

EESTI NSV JAEKAUBANDUSVÕRGU ARENDAMISE PROBLEEME

F. Sauks

Kaubandusökonomika kateeder

Riikliku ja kooperatiivse kaubanduse jaekäibe maht peab 10 aasta jooksul NSV Liidus kasvama 2,5 korda ja 20 aasta jooksul 5 korda. Millised helged perspektiivid nõukogude inimestele!

Kuid oleks väärt rõhutada praegu ainuüksi seda, mis tuleb 20 aasta pärast. «On tarvis käsitleda mitte ainult lõpptulemusi, vaid pöörata rohkem tähelepanu programmi täitmise algetapile, sellele, et teelt kõrvaldataks kõik, mis takistab meie edasiliikumist. Kommunismi ehitamise küsimustes ei või algetapilt üle hüpata partei programmis kavandatud lõppetapile. See tuleb läbi käia pingelises töös ja võitluses.»¹

Iseendast on arusaadav, et kaubakäibe laiendamisel on tänapäeval suure tähtsusega küsimusteks kaubanduse igakülgne paremustamine ja täiustamine, tema materiaalse baasi laiendamine. Juhindudes sm. N. S. Hruštšovi eeltoodud näpunäiteist on mõistetav, et enne materiaalse baasi laiendamist on vaja tunda olemasolevat baasi ja selle kujundamise tähtsamaid seaduspärasusi. Käesolevas artiklis antakse lühike ülevaade jaekaubanduse võrgust Eesti NSV-s, näidatakse selle arendamist viimastel aastatel ning rida probleeme ühenduses sellega.

1. Jaevõrgu suurus ja selle dünaamika

Jaekaubanduse materiaalse baasi põhituumaks on müügikohtade võrk, mille kaudu toimub käibeprotsessi lõpetamine ja kaupade suunamine tarbimissfääri. Paljumiljoniline tarbijaskond on iga päev kokkupuutes müügikohtadega, ostes sealt oma vajadustele vastavaid kaupu. Selles ühenduses otsustavad tarbijad mitte ainult nõukogude kaubanduse kvaliteedi üle, vaid nad annavad samaaegselt ka hinnangu NSV Liidus saavutatud majanduslike

¹ N. S. Hruštšovi kõnest üleliidulisel raudteetranspordi töötajate nõupidamisel 10. mail 1962. a., «Rahva Hääle» 12. 05. 62.

tulemuste kohta. Seetõttu on jaekaubandusvõrgu arendamisel suur majanduslik ja poliitiline tähendus. Seepärast on arusaadav ka Kommunistliku Partei ja Nõukogude valitsuse eriline tähelepanu jaekaubanduse materiaalse baasi arendamise ja tugevdamise vastu.

Sõjaeelsetel aastatel toimus NSV Liidus koos jaekäibe suurenemisega tohutu töö riikliku ja kooperatiivse kaubanduse jaevõrgu arendamisel. Ajavahemikul 1929—1940 suurenes jaevõrk umbes 2,5 korda, ulatudes 1940. a. lõpul 407 204 ettevõteteni.²

Suure Isamaasõja aastail vähenes kaubakäive ja hävitati suur osa kaubanduse materiaalsest baasist nendes rajoonides, mis olid langenud ajutiselt Saksa okupatsiooni alla. Seetõttu oli jaevõrk 1. jaanuariks 1945. a. vähenenud 44,6%.³

Sõjajärgsetel aastatel oli nõukogude kaubanduses üheks põhiliseks ülesandeks kõigepealt taastada sõjaeelne kaubandusvõrk ning seejärel seda ka tunduvalt laiendada võrreldes sõjaeelsega. Rajati palju uusi kauplusi ja olemasolev kaubandusvõrk varustati moodsa sisseseadega. 1. jaanuaril 1961. a. oli jaevõrgu suurus NSV Liidus juba 567 304 ettevõtet.⁴

Analoogilist pilti näeme ka Eesti NSV-s. Kaubandusettevõtete arv riiklikus ja kooperatiivses kaubanduses oli 1. jaan. 1941. a. 1840, pärast Eesti NSV vabastamist Saksa okupatsiooni alt oli riiklikke ja kooperatiivseid kaubandusettevõtteid seisuga 1. nov 1944. a. 798, ent 1. jaanuaril 1961. a. oli juba 3603 ettevõtet.⁵

Vaatamata jaevõrgu laiendamisele, tuleb see tarbijate kaubandusliku teenindamise seisukohalt siiski tunnistada mittepiisavaks. Kaubandusvõrgu laiendamise tempo jääb maha jaekäibe kasvu-tempost, nagu see nähtub ka tabelist 1.

Tabel 1

Jaekäibe ja jaevõrgu kasv 1950—1960
(1940 = 100%)

Näitajad	NSVL ⁶		Eesti NSV ⁷	
	1950	1960	1950	1960
1. Jaekäibe füüsilise mahu kasv %-des	110	326	125	372
2. Jaevõrgu kasv %-des	102	139	148	196

² Народное хозяйство СССР в 1960 году, Статистический ежегодник, ЦСУ СССР, Госстатиздат, Москва 1961, lk. 720. (edaspidi lühend Народное хозяйство СССР в 1960 году).

³ Экономика советской торговли, под редакцией проф. М. М. Лифица, Госторгиздат, Москва 1950, lk. 365.

⁴ Народное хозяйство СССР в 1960 году, lk. 723.

⁵ F. S a u k s, Põhijooni kaubanduse arengust Nõukogude Eestis 1940—1960. Tallinn 1960, lk. 21, 51 ja Эстонская ССР, Таллин 1962 lk. 273.

⁶ Народное хозяйство СССР в 1960 году, lk. 679, 720.

Andmetest ilmneb, et jaevõrgu laienemine on maha jäänud. Sellest on suurenenud kaubandusettevõtete koormatus ning tihti ostjate aeglane teenindamine. Üksikutes linnades, rajoonides ja kaubandussüsteemides on jaevõrgu mahajäävus erisugune, võrreldes NSV Liidu või Eesti NSV keskmiste andmetega. Nii suurenes tarbijate kooperasiiooni jaekäive Eesti NSV-s 1950—1960. a. üle 3,3 korra, kaubandusvõrk aga ainult 43% ⁸ Kõik see kõneleb vajadusest jaevõrgu laiendamisele senisest veelgi rohkem tähelepanu pöörata.

Jaevõrk koosneb mitmesugust tüüpi, erineva nimetuse ja tähendusega ettevõtetest, nagu kauplustest, poodidest, kioskitest, paviljonidest, autopoodidest, kandelaudadest jne. Ühed neist on pidevalt tegutsevad ettevõtted, teisi avatakse üksnes teatud hooajaks; ühed ettevõtted realiseerivad nii toidu- kui ka tööstuskaupu, teised kas ainult toidu- või tööstuskaupu, kolmandad aga ainult kas teatavat liiki toidu- või tööstuskaupu jne. Kõigi nende mitmelaadsete kaubandusettevõtete töö planeerimiseks ja hindamiseks tuleb neid klassifitseerida. Viimase aluseks on kas ettevõtte organisatsiooniline tüüp või tema kaubanduslik spetsialiseeritus.

Jaevõrk jaotatakse organisatsioonilise tüübi järgi:

1) statsionaarseks võrguks —

- a) kaupluste ja poodide võrk,
- b) väikejaevõrk (kioskid, telgid jt.)

2) liikuvaks jaevõrguks (autopood, kandelaudad jt.)

Kvaliteetse kaubandusliku teenindamise seisukohalt on olulisem statsionaarne kaubandusvõrk, eriti kaupluste võrk, kus müük toimub spetsiaalselt sisustatud müügisaalides ja kus sageli on veel kõrvalruume ostjate täiendavaks teenindamiseks (tualettruumid, lastetuba jt.) Väikejaevõrgul, samuti ka liikoval võrgul puudub müügisaal, tihti isegi spetsiaalne kaupade hoiukoht. Sisseseaded on primitiivsed: peamiselt müügilaud ja katusealune, kus asub müüja töökoht. Kaupade müük toimub luugi kaudu. Ühesõnaga — ostjate teenindamiskultuur on seal madalam. Seetõttu on mõisteta, et riiklikus ja kooperatiivses kaubanduses on statsionaarse kaubandusvõrgu, eriti kaupluste võrgu seisund domineeriv, nagu see nähtub ka tabel 2 andmetest.

⁷ Jaevõrgu kasvu protsent ENSV-s arvatud 1940. a. riikliku ja kooperatiivse kaubandusvõrgu alusel. Sellal tegutses aga ENSV-s veel rohkearvuline, ehkki tehniliselt primitiivne erakaubandusvõrk väikepoodide, kioskite kujul. Arvestades ka erakaubandusvõrgu suurust oli jaevõrgu kasvutempo palju aeglasem tabeli andmetest.

⁸ ENSV Statistika Keskvõrk, Nõukogude Eesti saavutusi 20 aasta jooksul, Tallinn 1960, lk. 80—81.

Kaubandusvõrk NSV Liidus ja Eesti NSV-s⁹
(aasta lõpul)

	NSVL (tuhandetes)				ENSV			
	kauplused, poed	väikejaevõrk		Kokku	kauplused, poed	väikejaevõrk		Kokku
		arv	osa-täht. %			arv	osa-täht. %	
I. Kaubandusvõrk üldse								
1940	307,1	100,1	24,5	407,2	1760*	—	—	1760*
1950	298,4	117,4	28,1	415,8	2119	593	21,0	2712
1955	352,5	135,9	27,8	487,5	2627	728	21,6	3355
1960	413,0	154,3	27,2	567,3	2943	660	18,4	3603
II. Riiklik kaubandusvõrk								
1940	102,9	55,3	34,9	158,2	947	—	—	947
1950	112,7	71,4	38,9	184,1	1134	411	26,6	1545
1955	134,0	75,2	36,0	209,2	1258	493	28,2	1751
1960	158,9	96,4	37,6	255,3	1400	470	25,1	1870
III. Tarbijate kooperatiivide kaubandusvõrk								
1940	197,6	31,7	13,8	229,3	813	—	—	813
1950	181,2	32,8	15,3	214,0	905	101	10,0	1006
1955	214,5	50,8	19,2	265,3	1296	192	12,9	1488
1960	254,1	57,9	18,5	312,0	1543	190	11,0	1733

* Andmed haaravad ainult riiklikku ja kooperatiivset jaevõrku. Era-kaubandusettevõtteid pole siia arvatud.

Tabel näitab ühelt poolt sotsialistliku kaubandusvõrgu üldist arengut NSV Liidus ja Eesti NSV-s ning teiselt poolt riikliku jaevõrgu ja tarbijate kooperatsiooni kaubandusvõrgu arengut NSV Liidus ja Eesti NSV-s. Kõrvuti kaubandusvõrgu üldise dünaamikaga tuleb nähtavale väikejaevõrgu osatähtsus üldises kaubandusvõrgus ja selle muutumine. Sõjajärgsetel aastatel on väikejaevõrk tunduvalt laienenud. See suurenes NSV Liidus ajavahemikul 1940—1960 rohkem kui 54%, sellal kui kaupluste arv kasvas umbes 34%. Eriti kiirelt laienes väikejaevõrk tarbijate kooperatiivide süsteemis, suurenedes vaadeldaval perioodil üle 83%, peamiselt seoses kaubandusvõrgu arendamisega kolhoositurgudel ja linnades. Vaatamata sellele on väikejaevõrgu osatähtsus tarbijate kooperatiivide jaevõrgus palju väiksem kui riiklikus kaubanduses.

⁹ Tabel on koostatud «Народное хозяйство СССР в 1960 году» lk. 720, 723, СЦУ, Советская торговля, Статистический сборник, Москва 1956, lk. 140 (edaspidi lühend «Советская торговля») andmete alusel.

Väikejaevõrgu kiiretempoline laiendamine tunnistab kaubandusõrgu primitiivsemate vormide suhteliselt kiiremat arendamist, mida tarbijate teenindamise seisukohalt ei saa aga pidada õigustatuks. Niisugust suunda on teravalt kritiseeritud ka ajakirjanduses, kus on vihjatud muuseas ka selle ebamajanduslikkusele.¹⁰ Nii oli kioski keskmine käive 1961. a. NSV Liidus 5,9 korda väiksem keskmise kaupluse käibest, töötaja jõudlus umbes 3 korda madalam kaupluse töötaja omast. Väikejaevõrgu töötajad pole aga tänapäeval kehtiva palgasüsteemi tõttu huvitatud oma kuukäibe suurendamisest üle 3000 rbl., sest see tähendaks neile makstava töötasu (16—20 rubla käibe igalt tuhandelt rublalt) asendamist hariliku müüja tasuga, mis on aga väiksem (14 rubla käibe igalt tuhandelt rublalt). Ühtlasi ei tohi unustada, et väikejaevõrgu töötajate tegevus on tunduvalt raskemini kontrollitav kui kauplustöötajate tegevus. Seetõttu esineb väikejaevõrgus sageli ka ostjate petmist, kuritarvitusi, spekulatsioonijuhtumeid ja teisi nõukogude kaubanduses lubamatuid nähte.¹¹ Arvutused näitavad, et käibekulude tase väikejaevõrgus on umbes 25% kõrgem kaupluste omast. Kõik see kõneleb vajadusest hakata piirama väikejaevõrku ja eelkõige ümber korraldada kaubakäivet pidurdav palgasüsteem. Sellega on juba alustatud. Perspektiivplaanis on ette nähtud 1980. a. väikejaevõrgu osatähtsuse viimine 5%-ni jaevõrgus.¹²

Huvitav on märkida, et Eesti NSV-s puudus 1940. a. riiklikus ja kooperatiivses kaubanduses üldsegi väikejaevõrk. See oli ühelt poolt seletatav nõukogude kaubanduse noorusega Eestis ja teiselt poolt arvuka erasektori olemasoluga, mistõttu sotsialistlikud kaubandusorganisatsioonid ei vajanud veel väikejaevõrku. Esimesed 2 kioskit organiseeriti riiklikus kaubanduses 1941. a. aprillis seoses suvekaubanduse sesoonvõrgu rajamisega. 1941. a. mais ulatus kioskite arv 23-ni.¹³ Sõjajärgsetel aastatel on aga väikejaevõrk Eesti NSV-s leidnud arendamist, ehkki mitte sellisel määral nagu üleliidulises ulatuses. Positiivseks tuleb tunnistada ka väikejaevõrgu suhteliselt madalat osatähtsust Eesti NSV-s, eriti ETKVL-i süsteemis. Ka Eesti NSV väikejaevõrgus oli kioski keskmine käive 1961. a. üle 8 korda väiksem kaupluse omast ning töötaja jõudlus 3,5 korda madalam kui kauplustes.

¹⁰ Vt. üksikasjalikumalt A. Гудимов, Задумайтесь: нужна ли такая торговля? Мы против! «Экономическая Газета» 1962, № 13, lk. 37 ja Два ответа на один вопрос. Не надо зашивать карманы! «Экономическая Газета» 1962, № 19, lk. 39—40;

¹¹ Vt. ka A. Северов, Науки в палатке, «Экономическая Газета» 1961, № 16, lk. 41.

¹² В. Тюков, Развитие материально-технической базы торговли в генеральной перспективе, «Советская торговля» 1961, № 12, lk. 4.

¹³ «Eesti NSV rahvamajandusplaani täitmise põhinäitarve» 1941, nr. 5 (7), lk. 302.

Jaevõrgu kasvu hindamisel oleks viga selleks kasutada ainult keskmisi näitajaid riigi kohta tervikuna. Rahuldavad keskmised võivad peita ühtede rajoonide puudulikku võrku teiste rajoonide paisutatud võrgu tõttu, halvasti töötavate ettevõtete alakoormatust ja suuri käibekulusid eesrindlike ettevõtete heade töötulemuste taha. Seepärast tuleb täiendada keskmisi üksikute linnade ja rajoonide diferentseeritud andmetega. Kaubandusvõrgu dünaamikale täpsema hinnangu andmiseks tuleb iseloomustada sama-

Tabel 3

Kaubandusvõrk linnades ja maal¹⁴
(aasta lõpul)

Näitaja	NSVL (tuhandetes)		ENS	
	1955	1960	1955	1960
1. Kaubandusettevõtete arv linnades kokku sellest:	220,9	278,5	2204	2319
a) kauplusi	134,7	170,8	1538	1729
b) väikejaevõrk	86,2	107,7	666	590
c) väikejaevõrgu % linnalises kaubanduses	39	38,7	30,2	25,5
2. Kaubandusettevõtete arv maal kokku sellest:	266,6	288,8	1151	1284
a) kauplusi	217,8	242,2	1089	1214
b) väikejaevõrk	48,8	46,6	62	70
c) väikejaevõrgu % maalises kaubanduses	18	16,2	5,4	5,5
3. Maalise kaubandusvõrgu % üldises kaubanduses	55	51	34,3	35,8
4. Kaubandusettevõtete arv 10 000 elaniku kohta				
a) üldse	24	26	29	30
b) linnades	23,3	25,7	35,6	33
c) maal	25,5	26,6	21,7	24,6
5. Elanike arv keskmiselt kaubandusettevõtete kohta				
a) üldse	405	385	340	335
b) linnades	430	391	282	303
c) maal	395	375	462	405

¹⁴ Tabel koostatud «Народное хозяйство СССР в 1960 г., лк. 720, 730 ja X. Тиканд, Торговля, artikkel koguteoses Эстонская ССР, составитель В. Гармисто, Таллин 1962, лк. 273 andmetel.

aegselt ka kaubandusvõrgu organisatsioonilist struktuuri, s. t. statsionaarse ja liikuva võrgu omavahelist suhet, kaupluste ja väikejaevõrgu suhet. Eriti oluline on välja tuua linnalise ja maalise kaubandusvõrgu suhe, kaupluste tihedus ja nende koormatus. Kaubandusvõrgu tiheduse näitajana kasutatakse ettevõtete arvu 10000 elaniku kohta ja teise näitajana elanike arvu keskmiselt ühe kaubandusettevõtte kohta (vt. tabel 3).

Andmetest nähtub, et üle poole NSV Liidu kaubandusvõrgust asus maal, Eesti NSV-s aga umbes kolmandik. Kõrvutades neid andmeid elanike paiknemisega (NSV Liidus oli 1960. a. vastav suhe umbes 50 : 50 ja ENSV-s 58 : 42) selgub, et üleliidulises ulatuses on enam-vähem samasugused suhted linna ja maaelanike vahel. Eesti NSV-s on aga maalise kaubandusvõrgu osatähtsus madalam. Kohalikke olusid arvestades ei saa seda suureks puuduseks pidada, sest linnade suhteline ligiolek võimaldab maaelanikel kasutada linnade kaubandusvõrku. Järelikult maakaubandusvõrgu suhteline hõredus ei halvenda Eesti NSV oludes nimetamisväärselt maaelanikele kaupade kättesaamist.

Mis puutub kaubandusvõrgu struktuuri, siis on väikejaevõrgu osatähtsus NSV Liidu linnades tunduvalt kõrgem kui maal ja näitab koguni mõnesugust kasvutendentsi. Seda ei saa pidada normaalseks. Eesti NSV-s on olukord küll mõnevõrra parem, kuid siiski tuleb ka meie linnade väikejaevõrku pidada liiga suureks (üle 25% jaevõrgust). Positiivseks jooneks on meil väikejaevõrgu osatähtsuse vähendamise tendents, mis iseloomustab linnaelanike kaubandusliku teenindamise parandamist. NLKP programmis sotsialistlikule rahvamajandusele seoses kommunismi materiaalse baasi loomisega püstitatud gigantsed ülesanded muudavad lähematel aastakümnetel linna- ja maaelanike arvulist suhet. 1980. a. tõuseb linnaelanike osatähtsus umbes 67%-ni NSV Liidu rahvaarvust.¹⁵ Koos sellega muutub kogu maalise asustuse ilme. Praeguste hajali paiknevate külade asemel kerkivad linnatüüpi asulad, kus on 2—4 korruselised hooned, mis on varustatud kõigi mugavustega. Arusaadavalt tingib see ka vajaduse maa kaubandusvõrk vastavalt ümber kujundada.

NSV Liidus on üldse 26 kaubandusettevõtet 10000 inimese kohta, mis ei ole küllaldane. Seda näitab ka kaubandusettevõtte koormatus — keskmiselt tuleb teenindada 385 tarbijat. Viimastel aastatel on olukord küll mõnevõrra paranenud, kuid paranemine toimub väga aeglaselt. Eesti NSV-s on olukord kaubandusvõrgu tiheduse ja koormatuse suhtes mõnevõrra küll parem, ent siiski veel ebarahuldav. Oluline on märkida ka seda, et linnalise kaubandusettevõtte koormatus on Eesti NSV-s viimastel aastatel isegi mõnevõrra suurenenud, mis rõhutab vajadust senisest roh-

¹⁵ Vt. Б. Светличный, Некоторые вопросы перспективного развития городов. «Вопросы экономики» 1962, № 3, lk. 57—61.

kem tähelepanu pühendada kaubandusvõrgu laiendamisele ja selle kapatsiteedi suurendamisele. Eriti teravalt tuleb see nähtavale vastavate näitarvude kõrvutamisel välismaiste andmetega. Nii näiteks on Poola RV-s 10 000 elaniku kohta 53 kaubandusettevõtet, Tšehhoslovakkias 57, USA-s 75, Saksa FV-s 101, Inglismaal 114. Ühe kaubandusettevõtte kohta tuleb keskmiselt elanikke Poolas 187, Tšehhoslovakkias 175, USA-s 133, Saksa FV-s 99, Inglismaal 87, mis kõneleb kaubandusettevõtte palju väiksemast koormatusest ja seoses sellega tarbijate paremast teenindamisest.¹⁶ Jättes siinjuures kõrvale võrdlusjoonte tõmbamise kapitalistlike maade kaubandusvõrguga, mis kujuneb suurel määral kapitalistliku konkurentsi ja ebaratsionaalse pillavuse pitseri all, on NSV Liidu kaubandusvõrgu tihedus ja koormatus tunduvalt maha jäänud ka eesrindlikumatest rahvademokraatiamaadest. Võrreldes rahvademokraatiamaadega on kaubandusettevõtte koormatus NSV Liidus rohkem kui 2 korda kõrgem. See ei võimalda küllaldast tähelepanu pöörata tarbijate teenindamise kvaliteedile, tekivad paratamatult järjekorrad ja ka teised negatiivsed momendid teenindamises. Seepärast on mõisteta perspektiivne ülesanne nõukogude kaubandusele vähendada 1980. a. kaubandusettevõtete keskmist koormatust umbes 2,5 korda võrreldes 1960. a.¹⁷

Eespool iseloomustasime jaevõrgu suurust ja struktuuri peasjalikult kaubandusettevõtete arvu abil. Ainuüksi selle näitaja kasutamine pole aga küllaldane, sest kaubandusettevõtted on suuruselt ja sellega ühtlasi oma kapatsiteedilt väga erinevad, alates väikestest ühe töötajaga poodidest kuni tuhandete töötajatega hiigelkaubamajadeni. Pealegi on viimastel aastatel muutunud oluliselt kaubandusettevõtete kvaliteet. Seda väljendab väikepoodide ühendamise suurteks ettevõteteks ja uute ehitatavate kaupluste avarus. Seoses sellega on otstarbekam kasutada ettevõtte suuruse iseloomustamiseks müüjate töökohtade arvu. Töökohta all mõistetakse müüja töötsooni, mis on piiratud teatud kindla pindalaga ja varustatud vajalike seadmetega kaupade hoidmiseks ning väljastamiseks (riiulid, kaalud jne.)

Töökohtade arv ei pea alati ühtima müüjate arvuga. Kui kauplus töötab ühes vahetuses ja igal müüjal on eraldi seadistatud töökoht, siis töökohtade arv võrdub müüjate arvuga. Poolteise ja kahe vahetusega töötavates kauplustes on töökohtade arv müüjate arvust väiksem. Mõnedel juhtudel ei kasutata kaupluses kõiki töökohti, s. t. kauplustes esineb kasutamata reserve müügi laiendamiseks. Sellistel juhtudel on ühe vahetusega töötavates kauplustes

¹⁶ Näitarvud on leitud vastavate riikide statistiliste kogumike andmete alusel (Statistical Pocket Book of the German Democratic Republic 1961. Berlin 1961, lk. 167, АН СССР, Великобритания, Москва 1960; Вольер, М. Б., Клупт, В. С., Статистический справочник географии стран капиталистического мира, Москва 1959. jt.)

¹⁷ Vt. В. Тюков, op. cit., lk. 4.

Kaubandusvõrgu suurus 1955. ja 1960. aastal¹⁹
(aasta lõpul)

Näitajad	NSV Liit (tuh.)		Eesti NSV		NSVL Kaubandusmin. sisine (tuh.)		ENSV Kaubandusministeerium		Tsentrosojus (tuh.)		ETKVL	
	1955	1960	1955	1960	1955	1960	1955	1960	1955	1960	1955	1960
1. Kaupluste arv	352,5	413,0	2627	2943	60,9	75,8	699	701	214,5	254,1	1282	1543
2. Töökohtade arv	585,8	817,6	5595	7087	165,0	265,0	1795	2069	265,1	371,1	2629	3239
3. Töökohtade arv keskmiselt ühele ettevõttele	1,7	2,0	2,1	2,4	2,7	3,5	2,5	2,9	1,2	1,5	2,1	2,1

tes töökohtade arv suurem müüjate arvust. Niisugust olukorda ei saa pidada normaalseks, sest see tähendab tarbijate teenindamise võimaluste mittetäielikku kasutamist.

Kaubandusettevõtte suurusest sõltub ka tarbijate teenindamise kvaliteet: mida suurem on kauplus, seda rikkalikum on kauba valik, seda rohkem on võimalik läbi viia kaubandustöötajatevahelist tööjao- tust, seda kõrgem on tavaliselt müüjate kvalifikatsioon. Järelikult iseloomustab töökohtade arv hoopis täpsemini elanikkonna kaubanduslikku teenindamist kui kaubandusettevõtete arv. Seepärast hakati NSV Liidus prof. S. V. Serebrjakovi initsiatiivil alates 1955. a. kaubandusvõrgu suurus iseloomustama peale ettevõtete arvu ka töökohtade hulga järgi¹⁸, mida iseloomustab tabel 4.

Tabel näitab töökohtade arvu kiiremat kasvu võrreldes kaupluste arvu kasvuga. Selle tulemusena suureneb keskmine kauplus, s. t. paraneb tarbijate kaubanduslik teenindamine.

Tabelis on toodud kahe suurima kaubandussüs-

¹⁸ С. В. Серебряков. Организация и техника советской торговли. Госторгиздат 1956, lk. 63 j. vt. ka «Советская торговля» 1962, № 10, lk. 7.

¹⁹ Tabel on koostatud «Народное хозяйство СССР в 1960 г.», lk. 729 ja Eesti NSV rahvamajandus. — Statistiline kogumik, Tallinn 1957, lk. 201 andmetel. Siinjuures tuleb märkida, et kehtiva statistilise aruandluse järgi iseteenindamiskauplustes 1 kontrollkassäär on võrdustatud 2,5 töökohaga.

teemi andmed. Riiklikust kaubandusest on tabelisse võetud kaubandusministeeriumide kauplesevõrk, mis moodustab üleliidulises ulatuses riiklikust kaubandusvõrgust ligemale 50%. Eesti NSV-s aga 52% ja kooperatiivsest kaubandusest tarbijate kooperatiivide süsteem, mis oli 1960. a. ainukeseks kooperatiivkaubanduse esindajaks nii üleliidulises kui ka Eesti NSV ulatuses. Nendele kahele süsteemile kuulus kogu jaevõrgust 1960. a. üleliidulises ulatuses ligemale 77%. ENSV ulatuses 76%²⁰

Nende kahe süsteemi võrdlus näitab, et kaubandusministeeriumi kauplused on tunduvalt suuremad kui tarbijate kooperatiivide omad. Analoogiline pilt on ka Eesti NSV-s, kus kaubandusministeeriumi süsteemi kaupluse keskmine suurus ületab ETKVL kaupluse 0,8 töökoha võrra, s. t. 38 protsenti. Kaupluse keskmine suurus on kaubandusministeeriumi süsteemis viie aasta jooksul kasvanud, ETKVL-is on see jäänud umbes samasuguseks. Viimast nähtu ei saa õigustada, eriti kui selgub, et mõnedes rajoonides (näit. Elva rajoonis) on kaupluse keskmine suurus viimastel aastatel koguni kahanenud. See kõneleb kaubandusvõrgu laiendamisest peaasjalikult primitiivsemate ettevõtetüüpide (väikepoodide, müügipunktide jne.) rajamise teel. See on tingitud peamiselt tarbijate kooperatiivide teenindamispiirkonna maalisest iseloomust. Maaelanikkond paikneb kuni tänini hajali ja seetõttu pole võimalik organiseerida rohkem kui 1—2 töökohaga kaubandusettevõtteid. Seetõttu on ka kauba valik maal väiksem kui linnades ja teenindamiskvaliteet suhteliselt madalam. Arvestades aga perspektiivplaani ülesandeid, tuleb võimalused suuremate kaubandusettevõtete rajamiseks maksimaalselt ära kasutada.

Tabel 5 näitab kaupluste võrgu jaotumist majandusliku iseloomu järgi, olulisi nihkeid kauplusevõrgus ajavahemikul 1955—1959 ning olulisemaid erinevusi riikliku ja kooperatiivse kaubanduse vahel. Nagu andmetest nähtub, on kaubandusministeeriumi süsteemi kaubandusvõrgust rohkem kui pool 1—2 töökohaga, kuid nende osa kaupluste jaekäibes on ainult 22,3%. Suurimad kauplused, igaüks rohkem kui 10 töökohaga, moodustavad ainult 0,7% kaupluste arvust, kuid jaekäibes on nende osatähtsus ligi 5%. Töötajate keskmine arv ühe töökoha kohta suureneb koos kaupluse üldise suurenemisega. See iseloomustab töökohtade täielikumat kasutamist suurtes kauplustes. Toodud andmed näitavad ka, et suurtes kauplustes on töötaja tööjõudlus harilikult kõrgem kui väikestes kauplustes. Järelikult on suuremad kauplused majanduslikult otstarbekamad. Sellega on seletatav ka vajadus suurendada kauplusi nii linnas kui maal. Vaadeldaval ajavahemikul on väiksemate (1—2 töökohaga) kaupluste osatähtsus langenud 62,9%-lt 55%-ni ja suuremate kaupluste, kus on igaühes 5 ja roh-

²⁰ ЦСУ, Розничная торговля в 1960 году, Москва 1961, lk. 255.

²¹ Tabel on koostatud Eesti NSV rahvamajandus, lk. 199 ja 201 ja Народное хозяйство СССР в 1959 году, lk. 702 ja 703 andmetel.

Eesti NSV Kaubandusministeeriumi ja ETKV Liidu süsteemi kaupluste võrk ²¹

Kaupluste rühmad töökohtade arvu järgi	Kaupluste arv		Töökohtade arv		Töötajate arv		Keskmise töötaja arv ühe töökohta kohta		IV kvartali jaekäive (tuh. rbl.)		Keskmise jõudlus (tuh. rbl.)			
											töökohta		töötaja kohta	
	1. I 56.	1. I 60.	1. I 56.	1. I 60.	1. I 56.	1. I 60.	1. I 56.	1. I 60.	1955	1959	IV kvartalis			
											1955	1959	1955	1959
Eesti NSV Kaubandusministeeriumi süsteem														
1	207	164	207	164	284	330	1,4	2,0	3450,0	3655	16,7	22,3	12,1	11,1
2	232	218	464	436	684	847	1,5	1,9	3163,1	9905	17,8	22,6	11,9	11,7
3—4	178	193	585	646	1126	1606	1,9	2,5	12616,5	17796	21,6	27,6	11,2	11,1
5—7	68	88	389	517	868	1442	2,2	2,8	10947,1	17476	28,1	33,9	12,6	12,1
8—10	9	24	82	209	163	580	2,0	2,8	3075,8	8564	37,5	41,1	18,9	14,8
üle 10	5	5	68	70	169	191	2,5	2,7	2265,1	2961	33,5	42,4	13,5	15,5
Kokku:	699	692	1795	2042	3294	4996	1,8	2,5	40517,6	60357	22,6	29,7	12,3	12,1
ETKV Liidu süsteem														
1	647	701	647	701	663	804	1,03	1,15	7322,3	11723	11,4	16,7	11,0	14,6
2	367	455	734	910	568	783	0,8	0,9	8195,5	12998	11,1	14,3	14,4	16,6
3—4	187	213	631	703	488	609	0,8	0,9	6769,9	11281	10,7	16,0	13,9	18,5
5—7	48	50	260	277	213	225	0,8	0,8	2932,9	4790	11,3	17,2	13,8	21,3
8—10	} 33	16	} 357	136	} 384	100	} 1,1	0,7	} 5023,4	2215	} 14,1	16,3	} 13,1	22,1
üle 10		20		282		267		0,95		4822		17,2		18,1
Kokku:	1282	1455	2629	3009	2316	2788	0,9	0,9	30250,0	47829	11,6	15,9	13,1	17,2

kem töökohta, osatähtsus on tunduvalt tõusnud: 11,7%-lt 16,8%-ni. Võrreldes vastavate üleliiduliste andmetega on Eesti NSV-s väiksemate kaupluste osatähtsuse muudatused analoogilised, suuremate kaupluste osatähtsus on Eesti NSV-s aga väiksem (NSV Liidus on 20,3%) Veel rohkem on see eris margatav suurte, üle 10 töökohaga kaupluste kõrvutamisel. Üleliiduliselt on niisuguste kaupluste osatähtsus kaubandusministeeriumide süsteemis natuke üle 1/2%, kuid jaekäibes on nende erikaal 31%²² Järelikult on Eesti NSV Kaubandusministeeriumi süsteemi suured kauplused majanduslikult tunduvalt nõrgemad kui sama kauplusterühm üleliidulises ulatuses. Viimasele annavad suure erikaalu jaekäibes eriti Moskva ja Leningradi suured kaubamajad. Nimetamisväärt muudatusi märgitud olukorras pole toimunud ka paaril viimasel aastal, nagu seda näitavad riikliku kaubanduse ühekordse statistilise vaatluse tulemused 1. jaanuarist 1962. a.²³

ETKVL süsteemi kaupluste hulgas moodustavad 1—2 töökohaga kauplused ligemale 80% jaekäibes ainult 52%. (Tsentrosojusi süsteemis tervikuna on need andmed vastavalt 93% ja 74,5%). Analoogiline on pilt ka töötaja jõudlusega: mida suurem on kauplus, seda suurem on tootlikkus. Mis puutub aga töökohtade kasutamisse, siis on need vastupidi riiklikule kaubandusele nõrgemini kasutatud. Umbes 10% töökohtadest on töötajata, s. t. töökohtade kasutamise koefitsient on 0,9 (Tsentrosojusi süsteemis on töökohtade kasutamise koefitsient 1,15) Kaubandusliku teenindamise seisukohalt ei saa seda nähtu õigeks pidada, eriti mitte maa kaubandusvõrgus, mis on Eesti NSV-s suhteliselt rohkem koormatud kui NSV Liidus keskmiselt.

Väga näitlik on kaupluste rühmitus ka käibe suuruse järgi, nagu see selgub tabelist 6. Väikeste, kuni 10000 rbl. kvartalikäibega (s. t. vähem kui 100 rbl. päevas), kaupluste osa moodustas Eesti Kaubandusministeeriumi kaupluste võrgus umbes 5,4% ja jaekäibes 9,4% ETKV Liidu süsteemis on vastavad arvud 15,5% ja 3,4%. Nendes kauplustes on kõige madalam tööjõudlus, kõige suuremad kaubavarud ja harilikult ka kõige kõrgem käibekulude tase. Suurema käibega kauplustes on müüjate jõudlus tunduvalt kõrgem, kaupade käive kiirem ja käibekulude tase madalam.²⁵

Nagu toodud näidetest selgub, võib kaubandusettevõtete rühmitamisega tuua välja mitmeid majanduslikke seaduspärasusi, mille teadmine võimaldab kavandada otstarbekaid abinõusid

²² Народное хозяйство СССР в 1959 г., lk. 703.

²³ Основные итоги единовременного учета магазинов государственной торговли по специализации, «Вестник статистики» 1962, № 12, lk. 79—88.

²⁴ Tabel koostatud «Eesti NSV rahvamajandus» lk. 196 ja 198 andmete alusel.

²⁵ Vt. «Вестник статистики» 1962, № 12, lk. 84—85, samuti ka Н. Н. Рязов, Н. П. Тительбаум. Статистика торговли. Госиздат 1961. lk. 251 ja 289.

ENSV Kaubandusministeeriumi ja ETKV Liidu süsteemi kuuluvate kaupluste jaotamine jaekäibe suuruse järgi (1000 rublades ²⁴)

Kaupluste rühmad jaekäibe suuruse järgi kvartalis	Kaupluste arv		Töötajate arv		Jaekäibe IV kvartalis		1 töötaja keskmine jõudlus (IV kvartalis)		Osatähtsus %					
	1. 159.	1. 160.	1. 156.	1. 160.	1955	1959	1955			1959				
							kaupluste arvust	töötajate arvust	käibest	kaupluste arvust	töötajate arvust	käibest		
	1955	1959												

ENSV Kaubandusministeeriumi süsteem

käibega kuni 5	17	10	20	11	49,5	32	2,5	2,9	2,4	0,6	0,1	1,4	0,2	0,0
5—10	42	27	54	31	343,4	210	6,4	6,8	6,0	1,6	0,8	3,9	0,6	0,3
10—20	164	95	209	183	2426,5	1440	11,6	7,9	23,5	6,4	6,0	13,7	3,7	2,4
20—40	191	158	496	518	5474,0	4644	11,0	8,9	27,3	15,1	13,5	22,8	10,4	7,7
40—75	133	159	687	863	7395,7	8733	10,7	10,1	19,0	20,9	18,1	22,9	17,2	14,5
75—150	91	135	767	1316	9311,6	14425	12,1	11,0	13,0	23,2	23,0	19,6	25,3	24,0
üle 150	61	108	1061	2074	15566,9	30903	14,6	14,8	8,8	32,2	38,5	15,7	42,6	51,1
Kokku:	699	962	3294	4996	40517,6	60357	12,3	12,1	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

ETKVL süsteem

käibega kuni 5	89	35	90	35	336,4	109	3,8	3,1	7,0	3,9	1,1	2,4	1,4	0,2
5—10	318	190	320	195	2431,0	1535	7,7	7,8	21,8	13,8	8,0	13,1	7,0	3,2
10—20	412	485	466	535	5887,0	7236	12,6	13,5	32,1	20,1	19,5	32,9	19,4	15,2
20—40	293	452	553	761	8070,8	12786	14,6	16,7	22,9	23,9	27,0	31,3	26,7	26,7
40—75	121	168	413	459	6565,6	8859	15,9	19,3	9,5	17,8	21,7	11,6	16,6	18,5
75—150	33	91	220	440	3426,5	9091	15,6	20,7	2,5	9,5	11,3	6,3	15,8	19,0
üle 150	16	34	254	363	3432,7	8213	13,5	22,6	1,2	11,0	11,4	2,4	13,1	17,2
Kokku:	1282	1455	2316	2788	30250	47829	13,1	17,2	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

kaubanduse materiaalse baasi edasiseks paremustamiseks, et sellega saavutada tarbijate kvaliteetne teenindamine minimaalsete kuludega. Analüüsi süvendamiseks tuleks kasutada veel täiendavaid näitajaid, esijoones kaupluse suurust ruutmeetrites, mida praktikas senini kahjuks vähe kasutatakse jne. Viimase näitaja juurde tuleme hiljem seoses mõnede akuutsete ülesannetega veel tagasi.

2. Kaubandusvõrgu spetsialiseeritus

Suure tähtsusega on kaubandusvõrgu klassifitseerimine kaubandusliku spetsialiseerituse järgi. Kaupluste spetsialiseerimine on jaevõrgu organiseerimise progressiivseid meetodeid. Kauplustel, mis on spetsialiseeritud teatava kaubarühma või mõnede samalaadsete kaubarühmade müügiks, on hulk eelseid ostjate teenindamise paremustamisel, võrreldes spetsialiseerimata kauplustega. Nendel on võimalik ostjatele pakkuda laiem kaupade hulk, spetsialiseeritud kauplustes müüjail on rohkem teadmisi kaubatundmisest, nad teavad paremini oma kaubarühma tarbimisväärtusi ning seetõttu on nad võimelised andma ostjatele kvalifitseeritud konsultatsiooni. Samadel põhjustel saab spetsialiseeritud kauplus uurida paremini ka ostjate nõudmisi.

Riiklikus kaubanduses jaotatakse kauplusi: a) toidukaupade kauplusteks b) tööstuskaupade kauplusteks (täpsem termin «mittetoidukaupade kauplus») ja c) segakauplusteks.²⁶

Toidukaupade kauplused müüvad ainult toidukaupu. Tööstuskaupad puuduvad seal kas täiesti või nende osa käibes on tähtsusetu, näiteks tubakatooted, seep, tikud jt. Tööstuskaupade kauplused realiseerivad ainult tööstuskaupu ja segakauplused müüvad samaaegselt nii toidu- kui ka tööstuskaupu.

Mainitud kolmest rühmast jaotatakse kaks esimest kaheks allrühmaks: spetsialiseerimata ja spetsialiseeritud kauplusteks. Kui esimesed realiseerivad kas kõiki toidu- või tööstuskaupu, siis viimased on spetsialiseerunud ainult teatava kaubarühma müügiks, näiteks köögiviljakauplused, valmisriiete kauplused, majapidamiskaupade kauplused jne. Mida kitsamalt on kauplus spetsialiseeritud, seda kvaliteetsem on seal ostjate teenindamine. Erandi moodustavad toidukaupade kauplused, kus liigne spetsialiseerimine halvendab tarbijate teenindamist. Liiga kitsas spetsialiseerimine

²⁶ Statistikas esineb küll ka neljakohaline jaotus, kusjuures viimase, s. t. neljanda rühma moodustavad «universaalkauplused ja kaubamajad». Nendeks on suured, vähemalt 20 töökohaga tööstuskaupade kauplused (vt. Н. Ф. К а т а л ь н и к о в, Статистика советской торговли, Госторгиздат 1962. lk. 179. Kuna viimased oma olemuselt kuuluvad tööstuskaupade kaupluste rühma, ehkki on eriti suured, siis pole käesolevas artiklis neid võetud eraldi rühmana.

sunniks ostjaid käima mitmes kaupluses, suurendades sellega ostuks vajalikku aega ning halvendaks nõnda tarbijate teenindamist²⁷ See muidugi ei tähenda, et toidukaupade kauplusi ei tohiks üldsegi spetsialiseerida. Mõõdukas spetsialiseerimisaste kombineeritud kauplusetüüpide näol, kus on spetsialiseeritud osakonnad, parandab tarbijate teenindamist. Seetõttu on oluline jälgida ka kaupluste võrgu spetsialiseerimisprotsessi. Tabel 7 iseloomustab seda protsessi NSV Liidu ja Eesti NSV riiklikus kaubanduses.

Tabel 7

Kaubandusvõrgu spetsialiseerimistase riiklikus kaubanduses (kaupluste arv aasta lõpul)²⁸

	NSV Liit (tuhan.)				Eesti NSV			
	1940	1950	1955	1960	1940	1951	1955	1960
1. Toidukaupade kauplused	39,1	43,4	52,3	71,8	300	465	487	604
sellest spetsialiseeritud	21,8	19,1	20,5	31,5	64	151	150	281
spetsialiseerimistase (%)	55,8	44,0	39,2	43,8	21,4	32	31	46,5
2. Tööstuskaupade kauplused	29,8	37,0	45,1	59,2	635	488	616	710
sellest spetsialiseeritud	22,6	27,1	31,7	40,7	585	360	497	594
spetsialiseerimistase (%)	76,8	73,4	70,8	69,3	92	74	81	84
3. Segakauplused	32,2	28,7	28,7	23,7	12	42	86	33
Kokku kauplusi	101,1	109,1	126,1	154,8	947	995	1189	1347
sellest spetsialiseeritud	44,7	43,4	52,4	72,5	649	511	647	875
spetsialiseerimistase (%)	44,2	40,9	41,6	46,9	68,5	51	54	65

Sõjajärgsetel aastatel on pidevalt suurenenud spetsialiseeritud kaupluste osatähtsus kaubandusvõrgus. Siiski ei toimu see üleliiduliselt kõikjal ühtviisi. Nii on sõjajärgsetel aastatel toimunud NSV Liidus tööstuskaupade kaupluste võrgus spetsialiseeritud kaupluste osatähtsuse mõnesugune langus. Eesti NSV-s on 1951. a. alates süvenenud spetsialiseerumine riiklikus kaubanduses, ületades selles suhtes tunduvalt NSV Liidu keskmised and-

²⁷ Заседания Верховного Совета СССР шестого созыва (вторая сессия). стенографический отчет. Москва 1963, lk. 116.

²⁸ Tabel koostatud «Народное хозяйство СССР в 1960 г.», lk. 724--725 ja H. Tikand, op cit., Эстонская ССР, lk. 277 andmetel.

med. Arvata võib, et toidukaupade kaubanduse edasine spetsialiseerimine pole Eesti NSV-s enam otstarbekas. Üldiselt kõnelevad kaubandusvõrgu spetsialiseerimise näitajad Eesti NSV riiklikus kaubanduses sellest suurest tööst, mida on tehtud kaubandusliku teenindamise kvaliteedi parandamiseks.

Riikliku kaubandusvõrgu edasine uurimine eeldab spetsialiseeritud kaupluste detailsemat käsitlust. Selleks jaotatakse spetsialiseeritud toidukauplused kehtiva statistilise aruandluse järgi 13 rühma ja tööstuskaupade kauplused 18 rühma.

Nagu tabelis 8²⁹ esitatud andmed näitavad, on NSV Liidus kasvanud tunduvalt spetsialiseeritud piima- ja aed-juurviljade kaupluste arv, milles väljenduvad põllumajanduses saavutatud edusammud. Oluliselt on suurenenud kultuurikaupade, majapidamiskaupade ja ehitusmaterjalide spetsialiseeritud kauplusevõrk, mis kõneleb elanikkonna materiaalse ja kultuurilise heaolu tõusust. Samuti tingis elanikkonna toidukaupadega varustamise parandamine spetsialiseeritud kulinaarikaupluste kaudu selle spetsiaalsuse eraldi arvestamise statistilises aruandluses alates 1959. a.³⁰ ja diiet- ning lastetoitude erikaupluste arvestamise 1960. a. alates.³¹

Spetsialiseeritud toidukaupade kauplused on oma töökohtade arvus ja käibes mõnevõrra suuremad spetsialiseerimata kauplustest. Kõige suuremateks on bakaal- ja gastronoomiakaupade kauplused, mis ületasid 1960. a. käibes keskmise toidukaupade kaupluse käibe rohkem kui 2 korda.

Tööstuskaupade jaevõrgus moodustavad spetsialiseeritud kauplused ja kaubamajad üle 69% ja käibes 68,2%. Suurimateks kauplusteks on universaalkaubamajad (keskmiselt umbes 66 töökohta), nendele järgnevad lastekaupade (keskmiselt igas 7,7 töökohta), valmisriiete (5,7 töökohta), kangaskaupade (4,7 töökohta) kultuuri- ja spordikaupade (4,3 töökohta) ja jalatsite (4,1 töökohta) kauplused. Apteekide võrk koosneb arvukast, enamalt jaolt väikestest ettevõtetest (keskmise suurusega 1,6 töökohta). Nende arv moodustab küll ligi 37% tööstuskaupade spetsialiseeritud jaevõrgust, kuid käibes on nende tähtsus väike, ulatudes 4,9%-ni (1960. a.) Nende arvukus on tingitud vajadusest kergelt ja kiirelt kättesaadavaks teha elanikele sanitaar-hügieenilised kaubad ja ravimid.

Ajavahemikul 1955—1960. a. on toimunud olulisi muudatusi kaupluste keskmises suuruses. On suurenenud töökohtade arv nii toidu- kui ka tööstuskaupade kauplustes. Vastavalt töökohtade

²⁹ Tabel koostatud «Советская торговля» lk. 334—341, «Народное хозяйство СССР в 1960 г.», lk. 724—725, Eesti NSV rahvamajandus, lk. 192—195 andmetel.

³⁰ Народное хозяйство СССР в 1959 г. lk. 686.

³¹ Народное хозяйство СССР в 1960 г. lk. 726.

arvu muutumisele võib jaotada spetsialiseeritud kauplused kolme rühma:

a) kiirelt suurenenud kauplused, nagu kaubamajad, lastekaupade, õmbluskaupade kauplused, raamatukauplused jt., kus töökohtade keskmine arv suurenes üle 25%

b) aeglaselt suurenenud kauplused, nagu leiva-saiakauplused, köögiviljakauplused, pudu- trikotaaži-, parfümeeriakauplused jt., kus töökohtade keskmine arv suurenes alla 25%

c) samaks jääva suurusega või isegi kahanevad kauplused, nagu petrooli- ja naftasaaduste kauplused, ehitusmaterjalide kauplused, apteegid ja rohukauplused jne., kus töökohtade keskmine arv jäi samaks või kahanes.

Analoogiline on olukord ka Eesti NSV riiklikus kaubandusvõrgus. Toidukaupade jaevõrgust oli 1. jaan. 1961. a. spetsialiseeritud kauplusi 45,4%. Nendest oli kõige rohkem leiva-saiakauplusi (26,8%), liha-kalakauplusi (17,2%) ja juurviljakauplusi (19%). Suurimateks spetsialiseeritud kauplusteks on bakaal- ja gastronoomiakaupade kauplused keskmiselt 4,7 töökohga. Ülejäänud spetsialiseeritud kauplustes on keskmiselt 2—3 töökohta.

Tööstuskaupade jaevõrk on valdavas osas juba spetsialiseeritud (86,2%). Suuremateks on valmisriiete kauplused, keskmiselt 4,6 töökohaga, kangaskaupade kauplused 3,8 töökohaga, jalatsite kauplused — 3,7 töökohaga. Suurimaks kaupluseks Eesti NSV-s on Tallinna Kaubamaja 205 töökohaga. Selle käive vabariigi tööstuskaupade jaekäibes moodustab umbes 18%

Kaupluste keskmise suuruse muudatused on ajavahemikul 1955—1960 olnud Eesti NSV-s üldiselt analoogilised NSV Liidu vastavate üldiste muutustega. Siiski esineb Eesti NSV-s mõningaid kaupluserühmi, näiteks kangaskaupade, õmblustoodete jt. kauplusi, kus ilmneb üleliidulistele sootuks vastukäiv suurenemise tendents. Kas selline näht on tingitud kohalikest teguritest või tuleb vastavaid põhjusi otsida mujalt, jääb käesolevas artiklis lahendamata. Märgime ainult niipalju, et nende tegurite mõju tuleb kaubandusvõrgu otstarbekal kujundamisel välja tuua.

Kooperatiivses kaubanduses pole kaubandusvõrgu spetsialiseerumine nii ulatuslikult välja kujunenud nagu riiklikus kaubanduses. Teenindab ju kooperatiivne kaubandus esijoones kolhoosnike ja väiksemate linnade ning töölisasulate elanikkonda. Valdavas enamuses hajali paiknev maaline tarbijaskond, samuti ka teenindavate linnade ja asulate suhteliselt väike elanikkond ei võimalda tänapäeval tarbijate kooperatiivide süsteemis arendada selliselt spetsialiseeritud jaevõrku nagu riiklikus kaubanduses.

Tarbijate kooperatiivide kaupluste klassifikatsioon on mõnevõrra teistsugune kui riiklikus kaubanduses. Seda tingib maakaubanduse spetsiifika. Vastavalt sellele jaguneb kaupluste võrk kol-

Spetsialiseeritud kauplusrühma nimetus	NSV Liit (tuhandetes)			
	1955		1960	
	kaupluste arv	töökoh- tade arv	kaup- luste arv	töö- kohtade arv
I. Toidukaupade kauplused				
1. leiva-saiakauplused	7,0	14,0	9,2	20,1
2. liha-, liha-kalakarnid	2,1	5,5	3,9	10,8
3. köögiviljakauplused	2,0	4,0	4,7	9,8
4. bakaal-gastronoomiakaupl.	6,0	21,8	8,6	36,4
5. viina-veinikauplused	0,8	1,2	0,6	0,9
6. piimakauplused	0,6	1,7	2,4	5,7
7. karastavad joogid ja jäätis	0,5	0,9	0,6	1,2
8. ülejäänud spetsialiseeritud kaupl.	1,5	3,0	1,5	4,8
9. spetsialiseerimata kaupl.	31,8	73,6	40,3	105,5
Kokku:	52,3	125,7	71,8	195,2
II. Tööstuskaupade kauplused				
1. kangaskaubad	1,1	4,1	1,4	6,6
2. jalatsid	1,5	4,7	1,6	6,5
3. õmbluskaubad	1,1	5,0	1,6	9,1
4. peakatted ja karusnahad	0,2	0,5	0,3	0,7
5. pudu-trikotaaž ja parfümee- ria	1,7	5,6	2,5	8,9
6. lastekaubad	0,3	1,8	0,6	4,6
7. kultuurikaubad	1,3	4,3	1,7	7,3
8. raamatukauplused	6,5	14,8	4,3	14,1
9. majapidamiskaubad	3,0	7,0	4,4	11,9
10. mööblikauplused	0,9	2,0	1,2	3,4
11. petrol ja naftasaadused	1,5	2,0	2,0	2,5
12. ehitusmaterjalid	0,4	1,1	0,9	2,0
13. apteegid ja rohukauplused	13,6	22,4	15,2	24,0
14. ülejäänud spetsialiseeritud kauplused	1,9	5,9	2,8	11,2
15. spetsialiseerimata kauplused	12,3	39,1	16,9	60,0
16. kaubamajad	0,3	14,1	0,4	26,3
17. ostetud kaupade müük	0,3	0,6	0,5	1,2
18. komisjonikauplused	0,6	1,6	0,9	2,7
Kokku:	48,5	136,6	59,2	203,0
III. Segakauplused				
üldse	28,7	46,7	23,7	41,7
Kokku riiklikus kaubanduses	129,5	309,0	154,8	439,9

spetsialiseeritus (aasta lõpul)

Eesti NSV				Töökohtade arv keskmiselt kaupluses			
1955		1960		NSV Liit		Eesti NSV	
kaupluste arv	töökohtade arv	kaupluste arv	töökohtade arv	1955	1960	1955	1960
49	102	76	166	2,0	2,2	2,1	2,2
44	105	48	157	2,6	2,8	2,4	3,3
13	21	53	94	2,0	2,1	1,6	1,8
24	66	51	240	3,6	4,2	2,7	4,7
9	17	10	23	1,5	1,5	1,9	2,3
3	5	27	49	2,8	2,4	1,7	1,8
1	2	—	—	1,8	2,0	2,0	—
7	10	16	38	2,0	3,2	1,4	2,4
337	826	323	860	2,3	2,6	2,4	2,7
487	1154	604	1627	2,4	2,7	2,4	2,7
20	72	30	106	3,7	4,7	3,6	3,5
23	71	22	77	3,1	4,1	3,1	3,5
17	78	32	132	4,5	5,7	4,6	4,1
3	6	6	12	2,5	2,3	2,0	2,0
31	93	48	138	3,3	3,6	3,0	2,9
9	41	16	83	6,0	7,7	4,6	5,2
11	44	14	56	3,3	4,3	4,0	4,0
79	229	91	323	2,3	3,3	2,9	3,5
20	59	29	70	2,3	2,7	2,9	2,4
17	26	14	28	2,2	2,8	1,5	2,0
14	14	15	16	1,3	1,2	1,0	1,1
4	12	11	22	2,7	2,2	3,0	2,0
217	279	223	330	1,6	1,6	1,3	1,5
32	93	43	147	3,1	4,0	2,9	3,4
104	269	96	265	3,2	3,5	2,6	2,5
—	—	1	205	47,2	65,5	—	205
6	12	8	14	2,0	2,4	2,0	1,8
9	28	11	40	2,7	3,0	3,1	3,6
616	1426	710	2064	2,8	3,4	2,4	2,9
86	116	33	61	1,6	1,8	1,3	1,8
1189	2696	1347	3752	2,4	2,8	2,3	2,8

meks: a) universaalseks, b) spetsialiseeritud ja c) segakaupluste võrguks.³²

Universaalne kaubandusvõrk koosneb rajooni universaalkauplustest, linnades ja linnatüüpi asulates paiknevatest universaalkauplustest (nn. linnalised universaalkauplused) ja kooperatiivi peakauplustest. Esimesed, asudes rajoonikeskustes, teenindavad kogu rajooni elanikkonda, viimased aga, paiknedes harilikult kooperatiivi tegevuspiirkonna suuremates keskustes, teenindavad oma lähema ümbruskonna elanikke. Erinevalt linna universaalkauplustest on kooperatiivi peakaupluste tarbijaskonnaks enamikus maaelanikud.

Spetsialiseeritud kaubandusvõrk koosneb laiemaprofiiliga kauplustest, nagu toidukaupade, kultuurikaupade, majapidamiskaupade ja ehitusmaterjalide, valmisriiete kauplustest jt.

Nagu nähtub toodud loetelust, ei väljenda tarbijate kooperatiivide kaubandusvõrgu liigitus rangelt eraldatava kaubalise spetsialiseerituse printsiipi. Temas esineb rühmalise spetsialiseerituse printsiip. 1961. a. statistilistes aruannetes toodi eraldi välja tarbijate kooperatiivi süsteemi 10 spetsialiseeritud kauplustüüpi. Nende arv suureneb järjekindlalt koos maaelanike elutaseme tõusuga ja kaubakäibe laienemisega maal. Nii oli 1940. a. spetsialiseeritud kauplustüüpide arv tarbijate kooperatiivide süsteemis ainult 5.³³ Spetsialiseerumine seisnes sellal peamiselt spetsialiseeritud töökohtade loomises universaalkauplustesse. Arvata võib, et lähematel aastatel spetsialiseeritud kauplustüüpide arv kooperatiivses kaubanduses veelgi kasvab.

Segakaupluste võrk koosneb arvukast, enamalt jaolt väiksematest maakauplustest ja -poodidest (nn. harukauplustest), kus müüakse iga päev nõutavaid kaupu.

Tarbijate kooperatiivide kaubandusvõrgu spetsialiseerumist iseloomustavad viimastel aastatel andmed tabelis 9.

Tsentrosojusi süsteemi jaevõrgus suurenes universaalsete ja spetsialiseeritud kaupluste osa vaadeldaval ajavahemikul (1955—1961) 22,8% -lt 39,5%-ni. Töökohtade arvus kasvas nende osatähtsus veelgi rohkem: 27,8% -lt 52%-ni ja 1961. a. IV kvartali jaekäibes moodustasid nad 59%. Kõik need andmed tunnistavad tarbijate kooperatsiooni jaevõrgu kiiret spetsialiseerimisprotsessi ja näitavad selle suuremat võimsust võrreldes segakaupluste võrguga. Alati on ka spetsialiseeritud kauplustes töökohta jõudlus oluliselt suurem segakaupluste omast.

³² V. I. Vinogradov, G. A. Azerova jt., Nõukogude kooperatiivkaubanduse organiseerimine ja tehnika, Tallinn 1958, lk. 56 jj.

³³ А. П. Половников, Развитие сельской розничной сети в СССР, Москва 1944 (рукопись в ИИХ им. Плеханова), lk. 27

Suuremateks ja ühtlasi ka majanduslikult tugevamateks kauplusteks on rajooni universaalkauplused, kus keskmine töökohtade arv on 6,3. Järgnevad linnalised universaalkauplused 5 töökohaga, kangaskaupade kauplused 2,3 töökohaga, kooperatiivi peakauplused 2,1 töökohaga jne. Võrreldes riikliku kaubanduse vastavat tüüpi spetsialiseeritud kauplusega on tarbijate kooperatiivide kauplused keskmiselt palju väiksemad.

Ajavahemikul 1955—1961 võib täheldada kõigi kaupluserühmade keskmise suuruse kasvu, mis annab tunnistust suurest tööst maaelanikkonna kaubandusliku teenindamise parandamisel. Nagu riiklikus kaubanduses on aga ka siin üksikute kaupluserühmade suurenemise tempo erisugune. Kuna seda mõjustavad olulisel määral kohalike tarbijate nõuded, siis kaubandusvõrgu edasisel plaanipärasel kujundamisel, eriti kaupluste otstarbeka suuruse määramisel, tuleb tingimata arvestada kohalikke tingimusi.

ETKVL-i süsteemi jaevõrgu olukorras ja arengus nähtub üldiselt analoogiline pilt. Nii kasvas universaalsete ja spetsiaalsete kaupluste osa 14,9%-lt 37,5%-ni, töökohtade arvus suurenes nende osa 28%-lt 49%-ni. Jaekäibe moodustasid nad 1961. a. IV kvartalil 63%. Andmetest nähtub, et ETKVL-i jaevõrgu spetsialiseeritus jääb mõnevõrra maha Tsentrosojusi omast. Osalt on see põhjustatud kohalikest iseärasustest, eriti kaubandusvõrgu suhtelisest ligidusest tarbijaile. See võimaldab ETKVL-i jaevõrgul olemasolevate spetsialiseeritud kaupluste kaudu teenindada enam-vähem rahuldavalt oma tegevuspiirkonna kõiki tarbijaid. Ületavad ju spetsialiseeritud kauplused oma käibelt spetsialiseerimata kauplusi umbes 2,2 korda. Pealegi on keskmine kauplus ETKVL-i süsteemis mõnevõrra suurem Tsentrosojusi omast, samuti ka enamik spetsialiseeritud kaupluse tüüpe.

ETKVL-i süsteemis on suuremateks ja majanduslikult võimsamateks kauplusteks rajooni universaalkauplused töökohtade keskmise arvuga 11,2. Järgnevad linnade universaalkauplused 7,4 töökohaga, kooperatiivi peakauplused 3,4 töökohaga, ehitusmaterjalide jaelaod 3,3 töökohaga, valmisriiete kauplused 3,1 töökohaga jne. Huvitav on märkida seejuures ETKVL-i suuremate kaupluserühmade (universaalkauplused) keskmise suuruse mõnesugust vähenemist. Ilmselt on ajavahemikul 1955—1961. a. muudetud suur osa kooperatiivi peakauplusi linna universaalkauplusteks, mistõttu peakaupluste arv vähenes tunduvalt ja universaalkaupluste arv suurenes umbes samas ulatuses.

Tabelist 9 ilmneb aga olulisi erinevusi Tsentrosojusi ja ETKVL-i jaevõrgu arengus. Kõigepealt torkab see silma toidukaupade kaupluste võrgu arengus. Sellal, kui see kasvas Tsentrosojusi süsteemis umbes 12 korda, suurenes ta ETKVL-i jaevõrgus 98 korda. Märkides veel, et toidukaupade kaupluste osa 1961. a. IV kvartali jaekäibes moodustas rohkem kui 29%, saab mõisteta vaks oluline muudatus maaelanike nõudmises:

Kaubandusvõrgu spetsialiseeritus

Spetsialiseeritud kaupluserühma nimetus	Tsentrosojus (tuhandetes)			
	1955		1961	
	kaupluste arv	töö- kohtade arv	kaupluste arv	töö- kohtade arv
Rajooni universaalkauplused ja linna universaalkauplused	3,8	14,3	3,9	22,8
Kooperatiivi peakauplused	26,5	42,9	31,3	64,4
Universaalkaubandusvõrk kokku	30,3	57,2	35,2	87,4
Valmisriiete ja peakatete kauplused	0,2	0,4	0,9	2,1
Jalatsikauplused	0,4	0,6	1,1	2,0
Kangaskaupade kauplused	0,2	0,3	0,5	1,1
Kultuurikaupade kauplused	2,8	4,3	3,7	7,0
Raamatukauplused	—	—	5,2	8,0
Majapidamiskaupade ja ehitusmater- jalide kauplused ja jaelaod	7,5	10,9	13,0	21,2
Pudukaupade ja parfümeeriakaupade kauplused	0,3	0,4	0,6	1,2
Toidukaupade kauplused	2,8	4,9	36,5	63,5
Leivakauplused	1,3	1,5	2,5	3,9
Petrooleumipoed	2,0	2,9	3,7	3,9
Kokku spetsialiseeritud kaubandusvõrk	18,3	26,2	67,7	113,9
Segakauplused ja -poed	165,9	182,5	158,5	188,8
Kokku üldse kauplusi	214,5	265,9	261,4	390,1

varasemate aastatega võrreldes on tugevasti kasvanud toidukaupade ost kaubandusvõrgust. Seda põhjustas kolhoosides ulatuslik üleminek naturaaltasult rahalisele tasule. Sellega ühenduses tõusis toidukaupade osa ETKVL-i üldises jaekäibes rohkem kui 54 protsendini.

Teiseks omapäraseks jooneks on spetsialiseeritud raamatukaupluste täielik puudumine ETKVL-i jaevõrgus. See on tingitud Eesti NSV Raamatukaubanduse Valitsuse ja ETKVL-i vahelisest kokkuleppest, mille järgi esimene hoolitseb ise spetsialiseeritud raamatukaubanduse arendamise eest maal. ETKVL-i jaevõrk realiseerib raamatuid ainuüksi komisjonikaubanduse korras.

Vaadeldaval ajavahemikul toimusid ka nihkumised ETKVL-i kauplustetüüpide keskmises suuruses. Ehkki paljud kauplused suu-

³⁴ Советская торговля, lk. 342, 345.

tarbijate kooperatiivide süsteemis³⁴
 (aasta lõpul)

ETKVL				Töökohtade arv keskmiselt kaupluses			
1955		1961		NSVL		ENSV	
kaupluste arv	töökohtade arv	kaupluste arv	töökohtade arv	1955	1961	1955	1961
28	264	49	438	3,8	5,8	9,4	9,0
75	305	41	140	1,6	2,1	4,1	3,4
103	569	90	578	1,9	2,5	5,5	6,4
4	5	11	34	2,0	2,3	1,3	3,1
2	2	8	17	1,5	1,8	1	2,1
2	5	3	7	1,5	2,2	2,5	2,3
17	39	16	49	1,5	1,9	2,3	3,1
	—	—	—	—	1,5	—	—
36	90	54	167	1,5	1,6	2,3	3,1
3	7	8	12	1,3	2,0	2,3	1,5
4	16	399	827	1,7	1,8	4,0	2,1
4	6	14	20	1,1	1,6	1,5	1,4
4	5	2	2	1,0	1,1	1,2	1,0
76	175	515	1135	1,4	1,7	2,3	2,2
1117	1914	997	1634	1,1	1,2	1,7	1,6
1296	2658	1602	3347	1,3	1,5	2,1	2,1

renesid, näiteks valmisriiete ja peakatete kauplused, jalatsikauplused, kultuurikaupade kauplused jt., esines ETKVL-i süsteemis rida kaupluse tüüpe (toidukaupade kauplused, pudu- ja parfümeeriakaupade kauplused, leivakauplused jt.) mille keskmine suurus vähenes. Üldkokkuvõttes jäi kaupluse keskmine suurus endiseks. Kuigi meie maakauplused on suuremad kui Tsentrosojusi süsteemis keskmiselt, on nad siiski väikekauplused. See muidugi nõuab, et ETKVL-il kaubandusvõrgu edasisel arendamisel pühendataks senisest suuremat tähelepanu kaupluste otstarbeka suuruse küsimustele, eriti keskmise kaupluse suurendamise võimalustele.

3. Kaubandusvõrgu edasise arendamise probleeme

Tänapäeval, kommunismi laiaulatusliku ülesehituse perioodil on jaevõrgu edasine arendamine nõukogude kaubanduse üks tähtsamaid ülesandeid. On vaja kiirelt likvideerida disproportsioon jaekäibe kiire kasvu ja kaubandusvõrgu suhteliselt aeglase laienemise vahel. See disproportsioon põhjustab kadusid ning pidurdab ostjate teenindamise paremustamist. Selle kitsaskoha likvideerimise olulisemaks ja endastmõistetavamaks teeks on uute kaubandusettevõtete rajamine. Kaubandusliku teenindamise kvaliteedi kiireks parandamiseks on aga ka teisi teid peale kaubandusvõrgu laiendamise ja spetsialiseerimise.

NLKP uues programmis püstitatud gigantsed ülesanded nõuavad esijoones kapitaalmahutuste suurendamist tootmissfääris ja seetõttu pole võimalik lähematel aastatel tunduvalt suurendada kapitaalmahutusi käibesfääris. Jäädes lootma kaubandusliku teenindamise parandamist ainuüksi kaubandusvõrgu laiendamise teel kapitaalmahutuste kaudu oleks väär. Käesoleva aja tähtsaimaks ülesandeks on parandada tunduvalt tarbijate teenindamist olemasoleva kaubandusvõrgu kaudu. See on võimalik mitmesuguste uute müügivormide rakendamisega, nagu iseteenindamise juurutamine, müük lahtiste väljapanekute ja näidiste järgi, müük eeltellimiste korras ühes kaupade kojuviimisega, müügiautomaatide kasutuselevõtt jne. Kõik need müügivormid kiirendavad ostjate teenindamist ja võimaldavad töötotlikkuse tõusu arvel vähendada käibekulusid. Seetõttu on nad kasulikud nii tarbijatele kui ka kaubandusorganisatsioonidele. Seepärast nimetataksegi neid täie õigusega progressiivseteks müügivormideks.

Viimastel aastatel ongi toimunud jaekaubanduses nende uute müügimeetodite ulatuslikum juurutamine. Nii suurenes riiklikus toidukaupade kaubanduses ajavahemikul 1958—1960 iseteenindamiskaupluste arv ligemale 80%, ulatudes 1961. a. 3200 kaupluseni. Tööstuskaupade kauplusi, kus rakendati uusi teenindamisvormi oli sellal üle 4800 ettevõtte.³⁵ Analoogilist pilti näeme ka ENSV riiklikus kaubanduses, kus 1. jaan. 1962. ulatus progressiivsete müügivormidega kaupluste arv 146-ni, moodustades 16,4% riikliku kaubanduse kaupluste võrgust. Niisuguste kaupluste võrgu edasine laiendamine kiirendab ostjate teenindamist ja suurendab kaubandusvõrgu võimsust.

Kooperatiivkaubanduses on viimastel aastatel koos jaevõrgu spetsialiseerimisega juurutatud ka uusi progressiivseid teenindamisvormi. ETKVL-i süsteemis töötas 1. jaan. 1962. a. 137 iseteenindamiskauplust ja 426 kaubanäidistega ning lahtiste väljapanekutega kauplust, mis hõlmab 36% ETKVL-i kaupluste võrgust. Peale selle on avatud paljudes kolhoosides, sovhoosides ja

³⁵ «Народное хозяйство СССР в 1960 г.» lk. 721.

mõnede koolide juures müüjata müügipunktid (arvult 222) Nii on ETKVL saavutanud suurt edu progressiivsete kaubandusvormide juurutamisel ja tarbijate teenindamise paremustamisel.³⁶

Seoses progressiivsete müügivormide rakendamisega kerkib üles küsimus kaupluste võimsuse määramisest. Kuni viimase ajani rakendatakse siin NSV Liidu Statistika Keskvalituse instruksiooni, mille järgi iseteenindamiskaupluste võimsus arvestatakse töökohtades, ehkki neid tegelikult kauplustes enam pole. Arvestuse aluseks on kontrollkassapidaja koht, mis leiva-kauplustes võrdsustatakse 1,5 töökohaga ja muudes toidukaupade kauplustes 2,5 töökohaga.³⁷

Tänapäeval pole aga enam otstarbekas orienteeruda ainuüksi töökohtade arvus kui kaubandusvõrgu kapatsiteeti iseloomustavas näitajas. Töökohtade arv on rakendatud võimsuse näitajana küll veel oluline paljudel jaekaubanduse tegevusaladel, kuid ta ei väljenda enam täpselt rajooni või linna kaubandusvõrgu üldvõimsust, sest viimasel ajal on järsult tõusnud mitmesuguste ilma müüjateta kaupluste tüüpide, eriti iseteenindamiskaupluste arv ja aina uusi kauplusi kujundatakse ümber iseteenindamisettevõtteks. See leiab ka ostjaskonna hulgas heakskiitu, sest iseteenindamiskauplustes on kogu pakutav kaubasortiment nähtav ning pole enam vaja järjekordades seista. Pealegi võimaldab üleminek iseteenindamisele tunduvalt tõsta kaubandustöötajate tootlikkust. Perspektiivplaani kavandis on ette nähtud Eesti NSV-s kaubandustöötajate tootlikkuse suurendamine 1980. aastaks 2 korda võrreldes 1960. a. See on tingimata vajalik, sest seoses partei programmis püstitatud ülesannete lahendamisega, müüakse lähemate aastate jooksul järjest kasvavas koguses kaupu, müüjate arvu suurendamine samas ulatuses pole aga võimalik.

Iseteenindamiskauplustes pole põhimõtteliselt ainsatki müügi-kohta. Sellega on töökohtade arv kaotanud kaupluse võimsuse iseloomustajana oma tähenduse. Iseteenindamiskaupluse suurust võib tunduvalt paremini iseloomustada müügisaali pindala. Siinjuures on huvitav märkida Ukraina NSV majandusteadlaste viimaste aastate uurimusi, kus on asutud seisukohale, et kogu kaubandusvõrgu võimsuse näitajana tuleks kasutada kaupluseruumide pindalat ruutmeetrites, eraldi välja tuues müügisaali pindala.³⁸ Ühele töökohale langev pindala on kauplustes väga erinev.³⁹ Järelikult ei näita töökohtade arv veel reserve, mis

³⁶ V Vaino, Eesti NSV tarbijate kooperatsioon kommunismi laiahaardelise ehitamise perioodil, «Nõukogude Eesti kooperaator», XV kogumik, Tallinn 1961, lk. 5.

³⁷ И. Н. Бергер, В. И. Иваницкий, И. И. Корженевский. Планирование хозяйственной деятельности розничной торговой организации, Москва 1961, lk. 82.

³⁸ vt. И. Бергер, О показателях для расчета торговой сети, «Советская торговля» 1962, № 10, lk. 7—9.

³⁹ Vt. «Вестник статистики» 1962, № 12, lk. 79—81.

Tabel 10

Keskmise kaupluse mõned majanduslikud näitavad ja nende sõltuvus käibest NSV Liidus 1961. a. IV kvartali andmetel ⁴⁰

Kaupluste rühm 1961. a. IV kvartali käibe järgi (tuh. rbl.)	Bakaal- ja gastronoomia- kauplused				Omlustoodete kauplused				Jalatsikauplused				Kangaskaupade kauplused			
	pindala m ²		käive (tuh. rbl.)	ühe töötaja jõud- lus rubla- des	pindala m ²		käive (tuh. rbl.)	ühe töötaja jõud- lus rubla- des	pindala m ²		käive (tuh. rbl.)	ühe töötaja jõudlus rubla- des	pindala m ²		käive (tuh. rbl.)	ühe töötaj. jõudlus rubla- des
	üldse	sellest müü- gisaaal			üldse	sellest müü- gis.			üldse	sellest müü- gis.			üldse	sellest müü- gis.		
kuni 5,0	31	20,6	3,4	2376	57	57	4,3	3289	36	21,5	3,1	2628	380	120	1,8	978
5,1 — 10	45	26	7,7	4269	25	20	7,9	6857	27,5	17,5	7,8	6744	33,5	22,3	7,2	5900
10,1 — 15	45	26,2	12,3	6941	35	25	12,5	9984	43	29	12,4	8824	28,6	20,7	12,5	10065
15,1 — 20	50	27	17,5	8485	32	23	17,3	15304	36,5	27	16,2	11374	32,5	24,5	17,5	8772
20,1 — 40	64	34,5	28,7	9625	51	35	29,2	12987	46	30,5	29,6	12828	46,3	32	29,2	13314
40,1 — 60	93,5	48,5	49,5	8986	76	50	57,0	14882	62,5	39	49,2	15118	72	50,5	49,5	14164
60,1 — 80	118	60	69,5	9969	81	54	69,5	17529	80	51	68,8	14971	94	62	69	14727
80,1 — 100	138	68	89,5	9442	99	68	90,5	17306	108	65,5	90,0	14913	109	72	91	15518
100,1 — 150	173	85,5	125	9840	142	86	124	18587	142	53,5	122,5	15824	142	89	123,5	17577
150,1 — 200	206	102	173	10270	183	114	190	18575	179	97,5	174,5	16298	164	102	173,5	18217
rohkem 200	374	173	364	10886	345	201	508	21254	333	164	389,0	16968	274	157	360	19529
Keskmine	196	94	162	10446	179	108	221	20078	121	67	116	15923	134	82	140	17853

⁴⁰ Tabel on koostatud «Вестник статистики» 1962, 12, lk. 86—87 andmetel.

kaubandusorganisatsioonis on jaevõrgu paremaks kasutamiseks ja kaubakäibe laiendamiseks. Nende reservide väljatoomine on aga olemasoleva kaubandusvõrgu analüüsi põhilisi ülesandeid. Töökohtade arv kaupluses iseloomustab seega kaupluse võimsuse tegelikku kasutamist, mitte aga võimsust ennast.

Võimsuse iseloomustajana tuleb kasutada näitarvu, mis iseloomustab potentsiaalseid võimalusi kaubakäibe korraldamiseks. Seda määrab, nagu juba märgitud, tema pindala, esijoones müügisaali pindala. Selle näitaja suur praktiline väärtus selgub ka NSV Liidu Statistika Keskvalitsuse poolt korraldatud ühekordse spetsiaallooduse andmetest riikliku kaubanduse kohta 1. jaanuaril 1962. a. Nendest nähtub, et kaupluste müügisaali pindala suurenemisega kasvab tema käive (vt. tabel 10)

Isegi põgus pilk tabelisse toob juba nähtavale mõningad «kahtlased kohad» olemasolevas kaubandusvõrgus. Näiteks õmblustoodete ja eriti kangaskaupade kaupluste kõige väiksema käibega rühma suhteliselt avarad ruumid kõnelevad ilmselt pindala ebaratsionaalsest kasutamisest. Samuti võib kitsaskohti avastada, jälgides töötajate jõudluse korrelatsiooni kaupluse suurusega jne.

Pikemalt peatamata tabelis toodud andmete juures märgime üksnes, et nad võimaldavad välja tuua terve rea huvitavaid järeldusi ja erinevusi spetsialiseeritud kaupluserühmades. Näiteks võimaldavad nad hinnata üldpindala kasutamise otstarbekust kaupluses, töötajate jõudluse erinevust kaubandusliku tegevuse eri harudes, selle muutumist sõltuvalt kaupluse suurusest, kaubandusvõrgu kogupindala jagunemist harude järgi, selle vastavust elanikkonna nõudmisele jne.

Kaubandusvõrgu võimsuse iseloomustamine olemasolevate pindalade suuruse abil kergendab tunduvalt jaevõrgu seisundi analüüsimist ning võimaldab koostada majanduslikult senisest paremini põhjendatud kaubandusvõrgu arendamise plaane. On ju analüüsi peamiseks ülesandeks reservide väljatoomine. Teades müügipindala ja selle ekspuaterimise näitajaid, saab avastada reserve müügipinna efektiivsemaks kasutamiseks.

Kasutades teaduslikult väljatöötatud normatiive, võib kaupluse pindala alusel alati leida vajalike töökohtade arvu. Kõrvutades arvutatud ja tegelikke töökohtade arve, võib määrata kindlaks töökohtade arvu edasise suurendamise võimalused ja ühtlasi ka kaubandusvõrgu laiendamise vajaduse.

Tuleb veel märkida, et kauplemisruumide pindala tähtsust majandusliku näitajana on mõistnud ka paljud rahvademokraatiamaade majandusteadlased Saksa DV-s⁴¹. Poolas⁴² ja mujal. Nii

⁴¹ W. Heinrichs, *Ökonomik des Binnenhandels in der DDR*, Berlin 1961, lk. 471 jj.; A. Donda, O. Kuhn, *Handelsstatistik*, Berlin 1961, lk. 352.

⁴² Leon Koslinski, vt. «Handel Wewnetrzny» 1962, nr. 2.

näiteks iseloomustavad Poola majandusteadlased kaubandusvõrgu arengut selliste näitajatega, nagu üldine kaubanduslik pindala ruutmeetrites 10 000 elaniku kohta, maal asuva jaevõrgu kaubanduslik pindala iga 10 km² kohta. Poolas on keskmiselt 1280 m² kaubanduslikku pinda 10 000 elaniku kohta, Varssavis — 1640 m².⁴³ Kaubandusvõrgu üldine võimsus on Poola linnades üle 3,5 miljoni m², kaupluse keskmine suurus linnades umbes 59 m².⁴⁴ NSV Liidus on vastavad arvud riikliku kaubandusvõrgu kohta 17,3 miljonit m² ja 114 m².⁴⁵

Selline kaubandusvõrgu võimsuse iseloomustamine võimaldab rakendada ka mitmeid uusi näitarve kaubandusvõrgu võimsuse kasutamise efektiivsuse kohta. Olulisemaks neist on keskmine käive ühe ruutmeetri kohta. Isemajandamise tugevdamise seisukohalt väärib see näitaja tõsist tähelepanu, sest temast on palju kasu käibekulude taseme alandamise võimaluste selgitamisel. Moodustavad ju ruumide kasutamise kulud (üürid, amortisatsioon, remondid jne.) umbes $\frac{1}{6}$ kõigist kuludest.⁴⁶

Kaubandusliku pindala arvutus võimaldab kaubandusorganisatsioonide majandusliku tegevuse analüüsimisel vaadelda senisest sügavamalt kaubandusvõrgu kasutamise majanduslikku efektiivsust ning põhjendada paremini kaubandusvõrgu arendamise ja kapitaalmahutuste plaane. Eesti NSV-s näiteks sama linna sama tüüpi kauplustes erineb käive 1 m² kohta väga tugevasti, kuni 3—4 korda. Ilmselt annab see tunnistust kaubandusvõrgu territoriaalse paiknemise lünkadest. Kaubandusvõrgu arendamise plaanides tuleb ette näha kaubanduslike pindade kasutamise efektiivsuse suurendamist. Siinjuures tuleb märkida, et mitte kõik abinõud, mida rakendatakse kaupluse võimsuse kasutamise parandamiseks ei vii samaaegselt müüjate töötotlikuse suurendamisele. Selle küsimuse lahendamisel pole õige taotleda ainult töötotlikuse tõstmist ja elava töö kokkuhoidu kauplustes, vaid arvestada tuleb kogu ühiskondliku töö kokkuhoidu, s. t. ka tarbijate aega, mis nad kulutavad sisseostude tegemiseks ja ühiskondliku töö asjastunud osa.

Kaupluse läbilaskevõime tõstmise planeerimisel võib ettevõtte võimsuse täielikumat kasutamist taotledes jõuda selleni, et keskmine kaubakäive ühe ruutmeetri kohta kasvab intensiivsemalt kui müüjate jõudlus. Niisugune olukord võib esineda siis, kui töökohtade arv suureneb uute kaupluste avamise arvel, ent nähakse ette ka kaupluste täiendav koormatus töökohtade arvu suurendamise teel olemasolevatel pindaladel, töö laiendamine kauplustes ja rida teisi abinõusid.

⁴³ Vt. «Хандель вевнетшны», «Торговля за рубежом» 1961, № 7, lk. 49.

⁴⁴ «Хандель вевнетшны», «Торговля за рубежом» 1962, № 11, lk. 58.

⁴⁵ «Вестник статистики» 1962, № 12, lk. 79.

⁴⁶ Экономика торговли, ред. кол. С. С. Васильев, Г. С. Григорян, А. И. Фефилов, Госторгиздат 1962, lk. 594.

Ent iseteenindamiskauplustes pole ka ettevõtte võimsuse iseloomustamine pindalade abil veel piisav, sest samade pindalade võimsus võib olla erisugune, kui riiulite, lettide, laudade ja lühidalt nn. kaubakandjate rinne, kust ostjad kaupu valides mööduvad, on erinevad. Järelikult on siin olulise tähendusega kaubakandjate rinde üldpikkus jooksvates meetrites (kahekülgsed riiulid tulevad arvestada kahekordse pikkusega, vabalt seisvatel laudadel ja gondlitel kogu übermöööt jne.), andes ettekujutuse iseteenindamiskaupluse võimsusest.

Kaubakandjate rinnet, millest mööduvad ostjad, võib nimetada kontakt pikkuseks.⁴⁷

Müügiruumi kasutamise astet väljendab kaupluse kontaktpikkuse ja müügiruumi pindala suhe. Harilikult arvutatakse keskmine kontaktpikkus müügisaali pindala 10 m² kohta. Peale selle kasutatakse veel teisi näitajaid, nagu jaekäibe suurus kontaktpikkuse jooksva meetri, müügisaali pindala 10 m² kohta jne. Viimati nimetatud näitardrud on eriti olulised spetsialiseeritud kaupluste uurimisel ja erinevate kaubandusettevõtete kõrvutamisel.

Iseteenindamiskaupluste kapatsiteet sõltub ka veel kassade arvust. Kassade arvu ja kontaktpikkuse suhe on ilmikas näitaja kapitaal mahutuste planeerimisel, eriti moodsamate kassade vajaduste põhjendamisel.

Teistes progressiivsete müügivormidega kauplustes, nagu osalise iseteenindamisega ja lahtiste väljapanekuga kauplustes saab nende suuruse väljendina kasutada ainult müügiruumi pindalat.

Kogu kaubandusvõrgu suurust iseloomustatakse nii kaupluste arvu, müügipindalade suuruse kui ka töökohtade arvuga, sest jaevõrgus töötavad enamikus veel harilikud, müüjatega kauplused. Müügipindalade suurus on üldistavaks võimsusenäitajaks nii harilikele kauplustele kui ka progressiivsete müügivormidega kauplustele.

Järelikult tuleb kaubandusvõrgu suuruse määramisel juhinduda kõigi kaupluste müügiruumide pindalade väljatoomisest ning iseteenindamiskaupluste võimsuse kui lähemas tulevikus kaubandusvõrgu tähtsama osa täpsemast iseloomustamisest. Võimsuse kasutamist saab esitada käibe suurusena müügi pinna ühiku (1 m², 10 m²) kohta. Andmete kõrvutamisel on mõtet ainult sama kaubandusliku eriharu piirides. Kaubandusvõrgu täpsem iseloomustus võimaldab abinõusid välja töötada senisest veelgi paremaks tarbijate teenindamiseks.

Kaubandusvõrgu paremat kasutamist ja kaubandusvõrgu eda-

⁴⁷ Seda näitajat kasutatakse juba ulatuslikult Saksa DV-s iseteenindamiskaupluste võimsuse iseloomustamiseks. Vt. pikemalt A. D o n d a, O. K u h n, Handelsstatistik, Berlin 1961, lk. 354 jj. samuti ka ajakirja «Der Handel» 1961 ja 1962 aastast, eriti seal avaldatud majandusteadlase Horst Winteri artikleid.

sist majanduslikult põhjendatud laiendamist pidurdavad küni viimase ajani mitmed praktilises töös esinevad lüngad. Esitame siinkohal neist paar olulisemat, mille kõrvaldamisega Eesti NSV-s kaubandusvõrgu olukord tunduvalt paraneks.

1. Olemasoleva kaubandusvõrgu kasutamise puuduliku analüüsi tõttu toimub kaubandusvõrgus sageli vähe põhjendatud ümberkorraldamisi. Piisaks, kui meenutada näiteks Tartu Kaubandusvalitsuse kaupluse «Progress» tööd. Pärast iseteenindamisele üleminekut hakkas seal 6 inimese asemel tööle 9. Käive tõusis küll mõnevõrra, kuid plaani ei suudetud täita ja endise kasumiga töö asemel tekkis käibekulude kasvu tõttu kahjum. Asi lahendati formaalselt sellega, et ta muudeti kasumiga töötava kaupluse nr. 66 filiaaliks.⁴⁸ Tegelikult see aga olukorda muidugi ei parandanud — kahjum varjatakse ainult teise kaupluse kasumiga. Selletaolisi näiteid võib leida veel nii Tartust, Tallinnast kui ka teistest linnadest.

Olukord, kus progressiivne müügivorm osutub mittemajanduslikuks, koguni kahjulikuks, on suurelt jaolt tingitud olemasoleva kaubandusvõrgu töö nõrgast analüüsist, selle puudulikust tundmisest. Igas kaupluses ei saa rakendada iseteenindamist. See kehtib esijoones väiksemate kaupluste kohta. Millist efekti loodavad juhtivad kaubandustöötajad saada, kui viivad mõne 1—2 töökohaga kaupluse iseteenindamisele ja suurendavad seal töötajate arvu 3—4-ni (kontroll-kassa, 1—2 kaupade pakkijat ja võib-olla veel 1 nn. korraldaja või järelevaataja müügisaalis). Iseteenindamise rakendamine eeldab töötajate arvu vähendamist või halvemal juhul samaks jäämist, mitte kunagi aga suurendamist. Järelikult tuleb iseteenindamist rakendada just suuremates kauplustes. See on teaduslikult kindlaks tehtud ja rahvademokraatiamaade kaubanduse praktikas kontrollitud fakt. Nii on Tšehhoslovakkias end majanduslikult õigustanud iseteenindamiskauplused linnades pindalaga 80 m² ja rohkem, maal ja väiksemates keskustes aga alates 50 m² pindalaga.⁴⁹ Poolas näitavad uurimused, et majanduslik efekt on seda parem, mida suurema pindalaga kaupluses iseteenindamist rakendati. Seepärast peetakse iseteenindamiskaupluse soovitavaks suuruseks 100 m² ja rohkem.⁵⁰ Umbes samasugused tulemused saadi vastavasuaunistes uurimustes ka Saksa DV-s.⁵¹ Samal põhjusel pole ka õiged mõnede «hädapraktikute» kurtmised iseteenindamise kahjulikkusest ja selle laiendamise võimatusest. On küllaldane märkida, et Eesti riiklikus kau-

⁴⁸ «Rahva Hääli» nr. 252 (6057) 24. okt. 1962.

⁴⁹ Самообслуживание в социалистических странах, «Торговля за рубежом» 1961, № 8, lk. 4.

⁵⁰ Sealsamas, lk. 9—10.

⁵¹ Vt. H. Winter, H. Schulz, Erste Ergebnisse aus dem Leistungsvergleich von SB-verkaufsstellen des Konsum, «Der Handel» 1961, nr. 12. lk. 569—573 ja 1962, nr. 1, lk. 39—43.

banduse on üle 80 m² suuruse pindalaga kauplusi rohkem kui 45% kaupluste üldarvust.⁵² Arvestades, et neist võib umbes pooled muuta majanduslikku efekti andvateks iseteenindamiskauplusteks, võib arvata, et viimaste osatähtsus Eesti NSV riiklikus kaubanduses peaks tõusma lähematel aastatel 20—25%-ni (1. jaan. 1962. a. ulatus see 7%-ni).

Olemasoleva kaubandusvõrgu töö puudulik analüüs tingib tihti ka kaupluste pindala ebaõige struktuuri, s. t. olemasoleva pindala ebamajandusliku kasutamise. Väga tabavalt on seda olukorda ETKVL-i süsteemi kaubandusvõrgus iseloomustanud majandusteadlane J. Ojalo, kirjutades: «Meil on veel palju selliseid kauplusehooneid, kus müügisaali alla on võetud vaid väike osa ruumidest, palju nendest on aga veel ladude, kontorite või korterite all või seisavad üldse kasutamata Selliste ruumide arvel, tehes neile mõnikord väiksemaid juurdehitusi, saab olemasolevaid kauplusi mitmekordselt laiendada, pealegi veel kiiresti ja suhteliselt väikeste kulutustega».⁵³ Sellele võib lisada, et riiklikus kaubandusvõrgus pole olukord palju parem. Järelikult on kaubandusvõrgu majanduslikult põhjendatud kujundamise esmaseks eelduseks olemasoleva kaubandusvõrgu seisundi põhjalik analüüs ja kaupluste käsutuses olevate pindalade struktuuri otsustav hinnang. Viimane on eriti tähtis, sest Eesti NSV kaubandusvõrgu arendamise plaanid aastateks 1961—1965, ei kajasta küllaldase selgusega pindalade küsimust kaubandusvõrgu kapiditeedi edasisel suurendamisel ja parandamisel.

Nagu andmed näitavad, on kaupluste keskmine suurus erinevates linnades ja rajoonides, samuti ka erinevatel kaubandusaladel erisugune, tervikuna võttes aga mitterahuldav, sest üldpindalaga kuni 50 m² kaupluste arv Eesti NSV riiklikus kaubanduses moodustab rohkem kui 33%⁵⁴, kooperatiivses kaubanduses isegi veel rohkem. Praegustes kaubandusvõrgu arendamise plaanides ei nähta ette kaubandusvõrgu killustatuse likvideerimist. Plaanis ettenähtud kaupluse keskmise suuruse tõus pole tingitud niivõrd olemasolevate kaupluste rekonstrueerimisest, kuivõrd just uute kaupluste rajamisest. Uued rajatavad kauplused on olemasolevatest kauplustest tunduvalt suuremad. See on muidugi õige ja igati tervitatav Kuid siiski ei saa unustada olemasoleva kaubandusvõrgu suure osa kaupluste kääbuslikkust ning seega pole põhjust endaga rahuloluks. Analüüsi ülesandeks ongi selgitada kõik väikesed kaubandusettevõtted ning leida konkreetset abinõud nende paremaks kasutamiseks, nende liitmise või mõnel muul teel.

Olemasoleva kaubandusvõrgu seisundi kriitilise hindamisega

⁵² «Вестник статистики» 1962, № 12, lk. 88.

⁵³ J. Ojalo, Tarbijate kooperatsiooni ülesannetest kaubanduse edasiarendamisel, «Nõukogude Eesti Kooperaator» 1961, nr. 12, lk. 3—4.

⁵⁴ «Вестник статистики» 1962, 12, lk. 88.

on tihedas seoses kaubandusettevõtete käsutuses olevate pindalade proportsiooni muutmise probleem, esijoones segakaupluste võrgu edasine vähendamine ning tööstuskaupade kaubandusvõrgu pindala suurendamine. Koos sellega on võimalik tunduvalt paremini kaubandusvõrku spetsialiseerida. Üksikute kaupluste kääbuslikkus, kaubafondide pidev suurenemine ja sortimendi rikastumine on objektiivsed tegurid, mis nõuavad Eesti NSV-s senisest ulatuslikumat kaupluste spetsialiseerimist, esijoones just kitsamalt spetsialiseeritud kaupluste võrku.⁵⁵ Lähtealuseks peab arusaadavalt siin olema tarbijate nõudmise uurimine. Selles suhtes on mõndagi tehtud, eriti Tallinnas ja Tartus, kus on organiseeritud rida kitsamalt spetsialiseeritud kauplusi. Seda tööd tuleb aga veel palju laiendada.

2. Nõrk koostöö kaubandusvõrgu plaanipärasel laiendamisel vastavate asutuste, esijoones kaubandus- ja projekteerimisorganisatsioonide vahel. See pole üksnes kohalik näht, vaid esineb ka teistes liiduvabariikides. Kaubandusvõrk tuleb laiendada ratsionaalsete, majanduslikult õigustatud, tänapäeva kaubanduse, ehituse ja arhitektuuri saavutustele vastavate kaupluste rajamisega. Seda ülesannet on võimalik edukalt lahendada üksnes kaupluste projekteerimis-, ehitus- ja ekspluateerimiskogemuste uurimise ja paljude asutuste tiheda koostöö alusel. Kahjuks pole kuni viimase ajani sellele pööratud küllaldast tähelepanu. Ei tohi unustada, et kaubandusvõrk moodustab olulise osa linna arhitektuurilisest kompleksist. Selle fakti ignoreerimise tulemuseks on kaubandusvõrgu kasvuplaanide halb täitmine. Paljudes linnades ehitatakse kaubandusettevõteteid halvasti, eriti uutes elamurajoonides. Elamumassiivid kerkivad, kuid samaaegselt ei ehitata kauplusi ega sööklaid. Näiteks võib tuua Tartus viimastel aastatel kerkinud Tiigi tänava elamurajooni, kuhu ei rajatud ühtegi kaubandusettevõtet. Naabruses asuvad kauplused olid aga juba enne seda üle koormatud ja nende suurus ei vastanud juba varem normatiividele. Analoogiline on olukord Tallinnas Lasnamäe elamumassiivis ja andmete järgi näib tekkivat sama näht ka Mustamäe elamurajoonide väljaehitamisel ning teisteski linnades.

Osalt on sellise lünga tekkimise põhjuseks positiivseid eeskujusid pakkuva kirjanduse puudumine⁵⁶, kuid esijoones on see

⁵⁵ Т. Бязров, Товарооборот в новом году, «Советская торговля» 1963, № 1, lk. 4.

⁵⁶ Nimetada võib siinjuures «Строительные нормы и правила», Москва 1954 ja «Правила и нормы планировки и застройки городов», Москва 1959. Mõlemad on üksnes normatiivsete andmete kogumikud. Hiljuti ilmus veel NSVL Ehituse ja Arhitektuuri Akadeemia väljaandel «Предприятия розничной торговли, пособие по проектированию», Москва 1962, kus on mõnevõrra rohkem andmeid. Kaubandusvõrgu kujundamise teoreetilised põhialused on antud ka TRÜ rotaprintil paljundatuna ilmunud F. Sauksi ja P. Viirese koostatud õppematerjalides «Кaubanduse materiaalne baas NSV Liidus», Tartu 1962.

tingitud juhtivate kaubandusorganite vähesest tähelepanust. Kaubanduse kapitaal mahutusteks eraldatud summad on jäänud osaliselt kasutamata. Pole järjekindlalt nõutud, et elamuehituseks määratud kapitaal mahutuste summadest eraldataks 5% kaubandusettevõtete loomiseks, mistõttu need summad on suuremalt jaolt teisteks eesmärkideks ära kasutatud.

Vead tekivad ka linnade väljaehitamise projektide koostamisel, sest arhitektid ilmselt ei tunne kaubandusvõrgu arendamise plaane ega kehtivaid normatiive. Siinjuures ainult üks näide. Tallinnas toimub praegu Mustamäe elamurajooni projekti üksikute osade täpsem väljatöötamine. Esialgsete projektide järgi tuleb sinna 9 mikrorajooni kuni 60 000 elanikuga, seega hakkab mikrorajoonis elama keskmiselt 5 000—8 000 inimest.⁵⁷ Uutesse linnadesse paigutatakse kaubandusvõrk üldreeglina nn. kaubanduskeskustena. Seejuures peab igas mikrorajoonis paiknema tsentrum igapäev nõutavate kaupade müügiks, 4—5 mikrorajooni kohta tuleb kujundada üks rajoonitsentrum, mis teenindaks juba laiemas kaupade valikuga kõiki oma naabruses paiknevaid mikrorajone. Lõppeks tuleb kujundada veel ülelinnaline kaubanduskeskus, milles kaupade valik rahuldaks juba kogu linna elanikkonna nõudmised.⁵⁸ Kaubandusvõrgus peab 1965. a. olema 66 töökohta iga 10 000 elaniku kohta (ehk 6,6 töökohta iga 1000 elaniku kohta), sellest 32 töökohta toidukaupade ja 34 töökohta tööstuskaupade müümiseks. Perspektiivplaani kohaselt peab töökohtade arv linnades suurenema 1980. a kuni 100-ni iga 10 000 elaniku kohta.⁵⁹ Nendest tuleb paigutada 1965. aastaks kehtivate normatiivide järgi mikrorajooni kaubanduskeskusteni 1,8 toidukaupade müügikohta ja 0,3 tööstuskaupade müügikohta iga 1000 elanikule arvestatuna.⁶⁰ Järelikult tuleks Mustamäe elamumassiivi igasse mikrorajooni paigutada toidukaupade kauplusi kokku 10—15 töökohaga ja 2—3 töökohaga tööstuskaupade kauplus. Ühtlasi tuleb ette näha kaubanduskeskusteni suurendamise võimalus pärast 1965. a., millal normatiive suurendatakse. Arhitektid E. Kaasik, R. Urb jt. aga koostasid mikrorajooni kaubanduskeskuse projekti, kus asus üksnes 14 töökohaga toidukaupade kauplus. Tööstuskaupade müüki polnud üldsegi mikrorajoonis ette nähud.⁶¹ Projekteritud kohvik-söökla suurus ei vasta samuti normatiividele, vaid on neist väiksem. Vigadega projektide kinnitamine ja elluviimine põhjustabki kaubandusvõrgu puuduliku arendamise. Ühtlasi tuleb meeles pidada, et kaubandusvõrgu üleliidulisi normatiive peab

⁵⁷ D. Bruns, Tallinn täna ja homme, Tallinn 1962, lk. 71—72.

⁵⁸ Предприятия розничной торговли, пособие по проектированию, Москва 1962, lk. 9—11; vt. ka E. Бобылев, Торговля в первом городе-спутнике, «Советская торговля» 1961, № 10, lk. 26 jj.

⁵⁹ В. Тюков *op. cit.*, lk. 5.

⁶⁰ Предприятия розничной торговли, lk. 10.

⁶¹ Vt. «Õhtuleht» 30. nov. 1962.

diferentseerima vastavalt kohalikele tingimustele, nagu seda soovitati ka 1963. a. kevadel toimunud üleliidulisel kaubandusalasel konverentsil Ukrainas.⁶²

On ilmne, et praegu (s. t. kuni 1965. aastani) kehtivad kaubandusvõrgu arendamise plaanid ei kindlusta jaekaubanduse materiaalse baasi plaanipärasest ja proportsionaalsest arendamisest. Seetõttu on vajalik, et 20 aasta perspektiivplaanide koostamisel Eesti NSV Kaubandusministeerium ja ETKVL analüüsiks põhjalikult olemasolevat kaubandusvõrku linnades ja rajoonides ja looksid selle põhjal teadusliku aluse kaubandusvõrgu arendamiseks järgmistel aastatel, et tagada võimalikult lühema aja jooksul lünnade kõrvaldamist elanikkonna kaubanduslikul teenindamisel.

Töö valmis 1963. a. mais.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ ЭСТОНСКОЙ ССР

Ф. Саукс

Резюме

В работе рассматриваются: 1) розничная торговая сеть Эстонской ССР и ее динамика; 2) специализация розничной сети; 3) проблемы дальнейшего развития торговой сети Эстонской ССР. Для характеристики розничной сети используются данные общего числа предприятий (табл. 1.), распределение предприятий по организационным типам (табл. 2.) и распределение на городскую и сельскую торговую сеть, по местонахождению предприятий наряду с показателями численности населения (табл. 3.). Приведенные данные показывают, что розничная сеть ЭССР по сравнению с численностью населения расширялась быстрее, чем сеть СССР в среднем. Торговых предприятий в Эстонской ССР относительно больше, и их сеть гуще, чем в СССР в среднем. Однако сеть торговых предприятий все еще недостаточно густа и не обеспечивает достаточно качественного обслуживания населения.

Для характеристики величины торговой сети показатель общего числа предприятий недостаточен; поэтому дается характеристика величины торговой сети по рабочим местам (табл. 4), группировка розничных предприятий по количеству рабочих мест (табл. 5.) и по обороту (табл. 6.) отдельно по государственной и кооперативной торговле Эстонской ССР. Выясняется, что с увеличением торгового оборота улучшаются и экономические показатели предприятия — увеличиваются средняя производитель-

⁶² Вопросы организации розничной торговой сети, Научная конференция УНИИТ, Киев, 1963.

ность труда одного работника торговли и средняя нагрузка рабочего места, в то же время издержки обращения уменьшаются.

Специализация торговой сети помогает улучшить снабжение потребителей товарами и повышает качество обслуживания. В государственной торговле (табл. 7 и 8) специализация значительно разнообразнее, чем в кооперативной торговле (табл. 9.) При сравнении среднего магазина ЭССР со средним магазином СССР выясняется ряд особенностей, вызванных главным образом местными условиями. В общем наблюдается углубление специализации торговой сети, что с точки зрения потребителя следует считать положительным явлением. В связи со специализацией торговли происходят изменения в средней величине магазинов: некоторые быстро увеличиваются, а другие остаются более или менее прежними.

Дальнейшее внедрение прогрессивных методов торговли, особенно расширение самообслуживания, обуславливает необходимость охарактеризовать величину розничной сети при помощи площадей в м². Данные 1961 г. по СССР весьма хорошо показывают целесообразность этого показателя (табл. 10), особенно, если его соединить с оборотом на 1 м². В магазинах самообслуживания следует учитывать в качестве экономических показателей длину фронта прилавков и полок в метрах, число касс, оборот на 1 м прилавка и на одну кассу.

Лучшему использованию существующей торговой сети и ее планомерному расширению препятствует до сих пор недостаточный анализ торговой сети и слабое сотрудничество между соответствующими учреждениями, в первую очередь между работниками торговых организаций и архитектуры.