik-kust samas väärtuses.

3. Markartiklitega kauplemises on vajalik kindlam kord, keelates nende müügi teistel kui spetsiaalkaupmeestel, muidu viimased kaotavad oma tulutoovamad artiklid ja satuvad selle tagajärjel raskustesse.

4. Samuti on vajalik seadus üksik-

aluseks võtta iga töö juures, olgu see nii suur kui tahes. Tehes eeskujuliku tööd, võime alles nii järele jõuda teiste maade ehituskultuurile.

Järgmistes ajakirja numbrites on kavatsus lähemalt peatuda maa- ja linnakaupluste, ladude, sisustuste, ehitusmaterjalide, vaateakende ja valgustuse küsimuste juures.

spetsiaalkaupmehe kaitseks, mis nõuaks teadmisi ja tõendavaid tunnustusi müügikoha asutamisel või ülevõtmisel; alles siis hakkaks spetsiaalkaubandus arenema vajalikus sihis ja palgaolud paraneksid, kuna siis suureneks nõudmine väljaõppinud tööjõu järele.

Neis seisukohtades on vähe uut. Pigemini võib neid vaadata kui nn. „rohu- ja värvikaupluste“ enesekaitse järjekindlat aktsiooni. Et praegu maksavad korraldused ja kitsendused selgelt peegeldavad spetsiaalkaupluste kaitsetendentsi, mille tagajärjel ühiskaubandus on kaotanud terve rea kauplemisartikleid, siis väärivad mainitud artiklis käsitatud küsimused ühiskaubanduse seisukohalt lähemat vaatlemist.

„Markartiklite“ turuleilmumine on moodne ajanähe, millel sügavad majanduslikud ja tehnilised põhjused. Sõdimine nende vastu oleks võrdne võitlusele elu moderniseerumise vastu üldse. Varemäägne kaupmees, drogist, kes tundis ja teadis kõik, ning võis selle tõttu olla tarvi-

tajale usalduslikuks nõuandjaks, ei suuda tänapäeva tehnika olustikus kuigi palju ära teha juba selle tõttu, et suurema osa keemiatööstuse artiklite kvaliteedi määramine nõuab väga kulukat laboratoorset tööd, suuri investeerimisi laboratooriumi seadetes ning kallipalgalise personali ametispidamist. Markartiklid, s. o. tooted, mis kannavad teatud kaubamarki või nimetust (ETK kölnivesi, kümblusseep „Kungla“, hambapasta „Chlorodont“ jne.) ei saa kunagi massiartikleiks ilma ulatusliku selgitustöö ja reklaamita, mis nõuab suuri investeerimisi. Firma, kes tahab kestmalt turul püsida, ei hakka rikkuma kord suurte kuludega kättevõidetud positsiooni juhuslikkude võimaluste kasutamisega. Selle tõttu on nende, „markartiklite“ turustamine kaupmehele seotud palju väiksema riisiko ja vastutusega. Kui ostja juhtubki vahest saama alaväärtuslikku kaupa, siis ei süüdistata müüjat, vaid kaubavalmistajat. Korduval juhtumil ta valib omale uue markartikli, mille vastu tal rohkem usaldust, ilma et ta selle juures mõtlekski ostukoha vahetamisele. Nii võime väita, et markartiklite levik hõlbustab kaubanduse ülesandeid üldse.

S p e t s i a l i t e e d i k ü s i m u s t, ei saa kaubanduses vaadata kui mingit muinsuseset, mida seadusandlus peab hävinemise eest kaitsma. Tegelik võistlus peab ütleva lõpusõna, kas mingi kutse on eluõiguslik või mitte. Ühiskaubandus on kogenud, et ükski, ka kõige lihtsamana näiv tööala ei saa olla korraldatud küllalt hästi, kui puudub seda ala tundev personal. Paljugi ülesandeid võivad täita teised isikud kõrvalülesandena, kuid see jääb paratamatult poolikuks tööks. Suuremates

ühiskauplustes meie näeme mitmesuguseid osakondi: koloniaal, riide, puda-kauba, naha, raskekauba, liha, kala ja terve rida teisi olenevalt ühiskaupluse asukohast ja suuruselt. Niisuguse, paljuisse eriosakondadesse jaotatud ühiskaupluse ja keskmise suurusega ilma eriosakondadeta maaihiskaupluse vahel, kus kõik kaubaliigid moodustavad ühise tervikliku kaupluse, võib leida terve rea vahelülisid, kus mõned osakonnad on täielikult välja arendatud, nende kõrval aga kaks või enam iseloomult erinevat tegevusharu moodustavad ühise osakonna. Niisugune spetsialiseerumine osakondade järele on kujunenud välja tegelikult vajadusest ja püüdest suurema võistlusvõime poole. Mõõduandvaks iga osakonna eraldamise juures on selle käibe suurus. Nii võib eeldada, et kui ühiskaupluses kõnesolev spetsiaalkaubandus moodustaks küllaldase läbimüügi, et siis korraldataks vastavad osakonnad kutseõiguslike drogistide juhtimisel.

Nagu ei ole seni teised osakonnad oma erialalise personaliga tekkinud mingist seaduse nõudeist, nii pole selleks vaja erilist seadusandlust ka värvide, kemikaalide, foto- ja kosmeetika-kaupade kohta, millega seni on tegele- nud erilised nn. „rohu- ja värvikaup- lused“. Sellega meie ei eita sugugi sea- duste vajadust, mis on antud tarvitaja kaitseks, tema petmise vältimiseks. Kui mitmesuguste toidukaupade ja põllumajandustarvete müügile laskmi- ne on seadustega normeeritud, siis tuleb seda pidada loomulikuks ka droogide - kemikaalide - tervishoiuva- hendite kohta, mille võltsimine on sa- geli väga hõlpus. Pidades sedalaadi seadusandlust kõigiti tarvilikuks, tun-

dub drogistide häälekandja nõudmine seadusliku kaitse järgi ajast mahajäänud inimeste vaga soovina, millel puudub eluline alus ja tegelikkuse õigustus.

Ühiskaubandus on seni väga vähe tegelenud spetsiaalkaubandusega kõnesoleval alal. Ühiskaubanduse organisatsiooniline ja majanduslik stabiliseerumine pidi paratamatult toimuma igapäevaste massiartiklitega kauplemises ja selle ala põhjalikus sissetöötamises. Kriisiaastatel, mis olid ühtlasi ühiskaubanduse saneerimiseaastateks, püüti kõikjal likvideerida naha- ja pudukauba osakondi, sest et need puuduliku korralduse tõttu endid ei tasunud ja olid vaid koormaks ühingute bilanssides. Nüüd, pärast stabiliseerumist võib ühingutes uuesti märgata tendentsi spetsiaalartiklite müügilevõtmise poole. Eriti kiiret levikut näitavad pudukaubad, ning tulemused on seekord kõigiti rahuldavad; tuntakse vaid puudust sel alal vilunud müügitegelastest.

Rohu- ja värvikaupluste erialalt on ühingud seni tegutsenud vaid üksikute artiklitega. Enamvähem igas ühingus on müügil teatav valik värve ning seepe, samuti hambapasta. Juba märksa vähem võib kohata kölnivett, juukseõli, briljantiini ja mõningaid kemiaale kinnistes pakendites. Peaaegu üldse ei esine fototarbeid ja fototeenistust (plaatide ja filmide ilmutamiseks ja kopeerimiseks vastu võtmist). Nende

artiklite vähene levik seni on tingitud osalt sellest, et maal nende tarvitus on võrdlemisi tagasihoidlik, linnades on aga käepärast spetsiaalärid, kus kauba valik väga suur. Teiselt poolt on seda põhjustanud, nagu eelpool nägime, ühingute majanduslik seisukord ja vastavate vilunud jõudude puudumine.

Elavnev nõudmine neile kaupadele sunnib aga otsima vahendeid selle eriala kiiremaks väljaarendamiseks ühiskaubanduse tegevusväljana. Ühistegevuskool on omalt poolt otsustanud korraldada ligemal ajal ühenädalased erikursused foto, kosmeetika, ja droogide alal. Ühtlasi võimaldab Ühistegevuskool soovijaile lühema või pikemaajalise praktika mõnes Tallinna suuremas rohu- ja värvikaupluses. Oleks vaja, et ühingud kellel selleks huvi, võtaksid vastavate jaoskondade rajamise oma ligemasse töökavva ja astuksid Ühistegevuskooliga kontakti omale õppinud jõudude ettevalmistamiseks.

Arvestades vastavate tööjõudude puudust ja esialgset artiklite levikut, võivad ainult üksikud ühingud mõelda erikaupluste või erijaoskondade loomisele. Suurem osa ühinguid saab hakata sel alal tegutsema ainult olemasolevate osakondade raamides, jaotades nende vahel üksikuid artikleid ja artikliterühmi sobivuse kohaselt. Neis ühinguis tuleb vastavail müüjail võtta käsile uute artiklite tundmaõppimine ja enese täiendamine.

Loogem ostjaskonnale hea „ostuõhkkond“

J. Kütt

Ostjaskonna sagedaseks kõneaineks on kaupade ostud ja kauplused, kust kaupu on ostetud. Kõnelustes jagatakse küll rahulolu, küll rahulolematust äriteenijaskonna ja kaupade arvel. Vahel leitakse, et kaubad on küll laitmatud, müüjad teenimisvalmid, kuid siiski miskipärast kauplus ei meeldi, ei tõmba. Puudusi ei osata otse väljendada, kuid tuntakse, et mõnes teises kaupluses oleks nagu kodusem ja hubasem.

See midagi, mis puudub, tuleb puudulikust „ostuõhkkonnast“.

Ostjaskonna meeleolu mõjutavad ostude tegemisel väga mitmed tegurid.

Tähtsaim neist on müüja isik. Müügipersonali käitumisest oleneb peamiselt ühiskaupluse hea nimi. Seejärel on müüja sobiv isik ja kutseoskus väärtused, mille eest tuleb igal ühiskauplusel esijoonel hoolitseda.

Hea müüja töö ei pääse aga küllaldaselt mõjule, kui muud tegurid, mis tõstavad müügiedukust ei leia asjatundlikku käsitlemist.

Enne kui ostja jõuab leti ees müüjaga kokkupuutesse, on ta lasknud end kauplusse juhtida ja kutsuda rea teiste tegurite poolt. Need on: ühiskaupluse asukoht ja välisilme, silt, valgustus pimedal ajal, vaateaknad ning kaupluse üldine puhtus ja kord.

Jõudnud müüjaga kokkupuutesse, mõjutavad „tema majesteedi ostja“ ostutuju müüja välimus, lahkus ja

viisakus, kaupade tundmine, müügi-oskus ja müügipõhimõtted.

Nende kõigi tegurite õige ja hoolas käsitlemine loob selle hea „ostuõhkkonna“, mis köidab ostjaskonna huvi ja võidab ta poolehoiu ja usalduse. Ühe või teise teguri hooletusse jätmisel kannatab teataval määral kogu ühiskaupluse tegevus ja hea nimi. Selles mõttes ühiskauplus on kui masinavärk, kus mõne ratta ebakorrapärane töötamine võib takistada terve masina käiku.

Kas oleme neile tegureile õigel ajal ja kohal osutanud küllaldast tähelepanu ja hoolt? Vist palju on jäänud tegemata, osalt asjatundmatusest, osalt vähesest hoolest ja huvist.

Ühiskaubanduse ülesehitav töö rahva huvide õiglaseks teenimiseks ja üha kasvav majanduslik võistlus kutsuvad aga ühiskaubanduse tegelasi osutama neile tegureile tõsist hoolt ja tähelepanu.

Vähe on tarvitajaid ja ühingu liikmeid, kes ostavad ühiskauplusest põhimõtte pärast. Peaaegu kõik tarvitajad teevad ostud sealt, kus leiavad meeldiva õhkkonna. Olekski kerge meelne loota liikmete ostutruudusele, kui ühiskauplus ise pole suutnud luua selleks sobivat ostuõhkkonda.

Sobiva ostuõhkkonna loomine nõuab personalilt eelkõige heaperemehelikku hoolt ja tähelepanu oma ametikohuste ja ostjaskonna huvide teenimise vastu. Heaperemeheliku hoolega ja tähelepanuga, muidugi kui on ka küllaldast kutseoskust, näeme ja leiame käsitada õigel ajal ja kohal kõiki

tegereid, mis soodustavad sobiva ostuõhkkonna loomist, ning näeme vigu ja puudusi, mis võiksid ostjaskonna ostumeeleolu halvata.

Ostjaskonna teenimine ühiskauplustes sünnib üldiselt hoopis teises vaimus ja põhimõttes kui erakauplustes. Pidagem vaid meeles, et ostjaskond-liikmeskond on ühiskaupluste peremees. Palgaline personal on tema usaldustööjõud, kes moraalselt on kohustatud õiglaselt teenima ostjaskonna huvisid ja abistama teda ostude tegemisel majandusliku nõuandega.

Ühiskaupluste vaateaknad

Vaateaknad on ühiskaupluse silmad — hingepeegel. Vaateakende järele võib otsustada, kas ühiskaupluse personalil on ametioskust, tööhoolt ja puhtuse armastust. Häa tunnistuse personalist annavad need vaateaknad, mis köidavad tähelepanu, kus kaubad on valitud ja asetatud selgitavate plakatite ja pealkirjadega ning hindadega ja kus nad vahetuvad õigel ajal, eriti hooajati. Nii, et nad räägivad ise endi eest ja äratavad vaatajais ostusoovi.

Personali asjatundmatust ja hooletust näitavad vaateaknad, mis pikemat aega seisavad kaunistatuna samade kaupade valikuga, mida ostjaskond juba tüütuseni on näinud, kus aknas ikka ja alati võib näha kauba pakendeid, mida kerge käsitada, kus pole kogu akna ülesehitust küllaldaselt läbi mõeldud ja kombineeritud.

Vaateaknad on selleks, et nende kaudu rahvale tutvustada korduvalt

Kui ühiskaupluste personal teotseb töötahte ja huviga selles vaimus, siis suudab ta kindlamini luua ühiskauplustele vastavat ostuõhkkonda, mis võidab ostjaskonna poolehoidu ja usalduse ja sisendab ostjaisse oma kaupluse tunde. Niiviisi kooskõlastades tööd vaimsete töekspidamistega, suudab personal teotseda meeldivalt ja edukalt, sest see töö on tehtud seesmise rõõmuga. Vaimseid töekspidamisi ja töörõõmu kasvatame aga kutseoskuse arendamisega.

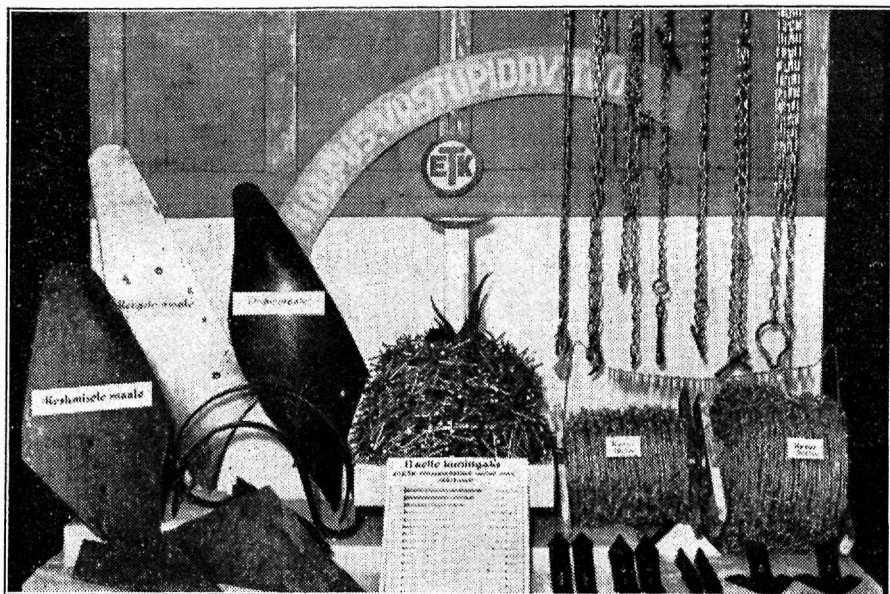
J. Kütt

ja õigel ajal kõiki kaupluses müüda-vaid kaupu. Osa ostjaskonda ongi juba vaateakendega niivõrd harjunud, et kaupade valikut tehakse vaateakende kaudu. Ostetakse sellest kauplusest, kus nähakse või kunagi varem nähti soovitud kaupa.

Kuna vaateakende kaunistamine nõuab leidlikkust ideestikis ja kompositsioonis, siis osutub see töö ühiskaupluste personalile otsese müügitöö kõrval küllaltki raskeks ja palju aega nõudvaks.

Ühistegevuskool püüab selle ajakirja kaudu aidata kaasa ühiskaupluste personalile vaateakende kaunistamise töös sellega, et igas numbris katsub avaldada eelolevaks hooajaks mõned kavandid-pildistused valmis akendest ühes lühikese seletusega, mis vahendeid ja kuidas on käsitatud.

Kuigi igal pool pole võimalik kavandeid täiesti järele teha, siiski nad



Põllutööriistade osad ja ETK metallitooted.

Tagasein, aluspõhi ja alused on kaetud helekollase dekor.-paberiga, küljed rohelisega. Keskel, naeltekuhilas asuv suur nael on puust, pronksitud hõbedaseks, ent seda võib ka valmistada tugevast papist, kattes hõbedase või musta dekor.-paberiga. Naeltekuhilale on sisse tehtud traadist punutud kerestik, mis kannab kogu kuhilat, mille sees põleb punane elektrituli. Peal tõusevad leegid on punasest paberist. Kogu see „pilgupüüdja“ asub eelpool tagaseina, vaateakna keskel. Keskel, kaarel asuv peal-kiri: „Hõlbus, vastupidav töös“ on helekollane, sinisel põhjal. Samuti on kaare all asuv ETK märk sinise+kollasega. Tekstid kaupadel asuvatel plakatitel on musta kirjaga ja alates vasakult, adrahõlmadega: „Keskmisele maale“, „Kergele maale“, „Uudismaale“. Naelte proovitabeli tekst ütleb: „Naelte kuningaks on ETK õõnespinnalised naelad oma väärtuselt“. Okastraadi-kerade tekstideks on: „Keras 180 m“, „Keras 300 m“.

vähemalt kergendavad personali tööd ja vaeva ideestiku ja kompositsiooni leidmisel ning tuletavad meelde, mis kaupu ja millal välja panna.

Käesolevas numbris on tehtud mõ-

ne kavandiga algust. Ühistegevuskool loodab, et selle kaasabiga ühiskaupluste personal suudab osutada senisest tõhusamat tööd vaateakende otstarbekal kaunistamisel.

Tasa ja targu

J. Varangu

Ühiskaupluste ärijuhtidel on kõigil teada kuidas üksikute kaubaliikide hinnad möödunud viimaste kuude jooksul võrdlemisi suurt tõusutendentsi on näidanud.

Samal ajal võime aga ka panna tähele üksikute kaupade hinnas vähe-seid nõrgenemisi.

Nii võime märkida, et kaubaturu seisukord on väga kõikum ja puudub



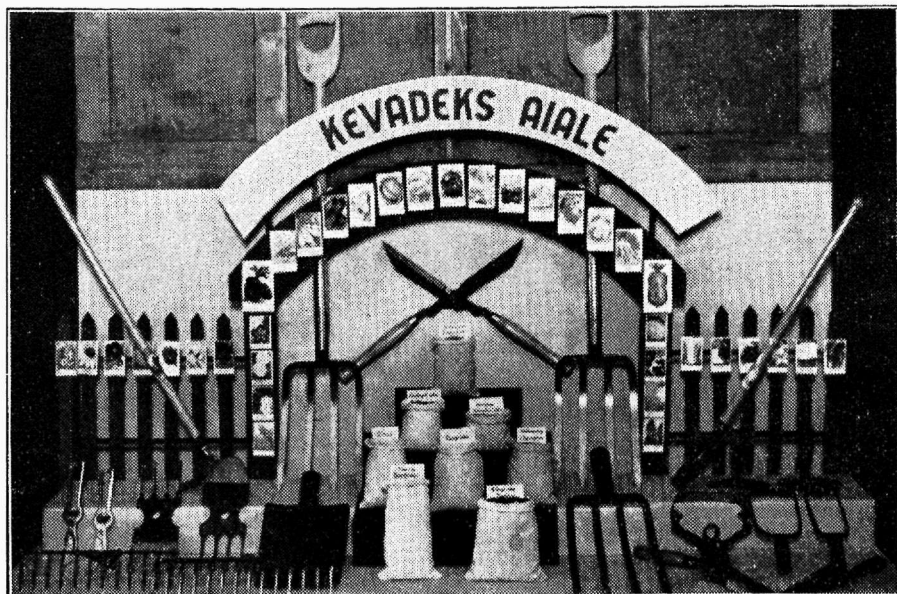
Toidukaubad.

Akna tagasein, aluspõhi ja küljed on kaetud sinise dekor.-paberiga. Vasakul on kaupade alusteks kasutatud klaasplaate, mida kannavad morsiklaasid. Kanamunadele on valmistatud alus papist, millele lõigatud tekst: „värsked munad“. Aluse sisse võib võimaluse korral asetada elektritule, mis alt valgustaks mune ja teksti. Keskel asuv plakat on klaas, mis kollasele pinnale asetatult kannab teksti, mis kirjutatud pintsliga, sinise „marabu“ värviga.



Meeste kaup.

Tagasein, aluspõhi ja alused on kaetud kollase paberiga. Suur kaar (taskurätikutega) ja poolovaali (kraedega) on lõigatud papist ja kaetud tumesinise dekor. paberiga. Pealkiri üleval on sinise kirjaga kollasel põhjal.



Aiatööriistad ja seemned.

Tagasein, aluspõhi ja osa aluseid on kaetud helekollase dekor.-paberiga, keskel alused — tumesinisega. Küljed on rohelised. Aed ühes väravakaarega on lõigatud tugevast papist ja kaetud tumepuuni dekor.-paberiga; ning toetatult peidetud puuliistudele on kinnitatud aluskastide külge, eespool tagaseina. Pealkiri väravakaare kohal on samuti eespool tagaseina (liistude küljes) ja pruunide tähtedega, helekollasel kaarel. Aiatöö käärid keskel on kinnitatud tagaseinale.

stabiilsus, nagu seda veel mõni aeg tagasi näha võisime. On alalised liikumised, nii ühele kui teisele poole.

Suuremaid hinnatõuse võime panna tähele raua ja rauakaupade juures. Asjatundjate poolt arvatakse, et nende kaupade hinnad ka edaspidi tõusu võivad näidata ja peatset langust nende juures karta ei ole. Ka suhkru ja üksikute värvimuldade juures on olnud võrdlemisi suuri hinna tõuse. Nende kaupade hindade edaspidise kujunemise kohta ei osata aga mingisuguseid oletusi teha. Nad võivad langeda ka sama kiiresti, kui nad tõusid.

Üksikute kaubahindade tõusud on

mõjutanud ühinguid suuremate kaubatagavarade soetamisele.

On hakatud neid kaupu, millede hinnad tõusevad, rohkem ladudesse ostma, kui seda harilikult õigustaks selle kauba müük.

Kokku puutudes ühingute ärijuhtidega, kõnelevad viimased pea eranditult, et nende laoseisud on tõusnud.

Konjunktuuri kasutamine manitseb meid suurele ettevaatusele. Suured laod on ju ühingutele kasulikud nii kaua, kui kestab hindade kõvenemine. Hindade kõikumise ajajärgul on aga ka võimalikud nende kiired langused. Oleme võinud tähele panna, et langu-

sed on sagedasti kiiremad, kui tõusud.

Hindade langusel on suured laod väga hädaohtlikud ja võivad viia ühinguid suurtesse raskustesse. Ei ole tagasi palju aastaid, kui ühingud pidasid suuri heitlusi oma suurte kaubaladudega, ja kus nii mõnigi ühing pidi lõpetama oma tegevuse selle tagajärjel.

Sarnaseid heitlusi ei peaks enam tulema ja sellepärast tuleb pidada soovitavaks, et meie toimiksime siin tasa ja targu.

Ühingu ärijuhid peaksid jälgima äärmise piinlikkusega kaubaturu kõikumisi ja tegema neist omi järeldusi.

Järeldused peaksid aga olema sarnased, et kõik teha selleks, et hoida ära tegutsemise juures ühingu tekida võivat kahju.

Meil on viimasel ajal propageeritud, et ühingud suurendaks oma müüdavate kaubaartiklite arvu — sortimenti. Kuid ladudes olgu siiski kaupe vaid niipalju, kui seda õigustab kauba läbimüük.

Neile ühinguile, kellel küllalt tugevad omakapitalid, ei tee raskusi, kui mõnikord on laod suuremad, kui seda õigustavad nende kaupade läbimüügid. Ühinguile aga, kes võörkapitaliga omi ladusid suurendavad, ei ole see kuidagi õigustatud.

Tänini oli kerge hankida võörkapitali, kuid ajamärgid näitavad, et edaspidi ka võörkapitali hankimine võib teha raskusi.

Sellepärast tuleb soovitada, et meie püüaksime elada jõudumööda, mis meile tagaks seda, et meid meie tegutsemine ei üllataks kunagi.

Pudukauba hoiukarbid

V. Pedajas

Mitmesugustest pudukauba hoidmisviisidest omab standard-karpides hoid nimetamisväärseid paremusi. Esijoones on kaup tõhusalt kaitstud tolmu ja kortsumise vastu, mis on eriti pudukauba suuremaid vaenlasi. Samuti on võimalik läbi viia karpide vastava gruppeerimisega kaupade ülevaatlik rühmitus, mis on vältimatu kaupluse välisilme tõstmiseks ja ostjate kiireks teenimiseks. Kaupluse välisilme võidab tunduvalt ühtluses karpide standard-mõõtude, -välimuse ja -väljatöötuse tõttu.

ETK karbitehases valmistatavate neljakandiliste pudukauba hoiukarpi-de materjaliks on tumepunane kivi-

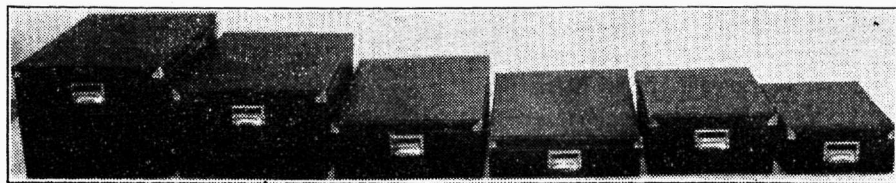
papp. Karbid on varustatud seesoleva kauba kaitseks tolmu vastu kaantega, mis palistatud punase vitsrauaga ja mille nurgad on löödud veel üle metallkaitsega. Karbi põhjal on viis kaitsekuuli ja esiküljel käepide väikese raamiga kauba nimetussedeli jaoks. Karbi materjal ja väljatöötus teevad neid vastupidavaiks sagedasele kasutamisele, säilitades neid alati tervetena ning kaitstes kooldumise ja hõõrdumise vastu. Valitud värv ja käepide kaitsevad karpe määrdumise eest ning värv ja välisilme võimaldavad saavutada elava ja ühtlase asetuse riivileil.

Esijoones on need karbid mõeldud loomulikult lahtise pudukauba jaoks,

nagu triiksärgid, pesu, sokid, sukad (Narva) jne., kuna need kaubad vajavad kõige rohkem kaitset tolmu vastu.

Karpide mõõdud on kujunenud vas-

tavalt pudukauba artiklite mõõtudele, millised on enamasti ühtlased. Erinev on vaid karbi kõrgus, olenedes riivihede kõrgusest ja kauba hulgast.



1 2 3 4 5 6

Pildil märgitud pudukauba hoiu-karpide mõõdud ja otstarve on:

	pikkus	laius	kõrgus	
hoiukarp 1	50 cm	32 cm	25 cm	} triikpesu, aluspesu, särgid, pulloverid jm.
„ 2	50 cm	32 cm	20 cm	
„ 3	50 cm	32 cm	13 cm	
„ 4	50 cm	32 cm	9 cm	— kammid, nõöbid jm.
„ 5	35 cm	26 cm	13 cm	(15) — naiste trikoo- ja siidpesu jm.
„ 6	33 cm	22 cm	10 cm	{ (15) — sokid, sukad (Narva), kindad, kraed jm.

Hoiukarpe võib aga kasutada ka säärase kaupade hoiuks, millel on küll karbid olemas, kuid mis eraldi paigutatuna rikuvad asetuse ühtlust ja muudavad pudukauba riivili kirjuks karpide erisuuruste ja erivärvi tõttu. Näiteks kraed, sukad, naiste pesu, nõöbid, kindad jne. Neid kaupu võib asetada hoiukarpi originaalpakendeis või tühjendades nende sisu. Viimasel juhul aga tehes hoiukarpi tarbekorral vastavad vaheseinad (kammid, nõöbid jne.). Käsitamise hõlbustamiseks tuleb igal juhul läbi viia kindel rühmitus, s. t. asetades ühte hoiukarpi vaid samad kaubad suuruse või värvi jne. järgi või paigutades ühte hoiukarpi iseloomult lähedased kaubad (kraed ja kraenõöbid jne.). Käsitamine muutub tülikaks, kui hoiukarpi asetatakse origi-

naalkarpe rohkem kui kaks teineteise peale. Hoiukarbi otstarbekohasemaks kõrguseks sel juhul on ca 15 cm.

Pitside ja paelte paigutamisel hoiukarpi on otstarbekohasem parema ülevaate saamiseks asetada neid püsti teineteise kõrvale, millega võidetakse ühtlasi ruumi.

Hoiukarpide gruppeerimine ja asetamine riivilis onoleb teatud määral riivili kõrgusest, kuid esmajoones tuleb silmas pidada, et teatud liigi kaubad asetaksid ühte ega oleks laiali, kuna viimasel juhul käsitamine oleks väga tülikas ja aegaviitev. Samuti tuleb hoolitseda, et kaubad hoiukarpides oleksid korralikult asetatud ja ei tõstataks letile karp, mille sisu on segi paisatud. Hooletult asetatud kaup kortsub ja ei jäta ostjale meeldivat

ja tema ostusoovi tõstvat või süvendavat muljet.

Kuna hoiukarbid on kinnised, kaitsevad nad kaupu küll tolmu vastu, kuid jätavad ta ühtlasi varjatuks ostja pilgule. Selle olulise puuduse kõrvaldamiseks tuleb neid esmajoones kasutada pudukauba tagavara hoidmiseks ja kaupa ise tutvustada sagedasti muutuvate väljapanekute tege-

misega, kasutades selleks ostja silmakõrgusel olevat riuli vahet (mis ühtlasi elustab riulit), letti ja leti sahtleid, ehitades vastavat leti osa klaasist. Säärasel talitamisel on kaup ostjale nähtav, suurem tagavara on kaitsitud tolmu ja kortsumise eest, kauplus välisilmelt on võitnud ühtlaste karpide tõttu ning ostja soovide rahuldamine on hõlpus.

Kaubaturu ülevaade

Teravili.

Maailma viljatagavarad on kuivanud kokku. Selgub, et Euroopa tarvidust on hinnatud vähemaks, kui see on tegelikult. Selle tõttu on viimasel ajal hinnad näidanud püsivat tõusu. Arvatakse, et juhul, kui Argentiina peaks pidurdama nisu väljavedu, võivad selle hinnad maailmaturul veelgi väga tunduvalt tõusta.

Praegu tuleb välisvili maksma cif Tallinn kilogrammi eest:

rukis, Hollandi	—	18,4 s.
„ Ungari	—	18,9 s.
„ La Plata	—	19,8 s.
nisu, Tšehhi	—	19,9 s.
„ La Plata	—	22,1 s.
oder, Taani	—	18,9 s.
kaer, Taani	—	15,6 s.
„ La Plata	—	13,2 s.
mais	—	12,0 s.

Siseturu teravilja hindu normeerib Riigi Teraviljamonopol. Teravilja pakkumine vabal turul on jäänud väga väikeseks, kuigi talupidajatel peaks olema veel teatavaid tagavarasid. Nähtavasti viivitatakse tagavarade turule laskmisega, lootes hindade kõvenemisele. Riigi Teraviljamonopol müüb rukist hinnaga 13,5 senti ja nisu 23 s. kg franko vagun Tallinnas elevaatori ees ja Koplis. Kuna valitsus ei taha lasta tõusta leivahindadel, siis kaldutakse üldiselt arvamisele, et

ülaltähendatud hinnad jäävad püsima uue lõikuseni.

Suhkur.

Suhkruturg näitas käesoleva aasta esimestel kuudel tunduvalt närvilikkust. Läänud aasta oktoobri algul välisturgudel alanud suhkru hinna tõus oli järjekindel kuni käesoleva aasta jaanuarikuu keskpaigani. Jaanuarikuu teisel- ja veebruarikuu esimesel poolel olid hinnad välisturgudel kõikuvad ja näitasid mõnel päeval väikest langust. Veebruarikuu teisel poolel muutus turg uuesti kindlaks ja hinnad võtsid pikaldase kuid kindla liikumissuuna ülesse.

Nõudmine ja müügid olid jaanuaris elavad, veebruaris — vaiksed ja märtsis olid ostjad jälle elavamalt väljas.

Möödunud nädalal astus Londonis kokku suhkru eksportmaade konverents. Missugust mõju see suhkruturule avaldab, seda näitab lähem tulevik.

Inglise peenkristall-suhkrut pakuti hindadega 50 kg eest cif Tallinn:

	1935. a.	1936. a.	1937. a.
2. jaanuaril	sh. 5/6½	6/7½	7/1
15. jaanuaril	„ 5/8¼	6/5	7/8
1. veebruaril	„ 5/6½	6/2¼	7/6
15. veebruaril	„ 5/6	6/2¼	7/5½
1. märtsil	„ 5/8¾	6/1¼	7/8
15. märtsil	„ 5/10½	6/3	8/0¾
2. aprillil	5/11	6/3¾	8/2½

Käesoleva aasta aprillikuu algul Londonis leiduvad nähtavad suhkrutagavad rad on tunduvalt suuremad möödunud aasta samaaegsetest tagavaradest.

Värske puuvili.

Värsket puuvilja lastakse tollivabalt sisse 10. II kuni 31. V. Et tolli kaotamine tuli ootamatult, siis tekitas see esialgu väga elava nõudmise. Kuna sisseveol võetakse erimaksu aiasaaduste ekspordi edendamise fondi heaks endisel määral ja meie ostud tootjailt mailt on juhuslikud ja võrdlemisi väikesed, siis ei suutnud tollimaksu kaotamine suruda hindu Soome hindade tasemele. Värske puuvilja sissevedu on meil olnud seni väga piiratud ja puuduvad vastavad laod, mis võimaldaksid selle hoidmist pikemat aega. Selle tagajärjel on meie importöörid sunnitud tegema oste jooksva tarviduse ulatuses ja ei saa valida soodsamaid ostuaegu.

Apelsinide alal valitses käesoleval aastal teatud määral eriline olukord. 1935. a. oli maailmaturu varustajana esimesel kohal Hispaania, teisel Palestiina ja kolmandal USA. Käesoleva aasta saak oli Hispaanias väga rikkalik, kuid kodusõja tõttu ei pääsenud suur osa lõikusest üldse turule ja turule jõudnud kauba kvaliteet oli väga kõikumine. USA lõikus kannatas külmakahjusid. Nii hävis külma tagajärjel Kalifornia varasema lõikuse apelsinidest ca 40% ja hilisema lõikuse apelsinidest ca 35%, mille tagajärjel see maa langes välja ekspordööri-de hulgast, kattes vaid oma tarviduse ja sidrunite alal tegi isegi importi.

Oige tunduvalt aitas turu seisukorda kergendada Palestiina, kus citruste (apelsinid, grape-puuvili, sidrunid, pomerantsid j. t.) kasvatus on saanud maa peatootmisalaks ja võtab aasta-aastalt õige jõudsalt juure. Palestiina eksporteerib võrdlemisi kõrgekvaliteedilist kaupa. Käesoleval hooajal olid Palestiina kauba hinnad soodsad, võrreldes teiste maade hindadega, ja eksporteeri-

tavalt kvantumilt ta saavutab arvata-vasti tänavu esikoha.

Meie saime soodsaid ostuvõimalusi Palestiinast kasutada vähe, kuna meie tollivaba sisseveo võimaluse saabumisel Palestiinas lõikus oli juba lõpukorral ja saak suurelt osalt juba müüdnud. Ka suunati meie ostusid majanduspoliitilistel kaalutlustel mujale. Nii pidime ostma Inglise turult Hispaania kaupa. Ainsa ostukohana jäeti meile Itaalia, kust saab küll hääkvaliteedilist ja transpordivõimelist kaupa, kuid kõrgemahinelist.

Meie turul kujunesid apelsinide hinnad suurmüügil väga hüppeliseks. See oli tingitud peaaesjalikult sellest, et puudus ülevaade turu mahutavusest.

Praegu on meie turul domineerivalt Itaalia kaup ja hinnad on muutunud võrdlemisi püsivaks.

Viinamarjade hinnad on välisturul näidanud viimase ajal langust. Meie turul on praegu peamiselt heakvaliteediline Lõuna-Aafrika kaup, mis on muutunud hinnalt võrdlemisi kättesaadavaks.

Tee.

Viimaseil aastail on teehinnad maailmaturul näidanud kõvenemist.

Hindadega pensside 1 lbs (453,6 g) eest fob London pakuti teed:

	20. II 35.	22. II 36.	20. II 37.
Põhja-India	11,95	13,22	14,04
Lõuna-India	11,68	12,8	14,19
Ceylon	13,95	14,65	16,15
Jaava	9,6	10,82	13,35
Sumatra	8,75	10,6	11,96

Omavaheliste kokkulepete põhjal on teed tootjad maad vähendanud külvi-pindu kuni 20%. See piiramine on vähendanud pakkumist ja võimaldanud tee hindade kõvenemise.

Viimase aastakümne jooksul on tee sissevedu Eestisse tunduvalt vähenenud. Nii oli 1935. a. tee import 40.690 kg 82.350 kg vastu 1925. a. Kui meenutame, et 1925. a. tõsteti tee sisseveo tolli

85 sendilt 2 kroonile kilolt, siis peaks olema tee impordi tagasimineku põhjus meile teada.

Kuna tee hinnad siseturul on kõrged, siis on meie tarvitajatest suur osa läinud üle tee aseainete tarvitamisele. Aseainetena tarvitatakse nn. „aiavilja teed“, pärnaõie-, vaarika-, maasika- ja teiste kodumaa taimede varsi, õisi ja lehti.

Tarvitajani jõudev tee on segu mitmetest tee sortidest. Hea segu valmistamine nõuab väga suurt asjatundlikkust ja vilumust. ETK ostab oma teesordid juba valmissegatult Inglise tarvitajate suurmüügi keskuse tee osakonnalt, mis on üks suuremaid teefirmasid Londonis ja omab asjatundlikuimaid tee spetsialiste. Tee pakkimine aga toimub ETK-s.

Ubakohvi.

Hindade tendents maailmaturul on tõusev. Kõvenevaid hindasid saavutatakse peajasjalikult kasvatusareaalide vähendamise teel. Ka on tarvitatud tagavarade hävitamist selleks otstarbeks. Nii hävitas Brasiilia, kes oma suure toodangu tõttu mängib kohviturul domineerivat osa, 1936 a. 3.731.154 kotti = 223.870.000 kg kohvi.

Kohvi noteeriti Hamburgi börsil hindadega Riigimarkades 50 kg eest fob Hamburg:

	25. II 36.	22. II 37.
Santos extra special	42—44	52—54
„ „ prime	40—42	50—52
„ prime	38—40	49—50
„ superior	36—38	48—49
„ good	35—36	46—47
Venezuela	48—75	52—73
Mexico	52—70	52—92
Costarica	62—95	50—80
Ida-Aafrika	52—80	50—80

Ülaltoodust nähtub, et Santos-kohvide hind on kõvenenud aasta jooksul 24 kuni 31,5%, kuna Kesk-Ameerika kohvide hind mõnedel sortidel on tõusnud, testel langenud, olenedes saagist.

Kohvi tootmine ületab viimastel aastatel pidevalt turu tarviduse. On püütud kasvatusareaali vähendada ja nõudmist-pakkumist tasakaalustada müügikeskuste organiseerimise kaudu.

Meie ubakohvi tarvitus (ka inimese kohta) on senini väga väike, võrreldes teiste maadega. Tarvitamist on senini pidurdanud selle kauba kõrge hind ja tarvitajate madal ostujõud. Senini võeti sellelt kaubalt minimaaltollina kr. 2.50 kg pealt, mis hoidis hinna kõrgena. Alates käesoleva kuu 15. päevast alandati selle kauba tolli kr. 1.—le kg. See tollialandus ei jäta avaldamata oma mõju tarvitamisele, kuna hinnad kujunevad vastavalt odavamaks. ETK ongi juba alandanud oma ubakohvide hindu uue tollimäära kohaselt.

Raud.

Möödunud aasta esimesel poolel olid rauahinnad võrdlemisi püsivad. Alates augusti lõpust on aga hinnad järjekindlalt tõusnud ja aprilli alguks oli rauahind juba 60—70% kõrgem kui möödunud aasta augustis. Suure nõudmise tõttu on raua saamine praegu raskendatud ja osta saab ainult juhuslikult vähemaid partiisid saatmisega 3—5 kuu jooksul.

Mis puutub Vene rauasse, siis möödunud aastal oli selle müügihind Lääne-Euroopa rauast tunduvalt odavam. Käesoleval aastal, kus raua tarvitamine on erakordselt suurenenud ja Lääne-Euroopa riigid ei jõua kõiki ostjaid rahuldada, on maailmaturul Vene raua järele nõudmine märgatavalt suurenenud. Selle tagajärjel on venelased ka oma raua hinna tõstnud ühisele tasemele teiste riikidega ja vaatamata kõrgele hinnale on kauba pakkumisega esialgu võrdlemisi tagasihoidlikud. Üldiselt tundub, et lähematel kuudel rauahindades langust ei tule ja võimalik on, et hinnad veelgi kõvenevad.

Tsement.

Alates 15. veebruarist s. a. alandas Port-Kunda tehas hinda 70 sendi võrra tünnilt. Samal ajal alandati raudtee veo-

tariifi kahe klassi võrra. Selle tagajärjel on tsement Tallinnas odavamini käes 85 senti võrra tünnilt. Tsemendi tolli alandati 1,3 sendilt 0,5 sendile kilogrammit. See tollimäär takistab aga siiski välissemendi meie turule pääsu. Sellest nähtub, et välismaa ei pakugi meile seda kaupa puigi palju odavamini ja selle juures ei ole välismaal siseturule müüdiv tsement hinnalt odavam meie siseturu hindadest.

Võrreldes meie lähemate naabermaadega, on meie tsemendi tarvitus sisiaajani olnud väga väike. Ühe elaniku kohta aastas oli tarvitus: Eestis — 27 kg; Lätis — 40 kg; Soomes — 61 kg; Rootsis — 95 kg ja Taanis 117 kg.

Kuna lubja, puumaterjali ja pleki hindad on õige tunduvalt tõusnud, tsemendi ja selle veohind aga alanenud, siis võib oodata meil tsemendi tarvituse tõusu.

Arvatavasti ei jäta ka riiklikest tehastest turule oodatavad odavad telliskivid avaldamata soodsat mõju tsemendi tarvitamise tõusule.

Põllutööriistad ja -masinad.

Juba möödunud aasta lõpul tekkis pinge põllutöömashinade hindades, kuna materjalide hinnad tõusid. Mõned vabrikud nõudsid juba uute lepingute sõlmimisel kõrgemaid hindu, kuid see kõrgendus ei tõusnud üle 2—3%. Siseturu hindad jäid aga muutmatusks.

Käesoleva aasta esimesel veerandil on materjalide (raud, teras, vask, puu) hinnad püsivalt tõusnud. Vabrikutel on harilikult materjaliseid tagavaraks üheks sesooniks. Sesooni tootmine aga müüakse suuremas osas ette juba eelmisel sügisel või vara kevadel. Nii võib praegu päris kindlalt ütelda, et odavast materjalist masinad on kõik läbi müüdnud. Praeguseid raua ja terase hindu

arvesse võttes ja silmas pidades, et mõnel pool on tööliste palgad tõusnud, — peaksid põllutöömashinade hinnad tõusma 10—12%. Selle võrra on suuremad põllutöömashinade vabrikud oma hindu ka tõstnud.

Kodumaa tööstus tõstis hindu aasta algul 5—8%, kuid nüüd on täiendavalt veel tõstetud mõne artikli (hobuserעה) hindad. On oodata ka teiste artiklite hindade tõusu, kui vanad tagavarad on läbi müüdnud ja valmistamisel on vaja kasutada kallimat materjali.

Mashinade müügi ärid on jõudnud sõlmida välismaa firmadega õigel ajal lepingud ja loodetavasti müüvad odavalt ostetud masinad ka vana hinnaga. Kui aga vanad tagavarad on otsas, siis tõuseb hind kahtlemata. Seda on karta hooaja lõpu poole.

TEATED.

ETK korraline aasta-peakoosolek peetakse 23. aprillil 1937. a. „Estonia“ teatrimaja kontsertsaalis Tallinnas, Estonia puiest. 6. Algus kell 10. Esindajate registreerimine algab kell 9 hommikul sealsamas.

*

Ühiskaupluste Ärijuhtide Ühingu aasta-peakoosolek peetakse 22. aprillil s. a. kell 18 ETK peakontori ruumides Tallinnas.

*

Ühistegeliste Asutiste Raamatupidajate Ühingu järjekorraline üldkoosolek peetakse 22. aprillil 1937. a. kell 16.15 Tallinnas, „Estonia“ teatrimaja rohelistes saalis.

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

Trükitud Eesti Ühistrükikojas Tallinnas, 14. aprillil 1937.

L. J. J. J.

AJAKIRI

„ÜHISKAUBANDUS“

käsitab ühiskaubanduse põhimõttelisi, organisatsioonilisi ja käitismajanduslikke küsimusi ;

avaldab kirjutisi kaubatundmise, vaateakende, hinnakalkulatsiooni, selgitustöö, talusaaduste turustamise, juriidiliste küsimuste jne. alalt;

toob ülevaateid turuoludest ja teateid organisatsioonide tegevusest.

„ÜHISKAUBANDUSE“

lugemine värskendab teadmisi ja avar-
dab silmaringi.

„ÜHISKAUBANDUS“

ei puudu ühegi tegelase laualt.

Ühiskaupluste võrk

