

## JAEKAUBANDUSE ARENGUTASEMEST EESTI NSV-s

P. V i i r e s

Rahvamajandusharude ökonomika kateeder

Nõukogude Liidu rahvamajanduse, sealhulgas kaubanduse taastamise ja intensiivse plaanipärase arengu algusest mõõdukus 1975. aastal 30 aastat. Sellel perioodil saavutatud edusammud on pannud aluse elanikkonna heaolu tõusule ja kogu ühiskonna kiirele sotsiaalsele progressile. Selle saavutamisse on andnud hinnatava panuse kaubandus, kelle ees seisab vastutusrikas ülesanne jätkata samu funktsioone kvantitatiivselt ja kvalitatiivselt kõrgemal tasemel.

Nii kaubanduse arengule NSV Liidus tervikuna kui ka liiduvabariigiti on iseloomulik jaekäibe pidev ja kiire kasv nii üldmahus kui ka ühe elaniku kohta. Jaekäibe kasv ja jaekäibe maht ühe elaniku kohta on kaubanduse arengutempo ja saavutatud arengutaseme kõige üldistatavamaks näitajaks. Käesoleval ajal esinevad küllaltki suured erinevused jaekäibe mahus ühe elaniku kohta nii üksikutes liiduvabariikides kui ka NSV Liidu keskmisega võrreldes (tabel 1). Kõige suurem on jaekäibe ühe elaniku kohta Läti NSV-s ja Eesti NSV-s (ületab NSV Liidu keskmist 1,43 korda). Kõige vähem müüdi kaupu 1974. aastal ühe elaniku kohta Aserbaidžaanis NSV-s (58,7 % NSV Liidu tasemest ning ainult 41,2% Eesti NSV tasemest). Esimestel sõjajärgsetel viisaastakutel oli iseloomulik erinevuste suurenemise tendents, viimastel aastatel on see asendunud erinevuste vähenemise tendentsiga. Eesti NSV-s saavutati maksimumilekaal 1968. aastal, mil jaekäibe ühe elaniku kohta oli 1,51 korda suurem kui NSV Liidus keskmiselt.

Kui analüüsida jaekäibe arengutaset eraldi linnades ja maal, tulevad jaekäibes ühe elaniku kohta ilmsiks väik-

T a b e l 1

Jaekaubakäive ühe elaniku kohta NSV Liidus ja mõningates  
liiduvabariikides 1974. aastal (rublades)

Vabariik	Linnades			Maal			Kokku		
	Toidu- kaubad	Tööstus- kaubad	Kõik kaubad	Toidu- kaubad	Tööstus- kaubad	Kõik kaubad	Toidu- kaubad	Tööstus- kaubad	Kõik kaubad
N S V L	549	463	1012	232	199	431	423	357	780
Eesti NSV	721	680	1401	297	211	508	583	528	1111
Läti NSV	727	745	1472	248	212	460	559	558	1117
Aserbaidžaaani NSV	382	356	738	83	81	164	236	222	458

T a b e l 2

Jaekaubakäive ühe elaniku kohta Eesti NSV-s 1968-1974 (rublades)

Aasta	Linnades			Maal			Kokku		
	Toidu- kaubad	Tööstus- kaubad	Kõik kaubad	Toidu- kaubad	Tööstus- kaubad	Kõik kaubad	Toidu- kaubad	Tööstus- kaubad	Kõik kaubad
1968	576	529	1105	227	167	394	450	399	849
1970	638	592	1230	257	187	444	506	451	957
1974	721	680	1401	297	211	508	583	528	1111

semad erinevused. 1974. aastal ületas jaekäive ühe elaniku kohta Eesti NSV linnades sama näitajat NSV Liidu kohta tervikuna 1,38 korda, maal oli aga jaekäive ühe elaniku kohta meie vabariigis vaid 1,18 korda kõrgem. See annab alust arvata, et maal on jaekäive optimaalne tase küllaltki väike ning tegelik tase on jõudnud enamikus liiduvabariikides optimaalsele tasemele juba üpris lähedale. Seda tunnistab asjaolu, et madalamale tasemele ja maakaubanduse aktiveerimise abinõudele vaatamata (kaupluste võrgu tugevdamine, kaubafondide täiendamine jt.) ei kasva jaekäive ühe elaniku kohta maal märkimisväärselt kiiremini kui linnades. Kui Eesti NSV-s suurenes jaekäive ühe elaniku kohta 1974. aastaks 1968. aastaga võrreldes tervikuna 1,27 korda, siis maal moodustas juurdekasv samal ajavahemikul 28,9 %. Suurem juurdekasv maal ilmnis toidukaupade osas (30,8 %), tööstuskaupade müük ühe elaniku kohta suurenes 26,3 %.

Nende statistiliste näitajate taga peituvad küllaltki sügavad sotsiaalmajanduslikud põhjused, mis kujundavad tarbijate nõudluse geograafiat. Siin tuleks eelkõige arvestada ostujõu suurenemist, nõudluse kasvu kvaliteetsemate, hinnalisemate ja keerukamate kaupade ning kaupade laiemal valikul järele, elanikkonna mobiilsuse suurenemist ühiskondliku transpordi ja sõiduautode arvu järsu kasvu baasil. Nende tegurite mõju maaelanikkonna ostude geograafiale on sügavamalt uuritud Ukraina majandusteadlaste poolt. Veenvalt on tõestatud hinnalisemate kaupade ostude ülekandumine keskustesse ja linnadesse (tabel 3).

Kui rühmitada kaubad sortimendi keerukuse järgi, ilmneb sama tendents - sedakorda vastavalt sortimendi keerukuse kasvule. Valikuurimuse andmete järgi ostavad maaelanikud linnakauplustest 23 % galanteriikaupadest ja parfümeeriikaupadest, 16 % majapidamiskaupadest, kuid 43 % rõivastest ja 42 % kultuurikaupadest. Kaupu, kus erinevate nimetuste arv on alla kümne, ostavad maaelanikud linnakauplustest 13 % ulatuses ostude üldsummast. Kaupu, kus erinevate nimetuste arv sortimendis ulatub üle saja, omandavad maaelanikud linnadest 38 % ulatuses nende kaupade üldisest ostusummast.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> И.А. Бланк, Г.Н. Рогожин. Организация торговой сети в сельской местности. М., 1968, стр. 26.

T a b e l 3

Kaupade hinna mõju elanikkonna ostude geograafiale<sup>2</sup>  
(protsentides ostude üldsummast)

Kaubarühmad eseme keskmise hinna järgi rbl.	Kokku	Sealhulgas		
		koha- peal	kohalikes keskustes	linnades
Kuni 0,5	100	75	13	12
0,6 - 1,0	100	56	23	21
1,1 - 5,0	100	33	34	33
5,1 - 10,0	100	30	36	34
10,1 - 25,0	100	19	39	42
Üle 25	100	12	43	45
Keskmiselt	100	43	30	27

On tõenäoline, et Eesti NSV-s, kus linnad ja alevid paiknevad tihedalt, ostab maaelanikkond kaupu linnadest tunduvalt rohkem ja tulevikus kontsentreerub maaelanikkonna nõudlus üha enam suurematesse linnadesse.

Jaekäibega ühe elaniku kohta seostuvad ka teised jae-kaubanduse arengutaset iseloomustavad kvalitatiivsed näitajad. Bilansimeetodi põhimõtte järgi seostub tihedalt jaekäibega kaubavarude juhtimine, mille tase kujundab lõppkokkuvõttes kaupade ringluskiiruse. Kaupade kiiremat ringlemist peetakse eduka kaubandusliku tegevuse tunnuseks ning tugeva finantsolukorra saavutamise eelduseks. Tuleb aga arvestada, et kaupade ringluskiirusele mõjuvad vastassuunalised faktorid: ratsionaalsemate kauba liiklusteede kujundamine ning kaubavarude oskuslik juhtimine suurendavad kaupade ringluskiirust, samas aga kaupade sortimendi pidev laiendamine, mis ühtlasi on käibe kasvu reserviks, suurendab kaubavarusid ning viib kaupade keskmise ringluskiiruse aeglustumisele. Eesti NSV jae-kaubanduses on need tendentsid püsinud tasakaalus alates 1960. aastast (tabel 4). Eriti stabiilne on olnud toidukaupade ringluskiirus, tööstuskaupadele on iseloomulikud perioodiliselt vahelduvad varude kõrg- ja madalseisud. Võrreldes

<sup>2</sup> И.А. Б л а н к, Г.Н. Р о г о ж и н. Организация торговой сети в сельской местности. М., 1968, стр. 31.

NSV Liidu keskmisega ja teiste liiduvabariikidega on kaupade ringlus Eesti NSV jaekaubanduses tunduvalt kiirem: viimastel aastatel on kaubavarud Eesti NSV jaekaubanduses püsinud rohkem kui kahekümne päeva võrra madalamatena üleliidulisest keskmisest. Tähelepanuväärne on sealjuures, et kaupade ringluskiirus meie vabariigis ületas kõigi teiste liiduvabariikide sama näitaja vähemalt 10 päeva võrra. Sellist kaupade ringlust tuleb lugeda tarbekaupade tootmise ja ringlemise intensiivse arenguastme tunnuseks. Selle baasiks on meie vabariigi kergetööstuse küllaltki mitmekülgne väljaarendamine, mis on võimaldanud juurutada laialdaselt otsesidemeid kaubandus- ja tööstusettevõtete vahel.

T a b e l 4

Kaubavarud Eesti NSV jaekaubanduses 1950 - 1974  
(päevades aasta lõpuks)

	1950	1960	1965	1970	1974
Kõik kaubad	71	62	64	62	65
Toidukaubad	35	31	30	31	30
Tööstuskaubad	98	88	98	87	95

Viimaste aastate kaubanduse arendamise kogemused näitavad, et majandussuhted ja kaubanduskonjunktuur ei sõltu kaubanduse arengutasemest üksikutes liiduvabariikides ajaliselt, vaid ruumiliselt, territoriaalsete turgude lõikes. Uurimine näitab, et Eesti NSV-s teatud käibetaseme juures eksisteerinud kaubanduskonjunktuur ei kordu hiljem samale käibetasemele jõudnud liiduvabariikides. Vastupidi, kaubanduse aktiivse arengu perioodid esinevad üheaegselt enamikus liiduvabariikides. Vaadeldes majandusreformi juurutamise algusperioodi, näeme, et kaheksandale viisaastakule oli iseloomulik jaekäibe kiire kasvutempo nii üldmahus kui ka ühe elaniku kohta. Üheksandal viisaastakul on jaekäibe kasvutempo tunduvalt aeglustunud, tegelik juurdekasv on plaaniga võrreldes jäänud üksikutel aastatel väiksemaks ning toonud kaasa riikliku jaekäibeplani vaegtäitmise väga mitmesugustel tasemetel. Näiteks 1973. aastal täideti jaekäibeplaan NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemis 99,9%-liseselt, Eesti NSV Kaubandusministeeriumi süsteemis 99,5%-li-

selt. Jaekäibeplaani ei täitnud ka tarbijate kooperatsiooni süsteem ("Tsentrosojuz" 99,8 %, ETKVL 97,4 %). Kokku jäi jaekäibeplaani kaubandusministeeriumi süsteemis täitmata 7 liiduvabariigis. Ebarätmiliselt kulges riiklike jaekäibeplaanide täitmine kaupluste poolt. 1973. aastal täitis NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemis jaekäibeplaani 69,0 %, Eesti NSV Kaubandusministeeriumi süsteemis 57,6 % kauplustest. Suuresti erinev oli jaekäibeplaani täitmise tase üksikute kaupluste lõikes. Sellised tulemused jaekäibe arendamisel annavad tunnistust häiretest rahvatarbekaupade turul. Andmed viimaste aastate kohta näitavad, et

T a b e l 5

Jaekäibeplaani täitmine NSV Liidu Kaubandusministeeriumi kauplustes 1973. aastal

Vabariik	Kaupluste üldarv	Nendest täitis jaekäibeplaani			
		kuni 90 %	90,1-99,9%	100,0-110,0%	üle 110,0%
NSV Liit	100,0	9,0	22,0	64,3	4,7
Eesti NSV	100,0	7,3	35,1	54,8	2,8
Aserbaidžaaani NSV	100,0	19,4	21,8	43,5	15,3
Tadžiki NSV	100,0	9,9	20,2	56,3	13,6

туру элементид (nõudmine ja pakkumine) sisaldavad endas tegelikust suuremat turumahu potentsiaali. Selle realiseerumise iseärasuseks on aga see, et tarbijad nõuavad üha enam kvaliteetseid, moele vastavaid ning tehniliselt täiuslikke kaupu. Näiteks aastatel 1972 - 1974 oli mitmel meie vabariigi kergetööstusettevõtetel raskusi oma toodangu realiseerimisega, kuna see oli madala kvaliteediga ja moraalselt vananenud. Enamikus Eesti NSV kergetööstusettevõtetes võeti kasutusele abinõud tarbekaupade tootmise moderniseerimiseks. Paljud uued juurutatud tooted või endiste uuendatud mudelid on kõrgema kvaliteedi ja kaunima kaubandusliku väljumusega. See on põhjustanud ka nihkeid nende tarbekaupade turul: paljude kaupade järele on nõudmine - eriti 1975. aastal - kiiresti suurenenud, käibe juurdekasv on üldiselt kiirenenud.

Jaekaubanduse arendamise ühe tähtsa küljena on käibe

Üldise kasvu kõrval pikemat aega püsinud aktuaalsena progressiivse müügitehnoloogia juurutamine. Progressiivsete müügivormide juurutamise põhieesmärkideks on kaubandusettevõtete läbilaskevõime suurendamine, kaubanduskultuuri parandamine, käibekulude ökonoomia, tarbimiskulude alandamine - seega lõppkokkuvõttes kaubanduse efektiivsuse suurendamine.

Progressiivsete müügivormide arengutaseme ja tulemuste analüüsimiseks ja hindamiseks annab kaubandusstatistika üksikasjalikumad andmed riikliku kaubanduse kohta. Eesti NSV riiklikus kaubanduses kasutasid 1975. aasta 1. jaanuaril progressiivseid müügivorme 44,6 % kauplustest, kellele kuulus 60,2 % 1974. aasta IV kvartali käibest. Seega olid progressiivsed müügivormid meie vabariigis saavutanud selge ülekaalu. NSV Liidus tervikuna moodustasid progressiivsetel müügivormidel töötavad kauplused 31,7 % kaupluste üldarvust (48,2 % 1974. aasta IV kvartali käibest). Kõige jõudsamalt olid aga arenenud progressiivsed müügivormid Valgevene NSV-s - 45,2 % kauplustest töötasid nendel vormidel, andes 66,5 % üldisest käibest. Progressiivsete müügivormide osatähtsus kaupluste arvu ja käibe osatähtsuse järgi näitab, et riiklikus kaubanduses on need vormid levinud peamiselt suuremates kauplustes. Sealjuures liiduvabariigiti varieerub progressiivsetel müügivormidel töötavate kaupluste keskmine suurus källaltki ulatuslikult (tabel 6). Eesti NSV-s ja Läti NSV-s, kus progressiivsete müügivormide osatähtsus käibe järgi on üks suuremaid, on kauplused ise suhteliselt väikesed. Kõrvutades kaupluste keskmiisi suurusit ja nende vastavaid näitajaid pinna kasutamise kohta, nähtub, et kaubanduslikku pinda kasutatakse väiksemates kauplustes intensiivsemalt (Eesti NSV ja Läti NSV näidetel). Tegelikult mõjutavad siin kaubandusliku pinna kasutamise näitajaid oluliselt teised tegurid, eelkõige jaekäibe suurus ühe elaniku kohta. Ukraina majandusteadlased on formuleerinud kaubandusliku pinna koormuse elastsuse seaduse sõltuvalt jaekäibe kasvust ühe elaniku kohta: kui jaekäive ühe elaniku kohta kahekordistub (juurdekasv 100 %), suureneb jaevõrgu koormus samal ajal keskmiselt 38 %.<sup>3</sup> Tun-

<sup>3</sup> Совершенствование материально-технической базы розничной торговли. М., 1972, стр. 7.

T a b e l 6

Progressiivsete müügivormidega kaupluste  
mõningaid näitajaid

Vabariik	Keskmine kaubanduslik pind ühe kaupluse kohta (m <sup>2</sup> )	Kaubakäive kaubandusliku pinna 1 m <sup>2</sup> kohta 1974. aasta IV kvartalis (tuh. rbl.)
NSV Liit	176,0	1,37
Valgevene NSV	195,2	1,51
Läti NSV	130,4	2,01
Leedu NSV	199,0	1,74
Eesti NSV	140,5	2,07
Aserbaidžaaani NSV	163,8	0,97
Tadžiki NSV	162,6	1,21

dub, et põhimõtteliselt samasugune jaekäibe suurusest ühe elaniku kohta sõltuv elastsus on omane ka kaupade töömahukusele (kujundab kaubandustöötajate jõudluse rahalises väljenduses), teatud ulatuses kaupade kulumahukusele ja teistele näitajatele. Sellise elastsuse olemus põhineb uurimistulemustel, mille andmetel suurema käibe korral ühe elaniku kohta ostetakse suhteliselt hinnalisemaid kaupu ning keskmise ostu summa on samuti suurem. Seda asjaolu tuleb loomulikult arvestada jaekaubanduse arengutaseme hindamisel üksikutes liiduvabariikides vastavate kvalitatiivsete näitajate võrdlemise teel.

ОБ УРОВНЕ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ  
В ЭСТОНСКОЙ ССР

П. Вийрес

Р е з ю м е

Основным направлением развития розничной торговли является непрерывный рост розничного товарооборота по объему и на душу населения, который характеризует интенсивность развития всей торговли. В настоящее время имеются достаточно большие отклонения в уровне товарооборота на душу населения по отдельным республикам. Товарооборот в Латвийской ССР и Эстонской ССР превышает 1,43 раза соответствующий показатель по среднему в СССР. Анализ показывает, что от уровня товарооборота на душу населения зависят разные качественные показатели торговой деятельности.

Это объясняется следующими факторами:

1. С ростом товарооборота спрос населения на товары перемещается в городскую торговую сеть.

2. В структуре товарооборота повышается удельный вес более ценных товаров и увеличивается стоимость средней покупки.

3. Активно ведется работа по внедрению прогрессивных форм торговли, совершенствуется управление и экономическая работа.