

UUTEST KAUBANDUSVORMIDEST JA ÜHISKONDLIKU TÖÖ KOKKUHOIUST

H. Metsa ja F. Sauks

Poliitilise ökonomia kateeder, kaubandusökonomika kateeder

20 aasta jooksul (1960—1980) peab jaekäibe maht (võrreldavates hindades) NSV Liidus suurenema umbes viis korda. On selge, et sellise käibe realiseerimine pole võimalik kaubanduse olemasoleva materiaalse baasi juures. Samal ajal on jaevõrgu laiendamine kommunistliku ühiskonna materiaalse baasi lahutamatuks koostisosaks. Selleks et jaotada tööprodukte kommunistliku ühiskonna liikmete vahel vajaduste järgi, on tarvis neid eelkõige külluses toota. Lisaks sellele on vaja hästi korraldada ka nende hoid ja tarbijatele väljaandmine. Viimane pole võimalik ilma vastavate hoiu- ja laoruumideta. Need ei kerki aga tühjal kohal, vaid on praeguste baasladude, hoidlate, kaupluste, paviljonide jm. arengu tulemuseks.

Kommunistlikus ühiskonnas peab jaotamise materiaalne baas vastama järgmistele põhinõuetele:

1) Tarbeesemed peavad jõudma tootmisest tarbijani võimalikult minimaalse aja- ja töökuluga.

Just sellele eesmärgile ongi suunatud otsingud elanikkonna kaubandusliku teenindamise progressiivsete vormide alal. Mõned uuringused näitavad, et ostuaeg väheneb näiteks iseteenindamisega kaupluses 1,5—2 korda, automaatide kasutamisel veelgi rohkem. Seejuures väärivad siin tähelepanu ka müüjate müügipunktid. Viimaste avamise tõttu jääb paljudel tarbijatel, eriti maal, niidi ja nõela, tikutoosi ja suitsukarbi kättesaamiseks käimata kilomeetritepikkune tee.

Seega peitub uute kauplemisvormide rakendamise taga tarbijatele suur ostuaja kokkuhoiu reserv.

2) Tuleb saavutada ühiskondliku töö mõistlik kasutamine ja kokkuhoid. Käibesfäärjs on kulutatud ühiskondliku töö majandusliku efektiivsuse näitajaks käibekulude tase ja kaubarõuduslik kasum. Seetõttu tuleb hinnata uute kaubandusvormide juurutamiseks tehtud majanduslike kulutuste ratsionaalsust ja efektiivsust nende näitajate võrdlemise teel vanade kaubandusvormide vastavate näitaja-

tega. Ühtlasi tuleb aga arvestada tarbijate ostuaja lühendamisest saadavat ühiskondliku töö kokkuhoidu.

Lähtudes nendest põhimõtetest maalise kaubandusvõrgu arendamisel püüame selgitada mõnede uute kaubandusvormide, eriti müüjata müügipunktide rajamise otstarbekust tänapäeva tingimustes. See on otseses seoses kaubandusettevõtete tegevuspiirkonna, tema klientuuri määramisega.

Kaubandusettevõttele tegevuspiirkonna määramisel tuleb arvestada asustust, liiklusolusid ja suurimat kaugust kohalikust tarbijast, mida ostja kaasaja tingimustes on nõus nurinata lähima kaubandusettevõtte külastamiseks. Eesti NSV oludes tuleb selliseks kauguseks maarajoonides pidada 3—3,5 km. Suurema kauguse korral tunnevad elanikud vajadust lähemal asuva kaubandusettevõtte järele, sest kaugemal paikneva kaupluse külastamine on seotud suure ajakuluga. Tarbijad hakkavad nõudma uue kaubandusettevõtte rajamist ja kui kohalikud organid nende nõuet toetavad, tuleb see kaubandusorganisatsioonil rajada isegi siis, kui see on vastuolus isemajandamise põhimõttega.

See probleem on küllaltki aktuaalne, sest Eesti NSV-s elab üle 60% maaelanikest väikestes, alla 200 elanikuga asulates. Kohati on see % veelgi kõrgem, näiteks Tartu rajoonis 68,5. Pealegi näitavad uurimuste andmed, et enamikus asustatud kohtades ilmneb elanike arvu vähenemise tendents.¹ See on seoses suuremate maaliste keskuste moodustamise protsessiga, nagu näiteks Lenini-nimelise sovhoosi keskuse kujundamine Kurekülas (Rannu külanõukogus Tartu rajoonis) Kuid see protsess on suhteliselt pikaajaline, sest enamiku maaelanike ümberpaigutamine suurematesse asulatesse nõuab tohutuid kapitaalvahutusi ja pole seetõttu teostatav mõne aasta jooksul. Järelikult jääb enamik väikeasulaid alles pikemaks ajaks.

Vastavad uurimused Ukraina NSV maalise kaubandusvõrgu arendamisest näitavad, et asulates alla kaheksa elanikuga pole kaubandusorganisatsioonile majanduslikult otstarbekas rajada harilikku tüüpi kaubandusettevõtet (poodi, kauplust müüjaga)²

Lahendus peitub kas rahvakaupluse, müüjata müügipunkti või liikuva kaubanduse (autopoe) organiseerimises vastava piirkonna teenindamiseks. Nendest parimaks vormiks peetakse rahvakauplust. Esimene rahvakauplus rajati NSV Liidus 1961. a. Leningradi oblastis. See on väike kaubandusettevõtte, mille hooldajateks on kohalikud pensionärid, kes ei kannu materiaalset vastutust ega saa palka. Ettevõtte tööd korraldab kohalike, tootmisega mitteseotud tarbijate hulgast valitud 3-liikmeline komisjon. Kauba

¹ K. L a a s, Rahvastiku paiknemisest Nõukogude Eestis, art. koguteoses «Eesti Geograafia Seltsi aastaraamat 1963», Tallinn 1964, lk. 176.

² Н. А. К у д р я в ц е в, Некоторые вопросы организации розничной торговой сети в мелких сельских населенных пунктах, статья в сборн. «Организация розничной торговой сети», Киев 1964, lk. 182.

valik on küllaltki rikkalik, rahuldades suure osa kohalike tarbijate nõudeid. Rahvakaupluse peamiseks sihiks on tarbijate aja ja jala-vaeva säästmine, mis on eriti tähtis põllutööde kõrghooaegadel. Leningradi oblastis rajatud rahvakaupluse töö õigustas end füüsilikult ja sellepärast soovitati NSV Liidu Tarbijate Kooperatsiooni VI kongressil 1962. a. kõigil tarbijate kooperatiividel eeskujuga võtta Leningradi oblasti kooperaatoritelt selletaoliste kaupluste avamisel.³

Eesti NSV-s avas 1962. a. lõpul esimese rahvakaupluse Põlva RTK Mooste näidiskatsesovhoosi Laane osakond.⁴ 1963. a. lõpul ulatus rahvakaupluste arv Eesti NSV-s 15-ni ja 1. jaan. 1965. a. oli neid juba 37. Endiselt on esikohal Põlva rajoon, kus töötas seisuga 1. jaan. 1965 13 rahvakauplust, s. t. rohkem kui kolmandik meie vabariigi rahvakauplustest. Eesti NSV oludes tuleb pidada rahvakauplusi normaalselt töötavateks, kui nad saavutavad aastakäibe 6—12 tuhat rubla (kuukäive 0,5—1,0 tuhat rubla). Sellistel rahvakauplustel on üldreeglina võrdlemisi väike tegevuspiirkond (mine-miraadius 1—1,5 km) ja seetõttu piirdub nende kaubavalik iga päev nõutavate kaupadega, peamiselt toidukaupadega. Suurimaks hüveks on tihe side kohaliku tarbijaskonnaga.

Töötavatest rahvakauplustest on Eesti NSV-s nii suurema kui ka väiksema käibega kauplusi. Esimestel juhtudel, nagu tegeliku elu kogemused on näidanud, hakkavad asjatundliku juhtimise ja kontrolli puudumisel tekkima rahvakauplustes puudujäägid. Puudujääkide ilmumisel kaob aga töö eest vastutavate (ehkki ainult moraalselt vastutavate) aktivistide huvi rahvakaupluse edasise töö vastu ja tulemuseks on käibe järsk langus ning mõnikord ka kaupluste sulgemine. Sellel põhjusel lõpetasid näiteks üksi Räpina TK-s 1965. a. kevadel töö 3 rahvakauplust (vt. lisa 1).

Liiga väikese käibega (kuukäive 100—200 rubla) rahvakauplused on sisuliselt müügipunktid ja nende organiseerimine rahvakaupluseks ei õigusta end tarbijate kooperatiivi seisukohalt majanduslikult. Nii näiteks ulatus Jantre rahvakaupluses Põlva rajoonis 1965. a. juunikuuks käibekulude tase tunduvalt üle 10%. Pealegi ei erguta väike käive rahvakaupluse töö eest vastutajaid suuremale initsiatiivile: ostjaid on vähe ja töö hakkab seetõttu minema ise-voolu teed. Ilmselt on otstarbekam väikese käibega rahvakaupluste asemel organiseerida müüjate müügipunktid.

Mis puutub rahvakaupluste töö majanduslikesse näitajatesse, siis neid pole veel selgitatud Eesti NSV-s. Räpina TK kui suurim rahvakaupluste organiseerija (1965. a. juulis töötas 8 rahvakauplust, millede erikaal jaekäibes oli väike (vt. lisa 2). 1965. a. juunikuu andmed võimaldasid teha mõnesuguseid üldistusi nende töö majandusliku külje kohta. Rahvakaupluste töö organiseeri-

³ Советская потребительская кооперация, 1962, nr. 10, lk. 14.

⁴ M. Vaasa, Põlva rajooni kooperaatorite uus initsiatiiv. «Nõukogude Eesti Kooperaator» XVIII, 1963, lk. 1.

	Käive	Kulutused								Märkusi	
		transpordikulud	väheväärtusliku inventari mahakandmine	üürikulu	amortisatsioon	preemiad ²	puudujäägid ³	kulud kokku	kulude tase käibest		
1. Veriora rahvakauplus	1080	1,06	1,68	7,80	1,26	5,0		17,40	1,62	kulud ilmselt liiga suured	
2. Jantre rahvakauplus	4	..	2,00	7,20	1,65	1,70		12,55			
3. Laane rahvakauplus	260	1,30	2,85	4,65	1,26	1,70	3,50	11,76	4,52		
4. «Arengu» õmblustsehhi rahvakauplus	170	0,27			3,90	1,70	4,50	5,87	3,45		
5. Veriora metsamajandi rahvakauplus	380					1,70		1,70	0,45		
6. Toomasmäe rahvakauplus	—		1,49		1,87			3,36			kauplus ei tööta
7. Kähkva rahvakauplus	581	2,43	1,50		1,63		9,32	5,56	0,96		
8. Süvahavva rahvakauplus	4	0,24			2,89			3,13			
9. Liiva rahvakauplus	380	8,13	0,03	5,20	1,33	1,70	1,17	16,39	4,32		
Kokku	2851	15,44	9,55	24,85	15,79	13,50	18,49	77,72	2,72		

1) Transpordikuludeks on võetud kaupade vedu maanteelt vastava rahvakaupluse juurde, sest autol on enamik kaupu harilikele kauplustele ja veokulu on seega ainult ringisõitude (kõrvalesõitude) korral. Saadud t/km on korrutatud veo omahinnaga: 8 kg. t/km kohta.

2) Preemiaid on 1/2 aasta eest makstud vastavatele töötajatel à 10 rbl. See on jagatud 6-le.

3) Puudujäägid on senini kinni maksnud moraalselt vastutav isik ja seepärast pole neid arvatud kulude üldsummasse.

4) Jantre ja Süvahavva rahvakauplused polnud teatanud ega sisse maksnud oma juunikuu käivet. Arvatakse, et see on mõlemal juhul alla saja rubla.

mine on seotud materiaalse baasi kulutustega (amortisatsioon 13,5%, väheväärtusliku inventari mahakandmine 18% aastas algmaksumusest, ruumide üüri- ja remondikulud), kaupade kohaleveo kulude ja aktivistide premeerimisega. Siia võivad kuuluda ka puudujäägid, kui aktivistid ei tasu neid kooperatiivile.⁵ Ligikaudse arvestuse alusel ulatus kõigi kulude tase juunikuus Rápina TK rahvakauplustes maksimaalselt 5%-ni. Seda tuleb lugeda heaks näitajaks, sest käibekulude tase Rápina TK-s ulatub 6,5%-ni (ETKVL-i süsteemis tervikuna oli see 1964. a. 6,7%). Järelikult õigustab rahvakaupluste majanduslik näitaja nende organiseerimist Eesti NSV oludes. Rahvakaupluste asutamisel ei tohi aga unustada tähtsa eeldusena kohalike elanike valmisolekut aktiivseks kaasatöötamiseks.

Rahvakaupluste rajamine on seotud suure organisatsioonilise tööga. Tuleb moodustada kaupluste aktiiv kohalike elanike hulgast ja kindlaks määrata kaupadega varustamise kord. Niivõrd kui kolhoosid ja sovhoosid on huvitatud oma töötajate olustikulistest küsimustest, eriti sellest, et elanikud kulutaksid võimalikult vähem aega kaupade ostuks, peavad nad eraldama vastavad ruumid rahvakauplustele ja andma kaubandusorganisatsioonile vajaliku transpordi kaupade kohaleveoks ja rahvakaupluste korrapäraseks varustamiseks kõige vajalikuga. Sellega avaneb kooperatiivil võimalus säästa rida kulutusi, nagu ruumide üür (mida tasub eramajavaldatajatele), transpordikulud jne. Ühtlasi ei tohi unustada, et rahvakaupluste eduka tegevuse eelduseks on alatise ühenduse pidamise võimalus oma varustajaga — kooperatiivi kaubalaoga või mõne suurema kauplustega, mille filiaaliks ta tarbijate teenindamise seisukohalt on. Viimasel juhul ei tohi aga rahvakauplused paikneda kuigi kaugel oma varustajast (arvatavasti on optimaalne kaugus maal 4—5 km).

Töötades kaubandusettevõtete filiaalidena võimaldavad rahvakauplused tunduvalt laiendada vastava kaubandusettevõtte tegevuspiirkonda ja samaaegselt parandada elanike kaubanduslikku teenindamist. Arusaadavalt eeldab see rahvakaupluste korrapärasest varustamist kaubandusettevõtete poolt kõigi vajalike kaupadega. Ühtlasi peab kaupluste juhataja pidevalt kontrollima ja suunama rahvakaupluste tegevust.

⁵ Tegelikult pole neid Rápina kooperatiivil olnud, sest rahvakaupluste aktivistid on senini ilmsiks tulnud puudujäägid kõik kooperatiivile ära maksnud, sest nad tunnevad end selleks moraalselt kohustatud olevat. See moraalne kohustus aga sageli halvab aktivistide initsiatiivi (enamalt jaolt tekivad puudujäägid rahvakauplustes aktivistide kogenematusel) ning tingib nähte, et algul edukalt töötav rahvakauplus ei müü mõne aja möödumisel peaaegu üldse enam kaupu, sest aktivistid ei hoolitse enam uute kaupade tellimise eest. Sellepärast tuleks kaaluda mingisuguse väikese «puudujääkide või eksimuste fondi» moodustamist rahvakauplustele, mis võimaldaks katta kooperatiivil ilmsetest eksimustest tekkinud mõnerubraliseid puudujääke. See mõjuks kindlasti positiivselt aktivistide initsiatiivile. Sellise fondi moodustamine on seda põhjendatum, et kulutused rahvakauplustes on esialgsete andmete järgi väga väikesed, järelikult rentaablus on kõrge.

Mõnevõrra vähem probleeme on müüjata müügipunkti de rajamisel. Need on harilikult kääbusettevõtted keskmise kuu käibega umbes 100 rbl. (aastakäive 1,0—1,5 tuhat rubla), paiknevad mõne asutuse juures ja nende kaubavalik koosneb reast iga päev nõutavatest pisikaupadest. Tarbijaskonnaks on tavaliselt ainult vastava asutuse, sovhoosi, brigaadi või kooli töötajad ja külastajad. Seetõttu ongi müügipunktide käive üsna väike. Aga nende eeliseks on ligiolek tarbijale, mis võimaldab viimastel minimaalse ajakuluga rahuldada mitmesuguseid igapäevaseid pisivajadusi. Seepärast on täiesti mõisteta, et NSV Liidus asuti nende organiseerimisele rida aastaid tagasi.

Esimesed müüjata müügipunktid rajati 1955. a. Moldaavia NSV-s tarbijate kooperatsioonis. Nende kogemuste alusel soovitas Tsentrosojuz rajada neid ka teistes liiduvabariikides.

Eesti NSV-s rajati esimene müüjata müügipunkt Rapla RTKL-i initsiatiivil 1956. a. jaanuaris «Tee Kommunismile» kolhoosis.⁶ Sellele eeskujule järgneb juba veebruaris 1956. a. Sindi TK, avades müüjata müügipunkti Pärnu rajoonis «Ukraina» kolhoosis.⁷ 1956. a. lõpul ulatus müüjata müügipunktide arv Eesti NSV-s juba 20-ni ja suurenes järgmistel aastatel pidevalt, saavutades 1. jaan. 1962 oma kõrgpunkti — 250 ettevõtet. Edasi aga hakkas müüjata müügipunktide arv Eesti NSV-s kahanema ja 1. jaan. 1965 oli neid 131.

Millest on tingitud selline müüjata müügipunktide võrgu arengu vähikäik? Praktikute poolt põhjendatakse seda nende ebamajanduslikkusega, nende väikese käibega, mis ei õigusta sellega seoses olevaid kulutusi. Tegelikult pole aga tehtud siin majanduslikku analüüsi. Veelgi rohkem: nagu juba märkisime rahvakaupluste juures, nii ka siin ei peeta üldse kulude arvestust müügipunkti liinis, vaid fikseeritakse ainult käibe suurus ja inventeerimisel ilmsikstulnud puudujäägid. Arusaadavalt pole see küllaldane lõplikult eitavale seisukohale asumiseks.

Küsimusele objektiivsema hinnangu andmiseks vaatleme lähemalt müüjata müügipunktide majanduslikku tulemust Tartu kooperatiivis.⁸

Ajavahemikus 1961—1965 on kooperatiivis töötanud müüjata müügipunktide arv kõikunud 5—7 piires. Müügipunktide keskmiseks käibeks kujunes 1961/62. a. 1,5 tuhat rubla, 1963. a. 0,7 tuh. rubla ja 1964. a. 2,1 tuh. rbl. Suurematel müüjata müügipunktidel (Kaarli, Rahinge) on aastakäive 3—4 tuh. rbl. piires, väiksematel

⁶ R. Aug, Müüjata müügipunkt Rapla rajoonis «Tee Kommunismile» kolhoosis. «Kultuurse kaubanduse teel» I, Tallinn 1957, lk. 17.

⁷ Ed. Ots, Müüjata kiosk Pärnu rajoonis. «Kultuurse kaubanduse teel» I, Tallinn 1957, lk. 16.

⁸ Andmed on saadud Tartu TK raamatupidamisosakonna vastavate aastate toimikutest. Siinjuures tuleb märkida, et 1961/62. aasta andmed on 15 kuu kokkuvõte: 1961. a. tervikuna + 1962. a. I kvartal. 1962. a. järgmiste kvartalite andmed polnud artikli koostajatele kättesaadavad.

(Nõgiaru, Rannu) aga on see üksnes mõnesaja rubla piires (vt. tabel 2).

Tabel 2

Tartu Tarbijate Kooperatiivi müüjata müügipunktide käive
(tuh. rubl.)

Müüjata müügipunkti nimi	Müügipunkti aastakäive		
	1961+1962 I kvartal	1963	1964
1. Pala	1,0	0,1	—
2. Kaarli	2,3	1,9	3,5
3. Sanatoorne Lasteaed *	3,2	—	—
4. Võnnu	0,7	—	—
5. Lähte	1,0	1,3	0,9
6. Rannu	1,3	0,1	—
7. Rahinge	—	—	3,4
8. Nõgiaru	—	0,1	0,5
Kokku	9,5	3,5	8,3

* Tartu sanatoorse lasteaia müügipunkt reorganiseeriti hiljem koolikooperatiiviks. Sellest ajast me tema käivet müüjata müügipunkti käibena ei arvesta. Tartu Kooperatiivil on üks müüjata müügipunkt ETKVL Tartu Rajoonidevahelises Kaubabaasis. Käive oli seal 1963. a. 43,5 tuhat rubla, 1964. a. 28,0 tuhat rubla. Selline käibe suurus on kujunenud kaupade arvel, mis oma olemuselt ei kuulu müüjata müügipunkti käibesse, mistõttu ka selle müügipunkti käive on jäetud meie analüüsist välja.

Tartu TK müüjata müügipunkte varustab kaupadega ETKVL Tartu Rajoonidevahelise Kaubabaasi auto-ladu. Selle kaupadelt antav realiseeritud hinnatäiend oli kuni 1964. aastani 7,9%, alates 1964. aastast aga 7,7%.

Keskmine realiseeritud hinnatäiendi suurus ühe müüjata müügipunkti kohta Tartu TK-s oli seega 1961/62. a. 125,06 rubla, 1963. a. 55,30 rubla ja 1964. a. 159,70 rubla.

Majandusliku tulemuse (kasum, kahjum) selgitamiseks tuleb realiseeritud hinnatäiendi summast lahutada kulud, mis on seoses müüjata müügipunktide töö organiseerimisega vaadeldaval perioodil. Need on oma iseloomult analoogilised rahvakaupluste kuludele, st.

- 1) materiaalse baasi kulud,
- 2) transpordikulud,
- 3) aktivistide preemiad ja inventarikulud,
- 4) puudujäägid.

Erinevalt rahvakauplustest on müüjata müügipunktide kuludes olulisemaks «puudujäägid», sest müügipunkti hooldav aktivist ei ole moraalselt ega ka materiaalselt vastutav tekkida võivate puudujääkide eest. Tema avab üksnes müügikapi ukse, tellib vajaduse korral uut kaupa ja päeva lõpul võtab realiseerunud kaupade laekumi oma kätte. Muul ajal on ta seotud oma tööülesannetega ega

saa jälgida ostjate tegevust müügipunktis. Ostutehingu sooritamise õigus on jäänud täiesti ostja enda südametunnistuse asjaks. Teehindades ainult suhteliselt väikesearvulist kollektiivi, on müügipunkt kinnist tüüpi ettevõtte, kuhu juurdepääs kõrvalistele isikutele harilikult puudub. Kuid ka väikestes kollektiivides leidub üksikuid ebaausaid töötajaid, mis ongi peamiseks puudujääkide tekkimise põhjuseks.

Seepärast alustame kulutuste analüüsi müügipunktis puudujääkidest. 1961/62. aastal oli puudujääk ühe müügipunkti kohta 41,55 rubla (sellest on juba ülejäägid maha arvestatud). 1963. aastal oli keskmine puudujääk 12,83 rubla ja 1964. aastal 24,54 rubla.

Materiaalse baasiga seoses olevad kulud piirduvad amortisatsiooniliste mahaarvestustega müügiks kasutatavatel seadmetel, sest harilikult on müüjata müügipunkti materiaalseks baasiks mõni kapp. Puudub üür ja muud materiaalse baasiga seoses olevad kulud (valgustus, küte), mis esinevad paljudes rahvakauplustes.

Müüjata müügipunkti kapid on praegu Tartu Tarbijate Kooperatiivis arvel hinnaga 202 rubla. Nendelt arvestatakse amortisatsiooni 13,5% aastas. Seega on ühe aasta amortisatsioon ühelt kapilt 27,27 rubla. Transpordikulud ei ole suured, sest müüjata müügipunktide varustamine kaupadega toimub samaaegselt statsionaarse kaubandusvõrgu varustamisega ringsõitue korras. Järelikult võivad kōne alla tulla siin kulud, mis on seoses kõrvaesõitudega üldisest marsruudist. Ligikaudse arvestuse alusel võib see ulatuda maksimaalselt aastas 35 rublani müügipunkti kohta.

Mis puutub aktivistide premeerimisse, siis tuleb kooperatiivi liikmete materiaalsel stimuleerimisel töö organiseerimise (avamine, lukustamine, kaupade paigaldamine, raha äraandmine jms.) eest pidada vajalikuks. Raamatupidamise andmetel kulus müügipunkte hooldavate kooperatiivi liikmete premeerimiseks 1961/62. a. keskmiselt 5 rubla müügipunkti kohta, 1963. a. 2 rubla ja 1964. a. 6,25 rubla. Siia tuleb aga arvestada ka kulud, mis on seoses müügipunktide töö kontrollimise ja inventeerimisega, sest seda tööd teevad kooperatiivi koosseisulised töötajad-spetsialistid oma tööajast. Nende kulude suurus aastas võib arvestada ühe müügipunkti kohta 15 rubla.

Järelikult on tegelikud kulud ja majanduslikud tulemused Tartu TK-s ühe müüjata müügipunkti kohta järgmised:

Tabel 3

Näitaja	1961/62 (15 kuud)	1963	1964
1	2	3	4
I. Realiseeritud hinnatäiend			
summas	125,06	55,30	159,70
%-des	7,9	7,9	7,7

	1	2	3	4
II. Kulud				
1. puudujäägid		41,55	12,83	24,54
2. amortisatsioon		34,08	27,27	27,27
3. transpordikulud		43,73	35,—	35,—
4. preemiad ja kontroll		20,—	17,—	21,25
	Kulud kokku	139,36	92,10	108,06
	% käibest	9,3	13,2	5,2
III. Majanduslik tulemus				
	kasum	—	—	51,64
	kahjum	14,30	36,80	—

Ehkki tabelis toodud arvutused on osalt ligilähedased ega pretendeeri rublalisele täpsusele, nähtub siiski, et esimestel aastatel on müüjata müügipunktid Tartu TK-s töötanud kahjudega. Alles 1964. a. tulid nähtavale nende majanduslikud eelised, eriti kulude madalam tase võrreldes käibekuludega Tartu TK-s (1964. a. oli see 6,23% käibest) ja ETKV Liidu süsteemis tervikuna (1964. a. — 6,7% käibest) Müüjata müügipunktide kulude tase on enam-vähem kõrvutatav rahvakaupluste omaga. Seal on kulude suurem osa ühenduses materiaalse baasiga (üürid, küte jne.), müüjata müügipunktides aga puudujääkidega. Üldiselt on aga mõlemal juhul vaieldamatu nii ühiskondliku töö kokkuhoid kaubanduses kui ka tarbijatele mugavuste loomine kaupade kättesaamiseks.

Miks siis sellele vaatamata müüjata müügipunktide arv meil väheneb ega leia paljude praktikute heakskiitu? Vastust tuleb otsida kulude struktuuri erinevuses müüjata müügipunktides ja rahvakauplustes.

Üheks olulisemaks kulukirjeks müüjata müügipunktides on praegu puudujäägid. See aga tähendab, et mõned ühiskonnaliikmed on võtnud ühiskonnalt tarbeesemeid ilma ühiskonnale midagi vastu andmata. Neid on selles abistanud ühiskonna usaldus müüjata kioski kujul. On selge, et selletaoliste nähtuste soodustamiseks müüjata müügipunkte organiseerida ei tohiks. Müüjata kioskid võivad töötada ainult nendes kollektiivides, kes suudavad garanteerida kaupade ja raha allesoleku. Kui kollektiiv ei suuda seda teatud perioodi jooksul tagada ega ebaausate töötajate tegevust paljastada, siis tuleb tõsiselt kaaluda müügipunkti likvideerimist selles kollektiivis. Teist teed pole, sest keegi pole andnud ega saagi anda õigust selliselt raisata ühiskonna (kaubandusorganisatsiooni) vara. Samal põhjusel tuleb kooperatiivi raamatupidamise aruandluses kõik puudujäägid eraldi välja tuua. Nende esinemine jätab aga halva värvingu kogu kooperatiivi juhtkonna tööle. Seepärast on psühholoogiliselt täiesti mõistetav, et TK juhtkond parema meelega organiseerib müüjata müügipunkti asemel rahvakaupluse,

muutes isegi juba töötavaid müüjata müügipunkte rahvakauplusteks. Viimaste käive ei suurene küll sellega, kuid puudujäägid vähenevad, sest aktivisti moraalne vastutus on ühtlasi ka harilikult materiaalseks vastutuseks. Selline nähe esines näiteks Räpina TK-s, kus kuuest töötavast müüjata müügipunktist kolm muudeti rahvakaupluseks ja likvideeriti puudujääkide esinemise tõttu (vt. tabel 4)

Tabel 4

Müüjata müügipunktid ja nende käive (1000 rbl.)

	1963	1964	1965 I p.
1. TK kontori müügipunkt	2,9		likvideeriti
2. Toolamaa müügipunkt	1,0	0,1 muudeti rahvakaupl.	
3. «Arengu» kudumistsehhi müügipunkt	2,3	1,5	0,4
4. «Arengu» õmblustsehhi müügipunkt	5,7	muudeti rahvakaupl.	
5. Veriora metsamajandi müügipunkt	4,7	muudeti rahvakaupl.	
6. Kaubalao müügipunkt	5,0	likvideeriti puudujääkide tõttu	
Kokku	19,6	1,6	0,4

Arvatavasti esineb samasugune nähe ka teistes kooperatiivides. Seda tuleb lugeda peamiseks põhjuseks müüjata müügipunktide vähenemises. Teine vähenemise põhjus oli koolikooperatiivide organiseerimine, millega koos suur osa koolides organiseeritud müüjata müügipunkte läks TK-delt üle koolikooperatiividele, näiteks Tartu TK müüjata müügipunkt Tartu sanatoorses lasteaias. Kolmandaks põhjuseks tuleb lugeda müügipunktide ebaõiget organiseerimist, ilma eelneva kalkulatsioonita ja kohaliku nõudmise arvestamiseta.

Loetletud põhjustest tuleb põhjendatuks lugeda teist: müüjata müügipunktide likvideerimist seoses koolikooperatiivide organiseerimisega. Täiesti vääraks tuleb lugeda aga puudujäägiga töötanud müügipunkti muutmine rahvakaupluseks, sest sellega harilikult käive ei suurene ja sisuliselt jääb reorganiseeritud ettevõtte ikkagi müügipunktiks.⁹ Kulud aga võivad suurenedagi, sest aktivistide ergutamiseks makstav preemia peab rahvakauplustes harilikult olema tunduvalt suurem kui müüjata müügipunktis. Preemiat tuleb aga anda. See summa võiks olla ühele aktivistile, olenevalt konkreetsetest asjaoludest, müüjata müügipunktides kuni 10 rubla aastas, rahvakauplustes aga kuni 25 rubla. Puudujääkide korral

⁹ Meie arvates peaks rahvakaupluse keskmine kuukäive minimaalselt ulatuma 500 rublani, müügipunkti oma aga võib olla 100 rbl. piires.

tuleks premeerimist müüjata müügipunktides väga hoolikalt kaaluda. See kergendab tunduvalt võitlust puudujääkide vastu, ergutades aktivisti ostjate tegevuse jälgimisele. Sellega on võimalik puudujäägid müügipunktides miinimumini viia.

Müüjata müügipunkti efektiivsuse edasiseks suurendamiseks tuleb selgitada, kas kõik senised kulud nende töö organiseerimisel on vajalikud ja ratsionaalsed. Suuremaks kulukirjeks on praegu kapi amortisatsioon. Kapp on liiga kallis. Müüjata müügipunkti kapile esitatavate nõuetega on kooperatiivide liikmeskond tuttav. Näib otstarbekas kuulutada välja konkurss uute ökonoomsete ja seejuures erinevate (olenevalt käibe suurusest ja struktuurist) kappide tüübi (projektide) ehitamiseks. Peitub ju siin oluline reserv käibekulude taseme alandamiseks ja ühiskondliku töö kokkuhoiuks. Käesolevates arvestustes tuleb lähtuda kapi praegusest maksumusest — 202 rubla, sellest amortisatsioon 27,27 rubla. Arvestustest ei saa välja jätta ka kaupade kohaleveo ja inventeerimisega seoses olevaid kulutusi. Nende suurus ligikaudse arvestuse järgi ulatub 50 rublani aastas. Seega moodustavad objektiivselt vajalikud ja põhjendatud kulutused müüjata kioski töö organiseerimiseks antud juhul (10+27 27+50) 87,27 rbl. aastas.

Nende kulutuste alusel on võimalik määrata müüjata kioski minimaalse käibe suurus, mis on vajalik selleks, et tagada tema organiseerimiseks kulutatud töö keskmine majanduslik efektiivsus. Mõned majandusteadlased soovivad küll võtta keskmisest kõrgem efektiivsus. Seda ei saa aga pidada küllalt põhjendatuks, sest juba keskmise majandusliku efektiivsuse korral saavutatakse müüjata müügipunktides täiendav ühiskondliku ajakulu kokkuvõtte ostjatele kaupade kättesaadavaks tegemise näol. On ju kaubandusorganisatsiooni esmajärguliseks ülesandeks viia kaubad võimalikult ligemale tarbijatele.

Kulutatud töö keskmise majandusliku efektiivsuse näitajaks võtame käibekulude keskmise taseme kogu süsteemi (ETKVL-i) jaekaubanduses. See oli 1964. a. 6,7%. Lähtudes sellest ja käibekulude vajalikust suurusest (87,27 rbl. aastas) peab müüjata müügipunkti keskmiseks aastakäibeks olema vähemalt 1300 rbl. ehk 108 rbl. kuus. Väiksema käibe korral, samuti puudujääkide esinemisel halveneb majanduslik efektiivsus.

Seejuures tuleb pidada silmas veel üht asjaolu: üsna oluline osa käibekuludest (amortisatsioon, inventeerimiskulud, preemiad), on püsiva iseloomuga, s. t. nad ei kasva vastavalt käibe kasvule. Seetõttu osutub müügipunktist saadud majanduslik efekt seda suuremaks, mida suurem on käive.

On selge, et igal konkreetsel juhul on müüjata kioski käibekulud erineva suurusega. Ka käive on erinev. Seetõttu on tarvis müüjata kioski avamise eel alati arvesse võtta konkreetseid asjaolusid ning nendest lähtudes kalkulatsioon koostada. Määravaks ei tohi olla ka müügipunkti tegelik käive esimeste kuude jooksul,

kuna siis pole veel välja kujunenud püsiv ostjaskond. Olemasolevate müüjate müügipunktide majanduslikku tasuvust tuleb hinnata pikemaajalise töötamisperioodi alusel. Esmajärjekorras tuleb aga alustada võitlust ebaratsionaalsete kulude — ennekõike puudujääkide vastu. Teisele kohale tuleb asetada kioski käibe suurendamine. Selleks kõigeks ongi vaja osata kalkuleerida. Eesmärgiks ei tohi olla müüjate kioskite sulgemine. Vastupidi. Arvestades müüjate müügipunktide kääbuslikku iseloomu, võib neid rajada tarbijatele tunduvalt ligemale kui rahvakauplusi. Seepärast tuleb lugeda igati otstarbekaks müüjate müügipunktide võrgu laiendamist ja tihendamist. Neid võiks hea tahtmise korral organiseerida igas asutuses ja ettevõttes, kuhu kogunevad tarbijad (rahvamajad, koolid, kolhoosi- ja sovhoosikeskused jmt.). Niisuguste asutuste ja majandite arv ulatub vabariigis tuhandeteni. Majandusteadlane N. A. Kudrjajtsev peab otstarbekaks neid rajada koguni igas asustatud punktis, kus puudub müüjatega kaubandusvõrk.¹⁰

Põhimõtteliselt tuleb Kudrjajtsevi soovitusi õigeaks pidada, kuid selle tegelik rakendamine eeldab senisest tunduvalt suuremat eeltööd. Ilmselt tuleks see siis rajada mõne kolhoosi- või sovhoosipere juurde müügikioski kujul, kust tarbijad võivad kaupu osta päeva jooksul kindlatel kellaaegadel. Sellisena kujutaks ta väiksemat tüüpi rahvakauplust, mis peab teenindama kogu asustatud punkti elanikkonda. Arusaadavalt peab tema kaubavalik olema ka rikkalikum praegu Tartu rajoonis töötavate müüjate müügipunktide omast. Seoses sellega kerkivad kaupade säilitamise, materiaalse vastutuse, müügipunkti korrapärase varustamise jt. taolised küsimused, mis teevadki senini keerukaks rahvakaupluste rajamise. Samuti tuleks siis korraldada ka selliste müügipunktide-kioskite tsentraliseeritud korras valmistamine. Vastasel korral rajatakse müügikiosk igas kohas isemoodi. Neid võib tekkida halva kujundusega, maitsetuid ja mõnel juhul isegi ebapraktilisi.

Järelkult tuleb esmajärguliseks ülesandeks seada uute müüjate müügipunktide avamine piirkondades, mis on kaugel kauplustest. Sellele peab lisanduma ülesanne: välistada objektiivselt mittevajalikud kulutused müügipunktide töös ja muuta iga müügipunkt majanduslikult efektiivseks. Alles siis tuleb kaaluda N. Kudrjajtsevi ettepaneku elluviimise võimalusi.

Liikuv kaubanduse organiseerimine tänapäeval pole midagi uudset. Autopood on leidnud üleliiduliselt tunnustuse kui majanduslikult otstarbekas elanikkonna kaubandusliku teenindamise vorm. Eesti NSV-s on nende arv samuti pidevalt kasvanud. Nii tegutses ETKVL-i süsteemis 1. jaan. 1962. a. 33 autopoodi, aga 1. jaan. 1965. a. ulatus nende arv juba 102. Oma käibe suuruselt vastavad nad harilikult normaalse töökohaga kauplusele, kusjuures käibekulude tase on isegi mõnevõrra madalam. Seda saaks

¹⁰ Н. А. Кудрявцев, op. cit., lk. 182.

veelgi vähendada, kui autopoe senist koosseisu (autojuht ja müüja) muuta nõnda, et autojuht hakkaks täitma ka müüja funktsioone. Tema palk tõuseks, kuid kaubandusorganisatsioon saaks kokkuhoidu ühe töötaja vabastamise näol. (Müüja-autojuhi palk oleks väiksem kui müüja ja autojuhi palk eri isikutele.) Autopoodide rakendamist väiksemate asulate elanike kaubanduslikuks teenindamiseks tuleb seetõttu üldiselt soovitavaks pidada. Siin tuleb aga lahendada oluline probleem. Nimelt on praktilised kogemused näidanud, et enamik aastast (kevad-, eriti sügis-talveperioodil) pole võimalik autopoodide liiklusgraafikust kinni pidada (halvad teed, umbe tuisanud teed, mootoririke jne.). Sellega aga halveneb tunduvalt tarbijate teenindamine. On esinenud juhtumeid, kus tar-

ANDMED RÄPINA TK

I. Üldandmed

Rahvakaupluse nimi ja asukoht	Asutamise aeg	Materiaalne baas	Keda teenindab
1. Ilometsa rahvakauplus Ilometsa metskond	VII 1963	metskonna ruum 1,2 m ²	metskonna ja saeveski töötajad u. 70 in.
2. Veriora rahvakauplus Veriora asundus	IV 1963	eramaja 16 m ²	sovhoosi töötajad u. 200 in.
3. Jantre rahvakauplus Orava sovhoosi osak.	IV 1963	eramaja 30 m ²	sovhoosi töötajad 50—60 in.
4. Laane rahvakauplus Alaküla k/n; Lenaku ümbruskond.	XII 1963	eramaja 15 m ² — 10	sovhoosi ja turbatöölisi u. 100 in.
5. Toolamaa rahvakaupl. Lintsi k/n; Lembitu kolhoos	VII 1963	kolhoosi ait	kolhoosnikke u. 200 in.
6. «Arengu» õmblustsehh Räpina alev	V 1964	tsehhi ruumid	töölisi
7. Veriora metsamajandi rahvakauplus Alaküla k/n.	I 1964	metsamajandi ruum	töölisi u. 100 in.
8. Toomasmäe rahvakaupl. Mikimäe k/n.	V 1964	sovhoosi ruum 40 m ²	töötajaid u. 70 in.
9. Kähkva rahvakauplus Mikimäe k/n.	VI 1964	sovhoosi ruum 40 m ²	töölisi u. 100 in.
10. Süvahavva rahvakaupl. koolimajas	IX 1964	algkoolis	õpilasi
11. Liiva rahvakauplus Värskä k/n.	II 1965	eramaja 30 m ²	u. 70 in. ümbruskonnast

Kokku
Keskmine kuukäive
rahvakaupl. (tuh. rbl.)

bijad vihma, tuisu ja külma tuule käes peavad pikemat aega ootama autopoe saabumist. Mõnikord asjata. Arusaadavalt tingib see nurinat ja kaebusi. Selliste ebameeldivuste vältimiseks polegi kooperatiivid huvitatud liikuva kaubanduse ulatuslikumast arendamisest. Autopoodide tuleb kasutada ja neid kasutataksegi. Aga kas piisavalt, see on teine küsimus. Pikemalt selle probleemi juures peatumata määrgime, et see küsimus on olulise tähendusega nii kaubandusorganisatsiooni kui ka tarbijate seisukohalt. Seetõttu tuleb leida siin otstarbekas lahendus kiiremas korras. Kuna see sõltub oluliselt konkreetsetest tingimustest, siis tuleb lahendus leida kohapeal iga kooperatiivi tegevuspiirkonnas.

Antud toimetusse augustis 1965. a.

RAHVAKAUPLUDEST
ja käibed

Lisa 1

Kaugus lähimast kauplustest km	Kaupluste töötajad ühiskond. alustel.	Käibestruktuur	1963	1964	1965 I p.	Kuu keskmine käive	Märkusi
9	metskonna raamatupidaja	toidukaup	6,7	1,0	—	0,43	muudeti 1965. a. harilikuks kaupluseks
7	kolmeliikmeline	—, —	6,7	9,4	5,6	0,81	
5	1 inimene	—, —	3,2	3,7	1,0	0,37	
3,7	2 inimest	—, —	0,2	7,1	1,5	0,46	
3	oli brigadir praegu ei ole	—, —	3,6	0,5	—	0,24	suleti 1965
	meister	—, —		3,4	0,8	0,30	
4	kolmeliikmeline	—, —		5,0	2,1	0,40	
	raamatupidaja	—, —		8,4	0,1	0,61	suletakse
	kolmeliikmeline	—, —	—	4,1	3,9	0,62	
		—, —	—	0,2	0,4	0,06	
4	majavaldaja	—, —	—	—	2,3	0,46	
			20,4 0,68	42,8 0,42	17,7 0,37	0,43	

Rahvakaupluste ja müüjate müügipunktide osatähtsus Rápina TK-s

	1963		1964	
	Summa (tuh. rbl.)	%	Summa (tuh. rbl.)	%
1. TK jaekäive kokku, sellest	5507	100,0	5792	100,0
a) rahvakauplused	20,4	0,37	42,8	0,74
b) müüjate müügipunktid	19,6	0,36	1,6	0,03
c) ülejäänud jaevõrk	5467	99,27	5747,6	99,23

О НОВЫХ ФОРМАХ ТОРГОВЛИ И ОБ ЭКОНОМИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРУДА

Х. Мерса и Ф. Саук

Резюме

Развитие новых форм торговли должно сэкономить труд покупателей и сферы обращения. В статье подвергается анализу работа ларьков без продавца и народных магазинов в системе ЭРСПО. Исходя из указанных принципов, анализ издержек и рентабельности проводится на основе данных Тартуского и Ряпинского потребительских обществ.

Расчеты показывают, что уровень издержек обращения в народных магазинах составляет примерно 5 процентов, в системе ЭРСПО в целом — 6—7 процентов. Если к этому прибавить экономию времени покупателей, то выходит, что народные магазины полностью оправдали себя с экономической точки зрения. Нормальным оборотом магазина следует считать 6—12 тысяч рублей в год.

В последние годы динамика количества ларьков без продавца в системе ЭРСПО проявляет тенденцию к снижению. Торговые работники обосновывают это убыточностью таких ларьков. Анализ данных последних трех лет показывает, что если исключить нерациональные издержки, то при определенном обороте ларьки без продавцов могут работать эффективно и экономически оправдать себя. Авторы приходят к выводу, что минимальным годовым оборотом ларька без продавца при экономически обоснованных издержках является 1300 рублей. Следовательно, нужно идти не по пути сплошного закрытия этих ларьков, а сделать все для ликвидации нерациональных издержек и при открытии новых ларьков иметь в виду минимально необходимый оборот.

DIE NEUEN FORMEN DES HANDELS UND DAS SPAREN DER GESELLSCHAFTLICH- NÜTZLICHEN ARBEIT

H. Metsa, F. Sauks

Zusammenfassung

Um die Zeit der Käufer zu sparen und die Zirkulation zu beschleunigen, werden neue Formen des Handels entwickelt. Im vorliegenden Beitrag wird die Arbeit der Verkaufsstände ohne Verkäufer und der Volksverkaufsstellen, die zu der Organisation ETKWL gehören, einer Analyse unterworfen.

Die Kalkulation zeigt, daß die Zirkulationskosten in den Volksverkaufsstellen sich ungefähr auf 5 Prozent, in der Organisation ETKWL in ganzen aber auf 6—7 Prozent belaufen. Wenn man dazu noch den Zeitgewinn der Käufer hinzufügt, erweist es sich, daß die Volksverkaufsstellen sich wirtschaftlich vollkommen gerechtfertigt haben. Der jährliche Umschlag von Geldmitteln in einer Volksverkaufsstelle beläuft sich auf 6 000—12 000 Rubel.

In der Organisation ETKWL ist in den letzten Jahren eine Tendenz zur Verminderung der Anzahl der Verkaufsstände ohne Verkäufer bemerkbar geworden. Die Handelswerk­tätigen begründen solche Tendenz mit Hinweisen auf Nachteiligkeit dieser Verkaufsstände. Die Untersuchung der Angaben, die die letzten drei Jahre betreffen, zeigt uns, daß unter der Bedingung eines gewissen Umsatzes von Waren ziemlich erfolgreich Handel führen und sich wirtschaftlich rechtfertigen können die Verkaufsstände ohne Verkäufer, falls die unrationellen Kosten ausgeschlossen werden. Die Verfasser sind zur Schlußfolgerung gekommen, daß unter der Voraussetzung wirtschaftlich begründeter Kosten der jährliche Umschlag von Waren eines Verkaufsstandes ohne Verkäufer sich mindestens auf 1 300 Rubel belaufen muß. Folglich braucht man den Handel in den Verkaufsständen nicht einzustellen, sondern nur Schritte zu unternehmen, um die unrationellen Kosten zu beseitigen und bei der Eröffnung neuer Verkaufsstände ihnen den nötigen Mindestumsatz zu gewährleisten.