M. Strogov

KAUBANDUSE ORGANISEERIMINE JA TEHNIKA

KULTUURIKAUBAD

A-22311 π

N. STROGOV

KAUBANDUSE ORGANISEERIMINE JA TEHNIKA

KULTUURIKAUBAD

EESTI RIIKLIK KIRJASTUS
TALLINN 1958

Originaali tiitel

Н. И. Строгов

Организация и техника торговли культтоварами

Государственное издательство торговой литературы

Москва 1955

2

Tartu Riikliku Ülikooli
Raamatukogu

43931

SISSEJUHATUS

1. Nõukogude kaubanduse olemus ja tema eelised kapitalistliku kaubandusega võrreldes

Nõukogude kaubandus tekkis meie maal Suure Sotsialistliku Oktoobrirevolutsiooni tulemusena ja on arenenud koos Nõukogude riigi arenguga.

Nõukogude kaubandus rajaneb sotsialistlikule majandussüsteemile ja tootmisriistade ning -vahendite sotsialistlikule omandusele. Peaaegu kõik kaubandusvõrku saabuvad tooted valmistatakse sotsialistlikes ettevõtetes. Nõukogude kaubanduses ei esine ühe inimese ekspluateerimist teise inimese poolt. Nõukogude kaubandus soodustab meie maa töörahvahulkade materiaalse ja kultuurilise elutaseme pidevat tõusu.

Nõukogude kaubandus erineb täiesti kapitalistlikust kaubandusest.

Nõukogude kaubandusele on võõras hangeldamise ja hõlptulu vaim. Sotsialism loob kaubanduse arendamiseks uued, kapitalismile tundmatud stiimulid.

Meie maa töötajad on huvitatud kaubakäibe suurenemisest. Nad võtavad ostjate konverentsidel koos kaubandus- ja tööstusettevõtete esindajatega aktiivselt osa kaupade sortimendi ja kvaliteedi küsimuste arutamisest. Just töörahvahulkade ja Nõukogude kaubanduse töötajate huvide ühtsuse tõttu ongi meie maal hoogsalt arenenud patriootlik liikumine ostja eeskujuliku teenindamise eest.

Kapitalistlik kaubandus aga põhineb eraomandusel ja on allutatud konkurentsi printsiibile. Kapitalistliku kaubanduse peaeesmärgiks on rikastumine, maksimaalse kasumi saamine ükskõik milliste vahenditega.

Kapitalistid kasutavad kaubandust töötajate täiendava ekspluateerimise vahendina. Kaupmehe ja kaupleja huvid on kapitalistlikus kaubanduses vastandlikud ostja huvidele.

Nõukogude kaubandus soodustab kogu ühiskonna pidevalt kasvavate materiaalsete ja kultuuriliste vajaduste rahuldamist.

Nõukogude kaubanduse arenemise määrab kindlaks sotsialismi majandusseadus, mille olemuse iseloomustavateks joonteks ja

nõueteks on kogu ühiskonna pidevalt kasvavate materiaalsete ja kultuuriliste vajaduste maksimaalse rahuldamise kindlustamine sotsialistliku tootmise pideva suurendamise ja täiustamisega kõrgeima tehnika baasil.

Seejuures tuleb silmas pidada, et rasketööstus, eriti masinaehitus, peab arenema palju kiiremini kui kergetööstus. Tootmisvahendite tootmine on aluseks kõigi rahvamajandusharude arenemisel ja NSV Liidu kaitsevõime kindlustamisel, on nõukogude rahva heaolu tõusu allikas.

Sotsialismi põhilise majandusseaduse võimas mõju ilmnes eriti selgesti sõjajärgsel perioodil. Ainuüksi ajavahemikul 1947. aastast kuni 1954. aastani seitsmel korral läbiviidud hindade alandamise tagajärjel on massitarbekaupade hinnad meie maal alanenud keskmiselt rohkem kui kaks korda. Seitsmel korral läbiviidud hindade alandamise tulemusena on järsult tõusnud tööliste ja teenistujate reaalpalk ning talupoegade reaaltasu. Rahva tarbimine on sõjaeelse perioodiga võrreldes tunduvalt suurenenud.

Samal ajal kui NSV Liidus hindu pidevalt alandatakse, toimub kapitalistlikes maades hindade tõus. Sellistes maades, nagu Inglismaa ja Prantsusmaa, on tähtsamate toidu- ja tööstuskaupade hinnad 1947. aastast alates tunduvalt tõusnud.

Samal ajal kui NSV Liidus toimub töötajate elatustaseme pidev ja kõrvalekaldumatu tõus, langeb see kapitalistlikes maades järjest madalamale.

Kõik see näitab sotsialistliku majandussüsteemi tohutut eelist kapitalistliku majandussüsteemi ees.

Sotsialismi põhiline majandusseadus ja rahvamajanduse plaanipärase (proportsionaalse) arenemise seadus nõuavad tootmise ja tarbimise teadlikku ja organiseeritud kooskõlastamist, elanikkonna vajaduste igakülgset arvestamist, et plaanipäraselt kohandada tootmist vastavalt rahva kasvavatele nõudmistele.

Nõukogude kaubandust, samuti kui NSV Liidu rahvamajanduse teisigi harusid, arendatakse riikliku plaani alusel.

Nõukogude riik planeerib tootmist ja kaubakäivet, kaupluste arvu ja nende paigutust lähemale tarbimisrajoonidele ning määrab sellega kindlaks ratsionaalsed kaupade kulgemise teed. Kaubakäibe planeerimine võimaldab likvideerida vastassuunalised veod, kõrvaldada liigsed kaubanduslikud lülid jms.

Erinevalt kapitalistlikust kaubandusest, kus kaubahinnad kujunevad stiihiliselt, teravas konkurentsis, müüakse Nõukogude Liidus valdav hulk kaupu hindadega, mis on sotsialistliku riigi poolt plaanilises korras kindlaks määratud.

Nõukogude kaubandus on kaubakäibe sotsialistlik vorm, mis tegeleb peamiselt tarbeesemete ja põllumajandusliku tooraine müügiga.

Selleks, et Nõukogude kaubandus tõuseks uuele, veelgi kõrgemale tasemele, tuleb seda igakülgselt arendada ja tugevdada.

2. Nõukogude kaubanduse osa riigi majanduselus

Nõukogude kaubandusel on suur tähtsus kogu NSV Liidu rahvamajanduse arendamises.

Nõukogude kaubanduse peamiseks ülesandeks on paremini rahuldada NSV Liidu töötajate üha suurenevaid vajadusi toiduainete ja tööstuskaupade järele.

Nõukogude kaubandus on eluliselt tähtsaks lüliks riikliku tööstuse ja sotsialistliku põllumajanduse vaheliste tootmisalaste ja majanduslike sidemete üldises süsteemis. Ilma laialdase kaubakäibeta oleks riigi majanduselu häiritud, vaatamata toodangu ja töötajate nõudmiste kasvule.

Nõukogude kaubandus on üks tähtsamaid sotsialistliku majanduse harusid. Tema hulgi- ja jaeettevõtete, baaside ja ladude hargnenud võrk hõlmab kogu Nõukogude Liidu territooriumi. Nõukogude kaubandusorganisatsioonidel on sidemed kõigi rahvamajandusharudega. Nõukogude kaubanduse edendamisel on suur tähtsus sotsialistliku majanduse arendamiseks ning töötajate materiaalse ja kultuurilise elutaseme tõstmiseks. See määrab ette kindaks ka Nõukogude kaubanduse tähtsa osa riigi majanduselus.

Nõukogude kaubanduse ülesanne on selles, et hoolikalt tundma õppida elanikkonna nõudmisi kaupadele, tagada kaupade mitmekesine valik ja töötajate kultuurne teenindamine. Nõukogude kaubandus loob täiendavad materiaalsed stiimulid tööviljakuse tõusuks, tootmise mahu suurendamiseks ning tööstus- ja põllumajandustoodangu kvaliteedi parandamiseks.

Nõukogude kaubandus loob majanduslikud sidemed linna ja maa vahel. Põllumajandus toodab tööstusele vajalikku toorainet ning toiduaineid linnaelanikkonna jaoks, kolhoosiküla aga vajab laiatarbekaupu, mida valmistab tööstus.

Üheks Nõukogude kaubanduse ülesandeks on rahuldada kolhoosiküla kasvavat nõudmist kaupade järele, aktiivselt mõjutada kolhoosnikute ja kõigi teiste põllumajanduse alal töötajate tarbimist.

Nõukogude kaubandus mõjutab aktiivselt tööstust, virgutades teda elanikkonnale vajalike kaupade tootmise laiendamisele ja nende kvaliteedi parandamisele.

Nõukogude kaubandus on tihedalt seotud tarbimisega. Rahuldades töötajate nõudmist kaupadele, soodustab kaubandus rahva tarbimise pidevat suurenemist.

Kaubandusettevõtted uurivad elanikkonna tarbimisalases nõudmises toimuvaid muutusi. See võimaldab neil anda tööstusele vastavaid tellimusi, rahuldada paremini nõukogude rahva järjest kasvavaid tarvidusi.

Nõukogude kaubandus mõjutab tarbimist sel teel, et laseb järjekindlalt müügile tööstuse poolt toodetavaid uusi kaupu, kasvatab elanikkonnas uut maitset, uusi vajadusi.

3. Nõukogude kaubanduse areng neljandal ja viiendal viisaastakul

Meie maa rahvamajandus areneb edukalt. Riigi sotsialistliku industrialiseerimispoliitika tagajärjel, mida teostatakse Nõukogude Liidu Kommunistliku Partei juhtimisel, toimub tähtsamate tööstusharude, eriti aga rasketööstuse lakkamatu kasv.

Rahvatarbeesemete tootmise edasiseks suurendamiseks on eriti suur tähtsus põllumajanduse kiirel edasiarendamisel.

Partei ja valitsuse poolt juhitav nõukogude rahvas viib ellu laiaulatuslikku abinõude programmi, mis peab kindlustama põllumajanduse järsu tõusu, peab looma riigis elanikkonnale vajalike toiduainete ja tööstusele vajalike toorainete külluse.

Selleks on eelkõige vaja saavutada teraviljamajanduse võimas areng, kuna sellest sõltub kõigi majandusharude edasine tõus ning järelikult ka elanikkonna ja kogu rahvamajanduse suurenevate vajaduste rahuldamine.

Sotsialistliku põllumajanduse ja kogu maa ees seisab ühe pakilisema ülesandena teravilja tootmise niisugune järsk suurendamine, et lähema viie-kuue aasta jooksul viia teravilja kogutoodang vähemalt 10 miljardi puudani aastas.

Selle ülesande täitmiseks tunnistasid kommunistliku partei Keskkomitee ja Nõukogude valitsus vajalikuks rööbiti kogu külvipinna saagikuse tõstmisega üles harida uudis- ja jäätmaid, peamiselt riigi idarajoonides, niisuguses ulatuses, et 1956. aastaks teravilja- ja teiste kultuuride külvipind neil maadel moodustaks vähemalt 28—30 miljonit hektarit. Tegelikult suurenes saaki andnud põllumajanduskultuuride külvipind 1956. aastaks 1953. aastaga võrreldes peaaegu 38 miljoni hektari võrra.

Uudis- ja jäätmaade ülesharimine on suur üldrahvalik ülesanne. Sajad tuhanded nõukogude patrioodid on sõitnud partei kutsel neid maid üles harima.

Oma panuse sotsialistliku põllumajanduse tootlike jõudude võimsa arendamise suurejoonelise programmi kiireks täitmiseks peavad andma ka kaubandustöötajad. Nende ülesandeks on organiseerida uutel ülesharitavatel maadel mehhanisaatorite ja teiste kutsealade tööliste ja spetsialistide eeskujulik teenindamine.

Meie sotsialistliku ülesehitustöö edusammud, tööstuse ja põllumajanduse kasv ning elanikkonna ostujõu tõus on taganud jaekaubakäibe jõudsa suurenemise meie maal.

Riikliku ja kooperatiivkaubanduse jaekaubakäibe kogumaht moodustas 1957. aastal 616,5 miljardit rubla, tarbijate kooperatsiooni komisjonikaubanduse käive — 7,7 miljardit rubla.

Juba neljanda viisaastaku esimestel aastatel seati Nõukogude kaubanduse ette ülesanne taastada sõjast purustatud kaubandusvõrk lühikese ajaga ning ületada kaubakäibe sõjaeelne tase.

See ülesanne lahendati nõukogude rahva kangelaslike jõupingutustega partei ja valitsuse juhtimisel.

Kerge- ja toiduainete tööstuse alal saavutatud edusammud ning küllaldaste riiklike kaubareservide kogunemine võimaldasid juba esimese sõjajärgse viisaastaku teise aasta lõpuks kaotada kaardisüsteem ja üle minna arenenud Nõukogude kaubandusele.

14. detsembril 1947. a. avaldasid NSV Liidu Ministrite Nõukogu ja ÜK(b)P Keskkomitee ajaloolise määruse «Rahareformi teostamisest ning toidu- ja tööstuskaupade kaartide kaotamisest». Sellel määrusel oli väga suur poliitiline ja majanduslik tähtsus. See avaldas suurt mõju NSV Liidu rahvamajanduse arendamisele ja tugevnemisele.

Üleminekul normeeritud varustamiselt kaartide alusel arenenud Nõukogude kaubandusele kehtestati ühtsed riiklikud jaehinnad olemasolevate kommerts- ja normihindade asemel. Enamusele toidukaupadest määrati seniste kõrgete kommertshindade asemel ühtsed hinnad kehtivate normihindade tasemega. Leiva ja tangainete, s. t. rahva tarbimises eriti tähtsate kaupade uued hinnad kehtestati tunduvalt madalamatena mitte ainult kommertshindadest, vaid ka madalamatena normihindadest (leib — 12%, tangained — 10%).

Rahareform ning toidu- ja tööstuskaupade kaartide kaotamine teostati meie maal töötajate huvides ja see tõstis kogu rahva elatustaset.

Teostades hindade süstemaatilise alandamise poliitikat, on NSV Liidu Ministrite Nõukogu ja NLKP Keskkomitee alandanud hindu seitsmel korral. Selle tulemusena on kaupade jaehinnad alanenud 1947. aastaga võrreldes 2,3 korda. Sellesama kaupade hulga, mis elanikkond võis 1947. aastal osta 1000 rbl. eest, võis ta 1954. aastal osta 433 rbl. eest.

Viienda viisaastaku nelja aasta jooksul alanesid hinnad rohkem kui 25%. Viisaastaku ülesanne jaehindade alandamise alal ületati nelja aastaga. Meie maa töötajad hoidsid kokku sadu miljardeid rublasid. Seejuures kaasnes hindade alandamisele tööliste ja teenistujate palga ning talurahva rahaliste tulude tõus.

Nõukogude inimeste materiaalse ja kultuurilise elatustaseme kasvu näitajaks on tööstuskaupade osatähtsuse järjekindel suurenemine jaekaubakäibes.

Tööstuskaupade müügi kasv ületab toidukaupade müügi suurenemise. 1949. aastal realiseeriti toidukaupu elanikkonnale 17% võrra, tööstuskaupu aga 25% võrra rohkem kui 1948. aastal. 1949. aastaga võrreldes suurenes toidukaupade müük 1950. aastal 27% võrra, tööstuskaupade müük aga 35% võrra.

Olgu märgitud, et 1955. aastal suurenes kellade müük elanikkonnale 1950. aastaga võrreldes 2,3 korda, õmblusmasinate müük 3 korda, jalgrataste müük 4 korda, raadiovastuvõtjate ja televiisorite müük 3,9 korda; mitu korda rohkem kui 1950. aastal müüdi elanikkonnale 1955. aastal külmutuskappe, pesupesemismasinaid ja tolmuimejaid.

Kõige selle tagajärjel toimusid suured muudatused kaubakäibe

struktuuris. Sõjaeelsel 1940. aastal moodustasid tööstuskaubad kaubakäibest 36,9%, 1955. aastal aga 44,8%.

1956. aastal, võrreldes 1955. aastaga, suurenes kellade müük 12%, õmblusmasinate müük 22%, tolmuimejate müük 21%, televiisorite müük 23%, jalgrataste müük 9%, mootorrataste müük 14% jne.

4. Nõukogude kaubanduse töötajate ülesanded

Kommunistlik partei ja Nõukogude valitsus pühendavad suurt tähelepanu Nõukogude kaubanduse arendamisele.

Kaubandustöötajate ülesanne seisab selles, et täita ja ületada iga kaubandusorganisatsiooni, kaupluse, osakonna kaubakäibeplaan, lülitada kaubakäibesse uusi kaupu, samuti kaupu kohalikust tööstusest. Kaupluse ja osakonna kaubakäibeplaani täitmine, samuti jõudlusnormide täitmine on kaubandustöötajate esmajärguliseks kohustuseks.

Selleks on vaja pidevalt hoolitseda ostjaskonna nõudmiste rahuldamise eest, igakülgselt arendada Nõukogude kaubanduse kultuuri, tõsta oma töö kvaliteeti. Üheks peamiseks kaupluse töötajate ülesandeks on ostjaskonna eeskujulik teenindamine.

Hoolitsus ostja nõudmiste rahuldamise eest, kaupade müügi maksimaalse kiirendamise ja ostu sooritamise hõlbustamise eest peab olema kaubandustöötajate ja esmajärjekorras letitöötajate pideva tähelepanu objektiks.

Müüja aus ja tähelepanelik suhtumine ostjasse on kultuurse kaubanduse vältimatuks tingimuseks.

Tuleb tõsta kõigi kaubandustöötajate kvalifikatsiooni vastavalt Nõukogude kaubanduse ees seisvate kaasaegsete ülesannete nõuetele, nõuda kaubandustöötajailt tähelepanelikku suhtumist tarbijaskonna nõudmistesse, samuti seda, et nad kohtleksid ostjaid sõbralikult ja vastutulelikult.

Kaubandustöötajate tähtsamaid ülesandeid on elanikkonna tarbimisalase nõudmise uurimine. Puutudes iga päev kokku miljonite ostjatega, kuulevad kaubandustöötajad esimestena nende arvamusi ja hinnanguid kaupade sortimendi ja kvaliteedi kohta.

Kaubandustöötajad on kohustatud õigeaegselt tööstuse töötajaid tutvustama kõigi tarbimisalase nõudmise muutustega ja tööstuse ees kaitsma tarbijaskonna huvisid.

Nõukogude kaubandus peab avaldama aktiivset mõju tarbimisalasele nõudmisele. Kaubandustöötajad peavad kasvatama ostjaskonna maitset, juurutama tarbimisse uusi kaupu, propageerima mugavaid, ilusaid tööstuskaupu, mis aitavad töötajate elu kultuursemaks ja mugavamaks muuta. Kaubandustöötajad on kohustatud müügile laskma ainult heakvaliteedilisi kaupu ja hoolitsema selle eest, et kaubandusvõrku ei pääseks halbu kaupu. Halvakvaliteediliste kaupade müümist nõukogude ühiskonnas ei lubata, sellisele tegevusele vaadatakse kui kuriteole ja selles süüdi

olevaid isikuid karistatakse rangelt. Kaubandustöötajad peavad avaldama aktiivset mõju tööstusele rahvatarbeesemete kvaliteedi pideval parandamisel.

Kaubandustöötajad peavad saavutama tööstuse poolt toodetavate kaupade sortimendi laiendamist, tööstuse poolt väljalastavate elanikkonna poolt rohkem nõutavate tooteliikide hulga suurendamist.

Ostjaskonna nõudmise uurimise alusel on vajalik koos tööstuse esindajatega perioodiliselt läbi vaadata ja uuendada elanikkonna jaoks väljalastavate kaupade sortimenti, asendada mittenõutavad tooted uutega, mitte lubades, et tööstusettevõtted põhjendamatult lakkaksid tootmast ostjaskonna poolt nõutavaid kaupu.

Iga kaubandustöötaja igapäevaseks ülesandeks on ka tööjõudluse pidev tõstmine. Selleks on vaja täiustada töö organiseerimist, ratsionaliseerida töövõtteid ja -meetodeid, juurutada otstarbekamaid seadmeid ja inventari, mis aitavad kaasa tööjõudluse tõstmisele.

Kaubandustöötajad on kohustatud täpselt kinni pidama kehtestatud hindadest. Nende igasugusele rikkumisele vaadatakse kui kriminaalkuriteole, mida Nõukogude seaduste alusel karmilt karistatakse.

Iga kaubandustöötaja on kohustatud pidama töödistsipliini, kaitsma sotsialistlikku omandit, kandma hoolt temale usaldatud kaubaliste materiaalsete väärtuste täieliku säilitamise eest.

Kaubanduse ees seisvate suurte ülesannete lahendamine ei ole võimalik ilma sotsialistliku võistluse edasiarendamiseta ostjate eeskujulikuks teenindamiseks. Iga müüja peab olema sotsialistliku võistluse algatajaks, aktiivseks osavõtjaks sellest, uute teenindamise vormide ja töömeetodite initsiaatoriks.

I PEATÜKK

NÕUKOGUDE KAUBANDUSE ORGANISATSIOONILINE STRUKTUUR

1. Nõukogude kaubanduse vormid

Nõukogude kaubandusel on kolm põhivormi: 1) riiklik kaubandus, 2) kooperatiivkaubandus ja 3) kolhoosikaubandus. Kaubanduse vormi määrab kindlaks kaubaliste materiaalsete väärtuste ja rahaliste vahendite omanduse vorm.

Juhtiv osa ja ülekaal kaubakäibes on **riiklikul kaubandusel.** Kõigi riikliku kaubanduse ettevõtete (kaupluste, ladude, baaside jt.) kaubalised materiaalsed väärtused ja rahalised vahendid on riigi omad, s. o. rahva ühisvara. Riiklik kaubandus esineb:

a) kaubandusministeeriumi süsteemi poolt organiseeritava kaubandusena;

b) mittetööstuslike ministeeriumide ettevõtete poolt organiseeritava kaubandusena (näiteks NSV Liidu Tervishoiu Ministeeriumi apteegid ning sanitaar- ja hügieenitarvete kauplused);

c) tööliste varustamise osakondade ja toiduvarustuskontorite poolt organiseeritava kaubandusena. TVO-d — tööliste varustamise osakonnad — organiseeritakse tööstusettevõtete juures. Neil osakondadel on jaekaubanduse ja ühiskondliku toitlustamise ettevõtete võrk.

Peamise osa riikliku kaubanduse kaubakäibest moodustab kaubandusministeeriumi süsteemi kuuluvate ettevõtete käive.

Nõukogude kaubanduse teiseks vormiks on **kooperatiivkaubandus,** mis põhineb sotsialistlikul kooperatiivsel omandusel. Kaubalised materiaalsed väärtused ja raha kuuluvad kooperatiivi liikmetele (osanikele). Peale tarbijate kooperatiivide tegeleb kaubandusega ka tööndusko operatsioon. Kuid suurem osatähtsus kooperatiivkaubanduses on tarbijate kooperatiividel.

Kolmas koht kaubakäibes kuulub **kolhoosikaubandusele.** Kolhoosid, kolhoosnikud ja töötavad üksiktalupidajad, kes on täitnud oma kohustused riigi ees, realiseerivad oma toodangu ülejääke linnaturgudel.

Kolhoosikaubandus erineb riiklikust ja kooperatiivkaubandusest. Riiklikku ja kooperatiivkaubandust planeerib riik, kes määrab kindlaks kaubakäibe-, kaubandusvõrgu arendamise, kaubandustöötajate arvulise koosseisu ja nende palgafondide plaanid ning käibekulude taseme, samuti muud plaanilised näitajad. Kolhoosikaubandust organiseerivad kolhoosid ja kolhoosnikud oma toodanguga oma äranägemisel.

Need kolm kaubanduse vormi moodustavad kogu Nõukogude kaubanduse.

NSV Liidus kasvab kõigi Nõukogude kaubanduse vormide — riikliku, kooperatiiv- ja kolhoosikaubanduse — kaubakäive. See tõendab NSV Liidu töötajate materiaalse ja kultuurilise elutaseme järjekindlat tõusu.

2. Kaubandust reguleerivad organid

Nõukogude kaubanduse ja kõigi teiste meie maa rahvamajandusharude üldjuhtimist teostab kõrgem täidesaatev ja korraldav riigivõimuorgan — NSV Liidu Ministrite Nõukogu. NSV Liidu valitsus kinnitab kaubakäibeplaanid, laiatarbekaupade tsentraliseeritud fondide jaotamise plaanid, tähtsamate kaupade hinnad ja kaubandusorganisatsioonide organisatsioonilise struktuuri ning annab direktiivseid juhtnööre Nõukogude kaubanduse põhiküsimuste kohta.

Otseselt reguleerib ja juhib Nõukogude kaubandust NSV Liidu Kaubandusministeerium.

NSV Liidu Kaubandusministeerium on liidulis-vabariiklik ministeerium ja juhib kaubandust NSV Liidu territooriumil üldreeglina liiduvabariikide — Vene NFSV, Ukraina NSV, Valgevene NSV, Läti NSV jt. — kaubandusministeeriumide kaudu.

NSV Liidu Kaubandusministeerium täidab järgmisi põhifunktsioone kaubanduse juhtimise alal:

1. Töötab välja kõigile kaubandusministeeriumidele abinõud elanikkonna kaubandusliku teenindamise parandamise alal ja rakendab need ellu.

2. Töötab välja seaduste projektid kaubanduse alal, kinnitab kõigile kaubandusorganisatsioonidele ja -ettevõtetele, sõltumata nende alluvusest, kohustuslikud kaubanduseeskirjad, kontrollib, kuidas kaubandusorganisatsioonid ja -ettevõtted täidavad seadusi, valitsuse määrusi ja kaubanduseeskirju.

3. Koostab kaubakäibe ja kaubandusvõrgu arendamise plaanide projektid kogu riigi kohta, eri kaubandussüsteemide järgi, ning esitab need valitsusele kinnitamiseks; pärast valitsuse poolt kinnitamist aga kontrollib nende plaanide täitmist.

4. Võtab osa toidu- ja tööstuskaupade turufondide [1] jaotamise

[1] Turufond — osa kaubatoodangust, mis eraldatakse müümiseks elanikkonnale; turufond kinnitatakse valitsuse poolt.

plaanide väljatöötamisest kaubandusministeeriumide ja riigi rajoonide lõikes.

5. Kontrollib, kuidas hankijad täidavad rahvatarbekaupade kohaleveo plaane oblastite, kraide ja vabariikide järgi.

6. Kehtestab hankijate ministeeriumide ettepanekul jaehinnad isikliku tarbimise kaupadele.

7. Planeerib kerge- ja toiduainete tööstuse ettevõtete toodangu hulgivarustamist, teeb neile ettevõtetele korraldusi kaupade ärasaatmiseks.

8. Koostab plaane ja tellimusi kaupade transportimiseks.

9. Uurib mitmesuguste kaupade realiseerimist riigis ja selle eri rajoonides, peab kaubanduse statistilist arvestust jms.

Liiduvabariikide kaubandusministeeriumid alluvad vastavate vabariikide ministrite nõukogudele ja samuti NSV Liidu Kaubandusministeeriumile.

Oblastilise jaotusega liiduvabariikides juhib ministeerium kaubandust oblastite kaubandusosakondade kaudu, neis vabariikides aga, kus oblastilist jaotust ei ole — rajoonide kaubandusosakondade kaudu.

Oblastite (kraide) kaubandusosakonnad on oblastite (kraide) töörahva saadikute nõukogude täitevkomiteede osakonnad ja samaaegselt liiduvabariigi kaubandusministeeriumi kohalikud organid. Oblastite (kraide) kaubandusosakonnad juhivad kogu kaubandust oblasti (krai) territooriumil, niihästi otseselt kui ka linnade ning rajoonide kaubandusosakondade kaudu. Peale selle juhivad oblastite (kraide) kaubandusosakonnad neile otseselt alluvaid kohaliku tähtsusega kaubandusorganisatsioone ja -ettevõtteid (kohalikud kaubastud, sööklate trustid).

Linnade ja rajoonide kaubandusosakonnad alluvad oblastite (kraide) kaubandusosakondadele, välja arvatud vabariikliku alluvusega linnade kaubandusosakonnad, mis on allutatud vahetult linna täitevkomiteele ja liiduvabariigi kaubandusministeeriumile. Moskvas on linna kaubandusosakonna asemel Moskva Linna Täitevkomitee juures Kaubanduse Peavalitsus, kellele alluvad kaubandusharulised valitsused.

3. Tööstuskaupade jaekaubandus

Jaekaubanduse all mõistetakse peamiselt laiatarbekaupade müüki elanikkonnale ja vähesel määral ka organisatsioonidele.

Riiklikku tööstuskaupade jaekaubandust organiseerivad:

a) NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemi kaubandusorganisatsioonid;

b) tööliste varustamise osakonnad ja toiduvarustuskontorid;

c) teiste riiklike organisatsioonide kaubandusvõrk.

NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteem on kõige suuremaks kaubandussüsteemiks riigis ja hõlmab kogu jaekaubakäibest ligemale poole.

NSV Liidu Kaubandusministeerium juhib vahetult ainult üht osa oma süsteemi kaubandusorganisatsioonidest — liidulise alluvusega organisatsioone. Enamik kaubandusorganisatsioonidest on allutatud liiduvabariikide kaubandusministeeriumidele ja töörahva saadikute nõukogude täitevkomiteede kaubandusosakondadele (-valitsustele).

Kaubandusministeeriumi süsteemi jaekaubandusorganisatsioonid

Peale kogu riigi kaubanduse juhtimisfunktsioonide täitmise (vt. osa «Kaubandust reguleerivad organid») on NSV Liidu Kaubandusministeerium ka suureks kaubandussüsteemiks, milline teostab peamiste rahvatarbekaupade hulgikaubandust ja jaekaubandust linnades ja töölisasulates.

NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemi kuuluvad jaekaubandusorganisatsioonid jagunevad liidulise, vabariigilise ja kohaliku alluvusega organisatsioonideks.

Liidulise alluvusega jaekaubandusorganisatsioonid. Liidulise alluvusega jaekaubandusorganisatsioone ühendavate peavalitsuste majanduslikku tegevust juhib vahetult NSV Liidu Kaubandusministeerium.

Niisugusteks peavalitsusteks on:

1) Sõjaväelasi Teenindavate Kaubandusettevõtete Peavalitsus [1]; 2) Metsa- ja Ehitusmaterjalide Kaubanduse Peavalitsus; 3) Juveelitoodete Tootmise ja Kaubanduse Peavalitsus.

Sõjaväelasi Teenindavate Kaubandusettevõtete Peavalitsus juhib ringkonna-sõjaväekaubastute tegevust, millel on oma osakonnad. See peavalitsus organiseerib kaubandusvõrku tööstus- ja toidukaupade müügiks ning tarbijate teenindamist ühiskondliku toitlustamise ettevõtetes.

Sõjaväelasi Teenindavate Kaubandusettevõtete Peavalitsusel on ka tootmisettevõtted: vabrikud ja õmblustöökojad vormiriietuse ja jalatsite valmistamiseks Nõukogude armee ohvitseridele.

Metsa- ja Ehitusmaterjalide Kaubanduse Peavalitsuse juhtida on kontorid, kes realiseerivad elanikkonnale oma jaeladudest metsa- ja ehitusmaterjale, küttepuid ja kivisütt.

Juveelitoodete Tootmise ja Kaubanduse Peavalitsuse alla kuuluvad juveelivabrikud ning juveelitooteid ja kelli kaubastavad jaekauplused. Neid kauplusi ja juveelivabrikuid juhib Juveelitoodete Tootmise ja Kaubanduse Peavalitsus vabariiklike, oblasti- ja oblastitevaheliste kontorite kaudu. Juveelitoodete Tootmise ja Kaubanduse Peavalitsus on NSV Liidus ainsaks organisatsiooniks, kes teostab elanikkonnalt kuld- ja hõbeasjade kokkuostu.

Vabariigilise alluvusega jaekaubandusorganisatsioonid. Vene NFSV Kaubandusministeeriumi koosseisus on loodud järgmised

[1] Sõjaväelasi Teenindavate Kaubandusettevõtete Peavalitsus kuulub alates juulist 1956. a. NSV Liidu Kaitseministeeriumi koosseisu. (Toim.)

vabariiklikud jaekaubandusorganisatsioonid: Universaalkaupluste Peavalitsus juhib üldreeglina autonoomsete vabariikide pealinnades ning oblastite ja kraide keskustes paiknevaid suuri universaalkauplusi; vabariiklik Kuurortide Kaubanduse Peavalitsus korraldab tööstus- ja toidukaupade kaubandust ning ühiskondlikku toitlustamist suvituskohtades ja meretranspordis; vabariiklik Kaug-Põhja ja Sahhalini Kaubanduse Peavalitsus juhib kohalikke, Kaug-Põhja ja Sahhalini piirkonna elanikkonda teenindavaid kaubastuid, korraldab kaupade hooajaeelset kohalevedu neisse piirkondadesse ja kontrollib seal tegutsevate kaubastute tööd; Sporditarvete Kaubanduse Peavalitsus juhib oma osakondade kaudu sporditarvete kaubandust.

Ukraina NSV Kaubandusministeeriumi koosseisus on moodustatud kaks vabariiklikku kontorit jaekaubandusettevõtete ja ühiskondliku toitlustamise ettevõtete juhtimiseks:

Vabariiklik Universaalkaupluste Kontor, kes juhib suurtes oblastikeskustes asuvaid suuri universaalkauplusi;

Vabariiklik Kuurortide Kaubanduse Kontor, kes organiseerib tööstus- ja toidukaupade kaubandust ning ühiskondlikku toitlustamist suvituskohtades ja meretranspordis.

Ukraina NSV Kaubandusministeeriumi alluvuses on vabariiklikud spetsialiseeritud kaubastud: Vabariiklik Tekstiilikaubastu, Vabariiklik Jalatsikaubastu, Vabariiklik Valmisriiete Kaubastu ja Vabariiklik Sporditarvete Kaubastu, samuti Vabariiklik Kultuurikaupade Kaubanduse Kontor.

Need jaekaubandusorganisatsioonid juhivad spetsialiseeritud kauplusi kas otseselt, kui selliste kaupluste arv oblasti territooriumil on väike, või oma oblastikontorite kaudu.

Kohaliku alluvusega jaekaubandusorganisatsioonid. Tähtis koht NSV Liidu Kaubandusministeeriumi kaubandusorganisatsioonide süsteemis kuulub kohalikele kaubastutele.

Kohalik kaubastu on juriidilise isiku õigustega riiklik majandusorganisatsioon, kes tegutseb põhikirja alusel ja on täielikul isemajandamisel (iseseisval bilansil). Kaubastu organiseerib jaekaubandust põhikirjas kindlaksmääratud kaubarühmade ja tegevusrajooni piirides.

Kaubastu on rajooni töörahva saadikute nõukogu või — vabariigilise, krailise ja oblastilise alluvusega linnades — linna töörahva saadikute nõukogu üldjuhtimisel ja annab talle aru oma tegevusest. Vahetult juhivad kohalike kaubastute tegevust kohalike nõukogude täitevkomiteede kaubandusosakonnad. Peale selle teostab kohalike kaubastute operatiivset ja majanduslikku juhtimist liiduvabariigi kaubandusministeerium. Mõnedel juhtudel moodustatakse kaubandusministeeriumide koosseisus üks või mitu territoriaalset kohalike kaubastute peavalitsust. Nii näiteks on Vene NFSV Kaubandusministeeriumi koosseisus üks territoriaalne kohalike kaubastute peavalitsus — Kaug-Põhja ja Sahhalini Kau-

banduse Peavalitsus, kes juhib Kaug-Põhja ja Sahhalini piirkonna kaubastuid.

Kui kaubastute arv oblastis või suures linnas on küllalt suur, luuakse oblasti või linna kaubandusosakonna juures kohalike kaubastute töö juhtimiseks linna või oblasti kohalike kaubastute valitsus. Moskvas on loodud kaubanduse valitsused, millised alluvad Moskva Linna Töörahva Saadikute Nõukogu Täitevkomitee Kaubanduse Peavalitsusele.

Kohalike kaubastute organisatsioonilise struktuuri aluseks on kaks põhitunnust: administratiiv-territoriaalne ja kauba-haruline. Administratiiv-territoriaalse tunnuse järgi jagunevad kaubastud kahte rühma: 1) linna tüüpi kaubastud (ülelinnalised ning linnade rajooni- ja rajoonidevahelised kaubastud), kes organiseerivad oma tegevust linna territooriumi või ühe selle osa piirides; 2) vabariiklikud, oblastilised, rajoonidevahelised kaubastud, kes organiseerivad oma kaubandusvõrgu autonoomse vabariigi, krai, oblasti või mitme rajooni piirides. Kummalgi kaubastute tüübil on jaevõrgu ja osalt ka juhtimisaparaadi struktuur erinev.

Linna tüüpi kaubastute kaubandusvõrk asub tavaliselt ühe asustatud punkti piirides, kusjuures kaubastud juhivad oma kaubandusettevõtteid otseselt. Oblasti tüüpi kaubastute võrk paikneb laialipaisatult paljudes asulates (rajoonilise alluvusega linnades, töölisalevites) ja kaubandusettevõtete juhtimiseks luuakse territoriaalsed filiaalid, osakonnad.

Kauba-harulise tunnuse järgi jagunevad kaubastud nelja rühma:

1) toidu- ja tööstuskaupade segakaubastud;
2) toidukaubastud;
3) tööstuskaubastud;
4) spetsialiseeritud kaubastud, kes müüvad ainult ühe kaubarühma kaupu: kultuurikaupade kaubastu, jalatsikaubastu, tekstiilikaubastu jne.

Suurtes linnades esinevad peamiselt toidu-, tööstus- ja spetsialiseeritud kaubastud.

Kohalike kaubastute organisatsiooniline struktuur on vastavalt tüüpkoosseisudele järgmine: kaubastu direktsioon (direktor, tema asetäitja ja juriskonsult), kaubandusosakond, tootmisettevõtete osakond, plaaniosakond, raamatupidamine, kaadriosakond, administratiiv- ja majandusosakond ning inspektsioon.

Inspektsioon asub kaubandusosakonna juures. Ta kontrollib kaubandusettevõtete tööd: kontrollib, kas kaubandusettevõtete töötajad täidavad kaubanduseeskirju (kauplemise aeg, kindlaksmääratud kaupade jaehinnad jms.).

Juhtivaks osakonnaks kaubastus on kaubandusosakond, kes organiseerib kaupade ostmist ja kaubastu jaeettevõtete varustamist nendega, uurib ostjaskonna nõudmist, analüüsib ja üldistab selle kohta kogutud materjale, kasutades neid hankijatele kaupade saamiseks esitatavate tellimisavalduste koostamisel. Kaubandus-

osakond töötab samuti välja abinõud kaubanduse organiseerimise ja tehnika parandamiseks ning rakendab neid ellu.

Kaubandusosakonna otsesele juhtimisele alluvad baasid ja laod.

4. Teiste ministeeriumide jaekaubandus

Teiste ministeeriumide jaekaubanduses on tähtsaim koht tööliste varustamise osakondadel ja toiduvarustuskontoritel.

Tööstuskaupade jaemüüki organiseerivad ka mõned mittetööstuslikud ministeeriumid ja ametkonnad. Nende hulka kuuluvad: tervishoiuministeeriumid, sideministeeriumid (ajakirjandusliidu ajalehtede, ajakirjade ja kirjutustarvete kioskid jt.), kohaliku majanduse ministeeriumid (remondi- ja ehitusmaterjalide kauplused), kultuuriministeeriumid (raamatukauplused), linnade täitevkomiteede heakorratrustid (lillekauplused).

Tööliste varustamise osakonnad ja toiduvarustuskontorid

Tööliste varustamise osakonnad organiseeritakse tööstus- ja transpordiettevõtete juurde tähtsamate tööstusharude tööliste, insener-tehniliste töötajate ja teenistujate varustamise parandamiseks.

Tööstusettevõtete tööliste varustamise osakond on majanduslikult iseseisev osakond ja selle eesotsas seisab ettevõtte direktori asetäitja tööliste varustamise alal. Tööliste varustamise osakonna tegevust juhib ettevõtte direktor.

Tööstuslike ministeeriumide juures on moodustatud tööliste varustamise peavalitsused, kes juhivad antud ministeeriumi ettevõtete tööliste varustamise osakondi otseselt või tööliste varustamise valitsuste kaudu, millistele alluvad vastava tootmiskoondise (trusti, kombinaadi jt.) tööliste varustamise osakonnad.

Tööliste varustamise osakonnad etendasid Suure Isamaasõja ajal positiivset osa tähtsamate tööstusharude ettevõtete tööliste varustamisel. Üleminek vabakaubandusele pärast kaardisüsteemi kaotamist ei ole tööliste varustamise osakondade tähtsust vähendanud: nad täidavad praegugi olulisi ülesandeid teenindavate ettevõtete tööliste ja teenistujate toidu- ja tööstuskaupadega varustamise alal.

Vase-, tina-, nikli- ja teiste värvilise metallurgia tööstuse harude tööliste ja teenistujate kaubanduslikuks teenindamiseks on loodud toiduvarustuskontorid — kaubandusorganisatsioonid, milledel on oma filiaalid tootmisettevõtete juures.

Toiduvarustuskontorid, erinevalt tööliste varustamise osakondadest, ei allu tööstusettevõtete direktorile.

5. Kooperatiivkaubandus

Kommunistlik partei on alati omistanud kooperatsioonile suurt tähtsust. V. I. Lenin on oma töödes rõhutanud kooperatsiooni suurt osatähtsust sotsialistliku ühiskonna ülesehitamisel. Meie maal areneb edukalt tootmiskooperatsioon (kolhoosid) ja tarbijate kooperatsioon.

Kooperatiivkaubanduses kuulub juhtiv koht tarbijate kooperatsioonile.

Tarbijate kooperatsioon on suur majanduslik ja ühiskondlik massiorganisatsioon. Sellesse organisatsiooni kuulub üle 20 000 tarbijate kooperatiivi ligikaudu 33 miljoni liikmega. Tarbijate kooperatsioonil on üle 265 000 kaupluse, poe ja kioski ning üle 33 000 ühiskondliku toitlustamise ettevõtte.

Tarbijate kooperatiivid varuvad põllumajandussaadusi, samuti on neil kümned tuhanded ettevõtted, mis töötlevad põllumajandussaadusi ja toodavad tööstuskaupu. Peale selle korraldab tarbijate kooperatsioon kolhooside ja kolhoosnikute poolt müügile antud põllumajandussaaduste komisjonikaubandust.

Põhiliseks kaubandussüsteemiks maal on tarbijate kooperatsiooni süsteem. Tarbijate kooperatsiooni algorganisatsiooniks on maa tarbijate kooperatiiv.

Maa tarbijate kooperatiivid moodustavad kooperatiivide enamiku. Peale selle on sovhooside juures organiseeritud sovhoositööliste kooperatiivid, väikestes linnades aga tegutsevad linna tarbijate kooperatiivid.

Tarbijate kooperatiivid on ühinenud rajoonide tarbijate kooperatiivide liitudeks. Need liidud varustavad maa tarbijate kooperatiivide kaubandusettevõtete võrku kaupadega oma hulgiladude kaudu, teostavad liitu kuuluvate tarbijate kooperatiivide üldjuhtimist ja kontrollivad nende tööd. Rajoonide tarbijate kooperatiivide liitudel on ka oma jaekauplused.

Rajooni tarbijate kooperatiivide liidud on koondatud oblastite, kraide ja autonoomsete vabariikide tarbijate kooperatiivide liitudeks [1]. Oblastiliidud moodustavad liiduvabariigi tarbijate kooperatiivide liidu, mis omakorda kuulub Üleliidulisse Tarbijate Kooperatiivide Keskliitu. Vene NFSV oblasti-, krai- ja autonoomsete vabariikide liidud kuuluvad Vene Tarbijate Kooperatiivide Liitu.

Maa tarbijate kooperatiiv on tarbijate-liikmete koondis. Kooperatiivi liikmeks astujad maksavad sisseastumis- ja osamaksu. Need rahasummad moodustavad ühe osa maa tarbijate kooperatiivi käibevahendeist.

Tarbijate kooperatiivi juhtivaks organiks on liikmete üldkoosolek või volinike koosolek (suurtes maa tarbijate kooperatiivides).

[1] Oblastilise jaotuseta liiduvabariikides on rajoonide tarbijate kooperatiivide liidud või tarbijate kooperatiivid koondatud liiduvabariikide tarbijate kooperatiivide liitudeks. (Toim.)

Üldkoosolek valib täidesaatva organi — tarbijate kooperatiivi juhatuse. Tarbijate kooperatiivi liikmetele — osanikele — on ette nähtud mitmed soodustused, nagu näiteks kaupade ostmine eeliskorras ja osavõtmine kasumite jaotamisest.

Tööndusкooperatsioon ühendab vabatahtlikkuse põhimõttel käsitöölisi ja kodutöötajaid.

Tööndusкooperatiivid tegelevad laiatarbekaupade tootmise ja elanikkonna elukondliku teenindamisega (parandus- ja õmblustöökodade, juuksuritöökodade jne. kaudu).

Tööndusкooperatsiooni liikmeskond on koondunud artellidesse, mis on tööndusкooperatsiooni algorganisatsiooniks.

Enamik artelle töötab õmblus-, naha- ja puidutööstuse alal.

Artelle on ka metalli-, puidukeemia-, toidu- ja maitseainete ning trikotaažitööstuses ja teistes tööstusharudes.

Tööndusкooperatsiooni artellide kõrgeimaks juhtimisorganiks on tema liikmete üldkoosolek, täidesaatvaks organiks aga üldkoosoleku poolt valitud juhatus.

Artellid on ühinenud tööndusкooperatsiooni liitudeks.

Tööndusliidu juhtimisorgan (juhatus) ja kontrolliv organ (revisjonikomisjon) valitakse sellesse liitu kuuluvate artellide volinike koosolekul.

Tööndusliitude ja artellide tegevust juhivad tööndusкooperatsiooni (linna-, oblasti- ja vabariiklikud) nõukogud.

Tööndusкooperatsiooni kõrgeimaks organiks on NSV Liidu Tööndusкooperatsiooni Kesknõukogu, kes valitakse tööndusкooperatiivide volinike kongressil. Tööndusкooperatsiooni Kesknõukogu juhib tööndusкooperatsiooni tegevust vabariiklike keskuste (liidu-vabariikide tööndusкooperatsiooni nõukogude) kaudu.

Tööndusкooperatiivid varustavad kaubandusorganisatsioone artellide toodanguga. Peale selle müüvad nad omatoodetud kaupu linnades, maal, turgudel ja laatadel organiseeritud oma jaevõrgu kaudu [1]. Seega loob tööndusкooperatsioon otsese sideme tarbijatega oma toodangu osas ja uurib paremini vajadust kaupade järele.

Tööndusкooperatsiooni artellid ostavad vastavate ostupunktide kaudu elanikkonnalt koduse majapidamise esemeid, restaureerivad neid ja müüvad oma kaubandusvõrgu kaudu.

6. Kolhoosikaubandus

Kolhoosikaubandus tekkis kolhoosikorra võidu tulemusena maal. Alates 1932. aastast on kolhoosikaubanduse tähtsus Nõukogude kaubanduse ühe vormina järjest kasvanud. Selle eelduseks oli põllumajanduse kollektiviseerimisel saavutatud otsustav edu,

[1] Tööndusкooperatsiooni kaubandusvõrk anti üle riiklikule kaubandusele ja tarbijate kooperatsioonile alates 1. juulist 1956. a. (Toim.)

mis võimaldas samaaegselt riikliku varumise kiire kasvuga hoogsalt arendada ka kolhoositurukaubandust.

Hinnad kujunevad kolhoositurul olenevalt nõudmisest ja pakkumisest. Kuid Nõukogude riik mõjutab kolhoositurukaubanduse hindu majanduslikult, müües samalaadseid kaupu kindla hinnaga ja soodustades põllumajandussaaduste juurdevedu turgudele. Riik võitleb spekulatsiooni vastu, ei luba turul tegutseda ülesostjail jne.

Kolhoositurukaubanduse üldjuhtimist teostab NSV Liidu Kaubandusministeerium.

Kolhoositurgude juhtimine ja kolhoosikaubanduse organiseerimine on pandud oblastite, linnade ja rajoonide kaubandusosakondadele (-valitsustele).

Kolhoosikaubandusel on suur tähtsus kaubakäibe arendamisel linna ja maa vahel, aidates kaasa linnaelanikkonna varustamisele põllumajandussaadustega.

Meie maal on laialdane kolhoositurgude võrk.

Selleks et hõlbustada kolhoosidel ja kolhoosnikutel muretseda neile vajalikke kaupu, organiseeritakse kolhoositurgudel ja nendega piirnevatel tänavatel tööstuskaupade, hoburakmete, majapidamistarvete jm. vastukaubandust.

Tähtsaks kolhoosikaubanduse edasiarendamise abinõuks on põllumajandussaaduste komisjonikaubanduse organiseerimine, mis hõlbustab kolhoosidel ja kolhoosnikutel nende saaduste turustamist.

Tarbijate kooperatiividele on antud õigus võtta kolhoosidelt ja kolhoosnikutelt põllumajandussaadusi (kartul, köögi- ja puuvili, liha, piimasaadused, munad, rasvained jm.) komisjonimüügile ning organiseerida nende müüki linnades selleks otstarbeks avatavate kaupluste kaudu.

Komisjonikaubandus on soodus kolhoosidele, kolhoosnikutele ja kogu rahvamajandusele. Väikese komisjonitasu eest, mis peab tarbijate kooperatiividel hüvitama saaduste müügiga seoses olevad kulud, langeb kolhoosidel ja kolhoosnikutel ära vajadus kulutada aega oma saaduste realiseerimiseks. Hoopis otstarbekohasemalt kasutatakse seejuures transpordivahendeid jne.

7. Hulgimüügiorganisatsioonid

Jaekaubandusorganisatsioonide varustamiseks tööstuskaupadega on loodud hulgimüügiorganisatsioonid ja -ettevõtted, kes ostavad tööstuskaupu ja müüvad neid suuremate või väiksemate partiidena jaekaubandusorganisatsioonidele.

NSV Liidu Kaubandusministeeriumi hulgiorganisatsioonid. Hulgikaubanduse all mõistetakse kaupade müüki peamiselt kaubandusorganisatsioonidele ja kauplustele.

Hulgikaubandusettevõtted ostavad kaupu mitmesuguste

majandussüsteemide ja ametkondade hankijatelt ning varustavad nendega oma süsteemi jaekaubandusorganisatsioone.

Kaubandusministeeriumi süsteemi kuuluvaid hulgikaubandusettevõtteid (baasid) võib jaotada nende tegevuse iseloomu ja alluvuse vormide järgi kahte rühma: liidulise ja vabariigilise alluvusega baasid ja kohalike kaubastute hulgibaasid.

Liidulise ja vabariigilise alluvusega baasid kuuluvad NSV Liidu Kaubandusministeeriumi hulgikaubanduse peavalitsuste alluvusse.

Kohaliku alluvusega hulgibaasid kuuluvad linnade, oblastite, kraide, vabariikide kohalike kaubastute valitsustele. Nende baaside ülesandeks on organiseerida oblasti, krai, autonoomse vabariigi või suure linna jaekaubandusorganisatsioonide (kaubastute ja tööliste varustamise osakondade) varustamist kaupadega.

Peale selle on üksikutes jaekaubandussüsteemides hulgibaase, kes teenindavad süsteemisisest kaubakäivet, nagu näiteks Universaalkaupluste Peavalitsuse jt. baasid. Neil baasidel on kitsapiiriline ülesanne — organiseerida oma süsteemi jaekaubandusettevõtete varustamist üksikute kaubaliikide alal. Süsteemisisese kaubakäibe baaside hulka võib arvata ka jaekaubandusorganisatsioonide isemajandavad baas-laod, eriti oblastikaubastute baasid, kes müüvad kaupu kaubastu osakondadele.

Kaubandusministeeriumi koosseisus on spetsiaalsed peavalitsused, kes tegelevad tähtsamate tööstuskaupade hulgirealiseerimisega. Sellisteks peavalitsusteks on:

1) Tekstiilikaupade Hulgikaubanduse Peavalitsus;
2) Valmisriiete Hulgikaubanduse Peavalitsus;
3) Jalatsite Hulgikaubanduse Peavalitsus;
4) Majapidamistarvete Hulgikaubanduse Peavalitsus;
5) Kultuurikaupade ja Sporditarvete Hulgikaubanduse Peavalitsus;
6) Galanterii-, Parfümeeria- ja Kosmeetikakaupade ning Tualettseebi Hulgikaubanduse Peavalitsus.

Peale nende teostab oma oblastitevaheliste ja vabariiklike kontorite kaudu (jaemüügi kõrval) hulgikaubandust ka Juveelitoodete Tootmise ja Kaubanduse Peavalitsus.

Kaubanduslikud hulgibaasid realiseerivad kaupu, mis on ostetud kas otseselt kohaliku tööstuse ja tööndusKooperatsiooni organisatsioonidelt ja ettevõtetelt, samuti liidulise ja vabariigilise alluvusega tööstusettevõtetelt, või on saadud süsteemisisese kaubakäibe korras.

Hulgikaubanduse kontorite baasid varustavad kaupadega kohalikke kaubastuid ja tööliste varustamise osakondi nendega sõlmitud lepingute alusel.

8. Jaekaubanduse liigid

Vastavalt kaubandusliku teenindamise vormidele liigitatakse jaekaubandus kolme ossa: statsionaarne, liikuv- ja saatekaubandus.

Jaekaubandusvõrk baseerub **statsionaarsel võrgul,** mis omakorda jaotatakse kaheks all-liigiks: 1) kauplused ja poed, 2) väikejaevõrk (kioskid).

Kauplused ja poed

Kauplus on Nõukogude jaekaubanduse põhiettevõte. Suurem osa kaupu jõuab tarbijateni kaupluste ja poodide kaudu. Kaupluste ja poodide võrgu suur osatähtsus kaubakäibes on seletatav tema eelistega kaubandusvõrgu teiste liikidega võrreldes.

Koondades suuri kaubavarusid ulatuslikus ja püsivas sortimendis, tagavad kauplused ja poed ostjatele kõige laialdasema kaupade valiku. Erinevalt väikejaevõrgust on kaupluste võrgu kaudu võimalik viia tarbijateni kaupu kogu nende mitmekesises sortimendis.

Kauplustes on ostjatel soodsamad tingimused kaupadega tutvumiseks ja ostude tegemiseks, samuti laialdased võimalused täiendavate teenuste kasutamiseks (eeltellimused, kaupade kojusaatmine jne.). Vastavate laoruumide ja eriseadmete olemasolu kauplustes loob vajalikud tingimused kaupade hoidmiseks ja kaubanduslikuks töötlemiseks, vähendades kaubakadusid. Kaubandustöötajate töötingimused ja ettevõtete tehniline varustatus võimaldavad saavutada kõrget tööjõudlust.

Kuid kaupluste ja poodide võrk ei saa olla ainukeseks kaupade realiseerimise kanaliks. Sageli ei ole ta selleks küllalt painduv ja manööverdamisvõimeline.

Väikejaevõrk

Territoriaalse paiknemise ja tarbijale lähenemise seisukohalt on väikejaevõrk (kioskid, paviljonid) väga soodus.

Kioskid on ostjatele rohkem lähendatud kui suured poed ja kauplused. Sellised väikejaeettevõtted avatakse sel juhul, kui on vaja kiiresti organiseerida kaupade müüki või kui kaupluse organiseerimine antud paigas ei ole otstarbekohane. Müües massiliselt nõutavaid kaupu (galanterii-, parfümeeriakaubad, kantseleikaubad, kooli- ja kirjutustarbed jms.), pakub väikejaevõrk ostjaile mõningaid mugavusi, kuna ta võimaldab kaupu väljastada kiiresti.

Väikejaevõrk on võrdlemisi liikuv. Teda saab kiiresti organiseerida ja samuti ümber paigutada. Väikejaevõrgu ehitamine nõuab väiksemaid kapitaalmahutusi kui kaupluste ehitamine.

Kuid sealjuures on väikejaevõrgul ka puudusi: kaubanduslike

ruumide väiksus tingib kaupade sortimendi piiratust; väikejaeettevõtete sisustus ei ole nii kohane ostjate teenindamiseks kui kauplustes; müüjate töötingimused on halvemad; müügipersonali tööd on raske kontrollida.

Tegelikus töös rakendatakse väikejaevõrku üsna laialdaselt. Seda arendatakse kolmes suunas: osaliselt kauplusi asendava võrguna, kauplusi täiendava võrguna ja iseseisva võrguna. Kõige sagedamini asendab väikejaevõrk kauplusi teenindamisrajooni kiire kasvu tingimustes ning seoses linnade ja alevite väljaehitamise ja laienemisega.

Kioskite võrgu intensiivne arendamine võimaldab niisugusel juhul elanikkonda kõige hädavajalikumate kaupadega häireteta varustada senikaua, kuni kaupluste võrk on organiseeritud. Peale selle ei ole väikestes asustatud kohtades otstarbekohane kauplust avada; seal võib kauplust asendada kiosk.

Liikuvkaubandus

Liikuvkaubandust kasutavad laialdaselt maa tarbijate kooperatiivid kolhoosnikute teenindamiseks põllulaagrites koristus- ja külvitööde ajal ning sõjaväekaubastud sõjaväeosade teenindamiseks õppuste ja manöövrite ajal.

Liikuvkaubandus jaguneb kandekaubanduseks ja veokaubanduseks.

Kandekaubandus on liikuvkaubanduse lihtsaim vorm. Linnades moodustab ta osa tänavakaubandusest (müügilauad), samuti esineb tualettseebi, parfümeeria- ja väikeste galanteriikaupade, tubakatoodete, raamatute, ajakirjade ja ajalehtede müümist tarbijate juures kodus.

Veokaubanduses rakendatakse: käsivankreid, jalgrattaid, hobuveokeid, autopoode, autojärelvankreid, vagunpoode, rong-universaalkauplusi ja laev-(aurik-)poode; hobuseid kasutatakse linnades petrooleumi ja puusöe kaubastamiseks. Vagun- ja laev-poed teenindavad raudtee- ja veetranspordi töölisi ja teenistujaid niisugustes asustatud kohtades, kus alaline kaubandusvõrk puudub. Neis poodides on tööstus- ja toidukaupade sortiment küllaltki mitmekesine.

Saatekaubandus

Tööstuskaupade jaekaubanduse eriliigiks on saatekaubandus. Seda liiki jaekaubandust korraldab NSV Liidu Kaubandusministeeriumi Üleliiduline Saatekaubanduse Kontor [1] ja Tsentrosojuzi Üleliiduline Kooperatiivne Saatekaubanduse Kontor.

[1] Saatekaubanduse Kontor kuulub alates 1956. a. juulist VNFSV Kaubandusministeeriumi alluvusse. (Toim.)

Saatekaubanduse Kontoril on riigi erinevates osades oma osakonnad. Ta saadab oma ostjaskonnale müügil olevate kaupade kohta illustreeritud hinnakirju, võtab nende kaupade peale tellimusi jms.

Saatekaubanduse Kontor realiseerib galanteriikaupu, muusikariistu, sporditarbeid, foto- ja raadiokaupu, parfümeeriakaupu ja muid tööstuskaupu, teostades nende jaemüüki posti teel linnades ja töölisalevites elavatele kodanikele otseselt adresseeritavate individuaalsaadetiste kujul.

9. Tööstuskaupade kaupluste tüübid

Olenevalt kaupade sortimendist ja kaubarühmade kombinatsioonist, eristatakse mitmeid kaupluste tüüpe.

Ühte või teise tüüpi kuuluvatel kauplustel on kindlaksmääratud, tarbijate nõudmise iseärasustele vastav kaupade sortiment, kindel kaubakäibe maht ja vastav arv töökohti.

Nõukogude kaubanduse praktikas on tänapäeval välja kujunenud järgmised tööstuskaupade kaupluste tüübid: universaalsed, kombineeritud, spetsialiseeritud ja kitsalt spetsialiseeritud kauplused.

Universaalsed on sellised kauplused, mille sortimendi hulka kuuluvad kõik põhilised tööstuskaupade rühmad (välja arvatud ehitusmaterjalid, keemia- ja värvikaubad ning naftasaadused). Sellises kaupluses peab olema vähemalt 20—22 töökohta. Kauplusel võivad seejuures olla nii spetsialiseeritud kui ka kombineeritud ja segasektsioonid (näiteks pesu- ja trikookaupade sektsioon, galanterii- ja parfümeeriakaupade sektsioon ning kultuurikaupade sektsioon).

Kombineeritud kaupluste sortimenti kuuluvad kaubad, mis nõudmise iseloomult on üksteisele lähedased. Nii näiteks kuuluvad sellesse kaupluste rühma kultuurikaupade kauplused, kus müüakse kõikide või mitme rühma kaupu. Kombineeritud kauplused, kes müüvad kõikide rühmade kultuurikaupu, organiseeritakse 3, 6, 10 ja 15 töökohaga.

Näiteks eraldatakse kolme töökohaga kaupluses üks töökoht mänguasjade ning kooli- ja kirjutustarvete müümiseks, teine — muusikariistade ja raadiotarvete müümiseks ning kolmas — foto- ja sporditarvete müümiseks.

Suurema arvu töökohtade korral eraldatakse iga kaubarühma kaupade müümiseks eri töökoht. Nii näiteks eraldatakse kuue töökohaga kultuurikaupade kaupluses üks töökoht muusikariistade müümiseks, teine töökoht raadiotarvete müümiseks, kolmas — fototarvete, neljas — kooli- ja kirjutustarvete, viies — mänguasjade ja kuues — sporditarvete müümiseks.

Peale selliste kaupluste, milliste sortimendi hulka kuuluvad kõik kultuurikaupade rühmad, võidakse organiseerida ka niisuguseid, mille sortiment koosneb 2—3 kaubarühmast. Nii näiteks on

2, 4, 6 ja 8 töökohaga mänguasjade ning kooli- ja kirjutustarvete kaupluses võrdne hulk kõiki kaubarühmi. Foto- ja raadiotarvete ning muusikariistade kauplused organiseeritakse 4 töökohaga (2 töökohta muusikariistade, üks töökoht raadio- ja üks fototarvete müümiseks) ja 6 töökohaga (3 töökohta muusikariistade, 2 töökohta raadio- ja üks fototarvete müümiseks).

Kombineeritud kaupluste hulka kuuluvad ka 6 ja 10 töökohaga sporditarvete kauplused.

Näiteks eraldatakse 6 töökohaga sporditarvete kaupluses üks töökoht suuskade, uiskude ja spordijalatsite müümiseks, teine — jalgrataste ja mootorrataste müümiseks, kolmas — fototarvete müümiseks, neljas — spordiriietuse müümiseks, viies — relvade ja jahitarvete müümiseks ning kuues — spordiinventari ja tagavaraosade müümiseks.

Kombineeritud kauplused on kultuurikaupade kaupluste põhitüübiks väiksemates linnades.

Spetsialiseeritud kaupluste sortiment komplekteeritakse ainult ühe kaubarühma kaupadest.

Kultuurikaupade spetsialiseeritud kauplustest leiavad kõige sagedamini kasutamist järgmised: raadiotarvete kauplused — 4 töökohaga; fototarvete kauplused — 3 töökohaga; muusikariistade kauplused — 4 töökohaga, kusjuures üks töökoht eraldatakse grammofoniplaatide müümiseks; mänguasjade kauplused — 3 töökohaga; kantseleikaupade ning kooli- ja kirjutustarvete kauplused — 3 töökohaga.

Spetsialiseeritud kauplused on kultuurikaupade kaupluste põhitüübiks suurtes linnades.

Spetsialiseeritud kaupluste eriliigiks on **kitsalt spetsialiseeritud kauplused,** kus on müügil mingid ühte allrühma kuuluvad kaubad. Näiteks eraldatakse spordikaupade rühmast jalgrattad ja mootorrattad ning organiseeritakse nende müümiseks kitsalt spetsialiseeritud kauplus. Selliseid kitsalt spetsialiseeritud kauplusi võib organiseerida ka jahi- ja kalastustarvete, täitesulepeade, televiisorite jne. müümiseks.

Segakaupluste kaupade sortiment koosneb eri kaubarühmadesse kuuluvatest tööstus- ja toidukaupadest, kusjuures igasse rühma kuuluvate kaupade arv on väike ja nimetusi vähe.

Spetsialiseeritud kauplustel on rida eeliseid. Ostja leiab neis palju laiema valiku teatud rühma alal kui spetsialiseerimata kauplustes; spetsialiseeritud kaupluste töötajad suudavad ühe või kahe rühma kaupade iseärasusi kiiremini ja paremini tundma õppida ning vastava müügitehnika põhjalikumalt omandada kui spetsialiseerimata kaupluste töötajad.

Kuid spetsialiseeritud kaupluste loomine vähendab vastavate kaupade müügipunktide arvu ega anna ostjale võimalust kompleksse ostu tegemiseks ühesainsas kaupluses. Need puudused aga on kõrvaldatavad nõudmiselt lähedaste kaubarühmade või allrühmade koondamisega ühte kauplusse.

Seepärast tuleb spetsialiseeritud kauplusi organiseerida rööbiti kombineeritud kauplustega selliselt, et kaubandusvõrgus oleks tagatud suur kaupade valik (spetsialiseeritud kaupluste organiseerimisega), samaaegselt aga ka maksimaalne arv kõige sagedamini nõutavate kaupade müügipunkte (kombineeritud kaupluste ja segakaupluste organiseerimisega).

Linnade kaubandusvõrgu arendamise põhisuunaks tööstuskaupade alal on väikeste ja keskmiste spetsialiseeritud kaupluste organiseerimine rööbiti suurte kombineeritud ja universaalkauplustega, samaaegselt vähendades segakaupluste osatähtsust.

Käesoleval ajal esinevate kultuurikaupade kaupluste tüübid ja kaubarühmade näidissortiment on esitatud alljärgnevas tabelis.

Jrk. nr.	Kaupluse tüüp	Kaubarühmade näidissortiment
1	Kultuurikaubad	Foto- ja raadiotarbed, muusikariistad ja nende juurde kuuluvad esemed, koolitarbed, kirjutusmaterjalid, sporditarbed, mänguasjad.
2	Mänguasjad, koolitarbed ja kirjutusmaterjalid	Mänguasjad, mängud, koolitarbed, kirjutusmaterjalid.
3	Muusikariistad	Keelpillid (näpitsi ja poognaga mängitavad), puhkpillid, löökpillid ja klahvpillid.
4	Raadiotarbed	Raadiod, nende üksikosad ja materjalid, raadiolambid, vastav kirjandus.
5	Fototarbed ja optikakaubad	Fotoaparaadid ja -tarbed, fotopaber, filmid, plaadid, prillid, binoklid, optilised riistad, kirjandus.
6	Foto- ja raadiotarbed ning muusikariistad	Fotoaparaadid ja -tarbed, fotopaber, filmid, plaadid. Raadiod ja nende üksikosad, optikakaubad, muusikariistad ja grammofoniplaadid.
7	Sporditarbed	Spordiinventar, spordiriietus, spordijalatsid, jahi-, kalastus- ja turismitarbed, galanteriikaubad kaassortimendis.
8	Mänguasjad	Riidest, puust ja üleskeeratavad mänguasjad, lauamängud, lasteraamatud.
9	Koolitarbed, kirjutusmaterjalid ja kantseleikaubad	Koolitarbed, kirjutusmaterjalid ja kantseleikaubad.
10	Jalgrattad ja mootorrattad	Jalgrattad ja mootorrattad, nende üksikosad, sise- ja väliskummid, tööriistad.
11	Televiisorid	Televiisorid, nende üksikosad, raadiolambid, televiisorite ülesseadmiseks vajalikud materjalid, erialane kirjandus.
12	Täitesulepead	Täitesulepead, üksikosade komplektid, tint.
13	Jahi- ja kalastustarbed	Jahipüssid, jahitarbed, kalastustarbed — võrgud, õnged, landid jne.
14	Klaverid	Klaverid ja nende üksikosad.
15	Pildid ja kunstitooted	Pildid, kunstilised reproduktsioonid, skulptuurid.

10. Kontroll Nõukogude kaubanduses

Riiklike ja kooperatiivsete kaubandusorganisatsioonide ja -ettevõtete tegevust, samuti kaubandusalaste seaduste, eeskirjade ja juhendite täitmist nende poolt kontrollivad NSV Liidu Riigikontrolli Ministeerium, liiduvabariikide riigikontrolli ministeeriumid, NSV Liidu Kaubandusministeeriumi Riiklik Kaubandusinspektsioon [1], samuti ühiskondliku kontrolli organid.

Riigikontrolli ministeeriumi [2] organid kontrollivad riiklike ja kooperatiivsete kaubandusorganisatsioonide käsutuses olevate rahaliste ja materiaalsete väärtuste arvestamist ja kulutamist, samuti kaubanduse kohta käivate valitsuse määruste ja korralduste täitmist.

Riiklik kaubandusinspektsioon on organiseeritud kontrolli teostamiseks selle üle, et kõik kaubandusettevõtted täidaksid kaubanduse alal antud seadusi, käskkirju, juhendeid ja eeskirju.

Peale riikliku kaubandusinspektsiooni on NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemis ja liiduvabariikides organiseeritud inspektuur linnade täitevkomiteede kaubandusosakondade ja kaubandusvalitsuste, kohalike kaubastute valitsuste ja iga kaubastu juures.

Riiklik kaubandusinspektsioon peab võitlust selle vastu, et jaevõrgus ei petetaks ostjaid kaalu ja mõõduga või raha vähem tagasiandmisega; kontrollib, et kaubandusettevõtted peaksid kinni kindlaksmääratud jaehindadest ja kaubanduslikest juurdehindlustest, samuti kontrollib sanitaareeskirjade täitmist kaubandusettevõtete poolt.

Riikliku kaubandusinspektsiooni organitel on õigus teha kontrollimisaktide põhjal koostatavates otsustes ettepanekuid kaubanduse kohta käivate seaduste ja eeskirjade rikkumiste kõrvaldamise kohta, võtta vastutusele eeskirjade rikkumises süüdi olevaid isikuid, määrata neile trahve ja teha otsuseid tarbijatelt liigselt võetud summade sissenõudmiseks riigituludesse.

NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemi kuulub samuti Tööstuskaupade Kvaliteedi Riikliku Inspektsiooni Peavalitsus [3], kes teostab kontrolli tööstusettevõtetest saabuvate tööstuskaupade kvaliteedi üle. Sellele peavalitsusele alluvad oblastite ja linnade kaubandusosakondade ja -valitsuste juurde loodud kaupade kvaliteedi kohalikud inspektsioonid.

---

[1] Riiklik Kaubandusinspektsioon on alates 1956. a. juulist vabariigilise alluvusega organ.

[2] NSV Liidu Riigikontrolli Ministeerium likvideeriti 1957. a. augustis ja moodustati NSV Liidu Ministrite Nõukogu Nõukogude Kontrollkomisjon. (Toim.)

[3] Tööstuskaupade Kvaliteedi Riikliku Inspektsiooni Peavalitsus ja Toidukaupade Kvaliteedi Riikliku Inspektsiooni Peavalitsus ühendati juunis 1957. a. Kaupade Kvaliteedi Riikliku Inspektsiooni Peavalitsuseks, samuti ühendati nende vabariiklikud valitsused ning allutati vabariiklikele kaubandusministeeriumidele. (Toim.)

Ühiskondlik kontroll Nõukogude kaubanduses. Rööbiti riigikontrolli ja kaubandusinspektsiooni organite poolt teostatava kontrolliga rakendatakse Nõukogude kaubanduses veel ühiskondlikku kontrolli. Selle organiseerimine on ametiühingute ülesandeks.

Ühiskondlikud kontrolörid valitakse suurtes ettevõtetes tsehhi või vahetuse tööliste ja teenistujate koosolekutel, väikestes ettevõtetes ja asutustes — tööliste ja teenistujate üldkoosolekutel. Ühiskondlike kontrolöride tegevust juhivad käitis- ja asutusekomiteed. Neis ettevõtetes, kus on tööliste varustamise osakonnad, valitakse üheks aastaks kontrolli- ja revisjonikomisjonid.

Ühiskondlikud kontrolörid peavad tundma kaubanduse eeskirju, orienteeruma raamatupidamislikus aruandluses, hindade kalkulatsioonides ja hinnakirjades. Nad taotlevad seda, et nende poolt avastatud puudused kõrvaldataks ja neis süüdi olevaid isikuid karistataks.

Kaubandusorganisatsioonid ja -ettevõtted annavad ametiühingukomiteedele ühiskondlike kontrolöride väljaõpetamiseks igakülgset abi, tehes oma kvalifitseeritud spetsialistidele ülesandeks tutvustada kontrolöre kaubanduse eeskirjadega, NSV Liidu Kaubandusministeeriumi käskkirjade ja juhenditega. Kaubandusettevõtetes tuleb pidada ühiskondlike kontrolöride poolt esitatavate ettepanekute ranget arvestust.

Avastatud puuduste kõrvaldamiseks tuleb kõige kiiremas korras võtta tarvitusele vajalikud abinõud.

Ühiskondlikku kontrolli teostavad samuti kohalike töörahva saadikute nõukogude kaubanduskomisjonid. Viimased kontrollivad kaubandusorganisatsioonide ja -ettevõtete tööd ning valmistavad ette kohalike nõukogude täitevkomiteede neid otsuseid, mis on suunatud kaubanduse paremale organiseerimisele.

Kooperatiivkaubanduses teostavad ühiskondlikku kontrolli liikmete üldkoosolekutel valitud kaupluste ja sööklate komisjonid.

Massiline ühiskondlik kontroll tõhustab edukat võitlust kaubanduses esinevate puuduste ja kuritarvitustega.

KÜSIMUSI JA ÜLESANDEID

1. Milliseid Nõukogude kaubanduse vorme te tunnete?
2. Kuidas juhitakse Nõukogude kaubandust?
3. Kuidas on organiseeritud tööstuskaupade jaekaubandus NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemis?
4. Loetlege linnas, kus te elate, riikliku ja kooperatiivkaubanduse organisatsioonid, kellel on jaevõrk.
5. Kirjeldage, kuidas on organiseeritud kultuurikaupade kaubandus NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemis.
6. Missugusesse kaubandussüsteemi kuulub kauplus, kus teie töötate? Joonistage oma kaubandussüsteemi (-organisatsiooni) organisatsioonilise strktuuri skeem.

7. Missugused eelised on kauplusel väikejaekaubandusega võrreldes?
8. Missugustesse tüüpidesse jagunevad kauplused kaubarühmalise tunnuse järgi?
9. Mis tüüpi on see kauplus, kus teie töötate?
10. Loetlege Nõukogude kaubanduse kontrollorganid.

II PEATÜKK

KAUPLUSE PLANEERIMINE JA SISUSTAMINE

Kaupluse õigel planeerimisel ja sisustamisel on kultuurse Nõukogude kaubanduse organiseerimiseks suur tähtsus.

Kaupluse planeerimisel ja sisustamisel tuleb soodustada paremate tingimuste loomist ostjate teenindamiseks. Kaupluse ehitamisel tuleb kindlustada võimalikult paremad töötingimused müüjatele ja teistele kaubandustöötajatele. Lõpuks on vaja luua normaalsed tingimused kaupade vastuvõtmiseks, hoidmiseks ja müügiks ettevalmistamiseks.

Selleks et kergendada kaupluste ehitamist ja nendele sisustuse valmistamist, on NSV Liidu Ministrite Nõukogu juures asuv Ehitusasjade Komitee kinnitanud kaubanduslike ehituste normatiivid, NSV Liidu Kaubandusministeerium aga on kindlaks määranud kaupluste ja nende sisustuse kohustuslikud tüübid ning välja töötanud ja kinnitanud kaupluste tüüpprojektid.

Valitsuse otsuse kohaselt tuleb kaupluste jaoks ette näha enam kui kahekorruseliste ehitatavate elumajade alumised korrused; kuni kahekorruselistes majades tuleb kaupluste jaoks eraldada osa esimesest korrusest. Ühekorruseliste elumajadega alevite projekteerimisel tuleb ette näha spetsiaalsed ruumid kaupluste ja sööklate jaoks.

Nende abinõude rakendamise tagajärjel avatakse palju hästi sisustatud kauplusi.

1. Kaupluse ruumide liigid, nende paigutus

Kultuurikaupade kaupluste töö erinevused, nende kaupade keerukas vastuvõtmine, töötlemine ja ettevalmistamine müügiks, rea kultuurikaupade keerukas müük jne. — kõik see kutsub esile vajaduse mitmesuguste spetsiaalsete ruumide järele.

Nende ruumide iseloom, mööbel ja arv sõltuvad kaupade sortimendist ja kaupluse suurusest.

Põhiliselt koosnevad kaupluse ruumid järgmistest osadest:

1) müügisaal (müüjate töökohad, ruum ostjate jaoks);
2) ruum kaupade hoidmiseks ja töötlemiseks (kaupluse laoruumid, mitmesugused töökojad);

3) administratiiv-kontoriruumid (kaupluse kontor, direktori kabinet jne.);
4) elukondliku teenindamise ruum (puhketuba, riietusruum jt.);
5) tehnilised abiruumid (kütteseadmete jaoks, ventilatsiooniruum jms.).

Paljudel kauplustel on hoopiski vähem ruume, näiteks ainult müügisaal, kaupluse laoruumid, kontor ja puhketuba.

Suurtes kauplustes, eriti universaalkauplustes on palju rohkem ruume. Lisaks administratiivruumidele on siin komandandi ja valvetoad, ühiskondlike organisatsioonide tuba; elukondliku teenindamise ruumides võib olla meditsiiniline punkt ja juuksur; tehnilistele abiruumidele lisanduvad veel: raadiosõlm, telefoni keskjaam, dekoreerimistöökoda, jooksva remondi töökoda jne.

Kõik need kaupluse ruumid on paigutatud selliselt, et müügisaalil ja abiruumidel oleksid eraldi välisuksed. Elukondlikud ning administratiiv- ja kontoriruumid planeeritakse selliselt, et neid oleks võimalik kasutada sõltumata teistest ruumidest, näiteks pärast kaupluse müügisaali ja laoruumide sulgemist. Kaupluse planeerimisel tuleb vältida läbikäidavaid ruume.

Keskkütteruum, söeruum, ventilatsiooniseadmete ruum planeeritakse selliselt, et need oleksid isoleeritud kõigist teistest ruumidest.

Kõik abiruumid ei saa paikneda kaupluse esimesel ja teistel korrustel, seepärast peab osa ruume asuma kaupluse keldrikorrusel. Tavaliselt asuvad keldrikorrusel kaubalaod, peamiselt selliste kaupade jaoks, milliste müügiks ettevalmistamine võib toimuda kunstliku valgusega, samuti niisugused ruumid, nagu majandusladu, riietusruum, remondi- ja mehaanikatöökoda, duširuum, tualetiruum jt.

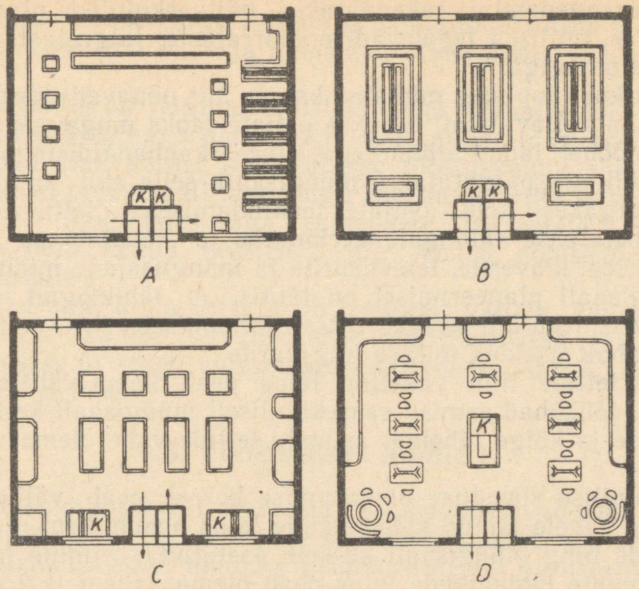
Töö hõlbustamiseks peaksid lao- ja abiruumid asuma sektsioonide lähedal. Tähtis on samuti, et administratiiv-kontoriruumid asuksid sobival kaugusel kaupluse müügisaalist ning lao- ja abiruumidest.

2. Müügisaali planeerimine

Müügisaal koosneb kolmest osast: 1) müüjate töökohad, 2) pindala ostjate jaoks, 3) spetsiaalseks ostjate teenindamiseks ettenähtud ruumid (proovimisruumid, fotopimikud, kabiinid grammofoniplaatide kuulamiseks jne.).

Müügisaali planeerimise viisid

Kaupluse sisustamisel on kõige olulisem müügisaali planeerimine. Kaubandus praktikas on müügisaali planeerimisel välja kujunenud kolm peamist vormi: lineaarselt, saarekujuliselt ja näitusekujuliselt (joonis 1).



Joonis 1. Müügisaali planeerimise vorme:
A — lineaarselt paigutatud töökohtadega müügisaal, *B* — saarekujuliste töökohtadega müügisaal, *C* ja *D* — näituseruumina kujundatud müügisaal

Lineaarse planeerimise korral, milline süsteem on meie kauplustes kõige enam levinud, paigutatakse letid, riiulid, kapid seinte äärde, kusjuures töökohad moodustavad pideva joone. Selline planeerimine võib olla: a) üheliiniline (kui letid on asetatud ühes sirges liinis); b) paralleelne (kui letid on asetatud kahes liinis piki kaht külgmist seina); c) nurkasetusega; d) kolmekülgne; e) neljakülgne (kui letid on asetatud piki kõiki müügisaali seinu).

Saarekujulise planeerimise korral asuvad müüjate töökohad müügisaalis üksteisest eraldatud saarekestena. Saarekesed on moodustatud ringikujuliselt, ovaalselt või ristkülikukujuliselt paigutatud lettidest. Saarekese keskele on harilikult paigutatud kapid ja vitriinid.

Saarekujulist planeerimist kasutatakse tavaliselt väga suurtes kauplustes, lisaks lineaarsele, samuti selliste kaupade müümiseks, nagu kooli- ja kirjutustarbed, mänguasjad jms.

Näitusekujuline planeerimine erineb teistest eelkõige selle poolest, et töökohad on lahtised ja varustatakse ainult kaupade paigutamiseks ja näitamiseks vajaliku sisustusega — stendide, vitriinide, laudade ja astmestikega, millele paigutatakse kaup kas lahtiselt või klaasi taha. Selliselt planeeritud müügisaal muutub kaupade näituseks.

Kaupa väljastavad müüjad, kes asuvad vitriinide, astmestike, stendide ja laudade vahel.

Kõige sagedamini rakendatakse näitusekujulist planeerimist kauplustes, millised tegelevad mootorrataste, jalgrataste ja mänguasjade müügiga.[1]

Juhul kui kaupluses müüakse kaupu, mis nõuavad pikemaajalist vaatlust ja väljavalikut, luuakse ostjate jaoks mugavam sisustus. Pehme mööbel, lauad albumitega, alused kaubanäidistega, stendid jm. — kõik see paigutatakse müügisaali, selle abil kujundatakse eraldi nurgakesi, kohti ostjate teenindamiseks. Sellist planeerimist nimetatakse **salongplaneerimiseks** ja kasutatakse maalide, skulptuuride, klaverite, televiisorite ja mänguasjade müümisel.

Müügisaali planeerimisel on tähtis, et läbikäigud sisustuse vahel oleksid küllalt avarad ostjate liikumiseks ja et ostjad pääseksid vabalt ükskõik millise leti juurde.

Kahe lettide liini vaheline laius peab olema vähemalt 5 m. Juhul kui töökohad asuvad saarekujuliselt müügisaali keskel, peab saarekeste ja kõige lähemal asuvate lettide vahe olema vähemalt 3,5 m.

Üheliinilise sisustuse paigutamise korral peab välisseina ja lettiderea vahele jäetud vahekäikude laius olema 3 m.

Lettide ning müügisaali keskele asetatud vitriinide ja mööbli vahel asuvate läbikäikude laius peab olema vähemalt 2 m.

Minimaalseks müügisaali kõrguseks on ette nähtud 3 m.

Müügisaal peab olema planeeritud selliselt, et seda pärast müügiaja lõppemist oleks võimalik isoleerida ülejäänud ruumidest.

Kaupade paigutus müügisaalis

Kaupade müügi organiseerimiseks on müügisaali õige planeerimise kõrval tähtis koht ka töökohtade õigel paigutamisel ja spetsialiseerimisel.

Spetsialiseerimine peab toimuma vastavalt sortimendile, selle ulatusele. Nii näiteks on ainult koolivihikute müümiseks ettenähtud töökoht kitsalt spetsialiseeritud.

Siin arvestatakse eeskätt ostjate nõudmist ühtede või teiste kaupade järele. Nõudmiselt lähedased kaubad paigutatakse tavaliselt kõrvuti. Näiteks asuvad kooli- ja kirjutustarvete kõrval mänguasjad, grammofoniplaatide kõrval asuvad grammofonid, raadiode ja televiisorite kõrval asub raadiotarvete sektsioon, ning lõpuks — universaalkaupluses paigutatakse kõik kultuurikaupade rühmad kokku, ühele korrusele.

Kaubasektsioonide paigutamisel tuleb tingimata arvestada üksikute kaubarühmade spetsiifikat, s. t. tuleb luua sellised tingimused, kus ühe kauba müük ei sega teiste kaupade müüki. Ei tohi näiteks grammofoniplaatide sektsiooni paigutada raadiotarvete

[1] Tänapäeval on näitusekujuline planeerimine rakendatud kõigis kauplustes, kus on üle mindud uutele teenindamisvormidele. (Toim.)

või muusikariistade kõrvale, kuna grammofoniplaatide mängimine segab raadiovastuvõtjate ja muusikariistade kuulamist ning valikut.

Väga tähtis on jälgida, et ostjal oleks võimalik soetada tihti nõutavaid kaupu, nagu näiteks kantseleikaubad ning kooli- ja kirjutustarbed. Sellepärast paigutatakse tööstuskaupade kauplustes need kaubad müügisaali sissekäigu lähedusse, mitmel majakorral asetsevates kauplustes aga esimestele korrustele. Seejuures müüakse neid kaupu tavaliselt kahes kohas, põhisektsioonis ja eraldi kioskites.

Kaubad aga, mida ostja peab hoolikalt valima, kuulama jne., nagu näiteks raadiod, televiisorid ja muusikariistad, tuleb paigutada müügisaali kõige vaiksematesse osadesse, sinna, kust kõik ostjad läbi ei lähe.

3. Töökohtade tüübid

Kaupluse müügisaali tähtsama osa moodustavad **müüjate töökohad,** mille all mõistetakse seda osa müügisaalist, mis on määratud ühele müüjale või müüjate grupile ning on varustatud kauba paigutamiseks, näitamiseks ja müümiseks vajaliku sisustusega.

Müüjate töökohad peavad vastama järgmistele nõuetele:

1. Peavad võimaldama ostjal kaupu mugavalt vaadelda, samuti neid proovida (näiteks üleskeeratavad mänguasjad) jne.
2. Töökohtade seadised peavad võimaldama müüjal mugavalt ja kaunilt paigutada kaupa vajalikus sortimendis ja koguses.
3. Peab võimaldama müüjal oma tööd ratsionaalselt organiseerida, mis saavutatakse ülearuse paigalt liikumise ning tarbetute liigutuste vältimisega. Töökohal peab kõik käepärast olema.

Müüjate töö üldise organiseerimise seisukohast vaadatuna on töökohti kaht tüüpi: 1) **individuaalsed** töökohad, mille puhul müüjal on oma, ainult tema jaoks ettenähtud sortiment, kaubavaru ja väljastamise koht; 2) **rühmalised** (ehk brigaadsed) töökohad, mille puhul müüjate rühm saab ühise leti ja kappide tsooni ning ühise kaubavaru. Seejuures on kauba müümise kohad aga harilikult individualiseeritud: iga müüja saab omaette letiosa, kasutades ühist kaubavaru.

Individuaalseid töökohti rakendatakse kõige sagedamini sel juhul, kui üksikuid kaupu antakse välja müümiseks materiaalselt vastutavale müüjale või kui mingi kaup paigutatakse teistesse sektsioonidesse kaaskaubana. Näiteks kui kultuurikaupade sektsioonis või osakonnas organiseeritakse spetsiaalsed töökohad grammofoniplaatide müümiseks või kui suurtes kauplustes organiseeritakse kooli- ja kirjutustarvete müüki omaette kioskitest.

Mõnikord ei ole müüjatel täpselt kindlaksmääratud töökohti, kusjuures nende töötsooniks on kogu kauplus või suur osa sellest, näiteks skulptuuride, maalide, klaverite, mootorrataste ja jalgrataste müümiseks ettenähtud kauplustes.

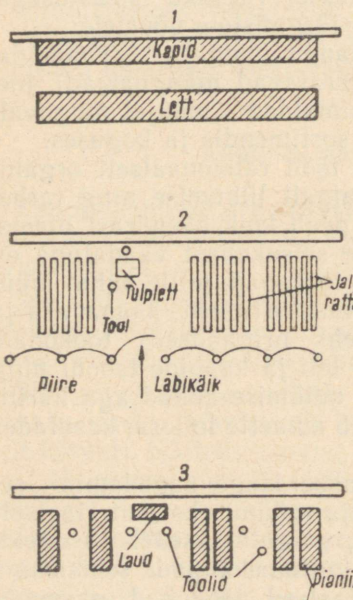
Rühmalised (brigaadsed) müüjate töökohad on kultuurikaupade kaubanduses peamiseks tüübiks, kuna need võimaldavad keeruka sortimendiga kaupade müümisel, ühest küljest, neid õige suures valikus ostjale mugavalt ja süstematiseeritult välja panna, teisest küljest aga palju täielikumalt ja mitmekülgsemalt teenindada ostjaid.

Suur tähtsus ostjate teenindamise kultuuri tõstmisel ja müümise ratsionaliseerimisel on töökohtade planeerimisel; s. t. seadmete ja inventari õigel paigutamisel müüjate töökohale.

Kultuurikaupade kaupluste töös on välja kujunenud järgmised töökohtade planeerimise liigid.

Kinnised töökohad on sellised, mille puhul müüja on ostja jaoks ettenähtud saaliosast letiga eraldatud. Ostja ei pääse leti taha. Seda tüüpi töökohti rakendatakse kantseleikaupade, kooli- ja kirjutustarvete, raadiotarvete jt. juures.

Poolkinnised töökohad eraldavad ostja jaoks ettenähtud saaliosa tulplettidega, mille vahel on läbikäigud müüjate töökohtadele. Sellise planeerimise viisi korral võib ostja pääseda müüja töökohale, kus asuvad kaubad. Nii näiteks on organiseeritud jalgrataste, mootorrataste, spordijalatsite, uiskude ja uisusaabaste ning teiste kultuurikaupade müük.



Joonis 2. Töökohtade planeerimise liigid:
1 — kinnised, *2* — poolkinnised, *3* — lahtised

Lahtiste töökohtade all olev müügisaali pind ei ole eraldatud lettide ega tulplettidega, vaid sulab ühte ostjatele määratud pindalaga.

Lahtiseid töökohti rakendatakse skulptuuride, maalide, klaverite, autode ja sportimiseks vajalike suurte esemete müümiseks.

Näitliku ülevaate töökohtade kirjeldatud planeerimisest annab joonis 2.

Töökohtade planeerimine sõltub ka kaupluse akende asukohast. Nii näiteks ei sobi müügirinde pikkuselt asetsevate kappide ja lettidega töökohad vaateakendega fassaadseina äärde. Siin on kohasem kappide **sektsiooniline** paigutus. Sellise planeerimise puhul asetatakse kapid risti seinaga, et nad ei varjaks päevavalgust.

Töökohtade sektsioonilist paigutust rakendatakse selleks, et ruumi pääseks rohkem loomulikku

valgust, ja ka selleks, et ratsionaalsemalt kasutada müügisaali pindala.

Töökoha pikkus sõltub kaubast, müüja töötingimustest ja töökohtade arvust sektsioonis.

Keeruka sortimendiga kaubad, samuti kogukad kaubad, mis võtavad enda alla palju ruumi, nagu näiteks muusikariistad, mänguasjad, sporditarbed, vajavad loomulikult ka suurt müügirinnet.

Peale sortimendi mõjutab töökoha pikkust kauba müügiga seoses oleva töö protsess. Nii näiteks nõuab letil toimuv kauba näitamine, et lett oleks vähemalt 2 m pikk; väiksem töökoha pikkus toob endaga kaasa ebamugavusi ja häirib müüja tööd.

Vastavalt neile erinevustele on töökoha pikkus teatavatele kaubarühmadele kindlaks määratud järgmiselt:

a) kantselei-, fototarbed — 2 m;

b) raadiotarbed, muusikariistad, spordi- ja jahitarbed — 2,5 m;

c) mänguasjad ja segasortimendiga kultuurikaubad — 3 m.

Kui ühe või teise kaubarühma jaoks organiseeritakse üks müüja töökoht, siis suurendatakse selle pikkust 0,5 m võrra. Selline töökoha müügirinde pikendamine on vajalik seetõttu, et suurenevad kaubavarud müüja töökohal. Kahe-kolme töökohaga sektsioonis kasutavad müüjad ühiseid kaubavarusid, mis vähendab müüja töökohal tarvet ostjate nõudmise rahuldamiseks vajalike kaubavarude järele.

Töökohtade organiseerimisel segasortimendiga kaupade müügiks määratakse kahe-kolme kaubarühma sortimenti hõlmava töökoha pikkus selle kaubarühma normatiivi järgi, mille osatähtsus ja kauba mõõtmed on kõige suuremad.

Töökoha sügavuse moodustavad leti laius, kapi sügavus ja müüja jaoks ettenähtud vahekäigu laius. Leti ja seinaäärsete seadiste vahele jääva vahekäigu laiuse määramisel arvestatakse kauba kogukust ja selle kauba müügiga seoses oleva töö tingimusi. Leti laius ja kapi sügavus on erinevad, kusjuures nende suurus sõltub kauba iseloomust.

Töökoha pindala määratakse töökoha pikkuse korrutamisel töökoha sügavusega. Näiteks on vaja määrata fototarvete müüja töökoha pindala. Fototarvete jaoks vajaliku töökoha pikkus on 2 m, laius — 2,1 m (leti laius 0,7 m, vahekäigu laius 0,8 m ja kapi alumise osa laius 0,6 m). Järelikult moodustab töökoha pindala ühe müüja kohta 2,1 m×2 m=4,2 m².

4. Töökohtade sisustamine kaubarühmade järgi

Kogu kaupluse ja üksikute müüjate töökohtade organiseerimisel on suur tähtsus kaubanduslikul sisustusel.

Sellest, kuivõrd sobiv on ja kuivõrd õigesti on sisustus müüja töökohale paigutatud, sõltub suurel määral nii müüja tööjõudlus kui ka ostja teenindamise kvaliteet.

Millistele nõuetele peab siis sisustus vastama?

Eelkõige peab sisustus tagama ostjate kõrgetasemelise teenindamise. Selleks peab sisustus olema kohandatud kauba näitamise ja müümise tingimustele. Kappidesse paigutatud kaubad peavad ostjale olema hästi nähtavad, müüjal aga peab olema hõlpus kaupa kapist võtta, seda ostjale näidata ja kappi tagasi panna.

Sisseseade peab soodustama müüja tööd ja tema töökoha õiget organiseerimist.

Müüja töövõtete teadusliku uurimise alusel on leti piirkõrguseks määratud 90 cm. See kõrgus vastab müüja allalastud käe randme kõrgusele. Kui lett on madalam kui 90 cm, peab müüja töötama kummargil, kui aga lett on kõrgem kui 90 cm, peab müüja kaupa letile asetades hoidma käsi üleval.

Sisustus tehakse nii kõrge, et keskmist kasvu letitöötaja ulatuks kaupa kapist või riiulilt võtma, ilma et tal tarvitseks kasutada jalapinki või muid abinõusid kauba kättesaamiseks.

Kauba paigutamise piirkõrguseks on 170 cm (ülemise riiuli kõrgus). See kõrgus on sobiv kaupade võtmiseks ülemiselt riiulilt, ilma et tarvitseks kasutada jalapinki või muid abinõusid kauba kättesaamiseks. Kapi kõrguseks on 210 cm, koos karniisiga — 220 cm.

Väga oluline on, et sisustus oleks ümberpaigutatav ja võimaldaks üksikuid sektsioone kergesti ümber planeerida või ühtesid sektsioone teistega asendada. Selleks valmistatakse tüüpsisustuse kapid ja letid 1,0—1,5—2,0 meetri pikkuste iseseisvate osadena.

Et kaup ei tolmuks ja müüja ei tarvitseks selle kättesaamiseks põrandani kummarduda, peab kappide alumiste riiulite kõrgus põrandast olema vähemalt 25—30 cm.

Kauplustes kasutatava sisustuse suur erinevus ja selle kasutamise massilisus nõudsid ühelaadiliste kaupade jaoks ettenähtud seadmete ühtsete tüüpide ja mõõdete kindlaksmääramist, mis tagaksid kaupade paremat näitamist ja hoidmist ning sisustuse valmistamiseks vajalike kulutuste vähendamist, kusjuures oleks arvestatud ka müüja tööd. Selleks oli vaja tüüpsisustused **standardiseerida.** Üleliidulised riiklikud standardid (ГОСТ) on kindlaks määratud nii lettidele (ГОСТ 4866-49) kui ka kappidele (ГОСТ 4894-49).

Kõigi uute avatavate kaupluste sisustus peab vastama kindlaksmääratud standarditele.

Sisustuse standardiseerimine võimaldab organiseerida selle tehaselist tootmist, mis omakorda võimaldab vähendada selle hinda, võimaldab kiiremat valmistamist, aidates mõningal määral kaasa kaupluste avamise kiirendamisele.

Otstarbe seisukohast jaotatakse sisustus kolmeks all-liigiks: letid, seinaäärne sisustus ja abisisustus.

Letid jagunevad lettideks ja tulplettideks, milledel näidatakse, mõõdetakse ja pakitakse kaupu.

Seinaäärseks sisustuseks on kapid, riiulid, astmestikud ja

stendid, milliseid kasutatakse kaupade paigutamiseks ja hoidmiseks.

Abisisustuseks on mitmesugust tüüpi vitriinid müügilolevate kaupade väljapanemiseks.

Seda sisustust paigutatakse müüjate töökohtadele mitmesugustes kombinatsioonides.

Mänguasjade müüja töökoht

Olenevalt kaupade sortimendist on mänguasjade müüja töökohti kolme liiki: 1) harilikud, 2) trekiga — üleskeeratavate mänguasjade ja elektriraudtee demonstreerimiseks, 3) eraldatud kõrgendatud pindalaga suurte mänguasjade — laste jalgrataste ja vankrite — jaoks.

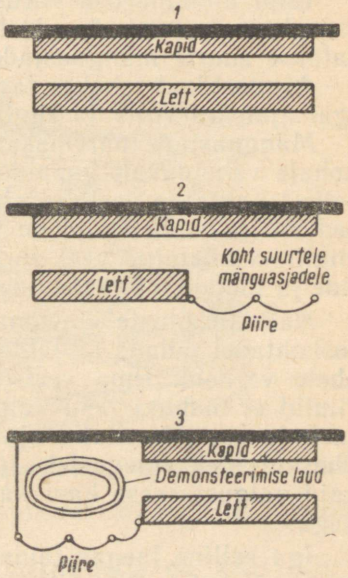
Müüja töökohta lihtsa sortimendiga mänguasjade müümiseks ei ole raske organiseerida (joonis 3, *1*).

Keerukam on mänguasjade müüja töökoha organiseerimine juhul, kui sortimendi hulka kuuluvad pedaalidega lasteautod, laste jalgrattad, ning talveperioodil laste kelgud. Kui kaupluse suurus seda võimaldab, eraldatakse nende kaupade jaoks väike platvorm otse töökohal või selle lähedal. Osa letist asendatakse metallvarrastest või plüüšnöörist barjääriga. Seda platvormi kasutatakse suurte esemete paigutamiseks (joonis 3, *2*).

Kõige keerulisem on müüja töökoha organiseerimine siis, kui sel lele ehitatakse platvorm üleskeeratavate rongide või elektriraudtee demonstreerimiseks. Esimesel juhul eraldatakse töökohal ümmargune platvorm, läbimõõduga 1 m. Elektriraudtee demonstreerimiseks on vaja juba platvormi, mille pindala on umbes 3 m², võttes enda alla suurema osa töökohast. Sel juhul organiseeritakse töökoht hoopis teisiti (joonis 3, *3*).

Elektriraudtee ülesseadmise tõttu peab müüja töökoht olema tunduvalt suurem. Raudtee mudel on soovitav üles seada sektsiooni nurkmisse ossa, et see ei katkestaks müügijoont. Elektriraudtee töölerakendamiseks varustatakse töökoht elektrilülitiga.

Töökoht mänguasjade müügiks varustatakse tavaliselt kappidega.



Joon. 3. Töökohtade planeerimine mänguasjade müügiks:
1 — lihtsa sortimendi korral, *2* — suurte mänguasjade müümiseks, *3* — sel juhul, kui on olemas platvorm elektriraudtee demonstreerimiseks

Riiulite sügavus nende ülemises osas on 40 cm, alumises — 60 cm. Sealjuures tehakse kapi alumine osa letiga ühekõrgune, s. o. 90 cm.

Kapi alumine osa on ülemisest osast 20 cm laiem. See ette-ulatuv osa ja letiga ühekõrguse osa laiemad, 60 sentimeetrilised riiulid, mis eraldavad kapi ülemise osa alumisest, tehakse selleks, et suurendada kaupade töövaru, paigutada neid virnadena, ridadena jne. Selliseid kappe nimetatakse kaubanduses eendiga kappideks ehk puhvetitüüpi kappideks, millised erinevad tavalistest kappidest selle poolest, et viimaste alumine osa ei ole ülemisest laiem ning selle riiulid nii alumises kui ülemises osas tehakse ühelaiused.

Mänguasjade kapi ülemises osas seatakse üles üks harilik riiul, 65 cm kõrgusele kapi etteulatuvast osast, ja kaks kolmeastmelist astmestikku. Selliselt suureneb riiuli mahutavus ja väljapandav kaup on paremini nähtav (joonis 4).

Selleks et ostjal oleks võimalik kapi astmestiku tagumisse ossa asetatud kaupa hästi näha, valgustatakse seda kapi sisemusest mattklaasiga hajutatud elektrivalgusega. Riiulite sisevalgustus on vajalik selleks, et tõsta esile väljapandud mänguasjade värvikküllust.

Kapi alumine osa varustatakse ühe või kahe riiuliga kaubavarude paigutamiseks või tehakse hoopis ilma riiuliteta ja kasutatakse suurte mänguasjade paigutamiseks.

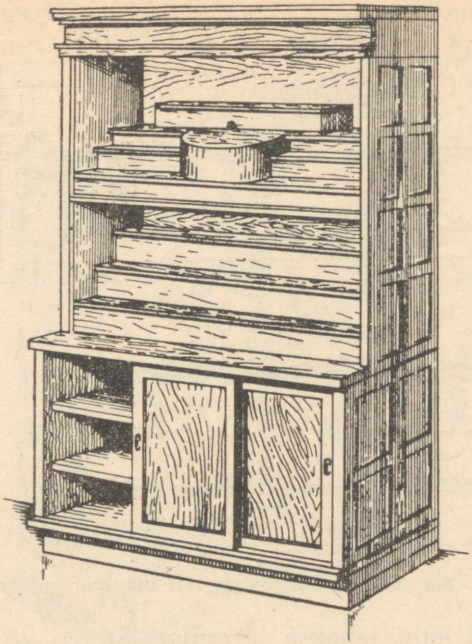
Astmestikud tehakse tavaliselt äravõetavad. Neid on võimalik igal ajal ära võtta ja riiulitega asendada.

Mänguasjade paremaks näitamiseks paigutatakse müüja töökohale vahelduvalt kappidega lahtised vitriin-astmestikud. Peale selle tehakse ka veel spetsiaalselt kujundatud astmestikke. Lahtised vitriin-astmestikud on peale kaupade paigutamiseks vajalike riiulite varustatud veel metallvarbadega võrkudes asuvate pallide ja muude mänguasjade riputamiseks.

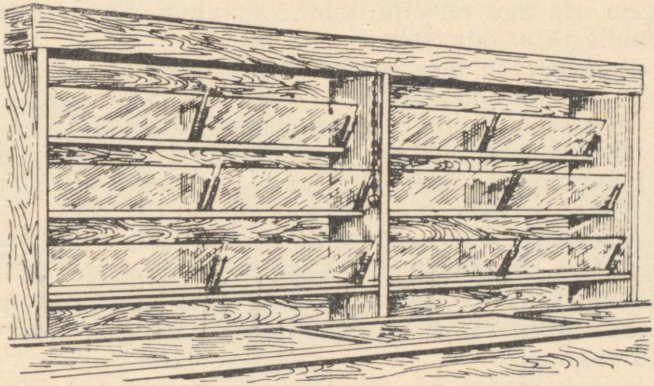
Näärikingituste elavama nõudmise perioodil tuleb müüjate töökohtadel pidada küllaldase suurusega eri liiki mänguasjade ja ehete varusid. Ilma spetsiaalsete abivahenditeta harilikud kapi riiulid ei mahuta neid kuigi palju. Seepärast on otstarbekohane jaotada kappide riiulid ajutiselt klaasist vaheseintega väikesteks ühesuurusteks laegasteks (joonis 5). Klaasist vaheseintega laekaid valgustatakse kapi karniisi taha paigutatud elektrilampidega.

Iga selline laegas täidetakse üht liiki ehetega, näiteks kuulikeste või kalakestega jne.

Leningradi Kultuurikaupade Kaubastu kauplustes kasutatakse kergesti purunevate õõnsast klaasist näärikuuse ehete töökohtadele toomiseks ja seal hoidmiseks karpe, millel üks külg on klaasist. Kergesti purunevad klaasehted pannakse karpi abiruumis ja tuuakse töökohale vastavalt vajadusele.



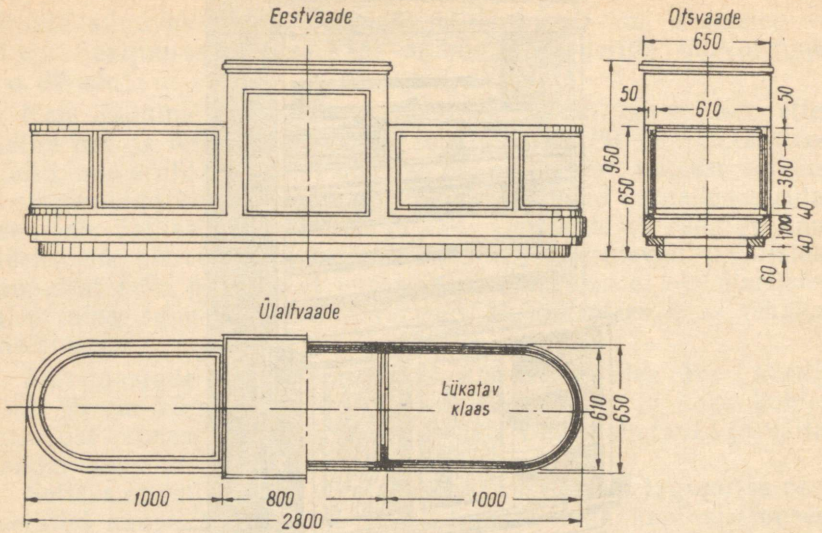
Joonis 4. Astmestikkudega kapp mänguasjade jaoks



Joonis 5. Klaasist vaheseintega laegasteks jaotatud kapp näärikingituste jaoks

Selliste karpide kasutamise tõttu väheneb klaasist näärikuuse ehete purunemine.

Mänguasjade jaoks kasutatavaid vitriin-lette on kaht tüüpi: hariliku kõrgusega ja madalaid. Esimesi tehakse kõrgusega kuni 90 cm ja laiusega 70 cm. Selliste lettide klaasitud vitriiniosa algab 40 cm kõrguselt põrandast. Selles letiosas seatakse üles kahe- või kolmeastmelised astmestikud, milledele paigutatakse näidatavad mänguasjad.



Joonis 6. Kahe erineva kõrgusega lett mänguasjade näitamiseks

Madalamad letid tehakse järgmise kujuga (joonis 6). Osa letist, kas keskkoht või kahemeetrilise sektsiooni ääreosad, on hariliku kõrgusega. Leti madalamal osal näidatakse mänguasju lastele, kõrgem osa aga on ette nähtud mänguasjade näitamiseks täiskasvanuile ja pakkimiseks.

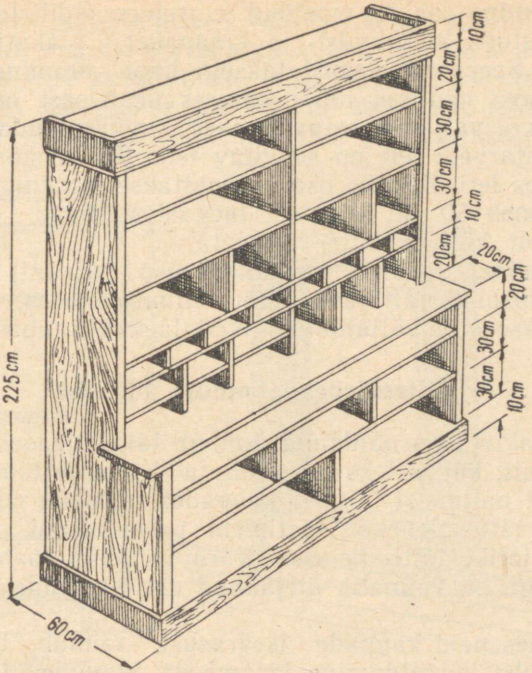
Kui selline lett on üles seatud tehnika-alaste mänguasjade sektsioonis, võib leti madalamaid osi kasutada mänguasjade demonstreerimiseks vajaliku spetsiaalsete vahendite ülesseadmiseks. Nii näiteks võib ühte madalasse letiossa paigutada üleskeeratavate mänguasjade demonstreerimise treki, teise aga teha mänguasjade basseini.

Spetsialiseeritud mänguasjadekauplustes ja lastetarvete kauplustes võib lette kujundada mitmesuguste figuuridena, näiteks ujuva linnuna, kellel on seljas kastikujulised vitriinid mänguasjadega, või vedurina, mis veab tillukesi, mänguasjade vitriine kujutavaid vaguneid.

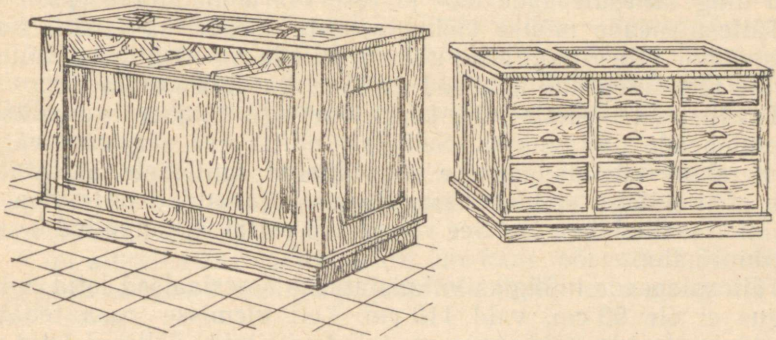
Müüjate töökohtades, kus müüakse üleskeeratavaid mänguasju, tehakse osa letti puust plaadiga ja madala äärisega üleskeeratavate mänguasjade demonstreerimiseks või kasutatakse ümberpaigutatavat trekki (vt. allpool).

Kantseleikaupade ning kooli- ja kirjutustarvete müüja töökoht

Kantseleikaupade jaoks võib kasutada samade mõõdetega kappe nagu mänguasjade jaokski — ülemiste riiulite sügavus 40 cm ja alumiste — 60 cm. Väikeste kantseleikaupade paigutamiseks riiulitele tarvitatakse kappidesse asetatavaid ühesuuruste



Joonis 7. Kapp kantseleikaupade jaoks



Joonis 8. Väljatõmmatavate laegastega vitriin-lett kantseleikaupade jaoks

laegastega kaste. Kastid tehakse kallakuga, kahe ülestikku asetsevate laegaste reaga.

Kastide mõõtmed ja kastide laegaste arv võivad olla erinevad, olenevalt riiulite suurusest. Kappidesse asetatavate kastide kasutamine võimaldab riiulitele hõlpsasti ära mahutada üsna palju müügiks vajalikke väikesi kantseleikaupu.

Kapi alumine osa on mõeldud suureformaadiliste paberipoognate (joonestus-, aleksandri- ja lauapaber, plakatid, kaardid) hoidmiseks. Seepärast varustataksegi kapi alumine osa 3—4 ümbertõstetava riiuliga, mille kaugus üksteisest on 10—15 cm (joonis 7), või väljatõmmatavate laegas-müügilaudadega.

Kantseleitarvete lett on soovitav teha 90 cm kõrge ja 70 cm lai, kusjuures leti ülemine osa varustatakse vitriiniga (joonis 8). Vitriin koosneb 50 cm laiustest laegastest, mida on võimalik müüjapoolselt küljelt välja tõmmata.

Leti ülemise, klaasiga varustatud osa (vitriini) alla tehakse riiul pakkimismaterjali jaoks. Leti alumises osas, müüjapoolsel küljel nähakse ette väljatõmmatavad laekad kaubavarude jaoks.

Täitesulepeade müüja töökoht

Nagu praktika on näidanud, toimub täitesulepeade müük hoopis edukamalt, kui selleks on eraldatud omaette töökoht.

Erinevalt paljudest teistest kaupadest ei nõua riiulitele väljaasetatavate täitesulepeade sortiment palju ruumi. Tavaliselt on müügiks vajalike täitesulepeade varu võimalik mahutada kahele riiulile. Seega on võimalik ülejäänud osa kasutada kaupade näitamiseks.

Arvestades neid kaupade iseärasusi, toimub täitesulepeade müüja töökoha korraldamine järgmiselt: kappide ülemistele riiulitele paigutatakse ettepoole kaldu asetsevad alused, millele kinnitatakse müügil olevate täitesulepeade näidised. Kapi ülemise osa alumist riiulit ja alumise osa riiuleid kasutatakse täitesulepea tindi ning täitesulepeade töö- ja reservvaru mahutamiseks.

Täitesulepeade müüja töökohta võib ehitada ka teisiti. Kapi sektsioonide ette riputatakse alused, millele on kinnitatud müügil olevate täitesulepeade näidised nii koos karbiga kui ka ilma.

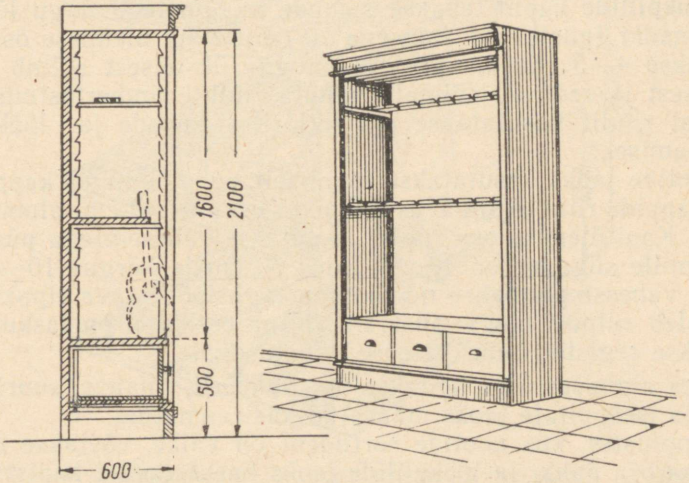
Tavalisi vitriin-lette võib kerge vaevaga ümber korraldada täitesulepeade näitamiseks. Selleks kinnitatakse sügavate väljatõmmatavate vitriini laegaste sisse liistud, milledele asetatakse teine põhi selleks, et tuua näitamiseks väljapandud täitesulepead vitriini klaasile lähemale. See võimaldab ostjal väljapandud kaupa paremini näha.

Täitesulepeade müügiks valmistatakse spetsiaalsed letid, mille kõrgus ei ole 90 cm, vaid 110 cm. Leti ülemisse ossa tehakse väljatõmmatavate põhjadega madalad vitriinid. Sellised letid on täitesulepeade müügiks hoopis kohasemad kui tavalised madalad letid.

Muusikariistade müüja töökoht

Muusikariistade müüja töökoht erineb teiste kaubarühmade müüjate töökohtadest sellega, et tema sisustamiseks on vaja spetsiaalset sisseseadet eri liiki muusikariistade paigutamiseks.

Rahvapillide paigutamiseks sobivad kõige paremini 60 cm sügavad kapid, mis on varustatud kolme ülestikku asetseva liistuga: ülemine liist kinnitatakse kapi lae alla, vahetult esikülje ligi, teine liist asetatakse 25—35 cm esimesest madalamale ja 20 cm sellest sügavamale, kolmas liist paigutatakse veel mada-



Joonis 9. Kapp keelpillide paigutamiseks

lamale ja sügavamale kui teine. Esimese liistu külge riputatakse lühemad pillid — balalaikad, teise liistu külge — dombrad ja mandoliinid, kolmanda liistu külge, kapi seinale kõige lähemale — kitarrid. Sellise paigutuse puhul on kõigi pillide pealiskatted hästi nähtaval ning iga pilli on kerge liistudelt maha võtta ja sinna tagasi panna.

Pillide kindlamaks paigutamiseks kappidesse tehakse liistudesse väljalõiked ja pillidele erilised alustoed (joonis 9). Toed ja väljalõiked kaetakse sametiga.

Kapi alumine osa varustatakse ühe-kahe, põrandast 50—60 cm kõrgusele asetatud riiuliga pillikastide, -kottide ja poognate paigutamiseks.

Lõõtspillide kapp varustatakse astmestikuliste riiulitega, kusjuures iga järgmine riiul tehakse 10 cm võrra kitsam allpool olevast. Esimene (alumine), 60 cm laiune riiul asetseb 50 cm kõrgusel põrandast, teine riiul on kinnitatud 45 cm võrra kõrgemale esimesest ja tehakse sellest 10 cm võrra kitsam (laius 50 cm), kolmas riiul asetseb 35 cm võrra kõrgemal teisest ja tehakse 40 cm laiune, ning lõpuks, neljas riiul asetatakse 35 cm võrra kõrgemale kolmandast, selle laiuseks on 35 cm.

Kapi ülemises osas paigutatakse karniisi taha mattklaasist

elektrilambid. Sellise valgustuse puhul on ostjail võimalik kõiki kappi asetatavaid lõõtspille paremini näha.

Kapi alumine osa varustatakse riiulite või väljatõmmatavate laegastega, mida kasutatakse vutlarite, rihmade, vajalikke vahendeid (lõõtsanurgad, klahvinööbid jne.) sisaldavate karpide, iseõppijaile vajalike õpikute paigutamiseks.

Puhkpillide kapid tehakse samade mõõtmetega nagu lõõtspillide omadki (püstkapid, laiusega 70 cm). Kapi ülemisse ossa paigutatakse 4—5 riiulit, viimaste kaugus üksteisest sõltub pillide kõrgusest ja seda on võimalik muuta riiulite ümbertõstmise teel. Alumist riiulit kasutatakse pillivutlarite, -kottide ja löökpillide paigutamiseks.

Nootide jaoks kasutatakse tavaliselt puhveti tüüpi kappi. Selliste kappide riiulite sügavus ülemises osas on 40 cm, alumises — 60 cm. Kapi ülemise osa riiulid jaotatakse vaheseintega püstvahedeks, mille sügavus on 40 cm, laius 30 cm ja kõrgus 10—12 cm. Igasse vahesse pannakse noodimapp tagasipööratava rippklapiga, mis suleb allpool oleva püstvahe. Kapi eesküljel on tasku, kuhu pannakse register muusikateose nimetusega.

Kapi alumises osas hoitakse noodipaberit, -mappe, suuri partituure ja iseõppijate jaoks määratud käsiraamatuid.

Kauplustes, kus nootide sortiment on väike, võetakse nootide alla üks osa puhk- ja löökpillide jaoks kasutatavast kapist.

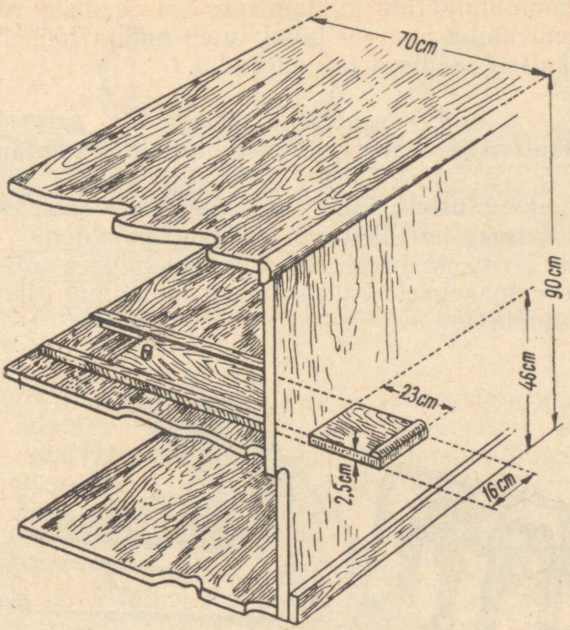
Muusikariistade kauplustes ja sektsioonides kasutatakse lette muusikariistade näitamiseks ostjatele ning samuti sissepakkimiseks. Seepärast on otstarbekohane, et klaasist vitriiniga lett vahelduks iga meetripikkuse vahemaa tagant puust letiga (vitriinita). Leti kõrgus koos vitriiniga on 100—105 cm. Vitriinid tehakse puust, pikkusega 1—1,5 m, kusjuures nende ülemine plaat ja ostjatepoolne külg on klaasist. Vitriinide klaasist osa kõrgus on tavaliselt 12—15 cm. Vitriine võib teha selliselt, et need moodustavad letiga ühtse terviku, või jälle eraldi 90 cm kõrgusele ja 70 cm laiusele puust letile tõstetavate ja sellelt mahavõetavate osadena.

Vitriine võib teha hingedel liikuvate ustega või väljatõmmatavate laegas-müügilaudadega.

Leti alumisse ossa tehakse laekad pillikeelte, üksikosade ja teiste tarvete jaoks. Pillikeelte laekad jaotatakse pikuti laegasteks, kuhu keeled asetatakse numbrite järjekorras.

Lettide puust plaadid on soovitav katta mööbliriidega, et pille ja grammofoniplaate ostjatele näitamisel ei vigastataks.

Bajaanide ja lõõtspillide müüja töökohale on otstarbekohane leti ostjapoolsele küljele teha väljatõmmatav riiulike — alustugi (joonis 10). Ostetava bajaani ja lõõtspilli proovimisel võib ostja toetuda jalaga sellele riiulikesele, mis tunduvalt kergendab muusikariista proovimist. Kui riiulikest-alustuge ei kasutata, lükatakse see leti sisse.



Joonis 10. Leti väljatõmmatav alustugi ostetavate bajaanide ja lõõtspillide proovimise kergendamiseks

Väga oluline on varustada müüja töökoht vajalike tööriistadega. Muusikariistade müümisel peavad töökohal olema: lapiktangid, väike kruvikeeraja, pehme hari ja flanellist lapp.

Grammofoniplaatide müüja töökoht

Grammofoniplaadid on kaup, mille müük vajab erilist organiseerimist. Peale selle, et ostjaid tutvustatakse grammofoniplaatide rikkaliku nimestikuga (grammofoniplaatide kataloog sisaldab üle 4000 nimetuse), tuleb neile luua ka mugavad tingimused grammofoniplaatide valimiseks ja kuulamiseks.

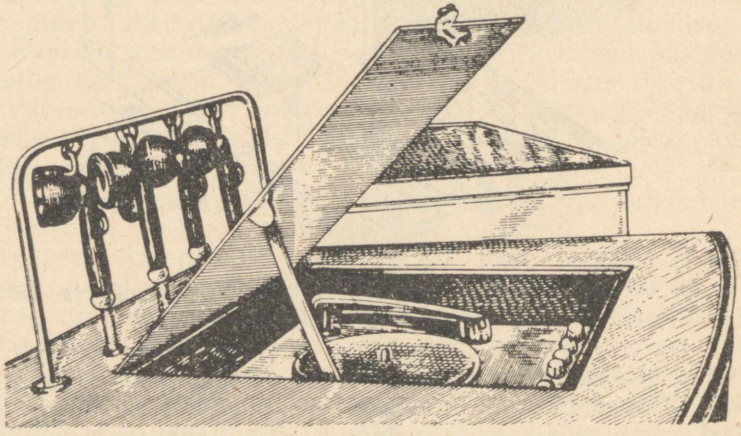
Käesoleval ajal kasutatakse grammofoniplaatide kuulamiseks järgmisi mooduseid: kuulamine tavalise grammofoni või raadio abil, kuulamine spetsiaalsete seadmete abil, kuulamine helijuhtimise süsteemi abil ja lõpuks, grammofoniplaatide kuulamine erilistes helikindlates kabiinides. Müüja töökoha planeerimine ja organiseerimine sõltub täiesti ühel või teisel juhul kasutatavast kuulamise süsteemist. Sel juhul, kui plaatide kuulamiseks kasutatakse grammofoni või raadiot, ei ole müüja töökoha planeerimine eriti keeruline.

Hoopis keerulisem on müüja töökoha planeerimine ja ehita-

mine grammofoniplaatide kuulamiseks eri seadiste või helijuhtimise süsteemi abil, kuna sel juhul tuleb müüja töökohale paigutada spetsiaalsed seadised ja aparaadid.

Spetsiaalsed seadised grammofoniplaatide kuulamiseks

Paljudes kauplustes, kus müüakse heliplaate, kasutatakse nende kuulamiseks harilikke või elektrigrammofone. See tekitab müügisaalis lärmi, ja juhul, kui ühes kaupluses või osakonnas kasutatakse samaaegselt kaht-kolme grammofoni, halveneb teenindamine tunduvalt.



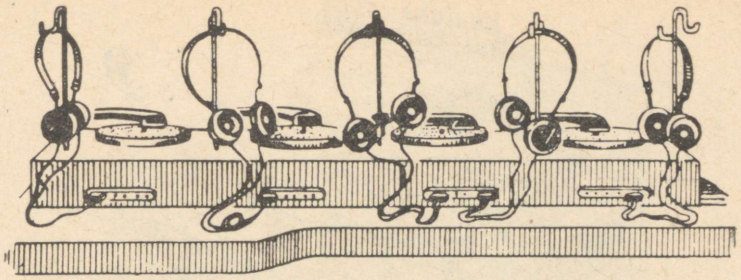
Joonis 11. Riputatavate kuuldetorudega seadis grammofoniplaatide kuulamiseks

Kui aga kasutatakse üht grammofoni või adapterit, tuleb ostjatel kaua oodata, kuni jõuab järjekord nende poolt väljavalitud grammofoniplaadi mängimiseks. Selliste ebamugavuste vältimiseks on grammofoniplaatide kuulamiseks kasutusele võetud seadis, mis võimaldab väljavalitud plaati kuulata teisi ostjaid häirimata. Laialdaselt on levinud allpool esitatud konstruktsiooniga grammofoniplaatide kuulamise seadis.

Leti plaadi alla (joonis 11) monteeritakse väike mootor ja adapter. Leti alumisse ossa seatakse üles võimendaja, millega on ühendatud neli kuuldetoru. Mugavamaks kasutamiseks on need varustatud käepidemega ning toendile riputamiseks aasaga.

Kasutades selliselt konstrueeritud seadist, võib üht grammofoniplaati üheaegselt kuulata neli ostjat.

Mitme grammofoniplaadi üheaegseks kuulamiseks kasutatakse teistsuguse konstruktsiooniga seadist (joonis 12). See koosneb poleeritud kastist, mille kaane külge on monteeritud neli väikest



Joonis 12. Nelja mootoriga seadis grammofoniplaatide kuulamiseks

mootorit koos alusketastega plaatide jaoks. Iga mootoriga on ühendatud adapter helitugevuse reguleerimiseks. Regulaatorit kasutatakse samaaegselt ka lülitina. Grammofoniplaatide kuulamise seadisel on võimendaja, mis on monteeritud samale alusele nelja paari kuuldeklappidega.

Kuuldeklappide ülesriputamiseks on iga heliplaatide alusketta juurde kinnitatud püstvarras, mille ülemine ots on konksukujuliselt kõveraks painutatud. Kui ostja soovib kuulata mõnda grammofoniplaati, teatab ta sellest müüjale, võtab kuuldeklapid ja kuulab temale mängitavat plaati. Teised ostjad samal ajal seda plaati ei kuule.

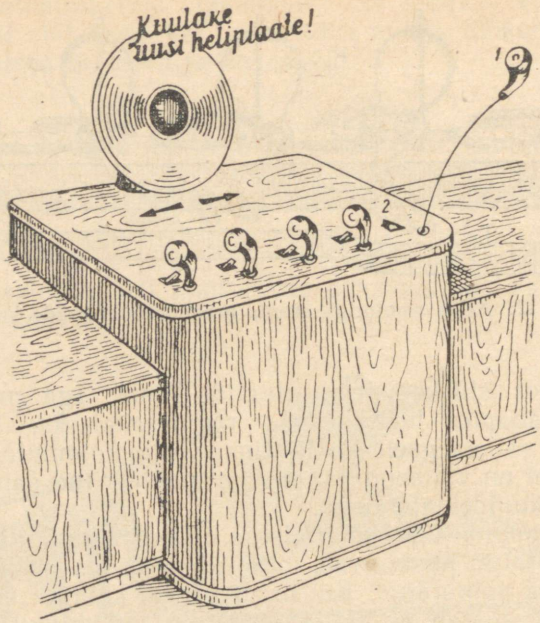
Sel ajal, kui üks ostja grammofoniplaati kuulab, võib müüja teiste ostjate soovil asetada plaate ka ülejäänud kolmele alusketale. See võimaldab tunduvalt tõsta müüjate tööjõudlust ja parandada ostjate teenindamist.

Viimasel ajal on kauplustes grammofoniplaatide kuulamiseks hakatud kasutama uut tüüpi seadist, mis on kombineeritud reklaamitavate plaatide kuulamiseks. See seadis (joonis 13) koosneb kahest eraldi asetsevast mootorist koos aluskettaga plaatide jaoks, võimendajast ja viiest telefoni kuuldetorust *1*, mis on kohandatud heli laitmatuks edasiandmiseks. Kuuldetoru võtmisel lülitatakse seadis sisse, kuuldetoru oma kohale tagasi asetamisel aga lülitatakse seadis välja.

Iga kuuldetoru pesa juures asub programmi valimise lüliti *2*. See võimaldab ühe leti juures üheaegselt kuulata viiel ostjal, kusjuures võib kuulata ükskõik kumba kahest plaadist.

Ostjaid informeeritakse selles seadises mängitavatest grammofoniplaatidest järgmiselt. Alusele on vertikaalasendis paigutatud suurendatud mõõtmetega grammofoniplaadi makett (näiteks läbimõõduga 60 cm). See plaat pöörleb pidevalt. Plaadi kohale on asetatud joonistatud reklaamkiri.

Pöörleva grammofoniplaadi keskel (etiketi kohal) asub liikumatu ekraan, millel optilise seadise abil näidatakse mängitava plaadi nimetust (s. t. etiketti).



Joonis 13. Viiest telefoni kuuldetorust koosnev seadis grammofoniplaatide kuulamiseks ja reklaamimiseks

Kuna grammofoniplaatide kuulamise seadisel üheaegselt kuulatakse kaht plaati, tuleb nende nimetuste näitamiseks ekraanil spetsiaalse optilise seadise abil perioodiliselt vahetada kassette dubleerivate grammofoniplaatidega. Samal ajal süttib letil transparent reklaamkirjaga.

Alusel paremale ja vasakule suunatud nooled näitavad, kummale poole tuleb vajutada kuuldetoru juures asuv lüliti, et kuulata grammofoniplaati, mille nimetust antud momendil ekraanile projekteeritakse.

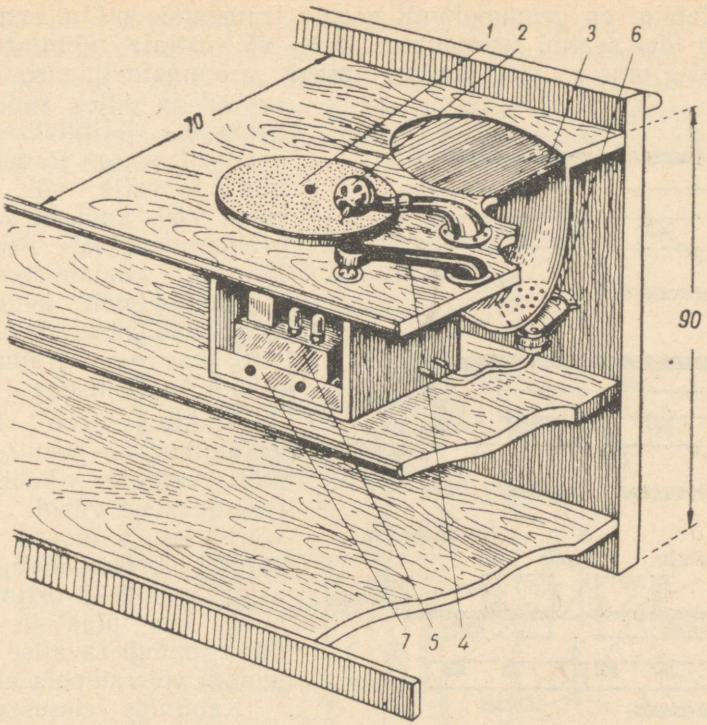
Grammofoniplaadi nimetust peetakse ekraanil 10 sekundit, mis on täiesti küllaldane teksti lugemiseks.

Nii näeb ostja, milliseid plaate võib selle kuulamisseadisega antud momendil kuulata.

Iga ettemängitava plaadi võib samuti ümber lülida valjuhääldajasse. Kuulamisseadise mootor koos aluskettaga teeb normaalsuurusega plaadi mängimisel 78 tiiru minutis ja kauamängiva heliplaadi mängimisel $33^1/_3$ tiiru.

Selle kuulamisseadise kogu aparatuur, välja arvatud ekraani valguskanal, asub leti sees, mille pikkus on 120 cm, laius 80 cm ja kõrgus 100 cm.

Hoopis teistsugusel põhimõttel töötab **seadis suunatud heli ülekande süsteemiga** grammofoniplaatide kuulamiseks (joonis 14).



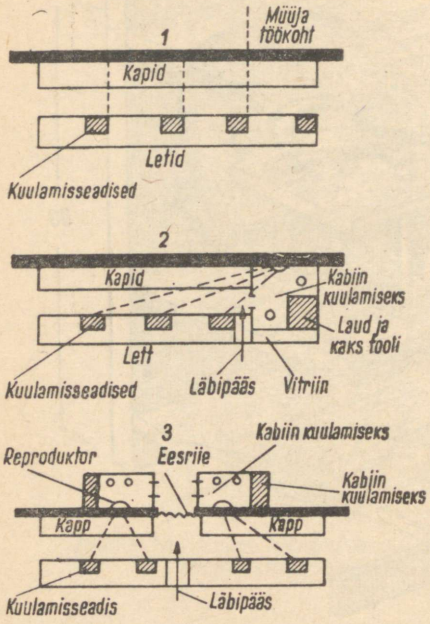
Joonis 14. Suunatud heli ülekande süsteemiga seadis grammofoniplaatide kuulamiseks:

1 — pöörlev ketas, *2* — membraan, *3* — puust toru, *4* — helipea, *5* — kahelambiline võimendaja, *6* — valjuhääldaja, *7* — heli regulaator

Leti sisse monteeritakse tavaline elektrigrammofon, mis on ühendatud kahelambilise võimendajaga, mis omakorda on ühenduses dünamoga. Heli üles suunamiseks on dünamoga ühendatud kastikujuline puust toru, mille põhja on puuritud väiksed augud. Need augud muudavad heli mahedamaks. Seetõttu, et toru on paigutatud vertikaalasendisse, suunatakse heli peamiselt üles ja vähesel määral ka kõrvale. Sel põhjusel on võimalus grammofoniplaate hästi kuulata ainult 2—3 ostjal, kes seisavad päris leti lähedal. See aga võimaldab üksteise kõrvale üles seada mitu sellist seadeldist, mis kõik võivad töötada üheaegselt. Selliste seadeldiste hea omadus on veel see, et kuulamiseks pole vaja kasutada kuuldetorusid.

Paljudes spetsialiseeritud kauplustes ja universaalkauplustes kasutatakse grammofoniplaatide kuulamiseks **helikindlaid kabiine.** Ostjate teenindamise viisid on sel juhul erinevad. Kõige enam on levinud järgmine helikindlates kabiinides grammofoniplaatide kuulamise süsteem.

Kabiini on grammofonilt veetud translatsiooniliin, samuti on sinna üles seatud reproduktor. Ostja või ostjate rühm, teatades müüjale oma soovist kuulata mingit grammofoniplaati, siseneb kabiini ja suleb selle ukse. Seejuures lülitatakse automaatselt sisse translatsiooniliin ja ostja või ostjate rühm võib kuulata soovitud grammofoniplaati. Peale selle on kuulamisseadisega ühendatud neli kuuldetoru, mida võib kasutada üheaegselt kabiinis grammofoniplaadi kuulamisega.



Joonis 15. Grammofoniplaatide müüja töökohtade planeerimise liigid erinevate kuulamise süsteemide korral:

1 — ilma kabiinideta, *2* — ühe kabiiniga, *3* — töökohal ja kõrvalruumides asuvate kabiinidega

Praktikas on leidnud kasutamist ka hoopis lihtsamad ostjate kabiinidega teenindamise viisid. Müüja, võttes kaasa mõned väljavalitud grammofoniplaadid, astub koos 2—3 ostjaga kabiini, kus plaatide kuulamine toimub tavalise grammofoni või radioola abil.

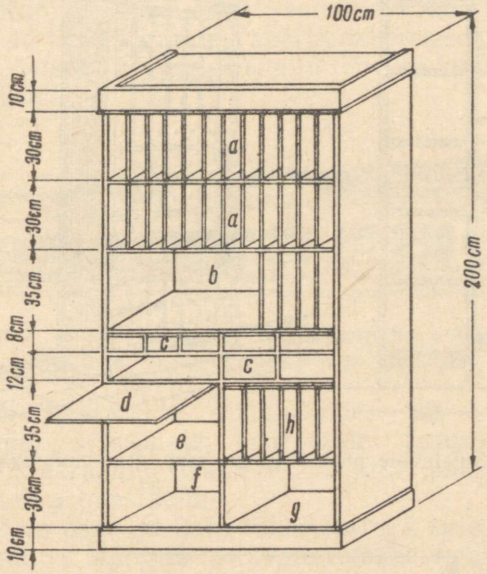
Kabiinide sisseseade on erinev, sõltuvalt grammofoniplaatide kuulamiseks kasutatavast süsteemist. Esimesena kirjeldatud juhul paigutatakse kabiini ainult 2—3 tooli ostjate jaoks, teisel juhul aga peale nende veel väike laud grammofoni jaoks.

Kasutatavast grammofoniplaatide kuulamise süsteemist oleneb ka nende müümiseks ettenähtud töökohtade või sektsioonide planeerimine. Töökohtade planeerimise liigid on esitatud joonisel 15.

Kapid ja letid grammofoniplaatide müümiseks

Grammofoniplaatide kapi riiulid jaotatakse vertikaalsete vaheseintega 4—5 püstvaheks, kuhu plaadid paigutatakse serviti. Hariliku suurusega plaatide jaoks tehakse püstvahed 30 cm kõrgused ja sügavused, suurte plaatide jaoks aga — 35 cm kõrgused ja sügavused. Püstvahede laius on 12 cm. Üks selline püstvahe mahutab umbes 20 plaati. Vajaduse korral võib iga püstvahet papist vaheseinaga omakorda veel poolitada. Püstvahede seintesse lõi-

gatakse ümarad, plaatide kättesaamist hõlbustavad väljalõiked. Et plaadid kapist maha ei kukuks, tehakse riiuli püstvahe, põhi ja tagumine sein veidi kaldu. Riiuli väljaulatuv osa jäetakse vabaks — sellele asetab ostja väljavalitud plaadi. Kapi alumises osas hoitakse küliti asetatud grammofone, plaatide ümbrikke, albumeid ja plaatide karpe.



Joonis 16. Kombineeritud kapp grammofoniplaatide ja grammofonide paigutamiseks

Selleks et müüja töökohale paigutada küllaldane hulk grammofoniplaate, kasutatakse suurtes kauplustes kappe sügavusega 60 ja 90 cm, mis võimaldab asetada ühesuguste plaatidega karpe 2—3 rida sügavuti.

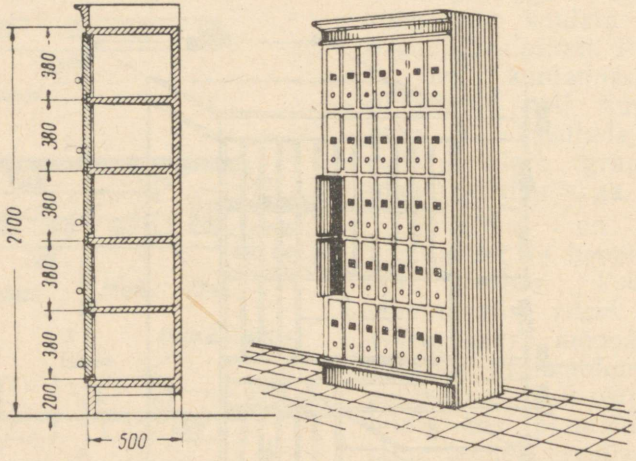
Väiksemates kauplustes kasutatakse grammofoniplaatide, grammofonide ja nende juurde kuuluvate kaupade paigutamiseks nn. kombineeritud kappe. Selline kapp on esitatud joonisel 16. Kapi kahele ülemisele riiulile *a* tehakse püstvahed hariliku suurusega heliplaatide paigutamiseks; alla — koht grammofoni jaoks — *b*; laekad nõelte jaoks — *c*; nende all on väljatõmmatav alus — koht ostetud kauba asetamiseks — *d*; koht albumite ja grammofoniplaatide ümbrike jaoks — *f*; koht suurte plaatide jaoks — *h*; selle kõrval on koht grammofonide üksikosade jaoks *e*, ja lõpuks, koht plaatide tagavara jaoks *g*.

Nagu praktika on näidanud, on selline kapp eriti sobiv väikes-

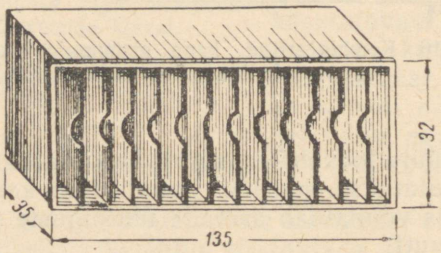
TRÜ Raamatukogu

tes kauplustes, kus grammofonide ja plaatide sortiment pole kuigi suur.

Spetsialiseeritud kauplustes ja sellistes kauplustes, kus grammofoniplaatide sortiment on suur, kasutatakse suletavate püstvahedega kappe. Sellise kapi riiuli püstvahe on suletav eraldi uksega,



Joonis 17. Suletavate püstvahedega kapp grammofoniplaatide jaoks



Joonis 18. Püstvahedega salvkastid grammofoniplaatide jaoks

millele kinnitatakse nimesedel (joonis 17). Niisugustes kappides plaadid ei tolmu, neid on seal hõlpsam hoida ja ka müüja töökoha üldilme on nägusam.

Kauplustes, eriti aga universaalkauplustes tekib sageli vajadus laiendada grammofoniplaatide müüki. Plaatide müügiks on vaja erikappe, kuid alati ei ole neid võimalik teha. Nende puudumisel võib hea eduga kasutada riiulitesse asetatud püstvahedega salvkaste (joonis 18). Salvkastil on 15-mm-se etteulatuva servaga puust raam. Selle raami ülesandeks on katta pealt kinni pilud kasti ja selle kapi riiuli vahel, kuhu ta asetatakse.

Sellistesse salvkastidesse pandud grammofoniplaate saab paigutada igasse kappi, mis suuruselt selleks enam-vähem sobivad; nad võimaldavad plaatide müüki kiiresti laiendada.

Fototarvete müüja töökoht

Fototarvete jaoks kasutatavad kapid tehakse puhveti tüüpi — etteulatuva osaga. Kappide sügavus ülemises osas on 40 cm, alumises 60 cm. Kapi ülemisse ossa pannakse kolm riiulit. Esimene riiul seatakse 40 cm kõrgusele vaheriiulist, teised kaks — 25 cm kaugusele teineteisest. Ülemised riiulid tehakse kitsamad ja paigutatakse astmeliselt.



Joonis 19. Riiulitele asetatavad laekad väikepakendites müügile lastavate fotokemikaalide hoidmiseks müüja töökohal

Suuremates fototarvete sektsioonides või spetsialiseeritud kauplustes võib suuremate aparaatide (suurendusaparaadid, reproduktsiooniaparaadid, trükipressid jm.) paigutamiseks valmistada lahtised astmestikud.

Kapi alumises osas on kaks lükandustega suletavat riiulit.

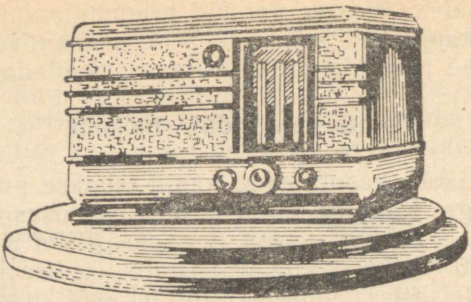
Väikepakendites müügile lastavate fotokemikaalide hoidmiseks müüja töökohal kasutatakse väikesi, riiulitele asetatavaid laekaid (joonis 19). Neis laegastes on tunduvalt parem hoida fotokemikaalide tagavara ning siit on neid hõlpsam ostjatele väljastada.

Letid fototarvete müügiks varustatakse väljatõmmatavaid müügilaudu omavate klaasist vitriinidega, mis tehakse 15—17 cm kõrgused. Nende all on letil üks rida laekaid, veel madalamal aga — riiul pakkimispaberi varu jms. hoidmiseks. Osa letti kaetakse puust plaadiga. Sellel letiosal näidatakse ostjaile statiive, suuri aparaate, suurendusaparaate jne., mille näitamine klaasiga kaetud letiosal ei ole hästi võimalik.

Fototarvete müüja töökohal peavad olema lapiktangid, võti objektiivi rõnga lahtikeeramiseks, kruvikeeraja, pehme pintsel tolmu pühkimiseks ja flanellist tolmulapp.

Raadiotarvete müüja töökoht

Raadiotarvete müüja töökoht varustatakse puhveti tüüpi kappidega, mille ülemise osa sügavus on 50 cm ja alumise osa sügavus 70 cm.



Joonis 20. Pööratav alus raadioaparaatide näitamiseks

Kapi alumine ega ülemine osa pole ustega suletud.

Müüja töökohal kasutatakse raadiolampide, väikeste raadioosade ja muude selliste kaupade hoidmiseks puust kaste.

Kastid peavad olema järjekorras nummerdatud, vastavalt letipealses vitriinis väljapandud raadiotarvete näidiste juures olevate hinnasedelite numbritele.

Selliste kastide kasutamine loob kindla korra kaupade paigutamisel, suurendab müüjate tööjõudlust ning aitab säilitada kaupade kvaliteeti ja nende välist kuju.

Raadioaparaatide näitamise hõlbustamiseks monteeritakse letile eriline alus (joonis 20), mille abil on kerge raadiot pöörata. Alus koosneb kahest ümmargusest lauast; alumine laud on kinnitatud leti külge, ülemine aga pöörleb selle kohal kuullaagritega varustatud lühikesel võllil. Näitamiseks tõstetakse raadio alusele, kus võib raadiot vaadata igast küljest, pöörates selleks vaid ülemist ketast.

Ostjaile väljastatavate raadiotarvete kvaliteedi kontrollimiseks varustatakse müüja töökoht järgmiste seadistega: tester raadiolampide proovimiseks ja tester-analüsaator, oommeeter poolide, kondensaatorite jms. takistuse mõõtmiseks, antenn ja maandus, vahelduvvooluvõrgu siseliini juhtmetega ühendatud seinakontaktid ning anood- ja küttepatareid või anood- ja kütteakumulaatorid.

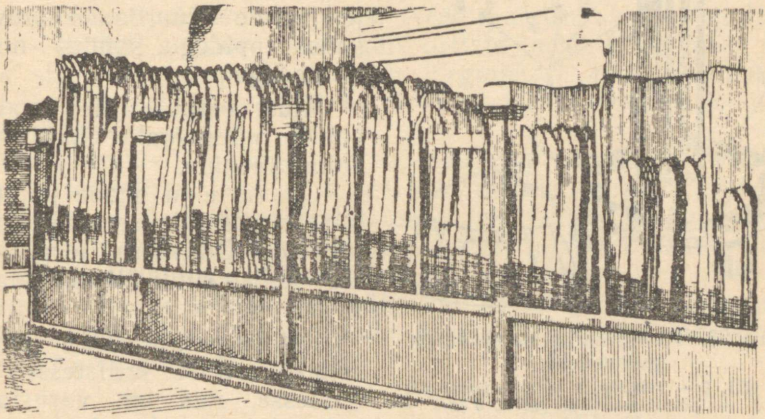
Sporditarvete müüja töökoht

Suurtes ja spetsialiseeritud kauplustes nähakse müüjate töökohad ette vastavalt järgmistele tähtsamatele kaubarühmadele: spordijalatsid, spordiriietus, spordimängudeks vajalikud tarbed, talispordi- ja kergejõustikutarbed, jahi- ja kalastustarbed ning lõpuks, võimla sisustamiseks vajalikud tarbed.

Väikestes kauplustes, kus kaupade sortiment on piiratud, eraldatakse üks müüja töökoht spordiriietuse ja -jalatsite müügiks, üks müüja töökoht spordiinventari müügiks ja üks müüja töökoht jahi-, kalastus- ja turismitarvete müügiks.

Spordiinventari, jahi- ja kalastustarvete müümiseks varustatakse müüja töökoht peale harilike puhvetitüüpi kappide veel mõnede eriliiki kaupade paigutamiseks vajalike seadmetega.

Pallinahkade, uiskude ja mõnede teiste kaupade paigutamiseks jaotatakse ühe kapi ülemised riiulid vertikaalsete vaheseintega 50 cm laiusteks salvedeks (kolm salve ühel riiulil).

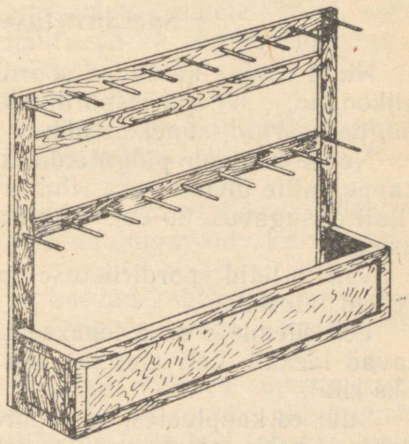


Joonis 21. Püststend suuskade paigutamiseks

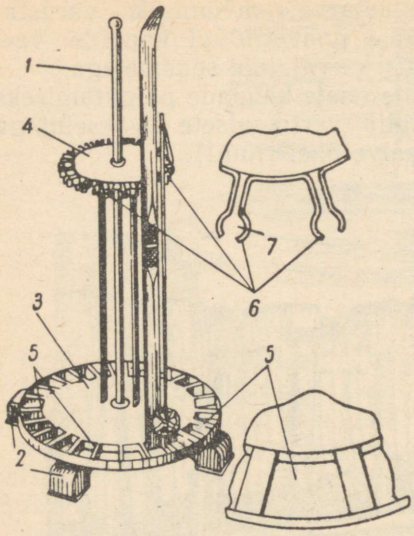
Reketid paigutatakse müüja töökohal kas rippuvasse asendisse või käepidemega allapoole. Esimesel juhul võetakse kapist kaks ülemist riiulit välja ja pannakse nende asemele kaks rööbiklatti, nii et üks oleks teisest 15 cm võrra kõrgemal; neile lattidele paigutataksegi reketid. Teisel juhul asendatakse kapi harilik riiul ümmarguste aukudega varustatud püramiidriiuliga; reketid asetatakse püsti riiulilaudades olevaisse aukudesse.

Suuskade ja suusakeppide paigutamiseks tehakse erilised 2,5 m kõrgused püststendid (joonis 21) ja tugipuudega kastid (joonis 22). Sel teel on võimalik suuski välja panna sortide ja suuruse järgi.

Reas Moskva kauplustes kasutatakse suuskade väljapanekuks erilist pöörlevat alust (joonis 23).



Joonis 22. Tugipuudega kast suuskade paigutamiseks



Joonis 23. Pöörlev alus suuskade paigutamiseks:
1 — võll, *2* — ristjalg, *3* ja *4* — puust alused, *5* — pesad suuskade jaoks, *6* ja *7* — klambrid

Suusad pannakse klambri laia osa vahele, suusakepid kahe klambri vahelisse pesasse. Aluse üldkõrgus on 180 cm.

Nii on ostjal võimalik, pöördumata müüja poole, pöörleva aluse juures tutvuda müügil olevate suuskade sortimendiga ja nende juurde kuuluvate suusakeppidega, samuti nende hindadega.

Alus seatakse üles vabale kohale müügisaalis, müüja töökoha lähedale.

Odavarte ja odade paigutamiseks kasutatakse erilisi riiultugesid. Odavarred torgatakse läbi sellise riiuli ülemise plaadi avade.

Kettad paigutatakse lettide sellekohastesse erilistesse laegastesse, mis on varustatud vaheseintega. Iga laeka laius on 25 cm. Laegaste ots- ja vaheseinad on lõigatud libamisi. Ühes otsas on nende kõrgus 20 cm, teises, müüjapoolses — 10 cm. Kettad pannakse vaheseinte vahele, kus nad asetsevad serviti, üksteisest eraldatult.

Spordiriietuse müüja töökoht

Nagu teada, kuuluvad spordiriietuse sortimendi hulka suusaülikonnad, sviitrid, spordipüksid, tennisesärgid, trikoosärgid, jalgpallisärgid, supelkostüümid jne.

Nende kaupade paigutamiseks kasutatakse lahtisi puhveti tüüpi kappe, mille ülemise osa riiulite sügavus on 40 cm ja alumise osa riiulite sügavus 60 cm. Kapi alumine osa on suletav lükandustega.

Vitriin-letid spordiriietuse jaoks tehakse 90 cm kõrgused ja 70 cm laiused.

Leti ülemisse ossa tehakse 15—20 cm sügavused väljatõmmatavad laekad. Leti alumine osa on lahtine ja sinna paigutatakse üks riiul.

Suurtes kauplustes, kus spordiriietuse müümiseks on 3—4 töökohta, peab olema väike selgaproovimise ruum, mõõdetega 100×150 cm. Selgaproovimise ruumis peab olema peegel, tool ja varn ostja riiete riputamiseks.

Spordijalatsite müüja töökoht

Spordijalatsite müüja töökoht varustatakse puhveti tüüpi kapiga, mille ülemise osa sügavus on 40 cm ja alumise osa sügavus 60 cm. Nii kapi ülemine kui ka alumine osa tehakse lahtised, ilma usteta, mis võimaldab hõlpsasti jalatseid riiulitele paigutada.

Spordijalatsite müüja töökohale paigutatakse tavaliste lettide asemel tulpletid, kusjuures iga tulpleti vahele asetatakse jalatsite proovimiseks tool ostjate jaoks. Need paigutatakse järgmiselt: tool — tulplett — tool — vahekäik ostjate jaoks. Ühe müüja töökoha sisustuse komplekt koosneb järgmistest mööbliesemetest: kaks tooli tulpleti juures ja kaks pinki jalatsite proovimiseks. Töökoha pikkuseks on 2 m.

Vitriin-tulpleti pindala on 60×60 cm, kõrgus — 90 cm. Tulpleti siseküljele tehakse klappriiul, millele müüjad vajaduse korral asetavad proovitava jalatsipaari teise, vabaks jääva jalatsi.

Jalatsite proovimiseks ettenähtud tooli laius on 50 cm, sügavus 60 cm, toolipõhja kõrgus põrandast 45—48 cm.

Igas jalatsite sektsiooni müüja töökohas peavad tingimata olema kingalusikad, saapasulased, saapa- ja kingapaelad, kingaharjad, väikesed vaibad.

Jahi- ja kalastustarvete müüja töökoht

Kõigist tööstuskaupadest on jahi- ja kalastustarbed kõige mitmekesisema sortimendiga. Kalavõrgud, õnged, jahipüssid, padrunisütikud, õngeridvad, spinningud, õngekorgid ja paljud teised kaubad erinevad oma suuruse ja hoiutingimuste poolest. Seetõttu on nende müügitehnika erakordselt keeruline. Kaupu peab oskama paigutada nii, et selliste suurte esemete kõrval, nagu kalavõrgud, oleksid ostjale hästi nähtavad ka õnged, õngekorgid ja muud väikekaubad, et ostja ei märkaks mitte ainult püsse ja jahitarbeid, vaid ka padrunisütikuid ja palju muud.

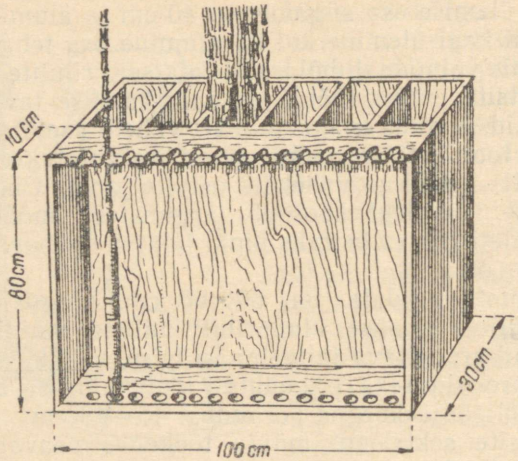
Selliste kaupade, nagu tavalised õngeridvad ja spinninguridvad, jahipüssid, kalavõrgud jne., paigutamiseks aga on vaja valmistada spetsiaalne sisustus.

Õngeritvade hoidmiseks ja näitamiseks kasutatakse spetsiaalseid püstvaheseintega osadeks jaotatud sügavaid kaste (joonis 24).

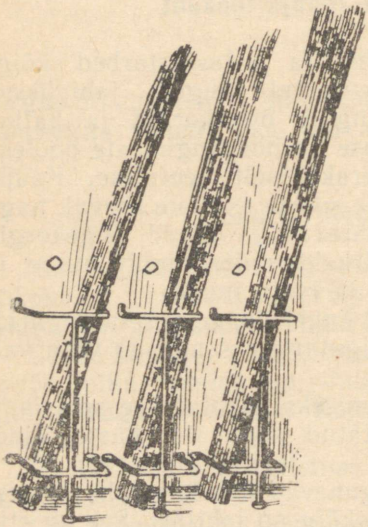
Need osadeks jaotatud kastid jagunevad kaheks osaks — eesmine ja tagumine. Eesmise osa väliskülg on lahtine. See on ette nähtud spinninguritvade hoidmiseks.

Kasti eesmise osa aluslauda tehakse väiksed ümmargused süvendid, kusjuures nende läbimõõt peab vastama spinninguritvade käepidemete läbimõõdule. Selliseid süvendeid tehakse kuusteist ja nende vahemaa üksteisest on umbes 4 cm.

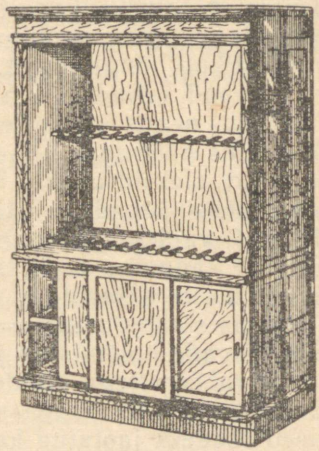
Niisugusesse kasti võib korraga mahutada kuusteist spinningu-



Joonis 24. Püstvaheseintega kast õngeritvade hoidmiseks



Joonis 25. Hoidepesad bambusest õngeritvade jaoks



Joonis 26. Jahipüsside kapp

ritva ja kuni kakssada harilikku õngeritva. Kasti on lihtne valmistada, see ei nõua kuigi suurt ruumi ja seda võib kasutada igas kalastustarbeid müüvas kaupluses. See hõlbustab tunduvalt kaupade näitamist ostjatele ja kaitseb õngeritvu vigastuste eest.

Harilike bambusest õngeritvade paigutamiseks kasutatakse hoopis lihtsamaid, seina külge kinnitatud rõngakujulisi hoidjaid (joonis 25).

Jahipüsside paigutamiseks seatakse ühes kapisektsioonis riiulite asemel 70 cm kõrgusele ja 33 cm sügavusele üles toend. Püssid asetatakse toendi poolümmargustesse väljalõigetesse (joonis 26).

Jahi- ja kalastustarvete müümiseks kasutatavatel lettidel peab tingimata olema väljatõmmatava laekaga vitriin, kuhu paigutatakse väikekaupade töövaru. Leti ülemine väljatõmmatav laegas jaotatakse 10×10 cm mõõdetega sahtliteks, mille sügavus on 4—6 cm. Neis sahtlites hoitakse eri liiki väikekaupu, nagu õnged, tongid jt.

Süstade ja täispuhutavate paatide paigutamiseks ja ostjatele näitamiseks tehakse sektsioonis vastavad alused, millele seatakse süst koos aeruga ja kaks täispuhutud paati: üks koos aerudega, teine aga lahtivõetult.

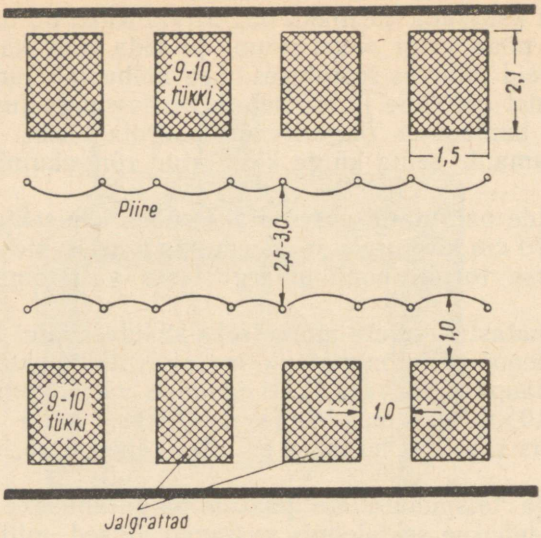
Kõik need jahi- ja kalastustarvete paigutamiseks vajaliku sisustuse iseärasused nõuavad ka erinevat müüja töökoha planeerimist.

Jalgrataste, mootorrataste ja nende osade müüja töökoht

Jalgrataste, mootorrataste ja nende osade müüja töökoha organiseerimine sõltub täiesti selle kaupluse või sektsiooni mõõdetest, kus selliseid kaupu müüakse. Suurtes sektsioonides ja kauplustes tuleb kohustuslikult eraldada 1—2 töökohta jalgrataste ja mootorrataste tagavaraosade müümiseks, ülejäänud töökohad jäävad jalgrataste ja mootorrataste müümiseks. Väiksemad kauplused organiseeritakse harilikult ainult jalgrataste ja mootorrataste müümiseks, kuna tagavaraosi seal ei müüda.

Jalgrataste paigutamiseks eraldatakse koht müügisaali seina ääres. Väikestes jalgrataste ja mootorrataste sektsioonides paigutatakse jalgrattad tavaliselt ühte ritta, suurtes sektsioonides kahte ritta. Kui jalgrattaid paigutatakse müügisaali suurem kogus, pannakse nad n.ö. «saarekestena», 8—10 ratast ühes rühmas; nende vahele jäetakse 80—100 cm laiused vahekäigud ostjate jaoks. Kui jalgrattad ja mootorrattad paigutatakse müügisaali vastakuti asetsevate seinte äärde (joonis 27), tuleb müügisaali keskele jätta vähemalt 3 m laiune vahekäik ostjate jaoks. Töökohtade sellise planeerimise korral peab 90—100 jalgratta paigutamiseks olema müügisaali pindala vähemalt 120 m² või iga töökoha pindala 40 m².

Jalgrataste paigutamiseks müüja töökohale kasutatakse puust



Joonis 27. Töökohtade planeerimine jalg- ja mootorrataste paigutamiseks suurtes kauplustes

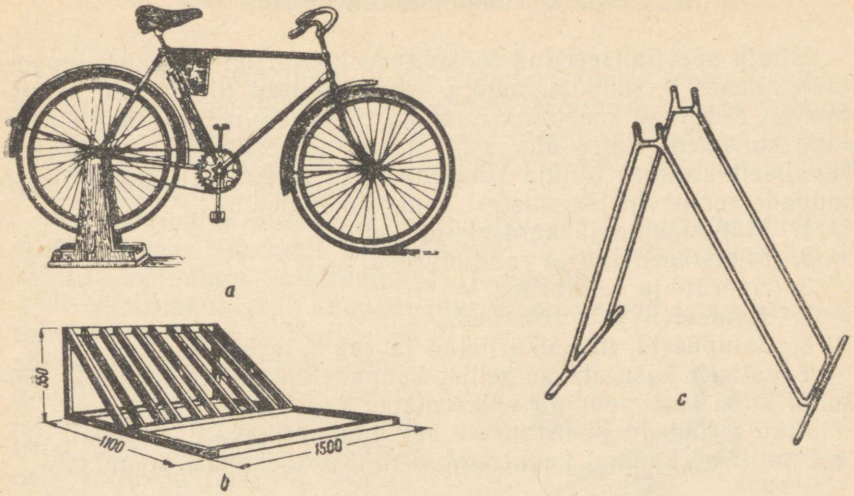
ja metallist alustugesid, mis võimaldavad seada jalgrattad müügisaalis üksteisest eraldatult püstasendisse. See hõlbustab jalgrataste näitamist ostjaile ja nende müüki ning kaitseb väljapandud jalgrattaid vigastuste eest.

Joonisel 28 *a* on näidatud jalgratta puust alustugi, mille abil seatakse jalgrattad püstiasendisse. Teist tüüpi alustugi (joonis 28 *b*) võimaldab müügisaali püstiasendisse seada üheaegselt 4—6 jalgratast. Alustoe kõrgus oleneb ratta läbimõõdust.

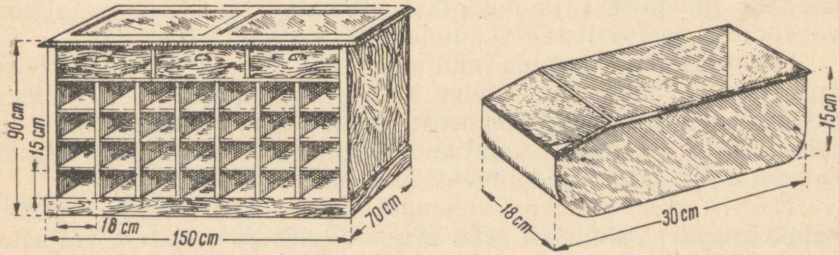
Kasutatakse ka teistsuguse konstruktsiooniga metall-alustugesid (joonis 28 *c*).

Jalgrataste varuosade müümiseks varustatakse müüja töökoht puhveti tüüpi kappidega, mille ülemise osa sügavus on 40 cm, alumisel osal aga 60 cm. Sellise kapi alumises osas on üks rida väikseid väljatõmmatavaid laekaid, mis jalgrattaosade töövaru paigutamiseks omakorda on jaotatud veel väikesteks sahtliteks. Kapi alumine osa tehakse lahtine. Jalgrattaosade müümiseks ettenähtud lettide sisemusse tehakse sahtlid (joonis 29), kuhu lükatakse väljatõmmatavad madalama esiosaga plekk-karbid (laekad) (joonis 29, paremal). Karbid valmistatakse katuseplekist (soovitav tsinkplekist) ja nende servad pööratakse tagasi. Neis karpides hoitakse suuremaid jalgrattaosi.

Väikeste varuosade paigutamiseks töökohale valmistatakse väikesed puust sahtlid, mis asuvad puhveti tüüpi kapi ülemises osas. Osade võtmiseks sellisest sahtlist võib müüja selle vajaduse korral letile asetada.



Joonis 28. Alustoed jalgrataste paigutamiseks



Joonis 29. Lett jalgrattaosade müümiseks, paremal — väljatõmmatav laegas

Jalgrataste ja mootorrataste müüja töökohal peavad olema järgmised esemed:

1) kroonsirkel, sisetaster ja varbsirkel, 2) metalljoonlaud, 3) voltmeeter akumulaatorite ja kuivpatareide voolupinge kontrollimiseks, 4) montaažitööriistad (lapiktangid, lõiketangid, kruvikeerajad) ja vajalikud materjalid (traat, isoleerpael jms.), 5) pühkimislapid (üksikosade puhastamiseks õlist jne.).

Müüja kombineeritud töökoht

Müüja spetsialiseeritud töökohtade kõrval on kultuurikaupade kaubanduses levinud ka müüja **kombineeritud** töökohtade rakendamine. Sel juhul koostatakse müüja töökohale paigutatavate kaupade sortiment mitte ühe, vaid mitme kaubarühma kaupadest. Tavaliselt koosneb müüja kombineeritud töökohale paigutatavate kaupade sortiment järgmistest kaubarühmadest:

1. Mänguasjad ja kantseleitarbed.
2. Muusikariistad ja raadiotarbed.
3. Spordi- ja fototarbed.
4. Kantselei- ja fototarbed.
5. Jahipüssid, muusikariistad ja raadiotarbed jne.

Tavaliselt kasutatakse sellist kaupade rühmitamist müüja töökohal kitsa sortimendiga väiksemates kauplustes.

Müüja töökoht sisustatakse sel juhul erinevalt, sõltuvalt sellest, millised kaubad kavatsetakse müüja töökohale koondada.

5. Kaupluse inventar

Esemete kogumikku, mis koosneb paljudest mitmesugustest kaupade müümiseks ja müügiks ettevalmistamiseks vajalikest vahenditest ja tööriistadest, nimetatakse inventariks.

Inventariesemeid, mida müüja kasutab otseselt töövahenditena, millega ta avab taarat, töötleb kaupa, nimetatakse tööriistadeks. Sellise inventari hulka kuuluvad haamer, naelatangid, pihid ja teised taara avamiseks vajalikud tööriistad jms. Need on peamised ja kõige tähtsamad inventariesemed.

Tööriistadest erinevad vahendid, mille abil müüja asetab kaupa riiulile, valmistab seda ette müügiks ja ostjatele väljastamiseks. Need vahendid pole müüja töö juures ilmtingimata vajalikud, nagu seda on eespool nimetatud tööriistad, kuid need on siiski abistava tähtsusega.

Erilise inventarirühma moodustavad mitmesugused seadised, nagu näiteks testrid raadiolampide kontrollimiseks jne.

Omaette inventarirühma moodustab ka vitriinväljapanekute inventar. Selle hulka kuuluvad mitmesugust tüüpi toendid, alused ja muud esemed, mis on ette nähtud müüjate töökohtadele ning kaupluse sisevitriinidesse ja vaateakendele asetatavate kaupade ülesseadmiseks.

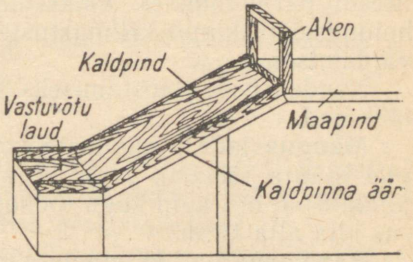
Lõpuks eristatakse veel üht inventarirühma — majandusinventari. Siia kuuluvad tšekivardad, arvelauad, harjad, joogiveenõud, toolid. Sellesse rühma kuuluvad ka kaubakärud.

6. Laoruumide ehitamine ja sisustamine

Laoruumide ehitamisel tuleb tagada: hõlpus kaupade vastuvõtmine kaupluse laoruumi, kaupluse laoruumide hõlpus ühendus kontoriruumidega ja, lõpuks, kaupluse laoruumide hõlpus ühendus müüjate töökohtadega eesmärgil maksimaalselt kergendada kaupade andmist töökohtadele.

Keldriruumide olemasolu korral ehitatakse kaupade keldrisse allalaskmiseks vähemalt 1,2 m laiused ja 1,0 m kõrgused luugid 30° kallakpinnaga (kaldrenniga) (joonis 30).

Keldrist müügisaali kaupade juurdetoomise hõlbustamiseks ehitatakse tõstukid. Juhul, kui abiruumid asuvad keldris müügisaali all, ehitatakse kaupade juurdetoomiseks kergematüübilised, otse müüjate töökohtadele väljuvad tõstukid. Väikeste kaubapartiide juurdetoomiseks ja kaupluse töötajatele liiklemiseks ühendatakse abiruumid peale selle veel treppidega.



Joonis 30. Kallakpind kaupade laskmiseks keldrisse

Kaupluse laoruume ühendava koridori laius peab olema vähemalt 1,25 m.

Üheskoos võib laoruumides hoida järgmisi kaupu: 1) kooli- ja kirjutustarbed ning mänguasjad, 2) foto- ja raadiotarbed, 3) jahi- ja kalastustarbed, 4) spordiriietus ja -jalatsid, 5) mänguasjad ja muusikariistad.

Tuleohtlikud kaubad, nagu näiteks tselluloidist mänguasjad, tuleb hoida eraldi ruumides, mis on isoleeritud teistest ruumidest kivist vaheseintega ja raudustega või raudplekiga kaetud ustega.

Vastavalt kaubanduslike ruumide ehitamise kohta kehtestatud standarditele on kaupluse laoruumide põrandapinna norm ühe töökoha jaoks järgmine:

kirjutusmaterjal	3 m²
fototarbed	6 „
raadiotarbed	6 „
sporditarbed	7 „
jahi- ja kalastustarbed	7 „
muusikariistad	7 „
mänguasjad	8 „

Need laoruumide normatiivid ei kehti hooajaliselt kogutavate kaupade suhtes, nagu näiteks kooli- ja kirjutustarbed, mida juba mitu kuud enne õppeaasta algust kogutakse ja müügiks ette valmistatakse.

Aegsasti enne uut aastat toimub nääriehete kohalevedu. Enne kevad-suvise perioodi algust tuuakse kohale jalgrattad, enne talveperioodi algust aga suusad ja kelgud.

Selline kaupade hooajaline kogumine nõuab suuri laoruume, mida aga kauplustel ei ole. Seetõttu kogutakse hooajalised kaubad tavaliselt kaubastute lattu, suured kauplused ja universaalkauplused aga üürivad selleks otstarbeks eraldi laoruumid.

7. Kauba töötlemise ruumide ehitamine ja paigutus

Kultuurse kaubanduse organiseerimine tingib mõningatel juhtudel vajadust eritööde tegemiseks, mis väljenduvad kaupade kvaliteedi parandamises, väiksemate puuduste — transpordil või hoidmisel tekkinud kriimustuste, hõõrdunud kohtade jms. — kõrvaldamises.

Nende tööde teostamiseks luuakse kauplustes eriruumid — töökojad.

Mänguasjade parandustöökojas on üks meister iga kolme kuni viie müüja töökoha jaoks. Igale meistrile eraldatakse põrandapinda 5—6 m², kuid kogu töökoja kohta ei tohi põrandapinna suurus olla alla 10 m².

Raadioaparaatide monteerimise töökojas on üks meister iga kahe-kolme müüja töökoha kohta; igale meistrile eraldatakse põrandapinda 6 m².

Jalgrataste monteerimise töökojas on üks meister iga müüja töökoha kohta; igale meistrile eraldatakse põrandapinda 8 m².

Kõik need töökojad peavad asuma vastavate kaubarühmade hoidmiseks ettenähtud ruumide läheduses. Ruumipuuduse korral võib töökojad paigutada ka otse hoiuruumidesse; sel juhul eraldatakse töökojale osa hoiuruumist, mis mõnevõrra isoleeritakse kaupade hoiukohast.

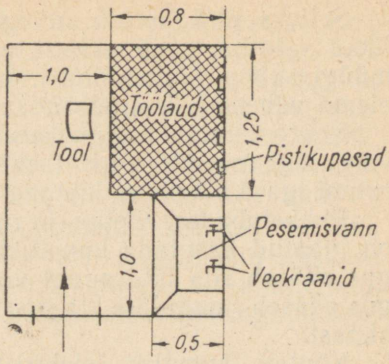
8. Ostjate täiendavaks teenindamiseks ettenähtud ruumide ehitus ja paigutus

Spetsialiseeritud fototarvete kauplustes ja suurtes fototarvete sektsioonides seatakse ostjate parema teenindamise eesmärgil sisse **fotopimikud** kassettide laadimiseks, fotopaberite pakendi avamiseks jms. Fotopimik varustatakse punase ja tavalise valgusega. Pimikusse paigutatakse väike laud, mõõdetega 60×60 cm, ja tool. Sellise fotopimiku põrandapinna suurus on 1,5—2,25 m².

Juhul kui kauplus võtab fotoamatööridelt vastu tellimusi ülesvõtete ilmutamiseks ja valmistamiseks, avatakse kaupluse juures kõigi vajalike seadmetega varustatud **fotolaboratoorium**, põrandapinna suurusega 4—6 m² (joonis 31).

Kauplustes, kus müüakse televiisoreid, korraldatakse demonst-

ratsioonisaalid — erilised ruumid televiisoritega tutvumiseks ja nende demonstreerimiseks. Need ruumid varustatakse välisantennide ja seinakontaktidega. Samas toimub ka televiisorite registreerimine kohaliku postkontori esindaja poolt.



Joon. 31. Fotolaboratooriumi planeerimine

Suurtes spetsialiseeritud kauplustes ja universaalkaupluste osakondades, kus müüakse suuremal arvul raadiovastuvõtjaid ja televiisoreid, organiseeritakse **pretensioonipunkt,** mille jaoks eraldatakse müügisaalist isoleeritud 4—6 m² põrandapinnaga väike ruum. Siin selgitatakse ostjate pretensioonid müügil olevate raadiote ja televiisorite kohta, samuti antakse siin tehnilist konsultatsiooni raadio- ja televisiooniaparaatide ehituse kohta ning tutvustatakse ostjaid nende kasutamise eeskirjadega.

Suurtes kauplustes ja universaalkauplustes organiseeritakse erilised ostjate **teenindamise bürood.** Need bürood täidavad harilikult järgmisi ülesandeid: võtavad hoiule ostjate asju, teostavad kaupade järelpakkimist, annavad mitmesuguseid teateid kaupluse kohta ja võtavad vastu tellimusi selliste kaupade, nagu televiisorite, raadiote, jalgrataste, klaverite jt. kojusaatmiseks. Mõnikord eraldatakse ostjate asjade hoiulevõtmiseks eriruum — hoiukamber.

Teenindamisbürood ja ostjate asjade hoiukambrid asuvad harilikult esimeste korruste ruumide keskosas, seal, kus käib kõige rohkem ostjaid. Fotopimikud ehitatakse müügisaalis fototarvete sektsiooni lähedusse. Fotolaboratooriumid organiseeritakse tavaliselt teenindatavate sektsioonide kõrval asuvates abiruumides.

Teenindamisbürood ja ostjate asjade hoiukambrid organiseeritakse ainult suurtes, üle 30 müüja töökohaga kauplustes.

9. Valgustus, ventilatsioon, küte ja muud tehnilised seadeldised

Kaupluse valgustus. Kaupluse ruumide ehitamisel tuleb silmas pidada valgustust. Kaupluse ruumide valgustamiseks kasutatakse loomulikku ja kunstlikku (elektri-) valgust.

Kõik kaupluse tööruumid peavad olema küllaldaselt valgustatud loomuliku ja kunstliku valgusega. Kunstlikku (elektri-) valgust kasutatakse kaupluses tavaliselt õhtutundidel. Päeva ajal aga ainult neis kohtades müügisaalis, kus loomulikku päevavalgust ei ole küllaldaselt.

Selleks et kaupluse müügisaali pääseks küllaldaselt loomulikku valgust, peab akende pindala moodustama vähemalt $^1/_6$ müügisaali põrandapinnast. Laoruumides peab akende pindala olema vähemalt $^1/_{10}$ põrandapinnast.

Kontoriruumid ja puhketoad valgustatakse loomuliku päevavalgusega normi järgi: 1 m² akende valguspinda valgustatava ruumi iga 8 m² põrandapinna kohta.

Puhketubades, riietus- ja tualetiruumides ning teistes ruumides on lubatud kasutada kunstlikku valgust juhul, kui loomulik valgus pääseb siia läbi mingi vahepealse takistuse, näiteks kui valgus pääseb ruumi läbi klaasist vaheseina, mis eraldab antud ruumi aknast.

Nõutav kunstlik (elektri-) valgustus määratakse vattide arvuga põrandapinna 1 m² kohta.

Müügisaalis peab kunstlik valgustus moodustama vähemalt 8 vatti põrandapinna 1 m² kohta, laoruumides aga — vähemalt 5 vatti.

Kui loomulik valgustus on puudulik, võib kunstlikku valgustust kasutada üheaegselt loomulikuga.

Leti, tulpleti ja hariliku laua tööpinnale ei tohi valgustus tekitada varje. Müüjate töökohtade valgustus peab olema ühtlane — valgus ei tohi otseste kiirtega pimestada töötaja silmi. Selle vältimiseks kasutatakse kauplustes kunstliku valgustuse allikaid varjavaid kaitseabinõusid — emailitud raudplekist ning matt- ja peegelklaasist lambivarje või valgust hajutavast klaasist (piim-, matt- jms.) klaasist elektripirne. Kõik see tagab müüja töökohal ühtlase, maheda valgustuse.

Kõik tagavaraväljapääsud ruumidest, eriti suurtes kauplustes ja universaalkauplustes, varustatakse ukse kohale asetatud signaallambiga (värvilisest klaasist) ja pealkirjaga «Tagavaraväljapääs». Elektrivalgustuse rikke juhuks tuleb kaupluses varuks hoida «nahkhiir»-laternad.

Olenevalt valgustuse otstarbest jaguneb kaupluse valgustus: kaupluse ruumide põhivalgustus, ööseks siseruumidesse jäetav valvevalgustus ja kaupluse välisvalgustus — vaateakende ja kaupluse peasissekäikude valgustus. Valve- ja välisvalgustuse lülitid paigutatakse tuulekotta, selleks et seda valgustust oleks võimalik kaupluse ruumi sisenemata sisse ja välja lülitada.

Küte, ventilatsioon ja õhu konditsioneerimine. Normaalse soojusrežiimi säilitamiseks vajalik temperatuur tööstuskaupade kauplustes on 17—18° C. Parimaks küttesüsteemiks on keskküte (auru- või vee-keskküte). Kauplustes, mis asuvad piirkondades, kus keskküte puudub või kus ei ole võimalik oma auru- või vee-keskkütet sisse seada, kasutatakse ahjukütet. Kütmine väikeste ajutiste malmahjude abil ei ole lubatud.

Kaupluse ruumides viibib tavaliselt palju inimesi, mispärast pideval õhuvahetusel kaupluses normaalsete töötingimuste loomiseks on esmajärguline tähtsus. Pidev õhuvahetus saavutatakse

ventilatsiooniga, mis tagab värske õhu juurdevoolu õhustatavasse ruumi ja tarvitatud õhu eemaldamise sealt. Kaupluse akna või välisseina avausse seatakse ventilaator, mille kaudu müügisaalist eemaldub tarvitatud õhk. Samal ajal tuleb tarvitatud õhu asemele hoone seintesse tehtud ventilatsiooniavade kaudu värske õhk. Mõnikord kasutatakse lisaks sellisele õhuvahetuse süsteemile veel surve-elektriventilaatoreid, mis töötavad elektrimootorite abil.

Suurtes kauplustes ja universaalkauplustes kasutatakse **õhu konditsioneerimiseks** eriseadmeid, mille abil toimub õhu niiskuse reguleerimine ja kindlaksmääratud temperatuuri säilitamine, ehk teiste sõnadega, luuakse ruumides normaalseteks töötingimusteks vajalik õhu niiskus ja temperatuur.

Õhu konditsioneerimise seadmed jahutavad ja niisutavad õhku suveperioodil, samuti soojendavad seda talvel ning puhastavad tolmust, suitsust ja muust mustusest.

Õhu konditsioneerimine seisab selles, et välisõhk juhitakse läbi kambrite, kus ta töödeldakse, ning juhitakse sealt müügisaali. Konditsioneeritava õhu jahutamiseks kasutatakse sellekohaseid külmutusmasinaid, samuti arteesia kaeve. Õhku niisutatakse ja jahutatakse viimasel juhul selliste kaevude vee abil. Õhu niisutamine toimub vee pihustamise abil.

Õhu konditsioneerimine võib toimuda automaatsete (elektriliste või pneumaatiliste) seadmete abil või ilma nendeta. Automaatide kasutamisel konditsioneerub õhk vastavalt varem kindlaksmääratud režiimile; niipea, kui ruumis temperatuur, niiskus jne. muutub, astuvad automaadid tegevusse ja reguleerivad ruumi voolava õhu temperatuuri ja niiskuse nõutava konditsioonini.

Tuletõrjevahendid. Tuletõrjevahendite hulka kuuluvad kaupluse suuremate ruumide tähtsamatesse osadesse paigutatavad tuletõrjevoolikud koos kraanidega ning tulekustutusaparaadid. Tulekustutusaparaadid paigutatakse kohustuslikus korras kõigisse laoja abiruumidesse, samuti müügisaali, müüjate töökohtade lähedusse.

Suured kauplusehooned (universaalkauplused) varustatakse raudbetoonist lükandseintega, mis võimaldavad tulekahju tekkimisel mingis kaupluse osas eraldada näiteks laoruume müügisaalist või müügisaali üksikuid osi teineteisest ning takistada sellega tule levimist kaupluse ülejäänud ossa.

Peale selle seatakse mitmekorruseliste hoonete hoovipoolsel küljel üles tuletõrjeredel (tingimata rauast), samuti kaldrennid ülemistelt korrustelt kaupade kiireks allalaskmiseks.

Signalisatsiooniseadmed. Kaubandusettevõtte hõlpsa operatiivse juhtimise ja tema üksikute osade kiire ja täpse töö huvides on väga oluline organiseerida operatiivne side kaubandusettevõtte üksikute osade ja osakondade vahel. Eriti kehtib see universaalkaupluste suhtes, kus on palju mitmel majakorral asuvaid eri liiki ruume. Tehakse vahet järgmiste side eriliikide vahel:

a) kaupluse administratiiv- ja teiste ruumide vahelised sise- ja välistelefonid;

b) müüjate töökohtade ning lao- ja administratsiooni ruumide vaheline elektrikellade abil korraldatud leppesignalisatsioon. Tuleb märkida, et müüjate töökohtade ühendamine laoruumidega signalisatsiooni abil on otstarbekohane ainult sel juhul, kui töökohtadele kaupade juurdetoomiseks rakendatakse spetsiaalseid töötajaid;

c) kassakabiine kaupluse administratsiooniga või kaupluse administratsiooni laoruumiga, kaubaosakonnaga jt. ühendav leppesignalisatsioon;

d) kaupluse üksikute osade vahelise side loomiseks kasutatav raadio.

Kassakabiinide ja administratsiooni vahelise side korraldamine on tähtis kassade töö pidevuse seisukohalt. Kui kassaaparaat on läinud rikki või tšekile on vaja allkirja, on kassapidajal võimalik küsimuse reguleerimiseks kutsuda kiiresti välja administratsiooni esindaja, ilma et tal tarvitseks kassast lahkuda.

Raadiosidet kasutatakse harilikult suurtes kaubandusettevõtetes direktsiooni üldjuhendite ja -korralduste, samuti mitmesuguste informatsioonide edasiandmiseks.

KÜSIMUSI JA ÜLESANDEID

1. Missugustesse põhiosadesse jagatakse kaupluse ruumid? Näidake nende otstarvet.
2. Jutustage, kuidas tuleb paigutada kultuurikaupade kaubarühmad kaupluse müügisaalis.
3. Missugused müüjate töökohtade tüübid on olemas? Iseloomustage neid.
4. Kirjeldage, milline on müüja töökoha sisustus (üksikute kaubarühmade viisi).
5. Näidake, milles seisavad selle sektsiooni (kaupluse) puudused, kus teie töötate.
6. Missuguseid uuendusi võiks teie arvates teha selleks, et muuta paremaks sisustus töökohal, kus teie töötate?
7. Missuguseid inventariliike kasutatakse kultuurikaupade kaupluses?
8. Kuidas tuleb sisustada laoruumid?
9. Missugustele nõuetele peab vastama kaupluse ja müüjate töökohtade valgustus?
10. Jutustage, milline sisustus on laoruumidel selles kaupluses, kus teie töötate.

III PEATÜKK

KAUPADE SORTIMENDI KOOSTAMINE KAUPLUSES

1. Kultuurikaupade kaupluse sortimendi mõiste

Sortimendi all mõistetakse kaubanduses mitmesuguste, kas kauba valmistamiseks tarvitatava tooraine samaliigilisuse või tarbijate nõudmise ja kauba otstarbe seisukohast rühmitatavate kaupade kogu. Kui näiteks võtta kaupade rühmitamise aluseks samaliigilise tooraine tunnus, võib eristada puust valmistatud tooteid — puust mänguasjad, metallist tooteid — metallist mänguasjad jne. Tarbimisalase nõudmise ja kauba otstarbe tunnuse järgi on rühmitatavad näiteks kalastustarbed, jahitarbed, mänguasjad jne.

Kultuurikaupade sortiment on väga keerukas ja mitmekesine. Ta hõlmab paljusid mitmesugusest toorainest ja erinevate tööstusharude ettevõtete poolt toodetavate kaupade liike ja nimetusi. Kultuurikaupade valmistamiseks vajatakse väga mitut liiki toorainet.

Nomenklatuur on kauplustes müüdavate toodete loetelu. Kultuurikaupade nomenklatuur koosneb tuhandetest nimetustest. Piisab mainimisest, et suures universaalkaupluses müüdavate kultuurikaupade nomenklatuur sisaldab üle 4 000 nimetuse.

Iga aastaga laieneb ja paraneb kultuurikaupade sortiment, järelikult suureneb ka nende kaupade nomenklatuur.

Tehakse vahet kaupade **rühmalise** ja **üksikasjalise** sortimendi vahel. Rühmaline sortiment sisaldab põhiliste, ühise tunnusega ühendatud kaupade nimetusi, nagu näiteks sporditarbed, fototarbed, raadiotarbed jne., üksikasjaline sortiment aga kaubarühma sisemist jaotust allrühmadesse, kaubaliikide ja nimetuste arvu.

Iga kultuurikaupade rühm (sporditarbed, fototarbed, raadiotarbed) jaotatakse allrühmadesse, liikidesse, artiklitesse ja sortidesse. Niisugune jaotamine toimub olenevalt kauba iseloomust mitmesuguste tunnuste — kauba valmistamiseks tarvitatava tooraine liigi, töötlemisviisi, tarbimise otstarbe, suuruse jne. järgi.

Näiteks jaotatakse mänguasjad, olenevalt sellest, missugusest toorainest neid valmistatakse, järgmistesse põhirühmadesse:

kummist, tselluloidist, puust, täistopitud, metallist, pabermassist mänguasjad jne.

Ühe rühma piirides jagunevad kaubad allrühmadesse. Näiteks jagunevad kummist mänguasjad kahte allrühma: ühest tükist (monoliitsed) ja täispuhutavad. Puust mänguasjadel on viis allrühma: tisleri valmistatud, treitud, nikerdatud, punutud (põimitud) ja vineerist välja saetud.

Iga allrühm jaguneb omakorda veel eri liiki toodeteks; nii näiteks kuuluvad tisleri valmistatud mänguasjade hulka vedurid, mitmesugused autod, vankrid, kärud, samuti tööriistad ja ehitusmaterjalid.

Artikkel on teatud kauba leppemärgiks, mis sisaldab endas kõiki selle kauba iseärasusi iseloomustavaid põhilisi näitajaid. Leppemärgise — artikli — kasutamisel langeb ära kaupade üksikasjalise kirjeldamise vajadus.

Selliste kaubarühmade suhtes, nagu sporditrikotaaž, -jalatsid ja -riietus, on olulise tähtsusega **suurussortiment,** s. o. üksikute tooteliikide rühmitus suuruste (numbrite) ja kasvude järgi.

Igal kaubal on väga palju tunnuseid, mis teda iseloomustavad. Üheks tähtsamaks kauba omaduste näitajaks on kvaliteet.

Olenevalt erinevast tarbimisalasest nõudmisest jagunevad kaubad iga päev nõutavateks, perioodiliselt nõutavateks ja võrdlemisi harva nõutavateks kaupadeks.

Iga päev nõutavad kaubad on peamiselt iga päev ostetavad põhilised toiduained: leib, piim, köögivili, liha jms.

Perioodiliselt nõutavateks nimetatakse kaupu, mida ei vajata iga päev ja milliseid seepärast ostetakse perioodiliselt. Nendeks kaupadeks on riided, jalatsid, kultuurikaupadest kuuluvad siia kantseleitarbed ning kooli- ja kirjutustarbed, mänguasjad jt.

Võrdlemisi harva nõutavateks loetakse kaupu, mida ostetakse tavaliselt pikemaks ajaks, näiteks muusikariistad, fotoaparaadid, raadiod, televiisorid jms.

Kaupu, mida ostetakse koos teiste kaupadega, nimetatakse kaubanduslikus praktikas **kaasuvalt nõutavateks** kaupadeks ehk kaaskaupadeks. Tavaliselt selgub ostjale nende vajadus alles põhikauba ostmisel ja ta ostab neid põhikaubale lisaks. Nii näiteks ostetakse sageli suusamääre koos suuskadega, paelad samaaegselt jalatsitega. Selliste kaupade võtmine sektsiooni sortimenti võimaldab tarbijatele ostmisel kahtlemata teatavat mugavust, parandab tarbijate teenindamist.

Üldtarvitatavateks mõisteteks kaubanduses on **lihtsa sortimendiga ja keeruka sortimendiga** kaupade mõisted. Sellised kaubad, nagu õpilaste vihikud, tint, kontoriliim jne. ei ole sortidelt ega erikujudelt mitmekesised, mistõttu neid tavaliselt nimetatakse lihtsa sortimendiga kaupadeks. Enamus kultuurikaupadest on keeruka sortimendiga kaubad, sest need on mitmekesised sortidelt ja erikujudelt, niisugused kaubad aga, nagu spordijalatsid ja spordiriietus, ka suuruselt.

Keeruka sortimendiga kaupade väljavalikul on suure tähtusega **sortimendi ulatus,** s. o. kaubasortide mitmekesisuse määr ühe kaupluses esineva kaubarühma piires. Selles mõttes kõneldakse kaupade laiast või piiratud rühmasisesest sortimendist. Nii näiteks on spetsialiseeritud kaupluses kaupade rühmasisene sortiment laiem kui segakaupluses.

Kultuurikaupade kaupluses on suur tähtsus veel kaupade **sortimendi komplektsusel.** Mõned tööstustooted koosnevad üksikutest, vahel erinevates ettevõtetes toodetud osadest. Kaubandusettevõtetes pannakse selliste toodete osad ühtseks tervikuks kokku. Mingi detaili puudumine teeb eseme mittekomplektseks, teda ei saa müüa. Nii näiteks loetakse jalgratas mittekomplektseks, kui tal puudub elektrilamp, pump või mõni muu osa, suusad loetakse mittekomplektseks, kui neil puuduvad sidemed ja kepid jne.

Raadioid, radioolasid, televiisoreid toodetakse koos töötamiseks vajalike raadiolampide komplektiga; peale selle varustatakse need kahe komplekti skaalavalgustuslampidega (töötamiseks ja varuks) ja viie tagavarakaitsmega.

Selleks et tagada elanikkonna pidevat varustamist tähtsamate kaubaliikidega, samuti kaupade teatud sortimendi püsivust, on kehtestatud kauplustele **kohustuslik sortimendi miinimum,** s. o. kaupade nimekiri, milles on näidatud kaupluses iga päev müügil olevate kaupade tüübid ja liigid.

Kultuurikaupade sortimendi miinimum on kindlaks määratud raadiotarvete, fototarvete, mänguasjade, keelpillide, grammofonide, grammofoniplaatide, jalgrataste ja mootorrataste spetsialiseeritud kauplustele ja universaalkaupluste vastavatele osakondadele.

Kooli- ja kirjutustarvete kohustuslik sortimendi miinimum on kindlaks määratud linnade tööstuskaupade kauplustes ja koolide kioskites.

Sortimendi miinimumi koostamisel eri tüüpi kauplustele nähakse harilikult ette ühelt poolt kõige tähtsamate kaupade nimetuste kindel loetelu, teiselt poolt aga — mõningatele kaupadele ainult kohustuslik arv sorte, artikleid, suurusi jms.; konkreetse valiku kindlaksmääratud artiklite arvu piires teevad kauplused ise.

Kohustuslikke sortimendi miinimume on mitmesuguseid, olenevalt kaupluse suurusest, asukohast, süsteemi kuuluvusest ja profiilist.

Kõige täielikum sortimendi miinimum on määratud Universaalkaupluste Peavalitsuse süsteemi kuuluvate universaalkaupluste, spetsialiseeritud kaupluste ning Moskva ja Leningradi kohalike kaubastute suurte universaalkaupluste osakondadele.

Ettekujutuse sortimendi miinimumist võib saada juuresoleva tabeliga tutvudes.

Raadio- ja fototarvete sortimendi miinimum

(Universaalkaupluste Peavalitsuse süsteemi kuuluvate universaalkaupluste ja spetsialiseeritud kaupluste jaoks)

Sortimendi nomenklatuur	Kauba nimetuste arv	Sortimendi nomenklatuur	Kauba nimetuste arv
Raadiotarbed		Lambipesad	1
		Detektor-kristallid	1
Raadiod (lampvastuvõtjad)	5	Antenni-isolaatorid	1
Detektoraparaadid	1		
Radioolad	1	**Fototarbed**	
Elektrigrammofonid	1		
Dünaamilised valjuhääldajad	3	Fotoaparaadid	4
Valjuhääldajad «Rekord»	1	Suurendusaparaadid	1
Peatelefonid	1	Ilmutustankid rullfilmi ilmutamiseks	2
Adapterid (helipead)	1	Fotovannid	3
Raadiolambid	12	Rullfilmid	2
Välisantennid komplektina või antenni litse	1	Fotoplaadid ja lamefilmid	2
Väljumistransformaatorid	1	Ilmutid	2
Vahesagedustransformaatorid	3	Kinnitid	1
Jõutransformaatorid	1		
Autotransformaatorid	2		
Alaldaja filterdrosselid	1		
Võnkeringide poolid	6		
Pöördkondensaatorid	1		
Trimmerid	1		
Plokk-kondensaatorid	1		
Masstakistused	1		
Potentsiomeetrid	1		
Lainelülitid	1		
Sulavkaitsmed	3		

Teisiti koostatakse sortimendi miinimum kooli- ja kirjutustarvete kohta.

Erinevalt raadio- ja fototarvete sortimendi miinimumist määratakse siin ainult kaupade loetelu; tüüpide ja nimetuste hulka aga ei näidata (vt. tabel lk. 73).

Väiksemate linnade kaupluste sortimendi miinimumis nähakse ette vähem kaubanimetusi. Vähem on ka kaubaliike.

Sortimendi miinimumist täpselt kinni pidamist kontrollitakse rangelt. Kui kvartali jooksul tehakse kolmel korral kindlaks, et sortimendi miinimumis näidatud kaupu ei olnud müügil kaupluse juhataja või — suurtes kauplustes — osakonnajuhataja süü tõttu, karistatakse neid distsiplinaarselt. Kui tähendatud kaubad puuduvad müügilt kaupluse juhataja või osakonnajuhataja süü tõttu süstemaatiliselt, vallandatakse nad töölt.

Kaupade kohustuslik sortimendi miinimum linnade tööstuskaupade kauplustes kooliõpilastele määratud kioskites

Kooli- ja kirjutustarbed

Sortimendi nomenklatuur

Grafiitpliiatsid	Värvipintslid
Värvipliiatsid komplektina	Plastiliin
Suled	Joonistusalbumid ja -vihikud
Kustutuskummid	Albumid fotode ja luuletuste jaoks
Sirklid	Märkmikud
Vesivärvid	Kirjutuslaua mapi paber
Õlivärvid	Rõhknaelad
Tušš	Tindipotid (tihedalt suletavad)
Tint, tinditabletid ja -pulbrid	Õpilaste portfellid ja kotid
Õpilaste sulepead	Liim
Reisisulepead	Pliiatsikaitsed
Joonlauad ja kolmnurgad	Male- ja kabenupud ning -lauad, doominod
Pinalid	Kooli kirjutusvahendite komplektid
Taskunoad ja pliiatsiteritajad	

Sortimendi miinimumiga ei seata ülesannet piirata või standardiseerida kaupade sortimenti. Vastupidi, sortimendi miinimum ei hõlma kogu kaupade sortimenti kaubandusvõrgus, vaid tagab elanikkonna pideva varustamise tähtsaimate kaubaliikidega; sortimendi miinimum ei võta kaupluselt võimalust sortimendi laiendamiseks ega selle kohandamiseks kohalikele tingimustele. Ta virgutab kauplusi tarbijate teenindamise parandamisele.

2. Kaupade sortimendi hooajalised muutused kaupluses

Mõnede kaupade sortiment kaupluses muutub aasta jooksul. Sellised muutused võivad olla kahesugused: orgaanilised ja hooajalised. Orgaaniliste muutuste korral langevad üksikud kaubaliigid ja -sordid kaupade sortimendist jäädavalt välja ning asendatakse teiste, uute kaupadega.

Tööstuskaupade sortimendi **orgaanilised muutused** on seotud tootmise üldise kasvu ja täiustamisega, samuti elanikkonna vajaduste ja maitsete ning moe muutumisega. Üksikud kaubad, mis tarbijate maitsele enam ei vasta, langevad käibest välja ja nende tootmine lõpetatakse.

Kõiki neid muutusi peavad kaupluse töötajad arvesse võtma ja uurima. Kogudes andmeid tarbijate nõudmise kohta, peavad müüjad ära märkima, millistele uutele kaubaartiklitele ostjate nõudmine on vähenemas, missugustele vanadele kaubaartiklitele ostjate nõudmine püsib.

Kaupluse üldises kaupade sortimendis tuleb leida õige suhe

uute ja vanade kaubaartiklite vahel. Uusi kaubaartikleid ei tooda kauplusse tavaliselt suurel hulgal korraga, vanade kaubaartiklite müüki aga ei lõpetata otsekohe, enne kui pole selgunud, et nõudmine uute kaubaartiklite järele on püsiv.

Hooajalised muutused kaupade sortimendis on tingitud ostjate nõudmise muutumisest seoses aastaaegadega.

Kaupu, mida teatavatel aastaaegadel nõutakse eriti elavalt, muul ajal aga tunduvalt vähem, nimetatakse **hooajakaupadeks.** Hooaegade viisi eriti järsult kõikuv on nõudmine järgmistele spordikaupadele: suusad, uisud, spordijalatsid ja -riietus, jahitarbed, kalastustarbed, jalgrattad, mänguasjad. Hooajaline on suurel määral ka kooli- ja kirjutustarvete müük.

Kaubandus praktikas on välja kujunenud järgmised põhilised hooajalised muutused ostjate nõudmises:

kevad-suvine hooaeg, alates märtsist kuni augustini,

sügis-talvehooaeg, alates augustist kuni veebruarini.

Suur tähtsus kultuurikaupade kaubanduses on õppeaasta algusega seotud hooajalisel nõudmisel (augustist septembrini).

Peale selle suureneb nõudmine kultuurikaupadele järsult pühade-eelsel müügiperioodil — enne 1. maid (aprillis), enne 7. novembrit (oktoobris ja novembri algul) ning lõpuks, enne nääripüha (alates novembri keskpaigast).

Alljärgnev tabel iseloomustab kultuurikaupade põhiliikide nõudmise hooajalisust:

Jrk. nr.	Kaubad	Kuud, millal nõudmine sellele kaubale on suur
1	Suusad	November — jaanuar
2	Uisud	„ „
3	Uisusaapad	„ „
4	Suusasaapad	„ „
5	Suusaülikonnad	September — jaanuar
6	Jahipüssid	Märts, aprill, mai, august, september, oktoober, november
7	Jahitarbed	Samadel kuudel
8	Kalastustarbed	Märts — september
9	Suvine spordiinventar	Aprill — juuli
10	Talvine „	November — detsember
11	Jalgrattad, mootorrattad ja nende varuosad	Aprill — juuli
12	Fotoaparaadid	Mai — juuli
13	Fotopaber ja -kemikaalid	Mai — august
14	Näärikuuse ehted	November — detsember
15	Kooli- ja kirjutustarbed	August — september
16	Kontoriraamatud ja teised paberikaubad	Detsembri lõpp — veebruar
17	Kantseleitarbed	Iga kvartali esimene kuu (jaanuar, aprill, juuli, oktoober)
18	Lastekelgud	November — jaanuar
19	Lastejalgrattad	Aprill — august
20	Lapsevankrid	„ „

3. Ostjate nõudmise uurimise meetodid

Ostjate nõudmise laialdane uurimine võimaldab kaubandusel aktiivselt mõjutada tööstust parandama toodetavate laiatarbekaupade sortimenti ja kvaliteeti, võimaldab õigemini jaotada ja kohale vedada kaupu oblastitesse, kraidesse ja vabariikidesse.

Ostjate nõudmise tundmaõppimine on väga oluline igale kultuurikaupu müüvale kauplusele. Ainult ostjaskonna tarvidusi hoolikalt ja pidevalt välja selgitades saab moodustada kaupluse ja selle sektsioonide kaupade sortimenti õigesti, tagada ostjate häireteta, kultuurne teenindamine.

Kaubanduspraktikas kasutatakse ostjate nõudmise uurimiseks järgmisi meetodeid:

1. Rahuldamata nõudmise ja realiseeritud kaupade hulga registreerimine müüjate poolt sellekohastel kaartidel.
2. Ostjate nõudmise uurimine nende endi poolt täidetavate arvestuskaartide andmeil.
3. Ostjate nõudmise ja ettepanekute raamatuisse tehtavate sissekannete läbivaatamine ja üldistamine.
4. Ostjate nõudmise uurimine kaupluse poolt täidetavate ja kaupade külge kinnitatavate lipikute abil.
5. Ostjate nõudmise uurimine kaubatšekkide järgi.
6. Ostjate konverentside ja näituselise müügi korraldamine.

Kõige levinumaks ostjate nõudmise uurimise meetodiks on rahuldamata nõudmise registreerimine.

Rahuldamata nõudmise all mõistetakse tavaliselt ostjate nõudmist ringluses olevatele, kuid kaupluses antud hetkel müügilt puuduvaile kaupadele. Kui need kaubad vastavad kaupluse sortimendilisele profiilile, peab ta need hankima ja müügile laskma.

Sellise rahuldamata nõudmise uurimise tehnika ei ole keeruline. Müüja märgib kaupade puudumise korral kõik puuduvate kaupade suhtes ostjate poolt esitatavad nõudmised vastavasse, tavaliselt vihikukujulisse või spetsiaalsesse märkmikku, kannab sisse kaupade põhitunnused (liigi, värvuse, suuruse jne.). Iga päev tehakse sissekannetest kokkuvõtted ja esitatakse sektsiooni juhatajale või kaupluse direktorile. Ostjate poolt nõutud kaubad võetakse sisse kaupluse järjekordsesse kaupade tellimisavaldusse ja veetakse kohale.

Müüdud kaupade arvestus toimub järgmiselt. Müüja saab lahterdatud plangi, millele ta märgib kaupade nimetused ja nende kõrval olevasse lahtrisse tingmärkidega (püstkriipsud, ristid) müüdud kaupade koguse. Kaupade nimetused kirjutab müüja lahterdatud plangile sedamööda, kuidas ta kaupu müüb. Müües näiteks puust mänguauto, hinnaga 7 rbl. 80 kop., märgib müüja selle artikli otsekohe plangile. Sama mänguasja korduvad müügijuhud märgitakse juba kas püstkriipsude või ristikestega.

Seda ostjate nõudmise uurimise meetodit kasutatakse kaupade

sortimendi struktuuri õigsuse kontrollimiseks, eelkõige niisuguste kaupade puhul, nagu mänguasjad, jahi- ja kalastustarbed jt.

Ostjate nõudmise uurimine nende endi poolt täidetavate eriliste arvestuskaartide andmete alusel seisab järgnevas.

Kaupluse müügisaali pannakse välja väikesed tahvlid. Tahvli külge kinnitatud spetsiaalsesse laekasse pannakse ostjate nõudmise arvestamise kaartide plangid. Neist laegastest võtab ostja nõudmise arvestuse kaardi, täidab selle ja laseb tahvli külge kinnitatud kasti. Nõudmise arvestuse kaardid võetakse iga päev kastist välja ja vaadatakse läbi kaupluse direktori poolt.

Mitmesuguseid ettepanekuid kaupade sortimendi täiendamise kohta kirjutavad ostjad **nõudmise ja ettepanekute raamatusse.** Tavaliselt asuvad sellised raamatud kaupluse sektsioonides või osakondades.

Kui ostja teeb kriitilisi märkusi ja ettepanekuid kaupade sortimendi kohta, palub müüja ostjal kohe kirjutada need soovid nõudmise ja ettepanekute raamatusse. Sissekannete vorm on siin vaba.

Tööpäeva lõpul analüüsivad sektsiooni töötajad kõik ostjate poolt tehtud sissekanded läbi ja sektsiooni juhataja kannab nendest ette kaupluse direktorile.

Hoopis keerukam on ostjate nõudmise arvestamine kaupluse poolt täidetavate ja kauba külge kinnitatavate **lipikute** abil. Lipikutel näidatakse arvestamiseks vajalikud kaupade tunnused: materjal, mudel, tegumood, hind, kauba müügile saabumise kuupäev, samuti müümise kuupäev.

Seda ostjate nõudmise uurimise meetodit kasutatakse juhul, kui tahetakse saada ülevaadet ühe või teise kauba nõudmise iseloomust. Nii näiteks kasutati sellist meetodit Moskva sporditarvete universaalkauplustes nahast spordijalatsite nõudmise uurimiseks, Moskva Kultuurikaupade Kaubastu kauplustes aga pehmete mänguasjade mõnede liikide nõudmise iseloomu väljaselgitamiseks jne.

Müügi korral rebitakse kaupadelt lipikud ära, pannakse karpi või kasti, seejärel aga teatud vaheaja möödudes sorteeritakse üksikute tunnuste järgi. Sorteeritud lipikute kokkuvõtmine annab piisava kujutluse ühtede või teiste kaupade nõudmise iseloomust.

Ostjate nõudmise tundmaõppimine müüja poolt väljakirjutatavate ja ostja poolt kassale esitatavate **kaubatšekkide järgi** toimub järgmiselt. Kõigepealt määratakse kindlaks kauba liigid, mille suhtes soovitakse ostjate nõudmist kontrollida, ning nõudmise uurimisel registreerimisele kuuluvad kauba tunnused, nagu mudel, kauba värv jm.

Mingile kaubale tšekki kirjutades märgib müüja tšekile tingimata täiendavalt vastavad kauba tunnused (mudeli number, kauba värvus jms.). Tööpäeva lõpul sorteeritakse tšekid üksikute tunnuste järgi. Sorteeritud tšekkide kokkuvõtete tulemused kantakse iga päev eri andmikku.

Selline süstemaatiline arvestus paneb müüjale lisakohustuse, teeb tema töö keeruliseks ja võib põhjustada sissekannete korra-

päratust. Seepärast kasutatakse seda arvestusmeetodit ainult valikmeetodina mõnda aega ja teatud kaubaliikide suhtes.

Ostjate nõudmise tundmaõppimise materjale kasutatakse kaupluse juhataja ja kaubandusorganisatsiooni poolt sektsioonide täiendamiseks vajalike kaupadega, samuti hankijate ees kaupade sortimendi laiendamise ja parandamise ning väljalastavate kaupade kvaliteedi tõstmise küsimuste ülestõstmiseks.

Igapäevases töös ostjate teenindamisel peab müüja tähelepanelikult kuulama kõiki ostjate soove ja märkusi kaupade kohta, kirjutama need üles ja üldistama neid, soovitama ostjal ise teha sissekandeid, täita nõudmise arvestamise kaarte jne.

Kõigi nende vaatlusmaterjalide üldistamine toimub sektsiooni töötajate tootmisnõupidamistel.

Huvitavad on Moskva Kultuurikaupade Kaubastu kauplustes rakendatud abinõud ostjate nõudmise uurimisel. Nii näiteks organiseerisid selle kaubastu kauplused nr. 14, 40 ja 48 omavahel konsulteerimiseks ja töökogemuste vahetamiseks kohtumisi üksikute kaubaliikide ja -rühmade nõudmise uurimise küsimuste alal.

Sellisteks kohtumiskoosolekuteks valmistab iga kauplus varakult ette ostjate nõudmise uurimise materjalid kindlaksmääratud kaubaliigi, näiteks pliiatsite, täitesulepeade jne. kohta. Sealjuures lepivad kauplused varakult kokku, millise kaubaliigi kohta koguda ostjate nõudmist iseloomustavat materjali, selleks et küsimuste arutamisel tähelepanu mitte hajutada.

Nagu praktika on näidanud, annavad sellised üksikute kaubaliikide nõudmise uurimiseks kaupluste vahel korraldatud konsultatsioonid häid tulemusi. Neil nõupidamistel täiendatakse ja täpsustatakse ostjate nõudmise uurimise materjale ning esitatakse vastavad pretensioonid tööstusele.

Nii näiteks esitati sellise kogemuste vahetamise tulemusena Moskva Kultuurikaupade Kaubastu täitesulepeade kaupluste nr. 8, 45 ja 61 vahel tööstusele rida nõudmisi üksikute täitesulepea liikide tootmise lõpetamise kohta.

Huvitav on fakt, mis leidis aset Moskva Kultuurikaupade Kaubastu kaupluses nr. 8, kus müüakse ainult täitesulepäid. Selles kaupluses oli välja töötatud ja seinale üles pandud juhend «Kuidas käsitseda täitesulepead». Juba järgmisel päeval nõudsid ostjad müüjatelt täitesulepea üksikosi, mida varem kaupluses müügil ei olnud.

Tarbijate nõudmise rahuldamiseks koostati täitesulepeade varuosade nimekiri ja kaupluses organiseeriti nende müük selleks loodud spetsiaalse sektsiooni kaudu.

Tänu kaupluses läbiviidavale konsultatsioonile (kirjalikule ja suulisele) õppisid ostjad täitesulepea üksikosi ise vahetama, mitte kasutades remonditöökoja abi. Varuosade müügi ja konsultatsioonide organiseerimise eest avaldasid ostjad paljudel juhtudel tänu kaebuste ja ettepanekute raamatus.

Kaubanduslikus praktikas kasutatakse laialdaselt ka sellist

ostjate nõudmise uurimise meetodit, nagu ostjate konverentside korraldamine. Ostjate konverentsid pühendatakse harilikult kaupluse töö ja sealhulgas kaupade sortimendi ja kvaliteedi küsimuste läbiarutamisele. Vahel organiseeritakse ostjate konverentse tööstusettevõtete ja hankijate esindajate osavõtul. Sel juhul annavad need väga rikkalikku, ostjate nõudmist iseloomustavat materjali. Oma sõnavõttudes käsitlevad konverentsidest osavõtvad ostjad kaupade sortimendi iseärasusi ja puudusi, annavad hinnangu müügil olevate kaupade kvaliteedi kohta ning esitavad nõudmisi uute kaupade suhtes. Nii näiteks on Moskva Kultuurikaupade Kaubastu muusikariistade spetsialiseeritud kaupluses toimunud mitu sellist konverentsi grammofonide ja grammofoniplaatide sortimendi ja kvaliteedi kohta, rahvapillide kvaliteedi ja sortimendi kohta jne.

Enne konverentsi saadeti ostjatele erilised reklaamkutsed järgmise tekstiga:

«Lugupeetud seltsimees! Moskva Kultuurikaupade Kaubastu muusikariistade kaupluse direktsioon palub Teid osa võtta grammofonide ja grammofoniplaatide sortimendi ja kvaliteedi alal korraldatavast ostjate konverentsist. Konverentsist on palutud osa võtta ka tööstusettevõtete esindajaid. Konverents toimub meie kaupluses 9. detsembril 1956. a. kell 20.00.

Kui Teil ei ole konverentsist võimalik osa võtta isiklikult, palume kauplusele teatada kirjalikult oma soovid, ettepanekud ja märkused grammofonide ja grammofoniplaatide kvaliteedi parandamise ja sortimendi laiendamise kohta.

Teie ettepanekuid võtame arvesse grammofonide ja grammofoni plaatide 1957. aasta sortimendi kooskõlastamisel ja kinnitamisel.»

Leningradi Frunze rajooni Universaalkauplus korraldab edukalt ostjate konverentse **kirja teel** mitmesugust liiki kultuurikaupade sortimendi ja kvaliteedi kohta.

Kirja teel viiakse ostjate konverentsid läbi järgmiselt: kõigepealt lastakse ostjate ettepanekute selgitamiseks trükkida postkaardid, mis saadetakse ostjatele posti teel. Kohalikud sidekontorid annavad need postkaardid elanikkonnale koos ajalehtedega. Postkaartide tekst võib olla erinev ja sõltub kauba liigist. Nii näiteks saadeti mänguasjade sortimendi ja kvaliteedi kohta kirja teel korraldatava ostjate konverentsi puhul ostjatele järgmise sisuga postkaart:

«Lugupeetud seltsimees! Eesmärgil parandada mänguasjade kvaliteeti ja laiendada nende sortimenti paluvad Leningradi Frunze rajooni Universaalkaupluse direktsioon, artellid «Lenigruška», «Promigruška» ja «Kultigruška» ning tehas nr. 4 vastata Teid järgmistele meid huvitavatele küsimustele:

1) Teie märkused ostetud mänguasjade kvaliteedi kohta; palume märkida mänguasja nimetus ja tingimata ka selle valmistaja tehase või artelli nimetus;

2) Teie märkused konstruktsiooni kohta;

3) Teie märkused kunstilise kujunduse kohta;

4) Teie märkused vastupidavuse kohta;
5) mis Teie lapsele meeldib kõne all oleva mänguasja juures;
6) kas Teie laps tundis huvi selle mänguasja vastu ja kas see valmistas talle rõõmu;
7) mida Teie peate vajalikuks mänguasja juures muuta, parandada, täiendada;
8) milliseid mänguasju on Teie arvates veel tarvis valmistada: a) metallist, b) riidest (täistopitud), c) nukud, d) pabermassist mänguasjad;
9) muud märkused.

Postkaardi aadressipoolne külg on järgmine:

Postikulu on tasutud Leningradi Peapostkontorile

Leningrad, J. V. Stalini nimeline prospekt, 60
Leningradi Frunze rajooni Universaalkauplus.
Vastuse palume lasta ükskõik millisesse kirjakasti ilma margita.»

Ostjate soovide selgitamiseks saadetavad postkaardid toimetatakse sideasutuste poolt adressaatidele kätte ilma margita. Selleks lepitakse sideasutustega eelnevalt kokku. Nagu praktika on näidanud, võtavad paljud ostjad heameelega osa sellistest kirja teel korraldatavatest ostjate konverentsidest ning saadavad vastused neile esitatud küsimustele.

Nende konverentside kaudu on universaalkauplus saanud palju praktilisi ettepanekuid, mis on võimaldanud tal tunduvalt parandada mänguasjade ja heliplaatide sortimenti ning esitada tööstusele rida tõsiseid pretensioone.

KÜSIMUSI JA ÜLESANDEID

1. Mis tähendab kaupade sortiment?
2. Mis on sortimendi miinimum?
3. Missugused muudatused avaldavad mõju kaupluse kaupade sortimendile?
4. Jutustage tarbijate nõudmise uurimise meetoditest.
5. Jutustage ostjate konverentside korraldamisest.

IV PEATÜKK

KAUBA HANKIMINE, VASTUVÕTMINE JA HOIDMINE

1. Kaupade saamise allikad

Kaupluse varustamine kaupadega toimub kaubandusorganisatsiooni poolt kinnitatud kaubakäibeplaani alusel.

Kauplusel on kaupade saamiseks järgmised allikad: a) tsentraliseeritud varustamine, b) detsentraliseeritud kokkuost, c) kaubandusorganisatsiooni oma kaupluste varustamine oma tootmisettevõtete toodanguga ja tööstuslikul töötlemisel saadud toodanguga.

Tsentraliseeritud varustamise korras saavad kauplused fondeeritud kaupu, s. o. niisuguseid, mida eraldatakse kaubandusorganisatsioonidele NSV Liidu valitsuse või liiduvabariikide valitsuste poolt kinnitatud varustusplaanide alusel, samuti mittefondeeritud kaupu.

Kultuurikaupade fondide jaotamiseks on ette nähtud järgmine kord.

Kõik kaubad jagunevad kolme rühma. Esimese rühma kaupu planeerib NSV Liidu Kaubandusministeerium. Sellesse rühma kuuluvad mootorrattad, jalgrattad, raadiod ja televiisorid.

Teise, hoopis suuremaarvulise rühma kaupade jaotamist planeerib ja kinnitab Kultuurikaupade Kaubanduse Peavalitsus. Siia kuuluvad: käekellad, fotoaparaadid, jahipüssid, jahitarbed, haavlid, kapslid, uisud, suusad, autod, sise- ja väliskummid, reproduktorid, klaverid, bajaanid ja akordionid, harmoonikad, koolivihikud, pliiatsid, suled.

Kolmandat rühma, kuhu kuuluvad kõik ülejäänud kaubad, jaotab Kultuurikaupade Kaubanduse Peavalitsus kaubabaaside ja -kontorite vahel realiseerimiseks nõudeavalduste ja kaubandusorganisatsioonidega sõlmitud lepingute alusel.

Ettenähtud korras kinnitatud kaupade jaotus- ja lähetusplaanid suunatakse seejärel hankijatele — tööstuslikele ministeeriumidele hangete teostamiseks vastavalt hanke-põhitingimustele.

Teistsugune on kohaliku ja kooperatiivse tööstuse poolt toode-

tud kultuurikaupade jaotamise kord. Koos liiduvabariikide kaubandusministeeriumide ning oblasti, krai ja linna kaubandusosakondadega võtab Kultuurikaupade Kaubanduse Peavalitsus kas otseselt või oma baaside kaudu osa kohalike ja kooperatiivsete tööstusettevõtete plaanide koostamisest kultuurikaupade tootmiseks. Nende alusel aga määratakse kindlaks, kui palju ja milliseid kaupu võib saada ning välja vedada ühest või teisest rajoonist kaubandusorganisatsioonide jaoks.

Nende kaupade väljavedu linnade kaubandusorganisatsioonidele teostab ka Kultuurikaupade Kaubanduse Peavalitsus oma baaside kaudu. Kohaliku ja kooperatiivse tööstuse toodangu kohalikuks müügiks määratud fondide, s. o. selliste kaupade, mis lastakse müügile kohapeal, realiseerimine toimub liidu- ja autonoomsete vabariikide kaubandusministeeriumide, samuti oblastite (kraide) linnade kaubandusosakondade jaotuse alusel.

Eesmärgil parandada kaubandusorganisatsioonide varustamist tööstuskaupadega kehtestati alates 1951. aastast jalatsitele ja õmblustoodetele eeltellimuste süsteem. Kaubandusorganisatsioonid koostavad neile eraldatavate kaubafondide kohta aasta ja kvartalite lõikes tööstusettevõtetele eeltellimused. Neis tellimustes tuleb üksikasjaliselt ära näidata näiteks spordiülikondade, spordijalatsite jne. artikkel, värvus ja suurus. Kultuurikaupade rühmas kasutatakse eeltellimusi spordiriietusele ja spordijalatsitele. Need eeltellimused on kaubandusorganisatsioonide ja tööstusettevõtete vahel sõlmitavate lepingute aluseks. Samade eeltellimuste ja sõlmitud lepingute põhjal kirjutavad hankijad kaubandusorganisatsioonidele välja korraldusi kaupade saamiseks kas tööstuse oma hulgibaasidest või otseselt tööstusettevõtetest.

Tsentraliseeritud varustamise korras saadavaid kaupu saab kauplus tavaliselt kas vahetult kaubandusorganisatsiooni või hankija baasist, või ettevõttest kaubandusorganisatsiooni jaotuskavade järgi.

Suurtel kauplustel ja universaalkauplustel on õigus anda ise eeltingimusi ning õigus saada hankijatelt kaupu iseseisvalt. Sellisel juhul eraldab kaubandusorganisatsioon kauplusele vastavad kaubafondid ja kauplus sõlmib nende kohta tööstusettevõttega lepingu.

Rööbiti kaupade lepingujärgse hankimisega on kauplustel õigus teostada üksikute kaupade iseseisvat detsentraliseeritud kokkuostu, et laiendada ja parandada kaupade sortimenti, samuti suurendada kaubakäivet.

Peamisteks detsentraliseeritud kokkuostu allikateks on kohaliku tööstuse ettevõtted, tööndusкooperatsiooni artellid, tööstusettevõtete utiilitsehhid ja laiatarbekaupade tsehhid, tööndusкolhoosid ning teiselinnalised kaubandusorganisatsioonid ja kauplused.

Detsentraliseeritud kokkuost on edukamaks osutunud eeskätt

mänguasjade, kantseleikaupade, jahi- ja kalastustarvete ning mõnede sporditarvete alal.

Kaupluste töötajad peavad olema uute, ostjate poolt nõutavate kaupade tootmise algatajaiks.

2. Kaupluse ja hankijate vaheliste majanduslike seoste vormid

Kaupluse ja hankijate vaheliste majanduslike seoste vormid on mitmesugused ja sõltuvad eeskätt kaupluse suurusest. Kuid niisuguste seoste vormid põhinevad alati kaupluse ja hankijate vahelistel lepingulistel suhetel. Kaupluste ja hankijate vahel sõlmitud lepingud tagavad kaupade organiseeritud, plaanilise laekumise ning võimaldavad kauplusel õigeaegselt teada saada, millal ja kui palju ta saab üht või teist kaupa. Ühtedel juhtudel väljenduvad need kaupluse ja hankija vahelises hankelepingus, teistel juhtudel vormistatakse kaupade ostmise ühekordne tehing, mis vormistatakse kirjade või telegrammide vahetamisega. Neis lepinguis ja kirjades fikseeritakse tingimused hanke koguse, sortimendi, hinna ja tähtaegade kohta.

Lepingulised suhted kaupade hankimiseks tööstuse poolt kaubandusorganisatsioonidele vormistatakse üld- (generaal-), lokaal- ja otselepingutega.

Üld- (generaal-) lepingud sõlmitakse hankijate keskuste ja ostjate keskuste vahel, peavalitsuste ja hulgikaubanduse kontorite vahel tsentraliseeritud korras jaotatavate kaupade kohta. Üldlepingutes nähakse ette tööstuse poolt kaubandusorganisatsioonidele hangitavate kaupade kogus ja rühmaline sortiment, hanke aasta- ja kvartalisisene jaotus jne. Samades lepingutes näidatakse täpselt ära, missugused alamalseisvad hankijad peavad üldlepingu põhjal sõlmima täpsustatud lepingu ostjatega vajaliku kaupade sortimendi hankimise kohta. Alamalseisvate organisatsioonide (tööstusettevõtted, kaubandusorganisatsioonid) vahelisi lepinguid nimetatakse **lokaallepinguteks.**

Lokaallepinguid kaupade hankimiseks sõlmivad tööstusettevõtetega tavaliselt kohalikud kaubastud, tööliste varustamise osakonnad jt. Õigus sõlmida tööstusettevõttega lokaallepinguid on samuti Universaalkaupluste Peavalitsuse süsteemi kuuluvatel universaalkauplustel, kohalike kaubastute väga suurtel kauplustel ja samuti suurtel spetsialiseeritud kauplustel.

Sel juhul töötab universaalkauplus või kauplus välja ja näitab lepingus või selle lisades ära hanke rühmalise aastasortimendi kvartalite lõikes ning spetsifikatsioonina lepingu juurde üksikasjalise sortimendi. Spetsifikatsiooniks nimetatakse kaupade üksikasjalist loetelu, milles on näidatud kaupade liigid, mudelid ja muud tunnused, samuti kaupade kogus.

Iga kvartal jaotamisele kuuluvate kaubafondide puhul kooskõlastatakse kaupade rühmaline ja üksikasjaline sortiment poolte

vahel igaks kvartaliks eraldatud fondi ulatuses viie päeva jooksul pärast vastavate fonditeadete saamist. Kõrgemalseisvate organisatsioonide poolt antavates fonditeadetes näidatakse kauplusele eraldatavate kaupade kogus ja liigid. Sõlmitud lokaallepingute täitmiseks antakse kauplusele iga kuu müügikorraldused kauba väljaveoks kas hankija baasidest ja ladudest või otseselt hankija ettevõtteist.

Otselepingud, samuti nagu lokaallepingud, sõlmitakse otseselt hankijate ja kaubandusorganisatsioonide vahel, kuid nende kaupade alal, mille kohta üldlepinguid ei ole sõlmitud. See on lokaal- ja otselepingute põhiline erinevus. Õigus sõlmida otselepinguid tööstusettevõttega on suure kaubakäibega kauplustel.

Otselepingutes nähakse tavaliselt ette kaupade hankimise tähtajad, kaupade kvaliteet ja hinnad, hanke üldsumma jm.

Kultuurikaupade tootmiseks liidulis-vabariiklikus tööstuses on kindlaks määratud järgmine lepingute sõlmimise kord:

Kultuurikaupade Kaubanduse Peavalitsus sõlmib tööstuslike ministeeriumide isemajandavate keskasutustega üldlepingud.

Kultuurikaupade Kaubanduse Peavalitsuse hulgibaasid sõlmivad vabrikute ja tehastega kaupade saamiseks üldlepingute alusel lokaallepingud. Kõigil ülejäänud juhtudel sõlmivad hulgibaasid otselepingud.

Kohaliku tööstuse toodangu (kultuurikaupade) ostmiseks sõlmivad kaubandusorganisatsioonid ja üksikud suuremad kauplused lepingud otseselt tööstusettevõtetega. Sealjuures neis linnades, kus asub Kultuurikaupade Kaubanduse Peavalitsuse hulgibaas, sõlmitakse lepingud Kultuurikaupade Kaubanduse Peavalitsuse vabariiklike ja oblastite baaside jaotuskavade alusel. Neis linnades aga, kus Kultuurikaupade Kaubanduse Peavalitsuse baasid puuduvad, sõlmitakse lepingud Kultuurikaupade Kaubanduse Peavalitsuse poolt määratud kultuurikaupade jaotuskavade alusel.

Olles sõlminud hankijatega lepingud, peab kauplus neist rangelt kinni pidama, jälgima, et kaupade kvaliteet vastaks ettenähtud tingimustele jne.

Hankijate suhtes, kes rikuvad kaupade hanketingimusi, tuleb rakendada sanktsioone, s. o. seadusega kehtestatud karistusmäärasid, nagu näiteks trahvide sissenõudmist jms.

Peale aasta- ja kvartalilepingute on kauplustel õigus teostada **ühekordseid tehinguid** üksikute kaubapartiide ostuks.

Kui kaupade hankelepingud sõlmitakse tavaliselt enam-vähem pikema aja (aasta, kvartal, hooaeg) kohta, siis ühekorsed tehingud teostatakse üksikute kaubapartiide ostuks ja näevad ette harilikult ühekordset hankimist, s. o. kauba hankimine korraga ühel tähtajal või lühema perioodi jooksul.

Oma suhetes hankijatega peavad kauplused juhinduma **kaupade hanke põhitingimustest,** mis kehtivad NSV Liidu Kaubandusministeeriumi peavalitsuste baaside ja teiste ettevõtete kaubahangete kohta.

3. Kaupade saamise kord ja vastuvõtmine kaupluses

Kauplusse saabuvate kaupade vastuvõtmine võib toimuda:

a) raudteejaamas või sadamas;

b) hankija laos, kui kaupluse töötajad ise kaupa välja valivad;

c) otseselt kaupluses, kui hankijad või kaubastu baasid kauba ise kohale toimetavad.

Kõigil neil juhtudel, sõltumata sellest, kus kauplus kaupa vastu võtab, tuleb kaup vastu võtta koguse ja kvaliteedi järgi, dokumentide õige vormistamisega.

Tavaliselt võetakse kaup alguses vastu koguseliselt, seejärel aga juba kontrollitakse ka kauba kvaliteeti. Ainult üksikjuhtudel, kui kauplus ise saab hankija ladudest või ettevõtetest taarastamata kauba (lahtiselt), toimub kvaliteediline vastuvõtmine üheaegselt koguselise vastuvõtmisega. Kaupade õigesti korraldatud vastuvõtmine eeldab laoruumide vastavat ettevalmistamist: kauba vastuvõtmiseks tehakse ruumi, vabastatakse aegsasti stellaažid, laotakse varem laos olevad kaubad ümber, valmistatakse ette personal jne. Kõik see tagab kauba kiire ja täpse vastuvõtmise.

Selleks et kaupade kohalevedu õigesti teostuks, peab kauplusel olema kaupade kohaleveo kalenderplaan. Plaanis nähakse ette kaupluse sortimendi hulka kuuluvate üksikute kaubarühmade kohaleveoks eri päevad. Kaupade kohaleveo graafik koostatakse kauplusele selliselt, et päevad, millal kauplusele kaupu tuuakse, ei satuks kokku päevadega, millal müük on kõige elavam, näiteks üldiste puhkepäevadega, pühade-eelsete päevadega jne.

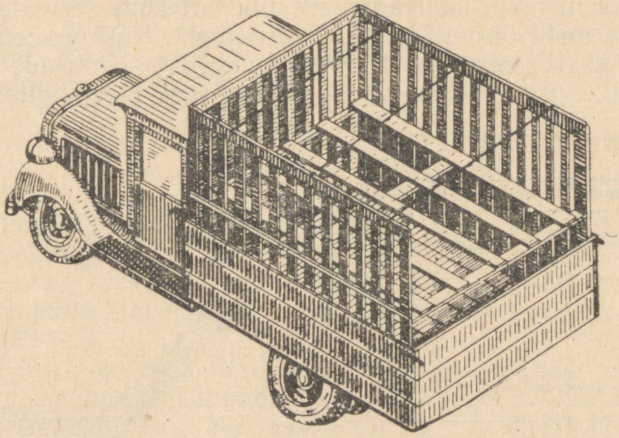
NSV Liidu Kaubadusministeeriumi juhendite kohaselt võivad kaupade väljavalimist ja vastuvõtmist teostada ainult kvalifitseeritud isikud. Neid õigusi teisejärgulistele töötajatele edasi volitada on keelatud.

4. Kaupade transportimine

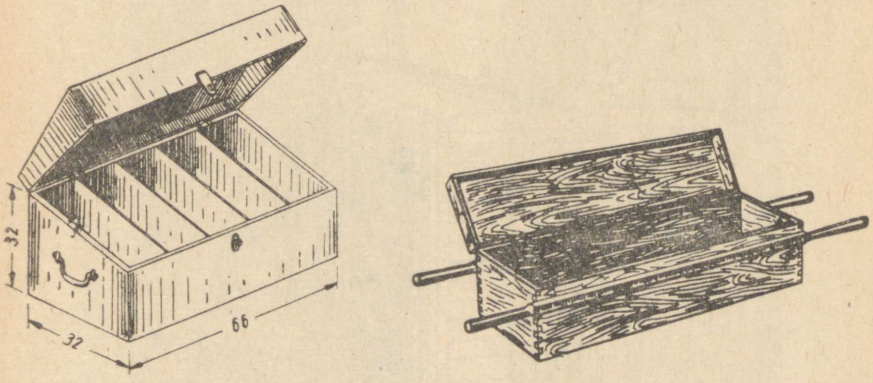
Kaupu võib toimetada kauplustesse hankija, oma kaubandusorganisatsiooni transpordibaasi ja kaupluse enda veovahenditega, samuti üüritud transpordivahenditega.

Sõltumata sellest, kelle transpordivahendeid kaubaveoks kasutatakse, tuleb seda teha nii, et kauba rikkumine või vigastamine oleks välditav. Taarastamata kultuurikaupade vedu (eriti spordiriided ja -jalatsid, mänguasjad, mõned kooli- ja kirjutustarvete liigid) peab toimuma kinnistes autodes. Juhul, kui kaupa veetakse lahtistes autodes, tuleb kaup katta presendiga. Parimateks kauba vedamiseks kasutatavateks transpordivahenditeks on spetsiaalsed veokid, mis on kohandatud vastavate kaupade veoks. Nii veetakse näiteks jalgrattaid, laste mänguasju (hobused, elevandid jt.) autos, mille kere on varustatud kinnituspesadega äravõetava puuraamistiku ülesseadmiseks. Need võred suurendavad veoki mahutavust ja kaitsevad kaupa vigastuste eest (joonis 32).

Klaverite transportimisel tuleb tingimata kasutada vahelepandavaid lappe, et kaitsta transporditavate klaverite värvikihti hõõrdumisel. Klavereid transporditakse tavaliselt riidest katetes.



Joonis 32. Auto suurte mänguasjade transportimiseks



a b

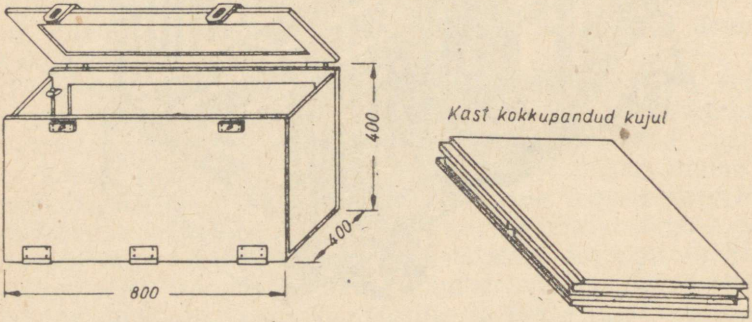
Joonis 33. Kast grammofoniplaatide vedamiseks (*a*), kast grammofoniplaatide kandmiseks kaupluses (*b*)

Kui autosse laaditakse kaste kergesti puruneda võivate klaasesemetega, siis pannakse autokasti otsseina ja tagumiste kastide vahele põikpuud, et kaitsta kaste tõugete eest vastu autokasti otsseina.

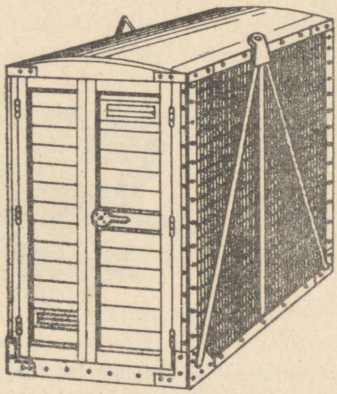
Et paremini kaitsta kaupa rikkumise eest vedamisel, kasutatakse eriotstarbelist taarat (inventartaarat).

Nii kasutatakse grammofoniplaatide veoks spetsiaalseid kaste, mis on vineerist vaheseintega sahtliteks jaotatud ja seest vildiga vooderdatud (joonis 33). Igasse sahtlisse pannakse serviti kaks plaatidega täidetud karpi.

Kantseleikaupade ja mõnda liiki mänguasjade transportimiseks kasutatakse universaalseid kokkupandavaid kaste (joonis 34). Kõik selliste kastide seinad on üksteisega ühendatud hingede abil ja moodustavad kokkupandult tihedalt koos seisvate laudade paki, mille maht on umbes $^1/_5$ kasti mahust. Kokkupanemisel kinnitatakse kasti seinad üksteise külge eriliste konksude või tikknaelte abil. Spordiriietuse veoks kasutatakse pleed-kotte.



Joonis 34. Universaalne kokkupandav kast kantseleikaupade, väikeste mänguasjade jm. transportimiseks



Joonis 35. Konteiner

Viimasel ajal on hakatud kaupade vedamiseks üha enam rakendama konteinereid (joonis 35). Konteiner on kinnine lukustatav puust kast, mis kujutab endast just nagu üht kaubavaguni osa.

Konteinerid laaditakse täis hankija laos ja plommitakse. Sellisel kujul veetakse neid raudteel platvormvagunites kuni sihtjaama, sealt aga toimetatakse kaubandusorganisatsiooni lattu veoautodel. Konteineri avamine ja selles oleva kauba vastuvõtmine kaubandusorganisatsiooni laos toimub selleks spetsiaalselt

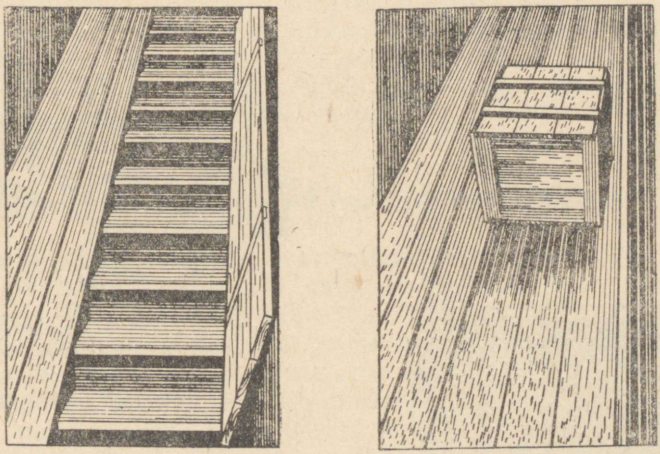
moodustatud komisjoni poolt, millest võtab osa kaupluse ühiskondliku organisatsiooni esindaja.

Konteineritega veetakse peaaegu iga liiki kultuurikaupu: raadiovastuvõtjaid, fototarbeid, kantseleikaupu, kooli- ja kirjutustarbeid jne. Konteineritega ei veeta klavereid, mootorrattaid ja jalgrattaid. Neid kaupu ei ole võimalik konteineritega vedada nende suurte mõõdete tõttu.

5. Kaupluse sisetransport

Kultuurikaupade kaupluste töötajail tuleb kaupade vastuvõtmisel, hoidmisel ja müügisaali toimetamisel ümber paigutada küllaltki suuri raskusi: kaste, televiisoreid, raadiovastuvõtjaid jm. Nende kaupade ümberpaigutamise kergendamiseks kasutatakse erilisi seadiseid.

Kõigepealt on väga tähtis kergendada töid, mis on seotud kauplusse saabuvate kaupade vastuvõtmisega ja nende toimetamisega kaupluse lattu. Sel eesmärgil kasutatakse kaupade allalaskmiseks keldrisse lihtsa konstruktsiooniga kaldrenne. Renni

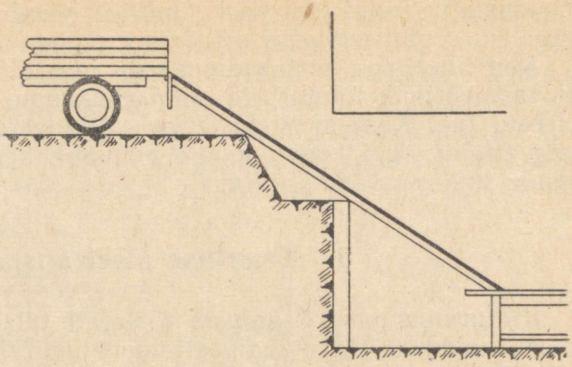


Joonis 36. Trepp, mida laudkatte allalaskmisel võib kasutada kaldpinnana

kalle ei tohi ületada 30°, renni laius on 100—120 cm. Vastuvõtulaud keldris renni otsa kohal peab olema kõrgusega 75—90 cm.

Kui ei ole võimalik ehitada eraldi kaldpinda, võib kasutada treppi, millele on asetatud ülestõstetav laudkate (joonis 36). Vajaduse korral lastakse laudkate trepile ja trepp muutub kaldpinnaks.

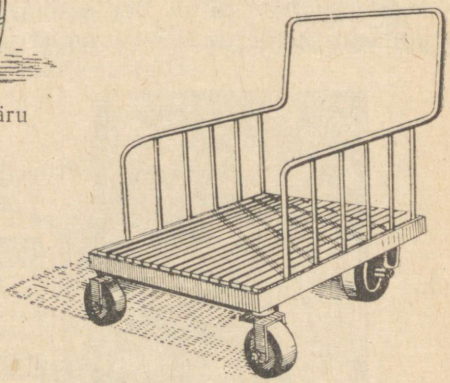
Kaupade ümberpaigutamiseks alumiselt korruselt ülemisele või keldrist kauplusse kasutatakse peale spetsiaalsete tõstukite mitmesuguseid mehaanilisi ja käsivintsi abil käitatavaid transportööre.



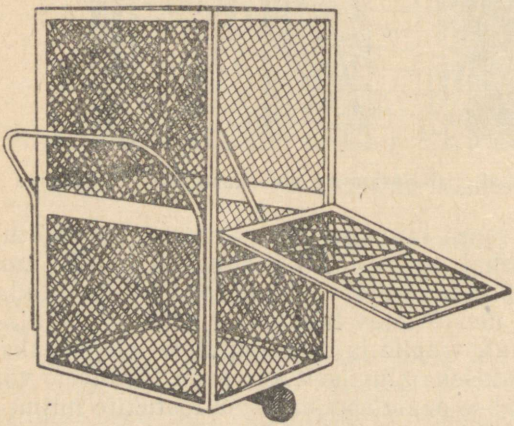
Joonis 37. Puldanist renn kauba allalaskmiseks



Joonis 38. Kaherattaline käsikäru



Joonis 39. Käsivanker raadioaparaatide, televiisorite ja teiste raskemate kaupade transportimiseks



Joonis 40. Käsivanker — kergete ja väikeste kaupade transportimiseks

Mõnedes kauplustes kasutatakse väiksemate kaupade mahalaadimiseks puldanist valmistatud renne (joonis 37). Kauba vastuvõtmiseks tõmmatakse see renn kaupluse keldriruumist läbi luugiava otse veoautole. Selliste rennide kasutamine võimaldab kaupu autolt väga kiiresti maha laadida ja keldrisse paigutada.

Kaupade ümberpaigutamise kergendamiseks kaupluses endas on kasutusel mitmesugused eritüüpi käsivankrid. Nii näiteks kasutatakse kastide ja pallide ümberpaigutamiseks kaherattalist käru (joonis 38).

Raskete ja suurte kaupade, nagu näiteks raadioaparaatide, televiisorite, grammofoniplaatide, transportimiseks kasutatakse lahtise kere ja kummirehvidega käsivankreid (joonis 39). Sellisel käsivankril on kaks pöördratast, nad liiguvad pehmelt ja sujuvalt ning neid on hea juhtida; viimane on eriti tähtis kitsaste läbikäikude ja koridoridega kauplustes. Mänguasjade ja teiste kergete kaupade transportimiseks kasutatakse kergema konstruktsiooniga käsivankreid.

Selliste kaupade, nagu kantseleikaubad, mänguasjad, transportimiseks müüjate töökohtadele väikeste pakkidena ja tükiviisi kasutatakse kinnise kerega käsivankreid (joonis 40). Niisuguste käsivankrite seinad tehakse terasraamistikule tõmmatud metallvõrgust. Käsivankri kere on paigutatud kergele kummiratastega raamistikule ja on varustatud kaanega, millel on aasad plommimiseks. Selline käsivanker mahutab palju kaupa ja kaitseb seda varguste eest kauplusesisestel vedudel.

6. Taara kasutamise ja hoidmise eeskirjad

Taaraks nimetatakse tööstustooteid (kastid, kotid jm.), mis on ette nähtud mitmesuguste kaupade pakkimiseks eesmärgil kaitsta neid väliskeskkonna kahjulike mõjutuste (vihm, lumi, tolm, pori jms.) eest, samuti transportimise ja hoidmise hõlbustamiseks.

Taara valmistamiseks kulutatakse iga aasta miljoneid tihumeetreid puitu, tuhandeid tonne metalli, miljoneid meetreid riiet ja palju muid materjale. Seepärast on väga oluline, et taaraga käidaks ümber hoolikalt, et seda oleks võimalik korduvalt kasutada, mis annab riigile iga aasta sadu miljoneid rublasid kokkuhoidu.

Otstarbe järgi jaguneb taara sise- ja välistaaraks. **Sisetaara** on kauba esialgne pakend, mis antakse ostjale koos kaubaga (näiteks karbid, millesse on pakitud nukud, üleskeeratavad mänguasjad, vedelate ainete, nagu liimi-, tindi- jt. pudelid).

Välistaara on pakend, milles kaup transporditakse lühema ja kaugema vahemaa taha ning tavaliselt toimetatakse ka kauplusse. Siin vabastatakse kaup välistaarast.

Käivete kordade järgi eristatakse **ühekordse** ja **mitmekordse** käibega taarat. Ühekordse käibega taarat kasutatakse ainult üks

kord (paberkotid jm.); mitmekordse käibega taarat kasutatakse mitu korda. Mitmekordse käibega taara hulka kuuluvad puust või gofreeritud kartongist kastid, riidest kotid jne.

Kõvaduse järgi jaguneb taara kõvaks, poolpehmeks ja pehmeks taaraks.

Kõva taara ei muuda oma kuju välise rõhumise tõttu ega anna rõhumist edasi seal olevale kaubale (kastid, tünnid).

Poolpehme taara annab välist rõhumist kaubale edasi osaliselt (korvid, kartongkarbid jm.).

Pehme taara hulka kuuluvad riidest, roguskist ja paberist kotid.

Kauplustesse kaubaga saabuv või tühi taara võetakse vastu materiaalselt vastutavate isikute poolt ja kantakse materiaalse väärtusena sissetulekusse.

Kaupu vastu võtvad isikud on kohustatud üheaegselt kauba vastuvõtmisega kontrollima saabuva taara vastavust kehtivatele standarditele ja tehnilistele tingimustele, nõuetekohase markeeringu olemasolu taaral ning taara hindade õigsust. Kõigil juhtudel, kus saadakse kaupa ettenähtud nõuetele mittevastavas taaras, koostatakse aktid ja esitatakse pretensioonid vastavalt hankepõhitingimustele või lepingutele.

Igas kaupluses peab olema komplekt tööriistu taara avamiseks: naelatõmbajad, pihid, haamrid, raud- ja puutalvad tünnivitste eemaldamiseks, noad kottide avamiseks (joonis 41).

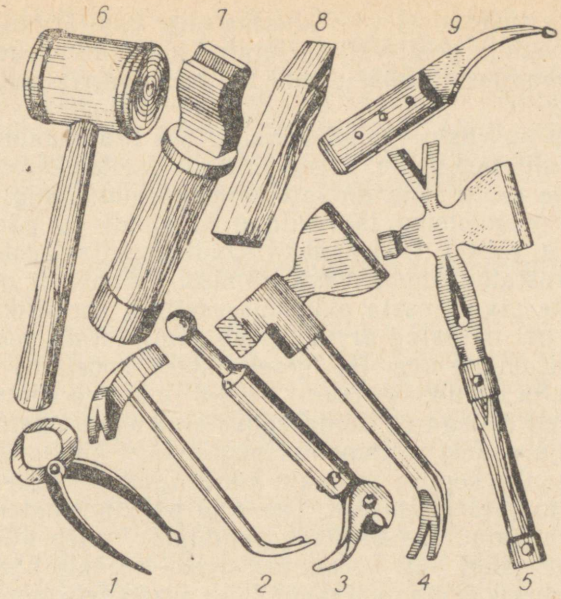
Kastid avatakse naelatõmbajaga, kusjuures kõigepealt tõmmatakse välja kõik naelad kasti kaanelaua otstest. Naelatõmbaja puudumisel tõmmatakse naelad välja pihtidega. Traadiga kinnitatud kastide avamisel lõigatakse kõigepealt traat kinnitamiskohtadest läbi.

Kastide avamisel tuleb säilitada kõik nende üksikosad (kaas, otsad, küljed, liistud) ja naelad. Kui kastist on kaubad välja võetud, asetatakse kaas kastile tagasi ja lüüakse endistest kohtadest kahe naelaga kinni. Kinnitustraadi otsad painutatakse enne seda kasti sisse.

Riidest ja roguskist kotid avatakse koti õmbluse lahtilõikamisel või -harutamise teel, vältides riidesse lõikamist. Kaubast tühjendatud kotid puhastatakse hoolega kauba jäätmeist, pööratakse pahupidi ja raputatakse tühjaks.

Taara avamiseks ei ole lubatud kasutada kirveid, kange, kaaluvihte ega muid taarat rikkuda võivaid esemeid; kasti kaant avada ühe naeltest vabastatud ääre üleskangutamise teel ei ole lubatud, samuti pole lubatud puust vitsa ära lüüa rauast kiiluga, tünni põhja avada või välja lüüa kirvega, tünni põhja välja kangutada, võtmata maha ülemist vitsa ning ülespoole nihutamata 2—3 järgmist tünnivitsa.

Tühi taara antakse ära taara vastuvõtupunktidesse võimalikult ruttu, kuid hiljemalt tähtajal, mis on ette nähtud taara üle-



Joonis 41. Tööriistade komplekt taara avamiseks:
1 — tangid, *2* — haamer-naelatõmbaja, *3* — naelatõmbaja, *4* — kirves-haamer, *5* — tomahavk, *6* — puuhaamer, *7—8* — puust ja metallist abinõud tünnilt vitste mahavõtmiseks, *9* — nuga kottide avamiseks

andmiseks Metsa- ja Ehitusmaterjali Kaubanduse Peavalitsuse baasidele või taara tagastamiseks hankijaile.

Igas ettevõttes peab olema taara hoidmiseks määratud koht. Kõik ruumid, kus hoitakse taarat ja taaramaterjale, peavad olema varustatud kõigi vajalike tuletõrjevahenditega. Isikuilt, kes on süüdi taaraga hooletus ümberkäimises või selle tahtlikus rikkumises, nõutakse kahju sisse taara poolteisekordses väärtuses. Taara mitteõigeaegse või mittetäieliku tagastamise korral maksab kauplus trahvi.

7. Kaupade koguseline vastuvõtmine

Taarastamata kaupade koguseline vastuvõtmine toimub:

a) kohaliku käibe korral: kui kaup toimetatakse kohale hankija transpordivahenditega — saaja laos, kui kaup veetakse saaja transpordivahenditega — hankija laos;

b) mittekohaliku käibe korral — sihtjaamas (-sadamas).

Taarastatud kaupade koguseline vastuvõtmine toimub kohaliku ja mittekohaliku käibe korral hankija laos või sihtjaamas (-sadamas), vastavalt brutokaalu, kohtade arvu järgi, saaja laos aga — netokaalu, taaras olevate kaubaüksuste arvu jms. järgi.

Kauba vastuvõtmisel võib aluseks olla üks järgmistest dokumentidest: hankija poolt väljakirjutatud kaubaarve, raudtee saateleht või kaubandusorganisatsiooni lao poolt väljakirjutatud saateleht-faktuur.

Kui kaup on vastu võetud hankija laos brutokaalu ja kohtade arvu järgi, siis netokaalu, taaras olevate kaubaüksuste arvu jne. kontrollimine saaja laos, samuti kaupade puudujäägi kohta akti koostamine peab olema läbi viidud hiljemalt 10 päeva jooksul arvates ajast, millal need kaubad saadi hankija laost.

Kui taarastatud kauba vastuvõtmisel ilmneb, et netokaal või kaubaüksuste arv ei vasta pakkimissedelites, spetsifikatsioonides, faktuurides jm. näidatud arvule, peab saaja jätma pooleli ülejäänud kaubapakendite avamise ja selle kohta koostama akti. Aktile kirjutavad alla isikud, kes taarat avasid ja kaupa kontrollisid.

Üheaegselt sellega on saaja kohustatud viivitamata välja kutsuma hankija esindaja ilmnenud puudujäägi kindlakstegemiseks, ülejäänud kauba koguse ja kaalu kontrollimisest osavõtmiseks ja kahepoolse akti koostamiseks. Taara ja pakkimismaterjalid, mille avamisel tehti kindlaks kaupade puudujääk, tuleb alles hoida ja esitada puudujäägi akti koostamisest osa võtvale hankija, kohaliku kaubandusosakonna või mõne teise erapooletu organisatsiooni esindajale.

Akt hankija töötaja poolt saaja lattu toimetatud taarastamata kauba puudujäägi kohta koostatakse selle töötaja osavõtul. Kaupade koguselise vastuvõtmise aktile lisatakse sel juhul saatedokument (saateleht, faktuur jne.) kaubasaaja allkirjaga kauba vastuvõtmise kohta.

Saadud kauba puudu- ja ülejääke fikseeriv vastuvõtuakt tuleb koostada kindla vormi kohaselt (NSV Liidu Kaubanduse Rahvakomissariaadi poolt 23. detsembril 1939. a. kinnitatud vorm nr. 3-b). Sellistele aktidele peavad olema lisandatud nende kohtade pakkimissedelid, kus esines puudujääk, või nende tõestatud ärakirjad.

Sel juhul, kui taarastamata kaupa saadi konteineris, tuleb aktis näidata ka aeg, millal konteiner kohale toimetati ja kaupluse laos erapooletu organisatsiooni esindaja või ka saaja ametiühinguorganisatsiooni esindaja — materiaalselt mittevastutava isiku — juuresolekul avati. Aktile tuleb tingimata lisada konteinerilt ära võetud plommid.

Pretensioonid (kaupade puudujäägist tekkivad reklamatsioonid) on ostja (saaja) kohustatud hankijale ära saatma hiljemalt 10 päeva jooksul, arvates vastava akti koostamise päevast. Hankija (veose saatja) on kohustatud 10 päeva jooksul pärast pretensiooni saamist kas selle rahuldama või teatama motiveeritult pretensiooni rahuldamata jätmisest.

Kaupluses peavad kaupu koguse järgi vastu võtma tavaliselt kaubaliste väärtuste eest materiaalselt vastutavad isikud — kaupluse direktor, sektsioonide juhatajad ja nende asetäitjad. Juhul,

kui kauba võtab jaamas, hankija laos või baasis koguseliselt vastu kaupluse agent või mõni teine kaupluse töötaja, toimetavad needsamad isikud vastuvõetud kauba kauplusse ja annavad selle seal üle kaupluse materiaalselt vastutavatele töötajatele, kes võtavad kauba vastu samuti koguseliselt, nagu selle hankijalt vastu võttis kaupluse agent; seega toimub kaupluses sama kauba koguseline vastuvõtmine sel juhul teistkordselt.

8. Kaupade kvaliteediline vastuvõtmine

Kaupade kvaliteediline vastuvõtmine toimub tavaliselt kohe pärast koguselist vastuvõtmist. Suurtes kauplustes toimub kvaliteediline vastuvõtmine selleks spetsiaalselt eraldatud töötajate — praakijate — poolt, väiksemates kauplustes aga sektsioonide juhatajate ja nende asetäitjate poolt, keda sealjuures abistavad kõrgema kvalifikatsiooniga müüjad.

Kaupade kvaliteedilise vastuvõtmise kord ning kindlaksmääratud nõuetele mittevastava kvaliteediga kaupade kohta aktide koostamise kord ja tähtajad määratakse igal üksikjuhul kindlaks hanke-põhitingimustes ja kaubandusorganisatsioonide poolt sõlmitavates hankelepingutes.

Kaupade kvaliteedilise vastuvõtmise koht oleneb kaupluse ja hankija asukohast, samuti pakkimisviisist.

Kui hankija ja kauplus asuvad ühes ja samas linnas, toimub kaupade kvaliteediline vastuvõtmine hankija laos; kui kumbki asub eri linnas (asustatud punktis), siis kaupluse laos või selle kaubandusorganisatsiooni baasis, kelle jaevõrku kauplus kuulub; kui kaup hangitakse vabriku- või väljebaasi pakendis, toimub kvaliteediline vastuvõtmine kauba lahtipakkimise kohas.

Kaubandusorganisatsioonid on kohustatud kontrollima **kogu saadud partii** kvaliteeti järgmiste kultuurikaupade vastuvõtmisel: iga liiki spordiriietus ja spordijalatsid, muusikariistad, raadiotarbed, fotoaparaadid, jalgrattad, püssid, jahilaskemoon.

Valikkontrolli vähemalt 50 protsendi ulatuses saadud kogusest on lubatud teha savist ja portselanist mänguasjadele ning fototarvetele.

Kummist ja tselluloidist mänguasjade, üleskeeratavate mänguasjade, iga liiki spordiinventari ja sporditarvete vastuvõtmisel tuleb vähemalt 30 protsenti kogu partiist kvaliteediliselt kontrollida.

Valikkontrolli 20 protsendi ulatuses saadud partiist lubatakse teha sellistele kaupadele, nagu pehmed, puust, metallist ja pabermassist mänguasjad, jahi- ja kalastustarbed, fotokemikaalid, grammofoniplaadid, pillikeeled ja muusikatarbed.

Tuleb meeles pidada, et toodete kvaliteedi valikkontroll ja selle tulemuste laiendamine kogu saadud partiile on lubatud ainult juhtudel, kui see on otseselt ette nähtud standardites, tehnilistes

tingimustes, hanke-põhitingimustes või lepingutes. Ülejäänud juhtudel ei kuulu valikkontrolli tulemused laiendamisele kogu hangitud kaubapartiile ning pretensioone hankijale võidakse esitada ainult kontrollitud kaupade kohta.

Kuid kaupade kvaliteediline vastuvõtmine valikkontrolli korras ei vabasta kaupluse töötajaid vastutusest müügilelastavate toodete kvaliteedi eest. Ära jättes kaupade spetsiaalse kvaliteedilise vastuvõtmise, on kaupluste töötajad kohustatud kontrollima kauba kvaliteeti selle vastuvõtmisel müüjate töökohtadele ning ostjale näitamisel ja müümisel.

9. Hankijatele pretensioonide esitamise kord ja tähtajad

Vastavalt NSV Liidu Ministrite Nõukogu juures asuva Riikliku Arbitraaži 1952. aasta 24. novembri juhendile nr. 70 võib kvaliteedilt mittevastavate kaupade hankimisest tekkivaid pretensioone esitada hankijatele kuue kuu jooksul. Seda tähtaega arvutatakse järgmiselt:

a) kui hangitud toodete mittevastavat kvaliteeti kindlaksmäärav akt on koostatud õigeaegselt, siis alates selle akti koostamise päevast;

b) kui see akt ei ole koostatud õigeaegselt, siis sellest päevast, milleks ta pidi olema koostatud.

Akt loetakse õigeaegselt koostatuks, kui kaupade kvaliteedi kontrollimine ja akti koostamine lõpetati hanke-põhitingimustes või lepingus aktide koostamiseks ettenähtud tähtajal.

Hanke-põhitingimustes nähakse ette tähtajad, mille jooksul kauplus on kohustatud hankijale telegrammi või telefonogrammiga teatama, mis ajaks on määratud kauba praakimine ja mittevastava kvaliteediga kaupade akteerimine. Selle tingimuse täitmata jätmine võtab kaupluselt õiguse esitada pretensiooni hankijale. Hankija esindaja mitteilmumine kindlaksmääratud tähtajaks ei või ega tohi peatada kauba vastuvõtmist ega praakimist. Sel juhul peab akt olema koostatud kvaliteedi-järelevalve vastavate organite — Kaubaekspertiiside Büroo riikliku eksperdi või linna (rajooni) kaubandusosakonna või kaubandusvalitsuse inspektori — juuresolekul. Nende esindajate puudumise või mitteilmumise korral võib kutsuda akti koostamisest osa võtma ühiskondlike organisatsioonide esindaja.

Aktid halvakvaliteediliste kaupade kohta koostatakse ka sel juhul, kui kauplus niisugused kaubad sai oma kaubandusorganisatsiooni baasist või kui need rikuti ebakohase transpordi tagajärjel.

Kaubandusorganisatsioonil on õigus hankijalt nõuda mittekvaliteetse kauba asendamist kvaliteetse kaubaga, puuduoleva kauba järelesaatmist ning vastavat mahahindlust kauba maksumuselt. Peale selle on kaubandusorganisatsioon kohustatud han-

kijalt nõudma trahvi maksmist. Mittekvaliteetse kauba hankimise puhul määratakse sissenõutava trahvi suurus harilikult kindlaks lepinguga.

Ükski kaubandusorganisatsioon ega kauplus ei tohi kaupu vastu võtta ilma nende kvaliteeti kontrollimata ja ilma saatedokumentideta, mis määravad nende kvaliteedi. Samuti ei tohi vastu võtta standarditele või tehnilistele tingimustele mittevastavaid kaupu, markeerimata, mittekomplektseid, tehnilistele tingimustele või lepingutele mittevastavas pakendis olevaid kaupu. Ka on keelatud vastu võtta kaupu, millele hinnad on veel kinnitamata. Keelatud on ka hankida ja vastu võtta teiste kaubandusorganisatsioonide või kaupluste poolt praagitud kaupu.

Isikud, kes on süüdi neile nõudmistele mittevastavate kaupade hankimises, vastuvõtmises või müügile laskmises, kaotavad õiguse kaubakäibeplaanide ületamise, töö kvaliteedi näitajate täitmise jne. eest makstavate preemiate saamisele.

Vastavalt NSV Liidu Ülemnõukogu Presiidiumi 1940. aasta 10. juuli seadlusele on kaubandusorganisatsioonide juhatajad kohustatud esitama prokuratuurile materjalid praagitootjaiks osutuvate hankijate kohta nende kohtulikule vastutusele võtmiseks, ja nende kaubandustöötajate kohta, kes võimaldavad mittekvaliteetsete kaupade müümist.

10. Kaupade õige hoidmise üldised tingimused ja režiim ladudes

Laoruumid kaupade hoidmiseks peavad olema kuivad. Seal peavad olema kütte- ja ventilatsiooniseadmed. Nende ruumide temperatuur peab püsima +12 kuni +18° C piirides, relatiivne õhuniiskus peab olema 60—70%. Õhu temperatuuri mõõdetakse termomeetriga, relatiivset niiskust aga psühromeetriga. Psühromeeter riputatakse või kinnitatakse ruumi keskele paigutatud alusele (joonis 42).

Väga tähtis on hoida laos ühtlast temperatuuri, et ei esineks järske kõikumisi. Temperatuuri ja niiskuse järsud muutused põhjustavad paljude kultuurikaupade riknemist niiskumise ja kuivamise tagajärjel.

Samuti on tähtis kaitsta kaupu tolmu eest. Tolm rikub toodete lakitud ja poleeritud pinda ning tungides muusikariistade sisse, halvendab ta nende kõla kvaliteeti jne.

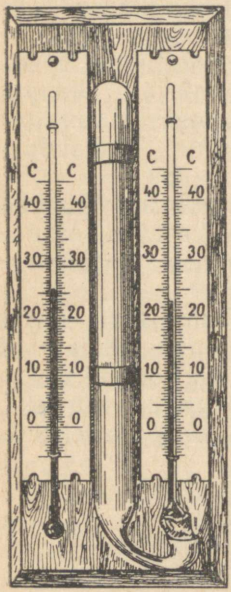
Kaupluse laoruumidesse ülesseatavaid stellaaže ja kaupade alla paigutatavaid reste ei tohi asetada vee- ja kanalisatsioonitorustiku lähedusse,

Ükskõik millisesse kaubarühma kuuluvate kultuurikaupade hoidmine põrandal ilma stellaažide ja alusrestideta on rangelt keelatud.

Kaupade riknemise vältimiseks ei tohi elektrivalgustuspunk-

tid asuda kaupadele lähemal kui 50 cm. Samal põhjusel ei tohi kaubad asuda küttekehadele lähemal kui 1 m.

Laoruumides pikemat aega hoitavaid kaupu tuleb perioodiliselt üle vaadata. Kui neil avastatakse hallitusplekke, tuleb neid kuiva pehme lapiga või pehme harjaga hõõrudes eemaldada. Talvel lattu saabuvaid metalltooteid ja metallist osadega tooteid on soovitav esimese ööpäeva jooksul hoida lahti pakkimata. Märgates roostet, tuleb see kõrvaldada ja koht, kus see esines, hoolikalt sisse määrida.



Joonis 42. Psühromeeter

Laoruumides tuleb kaubad paigutada nii, et kaupade säilivus oleks tagatud, et need oleksid kaitstud igasuguste kahjustuste eest, et üht või teist kaupa oleks võimalik sealt kiiresti kätte leida, hõlpsasti välja valida ja müüja töökohale toimetada. Kaupade paigutamisel tuleb silmas pidada, et kaubavarude arvestamine ning kaupade koguseline ja kvaliteediline vastuvõtmine oleks hõlpus.

Laoruumides toimuva töö täpse ja õige organiseerimise seisukohalt on tähtis ka see, et igal kaubaliigil ja -artiklil oleks laoruumis püsiv ja kindel koht.

Kaupade paigutamisel laoruumidesse tuleb jälgida, et äsjasaabunud kaupu ei asetataks varem saadud kaupadele. Varem sissetulnud kaubad tuleb müüja töökohale anda esimeses järjekorras.

Selleks et kaupu oleks kergem leida, riputatakse iga stellaaži kohale sedel, millele märgitakse kauba liik, artikkel ja suurus ning kauba saamise kuupäev. Sellel sedelil näidatakse ka kauba koguseline liikumine päevade järgi: tuli juurde, läks välja ja jääk. Kui kaup seisab pakitult, siis liimitakse sedel igale kaubakohale (kastile, pakile, karbile jne.).

11. Üksikute kaubarühmade hoidmine

Kooli- ja kirjutustarbed ning kantseleikaubad. Kantseleikaupade hoidmisel eraldatakse omaette stellaažid mitmesuguste raamide, paberikaupade (kantseleiraamatud, märkmikud, kirjutuspaber, kalendrid jm.), kirjutus- ja joonestusmaterjalide (sulepead, suled jm.), koolitarvete ning nõndanimetatud üldiselt tarvitatavate kaupade (liim, ümbrikud jm.) jaoks.

Raame hoitakse stellaažidel serviti, nikerdatud või värvitud raamiliistud paigutatakse põrandale, väikesed riiulid asetatakse

stellaažidel üksteise peale. Paberit ja märkmikke hoitakse stellaažidel pakkides. Olenevalt pakkide suurusest paigutatakse need riiuleile mitme paki laiuselt ja kõrguselt. Sulepäid, pliiatseid, kirjutussulgi, kirjapresse, sirklikaste jt. hoitakse karpides. Kalka- ja joonestuspaberi rullid pannakse stellaažidele püsti ühelt realt.

Liimi hoitakse harilikult vabrikupakendeis, osa sellest aga asetatakse riiuleile lahtipakitult. Lauaklaas paigutatakse serviti alumisse riiulisse tehtavaisse spetsiaalseisse lahtritesse, mille laius on 35—45 cm.

Mänguasjad. Mänguasju on otstarbekohane hoida laoruumis rühmade viisi stellaažidele asetatult: suveks ettenähtud mänguasjad (kastekannud, ämbrid, rehad jm.), transpordialased mänguasjad (autod, traktorid ja muud tehnilised mänguasjad), konstruktorikarbid, kraanad, ekskavaatorid, sõjandusalased mänguasjad jne.

Mänguasjade hoidmiseks tuleb üles seada erilised stellaažid, salvede suurusega 60×60 cm ja sügavusega 60 cm. Sellise ehitusega stellaažid võimaldavad mahutada mänguasju nii üksikute rühmade viisi kui ka üksikute liikide viisi. Näiteks transpordialaste mänguasjade rühmade viisi laialipaigutamisel asetatakse ühte salve sõidu- ja veoautod ning autobussid, teise — traktorid, kolmandasse — kärud ja vankrid jne.

Osa mänguasju, nagu näiteks nukud, mehaanilised konnad, autod, elevandid jne., saabub kauplusse karpides. Koos samade karpidega asetatakse mänguasjad ka stellaažidele, olenevalt mänguasjade mõõdetest: 3—5 mänguasja sügavuti ja 3—5 ülestikku.

Vabriku paberpakendeis asuvad mänguasjad, nagu harmoonikad, flöödid ja muud muusikalised mänguasjad, pannakse riiulitele paberisse pakitult. Suuri mänguasju, nagu näiteks jalgrattaid, jalaga tallatavaid autosid, kelke jm., hoitakse alusrestidel, kusjuures need asetatakse virnadesse 3—5 mänguasja ülestikku.

Tselluloidist mänguasju on soovitav hoida hästi suletavate ustega isoleeritud ruumis, kuna nendele on vajalik madalam temperatuur. Sellise ruumi puudumisel võib tselluloidist mänguasjade jaoks ehitada seina sisse spetsiaalse kapi. Tselluloidist mänguasjad asetatakse riiulitele neis karpides, milles nad tavaliselt kauplusse tuuakse.

Muusikariistad. Klahvidega muusikariistu tuleb hoida siseseinte ääres, kus nad on kaitstud niiskuse eest; nende paigutamisel tuleb jälgida, et kaugus välisustest, akendest ja kütteseadmetest oleks vähemalt 1,5—2 m ning et nad oleksid riidega kaetud.

Keelpillid pakitakse paberisse, nende keeled lõdvendatakse, ning asetatakse serviti spetsiaalselt valmistatud stellaažidele ja riiulitele või riputatakse spetsiaalsetesse põikpuudega varustatud kappidesse.

Viiulid, mille keeled eelnevalt lõdvendatakse, pakitakse pabe-

risse ja asetatakse pehme polstriga kaetud riiulitele või stellaažidele.

Lõdvendatud keeltega tšellod ja kontrabassid riputatakse paberisse pakitult põikpuudega varustatud kappidesse või asetatakse serviti riiulitele.

Karpides asuvad või paberisse pakitud huulikpillid asetatakse riiulitele mitte üle kahe rea ülestikku. Pillide klaviatuur peab olema vertikaalasendis.

Puhkpille hoitakse karpides või paberisse pakitult stellaažidel.

Grammofone hoitakse vabrikupakendis üleskeeramata vedruga, suletud kaanega ja asetatakse stellaažidele mitte üle 3 grammofoni üksteise peale.

Kui grammofonid seisavad laoruumides rohkem kui üks kuu, tuleb iga kuu mehhanismi osaliselt õlitada, kusjuures mehhanismi pole vaja lahti võtta. Kui grammofonid seisavad aga üle aasta, tuleb grammofoni kõik osad täielikult õlitada. Õlitamise tehnika on kirjeldatud igale grammofonile lisatud juhises.

Pärast kastide lahtipakkimist, milles on karbid ümbrikesse asetatud grammofoniplaatidega, tuleb karbid paigutada stellaažidele serviti nii, et grammofoniplaadid asetseksid neis ainult vertikaalasendis.

Pikemaks hoidmiseks määratud muusikariistad vajavad vastavat hooldamist.

Nii näiteks tuleb vasest puhkpillide vastavad osad perioodiliselt välja võtta, üle hõõruda ja uuesti rasvaga sisse määrida. Pikemat aega seisvad ventiilid tuleb üle hõõruda petrooleumiga ning seejärel puhta lapiga puhtaks pühkida; sooltest pillikeeled, mida ei hoita kastides, vaid mis asuvad lahtiselt riiulitel ja nõrkades pakendites, tuleb aeg-ajalt üle hõõruda mandli- või oliiviõliga.

Raadiotarbed. Väikeste raadiotarvete ja üksikosade hoidmiseks stellaažide riiulitel tehakse sinna spetsiaalsed sahtlid laiusega 60 cm ja sügavusega 50—60 cm. Stellaažide kõrgus on tavaliselt kuni 250 cm. Raadiotarvete kaitsmiseks tolmu eest on soovitav stellaažid varustada kõrvalelükatavate eesriietega.

Kõik raadiotarbed hoitakse vabrikupakendis. Suuri raadioaparaate võib hoida alusrestidel virnas, olenevalt raadiote kaalust, kaks kuni viis raadiot ülestikku. Keemilisi vooluallikaid (elemente, patareisid, akumulaatoreid) hoitakse stellaažide või kappide alumistel riiulitel, mitte üle kolme rea ülestikku. Ridade vahele tuleb tingimata panna puhas vineer.

Gofreeritud paberisse või kartongi pakitud raadiolampe hoitakse kartongist karpides või puust kastides, millega neid transporditakse. Raadiolampe ei ole lubatud hoida lahtipakitult.

Reproduktorid paigutatakse riiulitele ridamisi, iga rea vahele pannakse kartongi või vineeri.

Alumistel riiulitel tuleb hoida raskemaid kaupu, ülemistel kergemaid.

Fototarbed. Hoidmise seisukohast jagatakse need kahte rühma: a) kemikaalid ja b) muud fototarbed (plaadid, aparaadid) ning kirjandus. Kemikaale tuleb hoida eraldi valgustundlikest materjalidest.

Tuleb valvata selle järele, et fotopaber, -plaadid, -aparaadid jms., asetseksid kütteseadmetest eemal. Väga oluline on hoida neid kaupu ka niiskuse eest.

Laoruumides eraldatakse eri riiulid fotopaberi, -plaatide, -aparaatide, fototarvete ja kirjanduse jaoks. Fotopaber ja -plaadid sorteeritakse ning paigutatakse mõõtude ja emulsiooni liikide järgi: paber pannakse virna kogu riiuli kõrguselt, plaadid aga paigutatakse serviti, olenevalt nende mõõdetest.

Fotopaber paigutatakse tavaliselt riiulitele.

Kemikaalid pannakse riiulitele purkides valmiskaalutud koguste järgi (0,5, 0,25 kg jne.), väikepakendites müügilelastavad kemikaalid asetatakse riiulitele karpides.

Fotoaparaate hoitakse stellaažidel samuti karpides, fototarbeid aga osalt karpides, osalt lahtiselt (statiivid jt.).

Sporditarbed. Kõiki sporditarbeid, välja arvatud suusad, suusakepid, kroketihaamrid ja võrkkiiged, hoitakse stellaažidel.

Metallist ja poleeritud esemed ning nende osad tuleb hoidmisel kergelt õlitada; iga emailitud üksikosa tuleb üksikult paberisse mähkida. Sealjuures ei lubata õlitatud kaupa asetada kõrvuti värvilise või värvimata kaubaga. Õlitatud kaupade jaoks kasutatavaile riiuleile võib vajaduse korral paigutada ka muid kaupu, kuid sel juhul tuleb neile midagi alla panna.

Mõnede sporditarvete liikide hoidmisel on vaja kinni pidada järgmistest juhistest.

Lauapiljardid paigutatakse kaardumise vältimiseks puust alusrestidele lapiti, üksteise peale, kuid ühte virna mitte üle 15 piljardi. Enne alusrestidele asetamist tuleb piljardite jalad ära võtta.

Pallinahku ning kroketi-, keegli- ja kurnimängu tarbeid hoitakse alusrestidele asetatavais kastides.

Suuski on soovitav hoida vertikaalasendis kandadel seina või toe ääres, nõjatatult talla keskosaga vastu põiklatti nii, et suusaninad ei puudutaks seina. Suusakandade alla tehakse puust alus, seal aga, kus põrand on niiske, ehitatakse alusrestid.

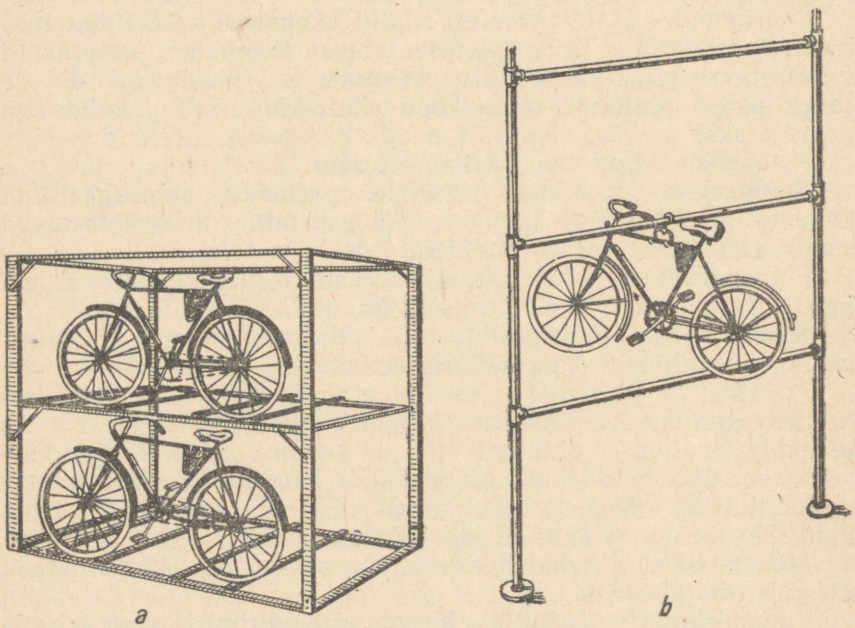
Suusakeppe on soovitav küllaldase suurusega laoruumi olemasolu korral hoida vertikaalasendis. Ruumipuudusel võib neid hoida ka riitades, kusjuures ühes riidas ei tohi olla keppe üle 5—6 põikrea. Kestval hoidmisel (3—5 kuud) tuleb riita asetatud keppe perioodiliselt, üks kord kahe kuu jooksul, nii ümber laduda, et alumine rida oleks peal ja ülemine all.

Kelke võib laduda virna kuni 3 meetri kõrguselt.

Poomide, kangide, lattide, rööbaspuude jms. paigutamisel tuleb vältida nende kooldumist ja kõverdumist.

Odavarsi peab hoidma vabrikupakendeis, asetades need virnadesse horisontaalasendis.

Jalg- ja mootorrattad. Mõnedes kauplustes kasutatakse jalgrataste hoidmiseks mitmekorruselisi toendeid ja stellaaže. Eriti sobiv on kasutada selliseid stellaaže jalgrataste kevad-suviseks hooajaks massilise kohaleveo perioodil. Stellaažidel paigutatakse jalgrattad nii, et kõrvuti paigutatud rataste juhtrauad oleksid pööratud vastupidistes suundades.



a *b*

Joonis 43. Stellaaž (*a*) ja toend (*b*) jalgrataste paigutamiseks

Spetsiaalselt jalgrataste hoidmiseks valmistatud toenditele on võimalik paigutada palju jalgrattaid, kusjuures selleks kulub vähe ruumi. Toendid valmistatakse metalltorudest ja kinnitatakse lae või seina külge. Olenevalt laoruumi kõrgusest võib selliseid toendeid teha 2—3 põiktoruga.

Jalgrattad riputatakse toendile erilise seadise abil (joonis 43). Selle seadise ülemine konksuna kõveraks painutatud ots toetub toendi põiktorule, kaks alumist aga hoiavad jalgratast selle raami ülemisest torust.

Toendite kasutamine hoiab tunduvalt kokku laoruumi pinda ning kaitseb jalgrattaid kriimustuste ja vigastuste eest.

Mootorrattad asetatakse põrandale üksteise kõrvale ritta. Ridade vahele jäetakse vahekäigud.

Üksikosad ja komplektid paigutatakse stellaažidele toodete nimetuste järgi, sama nimetusega tooted aga paigutatakse neid valmistanud tehaste järgi. Stellaažide esiküljele on soovitav kin-

nitada nimekiri, milles on loetletud stellaažil olevate üksikosade nimetused, numbrid, hind, samuti neid valmistanud tehase nimi. Selline kord võimaldab vajaliku üksikosa kiiresti leida.

Jahi- ja kalastustarbed. Püsse tuleb hoida eraldi suletud kappides, milledel on head lukud. Kaupluses on lubatud hoida suitsuga püssirohtu kõige rohkem 15 kg ja suitsuta püssirohtu 5 kg. Vintpüssi padruneid ei tohi kaupluses olla üle 50 000, laetud jahipüssi padruneid üle 15 000 ja sütikuid üle 10 000.

Jahipüsside laskemoona hoidmiseks eraldatakse omaette tulekindel ruum, mis on teistest ruumidest hästi isoleeritud või asetseb neist eemal.

Laskemoona hoidmiseks ettenähtud stellaažidel ei või olla üle 5 riiuli, kusjuures ülemise riiuli kõrgus põrandast ei või ületada 2 m. Riiulid peavad asetsema üksteisest nii kaugel, et riiulile asetatud kastide ülemiste äärte ja nende kohal oleva järgmise riiuli vahele jääks vähemalt 8 cm vaba ruumi. Riiulid tuleb kinnitada naeltega või raudpoltidega. Naelte ja poltide pead ei tohi välja jääda; naelte ja poltide pead tuleb katta värnitsaga ja üle pahteldada.

Püssirohi, padrunid ja sütikud tuleb hoida eraldi, spetsiaalselt kohandatud kappides või kastides. Suitsuga püssirohtu hoitakse alati lahus suitsuta püssirohust. Laskemoona hoitakse vabrikupakendeis.

Laoruumides hoitavad metallesemed ja -osad tuleb kergelt õlitada. Iga emailvärviga kaetud osa tuleb eraldi paberisse mähkida. Õlitatud kaupu ei ole lubatud hoida koos värviliste ja värvimata kaupadega. Riiuleid, kus hoitakse õlitatud kaupu, võib vajaduse korral kasutada ka teiste kaupade hoidmiseks, kattes need eelnevalt puhaste vineerist või kartongist alustega.

Kastid laskemoonaga paigutatakse riiulitele ühte ritta vähemalt 20 cm kaugusele seinast ja 8 cm kaugusele üksteisest.

Kastid peavad olema terved, neil ei tohi olla vigastusi. Laskemoonakaste ei tohi panna riiulitele üksteise peale ega kaht rida kõrvuti. Kastid tuleb paigutada riiulitele pealkirjadega väljapoole. Kaste ei ole lubatud paigutada serviti ega pealkirjadega allapoole, samuti ei ole lubatud hoida neid laoruumides ega nende lähedal. Kategooriliselt on keelatud hoida, kas või lühikest aega, tühje kaste ja pakkimismaterjali.

Laskemoona hoiuruumides ei või teha mingisuguseid teisi töid peale laskemoona vastuvõtmise ja väljaandmise. Põrand püssirohu väljaandmise kohal peab olema mattidega kaetud.

Laskemoonaga täidetud kaste ei ole lubatud vedada kärudega ei laos ega väljaspool seda.

Laskemoona kaste ei tohi ka loopida, lohistada, samuti laudega muldpõrandal teisele küljele pöörata. Kaste laskemoonaga võib ainult kanda.

Laos peab olema nähtavale kohale üles pandud väljavõte «Tuleohutuse eeskirjadest jahipüssi laskemoona müümise ja hoid-

mise kohta» (punktid 3—18, 24—28), kusjuures tuleb märkida ka eeskirjade täitmise eest vastutava isiku nimi. Peale selle tuleb seinale üles panna ka lähema tuletõrjekomando telefoninumber või märkida selle asukoht ja väljakutsumise viis.

12. Kaubakaod

Mitut liiki kultuurikaupade transportimisel, säilitamisel ja müümisel väheneb nende kogus. Sellised kaubad, nagu klaasist näärikuuse ehted, samuti grammofoniplaadid, võivad transportimisel ja pakkimisel puruneda. Kõiki niisuguseid kaubakoguse vähenemisi, võrreldes selle kogusega, mis algul saabus kauplusse, nimetatakse kauba **kahanemiseks** ehk **kaoks.** Olenevalt kaubast võivad kaubakaod olla erineva suurusega.

Nii näiteks on kaonormid näärikuuse klaasehete müügil kauplustele määratud 2,5 protsendi suuruses ehete realiseerimissummast.

Loomuliku purunemise normiks grammofoniplaatidele on kindlaks määratud 0,5 protsenti, olenemata tegelikust purunemisest. Vastavalt sellele näitab hankija tehas igas esitatavas arves täiendava mahahindluse purunemise katteks 0,5 protsenti grammofoniplaatide hinnakirjajärgsest hinnast.

Kuid grammofoniplaatide tegelik purunemine ületab sageli ettenähtud purunemise normi (0,5 protsenti). Kauba vastuvõtmisel tuleb kaupa alati hoolikalt üle vaadata ja purunenud grammofoniplaadid viivitamatult akteerida, näidates aktis kõik ebaõiged, ГОСТ-ile mittevastavad pakkimise juhud.

Loomuliku kao normid on kohustuslikud kõigile kultuurikaupu müüvatele kaubandusorganisatsioonidele ja kauplustele.

Loomuliku kao normide rakendamine on lubatud ainult kontrollimisel avastatud puudujääkide puhul; kaupade eelnev mahakandmine kaonormide piires ei ole lubatud. Samuti ei ole lubatud puudujääkide katmine ülejääkidega.

Juhul, kui esineb kaupu, mille kohta ei ole norme kindlaks määratud ning neid ei ole ette nähtud ka spetsiaalsetes hanketingimustes, samuti juhul, kui tegelik kadu on suurem ettenähtud normidest, vormistatakse kaupade riknemine, purunemine ja praak eriaktidega. Sellised aktid kinnitatakse kaubastu, tööliste varustamise osakonna jne. juhatuse poolt tegeliku kao suuruses ja ainult sel juhul, kui põhjused, mis tekitasid neid kadusid, tunnistatakse objektiivseteks, s. o. kui need kaod ei olnud tingitud kaupluse töötajate lohakusest või hooletusest. Vastasel korral kantakse kaod nende tekkimises süüdi olevate isikute arvele.

Erilist tähelepanu tuleb pöörata kaupu rikkuvate näriliste vastu võitlemisele. Kõige edukamaks võitlusvahendiks näriliste vastu on keemilised tõrjeviisid, kuid neid tõrjeviise tohivad rakendada ainult spetsialistid, nn. deratisaatorid (rottide ja hiirte hävitajad).

KÜSIMUSI JA ÜLESANDEID

1. Kust saavad kauplused kaupa?
2. Mis vahe on tsentraliseeritud ostu ja detsentraliseeritud kokkuostu vahel?
3. Milliseid kaupade hankimise lepingute liike on olemas?
4. Kes sõlmib lepinguid kaupade saamiseks teie kauplusele?
5. Jutustage, missuguseid kultuurikaupade transportimise viise teie tunnete.
6. Jutustage, kuidas tuleb õigesti avada kauba kast, kott.
7. Jutustage kaupade koguselise vastuvõtmise eeskirjadest.
8. Missuguste kultuurikaupade kvaliteeti tuleb kontrollida kogu kaubapartii ulatuses ja missugused kaubad ei allu üld-, vaid valikkontrollile?
9. Missuguseid kauba praakimise seadiseid teie tunnete?
10. Kirjeldage, kuidas prakeeritakse kaupu kaupluses, kus teie töötate.
11. Jutustage kaupluse laoruumidesse paigutatavate kultuurikaupade hoidmise üldistest eeskirjadest ja režiimist.
12. Kuidas tuleb hoida kultuurikaupu abiruumis üksikute kaubarühmade ja -liikide viisi?
13. Missuguseid kaubakadusid esineb kaupluses? Kuidas oleks võimalik neid vähendada?

V PEATÜKK

KAUPADE MÜÜGIKS ETTEVALMISTAMINE

1. Kaupade müügiks ettevalmistamise tähtsus

Hästi organiseeritud kaupade müügiks ettevalmistamine parandab ja kiirendab ostjate teenindamist, suurendab letitöötajate töövõudlust, muudab paremaks kaupade välimuse ja tõstab kaupluse müügikultuuri.

Kaupade müügiks ettevalmistamise viisid sõltuvad nende erinevustest, hoiutingimustest ja müügitehnikast. Kuid mitmed kaupade müügiks ettevalmistamise operatsioonid on ühised peaaegu kõigil tööstuskaupadel. Nendeks operatsioonideks on: kaupade lahtipakkimine, sorteerimine, hindamine ja markeerimine. Suur osa kaupu vajab samuti tolmust puhastamist, kuid rida kaupu vajab mõnikord ka veel kaupade transportimisel ja hoidmisel tekkinud väiksemate vigastuste kõrvaldamist.

Tavaliselt tuleb kultuurikaupade kauplusel enne kaupade andmist müüjate töökohtadele täita järgmised tööd: spordijalatsite ja -riietuse puhastamine tolmust; tööstusest suurtes kogustes saabunud kaupade ümberpakkimine (näiteks haavlid, püssirohi, õngekonksud), haakide ja ööside kinnitamine jalatsitele, jalatsite sees väljaulatuvate naelte kõrvaldamine jm.; mänguasjade poleerimine, värvimine ja väikeremont; muusikariistade (balalaikad, kitarrid jt.) häälestamine; raadiovastuvõtjate kontrollimine ja proovimine; «Rekord»-tüüpi valjuhääldajate kokkumonteerimine ja hääle reguleerimine, muusikariistade, raadiovastuvõtjate jms. ülepoleerimine; jalgrataste kokkupanek, jalgrataste varustamine elektriseadmetega jms.

Suurtes kauplustes tegelevad tavaliselt kaupade müügiks ettevalmistamisega seoses olevate eespool loetletud operatsioonidega selleks koosseisuks spetsiaalselt ettenähtud töötajad, väikestes kauplustes teevad seda aga sektsioonide töötajad.

Erilist kaupade ettevalmistamist nõuab müük puhkepäevadel. Tavaliselt on kaupade müük üldistel puhkepäevadel 1,5—2 korda suurem kui teistel nädalapäevadel.

Vaheaegade vältimiseks kaupade müümisel peab kauplus päevadeks, millal loodetakse suuremat läbimüüki, hoolikalt ette valmistama, tuues lattu küllaldasi kaubavarusid. Eriti hoolikalt tuleb paigutada kaup laoruumidesse, et oleks tagatud selline kord, mis võimaldaks ükskõik millist kaubaartiklit või ükskõik millise suurusega kaupa vajaduse korral kiiresti töökohale anda; päevadel, millal kauplus töötab suurema koormusega, tuleb suurendada kaubavarusid ka töökohtadel. Kogu kaupluse personal peab nendel päevadel kohal olema. Kõik need abinõud peavad kindlustama normaalse töö müügisaalis ja aitama kaasa ostjaskonna eeskujulikule teenindamisele.

Et kindlustada kaupluse normaalset tööd, on väga tähtis, et kauplus oleks müügiks hoolikalt ette valmistatud pühade-eelsetel päevadel (enne 1. maid, enne Oktoobrirevolutsiooni aastapäeva, enne 1. jaanuari). Praktika on näidanud, et umbes kolm nädalat enne pühi suureneb tunduvalt nõudmine kultuurikaupadele. Kauplustes on märgata erilist elevust. Elanikkonna materiaalse heaolu kasv, ostuvõime kasv ei väljendu mitte ainult nõudmise koguselises suurenemises, vaid ka nõudmise suurenemises paremate, hoopis kallimate kaupade järele. Kaupluse ülesandeks on pühade-eelseks perioodiks hästi ette valmistuda ja ostjatele kõige paremad ostuvõimalused luua.

Selleks peab kauplus peale ülalmainitud abinõude varakult läbi viima vajalikud ettevalmistused oma sortimendi täiendamiseks; tuleb kaaluda, millised kaubad peavad pühade-eelsel perioodil kuuluma kaupluse sortimendi hulka, tuleb organiseerida nende kaupade kohalevedu kauplusse õigeaegselt ja vajalikul hulgal.

Erilist tähelepanu tuleb pöörata kaupluse läbilaskevõime suurendamisele. Kaupluse töötajad on kohustatud rakendama kõik abinõud selleks, et vältida lettide ja kassade juures järjekordi. Kõigis kauplustes peab kaupade müük toimuma kultuurselt, ostjal peab olema võimalus osta rahulikult ja ilma liigse aja kulutuseta igal ajal temale vajalikke kaupu. Selleks on vaja pikendada kaupluste lahtiolekuaega, laiendada neid sektsioone, kus on ette näha kaupade nõudmise suurenemist, suurendada nende sektsioonide töötajate arvu, organiseerida kioskeid nõndanimetatud tükkkauba müümiseks, kusjuures raha võtavad vastu otseselt müüjad.

2. Üksikute kaupade müügiks ettevalmistamise viisid

Mänguasjade müügiks ettevalmistamine. Mänguasjad valitakse alguses välja liikide järgi. Enamus mänguasju vaadatakse üle igaüks eraldi. Kui müüja vaatab üle nukkusid ja loomi kujutavaid pehmeid mänguasju, korrastab ta neid ka samal ajal — silub kleite ja juustesse seotud lehve, kontrollib rääkivate nukkude häält ja loomade häälitsusi.

Üleskeeratavate mänguasjade kontrollimiseks keeratakse need

üles ja pannakse käima. Müüja peab oskama käima panna vurri, lennukit, lendavat liblikat, või mängida metallofoonil mõnda lihtsat viisi. Selleks peab ta laost uue mänguasja saamisel sellega hoolikalt tutvuma ja seda demonstreerima õppima.

Kõike seda peab müüja tegema töökohal kauba kvaliteeti kontrollides ja kaupa korrastades. Väga sageli avastatakse mänguasjade eelneval kontrollimisel defekte. Näiteks loomi kujutavad mänguasjad ja nukud ei tee häält jms. Defektidega mänguasju müügile ei lasta, need pannakse kõrvale ja antakse üle sektsiooni juhatajale parandamiseks või laoruumi tagasisaatmiseks.

Muusikariistade müügiks ettevalmistamine. Ükskõik missugusel aastaajal kauplusse saabuvad muusikariistade kastid tuleb lahti pakkida suletud ruumis, mille temperatuur peab olema vähemalt +15° C.

Kui kastid muusikariistadega tuuakse laoruumi külmal aastaajal, ei või neid kohe lahti pakkida, vaid tuleb kaks-kolm tundi oodata, kuni muusikariistad soojenevad ja nende temperatuur läheneb laoruumi temperatuurile. Vastasel korral sadestub külmadele esemetele piiskadena õhuniiskus, mille tagajärjel nad muutuvad märjaks.

Muusikariistade müügiks ettevalmistamisel tuleb nad eelkõige viia tarvitamiseks kõlblikku olukorda.

Keelpillidel ja näpitsi mängitavatel muusikariistadel tuleb peale tõmmata keeled, asetada paigale keelealused roobid balalaikadel, mandoliinidel ja dombradel, kontrollida keerdpulgad ja häälestada pillid; harmoonikatel kontrollida häälestust ja lõõtsa; puhkpillidel kontrollida häälestust ning reguleerida mehhanismi ja sulgklappide tööd. Klahvidega pillidel tuleb kontrollida üksikosade töötamise täpsust, reguleerida neid ja häälestada pillid, grammofonidel kontrollida mehhanismi tööd ja vajaduse korral õlitada mehhanismi.

Pärast muusikariistade kontrollimist tuleb nendele kinnitada lipik, kuhu märkida kauba nimetus, sort ja jaehind. Kõik lipikud peavad olema kirjutatud tindiga või keemilise pliiatsiga. Kui kasutatakse keemilist pliiatsit, peab lipiku pind olema veidi niisutatud. Lipikul ei tohi olla parandusi.

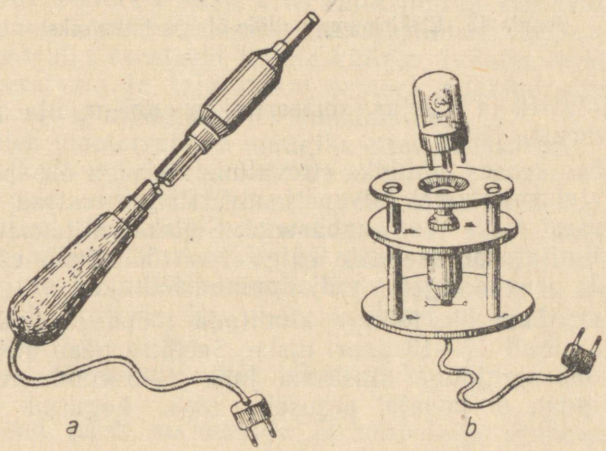
Grammofoniplaatide müügiks ettevalmistamine seisab peamiselt selles, et iga päev müügil olevate plaatide sortiment ja repertuaar vastaksid kataloogides ja bülletäänides näidatud andmetele.

Raadiotarvete müügiks ettevalmistamine. Peamisteks operatsioonideks raadiotarvete müügiks ettevalmistamisel on: koos kaubaga ostjatele antavate tarvitamisõpetuste, passide ja juhiste olemasolu kontrollimine; raadiovastuvõtjate ja translatsiooniaparatuuri kontrollimine ning proovimine; komplektsuse kontrollimine; toodetelt tolmu ja mustuse eemaldamine; hindamine ja markeerimine.

Valjuhääldajad tüüp «Rekord» seatakse enne müügisaali and-

mist kokku, reguleeritakse ja kontrollitakse nende korrasolekut. Dünaamilised valjuhääldajad, elektrigrammofonid, grammofonimootorid, raadioaparaadid laotakse kärudele vabrikupakendis ja viiakse müügisaali. Vabrikupakendis müügisaali toimetatud kaubad (raadioaparaadid, elektrigrammofonid jne.) vabastatakse osaliselt pakendist, puhastatakse veel kord hoolikalt ja valmistatakse ette väljapanemiseks.

Mõnes kaubandusorganisatsioonis on kombeks raadiolambid enne müügisaali andmist vastava templiga markeerida. Markeerimisel lüüakse tempel otse raadiolambi soklile või siis sokli suunavale võtmele. Markeerimisel kasutatakse tingmärke: näiteks — DU — Dzeržinski Universaalkauplus. Selliselt markeeritakse raadiolampe elektrijootekolvi abil. Viimase otsa pannakse spetsiaalne vaskvarras, mille otsa on graveeritud kaks tähte (joonis 44). Markeerimine toimub sel teel, et tulise jootekolvi ots vajutatakse kergelt raadiolambi soklile või selle suunavale võtmele.

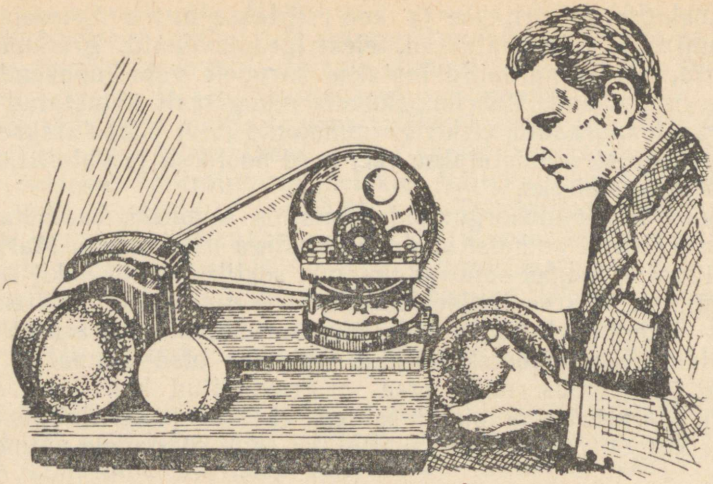


Joonis 44. Seadised raadiolampide markeerimiseks. Elektrikolb (*a*) ja markeerimise pink (*b*)

Sellise markeerimise puhul on müüjal võimalik ostja poolt esitatud pretensiooni korral kiiresti kindlaks teha, kas raadiolamp on tõesti antud kauplusest ostetud.

Sporditarvete müügiks ettevalmistamine. Müügiks ettevalmistamisel puhastatakse suured esemed (kitsed, hobused, suusad, suusakepid) vabriku määrdest ning hõõrutakse hoolikalt lapi ja harjaga puhtaks. Väikesed nahkesemed asetatakse spetsiaalsetesse karpidesse ja antakse seejärel müüja töökohale.

Sellised kaubad, millel puudub paberist või kartongist pakend, pühitakse enne müüja töökohale andmist kuiva lapiga hoolikalt puhtaks.



Joonis 45. Elektripump pallide õhuga täitmiseks

Spordijalatsid ja -riietus sorteeritakse enne müüja töökohale andmist suuruste järgi.

Palju tööd seoses müügiks ettevalmistamisega on spordijalatseid müüvatel kauplustel talveperioodil. Paljud ostjad soovivad osta kauplusest uiske koos saabastega. Selleks valitakse vastavad uisud ja kinnitatakse saabaste külge. See töö nõuab väga palju aega ja seda peavad tegema väljaõppinud töötajad.

Tavaliselt jõuab üks töötaja kinnitada tööpäeva jooksul saabaste külge ainult 12—13 paari uiske. Seetõttu peab uiskude kinnitamist saabaste külge alustama juba 2—3 kuud enne talveperioodi algust, et hooaja alguseks oleks kogutud vajalikud varud.

Mõnes sporditarvete kaupluses ja sektsioonis, kus müüakse jalgpallide, korvpallide ja võrkpallide sisekumme, antakse need parema teenindamise eesmärgil ostjatele õhuga täidetult, mis ühtlasi tagab müüdavate kummide kvaliteeti. Pallikummide täitmise lihtsustamiseks ja kiirendamiseks kasutatakse mitmesuguste pallide õhuga täitmiseks elektripumpa (joonis 45). Sellise seadise kasutamisel kulub palli sisekummi õhuga täitmiseks 3—4 sekundit.

Jahi- ja kalastustarvete müügiks ettevalmistamine. Hoolikat müügiks ettevalmistamist nõuavad jahitarbed. Kaubanduse eeskirjadega on selliste kaupade müümiseks, nagu püssirohi, haavlid ja padrunid, kindlaks määratud ühele isikule väljastamise normid. Seetõttu on võimalik neid kaupu eelnevalt valmis kaaluda ja pakkida. Tavaliselt kaalutakse neid kaupu eelnevalt valmis järgmiselt: suitsuga püssirohtu — 250, 500 g, suitsuta püssirohtu —

200 g, tavalisi ja suuri haavleid — 2 ja 3 kg.

Laetud padruneid pannakse pakki 50 ja 100 tükki, sütikuid 250, 500 ja 1000 tükki.

Igale pakile märgitakse kauba kogus ja hind. Selline eelnev valmiskaalumine ja -pakkimine kiirendab tunduvalt kauba väljastamist ja aitab parandada ostjate teenindamist.

Mõningates kauplustes müüakse koos spinningutega ka tina lantide jaoks. Sel juhul peab müüja täpselt teadma, missugune tina on ühe või teise landi jaoks sobiv. Näiteks on 4-grammise landi jaoks vaja 20-grammist tina; 6-grammise landi jaoks on küllalt 17—18-grammisest tinast. Kui lant kaalub 7—8 grammi, peab selle juurde kuuluva tina kaal olema 15—16 grammi jne.

Jalgrataste ja mootorrataste kokkumonteerimine ja müügiks ettevalmistamine. Mootorrattad saabuvad kaubandusvõrku kokkumonteeritult, kusjuures akumulaator on laadimata. Jalgrattad võetakse transportimise hõlbustamiseks osaliselt lahti. Lahtivõetud detailid pakitakse kasti koos ratta juurde kuuluvate vahenditega. Ruumi kokkuhoidmiseks transportimisel keeratakse jalgrataste pedaalid tavaliselt teisele küljele (väntla vastasküljele).

Mootorrataste ja jalgrataste erineva pakkimisviisi tõttu on erinev ka nende müügiks ettevalmistamine.

Nii tuleb mootorrataste müügiks ettevalmistamisel, kuna need saabuvad kaubandusvõrku kokkumonteeritult, peamist tähelepanu pöörata kokkumonteerimise kvaliteedi kontrollimisele.

Jalgrattad pannakse kokku kaupluses. Enne kokkupanemist pühitakse lapiga õlist puhtaks nii lahtivõetud üksikosad kui ka raam, seejärel komplekteeritakse osad ja pannakse kokku ning kinnitatakse jalgrattale ka elektriseadmed, keeratakse pedaalid tagasi õigele küljele jne.

Hoolikat ettevalmistamist nõuavad ka jalg- ja mootorrataste varuosad.

Varuosad tuleb markeerida ja varustada lipikutega, millel tuleb näidata ratta mark, osa nimetus, selle number kataloogis, suurus ja selle tootja tehase nimetus. Juhul, kui kauplusse on saabunud suur partii üht tüüpi osi, on otstarbekohane nähtavale kohale üles panna nende loetelu ja nende lähedale välja asetada näidised.

3. Kaupade markeerimine

Kaupade markeerimise all mõistetakse kaubanduses igale kaubaüksusele või ühelaadiliste väikekaupade rühmale erilise sedeli (etiketi) kinnitamist, millele on märgitud kauba artikkel, sort, suurus ja hind.

Kaupade markeerimine toimub Universaalkaupluste Peavalitsuse süsteemi kuuluvates universaalkauplustes ja esinduskauplustes. Kaupade markeerimine tagab kaupade õige hinnaga müümise; sedelitega varustamata kaupade müümisel aga võib esineda eksimusi.

Olenevalt kauba liigist sedelid kas õmmeldakse (näiteks trikootooted), seotakse (relvad, fotoaparaadid jne.) või liimitakse (fotokemikaalid) kauba külge.

Kauba hinnalipikud (etiketid) valmistatakse tavaliselt trükikojas, andmed kaupade kohta aga kas kirjutatakse käsitsi või vajutatakse peale vastava templi abil.

Lipikud valmistatakse mitmesuguse kuju ja suurusega, olenevalt sellest, millise kauba jaoks nad on mõeldud. Nii näiteks kasutatakse trikootoodete jaoks eri kujuga suuremaid lipikuid. Teistsuguse kujuga, hoopis väiksemaid lipikuid vajatakse jahitarvete jaoks. Klaasnõudes müüdavate fotokemikaalide markeerimiseks kasutatakse etikette, mille üks külg on kaetud liimiga, selleks et neid oleks hõlpsam kauba külge liimida.

Suurtes universaalkauplustes trükitakse lipikuid erilistes masinates, mis üheaegselt lipiku plangi valmistamisega trükivad sellele ka vajaliku teksti. Sellise masinaga on võimalik valmistada kuni 250 tekstiga varustatud lipikut minutis. Mainitud masinate kasutuselevõtmine võimaldab tunduvalt tõsta markeerijate töö-jõudlust, kes lipikute täitmiseks kulutavad palju aega.

Pärast kauba müügiks ettevalmistamist antakse see edasi müüjate töökohtadele. Kaupluse töötajad peavad tundma üksikute kaupade töökohtadele viimise tehnikat. Kaupu tuleb kanda ja kohale asetada ettevaatlikult. Korraga ei ole lubatud viia üle 8 kitarri, 10 mandoliini, 6 viiuli, 2 tšello jne.

Grammofoniplaate on otstarbekohane töökohale viia spetsiaalsetes kastides mõõdetega 90×29×29 cm. Kast varustatakse kahe käepidemega. Selline kast mahutab 240—360 karpidesse asetatud heliplaati.

KÜSIMUSI JA ÜLESANDEID

1. Jutustage, milliseid kaupade müügiks ettevalmistamise viise kasutatakse kultuuritarvete kauplustes.
2. Kuidas toimub mänguasjade müügiks ettevalmistamine?
3. Kirjeldage muusikariistade müügiks ettevalmistamise tehnikat.
4. Milles seisab raadio- ja fototarvete müügiks ettevalmistamise tehnika?
5. Kirjeldage sporditarvete ning jahi- ja kalastustarvete müügiks ettevalmistamist.
6. Mis on kaupade markeerimine ja kus seda kasutatakse?
7. Kuidas tuleb organiseerida kaupade üleandmist töökohtadele?
8. Õppige tundma ja kirjeldage kaupade müügiks ettevalmistamise viise ja meetodeid selles kaupluses, kus teie töötate.

VI PEATÜKK

MÜÜJA TÖÖKOHA ORGANISEERIMINE

1. Nõudeid töökoha organiseerimiseks

Suur tähtsus ostjate teenindamise parandamisel on müüjate töökoha õigel organiseerimisel. Hästi organiseeritud töökoht võimaldab ostjal kiiresti orienteeruda kaupade sortimendis, müüjal aga ostjat hästi ja kultuurselt teenindada.

Õigesti korraldatud müüja töökohal on otsustav tähtsus müüja tööjõudluse tõstmisel. Töökoha õige korraldamise puhul vähenevad mittetootlikud liigutused, kiirenevad kaupade müügioperatsioonid, kuna müüja ei pea tegema lisatöid kaupade otsimiseks ja ümber paigutamiseks.

Lõpuks on müüja töökoha õigel organiseerimisel suur tähtsus ka kaupluse seisukohalt lähtudes. Hästi organiseeritud müüja töökoht korralikult ja maitsekalt välja pandud kaupadega, hästi organiseeritud kaupade tutvustamine jms. köidab ostjate tähelepanu, aitab kauplust kaunistada.

Millistele nõuetele peab vastama müüja töökoha õige korraldamine?

1. Eelkõige peavad müüja töökohal olema loodud ostjale sobivad võimalused kaupade väljavalikuks. See tähendab, et kõik kaubad müüja töökohal peavad olema paigutatud selliselt, et need oleksid hästi näha ja ostja võiks neist kiiresti ülevaate saada. Kaupade näitamiseks vajalik spetsiaalne inventar ja seadmed, nagu näiteks seadeldis heliplaatide segamatult kuulamiseks, fotopimikud jt. peavad olema hästi korrastatud ja ostjatele kasutamiseks käepärast.

2. Müüja töökohal peab olema sisse seatud kindel süsteem ja kord. See tähendab, et kõigi töökohal asuvate esemete (kaubanäidised, kaupade töövaru, pakkimismaterjal, tööriistad jm.) jaoks peab olema ette nähtud oma kindel koht. Seal peavad nad olema paigutatud kindla korra järgi, mis võimaldab neid vajaduse korral kiiresti kätte saada.

Nii näiteks tuleb töötamisel vajalik inventar paigutada nii, et müüjal ei oleks vaja teha liigseid käike ega liigutusi, mis teda

väsitavad ja aeglustavad kauba müümist. Seetõttu tuleb sagedasti nõutavad kaubad asetada müüjale võimalikult lähedale, kapi alumisele riiulile, osa kaupu aga teisele riiulile. Kapi alumist osa ja letti kasutatakse kaupade töövaru paigutamiseks. Kapi ülemisi riiuleid kasutatakse tavaliselt kaupade dekoratiivseks väljapanekuks.

3. Kaupade väljavalimise ja ostjale müümise kergendamiseks ja kiirendamiseks tuleb oma iseloomult lähedased kaubad paigutada lähestikku, neis sektsioonides aga, kus on mitu töökohta, tuleb sagedasti nõutavad kaubad paigutada kõigile töökohtadele.

4. Väga oluline on, et müüja töökohal oleks hästi korraldatud müügil olevate kaupade sortimendi ja hindade teatamine. Selleks pannakse kaubad välja leti vitriinidesse, kasutatakse kilpaluseid kaupade näitamiseks jm.

Kõigile näitamiseks väljapandud kaupadele kinnitatakse hinnasedelid, kus näidatakse kauba hind, nimetus, sort ja suurus.

5. Kappides ja lettides tuleb kaubad paigutada selliselt, et oleks täielikult kasutatud nende maht.

6. Lõpuks olgu öeldud, et müüja töökoht tuleb korraldada nii, et oleks täielikult välditud nende riknemine ja riisumise võimalus.

2. Kaupade paigutus ja väljapanek töökohal

Väga suur tähtsus müüja tööjõudluse tõstmise seisukohalt on kaupade õigel paigutamisel ja maitsekalt kujundatud väljapanekul.

Kaupade **paigutuse** all tuleb mõista kaupade kohaleasetamist vastavalt antud kaupadele omaste eristavate tunnuste järgi, näiteks liikide, artiklite, suuruste jms. järgi.

Kaupade **väljapaneku** (kohaleasetamise) viisid olenevad kaupade kujust ja omadustest. Nii näiteks asetatakse fotoplaadid ja grammofoniplaadid serviti, arvelauad paigutatakse üksteise peale virna, teine teistpidi, samasuguselt virna paigutatakse ka portfellid. Sellest, kuidas paigutatakse kaubad müüja töökohal, sõltub suurel määral nii müüja töötamise kiirus ja töö kvaliteet kui ka ostjate teenindamise kvaliteet.

Kaupade paigutamise ja väljapaneku üldreeglid

Käesoleval ajal kehtivad kaupade paigutamisel töökohtadele 6 põhisüsteemi.

1. Kõigepealt eraldatakse meeste, naiste, laste esemed, seejärel jaotatakse kaubad liikide, tegumoodide, materjali, suuruste ja värvide järgi. Selliselt paigutatakse spordirõivad, trikootooted jne.

2. Valmistamismaterjali järgi, seejärel kaubaliikide järgi paigutatakse puust, metallist, täistopitud jt. mänguasjad.

3. Tarbija ea järgi, seejärel temaatiliste rühmade, kaubaliikide, suuruste, sortide järgi paigutatakse mänguasjad. Alguses eraldatakse imikutele mõeldud mänguasjad, seejärel 1—3-aastastele, siis 3—5-aastastele lastele mõeldud mänguasjad jne. Eelkooliealiste ja kooliealiste laste mänguasjad paigutatakse seejärel temaatiliste rühmade järgi: transpordivahendid, sõjariistad, elukondlikud mänguasjad jm. Edasi paigutatakse liikide alusel: traktorid, autobussid jm., ning lõpuks — suuruste ja sortide järgi.

4. Sisu järgi, seejärel aga juba nimetuste ja hinna alusel. Selliselt paigutatakse näiteks heliplaadid (laulud, kontsertmuusika, kerge muusika jm.), raamatud.

5. Sihituse järgi, seejärel toote liikide, materjali suuruste alusel. Selliselt paigutatakse näiteks kaubad «Kõik kooliõpilastele» ja «Kõik kunstnikule».

6. Vabrikumarkide, kuju, materjali, sortide järgi paigutatakse täitesulepead. Näiteks kõigepealt täitesulepea «Kreml», seejärel Leningradi täitesulepead, Moskva täitesulepead jne.

Ostjale ei meeldi vaadata tühje kappe ja vitriine, seepärast tuleb kõik riiulid ja vitriinid kaupadega täita, kusjuures neid ei tohi aga liigselt üle koormata.

Kaubad tuleb paigutada selliselt, et iga ese oleks selgesti nähtav, et uued kaubad asetseksid kõige nähtavamatel kohtadel, et ostjate tähelepanu ei oleks hajutatud, vaid et see oleks koondatud teatud kaubaliikidele.

Kuid ainult sellest, kui kaup on õigesti paigutatud müüja töökohal, on vähe. Ka riiulitele tuleb kaup asetada hästi, vastasel korral mõjuks see pidurdavalt müüja tööle.

Kappidesse ja riiulitele tuleb kaubad asetada selliselt, et kõiki esemeid oleks võimalik hõlpsasti kätte saada. Massiliselt ja sagedasti nõutavad kaubad asetatakse alati ühele ja samale kindlaksmääratud kohale, selleks et nende asukoht oleks alati teada.

Kaubad peavad olema riiulitele asetatud maitsekalt ja kaunilt, selleks aga tuleb välja valida niisugused esemed, mis suuruselt ja värvilt kokku sobiksid. Iseloomult lähedased kaubad paigutatakse lähestikku. Erinevat liiki kaupu ei või asetada üksteise peale, isegi mitte kindla korra järgi, kuna see on müümisel suureks takistuseks.

Riiulitele asetatakse kaubad võimaluse korral ridadena või väikestesse virnadesse, kusjuures igas reas või virnas on teatud arv esemeid (5 pakki igas virnas, 4 karpi igas reas jne.). Selline paigutamine lihtsustab tunduvalt kaupade ülelugemist nende väljaandmisel, samuti olemasoleva hulga kindlaksmääramisel. Kui kauplusse saabub uusi kaupu, tuleb need müüjate töökohtadele paigutada nii, et varem saadud kaubaartiklid jääksid ettepoole või äsja saabunud kaupade peale, uus kaubapartii aga tuleb paigutada tahapoole või varem saadud kaupade alla.

Et kaupu oleks võimalik hõlpsasti kätte saada, samuti selleks, et need oleksid kaitstud riknemise eest, ei või neid laduda hulgaliselt üksteise peale. Virnad ei tohi olla kõrged.

Selleks et kaup oleks ostjale paremini nähtav ja et tal oleks meeldivam välimus, tuleb see paigutada etiketi või pildiga ostja poole.

Lõpuks tuleb kaupade asetamisel riiulitele kinni pidada tuntud sümmeetrilisuse ja rütmilisuse nõudeist.

Sümmeetrilise asetamise puhul laotakse kaup keskkohast mõlemale poole ühtlaselt, **rütmilise** asetamise puhul aga kordub sama kaubaartikkel kindlaksmääratud vahemaa tagant või paigutatakse selliselt, et iga järgmine kaubaartikkel on eelmisest väiksem, või vastupidi.

Üksikute kaupade paigutamise kord ja väljapaneku viisid

Mänguasjad. Mänguasju võib kaupluses paigutada väga mitmel viisil.

1. Nende valmistamiseks kasutatud materjalide järgi: puust, metallist, pehmed, pabermassist, kummist, tselluloidist, trükitud lauamängud jne.
2. Pedagoogilise otstarbe järgi: tehnilised mänguasjad, laua- ja teatrimängud, ajaviitemängud jne.
3. Kolme vanuserühma järgi: sõime-, eelkooli- ja kooliealistele.

Mänguasjade paigutamisel materjalide järgi jagatakse need viide rühma:

1) pehmed mänguasjad ja nukud;
2) metallist mänguasjad;
3) puust mänguasjad;
4) pabermassist, mastiksist, plastmassist, portselanist ja savist mänguasjad;
5) trükitud lauamängud, tehnilised mänguasjad.

Peale selle jagatakse kahte rühma vastavatel hooaegadel kasutatavad mänguasjad:

1) kevad-suvised ja talvised mänguasjad, mida kasutatakse väljas mängimisel;
2) näärikuuse-ehted.

Mänguasjade paigutamine kappidesse rühmadena peab toimuma hoolikalt ja maitsekalt. Peab oskama asetada mänguasju selliselt, et oleks näha kaupade küllus ja mitmekesisus.

Väikseid mänguasju ei või paigutada suurte taha, tumedad mänguasjad peavad asetsema vaheldumisi heledate ja kirevatega.

Mänguasjade välja asetamisel tuleb neid seni ümber paigutada, kuni leitakse neile kõige sobivam koht. See nõuab müüjailt head maitset, oskust, ja kõige olulisem, armastust oma töö vastu.

Sellistes kauplustes, kus mänguasjade osakond on väike, tuleb

iga eespool näidatud mänguasjade rühm paigutada eraldi kas või ühele riiulile, kuid mitte mingil tingimusel ei või asetada pehmeid mänguasju segamini lauamängudega, «konstruktorite» ja teiste vanematele lastele määratud mänguasjadega.

Transpordialased mänguasjad rühmitatakse suuruste ja osaliselt mingisugusel määral sarnanevate omaduste järgi, näiteks kujundatakse väljapanek, kus transpordivahendid liiguvad mööda tänavaid või väljakuil. Väljapaneku mitmekesisemaks ja elavamaks muutmiseks paigutatakse kusagile ka inimeste kujud (nukud), samuti sillad, majad jne.

Väikseid mänguasju on parem välja panna klaasist vitriinidesse. Kappide riiuleile mänguasjade paigutamise erinevaid võtteid on näidatud joonistel 46, 47.

Puust mänguasjad tuleb rühmitada järgmiselt: eraldi kõik transpordialased mänguasjad (autod, vankrid, autobussid, trammid jne.), nööride ja puuliistudega varustatud tõsteseadmed, treitud ning treitud ja poleeritud mänguasjad jne., vaheldudes värvi, suuruse ja kuju poolest.

Teistest mänguasjadest tunduvalt lihtsam on paigutada treitud ja poleeritud mänguasju. Need on eredad, värvirikkad, seepärast võib neid edukalt kasutada kaupluse kaunistamiseks. Neid on sobiv paigutada kappidesse, mille riiulite asemel kasutatakse astmestikke.

Kokkupandavaid mänguasju võib välja panna nii kokkupandult kui ka lahtivõetult.

Pabermassist, mastiksist ja plastmassist mänguasjad paigutatakse mõõdete ja värvide järgi. Neid mänguasju ei asetata ritta; neist on otstarbekohane kujundada väikesed rühmad: lehmadest, lammastest, kitsedest jne. võib koostada karja, samuti võib lindudest koostada parve.

Kuid mingil juhul ei või paigutada lauamänge segamini teiste mänguasjadega; neile tuleb alati määrata eri koht.

Lauamängud on kõige sobivam asetada liistudega piiratud alusele, millel on väike kallak, või jälle kitsastele riiulitele.

Lauamängude jaoks määratud töökoha osasse paigutatakse tavaliselt ehituskomplektid, puust ja metallist «konstruktorid», samuti mitmesugused laste tööriistad (lehtsaag või jõhvsaag, vasar, höövel, kruvikeeraja jne.).

Sageli ostetakse «konstruktoreid» ja ehituskomplekte vähe. Seda sellepärast, et ostjad ei tunne nende otstarvet. Järelikult peab olema üks «konstruktor» ning üks ehituskomplekt kokku monteeritud ja välja asetatud, et ostja näeks, milliseid ehitusi neist üksikosadest võib püstitada.

Samuti kokkupandud kujul tuleb välja panna ka üks «iseehitajatele» määratud detailide komplekt, üks väljalõigatavate kujude, varjude teatri jne. komplekt.

Müüja peab oskama ilmekalt demonstreerida, milliseid huvi-



Joonis 46. Nukkude paigutamine riiuleile



Joonis 47. Mänguasjade paigutamine riiuleile

tavaid mänguasju võib saada näiteks väikestest paberi- või papitükikestest, mis on laotud karpi või pakki.

Kõik keerulised tehnilised mänguasjad: lennuki- ja elektrimootorid, telegraafiaparaadid jm. tuleb samuti paigutada eraldi lauamängudest, kuid mitte metallist mänguasjade hulka.

Perioodiks aprillist kuni augustini eraldatakse mänguasjade kauplustes ja sektsioonides töökoht kevad-suviste mänguasjade müümiseks.

Siia koondatakse kõik sellised mänguasjad, millega lapsed mängivad soojal aastaajal väljas.

Naelte otsa või spetsiaalsetele varnadele riputatakse hüppenöörid, ohjad, jooksuvõrud, rõngamängu vahendid, pallivõrgud koos pallidega jne. Kastekannud, ämbrid, kühvlid, liivavormid ja muud esemed liivaga mängimiseks pannakse välja kappidesse; suured lastelabidad, rehad, kärud, kastekannud, ämbrid koondatakse ühte rühma.

Lastejalgrattad, tõukerattad, pedaalidega autod ja lennukid, arvesse võttes nende suurust, tuleb paigutada põrandale või madala barjääriga piiratud kõrgemale alusele.

Koos suurte mänguasjadega hoitakse ka lapsevankreid, kuigi need tooted ei kuulu mänguasjade hulka. Väljakujunenud traditsioonide kohaselt müüakse neid tavaliselt samades kauplustes, kus on müügil mänguasjad.

Talvel paigutatakse sellele töökohale talveperioodil väljas mängimiseks sobivad mänguasjad: lumelabidad ja kraapluuad, tavalised kelgud väikelaste jaoks, seljatoega kelgud sõime-ealiste laste jaoks, spordikelgud eelkooli- ja kooliealiste jaoks, kastidega kelgud lume vedamiseks.

Klaasist näärikuuse-ehete müümisel tuleb suurt tähelepanu pöörata nende kaupade väljapanekute kujundamisele. Kuid paljude toodete, eriti aga klaasist kuulikeste väljaasetamine on raske. Seda liiki ehteid paigutatakse tavaliselt seinaäärsete kappide riiuleile ja astmestikele kaldu asetatud karpidesse.

Ostjate tähelepanu köitmiseks on suur tähtsus mänguasjade müüja töökoha kunstilisel kujundamisel nende spetsiaalsete väikeste väljapanekute abil, millised paigutatakse nii letisisestesse vitriinidesse kui ka letipealsetesse vitriinidesse ja kappide ülemistele riiulitele.

Kuid see ei ole veel kõik. Nukkusid võib alati näitamiseks välja panna lastele tuttavates ja lähedastes asendites. Esitame mõned näited selliste väljapanekute korraldamiseks.

1. Nukk seisab, üks käsi tõstetud tervituseks, teises käes hoiab trummipulka. Tema kõrval on trumm.

2. Nukk istub toolil laua ääres, hoides käes raamatut, lauale on asetatud laste söögiriistad. Tooli lähedal põrandal on kassipoeg.

3. Ripub võrkkiik, selles lamab nukk väikese mängukaruga. Võrkkiige juures seisab pisut kummargil olev suur nukk; selle kõrval on teine samasugune nukk, kellel on kätel väike nukk. Siin-

samas lähedal on väike laud, koer, temast veidi eemal väike taldrik.

4. Pesuvanni kohale kummarduv nukk. Vannis on riieteta nukk. Lähedal on kapp, voodi ja tingimata mingisugused koduloomad (kass, koer).

5. Korvi käes hoidev nukk seeni korjamas. Põrandale on asetatud puud ja nende alla seened. Siinsamas on näha ka hunti, rebast, jänest ja teisi kaupluses olevaid metsloomi.

6. Suur pruun plüüšist karu. Selle väljasirutatud käppadel on suletud silmadega nukk. Karu jalgade juures põrandal on mitmesugused eredavärvilised kuulikesed.

7. Riiulile on üksteise taha ritta asetatud hobused. Nende esijalgade alla on pandud ilusad pütikesed.

8. Kolm erinevas poosis väikest klouni on asetatud suurele trummile. Üks kloun ronimas suurtükile, teine astumas traktorile (üks jalg on üles tõstetud) jne.

Alati on äärmiselt oluline paigutada mänguasjad (nukk või loom) ilmekalt, püüdes näidata neid liikuvatena. Iga nukk peab temale antud asendis näima elavana.

Selliseid väljapanekuid peab oskama korraldada iga müüja. Hästi kujundatud väljapanekud meelitavad ligi nii lapsi kui ka täiskasvanuid. Lõpuks on sellised väljapanekud ka suurepärased reklaamivahendid ja aitavad kaasa mänguasjade realiseerimisele.

Müümisel ei tohi võtta mänguasju väljapandute hulgast, kuna see rikub väljapaneku kunstilist kujundust. Kui ostja soovib väljapandud mänguasja, peab müüja selle andma, kuid kohe pärast seda panema selle asemele teise samasuguse mänguasja.

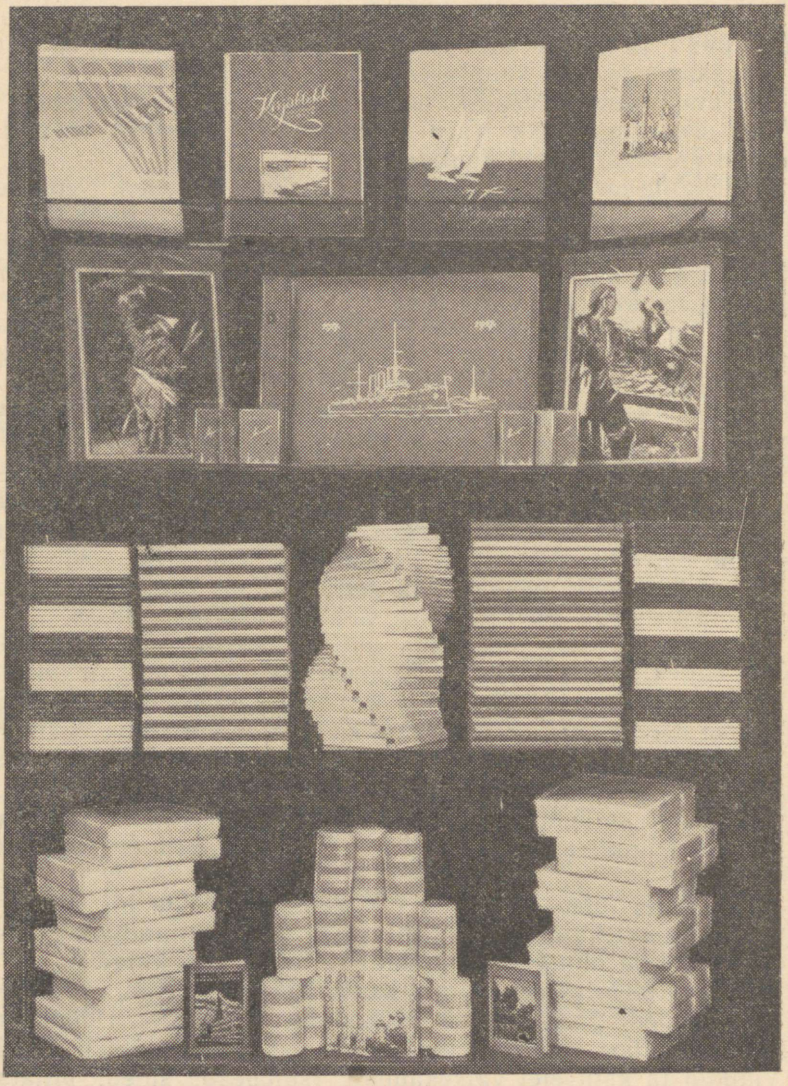
Mänguasjad tuleb paigutada selliselt, et igaüht neist oleks riiulilt võimalik alla võtta, nihutamata sealjuures paigalt teisi.

Erilist tähelepanu mänguasjade paigutamisel tuleb pöörata sellele, et need püsiksid riiulil kindlalt, et nad sealt alla ei kukuks, et mänguasja serv ei ulatuks riiulilt välja ning et müüja mänguasja riivates seda põrandale ei tõukaks.

Mänguasjade suuremad, eraldiseisvad osad ei tohi takerduda teistesse mänguasjadesse, nad peavad olema riiulil ostjatele hästi nähtavad.

Hinnasedel tuleb kinnitada mänguasjade külge nii, et see ei rikuks väljapanekute ega vitriinide kunstilist kujundust. Näiteks ei või kinnitada hinnasedelit nuku ega looma pea külge.

Kooli- ja kirjutustarbed ning kantseleikaubad. Kantseleikaubad ja koolitarbed paigutatakse töökohale järgmiste rühmadena: 1. rühm — paber, kirjaümbrikud, bloknoodid, märkmikud; 2. rühm — vihikud ja kantselei väikekaubad (sulepead, suled, pliiatsid, tint jne.); 3. rühm — koolitarbed (pinalid, portfellid, ranitsad); 4. rühm — joonestustarbed (joonlauad, joonestamissuled, sirklikastid jm.); 5. rühm — mitmesugused trükitooted (tulude-kulude raamatud, tšekiraamatud, arveraamatud, tähestikulise jaotusega ja kanderaamatud); 6. rühm — albumid ja kirjutuslauamapid.



Joonis 48. Kantseleikaupade paigutamine riiuleile

Olenevalt sektsiooni suurusest eraldatakse iga kaubarühma jaoks 2—3 riiulit või isegi terve kapp (suurtes sektsioonides). Sektsiooni või töökoha keskele, müüja lähedale, on soovitav paigutada teine ja kolmas kaubarühm, kuhu on koondatud peamiselt massiliselt nõutavad kaubad.

Iga kaubaliik, ükskõik millisesse rühma see kuulub, tuleb paigutada kindlaksmääratud järjekorras. Nii näiteks paigutatakse kõigepealt liikide järgi paber (tarbe-, rotaatori-, noodi-, kirjutus-, kuivatus-, joonestus- ja joonistuspaber).

Omakorda paigutatakse tarbe-, noodi- ja kirjutuspaberi puhul eraldi jooneline ja joonteta, pleegitatud, poolvalge ja pleegitamata paber. Kirjaümbrikud paigutatakse alguses paberi liikide järgi (kattepaberist, värvilised, liimiga), seejärel suuruse järgi. Karbid kirjapaberite ja -ümbrikega (papeteriid) asetatakse komplektidena, igas komplektis 10 või 25 karpi.

Märkmikud asetatakse algul otstarbe järgi (rebitavad, taskuja lauamärkmikud, märkmikud diagrammide jaoks), seejärel köitmise viisi alusel (papist kaantega, riidega kaetud kaantega), seejärel veel kujunduse järgi (sissepressitud ilustustega või ilma nendeta) ning suuruse järgi.

Tähestikuliste raamatute paigutamisel eraldatakse väljalõigatud tähtedega raamatud pealeliimitud tähtedega raamatutest. Vihikud pannakse algul liikide (üld-, kooli-), seejärel otstarbe järgi (joonelised, ruudulised, kaldjoontega jm.) (joonis 48).

Trükitooted paigutatakse suuruste järgi, edasi aga köite iseloomu ja kujunduse alusel. Kalendrid asetatakse liikide järgi (nädala viisi rebitavad, lauaplokk-kalendrid, kuu viisi rebitavad). Kaaned paigutatakse alguses liikide järgi (paberi jaoks, nootide jaoks, kiirköitjad, dokumentide kaaned jm.), seejärel köite iseloomu järgi, taskutega ja taskuteta.

Tint pannakse riiulitele värvi järgi, iga värv aga paigutatakse omakorda veel pudelite suuruse alusel.

Joonestus- ja lauapaber paigutatakse kapi vaheriiulile. Väiksemates kauplustes paigutatakse esimesele riiulile peamiselt väikesed kantseleikaubad (kummid, suled, sulepead, tint jm.). Need kaubad paigutatakse harilikult avatud karpidesse (joonis 49).

Teist ja kolmandat riiulit kasutatakse paberikaupade ja joonestustarvete paigutamiseks, neljandat, kõige ülemist riiulit — albumite, arvelaudade ja teiste suurte esemete väljapanekuteks. Leti vitriinis tuleb kinni pidada samast kaupade rühmitusest, mis kappideski; väikekaubad (kummid, pliiatsid jms.) pannakse välja avatud karpides. Sirklikarbid pannakse vitriini avatult, hinnasedelitega. Arvelauad asetatakse riiulitele küljeli, pildialbumid pannakse virna ja alati selliselt, et üks album oleks esiküljega ostjate poole.

Kui kaupluses on suuremal arvul mitmesuguseid pildiraame, paigutatakse riiuleile välja ainult nende näidised. Pildiraamide



Joonis 49. Kirjutustarvete paigutamine riiuleile

töövaru hoitakse pakitult serviti spetsiaalselt selleks tehtud lahtrites leti sees.

Muusikariistad. Müügisaali paigutamiseks rühmitatakse muusikariistad järgmiselt: 1) näpitsi mängitavad muusikariistad, 2) poognaga mängitavad keelpillid, 3) grammofonid ja grammofoniplaadid, 4) harmoonikad, 5) puhk- ja löökpillid, 6) klahvidega muusikariistad, 7) pillikeeled ja muud muusika-alased kaubad (pillikotid, noodikaaned jm.).

Muusikariistade müümise organiseerimisel on suur tähtsus kaubarühmade õigel paigutamisel müügisaalis.

Kui mitte arvestada grammofoniplaate, siis on näpitsi mängitavad pillid ja harmoonikad kõige massilisemateks ja nõutavamateks kaupadeks, seetõttu paigutatakse need kaupluses tavaliselt kõige silmapaistvamale kohale.

Poogna abil mängitavad keelpillid nõuavad küll spetsiaalset teenindamist, kuid oma iseloomu ja müügiks ettevalmistamise poolest on nad lähedased näpitsi mängitavatele pillidele, mistõttu need paigutatakse viimaste kõrvale.

Puhk- ja löökpillid kui suhteliselt hoopis harvemini nõutavad kaubad võib paigutada ruumi kaugemasse ossa.

Klahvidega muusikariistade paigutamiseks on nõutav vaba müügisaal, võimaluse korral aga omaette ruum.

Pillikeeled ja muud muusikatarbed on otstarbekohane paigutada kappide ja lettide väljatõmmatavaisse laegastesse nende muusikariistade sektsioonidesse, milliste jaoks nad on määratud. Nii näiteks nähakse näpitsi ja poognaga mängitavate pillide kappides ette laekad pillikeelte jaoks. Grammofonide ja grammofoniplaatide jaoks määratud kappides on otstarbekohane korraldada väljatõmmatavad laekad grammofoninõelte, membraanide ja muude varuosade jaoks.

Pillikeeled tuleb paigutada kõigepealt liikide järgi, näiteks viiuli-, balalaika-, mandoliini- jne. keeled, seejärel aga keelte liikide (näiteks viiulikeeled: mi, la, re, jne.) või numbrite järgi (1-ne, 2-ne, 3-as jne. kitarrikeel).

Kõige sagedamini nõutavate pillikeelte hoidmiseks müüja töökohal kasutavad Leningradi Tööstuskaubastu töötajad kilpalust laiusega 40 cm ja pikkusega 80 cm; kilbile on kinnitatud 21 klemmi, 7 tükki reas. Igas reas on klemmide külge kinnitatud 8—10 keelt. Iga rida on ette nähtud üht teatud liiki keelte jaoks. Kui on vaja müüa ostjale pillikeelt, võib müüja selle kerge vaevaga klemmilt ära tõmmata. Kilpide kasutamise tõttu ei ole müüjal vaja iga kord välja tõmmata laegast, et sealt valida vajalik pillikeel. Loomulikult kiirendab see ka pillikeelte, eriti aga sagedasti nõutavate keelte müümist. Selline kilpalus asetatakse letile ning ostja võib sealt ise sobiva keele välja valida.

Iga rühma piires paigutatakse muusikariistad liikide, keelte arvu ja sortide järgi. Nii näiteks paigutatakse näpitsi mängitavad



Joonis 50. Muusikariistade paigutamise tehnika

keelpillid algul järgmiselt liigitatult: balalaikad, mandoliinid, mandoolad, kitarrid, dombrad, banžod.

Kitarrid paigutatakse omakorda liikide järgi: meeste, naiste, koolieaiste laste, seejärel juba sortide ja numbrite järgi (joonis 50).

Balalaikad riputatakse algul üles, lähtudes keelte arvust (kolme, nelja ja kuue keelega), seejärel aga sortide järgi. Mandoliinid pannakse algul välja kuju järgi (lamedad, ovaalsed), seejärel aga numbrite järgi, kusjuures laste mandoliinid paigutatakse eraldi.

Dombrad ja balalaikad paigutatakse järgmiselt: orkestri bala-

laikad ja dombrad, pikolo, priim, sekund, alt, bass, kontrabass jt. balalaika liigid.

Harmoonikad jaotatakse töökohale paigutamisel kolme rühma: 1) viini kaherealised harmoonikad, 2) kaherealised harmoonikad «Хромка» ja rahvuslikud — tatari ja aasia harmoonikad, 3) kromaatilised harmoonikad — bajaanid, poolbajaanid ja akordionid.

Löökpillid jaotatakse kahte rühma: 1) heli tekitavad pillid — litaurid ehk padatrummid, ksülofonid, trummid, tubafonid jm. ja 2) müra tekitavad pillid — trummid, taldrikud (pekid), tamburiinid, trianglid jm.

Grammofonidel ja grammofoniplaatidel on oma erinevused: selle kaubarühma järele on kõige massilisem nõudmine, müümisel aga vajatakse isoleeritud ruumi, et heliplaatide proovimisega mitte segada teisi osakondi. Peale selle vajatakse selle kaubarühma kaupade hoidmiseks ja näitamiseks spetsiaalseid seadmeid. Neid kaupu on soovitav paigutada eraldi, võimaluse korral ruumi isoleeritud ossa.

Kui grammofoniplaatide sortiment on suur, on otstarbekohane paigutada neid järgmiste rühmadena: 1) sümfooniline muusika, 2) ooperimuusika, 3) kammermuusika (eraldi vokaal- ja instrumentaalmuusika), 4) tantsu- ja meeleolumuusika (rahvatantsumuusika, lääne tantsumuusika jm.), 5) opereti- ja estraadimuusika, 6) massilaulud, 7) marsid, 8) deklamatsioonid, 9) rahvamuusika, -laulud, -tantsud, 10) lastelaulud, 11) muusikalised ja muud ettekanded õppeotstarbel.

Väiksema grammofoniplaatide sortimendi korral osa rühmi ühendatakse omavahel. Näiteks koondatakse ühte rühma sümfooniline, ooperi- ja kammermuusika; teise rühma koondatakse opereti- ja estraadimuusika, massilaulud, marsid; kolmandasse rühma koondatakse tantsu- ja meeleolumuusika ning deklamatsioonid.

Iseseisvate rühmadena paigutatakse: rahvamuusika (neljas rühm), lastemuusika (viies rühm) ning dokumentaalse sisuga ja õppeotstarbel heliplaadistatud ettekanded (kuues rühm).

Kõik kapid tuleb jaotada sahtliteks vastavalt neile jaotustele. Iga sahtel peab mahutama heliplaatide müümiseks vajaliku töövaru.

Igasse sahtlisse on soovitav panna ainult ühe nimetusega heliplaadid. Juhul, kui ruumi puudusel tuleb ühte sahtlisse paigutada 2—3 nimetust, tuleb need eraldada papist vaheseintega.

Kohaleasetamise tehnika. Näpitsi ja poognaga mängitavad pillid paigutatakse vertikaalasendisse, esiküljega ostja poole.

Pille kohale asetades tuleb kaitsta neid kukkumise, löökide ja teiste esemete vastu hõõrumise eest. Pillid tuleb kohale asetada selliselt, et ostjale oleks nähtav iga pilli kõige iseloomustavam osa — selle pealiskate.

Ainult kitarride jaoks ettenähtud kapisektsioonides paigutatakse need poolpõiki küljega selles suunas, kust möödub enamus ostjatest.

Harmoonikad asetatakse riiulitele ühte ritta, poolpõiki ostja poole, mis kergendab nende mahavõtmist riiulitelt. Selleks et kaitsta harmoonikaid kriimustuste eest, on soovitav riiulid katta pehme tumeda riidega.

Vask-puhkpillid paigutatakse riiulitele lapiti ühte ritta, suulisega väljapoole.

Flöötide, oboede, klarnetite asetamisel kappidesse on soovitav neid mitte kastidest välja võtta, vaid panna igast liigist üks muusikariist avatud kastiga näitamiseks letivitriini.

Grammofoniplaadid pannakse sahtlitesse serviti. Grammofonid, grammofoniplaatide karbid, albumid ja pakendina kasutatavad karbid paigutatakse riiuleile küliti.

Pillikeeled (numbrite järgi), muusikariistade varuosad ja muud nende juurde kuuluvad esemed, samuti väikesed muusikariistad (flöödid, fleksatonid jt.) paigutatakse letipultidesse.

Lettide ja kappide väljatõmmatavatesse laegastesse, muusikariistade hoiukohtade lähedale, paigutatakse nende muusikariistade juurde kuuluvate esemete ja varuosade töövaru (sumbutajad, jalad, keeled, kampol, krihvid, lõuatoed, võtmed, kastanjetid jne.).

Sagedamini nõutavad üksikosad pannakse väljatõmmatavate laegaste eesmistesse sahtlitesse; harvemini nõutavad osad aga paigutatakse laegaste tagumistesse sahtlitesse.

Fototarbed. Fototarbed paigutatakse järgmiste rühmadena: 1) fotoaparaadid ja -optika, 2) fotoplaadid ja -filmid, 3) fotopaber, 4) fotokemikaalid, 5) muud fototarbed.

Fotoaparaadid asetatakse riiuleile aparaatide markide järgi: «Ljubitel», «Moskva-2», «Moskva-3», «FED», «Zorki», «Kiiev» jt. Foto-optika esemed paigutatakse riiulitele karpides algul liikide järgi: katikud, läätsed, objektiivid jm., seejärel markide järgi, näiteks objektiiv «FED», algul standardsed, seejärel universaalsed, teleobjektiivid ja lainurkobjektiivid.

Fotoplaadid tuleb riiulitele paigutamisel rühmitada järgmiselt: negatiiv-, reproduktsiooni- ja diapositiivplaadid.

Olenevalt nende plaatide sortimendi mitmekesisusest võib neid jaotada veel järgnevalt: isokromaatilised, iso-ortokromaatilised, pankromaatilised.

Iga plaatide liik asetatakse seejärel juba suuruste järgi: 4,5×6 cm, 6×9 cm, 6×13 cm, 9×12 cm jne.; samal põhimõttel paigutatakse ka filmid.

Fotopaberi nõutavamad sordid jaotatakse töökohale paigutamisel järgmistesse rühmadesse: 1) broomhõbe-fotopaber, 2) kloorbroomhõbe, 3) kloor-broomhõbe «Bromportret», 4) kloorhõbe «Fotokont», 5) kloorhõbe-paber «Aristotipnaja».

Lõpuks võib fotopaberit paigutamisel jaotada veel emulsioonikihi iseloomu järgi kahte rühma: a) sile ja b) struktuurne paber. Siledad paberisordid paigutatakse omakorda veel töötlemise liikide järgi: kõrgläikega, läikiv, poolmatt, matt. Struktuurse foto-



Joonis 51. Fototarvete paigutamine riiuleile

paberi sordid paigutatakse järgmiselt: sametine, seejärel peeneteraline, jämedateraline. Paber paigutatakse ka veel suuruste järgi: 6×9 cm, 9×12 cm, 9×14 cm, 10×15 cm, 13×18 cm jne. Kui fotopaberi sortiment on suur, võib selle paigutamisel arvestada ka veel selle paksust ja värvi, nagu näiteks õhuke fotopaber, paks paber (kartong), valge, elevandiluu värvi, kreem fotopaber (joonis 51).

Filmid jaotatakse paigutamisel järgmistesse rühmadesse: lamefilm, rullfilm, perforeeritud äärtega film väikseformaadilistele kaameratele.

Fotokemikaalid paigutatakse algul otstarbe järgi: ilmutid, kinnitid, nõrgendajad, kõvendajad, viraažid ja muud; järgnevalt aga paigutatakse need igaüks liikide järgi, näiteks hüdrohinoon-ilmuti, paramiinofenool-ilmuti jt., hapu kiirkinniti, hapu parkiv kinniti jt.

Muud fototarbed paigutatakse algul liikide järgi: vannid, ilmutustankid, kassetid, statiivid, valgusfiltrid jm. Selliselt liigitatud tarbed, nagu näiteks vannid, paigutatakse riiuleile suuruse järgi, suurusega 10×13 cm, 15×20 cm, 20×26 cm jne. Muud tarbed paigutatakse konstruktsiooni järgi, näiteks väljatõmmatavad kassetid, külgekinnitatavad kassetid jm. Valgusfiltrid paigutatakse värvide (tumepunane, helepunane jms.) ning suuruste (10×15 cm, 13×18 cm jne.) järgi.

Fotoaparaadid on kõige sobivam paigutada ülemistele riiulitele. Igast fotoaparaadi margist on soovitav üks ostjatele vaatamiseks panna riiulile avatult. Vaheriiulile on soovitav panna fotoplaadid ja -paber, mis pakkidena asetatakse serviti üksteise kõrvale väikese kallakuga müügisaali poole.

Fotokemikaalid tuleb alati plaatidest ja paberist eraldi paigutada. Nende jaoks tuleb kasutada teist kappi, paigutades siia ka laboratooriumi- ja muud fototarbed.

Letivitriinidesse on soovitav asetada sellised kaubad, nagu optika, valgusfiltrid, fotoaparaadi üksikosad, müügil oleva fotopaberi näidised, filmid, valgustustarbed, seadmed kontrollimiseks ja mõõtmiseks.

Leti laekas on otstarbekohane hoida hinnalisi fototarbeid (läätsed, objektiivid, katikud). Letialustele riiulitele võib peale paberi tagavarade panna ka veel filmide, plaatide, statiivide, nende kottide jms. varud. Üksikute kõige keerukamate kaupade kohta koostatakse tarvitamise õpetus, milles selgitatakse nende kaupade otstarvet, kasutamist, märgitakse hind.

Raadiotarbed. Raadiolambid, takistid, kondensaatorid, transformaatorid, drosselid, poolid, helipead, autotransformaatorid, peatelefonid ja montaaždetailid paigutatakse tavaliselt letipealsesse vitriini klaasi taha, antennikomplektid ja muud detailid aga paigutatakse seinaäärse kapi keskmisele riiulile.

Kondensaatorite, transformaatorite, drosselite, poolide, helipeade, autotransformaatorite, peatelefonide, antennikomplektide töövaru paigutatakse puhveti tüüpi kapi ülemise osa alumistele riiulitele ja alumise osa ülemistele riiulitele. Montaaždetailid (takistid, lambipesad, pistikud — ühe- ja kahekordsed, lülitid, rosetid, kaitsmed jne.) hoitakse leti väljatõmmatavates laegastes.

Keemilised toiteallikad (elemendid, patareid, akumulaatorid) komplekteeritakse liikide järgi ja paigutatakse ostjatele vaatamiseks kapi keskmistele riiulitele. Nende kaupade töövaru pannakse kapi alumisse ossa.

Grammofonide elektrimootorid, dünaamilised ja elektromagnetilised valjuhääldajad paigutatakse ülemise kapiosa keskmistele ja ülemistele riiulitele; nende vabrikupakendis olev töö- ja reserv-



Joonis 52. Raadioaparaatide paigutamine riiuleile

varu aga paigutatakse kapi alumise osa ja leti riiulitele või sektsiooni kõrval asuvasse abiruumi.

Raadiovastuvõtjad, radioolad, televiisorid asetatakse kapi ülemise osa riiulitele, kaks-kolm liiki raadiovastuvõtjaid pannakse otse letile (joonis 52). Vabrikupakendis (pappkarpides) töövaru hoitakse sektsiooni kõrval asuvas abiruumis, ilma pakendita kaubad aga seinaäärsetes kappides ja lettides. Vabrikupakendis televiisorite töövaru hoitakse abiruumis kauba alusrestidel kaks kuni kolm rida ülestikku.

Raadiote, radioolade ja televiisorite hoidmisel tuleb erilist tähelepanu pöörata nende kvaliteedi säilitamisele.

Sporditarbed. Töökohtadele paigutamisel jaotatakse sporditarbed järgmistesse rühmadesse: spordimängude inventar, kergejõustiku, raskejõustiku ja poksiinventar, vehklemistarbed, seejärel talispordi esemed: spordijalatsid ja spordiriietus.

Suurtes kauplustes eraldatakse omaette rühmana võimla inventar. Spordimängude inventari väljaasetamisel paigutatakse eraldi jalg-, võrk- ja korvpallide nahad ja sisekummid. Siiasamasse paigutatakse ka võrkpallivõrgud ja võrgud jalgpalli värava jaoks, nende kõrvale on soovitav paigutada tennise mängimiseks vajaliku inventari komplektid: tenniserekетid, -pallid ja -võrgud.

Kurnimängu, kroketi, veeremängu (keegli) näitamiseks on vajalik eriline pindala. Need mängud paigutatakse tavaliselt kokku.

Kergejõustikuinventari paigutamisel töökohale koondatakse ühte rühma kettad, granaadid, kuulid, siiasamasse vastavatele alustele paigutatakse ka meeste ja naiste odad, mis teineteisest eraldatakse.

Poksi-inventar, kaasa arvatud poksisaali seadmed (poksikotid, treeningu- ja poksikindad jm.), samuti vehklemiseks vajalik inventar (rapiirid, espadronid), vehklemisriietus (kuub, püksid ja näokaitse) on müügil tavaliselt kõige suuremates sporditarvete kauplustes ja paigutatakse harilikult omaette rühmana.

Eraldi rühmana paigutatakse sporditarvete kauplustes ka suusad, suusasidemed ja nende juurde kuuluvad suusakepid. Suusad paigutatakse töökohale eespool kirjeldatud viisil numbrite järgi: algul võistlussuusad nr. 1—6, seejärel turismisuusad nr. 1—5 ja lastesuusad nr. 1—5. Suuskade lähedale paigutatakse ka suusakepid. On soovitav, et suuskade müümise töökohtadel oleks müügil ka suusakummi ja suusamääret, samuti suusasidemeid.

Uisud paigutatakse harilikult koos spordijalatsitega, kusjuures nad jaotatakse nelja järgmisse rühma: kõverate otstega uisud algajatele («Snegurotška» ja «Sport»), kiiruisud, uisud iluuisutamiseks ja hokiuisud. Igas rühmas paigutatakse uisud suuruste järgi. Hokikeppe ja litreid hoitakse sealsamas kus tenniserekeeteidki.

Spordijalatsid paigutatakse riiulitele liikide järgi. Kõigepealt pannakse uiskude «Sport» ja «Snegurotška» saapad, seejärel pan-

nakse hokisaapad, kiiruisutamise saapad ja lõpuks iluuisutamise saapad. Kui spordijalatsite sektsioonil on laialdane sortiment, paigutatakse eraldi veel saapad võistlussuuskade ning hüppesuuskade jaoks.

Kevad-suvisel perioodil paigutatakse sektsioonis kõige nähtavamale kohale suvistel spordialadel kasutatavad jalatsid: kõigepealt jalgpallisaapad, seejärel korvpalli- ja teised saapad. Nende kõrvale paigutatakse mitut liiki kingi: võimlemiskingad, naelkingad, jalgratturikingad, tenniskingad jne. Iga jalatsite liik paigutatakse suuruste järgi: meestesaapad nr. 39—46, naiste- ja poistesaapad — nr. 35—38, kooliõpilaste — nr. 31—34 ja lastesaapad nr. 27—30.

Eraldi rühma paigutatakse spordiriietus. Seejuures jaotatakse spordiriietus kahte rühma. Algul paigutatakse riidest spordiriietus: suusaülikonnad, meeste ja naiste spordidressid, naiste ujumiskostüümid, võrk- ja korvpalli- ning tennisedressid, meeste tennisedressid; seejärel paigutatakse trikootooted: võimlemissärgid, jalgpallisärgid, supelkostüümid, sviitrid, retuusid, võimlemispüksid, kedrid.

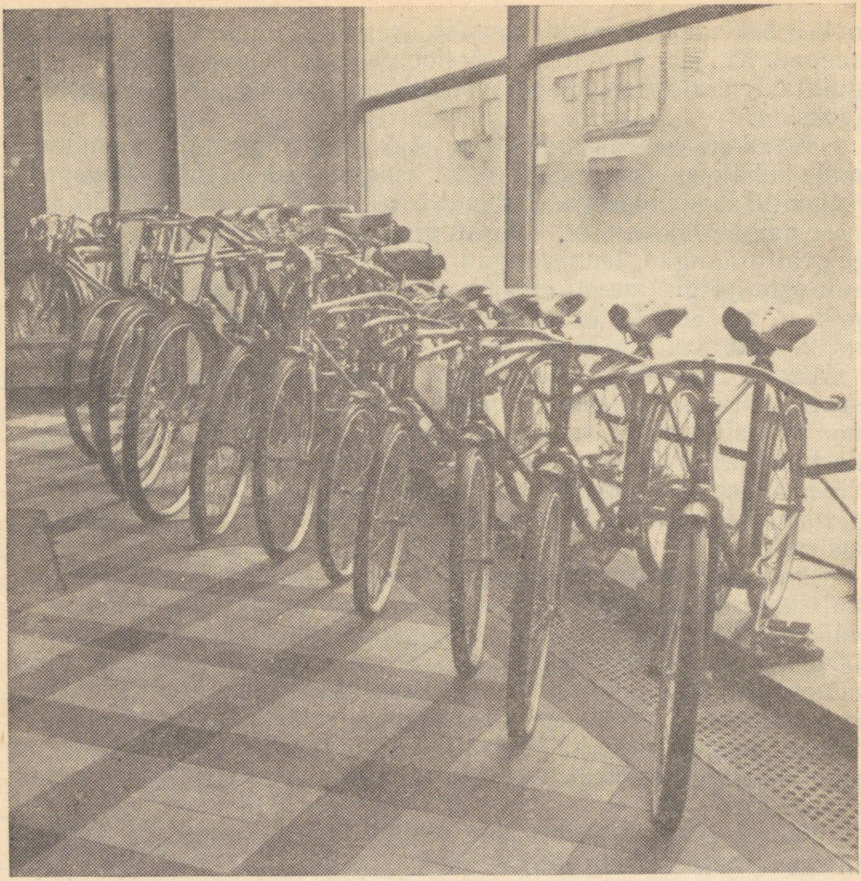
Suusatamisülikonnad paigutatakse suuruste järgi: täiskasvanutele — nr. 44—56, lastele (vanem kooli-iga) — nr. 42—44 ja väiksematele — nr. 32—40; võimlemissärgid paigutatakse tüüpide järgi — suurema väljalõikega ja väiksema väljalõikega, need mõlemad tüübid paigutatakse seejärel veel suuruste järgi, kusjuures pannakse eraldi meeste, naiste ja laste võimlemissärgid. Samuti paigutatakse ka jalgpallisärgid, algul tüüpide, seejärel ka suuruste järgi; sviitrid, retuusid ja supelpüksid paigutatakse suuruste järgi.

Kedrid paigutatakse kahte rühma: laste — suurused 1—4 ja täiskasvanute — suurused 8—12.

Mõnikord müüakse sporditarvete kauplustes ja osakondades ka reisitarbeid. Reisitarvete jaoks eraldatakse riiuliosa, kuhu need paigutatakse toodete liikide järgi: reisikohvrid, naiste käsikohvrid, sakvojaažid (reisikotid), reisipaunad (kolumbused), seljakotid. Eraldi rühmana paigutatakse pakirihmad, vöörihmad, püksirihmad, spordirihmad, termospudelid, seebikarbid, harjad, reisipeeglid, habemeajamistarbed.

Jalg- ja mootorrattad. Jalg- ja mootorrataste detailid paigutatakse letipealsetesse vitriinidesse komplektidena koos nende osadega, mille juurde nad kuuluvad, või rataste markide järgi. Kui näiteks on olemas mootorratta mootori varuosade täielik komplekt, tuleb see paigutada kokku. Võidakse kinni pidada ka teistsugusest põhimõttest — koondada ühte rühma mootor- ja jalgrataste erinevate markide samanimelised üksikosad. Igal juhul peavad üksikosad olema paigutatud selliselt, et ostja võiks müügilolevast sortimendist saada kiiresti ja hõlpsasti ülevaate.

Müügiks ettenähtud üksikosad paigutatakse kappidesse ja stellaažidele. Kappides peab olema salvesid ja kaste nii palju, et oleks



Joonis 53. Jalgrataste paigutamine

võimalik paigutada kõiki varuosasid. Suuremad üksikosad (mootorid, karterid, silindrid jms.) paigutatakse stellaažide riiulitele, sellised suuremõõdulised üksikosad aga, nagu rattad, raamid jms., pannakse eraldi spetsiaalsetele stellaažidele. Sageli paigutatakse need osad seintele või kappidesse. See aga ei ole soovitav, sest suuremõõdulised esemed võivad alla kukkuda ja saada vigastatud või vigastada müüjat.

Mootor- ja jalgrataste müüja töökoht erineb täiesti nende varuosade ja muude tarvete müüja töökohast.

Mootor- ja jalgrattad paigutatakse töökohtadele tavaliselt markide järgi. Rattad tuleb paigutada selliselt, et ostja saaks neid hõlpsasti välja valida, ning selliselt, et nad ei puutuks üksteise vastu. Rataste ülesseadmisel tuleb õhukummidest osa õhku välja



Joonis 54. Jahitarvete paigutamine

lasta. Mootorrattad seatakse nende keskosas olevale alustoele, jalgrattad aga — erilistesse pesadesse või alustele (joonis 53).

Kui mootorrataste paigutamiseks on ruumi, pannakse need eraldi postamentidele, mis annavad neile dünaamilisust ja tõmbavad endale ostjate tähelepanu.

Jahitarbed. Jahitarbed paigutatakse ja rühmitatakse töökohtadel järgmiselt. Selleks spetsiaalselt ehitatud kappi paigutatakse püssid; püssid pannakse liikide ja markide järgi, näiteks (joonis 54) kaheraudsed püssid mudel ИЗ-49, kaheraudsed püssid mudel A, üheraudsed kukega püssid ИЖ-5, väiksekaliibrilised vintpüssid tööndusliikuks ja sportlikuks jahipidamiseks jne.



Joonis 55. Kalastustarvete paigutamine töökohal

Iga liiki püssid paigutatakse veel kaliibrite järgi: kaliiber 12, 16, 24, 28 ja 32.

Eraldi rühmana paigutatakse püsside hooldamise abinõud. Siia paigutatakse määrdematerjalid, kastid ja kotid püsside hoidmiseks. Eraldi paigutatakse jahipüsside laskemoon (padrunid, püssirohi, haavlid, tropid ja sütikud). Selline laskemoon, nagu mitmesuguse suurusega haavlid, paigutatakse numbrite järgi: $^{6}/_{0}$, $^{5}/_{0}$, $^{4}/_{0}$ jne. Tropid ja sütikud paigutatakse riiulitele spetsiaalsetesse karpidesse või pakkidesse kaaluga 500 ja 1000, 2000 ja 3000 g. Siinsamas on soovitav hoida ka padrunite laadimise abinõusid, sulgureid, mõõte, abinõusid vanade sütikute asendamiseks uutega.

Kalastustarbed. Kõigepealt paigutatakse töökohal omaette rühmadena spetsiaalsetesse hoidjatesse õngeridvad. Riiuleil eraldatakse kohad ka nootade, mõrdade ja kalavõrkude paigutamiseks.

Seejuures pannakse puuvillased võrgud ja linased võrgud eraldi. Õngeridvad ja võrgud on soovitav paigutada järgmiselt: kapi esiäärde pannakse spinningu- ja harilikud ridvad, vahemaaga 10—15 cm üksteisest, nende taha aga paigutatakse mõrrad, natad ja muud püünised. Kapi riiulitele asetatakse igasuguseid lante, kärbseid, õngenööre, õngekorke jm. (joonis 55). Sellised kaubad, nagu õnged, õngenöörid, õngetina ja muud tarbed paigutatakse kokku. Õngenöörid pannakse välja pikkuse järgi — 10, 15, 20, 25, 50 ja 100 m, õngetina, korgid pannakse karpidesse liikide järgi, näiteks: karp külgeriputatava tina jaoks, karp lameda tinaga, eri karbid suuremate tinakuulide ja väiksemate tinakuulide jaoks jne. Ühte karpi mitmesuguseid õngetinasid panna ei ole soovitav, kuna müüja peaks seetõttu asjata aega viitma vajaliku kauba otsimiseks. Selliselt liigitatult tuleb paigutada töökohale ka korgid.

Õngekonksud tuleb samuti jaotada algul liikide, seejärel aga numbrite järgi. Need on soovitav paigutada spetsiaalsetesse, sahtliteks jaotatud kastidesse. Igasse niisugusesse kasti pannakse üks liik õngesid suuruse järgi, näiteks ühekonksulised, nr. 2,5—3, 4—5, 5—6 jne. Koos õngedega tuleb paigutada ka varustus spinningute jaoks: rullid, spinningunöör, tina, hõrgutis.

Eraldi töökohale paigutatakse vahetatavad kalastustarbed. Siia kuuluvad: haugide ja muude röövkalade püünised, jää-õnged, põhjaõnged.

3. Ostjate informeerimine kaupluses

Kaupade müügi kiirendamiseks ja uute kaubaliikide tutvustamiseks on oluline tähtsus kaupluse sisemise informatsiooni organiseerimisel. Hästi korraldatud informatsiooni korral on ostjal kaupluses kergem orienteeruda ja endale vajalikke kaupu välja valida, samuti kergendab see tunduvalt müüja tööd.

Rohkearvulisteks liikideks ja vormideks jagunevat informatsiooni kaupluse ruumides võib sisult jaotada järgmiselt:

1) ostjate informeerimine müügil olevate kaupade ja nende hindade kohta;

2) ostjatele kaupade asukoha või osakonna kättejuhatamine;

3) ostjate tutvustamine kaupade kasutamise viisidega.

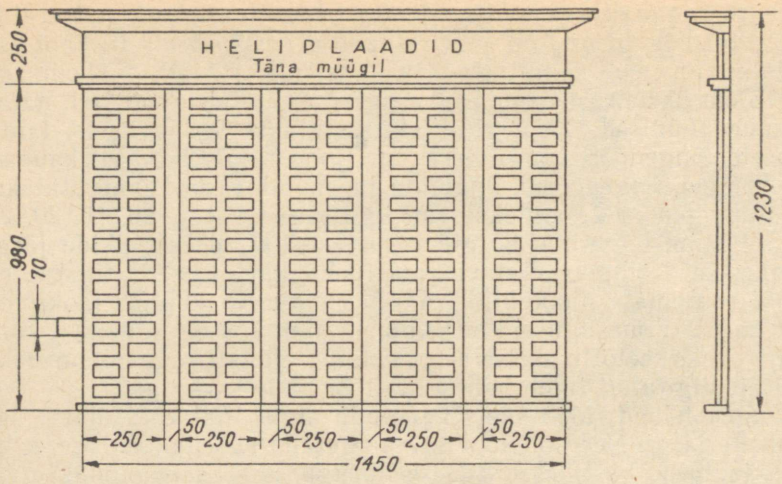
Kõigest sellest informeeritakse ostjat järgmiselt:

a) kaupadele, mis on asetatud pultidele, letile, riputatult või asetatud kappidesse, paigutatud vitriinidesse ostjatele näitamiseks, kinnitatakse hinnasedelid (lipikud, millel on näidatud hind);

b) kaubasektsioonidesse paigutatakse mitmesugused hinnakirjad (liikuvad, valgustatud, loomulike kaubanäidistega jne.), kus näidatakse müügil olevate kaupade suurused (näiteks spordijalatsitel, spordiriietusel, uiskudel, suuskadel) ja nende hinnad;

c) lettidel, kappides ja müügisaalis korraldatakse spetsiaalsed kaubanäidiste, eriti aga uudiskaupade väljapanekud;

d) pannakse välja kuulutused, kus selgitatakse kaupade paran-



Joonis 56. Seinale asetatav grammofoniplaatide hinnakiri

damise ja tagastamise korda, ostjate teenindamise täiendavaid vorme jms.;

e) suurtes kauplustes antakse informatsiooni müügil olevate kaupade kohta teadete kioskite ja ostjate teenindamise büroode kaudu, samuti telefoni teel.

Peale eespool loetletud informeerimise viiside annavad müüjad ostjatele kõigi neid huvitavate küsimuste kohta informatsiooni veel suuliselt.

Eesmärgil tutvustada ostjaid kõigi sektsioonides müügil olevate kaupade sortimendiga, kasutavad paljud kauplused stende ja vitriine pealkirjaga «Täna on müügil».

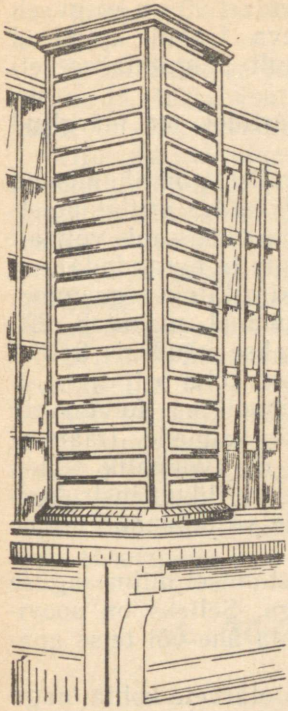
Iga päev vaadatakse stendid ja vitriinid üle ning täiendatakse uute, kauplusse saabunud kaupadega.

Üks sellistest ostjate informeerimise viisidest müügil olevate kaupade sortimendi kohta on mitmesugused seinale asetatavad grammofoniplaatide nimekirjad (joonis 56).

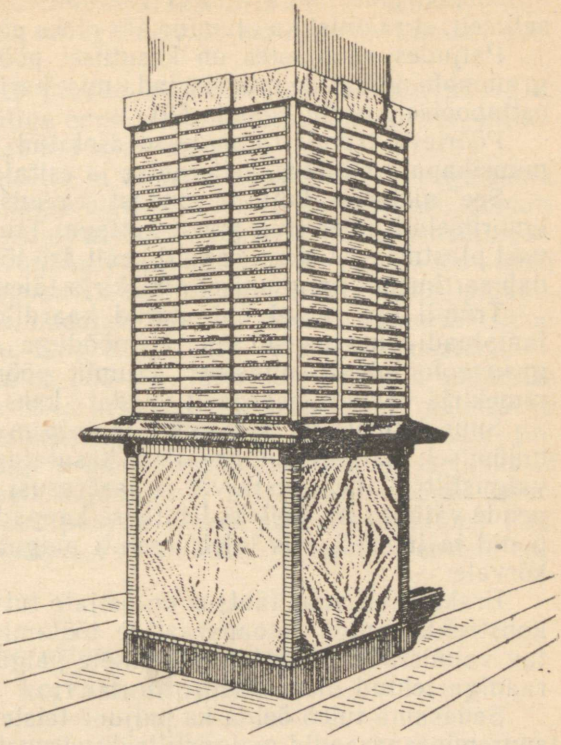
Seinale asetatav nimekiri kujutab endast nelinurksete avadega varustatud puust raamistikku, milledesse lükatakse vahetatavad tahvlikesed müügil olevate grammofoniplaatide nimetustega.

Müügil olevate grammofoniplaatide nimetuste ja hinnaga tutvustamiseks kasutatakse ka mitmesuguse suurusega pöörleva samba kujulisi nimekirju (joonis 57). Selliste hinnakirjade lahtritesse lükatakse kartongist kaardid grammofoniplaatide nimetustega.

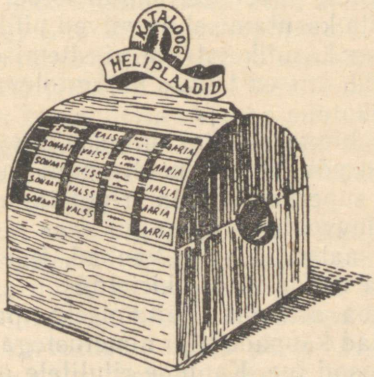
Nimekirju võib paigutada ka sammastele, nagu on näidatud joonisel 58. Sel juhul on võimalik kasutada samba kõiki nelja külge, kusjuures lahtrite arvu, järelikult ka müügil olevate plaatide nimetuste arvu, võib suurendada kuni 300-ni.



Joonis 57. Pöörleva samba kujuline grammofoniplaatide nimekiri



Joonis 58. Samba kasutamine grammofoniplaatide nimekirjade paigutamiseks



Joonis 59. Leti peale paigutatav pöörleva trumli kujuline grammofoniplaatide nimekiri

Nimekirjade mugavamaks vaatamiseks tuleb need üles seada selliselt, et raamistiku alumine äär oleks põrandast 90 cm kõrgusel.

Paljudes kauplustes on kasutusel pöörleva trumli kujulised grammofoniplaatide nimekirjad, mis harilikult paigutatakse leti ostjapoolsele osale (joonis 59).

Pöörleva trumli raamidesse asetatud kaartidel on märgitud muusikapala nimetus, selle autor ja esitaja.

See nimekiri kujutab endast raamistikulist trumlit, mis on ümbritsetud poleeritud puust kattega. Trumli kattes on läbipaistvast plastmassist aken, samuti pealt ära tõstetav kaas, mis võimaldab sortimendi muutumisel nimekirja täiendada ja parandada.

Trumli iga raami paigutatud kaardile kirjutatakse grammofoniplaadi nimetus. 45 cm läbimõõduga trummel mahutab 225 grammofoniplaadi nimetust. Trumlit pööratakse vändast. Sellist nimekirja võivad üheaegselt vaadata kaks kuni kolm ostjat.

Suur tähtsus on reklaamil ja informatsioonil ka fototarvete müümisel; paljude fotograafias kasutatavate kaupade (läätsed, valgusfiltrid jne.) otstarvet ja iseärasusi ei ole võimalik tunda nende välimusest. Selleks lisatakse kaupadele harilikult instruktsioonid ja juhised, mis tuleb avatult paigutada väljapandud eseme kõrvale.

Erakordselt suur tähtsus on ostjate tutvustamisel mitmesuguse konstruktsiooniga fotoaparaatide töötamisega. Selleks on soovitav valmistada väike tahvel, millele paigutada ühe või teise aparaadiga tehtud ülesvõtteid.

Sedasama tuleb öelda ka paljude teiste fototarvete kohta, nagu suurendusaparaadid, valgusfiltrid, värvustundlikud plaadid ja filmid, erinevat sorti fotopaberid.

Nii näiteks on kloor-broomhõbe fotopaberit olemas mitmesuguse värvivarjundiga: pruunikat, punakat jt. Soovitav on paigutada vitriini sellistele paberitele tehtud fotod. Samuti on teada, et oranž-valgusfiltrite kasutamisel on pilved pildil väga selgesti nähtavad. Seetõttu on kasulik vitriini võrdlemiseks paigutada sama ainestikuga fotosid, mis on tehtud müügilolevate valgusfiltrite abil ning ilma nendeta.

Raadiotarvete hinnasedelitel on soovitav peale hinna näidata ostjaid huvitavaid põhilisi andmeid, nagu: raadiovastuvõtja AP3, kahe lainealaga superheterodüün, ringhäälinguvastuvõtja, neljalambilised vahelduvvoolu vastuvõtjad.

Kui müügile saabuvad uued kaubad, tuleb neile asetada silt «Uudis» ja lisada nende lühike kirjeldus.

Ostjatele kauba asukoha näitamiseks paigutatakse kappide kohale valguskirjad kaupade liigi nimetustega, näiteks fotoaparaadid, raadio üksikosad jne. Kappide riiulitele aga paigutatakse sellised kaubad, mille juurde kirjad juhatavad.

Ostude kontrollimise ja kätteandmise kohtadesse tuleb üles panna selgesti loetavad teated: «Ostude kontrollimine ja kätteandmine».

Igas sektsiooonis peab olema klaasi alla välja pandud antud osakonnas või sektsioonis müügil olevate kaupade sortimendi miinimum.

Kassakabiinide juures peavad olema teated: «Kassa nr. ...», «Raha ja tšekke kontrollige enne kassa juurest lahkumist», «Kaebuste ja ettepanekute raamat asub kassas».

Hinnakirjad, hinnasedelid ja väljapanekud peavad peegeldama tegelikult kaupluses müügil olevate kaupade sortimenti, samuti peavad olema näidatud nende hinnad. Selleks tuleb informatsioonivahendeid pidevalt kontrollida, vajalikel juhtudel asendades vanad andmed ja müügilt lõppenud kaubad uutega. Tuleb meeles pidada, et igasugune vananenud, nädalate viisi uuendamata informatsioon ei too mingisugust kasu, ning ostjal kaob selle vastu usaldus.

Erilist tähelepanu tuleb pöörata informatsiooni kujundamise kvaliteedile. Nii näiteks tuleb arvud ja hinnasedelitel näidatavad hinnad märkida selge trükikirjaga, äärmisel juhul kirjutada tindiga, kuid suurte ja selgete numbritega; hinnakirjad ja plakatid peavad olema kunstiliselt kujundatud; ostjatele määratud informatsioonilised jms. teated peavad olema paigutatud klaasi alla. Kõik see aitab muuta kauplust kaunimaks ja tõmbab endale ostjate tähelepanu.

4. Töökoha ettevalmistamine ja selle korrashoidmine

Suur tähtsus müüja tööjõudluse tõstmiseks on töökoha hoolikal ettevalmistamisel kaupade müümiseks ja selle pidamine ettenähtud korras kogu tööpäeva kestel. Tööle saabumisel peab müüja kontrollima vajalike tööriistade (meetrimõõdu, kääride jms.) olemasolu ja asetama need kindlaksmääratud kohtadele, panema tšekiraamatu vahele vajaliku arvu kopeerpabereid, varuma mitu teritatud pliiatsit ja arvelaua; kontrollima sisustuse korrasolekut ja kui see ei ole korras, teatama sellest viivitamatult sektsiooni või kaupluse juhatajale; kontrollima töökoha puhtust ja kui see on halvasti koristatud, tegema seda ise, pühkides tolmu sisustuselt ja inventarilt, puhastades leti kõrvalistest esemetest, paberi- ja papitükkidest jms.

Erilist tähelepanu peab müüja pöörama kaupade müügiks ettevalmistamisele. Ta peab välja asetama nii eelmisel päeval müümata jäänud kui ka uued, saabunud kaubad. Kui müüja alustab tööd keset päeva, on ta kohustatud kontrollima kaupade väljapanekute õigsust ning kõrvaldama tema poolt avastatud puudused. Kui müüja kaupade paigutamisel avastab kaupu, mille kvaliteet ei vasta antud sordile esitatud nõuetele, peab ta need viivitamatult müügilt kõrvaldama ja sektsiooni või kaupluse juhatajale üle andma. Kaupade paigutamisel peab müüja kontrollima ka hindade olemasolu kaupadel. Kõigist hindade puudumise või mittevasta-

vuse juhtudest, samuti kaupade markeerimise puudumisest on müüja kohustatud otsekohe teatama sektsiooni juhatajale.

Edasi tuleb kontrollida näitamiseks väljapandud kaupu, nende välimust, hinnasedelite olemasolu igal kaubal, samuti kontrollida, kas töökohal on olemas neid kaupu, mis näitamiseks välja on pandud.

Kogu tööpäeva jooksul on müüja kohustatud jälgima, et tema töökoht oleks korras, et see oleks puhas, et kaubad oleksid õigesti asetatud, kasutades ostjate teenindamisest jäävat vaba aega kõigi märgatud puuduste kõrvaldamiseks.

Enne töökohalt lahkumist on müüja kohustatud asetama oma tööriistad, pliiatsid, arvelaua, tšekiraamatu kasutamata tšekkidega leti laekasse ja selle lukustama. Kui müüja lahkub töölt tööpäeva lõpul, on ta samuti kohustatud hoolikalt korda seadma riiulil olevad kaubad, kontrollides nende sortimenti, koostama nõudeavalduse järgmiseks päevaks vajatavate kaupade kohta ja andma selle edasi sektsiooni juhatajale.

KÜSIMUSI JA ÜLESANDEID

1. Millised nõuded esitatakse müüja töökoha organiseerimisel?
2. Jutustage, millised on kaupade töökohale paigutamise üldreeglid.
3. Kuidas tuleb paigutada riiulitele mänguasjad?
4. Kuidas tuleb müüja töökohal paigutada kooli- ja kirjutustarbed ning kantseleikaubad?
5. Kuidas paigutatakse kappidesse muusikariistad?
6. Kuidas on parem paigutada riiulitele heliplaate?
7. Jutustage, milline on raadiotarvete riiulitele paigutamise kord.
8. Kuidas on otstarbekohane paigutada fototarbeid?
9. Jutustage, millised on sporditarvete töökohale paigutamise viisid.
10. Millised on spordijalatsite riiulitele paigutamise eeskirjad?
11. Kuidas on parem paigutada töökohale püsse, suuski, jalgrattaid?
12. Millised on jahitarvete paigutamise eeskirjad?
13. Millised on kalastustarvete paigutamise eeskirjad?
14. Kuidas on parem organiseerida informatsiooni müüja töökohal?
15. Jutustage, milline on müüja töökoha tööks ettevalmistamise kord.

VII PEATÜKK

KAUPADE MÜÜMINE

Kõigi kaupluse ja Nõukogude kaubandusala töötajate peamiseks ülesandeks on tähelepanelik ja hoolikas suhtumine ostjatesse, alatine hoolitsus ostjate eest ning nende nõudmiste rahuldamine.

Nõukogude tarbijate igakülgseks rahuldamiseks on väga tähtis, et kauplused oleksid kindlustatud kaupade laialdase sortimendiga ja et nende väljaandmine toimuks kiiresti ning kultuurselt.

Teenindamise kultuur ei väljendu mitte ainult kaupluse nägusas väliskujunduses, müügisaali ja kõrvalruumide puhtuses ning korras, vaid ka kaupade ülevaatlikus ja nägusas väljapanekus, rikkaliku ning mitmekesise kaupade sortimendi näitamises ja kaupade kiires müümises, ostjale täiendavate teenuste osutamises, näiteks ostetud riide juurdelõikamine kaupluses, kaupade koju kättetoimetamine jne.

1. Kaupade müügiprotsessi põhielemendid

Müüjate töö ostjate teenindamisel kaupluses on võrdlemisi keerukas. Selles töös ei ole midagi tähtsusetut ega teisejärgulist. Alates ostjatega kohtumisest kuni nendele ostetud kauba kätteandmiseni teeb müüja pingelist tööd. Selleks on vaja suurt oskust, mida müüja peab omandama ostjate teenindamise kõigi momentide, kõigi tööoperatsioonide ja -võtete tähelepaneliku tundmaõppimisega.

Ostjate teenindamisel on kõige tähtsam kaupade müümine.

Müümisprotsess koosneb reast elementidest, mis olenevad kaupade sortimendi iseärasustest ja ostjate nõudmise erinevustest.

Kogu müügiprotsess jaguneb järgmisteks etappideks:

1) ostja vastuvõtmine — ostjaga vestluse alustamine;
2) ostja soovi selgitamine;
3) kaupade näitamine ja ostjate konsulteerimine ning abistamine kaupade valimisel;
4) kaupade proovimine (spordiriietus ja -jalatsid);
5) ostjale vajalike kaupade valimine ja ettevalmistamine nende väljaandmiseks;

6) täiendav kaupade pakkumine;
7) müügi vormistamine ja kaupade väljaandmine (tšekkide kirjutamine, ostetud esemete pakkimine ja väljaandmine).

Müügiprotsessi iga element nõuab müüjalt tähelepanu, süvenemist, kiirust jne.

2. Üldeeskirjad kaupade müügi kohta

Kaupluse töö parandamise, kaupluse töötajate osa ja vastutuse tõstmise eesmärgil kaubakäibeplaani täitmiseks ja ostjate paremaks teenindamiseks on NSV Liidu Kaubandusministeeriumi poolt kinnitatud «Kaupluse töö põhieeskirjad» NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemi kohta.

Müüjad on kohustatud oma töös neist eeskirjadest rangelt juhinduma.

Kaupade müümise alal sisaldavad need eeskirjad alljärgnevaid nõudeid.

Kaupluses müüakse kaupu ettenähtud korras kinnitatud jaehindadega.

Kõigile kodanikele müüakse kaupu ainult sularaha eest.

Kaupluses peavad olema müügil kõik antud kaupluse sortimendi miinimumis ettenähtud kaubad.

Kaupade sortimendi miinimumi nimekiri ja piiratud hulgal müüdavate kaupade nimekiri peavad olema kaupluse müügisaalis nähtavale kohale välja pandud.

Kaubad tuleb ostjatele välja anda kaupluse paberisse pakitult või pakendis.

Müüjad peavad ostjatega käituma viisakalt, olema tähelepanelikud ja võimaldama neil kaupu valida, üksikasjaliselt tutvuda kaupade kvaliteedi ja iseärasustega, abistama ostjaid neile vajalike kaupade valimisel, soovitama teisi kaupluses olevaid kaupu ja samuti selgitama kaupade, eriti uute, ostjaile seni tundmata kaupade tarvitamise viise.

Halvakvaliteediliste, samuti deformeerunud ja halva välimusega kaupade müük on kategooriliselt keelatud.

Müüdud kaup, mille puhul on ette nähtud kindlaksmääratud garantiiaeg, kuid mille kvaliteet muutub enne selle möödumist, kuulub vastavalt NSV Liidu Kaubandusministeeriumi poolt kinnitatud eeskirjadele ümbervahetamisele teise, samasse rühma kuuluva kvaliteetse kauba vastu või tagasivõtmisele kauplusse, kusjuures ostjale makstakse raha tagasi.

Kaupluse administratsioon on kohustatud tarvitusele võtma abinõud ostjate paremaks teenindamiseks, mitte lubades ostjate järjekordade tekkimist. Müüa kaupu väljaspool järjekorda üksköik kellele on keelatud.

Kaupa on keelatud müüa enne ja pärast selleks ettenähtud aega, antud kaupluse puhkepäevadel, kaupluse abi- ja laoruumi-

dest. Samuti ei tohi kõrvale panna kaupu kaupluse töötajaile ega teistele isikutele.

Väljavalitud, kuid ostjate poolt veel maksmata tööstuskaupu hoitakse kaupluses 30 minutit, pärast seda lähevad need kaubad müügile. Kaupluse direktoril on õigus erandjuhtudel pikendada ostja poolt väljavalitud kaupade hoiuaega kaupluses kuni 2 tunnini.

Müüdud kaupade hoidmine kaupluses, välja arvatud suured esemed (pianiinod jne.), on keelatud.

Ostjate poolt tasutud suured esemed võivad jääda kauplusse hoiule kõige rohkem kaheks päevaks. Sel juhul kirjutab kauplus välja vastuvõtukviitungi, kuhu ta märgib hoiutähtaja ning kauba hoiule andnud isiku nime. Kviitungile kirjutavad alla kaupluse administratsiooni esindaja ja raamatupidaja.

3. Ostjate vastuvõtmine ja teenindamine

Ostja lähenemisel müüja töökohale on müüja kohustatud viisakalt küsima: «Palun, mis on teie soov?» Ei tohi vaikides oodata ostja küsimusi. Ostjaga rääkimise ajal ei tohi müüja vaadata kõrvale, olla hajameelne ega tähelepanematu. Ostjaga rääkides ei tohi olla terav, ärritatud, kannatamatu. Müüja on kohustatud kogu aeg olema rahulik ja kannatlik. Kui ostja on ärritatud ja teda ei ole võimalik rahustada, peab müüja kohe kutsuma juhataja, laskumata ostjaga vaidlusse.

Täielikult on keelatud eelistada üht ostjat teisele. Müüja on kohustatud olema kõigi ostjate suhtes ühtviisi tähelepanelik ja viisakas, olenemata ostu suurusest, kaupade valimise kestusest jne.

Müüja peab tavaliselt tegelema ainult ühe ostjaga. Erandjuhtudel, kui kauba iseloom seda võimaldab ja kui see on juhataja poolt spetsiaalselt lubatud, võib müüja näidata kaupa üheaegselt ka teisele ostjale, öeldes, et ta varsti teda teenindab, või soovitab ostjal niikaua vaadata väljapandud kaupu jne.

Müüja peab tegelema ainult oma ostjatega ja mitte segama end naabermüüja töösse.

Kaupade väljaandmisel on müüja kohustatud silmas pidama ostjate teenindamise järjekorda ning sel juhul, kui kaup hakkab otsa lõppema, teatama sellest ostjatele.

Alustades ostjaga kõnelust, peab müüja osavalt ja lühidalt välja selgitama, missugust kaupa, mis otstarbeks ja missuguse hinnaga tahetakse osta. Vestluses ostjaga tuleb hoiduda liigsest rääkimisest ja lobisemisest. Kuid ei tohi laskuda ka teise äärmusse: ei tohi vaikida ja ilma midagi selgitamata asetada kaup letile.

Kui nõutud kaupa ei ole ega ole võimalik seda mõne muu samahinnalise kaubaga asendada, on müüja kohustatud ostjale

teatama, et soovitud kaupa või selle asendamiseks midagi muud antud momendil ei ole. Sel juhul peab müüja ostjale teatama ligikaudse aja, millal ostja poolt soovitud kaup saabub.

Spordiriietuse ja -jalatsite proovimisel peab müüja aitama ostjat, samuti andma õiglase hinnangu selle kohta, kuidas ese ostjale sobib ja kas see on talle paras.

Müüja on kohustatud ostjale näitama valitud eseme juurde kuuluvaid kaupu, samuti samalaadseid esemeid ja kõiki müügile tulnud uudiskaupu.

Olles välja arvutanud ostjale müüdava kauba väärtuse, on müüja kohustatud ostjale selgesti nimetama maksta oleva summa. Kui müüja on ostjaga kõneluse lõpetanud ja talle tšeki välja kirjutanud, peab ta selgitama, missuguses kassas ostjal tuleb kauba eest tasuda ja kus see asub. Saades ostjalt kassatšeki, tuleb selgesti nimetada tšeki summa, hoolikalt kontrollida kuupäeva, järjekorranumbrit ja šifrit. Pärast seda tuleb tšekk varda otsa torgata.

Kui vestluse lõppedes ostja lahkub midagi ostmata, ei tohi müüja avaldada rahulolematust ega teha mingisuguseid märkusi.

Lõunale minnes on müüja kohustatud lõpule viima tema poolt alustatud ostja teenindamise. Teised ostjad tuleb aga viisakalt saata teda asendava naabermüüja juurde.

Samuti tööpäeva lõpul peab müüja kiirustamata, rahulikult ja tähelepanelikult teenindama ostjat kuni kaupluse sulgemiseni.

Kauba tagasitoomise või ümbervahetamise korral ei tohi müüja mingil juhul laskuda ostjaga vaidlusse ega teha mingisuguseid märkusi. Müüja on kohustatud selgitama kaupade ümbervahetamise või raha tagasiandmise korda ja saatma ostja sektsiooni või kaupluse juhataja juurde.

Müüja peab tundma kõigi oma sektsiooni kaupade sortimenti ja teiste sektsioonide kaupade põhirühmi, samuti teiste sektsioonide asukohta. Ta peab juhatama ostjale teisi kaupu müüvate sektsioonide asukoha.

Samuti peab müüja tundma kõiki kaupluses kasutusel olevaid täiendava teenindamise viise (kaupade kojusaatmine, ostude hoiuruum jne.) ja soovitama neid ostjale.

Eriti tähtis on müüjal järgida oma töökohal kindlaksmääratud käitumisreegleid. Nii näiteks ei tohi teiste töötajatega töö ajal vestelda, laskuda nendega sõnelusse, koguneda rühmadesse, naerda jne.

Ostjat teenindades ei tohi istuda. Ostja juuresolekul peab müüja seisma sirgelt, toetamata küünarnukiga letile või kapile. Kui ostjaid ei ole, võib müüja, kui tema töökoht on korras, istuda, kuid kindlasti näoga müügisaali poole. Ostja ilmumisel peab müüja püsti tõusma.

Töö ajal ei tohi võtta vastu tuttavaid ega laskuda nendega isiklikku vestlusse, ka siis mitte, kui ostjaid ei ole.

Töökohalt ei tohi omavoliliselt lahkuda. Leti tagant lahkumiseks on nõutav sektsiooni juhataja luba.

Kui on tarvis töö asjus pöörduda naabermüüja poole, peab müüja valima selleks sobiva momendi (näiteks vaheaja vestluses ostjaga) või vabandama ostja ees.

4. Kaupade näitamise viisid ja võtted ning kaupade valimise meetodid

Kaupade näitamise viisid ja võtted on kõige tähtsamad momendid kaupade müümisel. Nõukogude müüjalt nõutakse nii kauba näitamise kui ka sobiva kauba leidmise oskust, vastavalt ostja eale, maitsele jne.

Igal kauba liigil on oma näitamise meetod ja tehnika, mille omandamine on müüjale väga tähtis.

Mänguasjade näitamine. Erilist oskust nõuab müüjalt mänguasjade näitamine. Müües mänguasju, peab müüja oskama neid näidata huvipakkuvalt ja instrueerima ostjat, kuidas neid käsitseda. Ostjale keerulise mänguasja näitamisel peab müüja oskama seda lahti võtta ja kokku panna.

Sanitaar-hügieenilistel põhjustel on soovitav, et töökohtadel oleks näitamiseks igast mänguasjast üks eksemplar. Ostja valib nende hulgast sobiva, kusjuures ta võib selle oma kätte võtta, mis meelitab ligi eriti lapsi. Kuid ostnud mänguasja, saab ostja selle müügivarust. Eriti tähtis on see mittepestavate mänguasjade korral.

Puhkpillid tulevad müügile tootmismargiga, mis tõendab, et need on tootmisettevõttes kontrollitud. Mänguasja ots, mille laps suhu pistab, peab olema paberisse mähitud ja kinni kleebitud.

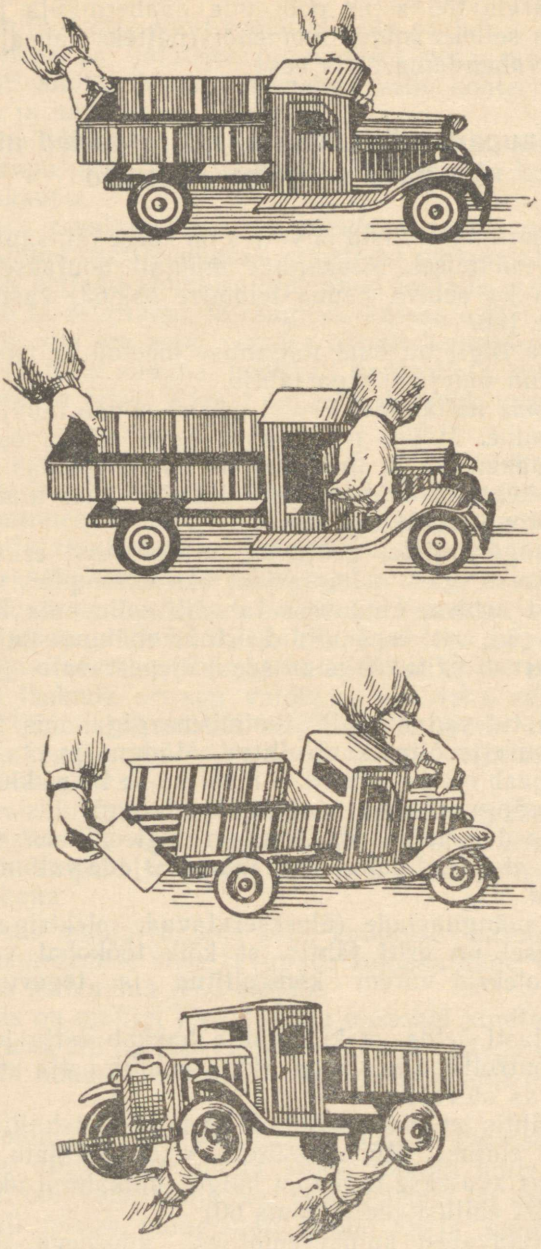
Nendest mänguasjadest peab müüjal olema üks eksemplar, mida tema ise demonstreerib. Sanitaar-hügieenilisest seisukohast ei ole lubatud, et ostjad puhutavate mänguasjade valimisel ise nendel mängiksid.

Tehniliste mänguasjade (üleskeeratavad, elektriga töötavad jne.) näitamisel on eriti tähtis, et kõik töökohal väljapandud mänguasjad oleksid varem kontrollitud ja tegevuses järele proovitud.

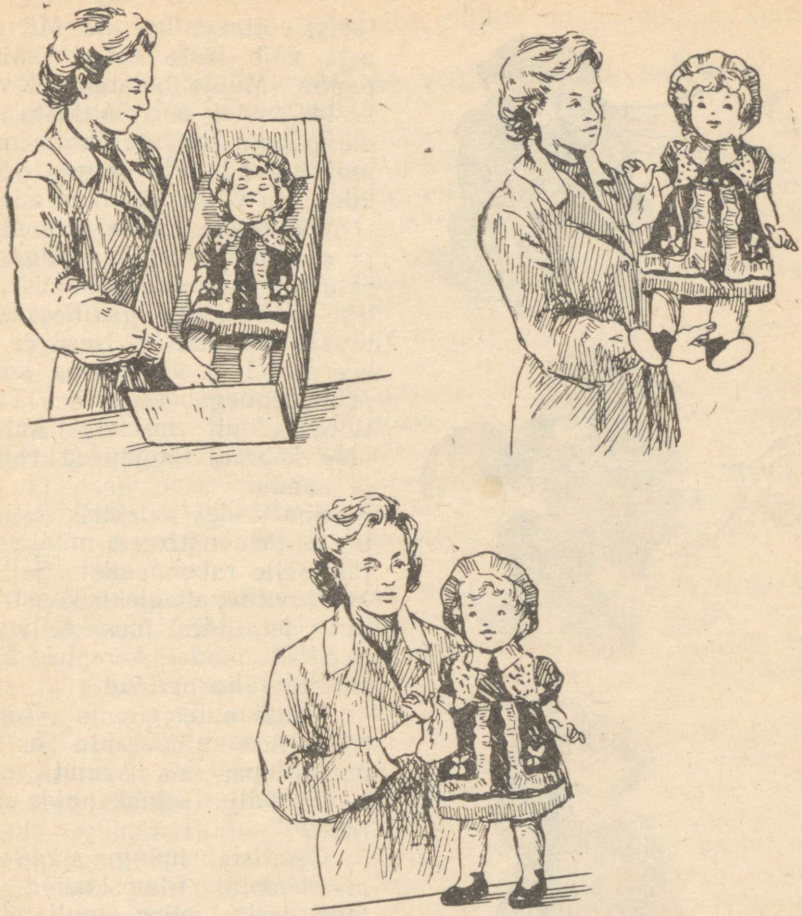
Võib kindlasti öelda, et kui müüja hakkab ostja juuresolekul mänguasja kontrollima ja see on rikkis, suhtub ostja umbusklikult ka teise, korras olevasse.

Niisama tähtis on osata selgitada ja näidata tehniliste mänguasjade osade ehitust. Müües näiteks «isekallutajat», on tarvis näidata, kuidas avatakse tagumist külge, juhikabiini uksi, näidata kabiini sisemist ehitust jne. (joonis 60).

Loomi kujutavatest kummitemplitest koosneva lauamängu «Meie zoopark» müümisel tuleb kindlasti teha loomadest paberile templijäljend ja näidata seda ostjale.



Joonis 60. Mänguasja «isekallutaja» näitamine



Joonis 61. Nuku näitamine

Nuku müümisel näidatakse seda algul karbis. Täieliku mulje nukust saab ostja siis, kui nukku näidatakse karbist väljavõetult, letile seisma asetatult jne. Kõik need nuku näitamise meetodid on toodud joonisel 61.

Suletavate silmadega, rääkiva nuku müümisel on müüja kohustatud näitama, mis on tarvis teha, et nukk räägiks, suleks ja avaks silmad.

Karusnaha või plüüšiga kaetud «ahvikese» müümisel tuleb seda demonstreerida erinevates poosides (joonis 62).

Üleskeeratavate mänguasjade müümisel selgitab müüja ostjale, kuidas tuleb mänguasja üles keerata ja mitu ringi on selleks



Joonis 62. Pehme mänguasja «ahvike» näitamine

tarvis võtmega keerata. Mänguasja võib lasta ostjal käima panna. Müüja hoiatab, et väikestel lastel ei tohi lasta ise mänguasja üles keerata, kuna nad võivad selle kergesti lõhkuda või võtme ära kaotada.

Väikestele lastele võib müüja soovitada võtmega üleskeeratavate mänguasjade asemel lihtsamaid kummiga üleskeeratavaid mänguasju. Need ei ole keerulised ja väike laps kohaneb nendega kiiresti. Talle tuleb ainult näidata, kuidas üles keerata tagumised rattad ja kumm.

Soovitades «elektrikonstruktorit», demonstreerib müüja ostjale selle rakendamist. Selleks on soovitav, et «elektrikonstruktori» detailidest oleks eelnevalt ühe-kahe mudeli komplekt kapi riiulile välja pandud.

Ehitusmaterjale ja «konstruktoreid» näidatakse ostjale mudelitena, mis samuti pannakse välja seinakappide riiulitele.

Optiliste mänguasjade — alloskoobid, filmoskoobid — müümisel ei piisa ainult näitamisest, vaid neid tuleb ka demonstreerida, s. t. tuleb näidata üksikuid diafilme ekraanil. Diafilmide paremaks valimiseks on soovitav, et müüja töökohal oleks spetsiaalne kartoteek või masinal kirjutatud diafilmide nimekiri.

Kartoteek sisaldab filme erinevas vanuses lastele.

Alloskoobi müümisel peab müüja selgitama ostjale selle ehitust ja hoiatama, et vale lülitamine elektrivõrku tekitab alloskoobis rikke. Näiteks kui alloskoobi lamp on ette nähtud 120 voldile, ei tohi seda lülitada 220-voldilise pingega elektrivõrku jne.

Soovitades treitud, poleeritud mänguasju (munad, pealt ärakeeratavate mütsidega seened jt.), näitab müüja ostjale, kuidas neid lahti võetakse.

Näidates trükitud lauamänge, selgitab müüja neid letile asetades nende sisu ja reegleid.

Suurtes spetsialiseeritud mänguasjade kauplustes on leti lähedale asetatud laud, kus ostjad nende mängudega tutvuvad. Erineva vanusega lastele ettenähtud mängude tekstidest koostatakse albumid ja müüja annab need ostjatele nende soovi korral tutvumiseks.

Näidates muusikariistu-mänguasju (ksülofoni, metallofoni, lõõtspilli), mängib müüja nendel mõne lihtsa viisi.

Samuti demonstreerib müüja puhutavaid mänguasju — pasunaid ja suupille.

Teatrimänguasju («Petruškad», «Bi-ba-bo», nukuteater) näidatakse tegevuses, saates liigutusi kõnega. Nii näiteks võib demonstreerida, kuidas «Bi-ba-bo kassipoeg» ennast peseb.

Lõbusad üleskeeratavad mänguasjad (linnukesed, käristaja, sepad, hobused) avaldavad ostjale mõju, kui neid demonstreeritakse — sepad koputavad vasaratega, hobune kummardab, vehib sabaga jne.

Mänguasjade valik vastavalt laste individuaalsetele iseärasustele. Eespool näitasime, et müüja ülesanne ei ole ainult kauba müümine, vaid müüa tuleb just seda kaupa, mis on lapsele vajalik ja kasulik. See tähendab, et müüjad peavad hästi tundma kaupa, vastavalt laste arengule, soovidele ja huvidele.

Et abistada vanemaid, kes soovivad osta mänguasju näiteks viieaastasele lapsele, peab müüja eelkõige teadma, et selles eas on lastele kõige iseloomustavam kehaline aktiivsus ja püüe valmistada ise mänguasju. Sel perioodil on laste lihased juba küllalt arenenud ja neid huvitab eriti igasugune liikumine. Samal ajal, kui kahe- ja kolmeaastased lapsed tavaliselt eelistavad mänguasju, mis stimuleerivad neid aktiivsetele mängudele, veedab suurem osa viieaastaseid lapsi aega meeleldi mängudega, mille juures nad võivad rahulikult istuda.

Paljud viieaastased lapsed ilmutavad huvi konstruktiivsete mängude vastu ja avaldavad initsiatiivi teatrimängude, etenduste jne. vastu. Arvestades selleealiste laste arengut, on vilunud ja teadlikul müüjal kerge ühe või teise mänguasja suhtes nõu anda.

Paljud üheealised lapsed on omavanustest arengus ette jõudnud, mõned aga maha jäänud. Mõnikord areneb laps kiiresti ühes suunas, kuid väga aeglaselt teises suunas.

Sellepärast võib viieaastastele lastele tihti soovitada mänguasju, mis on ette nähtud vanematele lastele (7—8-aastastele), ja vastupidi.

Müües mänguasju kuni aastastele lastele, seletab müüja vanematele, eriti noortele, hügieeninõudeid, mida tuleb kindlasti

mänguasjade suhtes silmas pidada. Soovitades tselluloidist mänguasju, selgitab müüja, et kuni neljakuistele lastele ei anta neid kätte, vaid riputatakse lapse kohale üles, ning et sobivaks mänguasjaks kuni aastasele lapsele on ohutud tselluloidist rõngad, kõristid, kummist või puust treitud ja poleeritud mänguasjad, kuna neid on kerge desinfitseerida. Pehmeid, loomi kujutavaid mänguasju (karud, jänesed, kassid) ei soovita müüja ühe-kaheaastastele lastele, kuna selleealised lapsed panevad kõike suhu.

Mänguasja näitamisel peab müüja iga kord tähelepanelikult ära kuulama last iseloomustavad individuaalsed erinevused, mida ostjad mänguasjade valimisel esitavad.

Kui vestlusest ostjaga selgub, et tema lapsel on palju mänguasju, siis tuleb soovitada osta raamatut, pilte, pliiatseid, uiske või mõnda sportlikku mängu, kuna palju mänguasju pole soovitav omada.

Seadised ja alused mänguasjade väljapanemiseks ja näitamiseks. Neil abinõudel on suur tähtsus mänguasjade kaubanduse organiseerimisel. Siia kuuluvad:

metallist alus nukkude jaoks liikuva hoidjaga, mis võimaldab panna nukke erinevatesse asenditesse;

puust alused teatrimänguasjade «Petruška», «Bi-ba-bo» ja teiste jaoks;

nagid mänguasjade — rattad, rõngad, hüppenöörid jne. — riputamiseks;

metallist ja puust toendid, millele riputatakse imikute mänguasjad — rõngad, kerad, helmed; mõned ülalloetletud abinõudest kinnitatakse või paigutatakse kaupluse müügisaali klaasvitriini, kapi riiulitele või alustele;

kinofilmide ja diafilmide demonstreerimise ekraan, pinnaga 50 cm^2, valmistatud raamile tõmmatud valgest lõuendist või valgeks värvitud vineeritahvlist;

nöör lennukite ja teiste mänguasjade ülesriputamiseks töökohtade kohal, pikkus 10 m ja rohkem, olenevalt kaupluse mõõdetest (kinnitatakse kappide vahele);

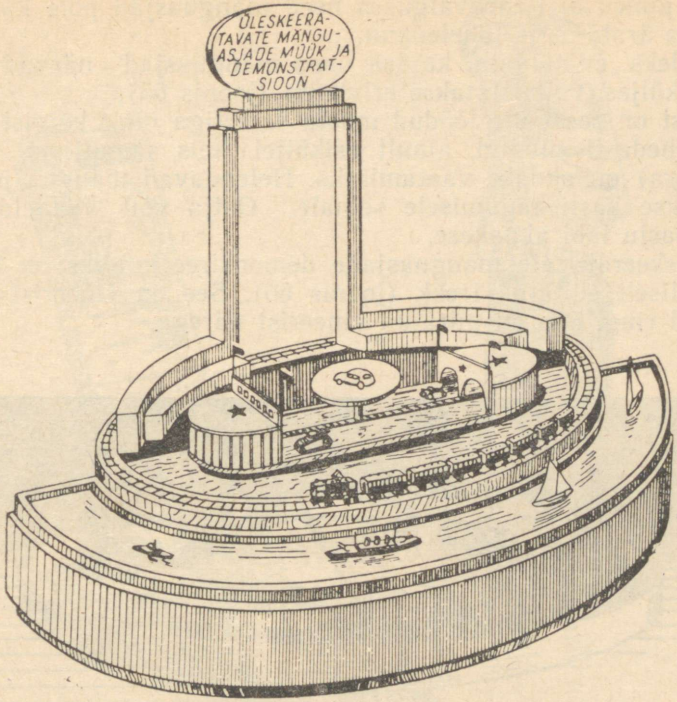
alus kahe rattaga jalgratta hoidmiseks ja näitamiseks;

seinakontakt elektri abil liikuvate mänguasjade näitamiseks.

Suurtes spetsialiseeritud mänguasjade kauplustes ja suurtes universaalkauplustes õigustab end universaalsete stendide ülesseadmine: basseinid ujuvate mänguasjade jaoks, rööbasteed elektrirongi demonstreerimiseks ja alused mitmesuguste teiste mänguasjade demonstreerimiseks (joonis 63).

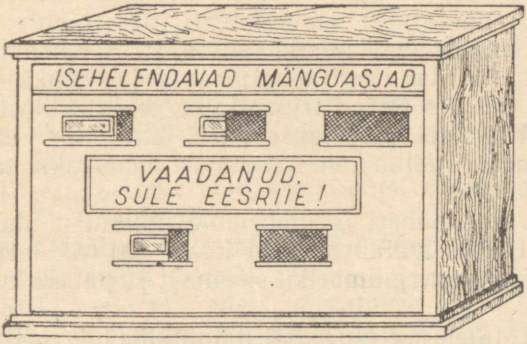
Peatume nüüd mänguasjade näitamise seadistel, mis on tarvitusele võetud ratsionaliseerijate poolt. Nende hulka kuuluvad näiteks konksuga alused «roniva ahvikese» näitamiseks (joonis 64). See alus on tehtud tavalisest kübara alusest. Pöörlev seen on asendatud konksuga. Selle konksu otsa riputatakse niidi abil mänguasi.

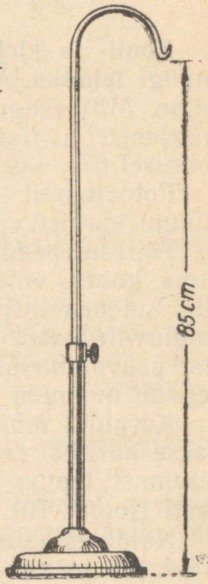
Näärikuuse-ehete seas on helendavaid esemeid, mis hiilgavad



Joonis 63. Universaalne seade mänguasjade demonstreerimiseks

Joonis 64. Alus mänguasja «roniv ahvike» näitamiseks





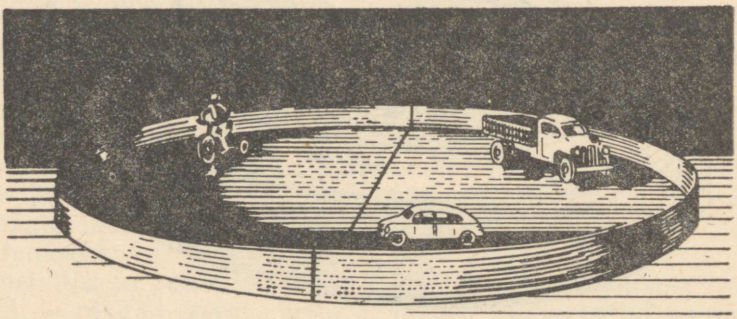
Joonis 65. Vitriin helkivate mänguasjade näitamiseks

ainult pimedas. Päevavalguses need mänguasjad pole kuigi ilusad ega ärata ostja tähelepanu.

Selleks et näidata, kuidas need mänguasjad näevad välja kuuse küljes, valmistatakse erivitriin (joonis 65).

Kast on seest üle löödud musta sametiga ning kõigist külgedest tihedasti suletud, ainult esiküljel (mis samuti on kaetud sametiga) on aknake vaatamiseks. Helendavad mänguasjad paigutatakse kasti tagumisele seinale. Ostja võib vaadelda neid mänguasju läbi aknakese.

Üleskeeratavate mänguasjade demonstreerimiseks on kasutusel eriliselt ehitatud trekk (joonis 66). See on vineerist kokkupandud ring, mis on piiratud vineerist äärega.



Joonis 66. Kokkupandav ring (trekk) üleskeeratavate mänguasjade demonstreerimiseks

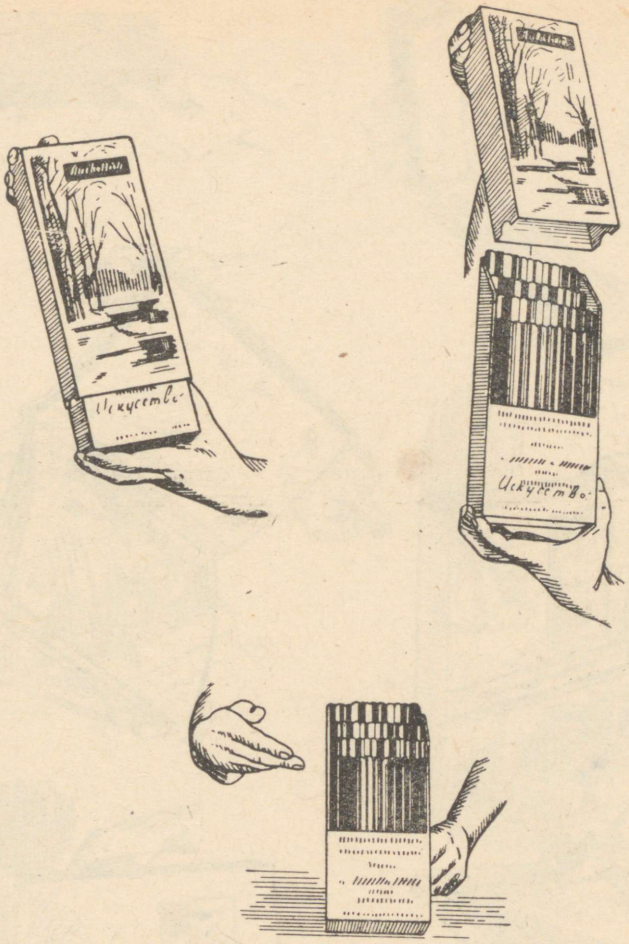
Kooli- ja kirjutustarvete ning kantseleikaupade näitamise ja müügi tehnika. Märgatavalt lihtsam on kantseleikaupade näitamine. Mitmesuguste värvipliiatsite, nagu «Pioneer», «Kim» jne. näitamisel avatakse karbid ja näidatakse neid ostjale, nagu näeme joonisel 67.

Fotoalbumit näidatakse algul karbis, seejärel võetakse album karbist välja ja näidatakse albumi lehti jne. (joonis 68).

Täitesulepeade müümisel peab müüja kindlasti demonstreerima, kuidas võtta tinti, kuidas tarvitada sulepead ja lõpuks, kuidas sulepea kirjutab (joonis 69). Kirjutuslauagarnituuri juurde kuuluvate esemete näitamisel asetatakse need letile nii, kuidas nad asuvad kirjutuslaual. Arvelaudade näitamisel pööratakse tähelepanu nuppude liikuvusele.

Karpides müüdava kirjapaberi ja ümbrikute näitamist alustatakse karbist, seejärel aga avatakse karbi kaas ja näidatakse sisemust, lõpuks näidatakse kirjaümbriku sisemust ja paberi kvaliteeti (joonis 70).

Näidates kaustikut, tuleb see kindlasti painutada nii, nagu on näidatud joonisel 71. Heakvaliteediline kaustik paindub kergesti,



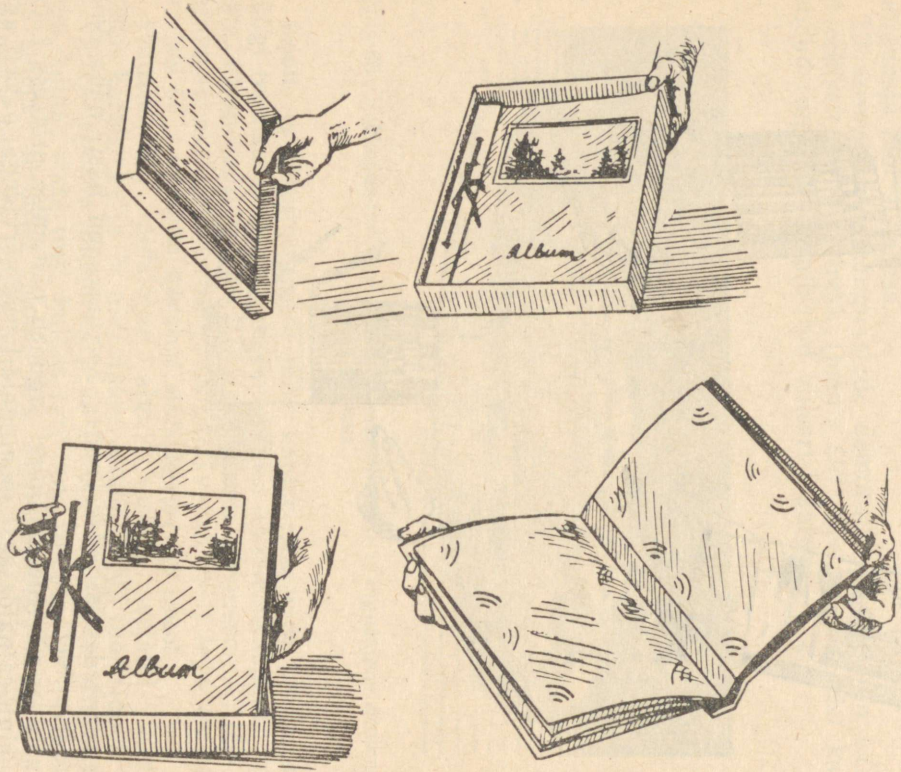
Joonis 67. Värvipliiatsite komplekti näitamine

mitte rebenedes köitmise kohast. Seejuures on hästi näha õmblemise kvaliteet.

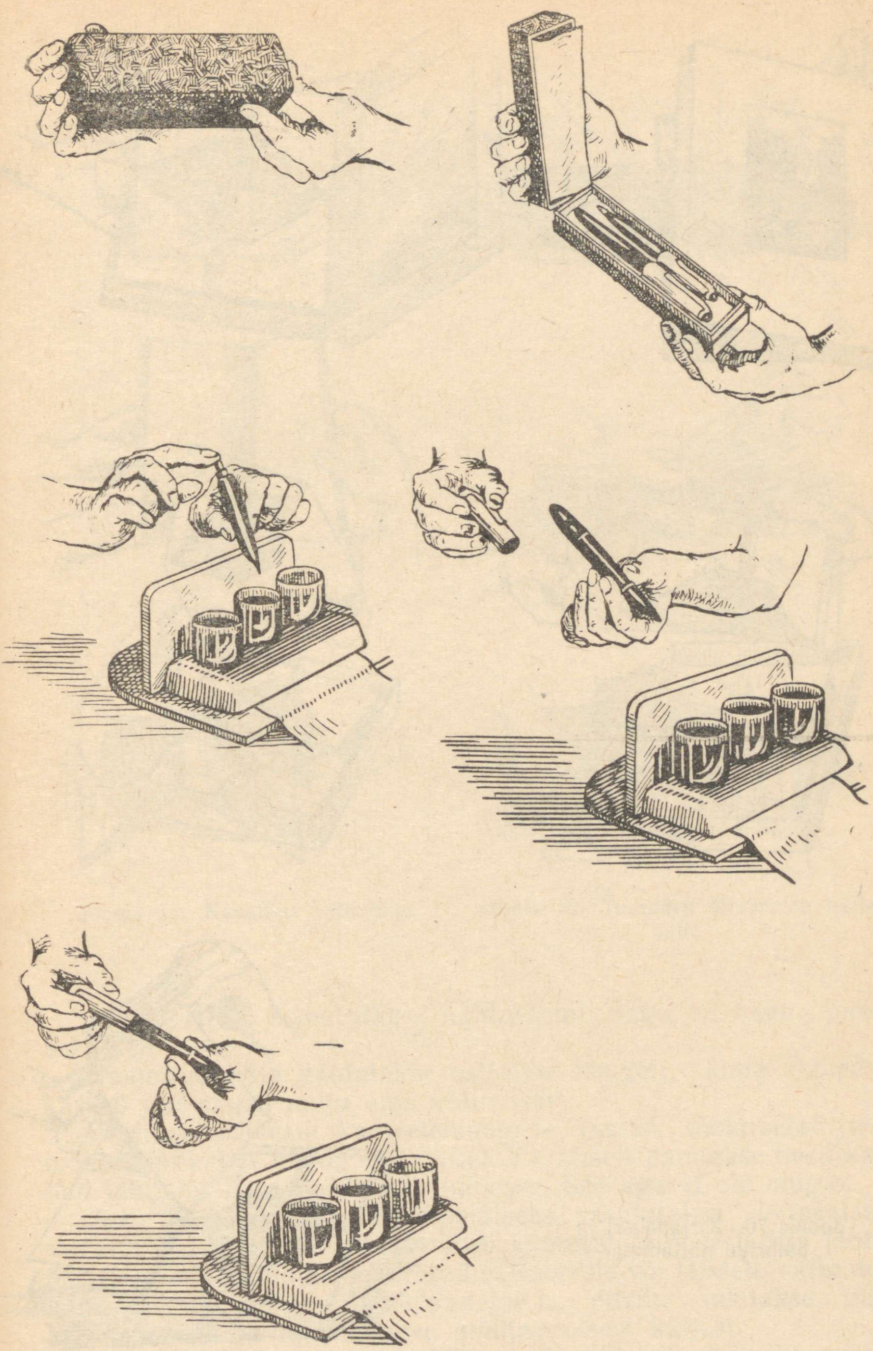
Tuubides värvide müümisel jaguneb näitamise protsess kahte ossa: alguses näidatakse mõningaid karpe värvidega, pärast aga, kui ostja tunneb huvi teatud värvi vastu, tuleb näidata selle värvi kvaliteeti. Selleks võetakse tuubist natuke värvi ja tõmmatakse paberile (joonis 72),

Malemängu näitamisel tuleb tingimata asetada mõned malendid malelauale (joonis 73).

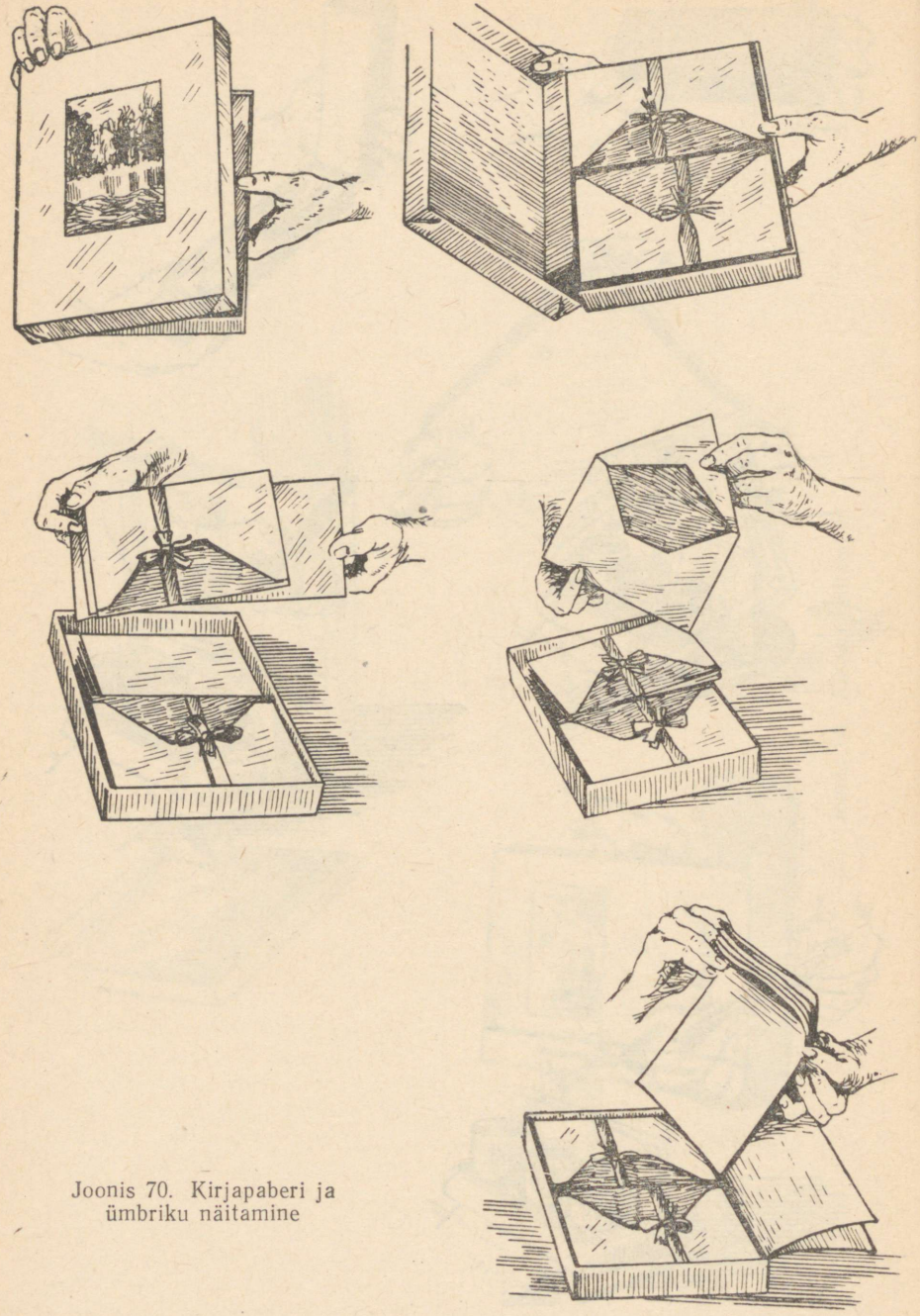
Sirklikarbi müümisel näidatakse algul karbi üldkuju, seejärel sirklikarpi avatult. Hiljem näitab müüja 2—3 peamist asja, võttes need karbist välja (joonis 74).



Joonis 68. Albumi näitamine

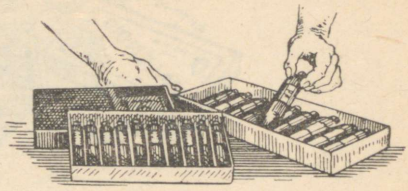


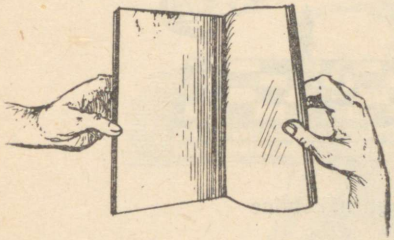
Joonis 69. Täitesulepea näitamine

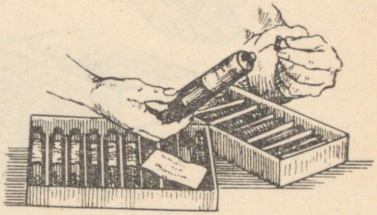


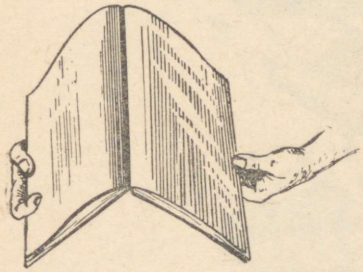
Joonis 70. Kirjapaberi ja ümbriku näitamine

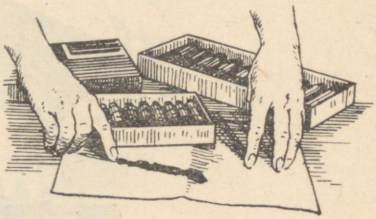












Joonis 71. Kaustiku näitamine

Joonis 72. Tuubides õlivärvide näitamine

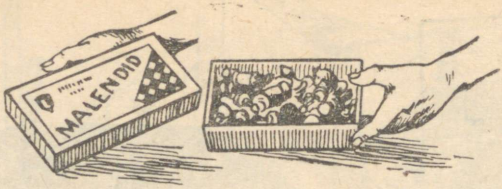
Kooliportfelli soovitatakse näidata nii, nagu on näha joonisel 75.

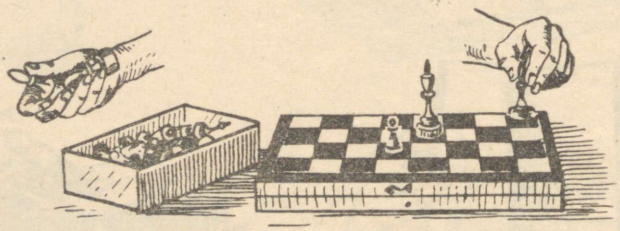
Raamitud pilte näidatakse ostjatele kaugelt, kuna lähedalt kaotab pilt sageli palju oma välimusest.

Peatume väikeste kantseleikaupade (suled, rõhknaelad jne.) müügitehnikal ja nende näitamisel. Tavaliselt pannakse need kaubad lahtistes karpides letivitriinidesse. See aga ei ole mugav.

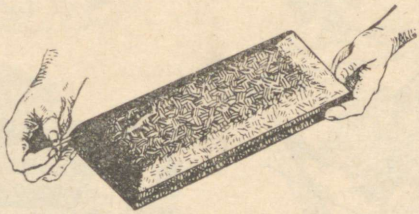
Selle ebamugavuse kõrvaldamiseks kasutatakse letipealseid vitriine. Niisugune vitriin koosneb kümnest jaotusest. Iga jaotus on ette nähtud kindlaksmääratud sulesordile või teistele väikestele kantseleikaupadele (pliiatsiotsad jne.). Vitriin suletakse ülalt klaaskaanega ja lukustatakse müüjapoolsest küljest.

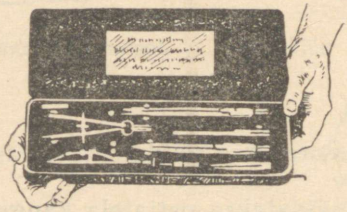
Sulgede ja väikeste kantseleikaupade näitamise hõlbustamiseks õmmeldakse need papist alusele. Et kaupa oleks mugavam näi-





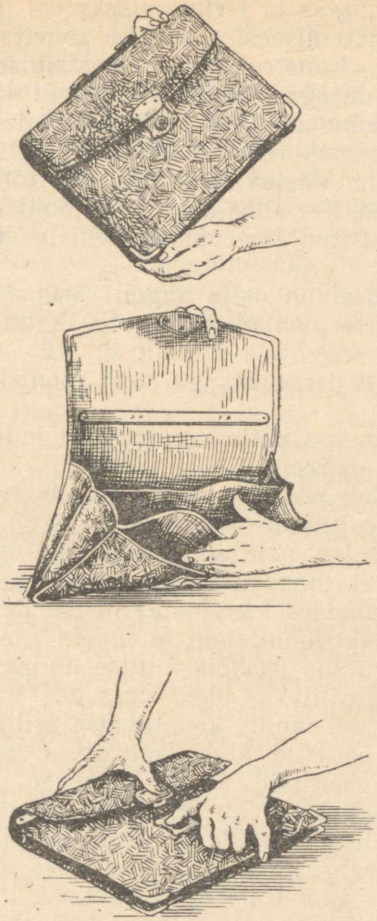
Joonis 73. Malemängu näitamine







Joonis 74. Sirklikarbi näitamine



Joonis 75. Portfelli näitamine

data, selleks on veel spetsiaalsed raamvitriinid, mis on paigutatud letile müüja lähedale. Igal raami asetatud kaubal on oma number, mille järgi seda võib kapiriiulitel olevatest karpidest leida. Niisugune kaupade näitamine kiirendab tunduvalt ostjatel kaupade valimist.

Joonlaudade ja pintslite väljapanemiseks kasutatakse erilisi vineerist kilpe. Kilbi ülemises osas on kinnitatud alus, millele asetatakse mitmesugused joonestusabinõud, pintslid jne.

Kantseleikaupade näitamisel ja müümisel peab müüja alati tutvustama ostjatele, eriti lastele, ühe või teise asja kvaliteeti ja tarvitamisviisi.

Nii näiteks peab müüja pliiatsit müües tundma, kas pliiats

ostetakse joonistamiseks ja kirjutamiseks või joonestamiseks. Kui see ostetakse joonistamiseks, siis tuleb soovitada pehmeid pliiatseid «Pioneer» või «Konstruktor». Joonestamiseks tuleb soovitada mitmesuguse kõvadusega pliiatseid (margid «M» kuni «T»).

Vesivärvide müümisel tuleb müüjal selgitada, kas need ostetakse lastele, kes esmakordselt hakkavad joonistama või juba joonistamises vilunuile. Vastavalt sellele soovitatakse ka värve. Nii näiteks võivad need, kes alles alustavad joonistamisega, kasutada papist alusele kleebitud lastevärve, milliste komplekt koosneb kümnest värvist.

Pintslite valimisel on ostja sageli raskustes. Kui näiteks on tarvis pintslit suurte joonistuste värviga katmiseks väikeste osadena, võib müüja soovitada pintslit nr. 12. Sellega võib katta suurt pinda, pintsli peene otsaga saab joonistada pildi väikesed osad.

Õppides nii tundma ostja soove, võib müüja palju õigemini rahuldada tema vajadusi.

Tähelepanu tuleb pöörata ka diapositiivide näitamisele.

Värviliste diapositiivide sortiment on väga mitmekesine. Valides diapositiive, tuleb neid vaadata vastu valgust. Selleks et kergendada ostjatel diapositiivide läbivaatamist ja valimist, praktiseeritakse mõnedes kauplustes nende demonstreerimist erilisel ekraanil projektsioonilambi ja musta raamiga ekraani abil. Ekraani võib paigutada ükskõik millise nurga all.

Selleks et diapositiivi ei oleks vaja vaatamiseks alati karbist välja võtta ja tagasi panna, kasutatakse erilist pulti. Pult jaguneb 16 ossa ja on suletud klaaskaanega. Osade soontesse pannakse ülevalt diapositiivid. Puldi alumisse ossa, diapositiivide alla, paigutatakse kaks elektrilampi. Diapositiivide ühtlase valgustamise tagab diapositiivide ja elektrilampide vahele asetatud mattklaas. Elektrivalgustuse sisselülitamisel on diapositiivid läbivalgustatud ja pilt on ostjale hästi nähtav.

Niisuguse puldi tarvitusele võtmine kaitseb näitamisel diapositiive purunemise ja rikkumise eest. Diapositiivide demonstreerimisel võetakse tarvitusele ka pöörik.

Pöörik koosneb kuuest äravõetavast raamist. Igal raamil on neli riba diapositiivide jaoks. Kokku mahub pöörikule üle kolmesaja diapositiivi. Pööriku sisse on asetatud elektrilambid, mis diapositiivide eest on kaetud mattklaasiga. Tänu sellele on need hästi valgustatud.

Muusikariistade näitamine ja orkestrite komplekteerimine. Ostjaga vestlust alustades tuleb müüjal selgitada, kas ta ostab muusikariista endale või kellegi ülesandel; seejärel tuleb ettevaatlikult välja selgitada, kuivõrd ostja ise tunneb muusikariistu. Seda on lihtne teha, kui esitada paar erialast küsimust, näiteks

«Missuguse häälestusega lõõtspilli soovite valida?» või «Missugust tüüpi balalaikat soovite?»

Kui muusikariista ostab algaja, siis juhtub väga sagedasti, et ta ei oska otsustada, missugust pilli osta, kas balalaikat, mandoliini või midagi muud. Sel juhul peab müüja riiulilt võtma mõned muusikariistad, selgitama nende erinevusi ja paremusi, näiteks mandoliini ja balalaika vahet, demonstreerima kõla, näitama häälestamise tehnikat, muusikalise oskuse kiiremaks omandamiseks soovitama käsiraamatut iseõppimiseks, näitama, kuidas tuleb hoida muusikariista. Mõnel juhul võib müüja mandoliini asemel soovitada osta balalaikat, kuna seda on kergem ja lihtsam häälestada.

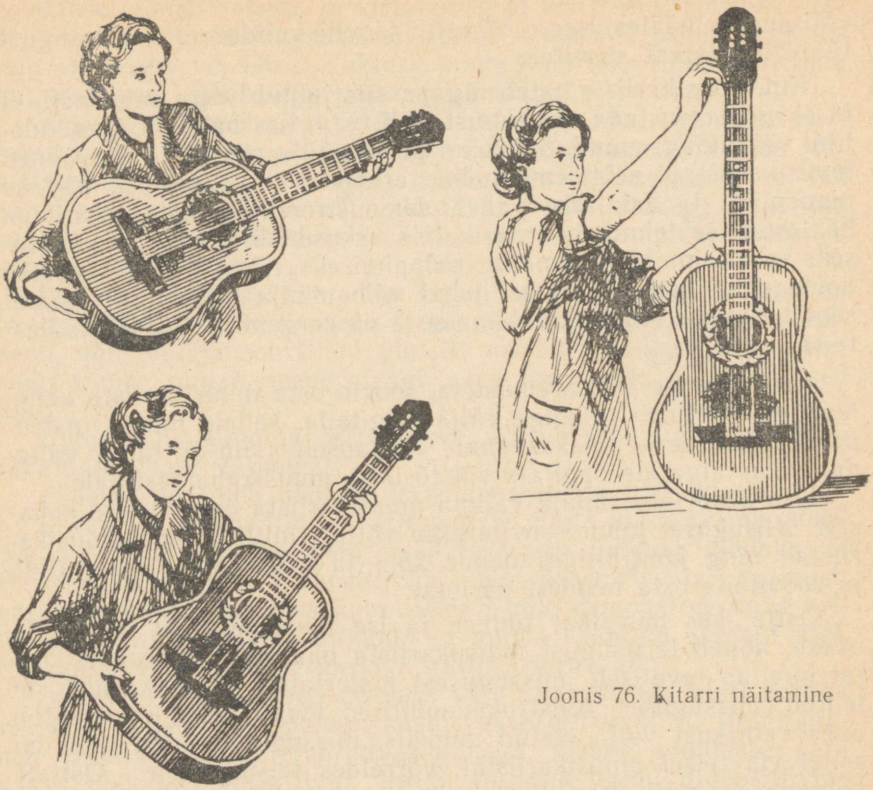
Kui ostja ise on kogemusteta, soovib osta muusikariista kellelegi teisele, tuleb eelkõige välja selgitada, kellele nimelt instrument ostetakse — täiskasvanule või lapsele (siin on tähtis vanadus), kas algajale õppijale või tõsisele muusikaharrastajale.

Siin peab juba müüja valima muusikariista oma maitse kohaselt. Niisuguse juhul soovitatakse võtta riiulilt mõned muusikariistad ning kontrollides nende kõla ja kvaliteeti, välja valida ja soovitada osta nendest parimat.

Ostja, kes muusikat tunneb ja ise muusikariistal mängida oskab, nõuab teistsugust muusikariista näitamist. Niisugust ostjat huvitab tavaliselt, missugusest materjalist muusikariist on tehtud, missugused konstruktsioonilised muudatused on tehtud uues vabrikust välja lastud mudelis, missugused erinevused on sellel või teisel muusikariistal, võrreldes teistega jne. Ostjale vaatamiseks võib mõned muusikariistad letile panna, kontrollides eelnevalt nende häält. Allpool on toodud kitarride ja viiulite näitamise moodused (joonis 76 ja 77). Kuid niisugune «hääletu» muusikariistade näitamine ei ole küllaldane. Müüja peab demonstreerima muusikariistade heli ja seejärel juba soovitama ostjale jääda parema muusikariista juurde. Kui ostja oskab muusikariistal mängida, võib tal soovitada seda teha. Kui aga ostjal on kogemusi vähe, ei tohi tal lubada seda ise häälestada muusikariista vigastamise vältimiseks. Puhkpillide suulised tuleb pärast iga proovimist desinfitseerida antiseptilises lahuses (vesiniküli-hapend, boorhape).

Selliste muusikariistade näitamisel nagu bajaanid, selgitatakse pärast välist vaatlust nende peamiste osade kvaliteeti. Selleks et kaitsta bajaane ja lõõtspille väliste rikete eest, tuleb näitamise koht letil katta kalevi või vildiga.

Suuri raskusi esineb muusikariistade keelte müümisel, millede nimesid paljud ostjad ei tea. On soovitav valmistada vineerist kõigi keelpillide lamedad maketid ja kinnitada nendele sobivad keeled, kusjuures iga keel varustada selgeltloetava sedeliga, kuhu on kirjutatud nimetus ja hind. Need maketid võib välja panna letile või vitriini.



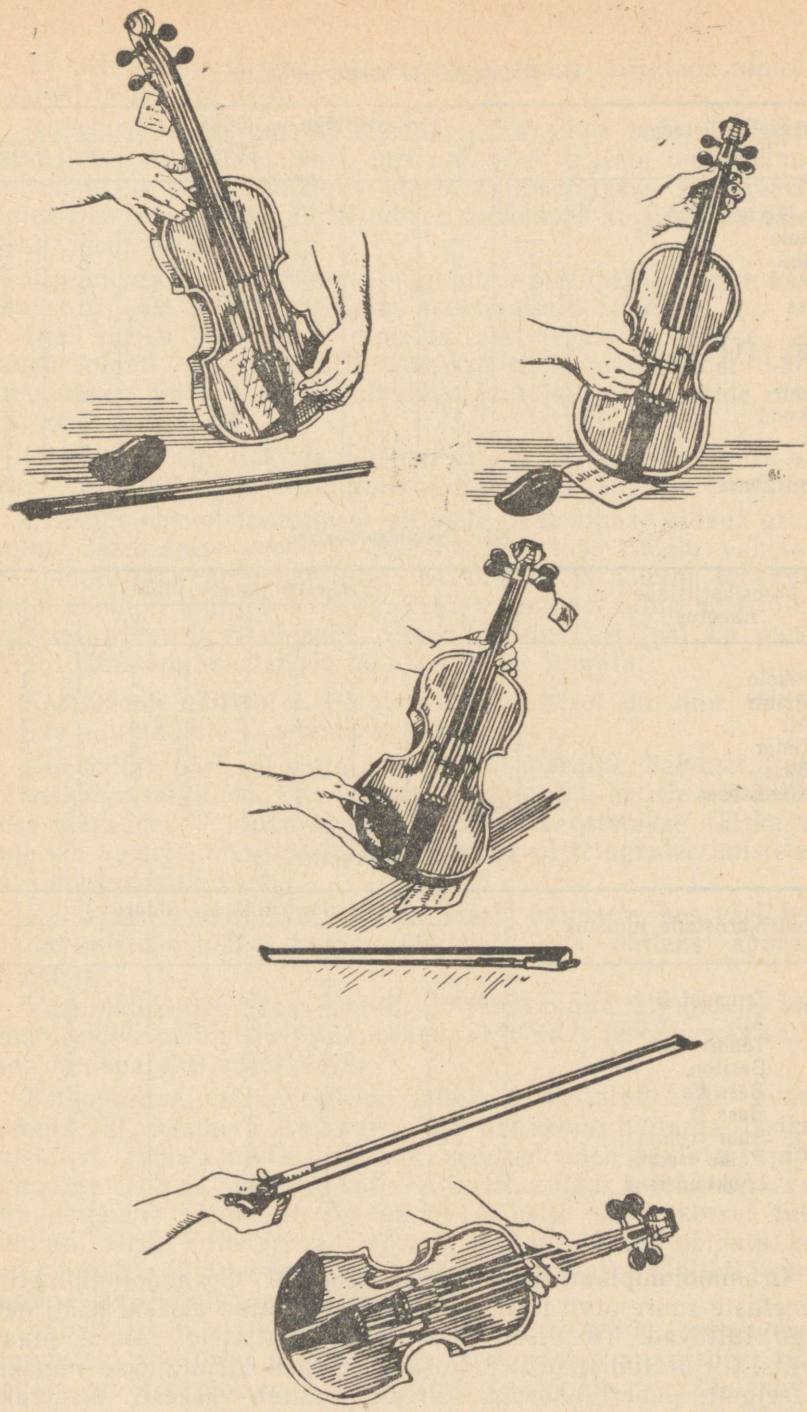
Joonis 76. Kitarri näitamine

Muusikariistade ostjate hulgas on tähtis koht klubide, kultuurimajade, koolide, sõjaväe isetegevuskollektiivide jne. esindajatel. Nad ostavad muusikariistu orkestrile. Sageli ei oska need ostjad ise orkestrile vajalikke muusikariistu komplekteerida.

Kui palju ja missugused muusikariistad on vajalikud ühe või teise orkestri komplekteerimiseks? Sellele küsimusele aitab anda vastuse järgmine tabel, mis näitab muusikariistade arvu suhet erinevate orkestrite komplekteerimiseks.

I. Napoli orkester

Muusikariistade nimetus	Orkestriliikmete üldarv			
	3	7	11	19
Pikolo-mandoliin	—	—	—	1
Mandoliin	1	3	5	8
Mandoola	1	1	2	3
Lauto	—	1	1	2
Kitarr	1	2	3	5



Joonis 77. Viiuli näitamine

II. Balalaika- ja dombraorkester

Muusikariistade nimetus	Orkestriliikmete üldarv							
	5	8	10	12	15	18	20	25
Dombrad								
Pikolo	—	—	—	—	1	1	1	1
Priim	1	2	2	3	3	4	5	5
Alt	1	2	2	2	3	4	4	5
Bass	—	—	1	1	2	2	2	3
Balalaikad								
Priim	1	1	2	2	2	2	2	4
Sekund	1	1	1	1	1	2	2	2
Alt	—	1	1	1	1	1	2	2
Bass	—	—	—	1	1	1	1	1
Kontrabass	1	1	1	1	1	1	1	2

III. Dombraorkester

Muusikariistade nimetus	Orkestriliikmete üldarv				
	4	6	13	20	26
Pikolo	—	—	—	1	1
Priim	1	2	5	6	8
Alt	1	1	3	4	7
Tenor	1	1	2	4	5
Bass	1	1	2	3	2
Kontrabass	—	1	1	2	3

IV. Puhkpilliorkester

Muusikariistade nimetus	Orkestriliikmete üldarv		
	13	16	18
Trompet B	3	5	5
Alt	2	2	2
Tenor	2	2	2
Bariton	1	2	2
Bass Es	1	1	2
Bass B	1	1	2
Suur trumm	1	1	1
Väike trumm	1	1	1
Lööktaldrikud	1	1	1

Grammofoniplaatide näitamise tehnika. Grammofoniplaatide nimetuste suure arvu tõttu on vajalik, et ostjad oleksid hästi nendega tuttavad. Tavaliselt soovitatakse ostjatele valida plaate käsitsi kirjutatud nimekirjade järgi. Sageli kirjutatakse nimekiri ebaselgelt; paber määrdub kiiresti, muutub raskesti loetavaks. Kõik see kutsub esile ostjate õigustatud etteheiteid.

Et neid puudusi vältida, on kõige parem kirjutada nimekiri masinal ja liimida papile.

Nimekirjade kirjutamine masinal võimaldab neid üheaegselt valmistada mitu eksemplari, mis parandab ostjate teenindamist. Kui mõni liik plaate müügilt lõpeb, kriipsutatakse see nimetus nimekirjas läbi, uuesti juurdetulevad nimetused kirjutatakse täiendavalt käsitsi juurde.

Kui müügilolevate grammofoniplaatide sortiment on suur, kasutatakse ostjate informeerimiseks spetsiaalseid albumeid.

Iga üksiku heliplaadi nimetus asetatakse albumisse. Kui mõnda plaati müügil ei ole, võetakse nimetus albumist välja. Albumilehed on kaetud tsellofaaniga, mis kaitseb plaatide nimetusi määrdumise eest.

Olemasolevate plaatide sortimendi nimetuste teatamiseks ostjatele kasutatakse samuti mitmesuguseid hinnakirju ja katalooge.

Plaatide demonstreerimisel ostjatele tuleb silmas pidada grammofoni käsitsemise eeskirju. Membraanis tuleb nõelu vahetada iga plaadi läbimängimise järel. Nürinenud ja varem tarvitusel olnud nõelu ei tohi ise teritada, kuna valesti teritatud nõel lõikab teravasti plaati ja rikub selle. Samal põhjusel ei tohi ka pärast plaadi läbimängimist nõela hoidjas ümber keerata.

Fototarvete näitamine. Fototarvete müümisel on suur tähtsus ostjale nõu andmisel ja tema abistamisel.

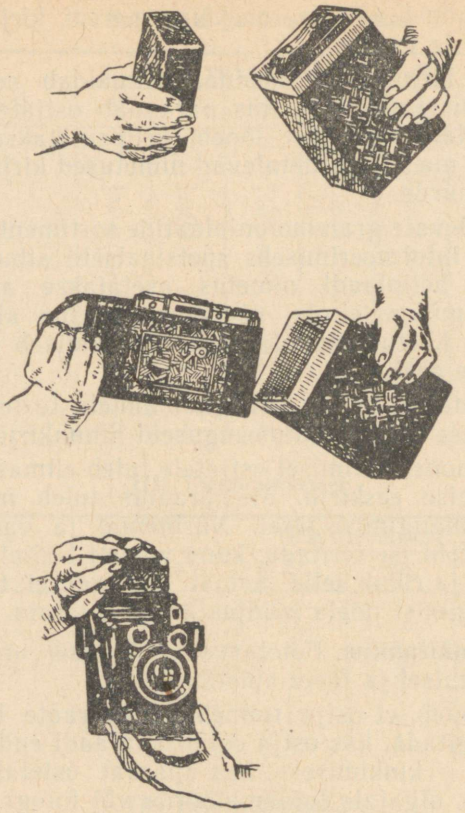
Kui müüja näeb, et ostja tunneb fotoaparaate halvasti, tuleb tal eelkõige selgitada, kas ostja ostab aparaadi endale või kellegi teise ülesandel — kinkimiseks, kas aparaat ostetakse täiskasvanule või lapsele, algajale fotoamatöörile või fotografeerimistehnikat juba tundvale isikule.

Kui aparaat valitakse noorema klassi õpilasele, kes veel fotografeerimistehnikat ei tunne, võib soovitada näiteks aparaati «Smena».

Vanematele õpilastele, samuti täiskasvanuile algajatele fotoamatööridele võib peale fotoaparaadi «Ljubitel» ja «Smena» soovitada fotoaparaati «Moskva-2».

Fotoaparaadi näitamisel on müüja kohustatud selle avama (joonis 78), kaamera täielikult välja tõmbama, näitama üksikult objektiivi, säriaja näitaja ehitust; seejärel tuleb näidata, kuidas pannakse sisse ja võetakse välja kassetti, kuidas toimub aparaadi teravustamine (fookusse seadmine) ja ostja soovi korral tuleb näidata läätsa. Fotoaparaadi «Zorki» müümisel tuleb näidata, kuidas pannakse film kassetti. Näitamisel liigutatakse statiivi ja näidatakse statiivijalgade kinnitusviisi.

Vahel soovib ostja fotoaparaadi ostmisel teada, missuguseid ülesvõtteid (kvaliteet ja mõõtmed) võib ostetud aparaadiga teha. Selleks on otstarbekohane valmistada ja seinale riputada tahvlid ülesvõtetega, mis on tehtud fotoaparaatidega «Ljubitel»,



Joonis 78. Fotoaparaadi näitamine

«Moskva-2», «Zorki». Tahvlid tuleb kunstiliselt kujundada. Selliselt näidatakse ka ülesvõtete valmistamise omahind ja vajalike fototarvete nimekiri.

Raadiotarvete näitamine ja müügitehnika. Raadioaparaadi näitamisel on müüja kohustatud näitama ja selgitama peale aparaadi kõigi üksikosade ostjale ka seda, kuidas leida raadios selle üht või teist üksikosa, juhindudes trükitud skeemist.

Televiisorite müümisel soovitatakse ostjat hoiatada, et televisioonisaateid on võimalik vastu võtta kindlaksmääratud raadiuses televisioonikeskusest, mis on näidatud passil.

Raadiolampide näitamisel on kindlasti vaja selgitada, missugust lampi ostja soovib. Kui ostja kahtleb ega oska õigesti öelda, missugust lampi tal on tarvis, peab müüja küsima, kas ostjal ei ole vana lampi kaasas, mis tuleb vahetada. Kui tal seda ei ole, tuleb selgitada vastuvõtja tüüp, nimetus ja väljalaskeaasta. Saades need andmed ja kasutades käsiraamatut või juhendit, on müü-

jal kerge teada saada, missugust lampi just vaja on. Kui ka see ei aita, tuleb soovitada ostjal tuua kauplusse läbipõlenud lamp või kõik raadioaparaadi lambid, et kohapeal selgitada, missugune lamp on vaja asendada.

Raadioosade — takistused, kondensaatorid, paispoolid, induktsioonpoolid jne. — müümisel on tingimata tarvis täpselt kindlaks määrata takistuse suurus, võimsus, mahtuvus ja tööpinge.

Selleks on soovitav, et müüjal oleks töökohal käepärast tabel, millel näidatakse värv, värvide tingtähised, koefitsient, tööpinge jne. Tabeli järgi võib müüja kergesti kindlaks määrata TO-tüüpi püsiva mahtuvusega kondensaatori, mille takistus, mahtuvus ja tööpinge märgitakse kokkulepitud värvidega.

Patareivastuvõtjate toiteallikate müümisel on müüja kohustatud ostjat hoiatama, et ta peaks eriti tähelepanelikult kinni patareide vastuvõtjasse lülitamise reeglitest, kuna vale lülitamise puhul põlevad lambid läbi ja vastuvõtja ei tööta. Kindlasti tuleb ostjat hoiatada, et kategooriliselt on keelatud omavahel ühendada patareist väljaulatuvaid juhtmeid, kas või hetkekski. Niisugune tegevus rikub patareid ja lühendab märgatavalt tema töötamise kestust.

Ostjale näidatav raadiovastuvõtja asetatakse erilisele alusele. Aluse ülemise pinna pööramise teel on võimalik näidata ostjale raadiovastuvõtjat igast küljest, mitte kulutades selleks erilist jõudu.

«Glavvoentorgi» Moskvas asuvas kesk-universaalkaupluses täiustati alust. See pandi pöörlema kuullaagritel, mis muudab ta liikuvaks. Alust võib kergesti edasi lükata horisontaalasendis, paigutades seda letil näidatava raadiovastuvõtja asukoha lähedale.

Spordi- ja jahitarvete näitamine ja valimine. Mitmesuguste spordiabinõude näitamisel tuleb erilist tähelepanu osutada nende valikule ja ostjate individuaalsetele erinevustele.

Võimlemiskurikate müümisel tuleb selgitada, et kurika pikkus peab vastama väljasirutatud käe pikkusele; kurika keerlemisel horisontaalsuunas ei tohi see aga puudutada võimleja keha.

Hüpitsa pikkus peab olema selline, et kui käed on puusade kohal, peab nööri ots puudutama maad.

Hokikepp peab edurivi mängijatel ulatuma jäält uiskudel seisva mängija vöökohani, kaitsemängijatel aga peab see olema natuke pikem. Suusa pikkus tuleb valida selline, et see ulatuks püsti seisva suusataja ülestõstetud käeni. See mõõtmisviis ei ole siiski päris täpne, mispärast suuskade pikkuse valimisel tuleb lähtuda järgmistest andmetest (vt. tabel lk. 168).

Suusakepid peavad ulatuma suusataja õlgadeni.

Soovitades võimlemisriistu ja mitmesuguste mängude juurde kuuluvaid vahendeid, tuleb märkida, et kõik vahendid ronimiseks (latid, redelid) valitakse olenevalt võimla kõrgusest.

Suuskade nimetus	Suusataja kaal (kg-des)	Suuskade pikkus (cm-tes)
Turismisuusad, mäesuusad	57—60	180
	60—65	190—195
	65—75	200—205
	75—80	210—230
Lastesuusad	30—35	105
	35—40	120—135
	40—48	150—165

Kinnaste valimisel määratakse vajalik number järgmiselt: peopesa ümbermõõt pöidla kohal (cm-tes) jagatakse 4-ga ja korrutatakse 1,5-ga.

N ä i d e. Kui peopesa ümbermõõt on 21 cm, siis $21 : 4 \times 1{,}5 = 8$. See arv vastab kinda numbrile.

Kauba näitamisel, millel on oma iseärasused, peab müüja sellele pöörama ostja tähelepanu. Näidates rööbaspuid saarepuust lattidega, tuleb osutada nende palju suuremale vastupidavusele, võrreldes männi- või kasepuust lattidega; liimitud odavart näidates tuleb rõhutada selle paremust massiivse odavarre suhtes (liimitud odavars deformeerub vähem); näidates vasikanahast võrkpallikesta, tuleb märkida, et see nahk on palju sobivam kui ševroo või seanahk.

Niisugune kaupade näitamine äratab ostjas kahtlemata huvi.

Suurt tähelepanu peab müüja osutama esemete individuaalsele valikule. Nii näiteks valitakse jahipüsside müümisel välja sobiv püssilaad, kontrollitakse püssilae õiget pikkust jne.

Püssilae pikkust proovitakse järgmiselt. Olles võtnud püssi paremasse kätte, kõverdab ostja käe küünarnukist täisnurga all, surub püssi kaba vastu õlga ja võtab nimetissõrmega päästiku kaitsest kinni.

Kui sõrm asub päästikul vabalt, siis on püssilae pikkus antud ostjale normaalne. Kui aga sõrm ulatub päästikuni pingutusega, siis on püssilaad liiga pikk. Vastupidi, kui päästikut ulatub haarama sõrme teine ja kolmas lüli, siis püssilaad on liiga lühike.

Püssi palge panemist võib kaupluses proovida järgmiselt.

Seinale riputatakse papile kleebitud paberileht, millele on joonistatud sihtimispunkti tähistav 2 cm läbimõõduga ring. Võttes püssi laskeasendisse, sihib ostja selle umbes 5 m kaugusel märklehest kiire liigutusega välja ning, mitte muutes püssi asendit, kontrollib kirbu asendit sihtimispunkti ja sihiku suhtes. Kui püssi kiire liigutusega välja sihtides kirp ei asetse sihiku keskel, siis muudetakse veidi püssi väljasihtimise viisi. Selliseid sihtimisi ja kontrollimisi korratakse mitu korda.

Kui kirp katse kordamisel alati kaldub sihitud punktist ühele poole, kõrvale, siis näitab see püssi mittesobivust.

Spetsialiseeritud jahi- ja kalastustarvete kauplustes kasuta-

takse püsside sobivuse kontrollimiseks valgusmärkijaid. See seadis kujutab endast metalltorukest, mille ühes otsas asetseb patareivooluga toidetava taskulambi pirn. Lamp ühendatakse kontakti abil, mis lülitatakse sisse püssi päästikule vajutamisel. Toru teises otsas on kaksikkumer lääts. See seadis kinnitatakse püssiraudade külge altpoolt padrunipideme abil. Reguleerides seadist, saavutatakse läätse valgustäpi kokkulangemine seinal oleva täpiga.

Kalastustarvete valimise ja müügi tehnika. Kui kauplusse tuleb vähekogenud kalamees ja tahab osta spinningut, peab müüja antud ostjale osutama maksimaalset tähelepanu. Müüja peab jutustama talle müügil olevatest spinningutest, nende iseärasustest, andma nõu, missugust spinningut osta, rääkima ostjale, kuidas spinningut käsitseda, kasutada, suunata jne.

Soovitades üht või teist õngeritva, tuleb samaaegselt valida selle juurde rull. Kerge õngeridva juurde ei tohi panna rasket rulli (millel on raske ja inertne pool). Universaalseks peetakse rulli, millel kerge pöörlemise juures on väikese inertsusega pool, nagu näiteks multiplikaator-rulli puhul. Rulli õngeridva otsa asetamine toimub nii, et kõigi spinninguvahendite raskuspunkt oleks paigutatud õigesti. Rulli kinnitamise koht peab võimalikult kokku langema raskuspunktiga. Paremaks ühekäespinningu ridva jaoks on rulli niisugune asend, kus raskuspunkt asetseb 2—3 cm rullist eespool. Kahekäespinningu puhul ei esitata rulli asukohale kõigi teiste vahendite raskuspunkti suhtes tavaliselt nii rangeid nõudeid — tasakaalu puudumine ei ole sel juhul nii oluline, kuna raskus jaguneb mõlemale käele.

Peale rulli kohandamise tuleb kindlasti õigesti leida sobiv õngetina ning landi ja spinningunööri kaal. Õngetina valitakse olenevalt landi kaalust, näiteks 4-grammilise landi korral aitab 20-grammilisest õngetinast. 6-grammilise landi jaoks on küllaldane 17-grammiline õngetina. Kui lant kaalub 7—8 g, siis peab õngetina kaaluma 15—17 g jne.

Kõige paremaks spinningunööriks peetakse 0,25—0,50 mm jämedust kaproonnööri.

Spinningu raskuspunkt määratakse tavaliselt kindlaks järgmiselt: seades rulli hoidjasse, asetatakse ritv vasaku käe nimetissõrmele ja liigutatakse ritva edasi kuni tasakaalustumiseni. Kaugeltki mitte kõik ostjad ei tunne spinningu kasutamise tehnikat. Sel juhul peab müüja demonstreerima spinningu käsitsemist.

Spinningu käsitsemise üksikasjalisemaks õppimiseks tuleb soovitada ostjal eelnevalt tutvuda selle küsimusega kirjanduse abil. Spinningu komplekteerimiseks tuleb ostjale anda nõu omandada komplekt lante.

Teiste kalastustarvete kasutamine ei tekita erilisi raskusi.

Müüja peab ise oskama, vajaduse korral aga selgitama ka ostjale, millal algab kevadine kalapüük; missugune kala võtab vastaval ajal kõige paremini.

Jalgrataste näitamine. Kui ostja valib jalgratta, peab müüja teadma, kes ning millistes tingimustes hakkab seda kasutama jne. Kindlasti tuleb meeles pidada, et jalgratas valitakse vastavalt jalgratturi kasvule. Müüja on kohustatud juhtima sellele ostja tähelepanu. Nii näiteks matkajalgratta puhul peab sadula ülemine osa olema jalgratturi vöökohast 10—15 cm madalamal. Sugugi väiksem tähtsus ei ole juhtraua kujul. Matkasõitudeks tuleb soovitada juhtrauda, mille otsad on pööratud ülespoole. Niisugune juhtraud ei väsita kestva sõidu puhul jalgratturit. Sportsõitudeks sobib rohkem selline juhtraud, mille otsad on painutatud ettepoole alla.

5. Kaasuvate kaupade soovitamine

Täielikul ostja teenindamisel on suur tähtsus müüja ettepanekul osta kaupade juurde kuuluvaid esemeid, mis on vajalikud kaupade õigeks hoidmiseks ja nende käsitsemiseks.

Soovitades uisutamistarbeid, ei tohi müüja piirduda ainult uiskude pakkumisega. Ta peab soovitama ka uisusaapaid ja nõu andma, kuidas uiske saabaste külge kinnitada.

Müües tenniserekетit, peab müüja soovitama ostjal osta ka reketikott ja -raam, märkides, et vihmaga võib keelestu märjaks saada ja selle tagajärjel puruneda. Reketi deformeerumise vältimiseks tuleb soovitada reketit kodus raami sees hoida.

Soovitades tarberiistu spinninguga kalapüügiks, peab müüja soovitama täielikku komplekti: õngeritva, õngetina, õngenööri, rulli, õngekonksu, lanti jne.

Jahisportlasele peab müüja andma nõu osta püssi juurde papphülsid ja metallkorgid, sütikud, abinõud sütikute kohaleasetamiseks, kalibreerimisrõngas, mõõt püssirohu ja haavlite jaoks, abinõu hülsside õgvendamiseks, kott püssi hoidmiseks jne.

Jahivarustuse hulka kuuluvaid esemeid tuleb alati näidata komplektina. Näiteks padrunitasku näitamisel tuleb näidata ja soovitada ostjale ka jahitaskut või võrku, jahinuga jne.

Müües fotoaparaati, tuleb soovitada ostjale samaaegselt ka vajalikke fototarbeid: vannid, kopeerimisraam, laboratooriumilamp ja komplekt vajalikke fotokemikaale (ilmutaja, kinnitaja, nõrgendaja, tugevdaja jt.).

Fotograafias algajale ostjale tuleb soovitada osta kuivi segusid ja kontsentreeritud lahuseid ilmutajaks, kinnitajaks jne., filtreid, kassette, lisaläätse ja samuti komplekti fototarbeid.

Jalgratta müümisel tuleb soovitada ostjale elektrilampi, kilomeetrilugejat jne.

Muusikariistade müümisel tuleb ostjale soovitada tagavarakeeli, mediaatorit, puhkpillide roogkeeli, kampolit, võtmeid, kaitsekotte jne.

Grammofoniplaatide müümisel on vaja soovitada ostjale gram-

mofoninõelu, ümbrikke ja albumeid plaatide jaoks, harja plaatide puhastamiseks, samuti nõelakarpi kasutatud nõelte hoidmiseks.

Koos pliiatsiga tuleb soovitada osta pliiatsiotsi, mis kaitsevad teritatud pliiatsite murdumist taskus, portfellis, ranitsas jne.

6. Kaubandustöötajate-nõvaatorite ja ratsionaliseerijate poolt välja töötatud spetsiaalsed vahendid kaupade näitamiseks

Nõukogude kaubanduse praktikas rakendatakse kaupade näitamisel ostjale palju spetsiaalseid tehnilisi seadiseid ja teisi vahendeid.

Nii näiteks kasutatakse raadiolampide kvaliteedi kontrollimiseks nende müümisel ostjale, samuti raadioüksikosade kontrollimiseks spetsiaalset seadist — testrit (joonis 79). Väikese kasti pealisplaadile monteeritakse kõigi tarvitatavate raadiolampide tüüpidele vastavad pesad, samuti suure sisetakistusega elektrimõõteriist (tavaliselt mikroampermeeter). Kasti sisse paigutatakse vahelduvvoolu-alaldaja, mis on määratud testri toitmiseks. Raadiolambi kontrollimisel paigutatakse see testri ühte pesasse (olenevalt lambi tüübist) ja ühendatakse lülitite abil toitesüsteemiga (testri mõõteriistaga).

Testri puuduseks on tema konstruktsiooni keerulisus ja kallidus, mis ei võimalda teda kasutusele võtta väikestes kauplustes.

Raadiolampide kontrollimiseks on inseneri ja leiutaja Gurski poolt konstrueeritud uus tüüp, mis need puudused kõrvaldab, võimaldades kiiresti kindlaks teha raadiolampide korrasolekut. See seadis kujutab endast plastmassist karpi, selle ülemisel kaanel on kolmteist lambipesa, millest kümme on tavaliste ja kolm sõrmlampide jaoks.

Iga pesa juures on number, mille abil mõõteriista juurde kuuluva tabeli järgi määratakse kindlaks pesa, kuhu tuleb asetada kontrollitav lamp. Seadise peal on spetsiaalne numbrite ja osutiga skaala (voltmeetri tüüpi), mis näitab raadiolambi tööd. Lambi kõlblikkus selgub eriliselt tabelilt seadise näitajate põhjal.

Seadist toidetakse vahelduvvooluvõrgust pingega 220/127/110 volti. Ümberlülitamine vajalikule pingele toimub juhtme lülitamise teel vastava kruvi alla pealisplaadil. Kruvid on värvitud erinevate värvidega: punane — 220 volti, valge — 127 volti ning mutriga, värvimata kruvi — 110 volti.

Täiesti korras lambid annavad proovimisel tabelinäitajatest kõrgemad näitajad. Lampide proovimisel, milledes esineb elektroodide vahel katkestus, osut üldse ei liigu.

Lampide, millel on nõrk emissioon, näitajad annavad seadise tabeli näitajaist madalamad kõrvalekaldumised.

Kahe süsteemiga lampide proovimisel toimub pinge ümber-

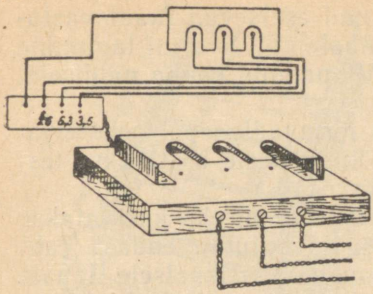


Joonis 79. Tester raadiolampide kontrollimiseks

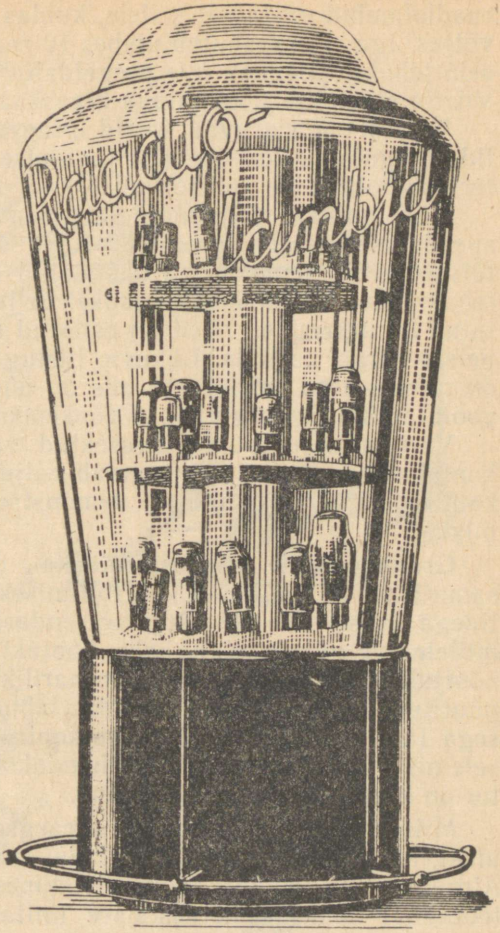
lülitamine teise süsteemi anoodile nupu abil, mis on asetatud seadise alumise osa keskele.

Raadiolampide proovimisel, millel on elektrood väljaspool, kasutatakse seadise esiküljel asuvat juhet, mille otsas olev kübar asetatakse sellele elektroodile.

Raadiotarvete osakonnas müüakse ka raadiovastuvõtjate skaalalampe mitmesugusele pingele: 3,5, 6,3 ja 2,6 volti. Nende lampide demonstreerimisel ostjatele kasutatakse seadist, millel on järgmine ehitus (joonis 80): väikesele puust alusele on monteeritud kolme väljalõikega alumiiniumplaat. Iga väljalõike alla on pandud kontakt. Plaadi juurde on viidud juhe patarei negatiivse



Joonis 80. Raadiovastuvõtja skaalalampide kontrollimise aparaat



Joonis 81. Pöörlev letipealne vitriin raadiolampide näitamiseks

elemendi juurest; kontaktidega ühendatakse patarei positiivne element 3,5, 6,3 ja 2,6 volti. Lambid asetatakse pesadesse, kus nad proovimisel süttivad.

Raadiolampide näitamiseks on ehitatud ja kasutatakse pööratavat alust. See on tehtud suure raadiolambi kujuline, mille sisse on paigutatud kolm riiulit pesadega raadiolampide jaoks (joonis 81).

Aluse alla on kinnitatud suur metallrõngas, mille abil alus pöörleb oma telje ümber. Kogu ülemine osa on tehtud akrülaadist.

Niisugune alus võimaldab näidata korraga rohkem kui 40 raadiolampi.

Huvipakkuv on kombineeritud vitriinalus, mis on välja töötatud «ГУМ-i» ratsionaliseerija sm. A. Nogini poolt (joonis 82).

Vitriini sisse on tehtud riiulid pesadega, millesse torgatakse

raadiolambid vastavalt sellele, kuidas nad asetsevad raadiovastuvõtjas. Iga riiul mahutab umbes 10 raadiolampi. Vitriini tagumine sein tehakse peeglist, mis peegeldab väljapandud kauba näidiseid. Vitriin suletakse lukustatava klaaskaanega.

Vitriini taga asuvad kastid erineva formaadiga pakkematerjalide paigutamiseks. Ülemise tagumise kasti peale asetatakse tester raadiolampide kontrollimiseks.

Dünaamiliste valjuhääldajate demonstreerimiseks kasutatakse spetsiaalset seadist (joonis 83). See seadis kujutab endast kaht täisnurga all teineteisega ühendatud lauda. Vertikaalsele lauale tehakse ava valjuhääldaja jaoks. Selle laua tagaküljele on kinnitatud 3 nurkrauda. Need on esitatud nii, et valjuhääldajat oleks neisse kerge asetada. Liikuva liistuga horisontaalse laua külge on monteeritud 4 kontakti, mis on ühendatud juhtmetega elektrivoolu andmiseks ergutus- ja võnkepoolile.

Vertikaalsele lauale ülesseatud valjuhääldaja juurde viiakse kontaktidega liist. See kiirendab valjuhääldaja ühendamist nende kontaktidega ja võimaldab demonstreerida valjuhääldaja töötamist.

Grammofonide elektrimootorite demonstreerimisel ostjaile, samuti nende kvaliteedi kontrollimiseks laos, kasutatakse kontaktidega alust. See alus kujutab endast puust klotsi (joonis 84), millele on monteeritud kaks kontakti nende külge kinnitatud nöörjuhtmega. Juhtme otsas on harilik pistik. Klotsi keskpaika on puuritud auk mootori telje jaoks, läbimõõduga 20 mm ja sügavusega 15 mm. Mootori töötamise kontrollimiseks pannakse see alusele nii, et mootori kontaktid ühenduksid aluse omadega. Kui mootor on korras, hakkab ta töötama.

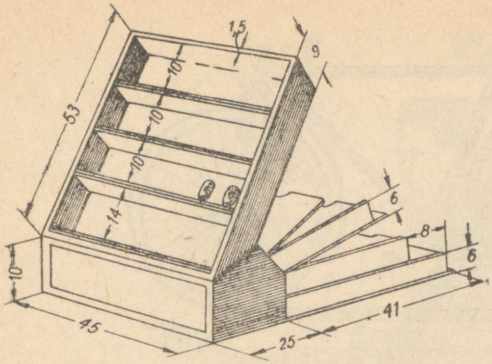
Mitme grammofonimootori üheaegseks näitamiseks kasutatakse alust, millele on võimalik asetada korraga kuni kuus mootorit. Alusel on iga mootori jaoks pistikupesa. Müüja näitab mootorite töötamist neid järjekorras sisse lülitades. See võimaldab ostjal paremini valida mootorit.

Märgatavalt kergendab müüja tööd seadis, mille abil võib kiiresti demonstreerida nii grammofoni kui ka radioola helipäid (adaptereid). Seadis on ehituselt väga lihtne (joonis 85).

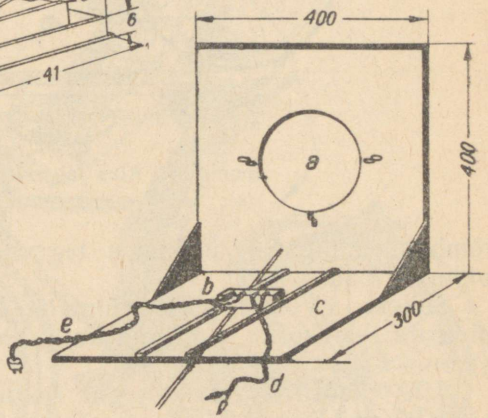
Tähelepanu väärib alus jalgratta sõidu demonstreerimiseks (joonis 86). See koosneb raskest metallkettast, mis moodustab aluse, šassiist, mis on paigaldatud kahele kuullaagrile, ning kahest jalgratta esikahvlist, mis on kinnitatud šassii otste külge. Kahvlitele paigutatakse jalgratas, mis toetub ratta telje väljaulatuvatele otstele.

Et seda alust oleks võimalik kasutada erinevat marki jalgrataste proovimiseks, millel rataste telgede kaugus on erinev, tehakse üks kahvlitest liikuv. See kahvel surutakse kinni spetsiaalse vedruga.

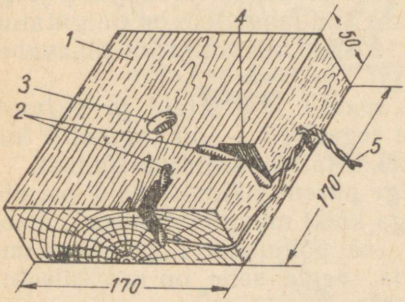
Niisugusel alusel võib demonstreerida ostjale rataste peale-



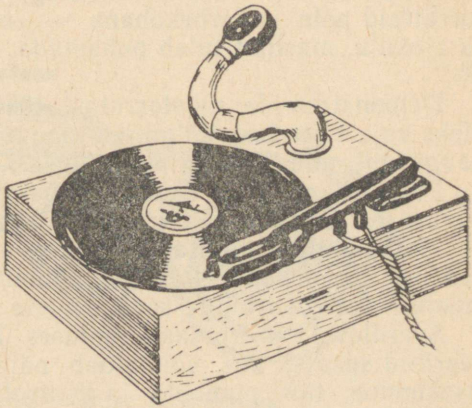
Joonis 82. Kombineeritud alus letil raadiolampide näitamiseks, testri ülesseadmiseks ja pakkimismaterjalide jaoks



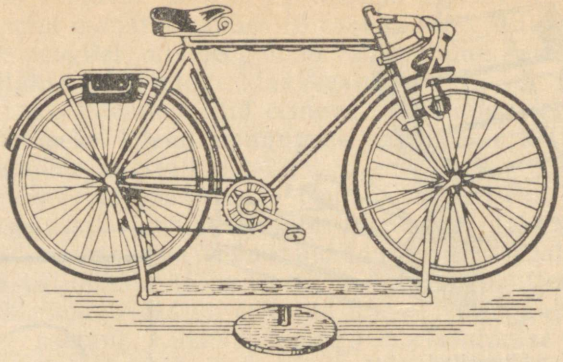
Joonis 83. Seadis dünaamiliste valjuhääldajate demonstreerimiseks



Joonis 84. Seadis grammofonide elektrimootorite demonstreerimiseks



Joonis 85. Seadis grammofoni helipeade kontrollimiseks



Joonis 86. Alus jalgratta näitamiseks

tõmbamise õigsust, ülekande tegevust, käikude vahetamist ja pidurite tööd.

Selleks et ostjal oleks võimalik kontrollida jalgratta käiku, pidurite seisukorda, juhtraua kuju, kasutatakse spetsiaalset alust (joonis 87).

Alus koosneb laudkattega raamist. Raami mõõtmed on 140×90 cm. Raami keskele seatakse üles kahvel proovitava jalgratta raami toetamiseks. Raami sisse kuullaagritele on paigutatud neli ühesuguse läbimõõduga võlli. Sisemised võllid on omavahel ühendatud lõputu lindiga (rihmaga).

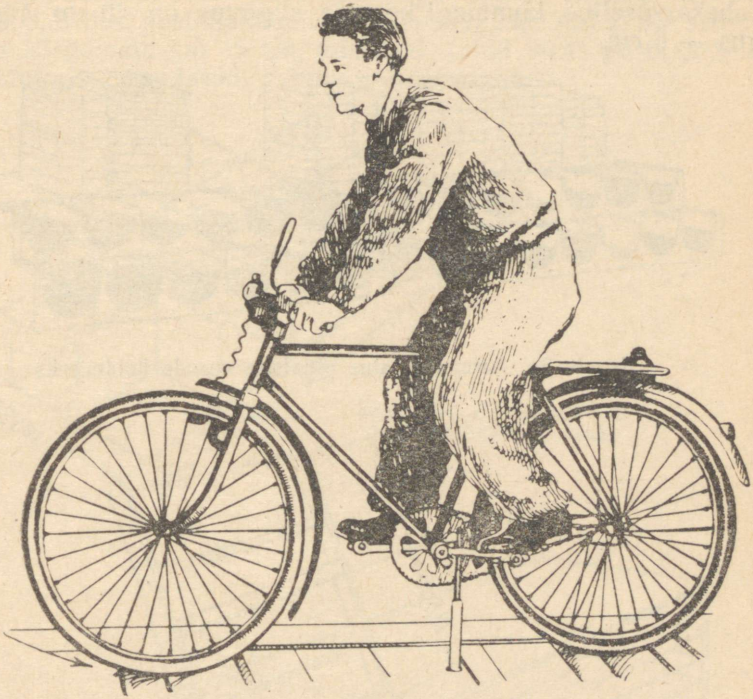
Ostja istub raami kahvlile üles seatud jalgrattale ja vajutab pedaalidele; jalgratas sõidab nagu tegelikult — nii tagumine kui esimene ratas pöörleb, kusjuures tekib täielik kujutlus sõidust.

Mootorrataste müümisel on kõige parem näidata neid ostjale töötamas. Kuid varustada bensiiniga kõiki müügile minevaid mootorrattaid pole otstarbekohane — see põhjustab liigse bensiini- ja ajakulu, masinat tuleb puhastada; peale selle on see tuleohtlik.

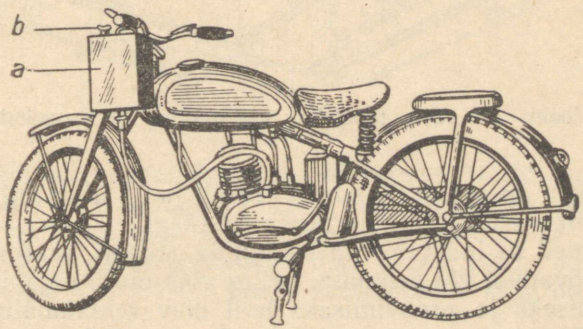
Demonstreerida mootorratast töötamas, ilma et selle paaki oleks vaja täita bensiiniga, on mugav kantava 3-liitrilise bensiinipaagi abil, mida kasutatakse edukalt reas kauplustes (joonis 88).

Paagi kaanele *a* tehakse bensiiniga täitmiseks keermetatud avaus, mis suletakse korgiga *b*. Paagi põhjas on kraaniga toruots, mille külge kinnitatakse paagist mootorratta karboraatorile bensiini andmiseks ettenähtud kummivoolik. Paak riputatakse mootorratta rooli külge spetsiaalsete konksudega.

Sverdlovski universaalkaupluses kasutatakse edukalt kombineeritud seadist, mis võimaldab näidata jalg- ja mootorrataste sisekumme, täis pumbata ja kontrollida jalg- ja võrkpalli ning täita õhuga kummipaati. Samal seadisel võib proovida ja kontrollida jalgratta dünamot ja laternat, samuti kontrollida mootor- ja jalgrataste laternate elektrilampe.

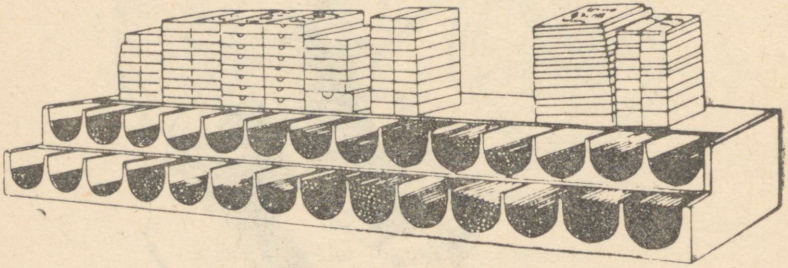


Joonis 87. Alus jalgrattasõidu demonstreerimiseks

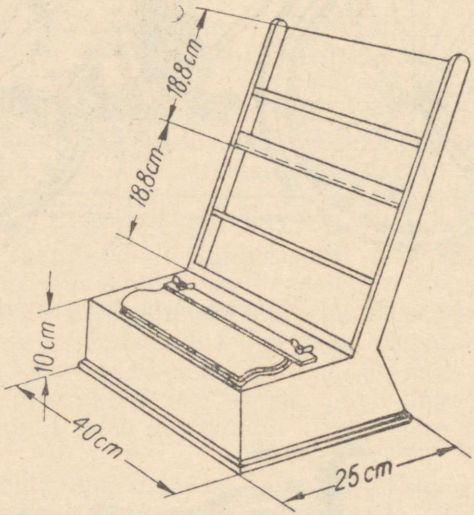


Joonis 88. Kantav bensiinipaak

Kaupluste sektsioonides kasutatakse töökohal pliiatsite töövaru paigutamiseks spetsiaalseid astmelisi aluseid pliiatsite varude hoidmiseks (joonis 89). Niisuguse aluse pikkus on 100 cm, alus on kahekorruseline, kummagi korruse sügavus on 40 cm, ääre kõrgus — 6 cm.



Joonis 89. Astmeline alus pliiatsite varude hoidmiseks

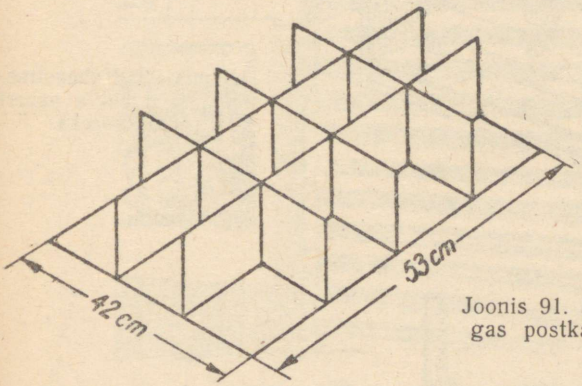


Joonis 90. Alus pliiatsite näitamiseks ja proovimiseks

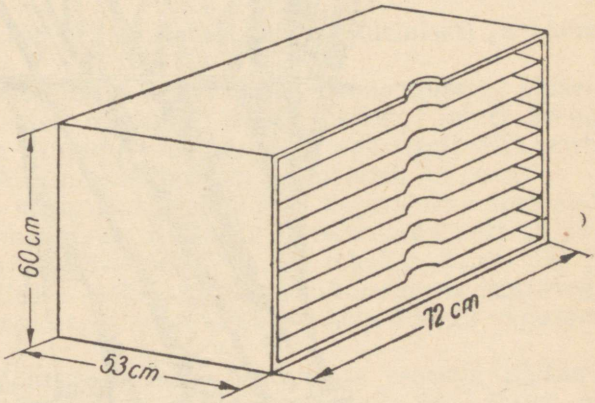
Kokku on alusel 30 lahtrit: 15 all ja 15 ülal, millesse pannakse pliiatsite varud liikide ja numbrite järgi.

Mõned ostjad tahavad veenduda pliiatsi kvaliteedis, proovida selle kõvadust või pehmust. Selles võib oluliselt abistada pliiatsite näitamiseks ja proovimiseks letil olev reklaamalus (joonis 90). Aluse ülemisse ossa paigutatakse kauba näidised, alla aga poogen paberit pliiatsite proovimiseks. Paberipoogen vajutatakse kinni akrulaadist plaatide ja tiibkruvidega, mis võimaldab paberit kiiresti vahetada.

Postkaartide müügi ratsionaliseerimiseks on tarvitusele võetud väljatõmmatavatesse letilaegastesse paigutatud restid, mis jaotavad laekad väiksemateks sahtliteks. Iga sahtel on ette nähtud kindlaksmääratud postkaartidele (joonis 91). Sahtleid ei ole soovitav teha kõrgemaid kui 15 cm, kuna sel juhul oleks postkaartide kättesaamine raskendatud.



Joonis 91. Sahtlitega laegas postkaartide jaoks

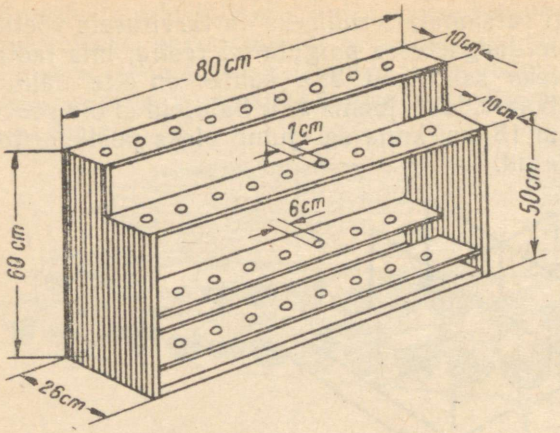


Joonis 92. Letipealne riiulistik suureformaadiliste paberipoognate jaoks

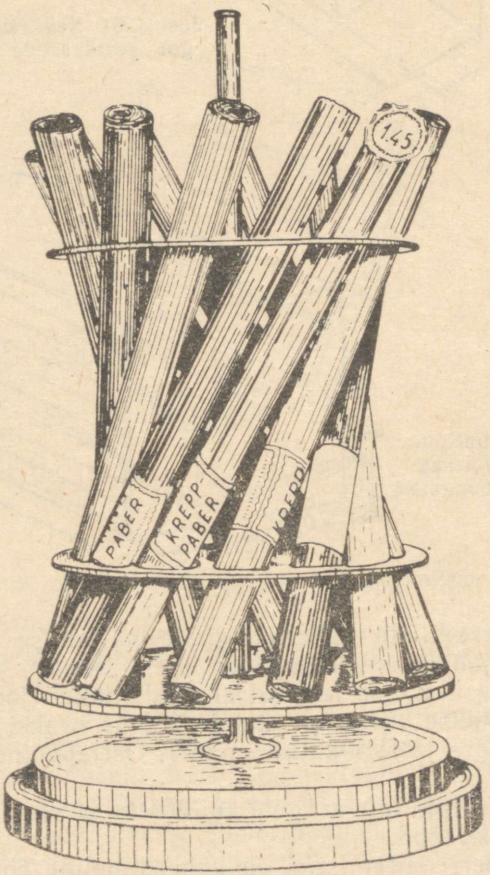
Suureformaadiliste paberipoognate näitamise hõlbustamiseks (joonestus-, joonistus-, lauapaber jne.), samuti nende paberite müümiseks kasutatakse letipealset riiulistikku (joonis 92). Selle sisemus jagatakse vineerist vahedega 9-ks osaks, kuhu paigutatakse eri liikides ja formaatides paber. Ostjapoolne külg on klaasist.

Riiulistik ei tohi olla kõrgem kui 60 cm, et see ei varjaks sisustust ega segaks tööd.

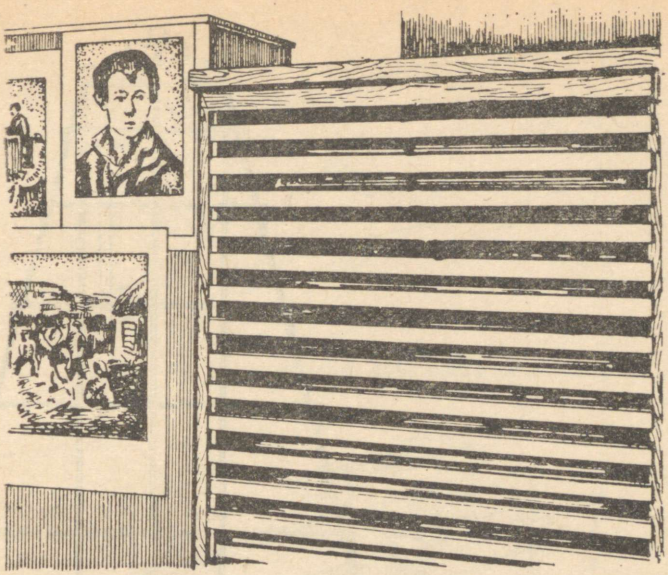
Rullis paberi näitamiseks on kaheastmeline riiul (joonis 93). Iga aste mahutab 12 paberirulli, mis asetatakse aukudesse. Et rull



Joonis 93. Kaheastmeline riiul rullis paberi näitamiseks



Joonis 94. Pöörlev alus krepp-paberi jaoks



Joonis 95. Väljatõmmatavate riiulitega kapp piltide jaoks

seisaks otse, pannakse ta läbi kahest august, ülemisest ja alumisest.

Krepp-paberi näitamiseks kasutatakse teistsuguseid aluseid (joonis 94). Sellel alusel on samuti kaks aukudega alust krepp-paberi rullide jaoks. Augud on tehtud nii, et paberirull võib seista kas otse või viltu. Alus on kuullaagritel ja pöörleb kergesti.

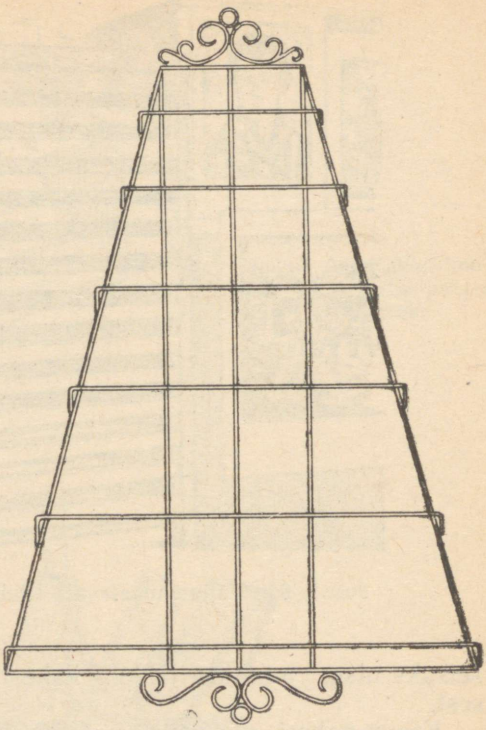
Trükitud piltide müügi kergendamiseks kasutatakse spetsiaalseid kappe väljatõmmatavate riiulitega piltide hoidmiseks ja paigutamiseks (joonis 95). Niisugune kapp tehakse 83 cm lai ja 53 cm sügav, et sellesse saaks paigutada mitmesuguse suurusega pilte. 170 cm kõrgusse kappi paigutatakse umbes 20—22 väljatõmmatavat riiulit.

Mitmesuguste albumite ja teiste suuremate esemete näitamiseks võib kasutada rippuvat metallraami (joonis 96). Raam on jaotatud paralleelselt paigutatud traatidega horisontaalselt viieks osaks, millest igaühel on rida ülespoole keeratud konkse. Nendele konksudele asetatakse albumite näidised.

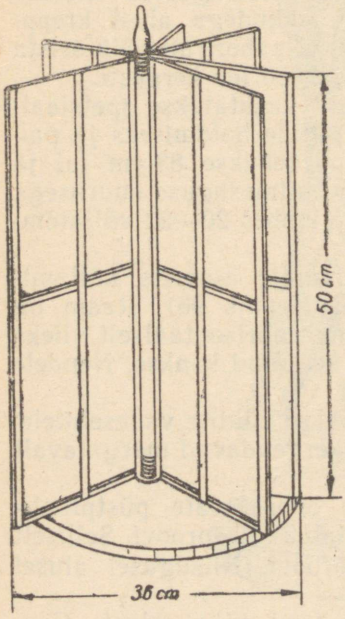
Niisugused näidistega raamid riputatakse riiulite vaheseintele, kappide ühenduskohtadele. Need raamid kergendavad märgatavalt kaupade näitamist.

Lõigete näitamiseks letil kasutatakse pööratavate püstplaatidega alust (joonis 97 *a*). Iga plaat mahutab 8 lõikeproovi. Selliselt võib alusele paigutada kokku 48 lõikeproovi. Niisugusel alusel on ostjatel lõikeid väga mugav vaadata.

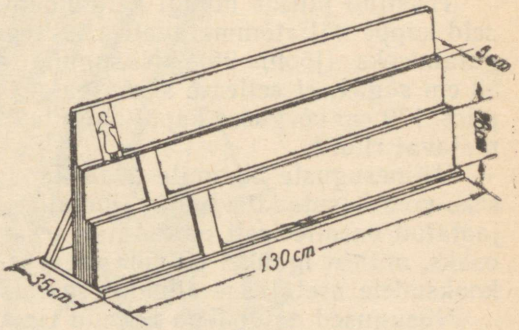
Lõigete näitamiseks kasutatakse ka teist tüüpi alust (joo-



Joonis 96. Rippuv metallraam albumite ja portfellide näitamiseks

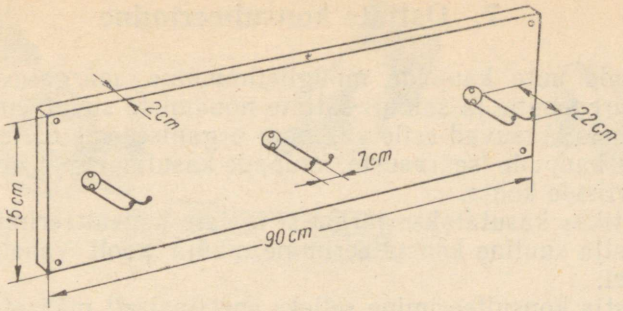


a

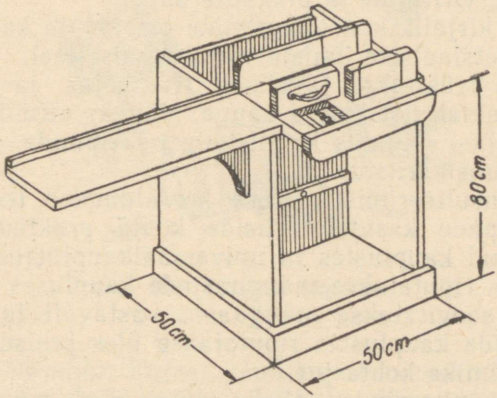


b

Joonis 97. Letipealne liikuv (*a*) ja astmestikuga (*b*) alus lõigete näitamiseks



Joonis 98. Toend reissiini hoidmiseks ja näitamiseks



Joonis 99. Pink liistude lõikamiseks

nis 97 *b*). See alus kujutab endast kapipealset astmestikku, mille astmetele asetatakse lõigete näidised. Niisugusele alusele võib asetada üheaegselt 36—48 lõigete näidist.

Reissiin-joonlaua näitamiseks kasutatakse kantseleikaupade osakonnas spetsiaalseid toendeid (joonis 98). Need on kinnitatud 15 cm laiusele ja 90 cm pikkusele lauale. Reissiini ülesriputamiseks on ka teisi abinõusid.

Sektsioonis, kus on müügil liiste, praktiseeritakse tavaliselt ka nende lõikamist raamide jaoks mitmesuguste mõõtude järgi vastavalt ostja soovile. Selleks et kergendada liistu lõikamist, kasutatakse spetsiaalset pinki (joonis 99). Selle ehitus on lihtne. Pingi keskel on liikuv plaat, mis liigub edasi-tagasi ja vajutab kinni pingile asetatud liistu, et see ei liiguks. Selleks et pingile kinnitatud liist ei ripuks, on pingi vasakule küljele tehtud tagasipööratav alus, millele toetub liist. Kui pinki ei kasutata, võib aluse alla lasta.

Pingi kasutamine on märgatavalt tõstnud liistu lõikamise kvaliteeti ja tunduvalt vähendanud jäätmeid.

7. Ostjate konsulteerimine

Paljude uute kaupade müügileilmumine, märgatav artiklite arvu suurenemine ja samuti ostjate nõudmiste suurenemine kvaliteedi suhtes kutsuvad esile vajaduse organiseerida ostjate konsulteerimist kaupade iseärasuste, kaupade kasutamise ja nende käsitsemise viiside kohta.

Praktikas kasutatakse järgmisi ostjate konsulteerimise vorme:

1) ostja suuline konsulteerimine müüja poolt vahetult kauba müümisel;

2) ostja konsulteerimine selleks spetsiaalselt määratud töötaja poolt;

3) ostja konsulteerimine kauba kasutamise selgitamiseks väljapanekute, vitriinide ja plakatite abil;

4) ostjate kirjalik konsulteerimine ostetavate kaupade kasutamise kohta spetsiaalsete juhiste väljaandmise teel.

Juhis, mis trükitakse tavaliselt trükikojas ja kujundatakse nägusalt, kirjeldab üht teatud kaupa. Näiteks «Kuidas valida lapsele mänguasja», «Kuidas kaunistada nääripuud», «Kuidas paremini hoida muusikariistu» jne.

Ostjate konsulteerimist näituse korraldamise teel, vitriine ja plakateid kaupade kasutamisviiside kohta praktiseeritakse tihti spetsialiseeritud kauplustes ja universaalkauplustes.

Nii näiteks riputatakse mänguasjade kaupluses üles plakatid, mille tekstis soovitatakse mänguasju vastavalt lapse eale; kirjutusmaterjalide kauplustes riputatakse üles juhised täitesulepea kasutamise tehnika kohta jne.

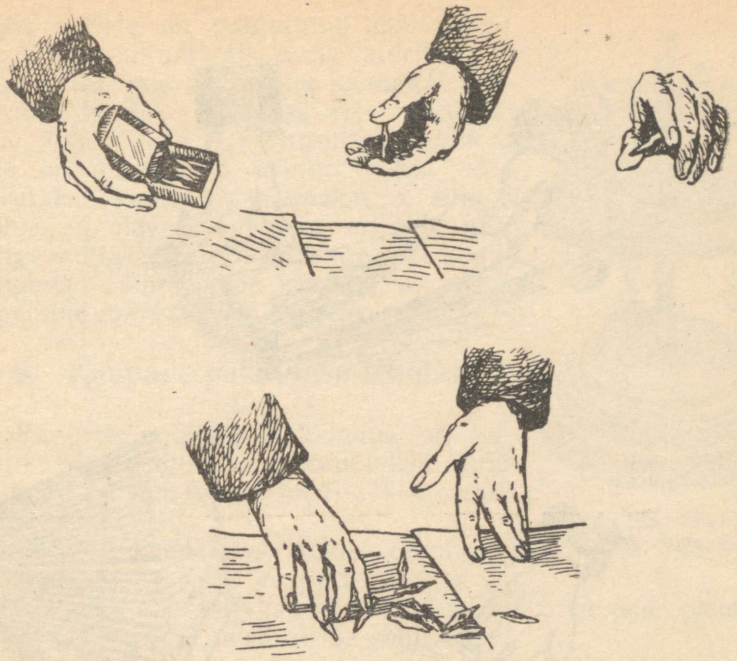
Ostjate konsulteerimist selleks spetsiaalselt määratud töötaja-spetsialisti poolt kasutatakse peamiselt mänguasjade kauplustes, raamatukauplustes ja fototarvete kauplustes.

Mõnedes suuremates kauplustes organiseeritakse spetsiaalsed lauad, kus tutvustatakse ostjatele fotoaparaatide kasutamist, fotografeerimise tehnikat, trükitehnikat ja ilmutamist.

Ostja konsulteerimise põhivormiks, mis on võimalik igas kaupluses, on tema suuline konsulteerimine kauba müümisel. Kultuurikaupade müügi eeskirjad nõuavad, et müüja mitte ainult ei aita ostjat kaupade valimisel, rääkides selle omadustest, vaid tutvustab ostjale ka kaupade käsitsemise viise ja nende eest hoolitsemist. Väga tihti pöörduvad ostjad ise müüja poole palvega, et müüja räägiks neile kaupade käsitsemisest.

8. Väikeste kaupade lugemise tehnika ratsionaliseerimine

Mõnes kultuurikaupade rühmas esineb väikseid kaupu, mida tavaliselt müüakse viie-, kümne- jne. kaupa. Niisuguste kaupade hulka kuuluvad eelkõige õpilaste suled, kirjutuspaber, kuullaagri



Joonis 100. Sülgede lugemine

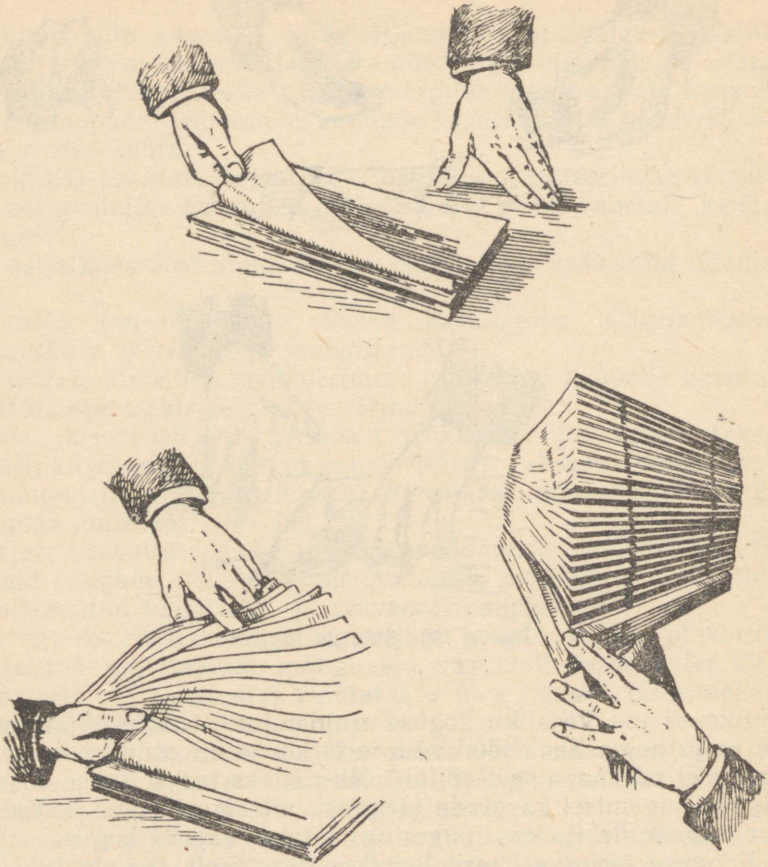
kuulikesed jne. Vajaliku koguse eraldamine nõuab müüjalt tavaliselt palju aega. Seda tööd võib mitu korda kiirendada, kasutades lugemisel ratsionaalseid võtteid. Nii näiteks soovitatakse kirjutussulgede lugemisel kasutada järgmist moodust: suled kallatakse karbist paberile (joonis 100) ning loetakse vajalik kogus.

Poognas kirjutuspaberit loetakse järgmiselt (joonis 101): osa kirjutuspaberi pakist pööratakse üles ja seejärel võetakse vajalik kogus paberit. Umbes samuti loetakse vajalik kogus vihikuid. Hoides vihikute pakki paremas käes, loetakse vasaku käega vajalik kogus, võttes sõrmedega kahe või viie vihiku kaupa.

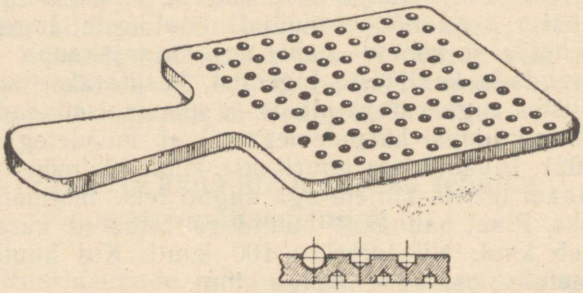
Eriti palju aega nõuab müüjalt kuulikeste lugemine, mida tavaliselt müüakse kümne-, vahel aga ka sajakaupa.

Et kiirendada kuulikeste lugemist, kasutatakse spetsialiseeritud kauplustes augukestega plaate ja spetsiaalset seadist. Valmistatakse alumiiniumist käepidemega plaat mõõdetega 10×10 cm (joonis 102). Plaadi sisse puuritakse kuuli läbimõõdule vastavad augud, plaadi teisele küljele aga augud teise läbimõõduga kuulikeste jaoks. Plaat pannakse kuulidega täidetud kasti ja igasse auku läheb kuul. Nii loetakse 100 kuuli. Kui kuule on tarvis vähem, kaetakse osa auke papiga kinni.

Kuulikeste lugemise seadis on ehitatud järgmiselt (joonis 103). Alusele on kinnitatud telg. Sellel liiguvad vabalt kaks ketast,

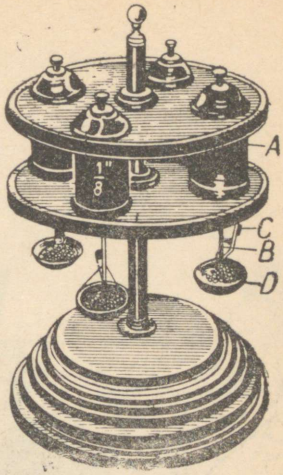


Joonis 101. Kirjutuspaberi ja vihikute lugemine



Joonis 102. Plaat kuulikeste lugemiseks

mille vahele on paigutatud neli silindrit A. Iga silindri all asub taldrikuke B. Silindrites, mis on kaetud kaanega, puistatakse kuulid — igasse eri suurusega ($^1/_8$, $^5/_{32}$, $^7/_{32}$ ja $^1/_4$). Surudes kangile C, mis on paigutatud silindri põhja alla, surutakse kuulid D kümnekaupa silindri põhja all olevast avausest välja ja need langevad taldrikule. Tänu sellele, et kuulid langevad kümnekaupa korraga, on nende lugemine märgatavalt kergem.



Joonis 103. Seadis kuulikeste lugemiseks

9. Kaupade pakkimise tehnika

Kaupade hoolikas pakkimine on kultuurse kaubanduse üks põhinõudeid. Müüja peab oskama kaupa hästi kokku panna ja pakkida.

Ostetud kaup tuleb kokku panna ja pakkida nii, et ostja kaupa koju viies või vedades seda ei muljuks ega purustaks. Pakk ise peab olema mõõdetelt sobiv ja tal peab olema sobiv kuju.

Iga kauba pakkimise tehnika on erinev. Kõige keerulisem on mänguasjade, eriti aga muusikariistade pakkimise tehnika.

Mänguasjade pakkimise tehnika. Kõige lihtsam on nelinurksete mänguasjade ja mängude pakkimise tehnika. Kuidas pakitakse niisuguseid esemeid, on näidatud joonisel 104.

Keerulisem on pakkida mänguasja «rong», mis koosneb tendriga vedurist ja ühest vagunist. Niisuguse mänguasja pakkimine karpi on näidatud joonisel 105.

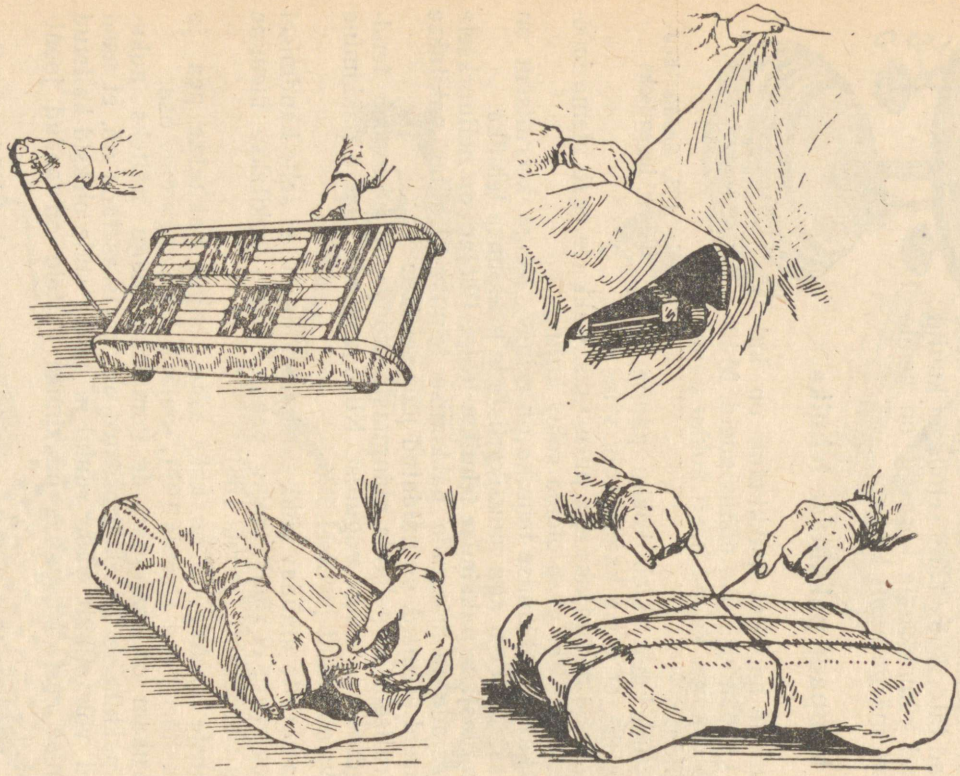
Ilma karbita müüdav nukk tuleb pakkida nii, et selle kandmisel ostja kogemata ei rikuks nuku pead. Selleks pakitakse ülemine kehaosa tihedamini (joonis 106).

Hobuste pakkimisel on kaks võtet: algul pakitakse pea ja kehast esimene osa (joonis 107), seejärel keha tagumine osa.

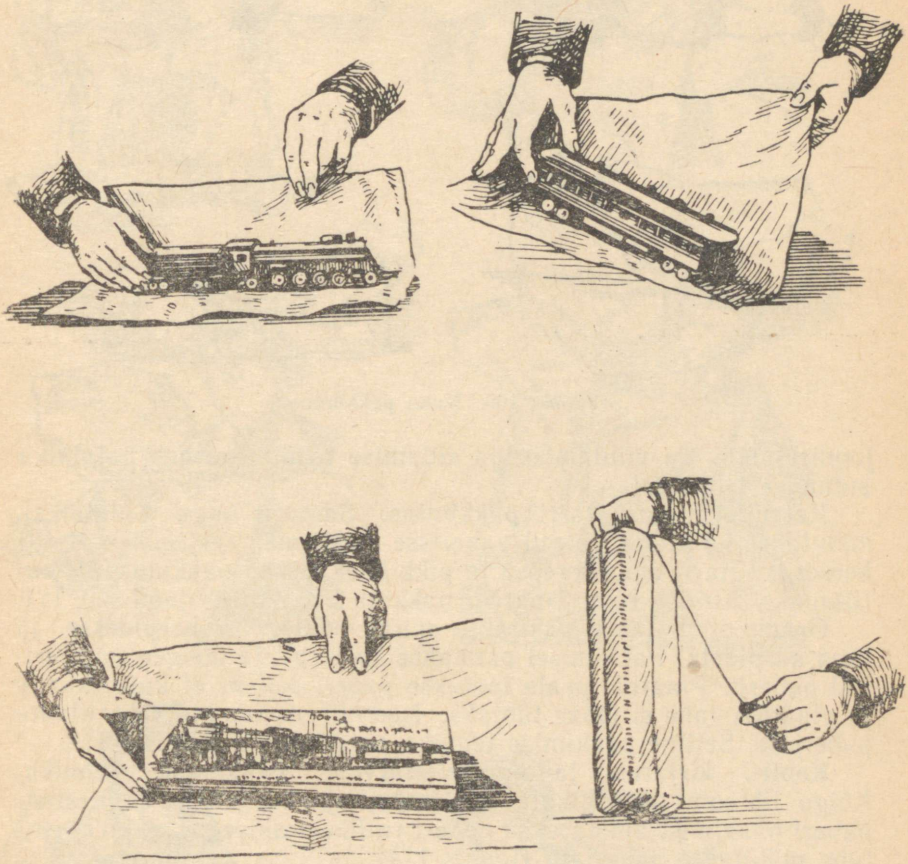
Keerukam on mänguasjade komplekti, nagu näiteks nukumööbli pakkimine. Üksikud esemed on tarvis asetada nii, et need võtaksid võimalikult vähe ruumi ja peale selle oleksid kaitstud murdumise eest. Niisuguse pakkimise näiteid on toodud joonisel 108.

Muusikariistade pakkimise tehnika. Peaaegu iga liiki muusikariistad nõuavad erinevat pakkimist. Näiteks balalaikat pakitakse kahes järgus (joonis 109). Algul pakitakse balalaika kaelaosa pikergusse paberisse, seejärel pakitakse suurde paberipoognasse ka keelpilli kereosa.

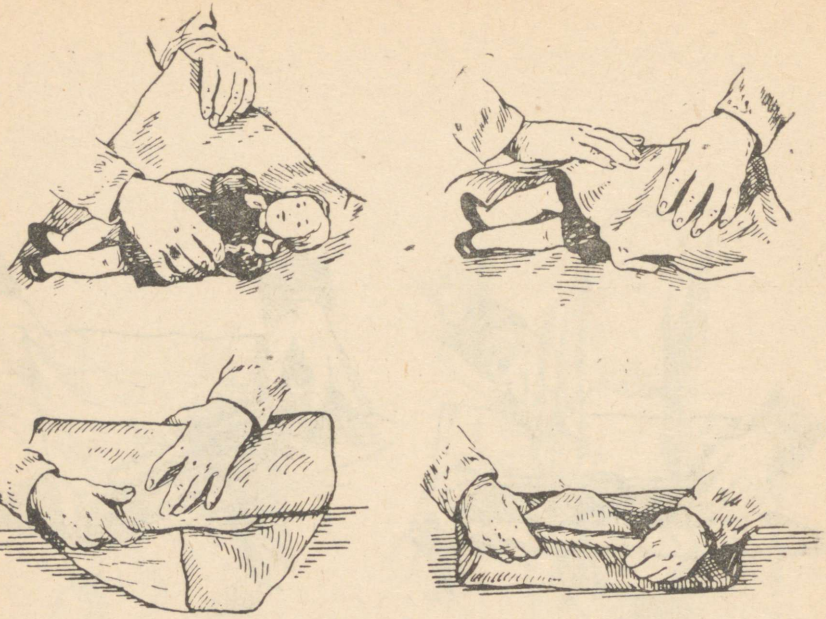
Hoopis teisiti pakitakse viiulit. Pakkimiseks võetakse suur poogen paberit ja viiul pakitakse sellesse nii, nagu on näidatud



Joonis 104. Laste puust vankri pakkimine



Joonis 105. «Rongi» pakkimine



Joonis 106. Nuku pakkimine

joonisel 110. Ka viiuli nööriga sidumise tehnika erineb balalaika sidumise tehnikast.

Keerulisem on kitarri pakkimine. Samuti nagu balalaikal, mähitakse ka kitarril algul paberisse kaelaosa, seejärel keelpilli kereosa. Kitarri suur kereosa ja pikk kael teevad pakkimise keerulisemaks. Kuidas kitarri parem pakkida on, nähtub jooniselt 111.

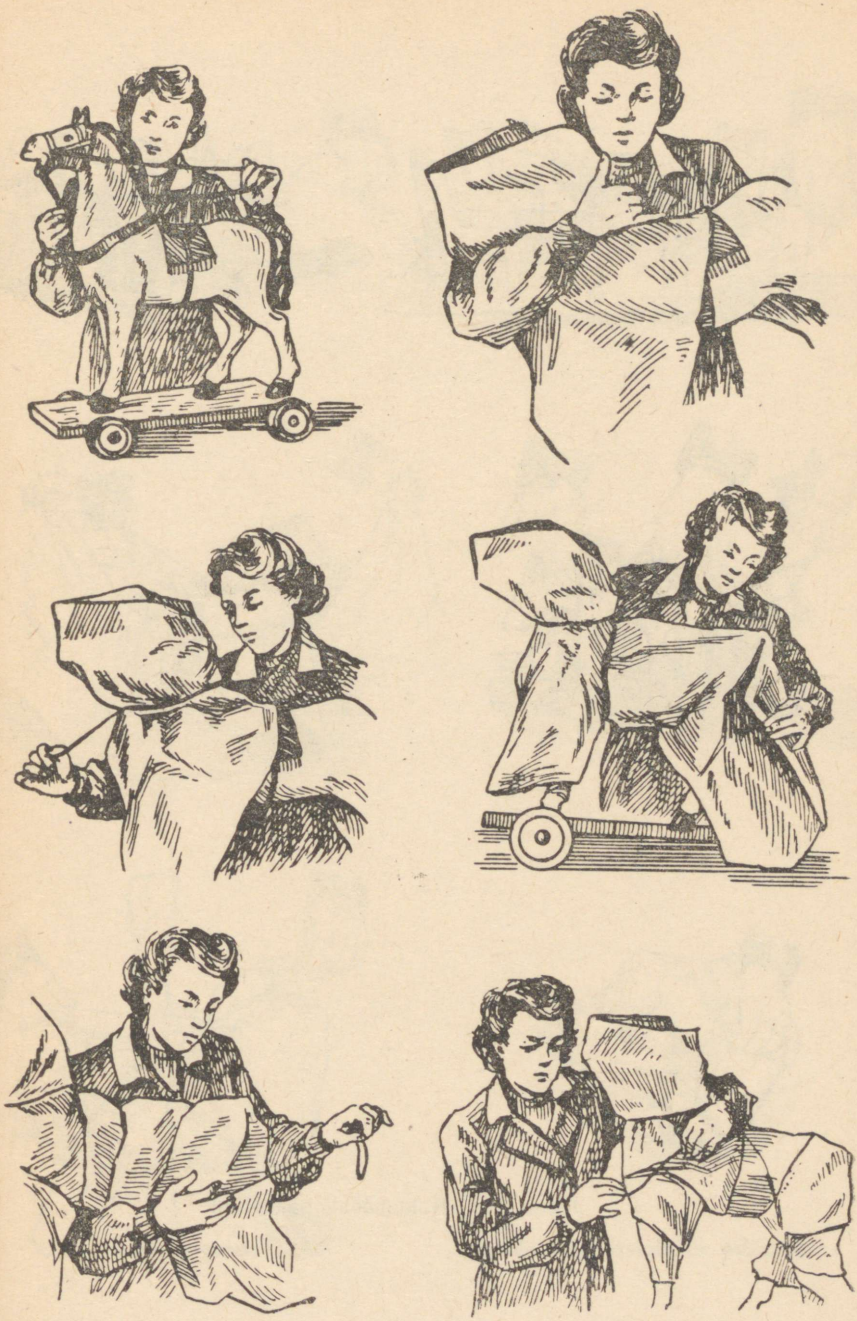
Grammofoniplaate pakitakse mitut moodi — karpidesse ja ilma karpideta. Pakkimisel pannakse karbi põhja poogen gofreeritud paberit. Plaatide peale laotakse paber, selleks et karbi kaane ja plaatide vahe ei jääks tühjaks. Keerulisem on pakkida plaate paberisse. Selline pakkimise tehnika on näidatud joonisel 112.

Kooli-, kirjutus- ja kantseleitarvete pakkimise tehnika. Kõige lihtsam on vihikute pakkimine (joonis 113). Joonestuspaberi pakkimist alustatakse paberi rullikeeramisega, seejärel rull juba mähitakse paberisse (joonis 114).

Reissiini pakkimine jaguneb samuti kahte ossa. Algul pakitakse reissiini ülemine osa, seejärel teise poognasse ülejäänud osa (joonis 115).

Ühe ja sama kujuga esemete pakkimise tehnika muutub olenevalt nende paksusest (joonised 116 ja 117).

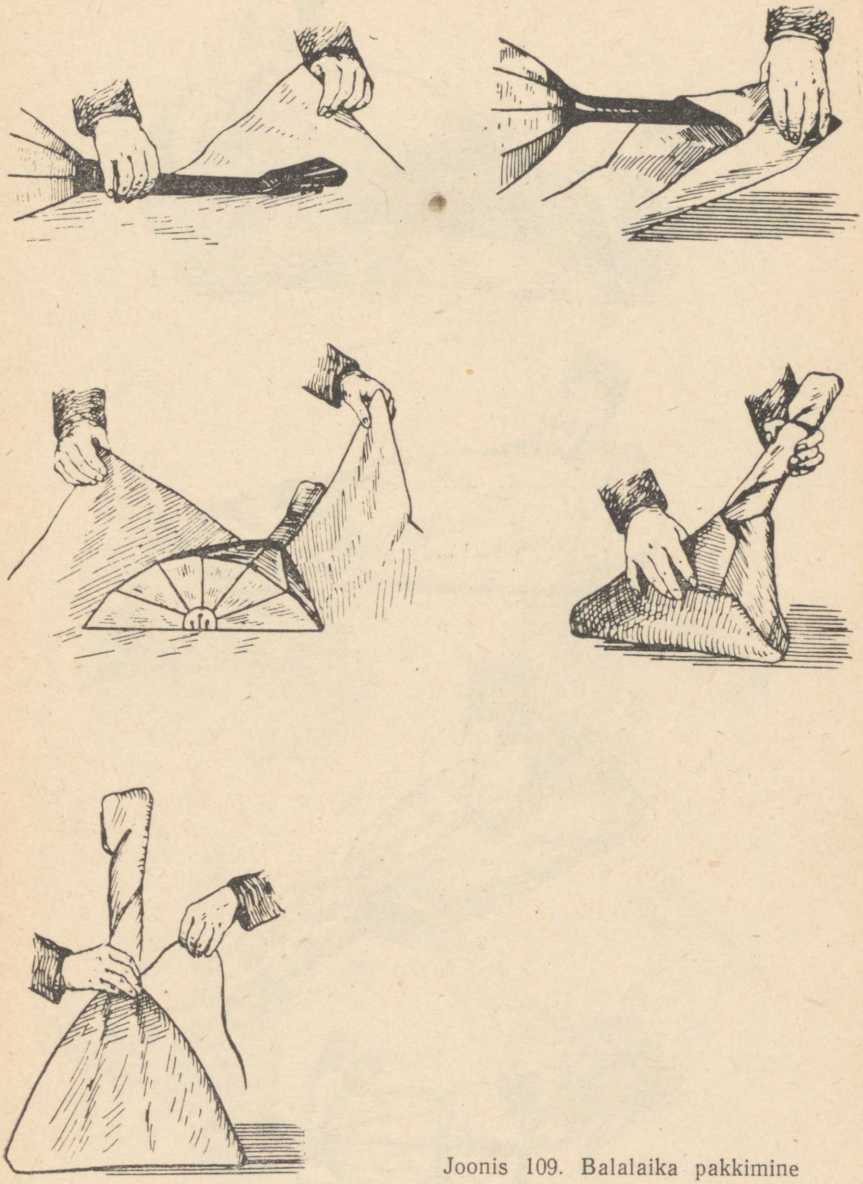
Keerulisem on kirjutuslauagarnituuri pakkimise tehnika. Siin pakitakse algul iga ese eraldi (joonis 118). Seejärel pannakse üksikud kirjutuslauagarnituuri juurde kuuluvad pakitud esemed kokku ja mähitakse paberisse.



Joonis 107. Mänguhobuse pakkimine



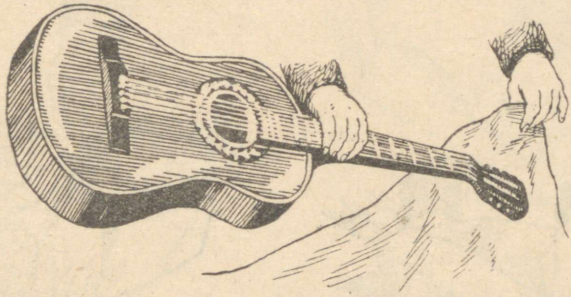
Joonis 108. Nukumööbli pakkimine

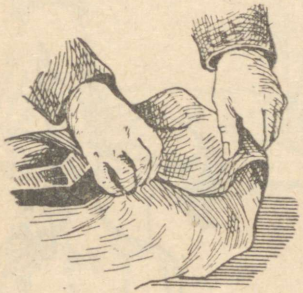


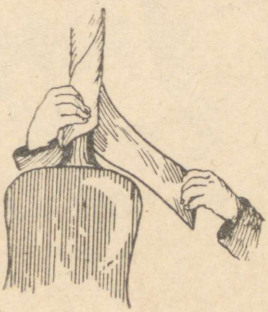
Joonis 109. Balalaika pakkimine

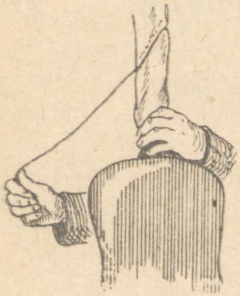


Joonis 110. Viiuli pakkimine







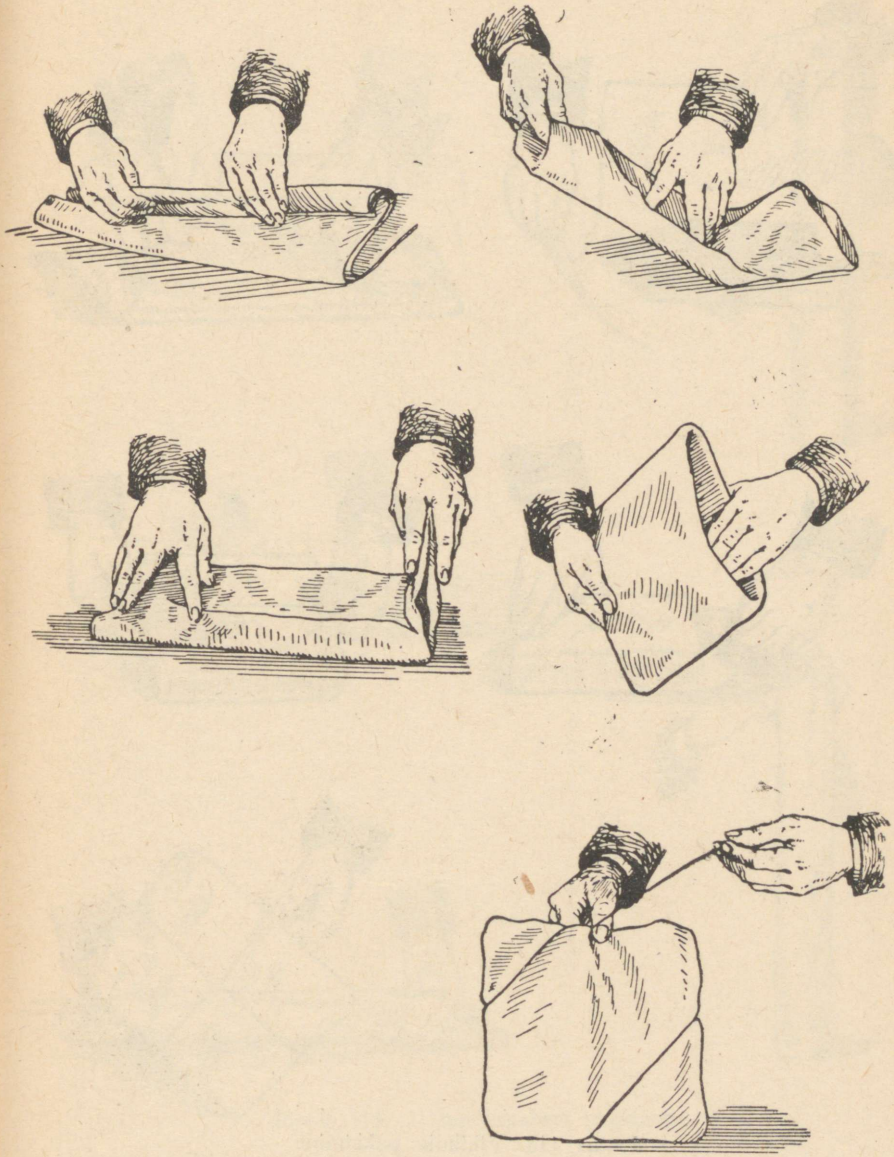




Joonis 111. Kitarri pakkimine (algus)



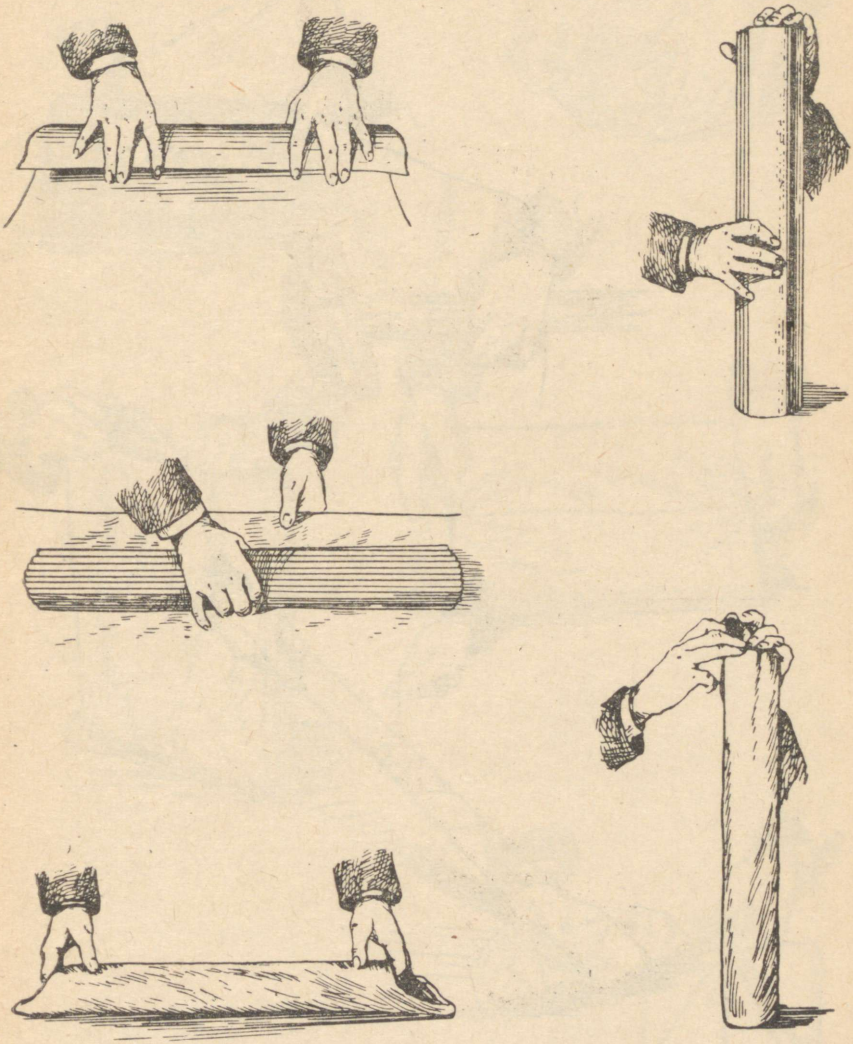
Joonis 111. Kitarri pakkimine (lõpp)



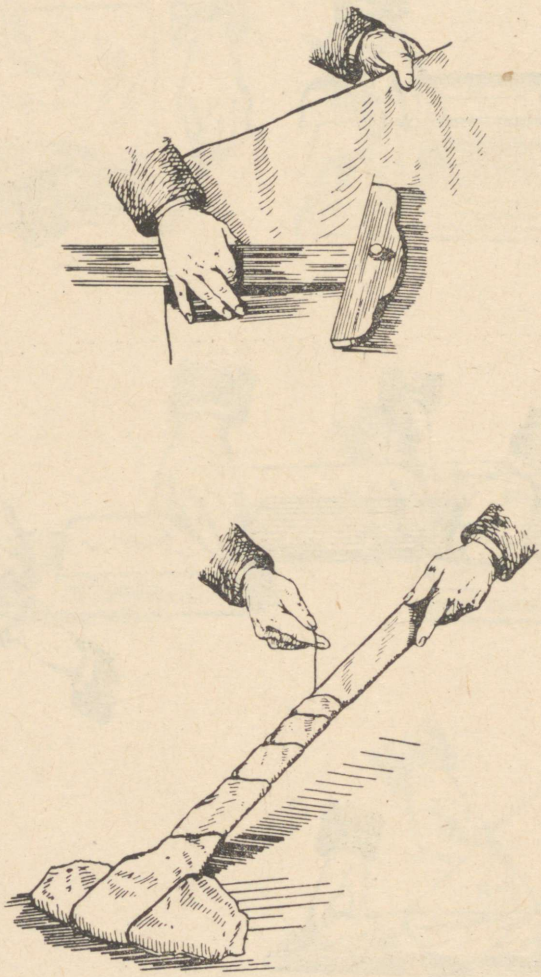
Joonis 112. Grammofoniplaatide paberisse pakkimine



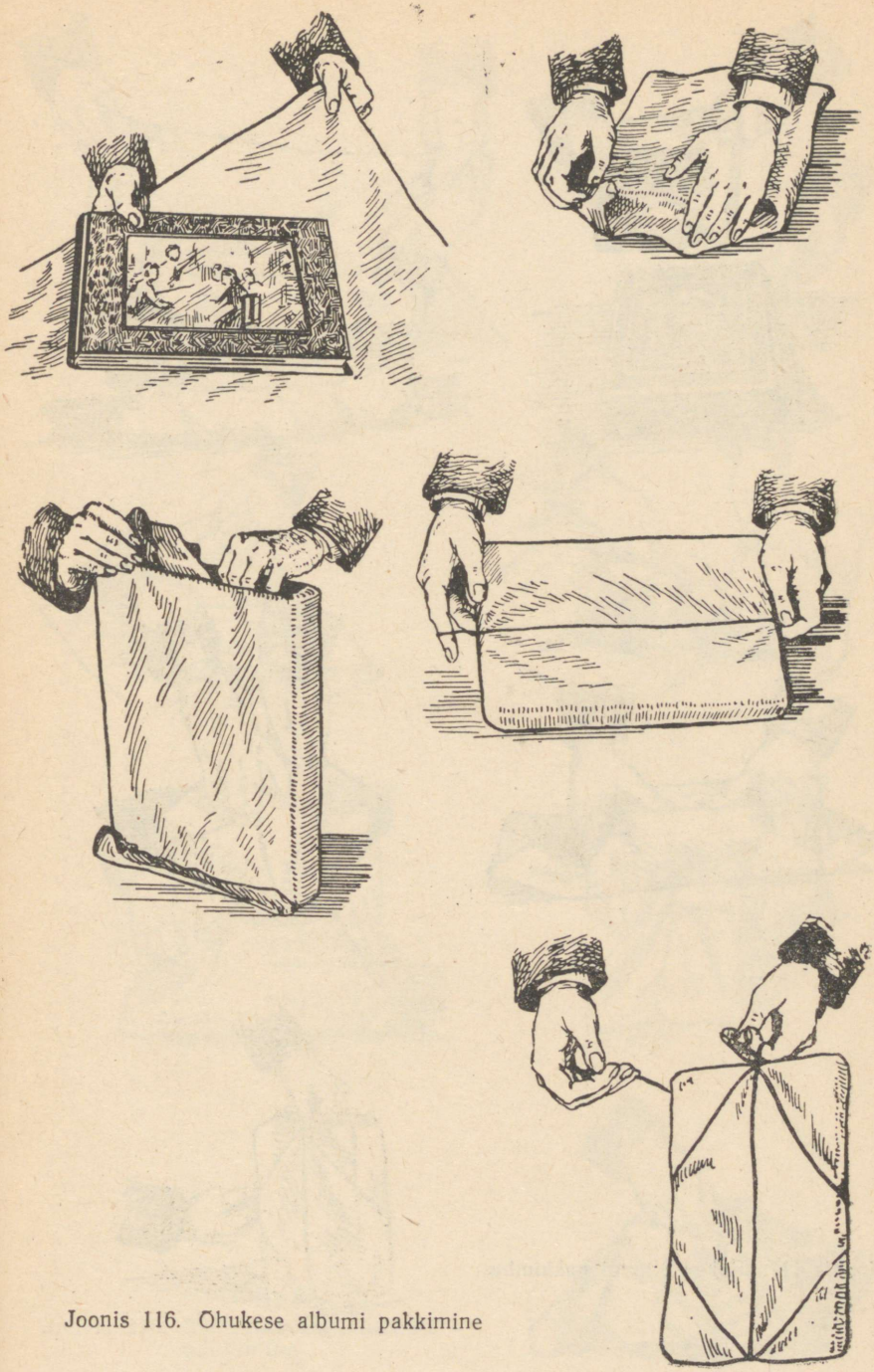
Joonis 113. Vihikute pakkimine



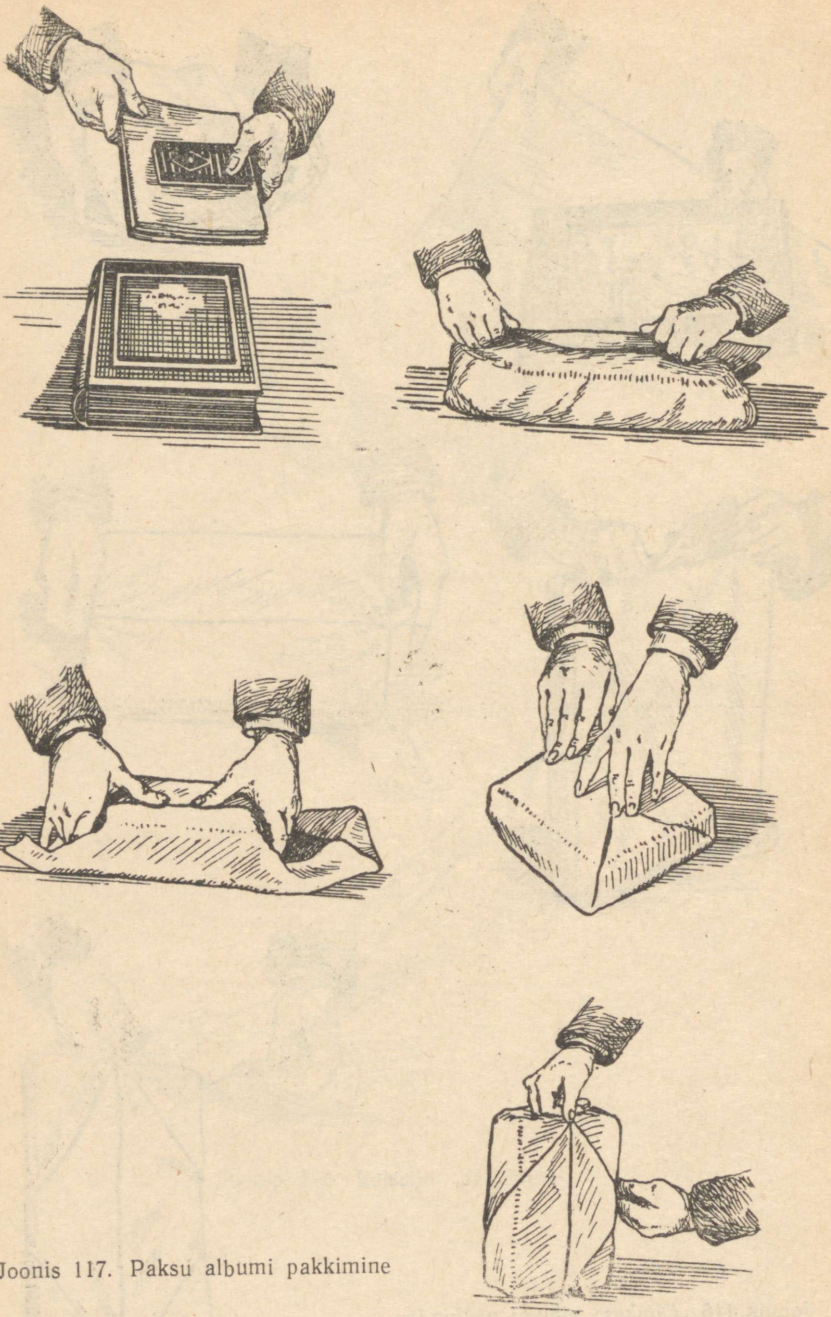
Joonis 114. Joonestuspaberi pakkimine



Joonis 115. Reissiini pakkiminę



Joonis 116. Õhukese albumi pakkimine



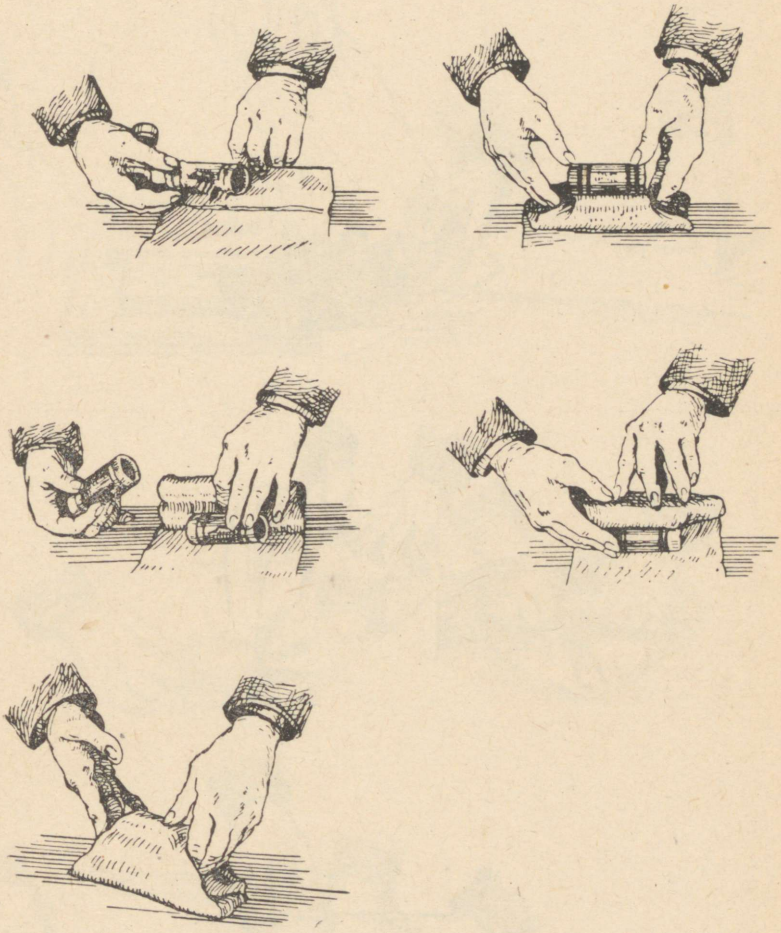
Joonis 117. Paksu albumi pakkimine



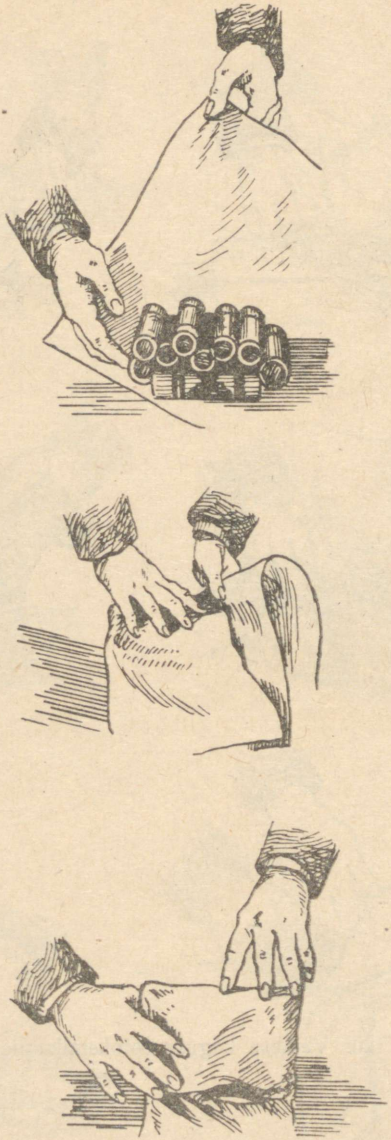
Joonis 118. Kirjutuslauagarnituuri pakkimine



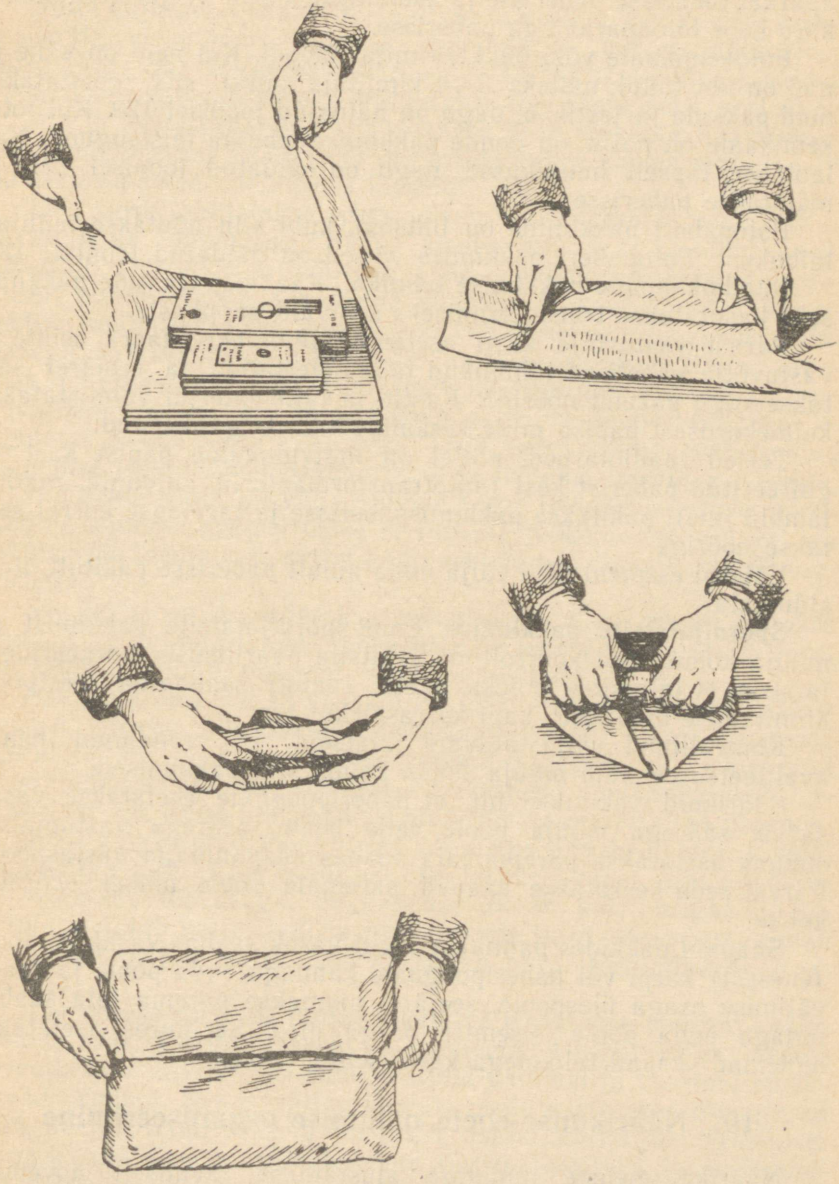
Joonis 119. Fotoaparaadi pakkimine



Joonis 120. Väikese koguse fotokemikaalide pakkimine



Joonis 121. Suure koguse foto-kemikaalide pakkimine



Joonis 122. Fotopaberi pakkimine

Fotokaupade pakkimise tehnika. Kuidas pakitakse fotoaparaati, mis on vabrikus pakitud pappkarpi, on näidatud joonisel 119. Nagu näeme, on fotoaparaadil kahekordne pakend. Algul pakitakse fotoaparaat õhukesse paberisse ja asetatakse karpi. Seejärel pakitakse karp koos fotoaparaadiga paberisse.

Fotokemikaale võib pakkida mitut moodi. Kui neid on vähe ja nad on üht tüüpi, näiteks 3—4 kinnitaja purki, siis soovitatakse neid pakkida järjestikku, nagu on näidatud joonisel 120. Kui fotokemikaale on palju, on nende pakkimise tehnika teistsugune. Nad laotakse täpselt hunnikusse, nagu on näidatud joonisel 121, ja mähitakse paberisse.

Fotopaberi pakkimine on lihtsam, kuid siin nõutakse müüjalt taibukust. Fotopaberi pakkimise võtted on näidatud joonisel 122.

Raadiokaupade pakkimise tehnika. Raadioaparaatide pakkimiseks kasutatakse transportimiseks sobivaid pappkaste.

Pärast vastuvõtja kasti asetamist täidetakse taara seinte ja vastuvõtja vahelised tühimikud täitematerjaliga ja seejärel seotakse kogu pakend nööriga. Kastid ja täitematerjal valmistatakse kolmekordsest papist, mille keskmine kiht on gofreeritud.

Teised raadiotarbed, millel on individuaalne papist kast või gofreeritud paberist kest (autotransformaatorid, antennid, raadiolambid jne.), pakitakse pakkimispaberisse ja tarviduse korral seotakse nööriga.

Väikesi esemeid võib välja anda ainult paberisse pakitult, ilma sidumata.

Spordijalatsite pakkimine. Enne spordijalatsite pakkimist on müüja kohustatud kontrollima jalatsite paarilisust, markeeringut ja seda, et jalatsites poleks naelu, samuti saapanina seestpoolt kinnitamise kvaliteeti, kapi korrasolekut jne.

Kontrollinud väljastatavaid jalatseid ja veendunud nende kvaliteetsuses, võib müüja asuda kauba sissepakkimisele.

Säärikuid pakitakse nii, et paberipoognale asetatakse vasak säärik säärega müüja poole, selle peale, säärega vastupidises suunas asetatakse parema jala saabas saapaninaga vastaspoole. Pärast seda keeratakse saapad paremale poole ümber pöörates kokku.

Saapaid pakkides pannakse algul vasak saabas vasakule poole (enesest) karpi või paberipoognale kannaga enda poole ja saapa välimise osaga ülespoole, seejärel pannakse parema jala saabas ninaga enda poole, sisemise osaga üles. Seejuures asetatakse mõlemad saapad taldadega karbi seinte poole.

10. Näärikuuse-ehete müümise organiseerimine

Näärikuuse-ehete müügiga alustatakse tavaliselt novembri lõpul — detsembri algul.

Paljud suured kauplused ja universaalkauplused korraldavad näärikuuse-ehete müümise perioodil näärilaatu. Olenevalt nääri-

laada ulatusest organiseeritakse suurtes kauplustes 15—20 töökohta, keskmistes 10—15 ja väikestes 4—8 töökohta näärikuuseehete müümiseks.

Mida kujutavad endast niisugused laadad ja kuidas neid organiseerida, kirjeldame Moskva Štšerbakovi universaalkaupluse järgi, kus on keskmise suurusega kultuurikaupade osakond. Näärilaada korraldamiseks eraldatakse iga aasta detsembri algul 12—15 m leti pikkusest, kuhu seatakse 6—8 töökohta näärikuuseehete müümiseks. Peale selle organiseeritakse samas müügisaalis näärikuuse-ehete müümiseks kioskid.

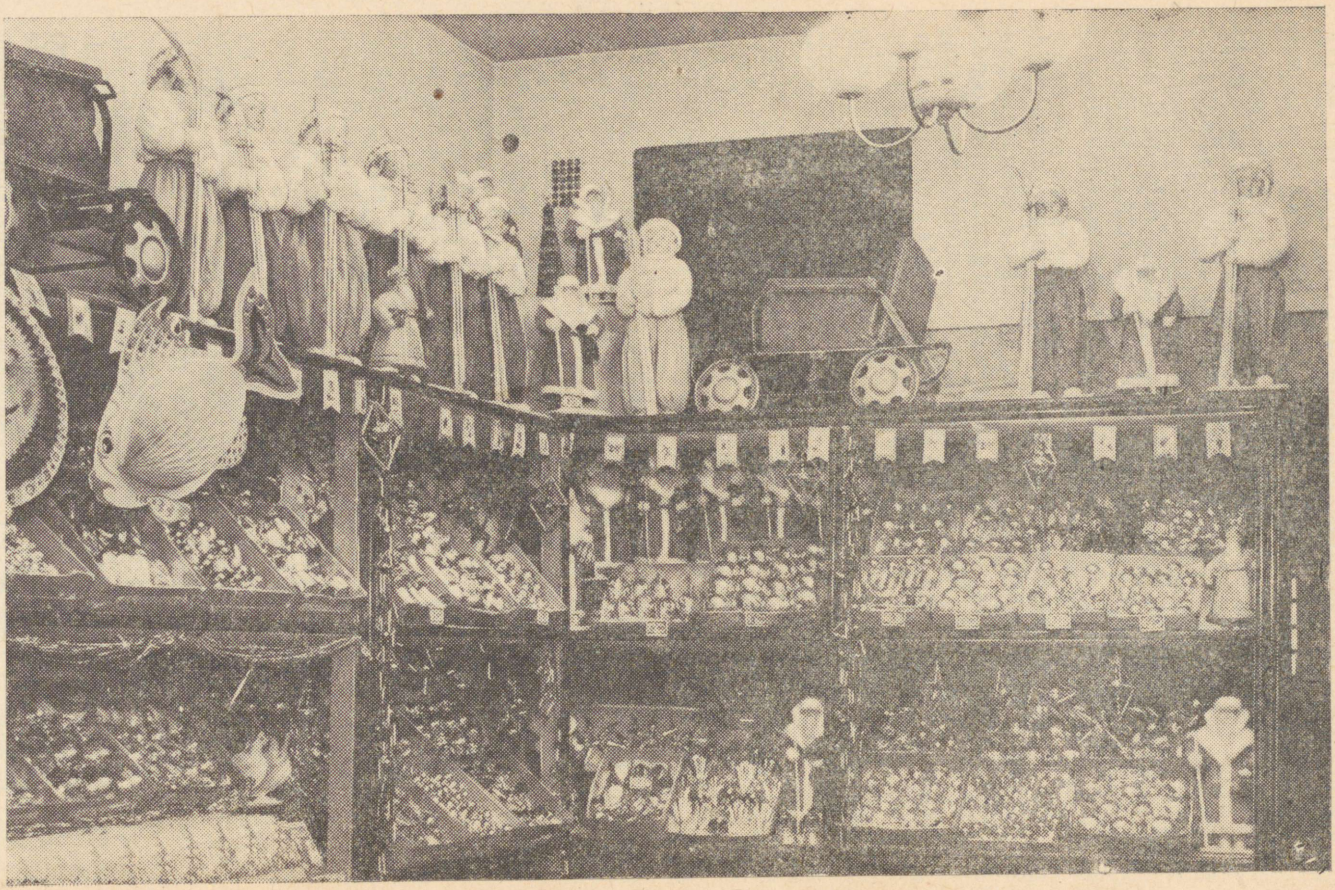
Üks kiosk eraldatakse spetsiaalselt elektrilampide komplektide ja vanikute müümiseks. Selles kioskis müüakse ka näärikuuseküünlaid, ehtekulda ja -hõbedat. Teine kiosk organiseeritakse peamiselt mitmesuguste hindadega näärikuuse kaunistamise komplektide müümiseks. Siin müüakse ka mitmesuguste suuruste ja hindadega näärivanasid. Kolmandas kioskis organiseeritakse tavaliste mänguasjade müük, kuid nende müük kujundatakse laste uueaasta-kingitustena. Kingitused komplekteeritakse mitmesugused — hinnaga 5—30 rubla. Vastavalt laste eale valitud mänguasjad pannakse tsellofaanist pakenditesse ja seotakse värvilise paelaga.

Põhisektsioonis on välja pandud kogu näärikuuse-ehete sortiment. Seejuures dubleeritakse sortimenti töökohtades nii, et iga müüja võib teenindada ostjat kõigi sektsioonis olevate näärikuuseehetega.

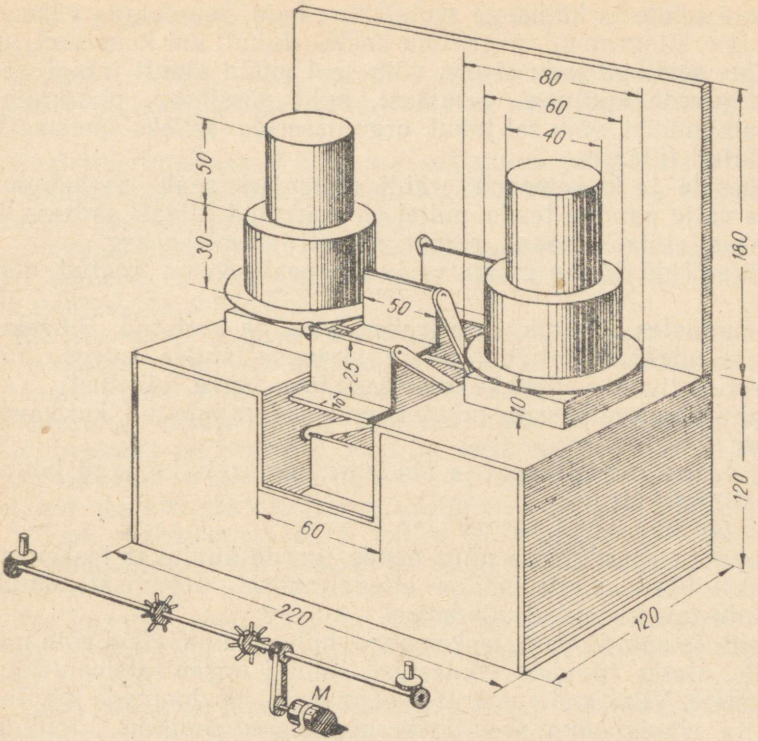
See sektsioon kujundatakse kunstiliselt. Kapi peale seatakse pannoo; keskel näärivana ümbritsetud rebastest ja jänestest; vasakul jänes-viiuldaja, paremal — jänes-reisimees.

Pannoost paremal ja vasakul on üles seatud väikesed näärikuused, mis on valgustatud elektrilambikestega. Kapi ülemised riiulid on ära võetud. Siia on pandud vanikud, mis koosnevad papist mänguasjadest: jänestest, tähekestest, elevandikestest, linnukestest jne. Kogu see kullatud ning läikiva materjaliga üle•puistatud ja valgustatud vanikutega kaunistus annab efektse, tähelepanuköitva pildi. Kapi alumises osas asuvad kahes reas pappkarbid kaupade töövaruga. Sektsioonis töötab kaks brigaadi. Iga müüja kirjutab välja tšeki ja pärast selle järgi maksmist annab ise kauba ostjale kätte. See kiirendab palju teenindamist (joonis 123).

Näärikuuse-ehete müügikoha keskele ehitatakse pöörlev vitriin (joonis 124). Vitriini keskele on monteeritud liikuv ratas, millele paigutatakse näärikuuse-ehted. Rattast paremal ja vasemal on liikuvad sambad. Nende väljaulatuvale osale asetatakse niisugused mänguasjad, nagu vedurid, lennukid, nukud, karud jne. Sammaste seinu kasutatakse näärikuuse-ehete ülesriputamiseks. Kogu seadeldis pöörleb elektrimootori abil. Pannoo taha on üles seatud vineertahvel, mis kujutab sinist taevast. Tahvlis on sisselõiked tähtede ja kuu jaoks. Tahvli taga on elektrilambid, mis annavad kujutluse taevast säravate tähtede ja kuuga. Kõike seda valgustatakse pro-



Joonis 123. Näärikuuse-ehete müümise sektsioon



Joonis 124. Keerlev vitriin näärikuuse-ehete näitamiseks

žektoritega, mis on ostja eest varjatud ja mille kiired mängivad kõigis vikerkaare värvides pöörlevatel näärikuuse-ehetel. Niisugune kujundus köidab ostjate, eriti aga laste tähelepanu.

11. Erieeskirjad jahipüsside ja laskemoona müümisel

Jahi- ja spordipüsse ning nende juurde kuuluvat laskemoona ja muid jahitarbeid müüakse linnades linna kaubandusosakonna loal, maal aga rajooni kaubandusosakonna loal.

Laskemoona müüvad kauplused peavad asuma ühekorruselistes majades, olema tulekindlate seinte ja lagedega ning ei tohi olla ühenduses teiste kõrvalruumidega.

Kui kauplus asub mitmekorruselises majas, võib laskemoona müüa ainult esimese korruse ruumides, millel on kapitaalsed tulekindlad seinad ja tugev tulekindel vahelagi, mis tagab kõrvalruumide ja -ehituste tuleohutuse. Müügiruum ei tohi olla ühendatud teiste ruumidega. Peale selle peab kaupluse juures olema tule-

kindlate seinte ja katusega spetsiaalne ladu, ruumalaga vähemalt 2 m^3 iga kilogrammi püssirohu kohta. Juhul, kui kauplusel tulekindlate seintega ladu ei ole, võib seal müüa ainult jahipüsse ja sinna juurde kuuluvat varustust, kuid püssirohu, padrunite ja sütikute müüki võib sel juhul organiseerida selleks spetsiaalselt sisustatud filiaalis.

Püsside ja laskemoona eraldi müümisel peab peakaupluses olema välja pandud teade, millel on märgitud filiaali aadress, kus müüakse jahilaskemoona, samuti filiaali lahtioleku aeg.

Põrand püssirohu müümise kohal peab olema kaetud mattidega.

Kauplustes, kus müüakse laskemoona, on keelatud: suitsetada, süüdata tuletikke ja tulemasinaid, siseneda lahtise tulega, hoida kergestisüttivaid vedelikke (naftasaadusi, lakke, piiritust).

Jahi- ja spordipüsside müük kauplustes on lubatud, kui kauplu-ses on:

a) lukustatavad kapid ja abi-laoruumid, mis tagavad jahipüsside allesolekut;

b) öövalve.

Jahi- ja spordipüsse ning nende juurde kuuluvat laskemoona müüakse üksikisikuile jahiloa ettenäitamisel, organisatsioonidele ja asutustele kirjalikul nõudmisel.

Jahi- ja spordipüsse, laskemoona, hülsse ja haavleid võib müüa kõigile, alates 16-ndast eluaastast, samuti organisatsioonidele ja asutustele. Viimastele — kaitse eesmärgil, röövloomade hävitamiseks ja elanikkonna seas laskespordi arendamiseks. Jahipüsse müüakse organisatsioonidele ja asutustele kindlaksmääratud korras sularahata arvelduse teel väikehulgimüügi limiidi piires.

Põhilistes jahipidamise rajoonides lubatakse müüa jahipüsse ja laskemoona isikutele, kes on saanud 14-aastaseks.

Püssirohu, laetud padrunite ja haavlite müüginormid ühele inimesele, organisatsioonile ja asutusele on kindlaks määratud järgmiselt: suitsuga püssirohi 500 g, suitsuta püssirohi 200 g, laetud padrunid 100 tükki, haavlid 3 kg.

Jahipüsside, jahilaskemoona ja püssirohu müümise eeskirjad saadetakse teadmiseks kõigile kaupluse töötajaile, kes tegelevad nende kaupade müümisega.

12. Mootorrataste müümise iseärasused

Mootorratta müügi vormistamisel annab müüja ostjale koos tehase passiga kassatšeki koopia ja õiendi, milles on näidatud ostja perekonna-, ees- ja isanimi, tema aadress, samuti mootorratta tüüp, mootori ja raami number. Õiendile kirjutab alla kaubandusorganisatsiooni juhataja ja õiend kinnitatakse pitseriga.

See õiend on aluseks rajooni autoinspektsioonilt mootorratta tehnilise passi ja numbri saamiseks.

Peale selle antakse ostjale juhend mootorratta eest hoolitsemise ja teenindamise kohta, komplekt tööriistu ja komplekt tagavaraosi.

Õiendi ja tehase passi saamise kohta annab ostja allkirja registreerimisraamatusse, kuhu kantakse kõik õiendil olevad andmed.

Registreerimisraamat hoitakse sektsiooni juhataja juures.

Mootorrataste müümisel tuleb tegelda ka mootori küttematerjalidega: bensiin, petrooleum, õli.

Ettevaatamatu ümberkäimine mootorikütuse ja määrdeainetega, hooletus mootori käivitamisel või selle töö kontrollimisel võib põhjustada tulekahju.

Bensiin aurab kergesti ka võrdlemisi madala temperatuuri juures ja õhuga segunedes muutub see aur plahvatusohtlikuks. Juba toatemperatuuril võib bensiiniaur plahvatada.

Tulekahju suhtes ei ole ohtlikud mitte ainult mootorrattad, mille paakides on bensiini, vaid ka need, mille paakides bensiin on aurustunud ja aur asub paagis. Sellepärast on kategooriliselt keelatud mootorratta paagi kontrollimisel kasutada tuletikke.

Hoopis ohtlikum on taara, milles on bensiiniauru. Sellepärast peab mootorrattaid nii laos kui ka müügisaalis hoidma ilma bensiinita.

Mootorratta valesti tankimisel võib mootori käivitamisel tagasilöögist karboraatoris või sädeme tõttu (rikutud isolatsiooni puhul) masin süttida.

Sama ohtlik on mootorit käivitada juhul, kui bensiin immitseb bensiinitorude või karboraatori ühenduskohtades läbi.

Mootorrataste kontrollimiseks peab olema eraldatud spetsiaalne koht. Kui seal on puupõrand, tuleb see katta tsemendiga, terasplekiga või metlahplaatidega, et bensiin või õli ei imbuks põrandasse.

Juhul, kui mootori käivitamisel süttib mootorratas põlema, tuleb kõigepealt sulgeda bensiinikraan, seejärel katta leek vildiga, riietega jne., või liivaga üle puistata.

Tulekahju vältimiseks on kategooriliselt keelatud suitsetamine mootorrataste lähedal ja kergestisüttivate materjalide hoiukohtades. Samuti on absoluutselt keelatud kasutada kauplustes keevituslampe, jätta koristamata bensiini ja õliga läbiimbunud puhastusmaterjalid, hoida kaupluses bensiini ja õli ning pesta bensiiniga käsi.

Enamasti saabuvad mootorrattad laadimata akudega. Tehastest saabunud mootorrataste kontrollimiseks peab kaupluses või baasis olema tingimata kaks-kolm laetut akut. Laetud akut on tarvis ka ostja nõudmisel mootorratta kontrollimiseks. Peale selle võib ostja nõuda mootorratast ostes koos sellega ka laetud akut.

13. Kultuurikaupade müügi organiseerimine ilma müüjata

Kaubanduspraktikas on levinud ilma müüjata müügi organiseerimise kaks vormi: müük näidiste järgi ja müük iseteenindamise põhimõttel.

Müüki näidiste järgi organiseeritakse järgmiselt.

Harilike lettide ja kappide asemel on müügisaali üles seatud klaasist kapp-vitriinid kaubanäidistega. Et ostjal oleks mugav orienteeruda, pannakse kaubanäidised välja kaubarühmade järgi. Nii näiteks «ГУМ-i» kantseleitarvete osakonnas, kus töötatakse ilma müüjata, on kaup kappides rühmitatud järgmiselt: I kapis — tint, tušš, tindipotid, pliiatsid, liim jne; II kapis — värvid, värvipliiatsid, suled, lekaalid, joonestustarbed; III ja IV — albumid, märkmikud jne.

Rida tarbeid, nagu fotoalbumid, üldvihikud jt., on asetatud lahtiselt keskmise suurusega vitriinidesse, kirjutuspuldi-kujulistesse laudadesse. See võimaldab peale nägemise vajalikku asja ka kätte võtta. Kaupade valikul abistab ostjat konsultant.

Peale kapp-vitriinide, millesse pannakse kaubanäidised, paigutatakse sektsiooni laud ostude väljaandmiseks. Selle sisseseadeks on harilikult letid ja kapid. Kappidesse paigutatakse vitriinidesse väljapandud kaupade varud.

Valides vajalikku kaupa ilma müüja abita ja teada saades hinnasedelilt kauba kohta kõik vajalikud andmed, maksab ostja kassas selle hinna ja saab korralikus pakendis kauba ostude väljaandmise lauast. Niisugune kaupade müügi organiseerimine lühendab märgatavalt ostu vormistamiseks vajalikku aega. Peale selle hoitakse kokku sektsiooni personali arvu. Nii näiteks kulub ostjal «ГУМ-is» organiseeritud ilma müüjata kantseleitarvete sektsioonis ühe asja saamiseks 1—$1^1/_2$ minutit, töötajate kokkuhoid on aga 30%.

Müüjata sektsiooni töös on kohustuslikuks tingimuseks, et vitriinidesse väljapandud kaupu oleks alati ka kaupade väljaandmise lauas. Selleks paigutatakse kõigi kaupade töövarud, mille näidised on stendidesse välja pandud, korrapäraselt kappi, mis asub ostude väljaandmise laua juures. Kaupade tagavarad hoitakse osakonna abiruumides. Kui ühe kaubasordi varud lõpevad, võetakse selle kauba näidis vitriinist kohe ära.

Teiseks ilma müüjata müümise vormiks on müük iseteenindamise põhimõttel. Seda organiseeritakse alljärgnevalt. Sektsioonidest viiakse letid üldse ära. Müügisaalis seatakse üles üksikud letid, mis asendavad laudu, stende. Seina äärde paigutatakse kapid, kuhu ei panda mitte ainult kaubanäidised, vaid ka kaupade töövarud. Ostja vaatab lettidele, stendidele ja kappidesse väljapandud kaupu, valib välja vajaliku kauba ja läheb koos sellega ostude väljaandmise laua juurde. Siin võetakse talt raha, pakitakse kaup ja antakse talle kätte.

Kassa on paigutatud kaupade pakkimise ja väljaandmise lauale.

Sellel printsiibil on organiseeritud mänguasjade müük ühes «ГУМ-i» sektsioonis: lastejalgrattad, lapsevankrid, tõukerattad, lasteautod, isekallutajad, rongid ja teised iga liiki mänguasjad on lahtiselt asetatud laudadele ja stendidele. Ostja valib ise mänguasja ja maksab selle hinna kassasse.

Niisugune müük iseteenindamise põhimõttel annab väga suure majandusliku efekti: vabaneb osa müüjaid, vähenevad kulutused palgale, hoitakse kokku ruumide sisustust, kuid peamine on, et kiirendatakse ja lihtsustatakse ostjatele kauba müümist.

Ilma müüjata sektsiooni töö kogemused kauba müümisel on näidanud ostjate teenindamise uue vormi elulisust ja vajalikkust seda meetodit Nõukogude kaubanduses kõige laiemalt levitada.

14. Täiendavaid vorme ostja teenindamisel

Sõjajärgseil aastail on mitmekordselt suurenenud ja laienenud kaupade nomenklatuur, müügile on tulnud sadu uusi kaubaliike, on kasvanud ostjate kultuursus, seoses sellega aga nõuab elu uusi teenindamise meetodeid ja vorme. Seetõttu on tekkinud kümneid uusi meetodeid ja vorme ostjate täiendavaks teenindamiseks.

Nii näiteks on Moskva Kultuurikaupade Kaubastu eeskujulikud kauplused organiseerinud endi juures töökojad muusikariistade remontimiseks. Väikese tasu eest kõrvaldavad need töökojad muusikariistadel pisemaid puudusi — mõrasid puupillidel, halvasti töötavaid sõrmiseid puhkpillidel jne.

Klahvidega muusikariistade parandamiseks ja häälestamiseks saadetakse meister ostja juurde koju.

Spetsialiseeritud fototarvete kauplustes organiseeritakse fotokabiinid ja fotolaboratooriumid. Siin on ostjal võimalik laboratooriumis ümber vahetada kassetti, fotoaparaadi ostmisel aga kontrollida selle kvaliteeti katseülesvõtte tegemise ja pildistatud negatiivi ilmutamise teel laboratooriumis.

Fotolaboratooriume omavad kauplused võivad ostjatelt vastu võtta tellimisi negatiivide ilmutamiseks, amatöörülesvõtete paljundamiseks ja suurendamiseks, samuti lubada ostjatel tasu eest kasutada laboratooriumi — kas teatava aja järel või fotomaterjali töötlemise liigi ja iseloomu järgi, kusjuures arvestatakse fotomaterjalide kulu. Selliste teenete eest võetava tasu suurus määratakse organisatsiooni poolt, kellele kauplus allub, kinnitatakse aga kohaliku kaubandusosakonna poolt.

Fotolaboratooriumi juhtimine pannakse kauplustes vanemmüüjale-konsultandile, kelle ülesannetesse kuulub ostjate konsulteerimine fotoalastes küsimustes.

Muusikariistu ostetakse sagedasti kingituseks. Siin tuleb sil-

mas pidada seda, et ost vormistataks vastavalt ja samaaegselt komplekteeritaks ja vormistataks kingitus. Selleks peab kauplus kokku leppima graveerimistöökojaga, kes kaupluse nõudmisel ja kooskõlas ostja sooviga valmistab muusikariista, albumi jt. külge kinnitatavad monogrammid, graveeritud pealkirjad. Samal otstarbel varutakse vutlareid, kohvreid või karbikujulisi pakendeid. Kõik see parandab ostjate teenindamist.

Moskva Kultuurikaupade Kaubastu kaupluse «Kõik spordi jaoks» osakonnas «Jahindus» on organiseeritud ja töötab pidevalt näitus «Kuidas laadida jahipadrunit», sealsamas antakse konsultatsiooni jahirelvade ja -varustuse kohta, jahinduse ja koerte kasvatamise kohta. Kaupluses on välja töötatud jahiks vajalike esemete nimekiri. See on trükitud ja jagatakse ostjatele laiali. Registreeritakse nõudmisi ja pakkumisi koerte, jahipüsside jne. kohta. Kaupluses on ehitatud väike laksetiir, kus ostja võib ostetud õhupüssi proovida.

Täiesti uueks teenindamise vormiks on kauplusest ostetud kaupade ülesseadmine ostja juures kodus. Nii näiteks on Moskvas paljud kultuurikaupade kauplused organiseerinud konsultantide saatmist ostjate korteritesse raadioaparaatide ülesseadmiseks, kuid samuti ostjate soovil neil juhtudel, kui ostetud raadioaparaadid halvasti töötavad.

Ostjate täiendava teenindamise iseloomustavaks erinevuseks spetsialiseeritud kauplustes ja universaalkaupluste raadiotarvete sektsioonides on hästi organiseeritud konsultatsioon raadiokaupade kohta. Konsultatsioon meelitab ligi palju ostjaid: ühed on huvitatud raadiovastuvõtja valikust, teised — antenni ülesseadmisest, häirete kõrvaldamise viisidest jne., kolmandaid, eriti raadioamatööre, kes ise valmistavad raadiovastuvõtjaid, huvitavad mitmesugused raadioosad ja ehitamise skeemid. Nõuandmine tehakse ülesandeks raadiotehnikas hästi teadlikule kogenenud müüjale, või selleks otstarbeks kohale palutud spetsialistile. Konsultatsiooni päevade ja kellaaegade teatamiseks ostjatele pannakse kaupluses välja teadaanne.

Omapärane konsultatsiooni viis on näitus. Kauplustes näiteks võib välja panna maketi, mis üksikasjaliselt näitab, kuidas tuleb üles seada vastuvõtjat, antenni jne.

Et informatsioon oleks otstarbekohasem, on töökohal komplekt juhendeid ja nende juurde lisatud skeem.

Peale ülalloetletud abinõude praktiseerivad kauplused veel teisi ostjate täiendava teenindamise viise. Ostja tellimisel valmistatakse liistudest raame.

Praktiseeritakse ka kaupade koju kätteviimist. Kultuurikaupadest viiakse koju suuri esemeid: pianiinod, mootorrattad, jalgrattad, lastejalgrattad, laste pedaalidega autod, televiisorid jne.

Mõnes kaupluses pannakse seinale lähemate analoogilise sortimendiga kaupluste või nende töötlemise töökodade nimestikud ostjatele teadmiseks. Nii näiteks pannakse kauplustes, millised

müüvad liiste pildiraamide valmistamiseks ja pole osanud ise neist liistudest pildiraamide valmistamist organiseerida, välja lähemate töökodade nimestikud, kuhu soovitatakse ostjatel pöörduda.

Suurtes kauplustes, peamiselt universaalkauplustes, organiseeritakse ruumid ostjate asjade hoidmiseks, pakkimislauad, teadetebürood, emade ja laste toad, leidude laud. Eriline koht ostja täiendava teenindamise abinõude hulgas peab olema koondkassal. Selle kassa abil võib ostja, valinud kaupu ja saanud tšekke universaalkaupluse erinevatest sektsioonidest, maksta ja saada kaubad kätte ühest kohast.

15. Kaupade ümbervahetamise ja raha tagasiandmise eeskirjad

Eespool nägime, et müügile saabuv kaup käib küll läbi hoolikast kvaliteedi kontrollist, kuid võimatu pole siiski, et müügile läheb ta ikkagi mõningate puudustega. See on tingitud mitmest põhjusest. Kaubal võib esineda varjatud puudusi, mida on võimalik avastada alles kauba kasutamisel. Neil juhtudel võib ostja ühe või teise praagi ilmnemisel esitada kauplusele pretensioone.

Peale selle võivad otstetud esemed tähelepanelikumal vaatlemisel ostjale mitte meeldida jne. Kõigil neil juhtudel on ostjal õigus nõuda tema poolt kauplusest ostetud kauba ümbervahetamist, välja arvatud grammofoniplaadid ja suupillid, mis ei kuulu ümbervahetamisele ja tagasivõtmisele.

Kauba tagastamisel peab ostja ette näitama tšeki, mis tõendab, et kaup on ostetud just sellest kauplusest. Nendes kauplustes, kus kaup antakse välja ilma tšekita, toimub kauba tagasivõtmine igal üksikul juhul kaupluse juhataja äranägemisel.

Vastavalt NSV Liidu Kaubandusministeeriumi juhendile võib kauba tagasivõtmine toimuda 7 päeva jooksul pärast selle ostmist kauplustest ja 2 päeva jooksul pärast ostmist universaalkauplustest, tingimusel, et seda ei ole tarvitatud ega vigastatud ning et see ei ole määrdunud.

Kauba tagastamisel makstakse ostjale tagasi kauba hind või sama kaup vahetatakse ümber teise, sobivama vastu.

Ostjale kassast raha tagasiandmist makstud tšekkide järgi lubatakse ainult kaupluse direktori, tema asetäitja või valveadministraatori loal, kes kirjutab tšekile oma allkirja.

Kauplustes, kus materiaalselt vastutav on sektsiooni juhataja, võib raha tagasiandmist korraldada tema.

Raha tagasiandmisel kontrollib kassapidaja tšeki järjekorranumbri õigsust.

Tšeki järjekorranumbrite suurema vahe korral peab kassapidaja välja kutsuma kaupluse direktori või teise isiku, kes tšekile alla kirjutas, ning tegema kindlaks tšeki ja sellele kirjutatud resolutsiooni õigsuse.

Kõik tšekid, mille järgi ostjatele raha tagasi maksti, säilitatakse kassas kuni tööpäeva lõpuni ja annulleeritakse kassa üleandmisel, kusjuures kassapidaja ja kaupluse direktor või tema asetäitja koostavad akti.

Kategooriliselt on keelatud anda ostjatele kassast teistkordselt tšekke, mille järgi tagastati raha.

16. Garantiiajaga kaupade ümbervahetamine, parandamine ja remontimine

Selleks et tagada müügil olevate kaupade kvaliteeti, mille puudused ilmnevad alles kasutamisel või kandmisel, on kehtestatud jalatsitele, kalossidele, mööblile, kelladele ja reale teistele kaupadele ümbervahetamise ja parandamise garantiiajad.

On olemas spetsiaalsed eeskirjad jaevõrgust ostetud halvakvaliteediliste jalatsite ümbervahetamiseks ja parandamiseks. Need eeskirjad on kinnitatud NSV Liidu Kaubanduse Rahvakomissariaadi 1935. a. 8. augusti määrusega.

Nende eeskirjade põhjal võib ostja jaekaubandusvõrgust ostetud ja halvakvaliteediliseks osutunud jalatsid ja kalossid tagasi anda kauplusse ümbervahetamiseks, parandamiseks või raha tagasisaamiseks, kui nende juures on avastatud vead, mis on ette nähtud ümbervahetamise eeskirjades. Samade eeskirjadega on ette nähtud tagastamise garantiiajad 15—60 päeva, olenevalt veast.

Halvakvaliteediliste jalatsite ümbervahetamine või parandamine, samuti ostjale raha tagastamine toimub neissamades kauplustes, kus jalatsid osteti.

Kui jalatsitel puudub vabrikulipik ja templijäljendit pole võimalik voodrile lüüa, peab kauplus andma ostjale oma lipiku kaupluse templijäljendiga müümise kuupäeva, numbri, artikli ja jalatsite hinna äranäitamisega. Jalatsite müümisel peavad müüjad teatama ostjale, et lipikut tuleb kindlasti kogu jalatsite ümbervahetamiseks ja parandamiseks ettenähtud garantiiaja kestel alles hoida

Ostja, kes toob tagasi halvakvaliteedilisi jalatseid, peab kauplusele esitama avalduse, lisades sinna juurde vabriku lipiku või kaupluse templijäljendiga lipiku, juhul kui see anti talle jalatsite ostmisel.

Kohe pärast ostja poolt halvakvaliteediliste jalatsite tagasitoomist ja nende ümbervahetamiseks või parandamiseks avalduse esitamist, peab kauplus tegema otsuse ostja pretensiooni rahuldamise või selle rahuldamisest keeldumise kohta.

Üksikutel juhtudel, kui jalatsite halba kvaliteeti tekitanud põhjuste selgitamine nõuab rohkem aega, ei tohi kauplus otsuse tegemisega viivitada üle 3 päeva, arvates ostja avalduse esitamise päevast.

Ümbervahetamisele kuuluvaks tunnistatud jalatsid peab kaup-

lus ümber vahetama viivitamata, kui aga kaupluses vastavat liiki või sorti jalatseid ei ole, tuleb ostjale jalatsite eest makstud raha tagasi anda. Kokkuleppel ostjaga võib halvakvaliteedilisi jalatseid ümber vahetada teist liiki või sorti jalatsite vastu või jalatsite ümbervahetamise aega pikendada kokkulepitud ajale ostja äranägemisel.

Halvakvaliteediliste jalatsite ümbervahetamisel või parandamisel tekkinud arusaamatused, juhul kui kaupluse juhataja keeldub ostja pretensioone rahuldamast, lahendab kahe päeva jooksul selle organisatsiooni administratsioon, kelle juhtimisele antud kauplus kuulub.

Kaupade kvaliteedi garantiiajad on ette nähtud ka järgmistele kultuurikaupadele: kõigile raadiotele, televiisoritele, grammofonidele, pianiinodele, muusikariistadele (puhkpillid), fotoaparaatidele (peale fotoaparaadi «Kiiev»), kirjutusmasinatele, täitesulepeadele, laste õmblusmasinatele, laste jalgratastele, lapsevankritele — kuni 6 kuud; jalgratastele, fotoaparaatidele «Kiiev», eksponomeetrile fotoaparaadi «Kiiev» juurde, paadimootoritele — kuni 1 aasta.

Jalgrataste ja mootorrataste kvaliteeti garanteeritakse tootja-tehase poolt pärast nende ostmist jaevõrgust nende masinate kasutamiseks ettenähtud tähtaegade jooksul.

Ratta müümisel peab müüja teatama ostjale ettenähtud garantiiaja ja segitama, kuidas tuleb esitada tehasele pretensioon, juhul kui selle tähtaja jooksul ratta kvaliteet ei vasta määratud tehnilistele nõuetele.

Jalgrataste kvaliteeti garanteeritakse tehase poolt ühe aasta jooksul, arvates kauplusest ostmise momendist, kusjuures jalgratta kvaliteedi eest selle normaalseis tingimusis ekspluateerimise korral vastutab tehas.

Iga jalgratas varustatakse passiga, millel on kaks talongi. Jalgratta müümisel lööb müüja passile ja talongidele kaupluse templijäljendi ja müümise kuupäeva ning kinnitab need oma allkirjaga. Nende talongide põhjal saadab tehas ostjale praakosade asemele uued osad.

Halvakvaliteediliste osade vastu uute saamiseks saadab jalgratta omanik garantiiaja jooksul tehasele peale osade ka garantiitalongi.

Mootorratta sissesõitmise perioodi kestel, s. t. esimese 2000 km läbisõidu jooksul, võtavad tehased vastu reklamatsioone mehhanismide või üksikosade mittekorrasoleku kohta. Garantiiaja kestel saadab tootja-tehas mootorratta omanikule kõlbmatuks muutunud osade asemele tasuta uued, tingimusel, et on järgitud hooldus-eeskirju ja mootorratast normaalselt ekspluateeritud.

Garantiiaja jooksul kõlbmatuks muutunud osade kohta koostatakse akt, mille koostamisest võtab osa ka selle rajooni autoinspektsiooni inspektor, kus mootorratas on registreeritud. Aktis näidatakse mootorratta omaniku perekonnanimi ja täielik aadress, mootorratta sõidetud kilomeetrite arv (alates ostmise momendist),

väljalaske aasta, mootori ja raami number, samuti tingimused, millistes tekkis murdumine ning murdunud või kulunud osade nimetused.

Garantiid ei anta mootorratastele, mida kasutatakse õppe- või sportimise eesmärgil.

Fotoaparaatide müümisel on müüja samuti kohustatud tutvustama ostjat pretensioonide esitamise ja kauba ümbervahetamise korraga praagi ilmnemisel. Selleks juhuks antakse ostjale fotoaparaadi müümisel kviitung kaupluse templijäljendiga ja fotoaparaadi vabrikunumbriga.

Televiisorite müümisel peab müüja teatama ostjale, missugune garantiiaeg sellele on määratud. Selle aja kestel teostatakse tasuta garantii-kapitaalremonti. Samuti tuleb teatada ostjatele, et aparaadi plommi äravõtmisel või selle vigastamisel garantiiremonti ei tehta ja televiisorit tasuta ei teenindata.

Samuti on kindlaks määratud garantiiajad kaubandusorganisatsioonide jaoks grammofoniplaatidele. Teiselinnalistele hulgikaubanduse organisatsioonidele on garantiiajaks määratud 6 kuud, samalinnalistele jaekauplustele — 2 kuud.

Kui kindlaksmääratud hoidmise eeskirju järgides esines siiski grammofoniplaatide purunemisi, koostatakse selle kohta akt ning tehas on kohustatud rikutud grammofoniplaadid heakvaliteedilistega asendama.

17. Kaupade müümine organisatsioonidele ja asutustele

Tööstuskaupade müüki üldisest kaubandusvõrgust riiklikele, kooperatiivsetele ja ühiskondlikele ettevõtetele, organisatsioonidele ja asutustele korraldatakse eri eeskirjade alusel.

Organisatsioonide ja asutuste teenindamiseks on loodud spetsiaalne väikehulgibaaside ja kaupluste võrk.

Nendes baasides ja kauplustes müüakse kaupu sularahata arvelduse korras pangaülekannetega, kusjuures kauba ostmisel antakse arve kogu ostusumma kohta.

Ülejäänud kaubandusvõrgul pole õigust müüa kaupu asutustele ja organisatsioonidele sularahata arvelduste korras ega välja anda arveid. NSV Liidu Kaubandusministeeriumi käskkirjaga on lubatud organisatsioonidele ja asutustele müüa tööstuskaupu kaubandusvõrgu kauplustest ainult summa eest, mis ei ületa 50 rubla ühe ostu kohta, kusjuures ostjale võib välja anda kaubatšeki ärakirja.

Mänguasjade müümine lasteasutustele ja organisatsioonidele on lubatud ainult neil kauplustel, kellega ostja võib teostada arveldust raha ülekandmise teel panga kaudu.

18. Võitluse tugevdamisest ostjate petmisel arveldustes ja riiklike jaehindade rikkumisega

Kaubanduses esineb ikka veel juhtumeid, et üksikud leti taha sattunud ebaausad isikud mõõdavad ja kaaluvad kaupa valesti, arvestavad ostjatele kaupade müümisel kõrgemaid hindu. Need isikud häbistavad Nõukogude kaubandustöötajaid ja kogu Nõukogude kaubandust, seepärast rakendatakse nende suhtes kõige karmimaid karistusvahendeid.

Kooskõlas NSV Liidu kaubandusministri 1954. a. 4. augusti käskkirjaga vallandatakse ostjaid petvad kaubandustöötajad töölt kui usalduse kaotanud, ning nende tööraamatusse tehakse sissekanne mittesobivuse kohta tööks müüjana või mõne muu töötajana kaubandusaparaadis, kus on nõutav eriline usaldus. Edaspidi neid kaubaliste väärtuste ja rahaga seotud tööle ei lubata.

See käskkiri nõuab, et paljastataks isikud, kes on süüdi ostjate petmises, ja aetaks nad ära Nõukogude kaubandustöötajate seast, ning et asi antaks arutamiseks jälitusorganite ja kohtu kätte nende vastutusele võtmiseks kriminaalkorras.

Riiklikule kaubandusinspektsioonile on tehtud ettepanek määrata trahv kaupluse direktorile, sektsiooni juhatajale või materiaalselt vastutavale müüjale, juhul kui neile alluvad töötajad lubavad hindade tõstmist, ostjate petmist jne.

Kui niisuguseid fakte mõnes kaupluses avastatakse, siis peale selle, et süüdlast rangelt karistatakse, jäetakse kaupluse direktor ja tema asetäitja ilma progressiivsest lisatasust.

Iga kaupluse töötaja püha kohus on — töötada ausalt.

19. Eeskirjad kaebuste ja ettepanekute raamatu sisu ja kasutamise kohta

Erilise tähelepanuga peab müüja suhtuma ostjate ettepanekutesse ja kaebustesse. Selleks et võimaldada ostjatel näidata kaupluse töös positiivseid ja negatiivseid külgi, samuti nende pidevaks arvestamiseks, jälgimiseks ja kontrollimiseks peab igas kaupluses olema kaebuste ja ettepanekute raamat nummerdatud ja nööritatud lehekülgedega. See raamat peab olema kõrgemalseisva kaubandusorganisatsiooni poolt alla kirjutatud ja kinnitatud.

Kaebuste ja ettepanekute raamat peab asuma kaupluse kassas, juhul aga, kui kaupluses eraldi kassat ei ole — kaupluse ruumes asuva vastutava töötaja (juhataja või tema asetäitja) käes.

Kaupluse müügisaalis pannakse nähtavale kohale teade, milles palutakse ostjaid kirjutada kaebuste ja ettepanekute raamatusse kõigist tähelepanekuist ja puudusist kaupluse töös, kehtestatud kaubanduseeskirjade rikkumisest, oma ettepanekuist kaupluse töö parandamiseks jne.

Kaebuste ja ettepanekute raamat tuleb ostjale välja anda

kohe tema esimesel nõudmisel, kusjuures isikult, kes soovis kaebuste ja ettepanekute raamatut, on kategooriliselt keelatud nõuda ükskõik missuguse dokumendi esitamist (pass, ametiühingu liikmeraamat) või perekonnanime, aadressi jne. teatamist.

Direktori, tema asetäitja või teiste vastutavate isikute äraolek momendil, kui ostja nõuab kaebuste ja ettepanekute raamatut, ei tohi olla ostjale kaebuste ja ettepanekute raamatu andmise keeldumise põhjuseks.

Isikule, kes soovib teha sissekannet kaebuste ja ettepanekute raamatusse, tuleb anda keemiline pliiats, samuti võimaldada tal rahulikult kirjutada avaldus.

Kaebuste ja ettepanekute raamatu peab kaupluse juhataja iga päev läbi vaatama, samuti selle kohe, esimesel nõudmisel, esitama kohalikele kaubandusorganeile, riiklikule kaubandusinspektsioonile ja teistele kontrollorganite esindajaile nende esimesel nõudmisel läbivaatamiseks.

Hiljemalt 48 tunni jooksul pärast ostja avalduse kirjutamist kaebuste ja ettepanekute raamatusse tuleb küsimus lahendada kaupluse juhataja või tema asetäitja poolt või suunata lahendamiseks asjaomastele organitele, juhul kui lahendamine ei kuulu kaupluse juhataja kompetentsi.

Igale kaebusele või ettepanekule kirjutatakse vastus, mis tuleb kindlasti kanda kaebuste ja ettepanekute raamatusse; kui avalduse kirjutaja märkis oma aadressi, siis peale kaebuste raamatusse vastuse kirjutamise saadetakse ka avalduse kirjutajale teade selle kohta, mis on kaebuse lahendamiseks ette võetud.

KÜSIMUSI JA ÜLESANDEID

1. Missugustest osadest koosneb kaupade müügiprotsess?
2. Jutustage ostjate teenindamise korrast.
3. Kirjeldage üksikute kaupade näitamise võtteid.
4. Kuidas valida sobivaid mänguasju vastavalt laste individuaalseile erinevusile?
5. Esitage kaupade müümise üldeeskirjad.
6. Jutustage, kuidas valida spordi- ja jahitarbeid, lähtudes ostjate individuaalsetest iseärasustest.
7. Missuguseid kaupade näitamise seadiseid te tunnete?
8. Kuidas organiseeritakse kaupluses ostjate konsulteerimist?
9. Missuguseid kaupu soovitatakse pakkuda kaasuvate kaupadena?
10. Näidake üksikute kaupade pakkimistehnikat.
11. Jutustage jahipüsside ja nende juurde kuuluva laskemoona erilistest müügieeskirjadest.
12. Jutustage mootorrataste müümise eeskirjadest.
13. Jutustage kaupade ümbervahetamise ja tagastamise eeskirjadest.
14. Kuidas müüakse kaupu asutustele ja ettevõtetele?
15. Missugused on kaebuste ja ettepanekute raamatu hoidmise ja kastamise eeskirjad?
    Jutustage, kuidas kasutatakse kaebuste ja ettepanekute raamatut selles kaupluses, kus teie töötate.
16. Jutustage, missuguseid ostjate täiendava teenindamise vorme rakendatakse kaupluses, kus teie töötate.

VIII PEATÜKK

KAUBANDUSLIK REKLAAM

1. Nõukogude reklaami olemus ja tähtsus

Nõukogude kaubanduslik reklaam kujutab endast mitmesuguste vahendite ja meetodite kogumit elanike informeerimiseks müügilolevatest kaupadest ning kaubandusliku teenindamise vormidest. Reklaam on kaubanduse orgaaniline koostisosa. Aktiivselt propageerides Nõukogude kaupu, omandab reklaam tänapäeval järjest suuremat tähtsust.

Plaanimajanduse tingimustes valmistab tööstus ainult vajalikke kaupu. Ometi on kaubanduslik reklaam ka nendes tingimustes vajalik, kui tähtis vahend elanikkonna informeerimiseks ja uute kaupade propageerimiseks.

Nõukogude reklaam erineb kapitalistlikust reklaamist oma eesmärkidelt, ülesannetelt ja otstarbelt.

Nõukogude kaubandusliku reklaami siht seisab töötajate huvide õiglases ja ausas teenimises, hoolitsemises töötajate hüvangu eest. Tema ülesanne on uute kaupade propageerimine, nende tarvituselevõtmise juurutamine, tarbijate nõudmise arengu ja selle kujunemise mõjutamine. Nõukogude reklaam kasutab tõepäraseid faktilisi materjale, teaduse poolt kontrollitud andmeid. Tema vahendid on suunatud parimate kaupade kasulike, toitvate, otstarbekohaste ja laiadele rahvahulkadele kättesaadavate kaupade levitamisele rahva seas. Nõukogude reklaam ei vaja kriiskavaid vorme. Ta pöördub tarbijate poole, pakkudes neile erisuguseid teenuseid, mille sihiks on töötajate olukorra parandamine. Ta abistab tarbijat kaupade valimisel, arendab tema maitset.

Nõukogude reklaam ei teata ostjatele mitte ainult ühe või teise kauba olemasolu, tema müügikohta ja hinda, vaid teatab ka kauba müügile ilmumisest ja sellest, kust seda on saada ning kui palju see maksab; ta näitab ostjale ka kaupade omadusi ja otstarvet, nende tarvitamise võimalusi, tõestab reklaamitavate kaupade tarvitamise kasulikkust ja otstarbekust.

Reklaam — see on eelkõige uute kõrgekvaliteediliste kaupade, mis peavad tarvitamiselt välja tõrjuma vanad, vähemhinnalised kaubad, **laialdane propaganda.**

Süstemaatiline, tõepärane, täpne ja usaldatav informatsioon kaupade ja kaubandusliku teenindamise kohta tugevdab sidet kaupluse ja ostjate vahel.

Nõukogude reklaam informeerib elanikkonda sotsialistlikus tööstuses toodetud kaupadest ja annab tunnistust selle edusammudest, näidates kujukalt kaupade tootmise kasvu.

2. Kaubandusliku reklaami liigid

Nõukogude kaubanduses kasutatavad reklaamivahendid võib tinglikult jagada kahte põhiliiki: kauplusesisene ehk kaupluse reklaam ja kaupluseväline ehk välisreklaam.

Kaupluse reklaami vahenditeks on vaateaknad ja sisevitriinid, sildid, valgusreklaam, suuline ja helireklaam, dekoratiivne kaupade väljapanek müüjate töökohtadel.

Kauplusesisene reklaam tutvustab ostjaid kaupluse sektsioonide asukohtadega, müügilolevate kaupade sortimendiga, kaupade hindadega, uute kaupade käsitsemisviisidega, samuti kasutuselolevate kaubandusliku teenindamise vormidega.

Välisreklaami vahenditeks on reklaamplakatid, reklaamafišid, lendlehed, kataloogid, etiketid, kunstilised plakatid tänaval, valgusreklaam, kino- ja raadioreklaam.

3. Vaateakende kujundamine ja korrashoidmine

Kaupluse reklaami vormide seas kuulub põhiline koht vaateakendele. Hästi kujundatud vaateaken on nii kauplusele kui ostjatele väga suure tähtsusega: see informeerib ostjaid kaupluses olevast kaupade sortimendist, soodustab uute kaubaliikide juurutamist ja müümist, hõlbustab tarbijal kaupade valikut, kergendab müüjate tööd jne.

Samal ajal ei ole vaateaken ainult kaupluse, vaid ka linna väliskujunduse elemendiks.

Nõukogude vaateaknal on ka suur poliitiline tähtsus. Ta näitab sotsialistliku tootmise kasvu ja toodetud kaupade sortimendi laienemist, mistõttu teda võib kasutada poliitiliste kampaaniate perioodidel ja üldrahvalike pidustuste ajal. Vastava kujundusega võib ta iga päev esile tõsta ka tänapäeva poliitilisi momente ja ülesandeid.

Vaateakende tüübid. Vaateakende tüübid olenevad kaupade iseloomust, liigist ja sisust ning neist tehnilistest vahenditest, mille abil vitriinid kujundatakse.

Kaubaliste tunnuste järgi eristatakse järgmisi vaateaknaid:

a) kitsalt spetsialiseeritud, s. t. niisugused, kus reklaamitakse ainult üht kaubaliiki, näiteks jalgrataste või televiisorite vitriin jne.;

b) spetsialiseeritud, mis ei reklaami üksikuid kaupu, vaid kindlat kaubarühma, näiteks raadiotarvete vaateaken, kuhu pannakse välja mitte ainult raadiovastuvõtjad, vaid ka valjuhääldajad, raadiolambid ja -osad, mänguasjad;

c) kombineeritud vaateaknad reklaamivad mitut, ostjate nõudmise iseloomult lähedast kaubarühma, nagu sporditarvete vaateaken, kus spordiriietust ja -jalatseid näidatakse koos sporditarvetega: suuskadega, uiskudega, reketitega jne.

Kombineeritud vaateakende teisenditeks on komplektsed vaateaknad, kus kaup pannakse välja valitud komplektidena, näiteks poksisaali varustamise vahendite komplekt, vaateaknad: «Kõik turistile», «Kõik jalgpallurile» jne.;

d) segavaateaknad reklaamivad erinevaid kaubarühmi. Tuleb märkida, et sel vaateakna tüübil, ehkki ta on laialdaselt levinud, peamiselt väikestes rajoonikauplustes, on palju puudusi. Kui vaateaknale on välja pandud palju kaupu, raskendab see ostjal nende vaatamist ja valimist, samuti ei võimalda see moodus kaupu õigesti näidata ega akent vajalikult kujundada.

Sisu järgi tehakse vahet järgmiste vaateakende vahel:

a) kaubalised vaateaknad, mida kasutatakse kaupade reklaamimiseks;

b) poliitilise agitatsiooni vaateaknad, mida kujundatakse revolutsioonipühade või poliitiliste tähtpäevade läbiviimiseks, näiteks NSV Liidu Ülemnõukogu valimisteks kujundatud vaateaknad;

c) dekoratiivsed vaateaknad, kus esikohale on tõstetud kujunduseks kasutatavad esemed, nagu lilled, skulptuurid jne., kaup ise aga on teisejärgulise tähtsusega. Seda tüüpi vaateakendel ei ole meie olukorras levikut ja nende olemasolu näitab, et kõik dekoraatorid ei ole veel aru saanud Nõukogude kaubanduse vaateakna osast ja ülesannetest.

Tehniliste vahendite järgi eristatakse vaateaknaid:

a) liikumatu sisustuse ja inventariga;

b) dünaamilisi, s. t. vaateaknaid sisustuse liikuvate osadega;

c) helivitriinidel on heliseadis. Sageli ühendatakse vaateakna heliseadis vastava mootoriga; sel momendil, kui vaateakna üksikosad hakkavad liikuma, hakkab mängima muusika jne.;

d) helendavad, mis reklaamivad kaupu peamiselt valgusefekti, pannoo, transparentide jne. abil;

e) kombineeritud, mis ühendavad mitmesuguseid vaateakna ehituse printsiipe, näiteks dünaamiline seadis ühendatakse heli ja valgusega või ainult ühega nendest.

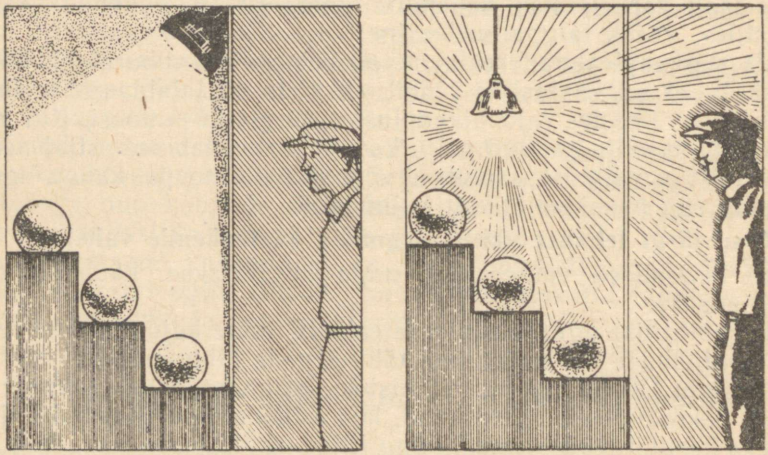
Lõpuks, **kujundamise meetodilt** jagunevad vaateaknad järgmiselt:

a) individuaalvaateaknad, mis on kujundatud ainult antud kaupluse jaoks;

b) tüüpvaateaknad, mis on kujundatud kaubandusorganisatsiooni tüüpeskiisi järgi kõigile või paljudele kaubastu kauplustele.

Vaateakna ehitus ja valgustus. Vaateakna põrand peab olema 90 cm kõrgem kõnnitee pinnast. Niisugusel vaateaknal väljapandud kaubad on ostjatele paremini nähtavad.

Vaateaknad peavad olema läbipaistvad, s. t. peavad olema ilma tagapõhjata, seal aga, kus see on võimalik, kahepoolsed (kaupade vaatamiseks tänavalt ja müügisaalist). Müügisaali loomuliku valguse pääsemise võimaldamiseks ei tohi vaateakna kujundamiseks väljapandud esemed enda alla võtta kokku üle 50% vaateakna klaasi pinnast.



1 *2*

Joonis 125. Õige ja vale vaateakna valgustamine:
1 — valgus langeb ainult kaubale
2 — valgus pimestab vaatajat

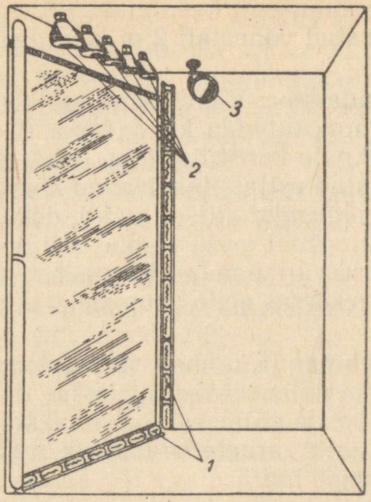
Hea vaateakna kujundamiseks tööstuskaupade kaupluses on vajalik, et akna kõrgus oleks vähemalt 2 m ja laius 1,5 m. Vaateakna sügavus aga peab olema vähemalt 0,7 m. Õhtutundidel peab vaateaken olema hästi valgustatud.

Valgusallikad seatakse üles nii, et valgus oleks koondatult suunatud väljapandud kaupadele, kuid lambid ise oleksid vaatajate eest varjatud (joonis 125). Niisuguse varjatud ja koondatud valgustuse jaoks kasutatakse sofitte ja reflektoreid. Sofitid seatakse üles piki vaateakna raami. Paremaks valguse peegeldamiseks tehakse sofitid helkivast plekist (joonis 126).

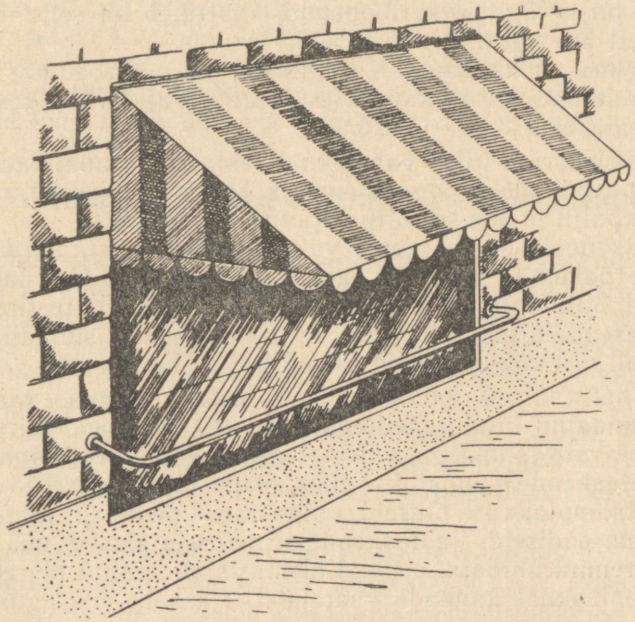
Reflektorite tarvituselevõtmine võimaldab valguskiirte kimpe suunata väljapandud esemetele, mida soovitakse eriti valgustada.

Kaupluste vaateakendel, mis asuvad peatänavail (universaalkaupluste vaateakendel, olenemata nende asukohast) peab valguse tugevus olema vähemalt 100 vatti 1 m² vaateakna klaasi pindala kohta, ülejäänud kauplustes aga vähemalt 50 vatti.

Vaateakendele asetatud kaupu tuleb kaitsta päikesekiirte otsese mõju eest, kuna paljud esemed võivad sellest tingitult rikneda



Joonis 126. Reflektorid (*2* ja *3*) ja sofitid (*1*) vaateakende valgustamiseks



Joonis 127. Vari vaateakna päikesekiirte eest varjamiseks

(pleegivad, kaarduvad, pragunevad jne.). Vaateakna kaitsmiseks päikesekiirte otsese mõju eest kasutatakse tihedaid varje — markiise, mis on üles seatud vähemalt 2 m kõnniteest kõrgemale (joonis 127).

Vaateakna kujundamine. Vaateaken peab tõmbama endale ostjate tähelepanu, aitama tutvuda kaupadega. Seepärast tuleb kaubad asetada vaateaknale kunstiliselt ja dekoratiivselt. Vaateaken ei tohi olla üle kuhjatud ostjate tähelepanu kõrvale juhtivate asjade ega ilustustega (ornamendid, lilled, lindid, dekoratiivkangad jne.). Kaupade asetus vaateaknal peab olema selline, et tarbija saaks hõlpsasti ettekujutuse väljapandud kaupadest ning koondaks oma tähelepanu esmajärjekorras neile kaupadele, mida kauplus rohkem reklaamib.

Vaateaknale tuleb panna kaubad, mis iseloomustavad kaupluse kaupade sortimenti ja mida rohkem nõutakse, samuti uute ja tarbijaile vähetuntud kaupade näidised. Sel juhul tuleb kasutada täiendavat reklaammaterjali: varustada vaateaken plakatitega, selgitavate reklaamtekstidega jne.

Näitamiseks väljavalitud kaubad tuleb asetada vaateaknale iseloomustavas ja soodsamat ülevaadet andvas asendis ning naaberkaupadega otstarbekohasemalt ühendatult. Kaup peab olema vaateaknal näidatud nii, et dekoratsioon teda ei varjutaks.

Vaateaknale tuleb välja panna ainult müügilolevad kaubad. Kui kaup on müügilt otsa lõppenud, siis tuleb ka selle näidised vaateaknalt ära võtta.

Vaateakna jaoks kaupade valimisel on vaja silmas pidada kaubavarude seisukorda kaupluses ja antud ajal valitsevat nõudmist ühe või teise kauba järele.

Esmajärjekorras tuleb vaateaknal reklaamida uusi kaupu, seejärel kaupu pühadeks, algava hooaja kaupu või kaupu, mida on kaupluses palju ja mis seetõttu vajavad tutvustamist.

Vaateakendel peavad olema välja pandud naturaalsed kaubad või nende pakendid (karbid, pakid jne.). Kunstlikke kujundeid (mulaašid, butafooria) lubatakse kasutada ainult kiirestiriknevate kaupade asendamiseks. Kaupade naturaalsete näidiste näitamiseks vaateaknal kasutatakse minimaalselt vajalikku kogust.

Kõik naturaalsed kaubanäidised peavad olema varustatud hästi kujundatud hinnasedelitega, mis on trükitud (kirjutatud) suurte loetavate tähtedega, või tähtedest kokkuseatud hinnasedelitega. Vaateakendele lubatakse üles seada minimaalselt vajalikku hulka reklaamplakatite aluseid, valgustatud pealkirju ja dünaamilisi reklaamseadiseid. Vaateakende sisustus ja alused, mis aitavad kaupu paremini näidata, peavad olema laiali seatud nii, et nad ei segaks vaateaknal kaupade vaatamist. Ükskõik missuguse dekoratsioonivahendi tarvituselevõtmine vaateaknal peab teenima põhieesmärki — kaupade paremat näitamist.

Universaalkauplustes ja teistes kauplustes, mis asetsevad mit-

mel korrusel, soovitatakse vaateakendel näidata, mitmendal korrusel ja missuguses osakonnas väljapandud kaupu müüakse.

Kaubad rühmitatakse vaateaknal nii, et luuakse foonide ja värvuste kooskõla. Kui vaateakent kujundatakse mingisuguse püha puhul, on väga soovitav, et aken kajastaks seda püha.

Näiteks võivad 1. mai puhul kaupluse vaateaknal mänguasjad kujutada 1. mai demonstratsiooni.

Õhulaevastiku päeva puhul vaateakent kujundades riputatakse üles lennukid, langevarjud ja teised mänguasjad ning väljakule tehakse ehitusmaterjalist angaarid.

Vaateakende korrashoid. Vaateaken peab olema eeskujulikult puhas; sinna asetatud kaubad peavad olema hoolikalt puhastatud, siledaks triigitud ja terves pakendis.

Vaateakna klaasi peab tihti pesema, seintelt ja põrandalt ning väljapandud asjadelt tuleb iga päev eemaldada tolm. Vaateaknal peab olema sissekäik koristaja ja dekoraatori jaoks. Kaubad ise peavad olema asetatud vaateaknale nii, et nende juurde oleks vaba pääs nende vahetamiseks või vaateaknalt äravõtmiseks.

Tööstuskaupade kaupluses tuleb uuendada vaateakende väljapanekuid vähemalt kaks korda kuus; dünaamiliste seadistega ja hooajalisi vaateaknaid aga kolme kuu tagant.

Külmumise ja vaateakna klaasi niiskumise vältimiseks tehakse välimise raami ülemisse ja alumisse ossa üksteisest 10 cm vahemaaga 1,5—2 cm läbimõõduga augud, mis kindlustavad alalise välisõhu sissevoolu. Seejuures peab sisemine raam olema tihedasti suletud, et ära hoida sooja niiske õhu juurdepääsu kaupluseruumidest. Soovitatakse ka paigutada aknaraamide vahele elektriventilaatorid, kuna tugev õhuvool ei lase niiskusel laskuda klaasile.

4. Kauplusesisesed vitriinid ja väljapanekud

Kauplusesisesed vitriinid ja kaupade väljapanekud erinevad mõnevõrra vaateakendest. Vaateakende eesmärk on tõmmata kauplusest möödujate tähelepanu väljapandud kaupadele ja äratada neis huvi kaupade vastu. Kauplusesisesed väljapanekud peavad peale selle veel abistama ostjat kaupade valikul ja võimaldama kaupadega paremini tutvuda.

Kauplusesiseseid väljapanekuid, olenevalt kohast, kuhu nad välja pannakse, on kolme liiki: letipealsed vitriinid, väljapanekud seinaäärsetes kappides või riiulitel ja väljapanekud kapp-vitriinides müügisaalis.

Letipealsed vitriinid on kauplusesiseste vitriinide kõige levinumaks liigiks. Selleks otstarbeks kasutatakse leti sisse ehitatud vitriine, samuti spetsiaalseid klaaskapikeste, püramiidide jne. kujulisi vitriine. Siia pannakse välja laialdane müügilolevate kaupade sortiment.

Letipealsetes vitriinides on kõige parem asetada kaupu astme-



Joonis 128. Kauplusesisene vitriin

liselt, kallakuga ostja poole. Kaupade astmeline asetamine võimaldab hästi näha kaupu lähedalt.

Kauba väljapanekuks seinakappides kasutatakse tavaliselt ülemisi riiuleid. Neil juhtudel võetakse üks-kaks ülemist riiulit kapist välja ja seda kapiosa kasutatakse müügilolevate kaupade näidiste paigutamiseks või riputamiseks.

Need väljapanekud asuvad ostjatest veidi eemal. Erinevalt letivitriinidest ei saa neid seepärast kasutada suurte kaubakoguste ja eriti väikekaupade paigutamiseks.

Vähem levinud on väljapanekud, mis on paigutatud ostjate jaoks müügisaali kapp-vitriinidesse (joonis 128) või lahtistele tahvlitele ja stendidele.

Kauplusesiseste väljapanekute kujundamine erineb mõnevõrra vaateakende kujundamisest.

Kuna pannakse välja palju kaupu, on soovitav neid asetada

väljapanekutesse lähedaste rühmadena, muutes need kontrastseks erisuguse asetusega või kasutades selleks väljapandud kaupade värvust.

Letipealsetes väljapanekutes pole üldse tarvis kinni pidada üksikute kaubarühmade kooskõlalisest asetusest või ühe rühma perspektiivsest asetusest, sest letipealset kaupade väljapanekut vaataja tavaliselt ei näe ühtse tervikuna. Ostja, minnes letipealse vitriini juurde, tutvub ainult üksikute kaupade näidistega.

Letipealsesse vitriini pandud kaupade hinnasedelitel või lipikutel on suurem tähtsus kui vaateaknale asetatud kaupade hinnasedelitel. Hinnasedel peab olema ostjale hästi nähtav.

Kaubad, mis on välja pandud seinaäärsetesse kappidesse, tuleb asetada ilusate rühmadena, et need oleksid ostjale hästi nähtavad 3 m kauguselt. Niisugused väljapanekud aitavad ostjal kaupluses kiiremini orienteeruda.

Müügisaalis müüjate töökohtadest eemal olevaid seinaäärseid vitriine kasutatakse peamiselt uute, samuti hooajaliste kaupade näitamiseks.

Tavaliselt kujutab niisugune vitriin endast seina äärde paigutatud klaaskappi, kuhu riputatakse või mille riiulitele pannakse välja kaubad.

5. Kaupluseväline reklaam [1]

Kõige levinumaks kauplusevälise reklaami liigiks on trükitud reklaamivahendid.

Trükireklaamiks on mitmesugused kuulutused ajalehtedes ja žurnaalides, reklaamplakatid ja afišid, kataloogid ja prospektid, mis saadetakse tarbijaile, reklaamlehed, reklaamiva tekstiga pakkematerjal, etiketid kauba pakenditel.

Reklaamplakatid koos kirjeldusega annavad värviküllase kujutluse reklaamitavaist kaupadest. Plakatid pannakse üles raudteejaamadesse, sadamatesse, raudteevagunitesse, trammidesse jne.

Reklaamafišid kujutavad endast värvilisi või must-valgeid plakateid, mis koosnevad paljudest reklaamkuulutustest ja illustratsioonidest — nagu mitmetest väikestest reklaamplakatitest.

Reklaamafišid kleebitakse tänavatele müürilehtede tahvlitele. Afišil loetletakse reklaamitavaid kaupu, nende omadusi ja tarvitamisviise, samuti näidatakse nende müügikoht, kaupluste aadressid ja lahtioleku ajad.

Reklaamlehtedes teatatakse uute kaupluste avamisest, igasuguste laatade korraldamisest, müügiletulevatest uutest kaupadest jne.

Reklaamlehtede eriliigiks on igasugused juhised, kuidas hooldada ja käsitseda üht või teist kaupa.

[1] NSV Liidu Kaubandusministeeriumi 1956. a. 26. detsembri käskkirjaga nr. 659 on kauplusevälise reklaami kohta antud uusi juhendeid. — *Toim.*

Eriti suur tähtsus on sellistel juhistel uute kaupade puhul, mis käsitsemiseks nõuavad eri eeskirju, näiteks televiisorid, magnetofonid jne.

Reklaamprospektid on väikesed brošüürid, mis üksikasjaliselt iseloomustavad üksikuid kaupu, tutvustavad nende valmistamisprotsessi, käsitsemisviise.

Etiketid on tavaliselt tootmismargi või kaubamärgi paigutamiseks. Mõnikord on etiketil ka joonised ja selgitav tekst.

Uute kaupade reklaamimiseks ja ostjatele kaupluste aadresside teatamiseks jne. kasutatakse ka kaubanduslikku pakendit — kotid, karbid, pakkimispaber.

Peale trükireklaami kasutatakse laialdaselt tänavaplakateid, valgusreklaami, raadio- ja kinoreklaami.

Joonistatud plakatid koosnevad reklaamtahvlitest ja -stendidest, toenditele paigutatavatest reklaamplakatitest, pealkirjadest transpordivahenditel jne.

Raadioreklaam on reklaamkuulutuste teksti edasiandmine kohaliku raadiotranslatsioonivõrgu kaudu uute kaupade propageerimiseks, ostjate informeerimiseks müügiletulevatest kaupadest (eriti hooajaliselt nõutavad kaubad), reklaamitavate kaupade kvaliteedi ja käsitsemisviiside tutvustamine, kaupluste lahtioleku aegade teatamine jne.

Valgusreklaamina kasutatakse elektri- ja gaasivalgustust.

Elektriline valgusreklaam on vahelduv, kui kuulutuse tähed või sõnad ilmuvad üksteise järel, moodustades terved laused, ja liikumatu, mida kasutatakse peamiselt siltide, transparentide ja kaupluste fassaadide kujundamiseks.

Gaasivalgusreklaami kasutatakse peale siltide ja vitriinide kujundamise veel kaupluste fassaadide reklaamimiseks ja valgusreklaamkirjade kujundamiseks.

Kinoreklaami moodustavad reklaamdiapositiivid ja spetsiaalsed kinofilmid.

6. Sildid ja nende kujundamine

Igal kaubandusettevõtte fassaadil peab olema tema tegevust iseloomustav silt, kus on märgitud ettevõtte nimetus või tüüp, peamised kaubarühmad, mida kauplus müüb, kaubandusorganisatsiooni nimetus, ettevõtte number, selle organisatsiooni kaubamärk, kellele ettevõte kuulub, kui see kaubamärk on registreeritud kindlaksmääratud korras.

Sildi tekst paigutatakse järgmiselt: sildi suurel keskosal on ettevõtte nimetus ning kaubarühmade nimetused, mida kauplus müüb (näiteks kauplus «Foto- ja raadiokaubad» või kauplus «Sporditarvete universaalkauplus»), kusjuures vasakul on kaubamärk, paremal — kaubandusorganisatsiooni nimetus ja ettevõtte number. Kui kaubandusorganisatsioonil kaubamärki ei ole, näida-

takse vasakul organisatsiooni nimetus, paremal — ettevõtte number.

Ettevõtte liigi ja kaubandusorganisatsiooni lühendatud nimetust lubatakse tarvitada vaid neil juhtudel, kui see lühendatud nimetus on elanikkonnale hästi tuntud (näiteks TVO).

Peale peamiste horisontaalsete siltide, mis on üles seatud kaupluse sissekäigu kohale, lubatakse paigutada fassaadile vertikaalseid silte peamiste kaupade loeteluga, mida ettevõte müüb.

Vertikaalsetele siltidele võib paigutada kaubamärkide kujundusi või kunstipäraseid jooniseid neist kaupadest, mida ettevõte müüb.

Liidu- ja autonoomse vabariigi ministrite nõukogu otsusel kirjutatakse siltide tekstid vene või kohalikus keeles. Viimasel juhul asetatakse kaupluse sissekäigu kohale väike täiendav silt, milles on vene keeles dubleeritud suure sildi tekst kaubarühmade või ettevõtte tüübi nimetusega.

Sildi võib valmistada klaasist, metallist, plastmassist või puust, või kujundada vahetult fassaadile kinnitatavate tähemärkide abil metallist, plastmassist või klaasist. Siltide asetamisel elumajadele ei tohi kinni katta korterite aknaid.

Sildid peavad olema maitsekalt kujundatud. Pealkirjad nendel peavad olema tehtud selge, lihtsa ja arusaadava kirjaga. Igal kaubandusorganisatsioonil peab olema tüüpsilt (ühtlase sisu ja teksti paigutusega, värviga, šriftiga) kõigi oma ettevõtete jaoks.

Sildid peavad olema puhtad ja korras, neid tuleb õigel ajal parandada ning puhastada tolmust ja mustusest. Lõhkised ja vigastatud sildid tuleb viivitamata kõrvaldada või parandada. Juhul, kui silt võetakse maha parandamiseks, tuleb selle kohale asetada ajutine, sama tekstiga silt. Ajutist silti ei tohi kasutada rohkem kui üks kuu.

KÜSIMUSI JA ÜLESANDEID

1. Milles seisavad Nõukogude kaubanduse reklaami ülesanded?
2. Missuguseid Nõukogude kaubandusliku reklaami liike teie tunnete?
3. Jutustage vaateakende kujundamisest ja korrashoidmisest.
4. Tutvuge ja jutustage, missugusesse liiki kuuluvad selle kaupluse vitriinid, kus teie töötate.
5. Jutustage, kuidas tuleb kujundada tööstuskaupade kaupluse sildid.
6. Tutvuge, analüüsige kriitiliselt ja jutustage, kuivõrd õigesti on komplekteeritud ja asetatud kaubad selle kaupluse vitriinides, kus teie töötate.

IX PEATÜKK

TÖÖ JA PALGA KORRALDUS

NSV Liidu kaubandustöötajate töö erineb oma olemuselt põhimõtteliselt kapitalistlike maade kaubandustöötajate tööst.

Töö on meie maal au, kuulsuse, vapruse ja sangarlikkuse asjaks. Nõukogude inimeste suhted tööprotsessis on rajatud seltsimehelikule koostööle ja vastastikusele abistamisele.

Sotsialistlik töökorraldus on rajatud eelkõige töötajate endi vabale ja teadlikule distsipliinile. Nõukogude inimeste teadlikkus sellest põhifaktist, et nad töötavad endale ja oma ühiskonnale, on tohutuks sotsialistliku ühiskonna arenemise liikumapanevaks jõuks.

Eriti ilmekalt väljendub see jõud sotsialistlikus võistluses. Nõukogude müüja on nõukogude inimeste — kommunismiehitajate — suure töötajate perekonna liige.

Nõukogude kaubandustöötajad, nagu kõik teisedki töötajad, kasutavad tasuta arstiabi, sotsiaalkindlustusabiraha, iga-aastast tasulist puhkust.

Riikliku kaubanduse ja ühiskondliku toitlustamise alal töötajate ametiühingu käsutuses on sanatooriumid ja puhkekodud, klubid ning teised sotsiaal-kultuurilised ja elukondlikud asutused.

1. Töö korraldamise alused kaupluses

Töö korraldamine kaupluses algab kaadri valiku ja komplekteerimisega. Kaupluse töötajad valitakse tööalaste teadmiste ja poliitilise silmaringi järgi. Enne kui vastu võtta ja kauplusse saata uut töötajat, kontrollitakse hoolikalt, kas ta vastab ametikohale, millele teda suunatakse, kas tal on selleks küllaldaselt teadmisi ja kogemusi, et tööga hästi toime tulla. Vaadatakse läbi töötaja kohta viimasest töökohast antud iseloomustus jne. Töölevõetav töötaja käib seepärast läbi kaubandusorganisatsiooni kvalifikatsioonikomisjoni. See komisjon teeb kindlaks töötaja teadmiste taseme — kvalifikatsiooni, otsustab lõplikult, kas võtta töötajat tööle või mitte, ja määrab talle vastavalt kogemustele ja teadmistele kategooria (I, II jne. kategooria müüja).

Kaupluse töötajad on kohustatud pidevalt tõstma oma tööalast kvalifikatsiooni, ideelis-poliitilist ja kultuurilist taset. Selleks organiseeritakse mitmesuguseid kursusi ja seminare, kus kaupluse töötajad täiendavad oma teadmisi kaubatundmises, kaubanduse organiseerimises ja tehnikas, õpivad uusi töömeetodeid ja ratsionaalseid töövõtteid jne. Kaupluse töötajatel on samuti võimalik õppida Nõukogude kaubanduse tehnikumides ja instituutides, kvalifikatsiooni tõstmise kursustel kaugõppe korras, kaubandusõpilaste koolides jne.

Ideelis-poliitilise taseme tõstmiseks võtavad kaupluse töötajad osa poliitringidest, seminaridest jne.

Suur tähtsus on kaadri õigel paigutusel kaupluses. Kaupluse töötajad tuleb paigutada vastavalt nende erialale. See tähendab, et iga töötaja peab tundma teatud, talle usaldatud töölõiku ja vastutama selle eest. Seejuures peab olema kindlustatud ka õige tööjaotus. Otseselt kauba müümisega peavad tegelema müüjad. Kaupade väljavalimist ja müügiks ettevalmistamist teostab sektsiooni juhataja või tema asetäitja. Suuremates kauplustes pannakse kaupade märkimise ja markeerimise töö spetsiaalselt määratud töötajaile jne.

Kaupluses tuleb luua tingimused süstemaatiliseks tööjõudluse tõstmiseks ja sotsialistliku võistluse arendamiseks. Selleks peavad töökohad olema varustatud vajaliku inventariga, tuleb kõrvaldada puudused sisustuses, mis segavad õiget töö organiseerimist. Peale selle tuleb kindlustada kaupade pidev andmine töökohale.

Tööjõudluse tõstmine, eriti aga uue tehnika juurutamine ja palju jõukulu nõudvate tööde mehhaniseerimine, on suure rahvamajandusliku tähtsusega ülesanne.

Kaupluse töötajate palk peab stimuleerima tööjõudluse tõusu ja ostjate teenindamise kvaliteedi parandamist, soodustama töötajate kinnistamist kaupluse juurde. Palga vormid peavad välja lülitama võrdsustamise jooni.

Õige töö organiseerimine kaupluses, s. t. töötajate õige kasutamine kogu tööpäeva kestel peab tagama kaupluse käibekulude alandamise ja rentaabluse suurenemise.

Tööd on vaja kaupluses organiseerida selliselt, et see kindlustaks kaubaliste materiaalsete väärtuste ja rahaliste vahendite täieliku säilivuse.

Kõik materiaalsed väärtused (kaubad, inventar) peavad olema kinnistatud materiaalselt vastutavatele isikutele.

Tähtsaimaks tingimuseks, mis tagab kõigi nende ülesannete täitmist töö organiseerimisel kaupluses, on kõigi kaupluse tööde organiseerimine töötajate sotsialistliku võistluse hoogustamise alusel, kõigis kaupluse töölõikudes uute meetodite ja ratsionaalsete töövõtete juurutamise teel.

2. NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemi töötajate sotsialistlik võistlus

Töö organiseerimist kaupluses on võimalik süstemaatiliselt parandada ainult laialdase sotsialistliku võistluse hoogustamise alusel ja ostjate eeskujuliku teenindamise liikumise, eesrindlaste kogemuste laiendamise ja juurutamisega, kaubandustöötajate kvalifikatsiooni tõstmise, ratsionaliseerimisettepanekute ja tehniliste täiustuste kasutamise alusel.

Kommunismi ehitamise käigus kasvavad meie maal ümber ka inimesed ise. Nõukogude inimeste vaimse palge muutus väljendub eelkõige uues suhtumises töösse. Kasvatades rahvas kõrget teadlikkust üldrahvalikest huvidest, ühendab kommunistlik partei töötajad ühtseks organiseeritud kollektiiviks, kes teostab kommunismi ehitamise ülemaailmseid ajaloolisi ülesandeid.

Organiseeritus ja distsipliin ilmnevad üldrahvalikus sotsialistlikus võistluses, massilises liikumises plaanide täitmise ja ületamise eest. Nõukogude töölised, kolhoosnikud ja teenistujad näitavad kõrge sotsialistliku organiseerituse ja distsiplineerituse eeskuju. Need nõukogude inimeste omadused kasvasid välja teadlikus, sotsialistlikus töös, ühtses sõbralikus võitluses uue, kommunistliku ühiskonna ehitamise, ning inimeste teadvuses esinevate kapitalismi igandite likvideerimise eest.

Sotsialistlik võistlus on muutunud meil põhiliseks töö organiseerimise meetodiks. Kõik kaubandusorganisatsioonid ja -ettevõtted võtavad osa üleliidulisest sotsialistlikust võistlusest.[1]

NSV Liidu Ministrite Nõukogu rändpunalipu ja ÜAKN ning NSV Liidu Kaubandusministeeriumi rändpunalipu koos esimese preemiaga üleliidulises sotsialistlikus võistluses esikohale tulnud parimale kollektiivile määrab ÜAKN ja NSV Liidu Kaubandusministeerium.

Teine ja kolmas preemia liiduvabariikide kaubandusministeeriumi süsteemi organisatsioonidele ja ettevõtetele määratakse koos liiduvabariikide kaubandusministeeriumi ning riikliku kaubanduse ja ühiskondliku toitlustamise töötajate ametiühingu vabariikliku komitee poolt.

Üheaegselt organisatsioonide ja ettevõtete vahelise üleliidulise sotsialistliku võistlusega viiakse läbi sisemisi võistlusi igas organisatsioonis ja ettevõttes, üksikute sektsioonide ja brigaadide vahel, samuti võistlevad töötajad individuaalselt kutsealade järgi.[2]

---

[1] Täiendused ja muudatused sotsialistliku võistluse organiseerimise kohta on toodud NSV Liidu Kaubandusministeeriumi ning riikliku kaubanduse ja ühiskondliku toitlustamise töötajate ametiühingu keskkomitee 1956. a. 15. septembri ringkirjas nr. 0455. Alates I kvartalist 1958. a. organiseeritakse ka vabariiklik sotsialistlik võistlus. *Toim.*

[2] Täiendused ja muudatused on kehtestatud NSV Liidu Kaubandusministeeriumi ning riikliku kaubanduse ja ühiskondliku toitlustamise töötajate ametiühingu keskkomitee 1955. a. 5. jaanuari ringkirjaga nr. 7 ja 8.

Mitte harvemini kui kord kuus kontrollitakse võetud sotsialistlike kohustuste täitmist. Kontrolli tulemused arutatakse läbi organisatsiooni ja ettevõtte töötajate tootmisnõupidamisel, et laialdaselt juurutada paremate ettevõtete ja eesrindlike inimeste töökogemusi ning kõrvaldada võetud kohustuste täitmist takistavad põhjused.

3. Sotsialistlik võistlus kutsealade järgi

Üheks Nõukogude kaubanduse töötajate võistluse vormiks on sotsialistlik võistlus kutsealade järgi. Selle võistluse võitjateks loetakse töötajad, kes töö kõrge kvaliteedi juures ületavad jõudlusnorme ning kes rakendavad ratsionaliseerimisabinõusid. Kutsealade järgi toimuva sotsialistliku võistluse kokkuvõtteid tehakse iga kuu.

Kutsealade järgi toimuva sotsialistliku võistluse võitnud müüjaile omistatakse nimetus «Parim müüja». Selles võistluses võitja määramisel võetakse arvesse kuu töötulemusi: müüja jõudlusnormi ületamist, töökoha eeskujulikku korrashoidmist, isikliku hügieeni nõuete täitmist, eesrindlaste ratsionaliseerimisettepanekute rakendamist kaupluse töö parandamiseks või oma töökogemuste edasiandmist, pidades silmas kaubanduse eeskirju, ostjate kaebuste, samuti kaupluse administratsiooni ja kõrgemalseisva organisatsiooni kirjalike märkuste puudumist.

Kui kaubandustöötaja on tulnud kutsealases võistluses võitjaks kuus kuud järjest, pannakse tema nimi autahvlile ja antakse talle aukiri.

Kutsealase võistluse võitmise korral aasta jooksul kantakse võitjate nimed auraamatusse.

Aukirjad antakse välja töötajate üldkoosolekul. Otsus parema töötaja nimetuse andmise kohta, autahvlile panemise kohta, aukirja andmise ja auraamatusse kandmise kohta vormistatakse protokolliga sotsialistliku võistluse kokkuvõtete tegemisel: suurtes kauplustes — kaupluse direktori ja kohaliku komitee poolt, väikestes kauplustes — kaubastu (kontori, osakonna) direktori ja vastava (vabariikliku, krai, oblasti, linna, rajooni) ametiühingukomitee poolt.

4. Sotsialistlik võistlus ostjate eeskujulikuks teenindamiseks

Tõstes sotsialistliku võistluse kaubanduses kõrgemale astmele, hoogustasid eesrindlikud letitöötajad seda üksikute brigaadide, sektsioonide ja kaupluste võistlusena ostjate eeskujulikuks teenindamiseks.

Toetades eesrindlike kaubandustöötajate algatust, kinnitasid NSV Liidu Kaubandusministeerium ning riikliku kaubanduse ja ühiskondliku toitlustamise töötajate ametiühingu keskkomitee kau-

bandusala töötajate sotsialistliku võistluse tingimused nimetuse «Ostjate eeskujuliku teenindamise brigaad (sektsioon, kauplus)» saamiseks.

Sotsialistliku võistluse võitjateks võistluses nimetusele «Ostjate eeskujuliku teenindamise brigaad (sektsioon)» loetakse brigaade või sektsioone, kes tagavad:

a) nendele ettenähtud kaubakäibe ja jõudlusnormide täitmise ja ületamise;

b) ostjate tähelepaneliku ja viisaka teenindamise;

c) müüja töökoha eeskujuliku korraldamise;

d) ostjate nõudmise igapäevase uurimise ja selle põhjal kaupade sortimendi laiendamise üle kindlaksmääratud miinimumi;

e) kaupade kvaliteedi kontrolli;

f) sotsialistliku omandi täieliku säilivuse.

Võitjateks sotsialistlikus võistluses nimetuse «Ostjate eeskujuliku teenindamise kauplus» loetakse need kauplused, mille kõikidele sektsioonidele (osakondadele) on omistatud nimetus «Ostjate eeskujuliku teenindamise sektsioon (osakond)», tingimusel, kui need kauplused tagavad: kinnitatud kaubakäibeplaani täitmise ja ületamise, käibekulude vähendamise, kasumiplaani täitmise ja sotsialistliku omandi täieliku säilivuse, alalise eeskujuliku puhtuse ning korra müügisaalis ja abiruumides, ruumide eeskujuliku sisemise ja välise kujunduse.

Sotsialistliku võistluse tulemused ostjate eeskujuliku teenindamise brigaadi, sektsiooni, osakonna nimetusele võetakse kokku iga kuu, hiljemalt järgmise kuu 10-ndaks kuupäevaks. Kokkuvõtted brigaadide, sektsioonide ja osakondade järgi kauplustes teeb kaubastu, trusti, kontori või osakonna direktor koos ametiühingu rajooni- või linnakomiteega. Kaupluste järgi tehakse kokkuvõtted oblasti (krai) linna kaubandusosakondade ja kaubanduse valitsuste poolt koos ametiühingu krai- või oblastikomiteega.

Sotsialistliku võistluse tulemused nimetusele «Ostjate eeskujuliku teenindamise sektsioon» tuleb iga kuu läbi arutada kaubandustöötajate koosolekuil.

Sotsialistlikus võistluses võitjaks tulnud brigaadidele, sektsioonidele, osakondadele ja kauplustele on kindlaks määratud järgmised ergutused:

a) kuu kestel oma töös parimaid tulemusi saavutanud brigaadile, sektsioonile, osakonnale omistatakse aunimetus «Ostjate eeskujuliku teenindamise brigaad (sektsioon, osakond)»;

b) kvartali kestel oma töös parimaid tulemusi saavutanud kauplusele omistatakse nimetus «Ostjate eeskujuliku teenindamise kauplus»;

c) kvartali kestel oma töös parimaid tulemusi saavutanud brigaadide, sektsioonide, osakondade, kaupluste töötajate fotod pannakse välja autahvlile;

d) parimate töötulemustega kuus kuud järjest silma paistnud brigaadide, sektsioonide, osakondade, kaupluste jne. töötajatele

antakse aukiri ja nende nimed kantakse auraamatusse koos nende töömeetodite kirjeldusega, aukirjad antakse kätte töötajate üldkoosolekutel.

Nimetuse «Ostjate eeskujuliku teenindamise brigaad (sektsioon, osakond, kauplus)» äravõtmine toimub sama korra kohaselt, nagu see omistatakse, s. t. kaubastu direktori poolt koos ametiühingukomiteega.

5. Autasustamine rinnamärgiga «Nõukogude kaubanduse eesrindlane»

Rinnamärgiga «Nõukogude kaubanduse eesrindlane» autasustatakse riikliku ja kooperatiivkaubanduse organisatsioonide ja ettevõtete parimaid töötajaid, kes on eriliste saavutustega kaasa aidanud Nõukogude kaubanduse arendamisele. Niisugusteks saavutusteks on:

1) elanikkonna nõudmiste kõige täielikum rahuldamine vajalike kaupadega;

2) ostjate teenindamise kõrge kultuur;

3) edukaim kaubakäibeplaani täitmine;

4) eesrindlike töömeetodite ja uue tehnika, samuti ratsionaliseerimis- ja leiutusettepanekute juurutamine, mis soodustavad ostjate teenindamise kultuuri parandamist, sortimendi laiendamist ja kaupade kvaliteedi paranemist, tööviljakuse tõusu ja käibekulude alandamist.

Rinnamärgi «Nõukogude kaubanduse eesrindlane» annab Nõukogude kaubandustöötajaile NSV Liidu kaubandusminister või tema volitusel vabariikide kaubandusministrid või oblastite, kraide, linnade kaubandusosakondade juhatajad.

Autasustatu tööraamatusse tehakse märge autasustamise kohta rinnamärgiga «Nõukogude kaubanduse eesrindlane». Peale selle antakse talle välja vastav tunnistus.

Riikliku kaubanduse töötajad, kes on autasustatud rinnamärgiga «Nõukogude kaubanduse eesrindlane», on NSV Liidu Kaubandusministeeriumis isikulisel arvel.

Rinnamärgiga «Nõukogude kaubanduse eesrindlane» asutasustatud töötajat võib töölt vallandada või madalamale töökohale viia ainult oblasti või linna kaubandusosakonna juhataja loal, liiduvabariikides aga, kus ei ole oblastilist jaotust — liiduvabariigi kaubandusministeeriumi loal.

Rinnamärki «Nõukogude kaubanduse eesrindlane» kantakse rinnas paremal pool, NSV Liidu ordenite all.

Iga müüja auasjaks on töötada selliselt, et ta vääriks rinnamärki «Nõukogude kaubanduse eesrindlane».

6. Töötajate kategooriad ja tööjõu paigutus kaupluses

Olenevalt teostatavate tööde iseloomust jagunevad kaubandusettevõtete töötajad järgmistesse kategooriatesse: 1) operatiivpersonal — müüjad; 2) administratiiv- (juhtiv) personal — kaupluste direktorid, osakondade, sektsioonide juhatajad ja nende asetäitjad, administraatorid; 3) arvestusala töötajad — kassapidajad, raamatupidajad, arveametnikud; 4) kaubanduslik abipersonal — dekoraatorid, praakerid, ekspediitorid, laohoidjad; 5) tootmis-tehniline personal — mehaanikud (kassaaparaatide, kaalude jne. osas), montöörid jt.; 6) teenindav abipersonal — töölised, koristajad, uksehoidjad.

Jaekaubandusettevõtete töötajate peakategooriaks on müüjad. Kauplustes, mille käibe suurus võimaldab pidada kaubanduslik-abistavaid ja teenindavaid töötajaid, peavad müüjad tegelema ainult kaupade väljastamisega ostjatele; nad ei tohi tegelda kaupade ettevalmistusega müügiks, kaupade kandmisega töökohale, kaupade vastuvõtmisega jne. Kauplustes aga, kus ei ole tingimata vaja spetsiaalseid töölisi abitööde tegemiseks, teevad neid müüjad ise enne kaupluse avamist. Kaupade juurdetoomist ja vastuvõtmist teostatakse võimalust mööda tööst vabal ajal, selleks et mitte müüjat töölt müügisaalis ära tõmmata.

7. Müüjate tööle ilmumise graafikud

Tööleilmumise graafikuks nimetatakse tabelit, mis määrab kindlaks igale töötajale kuu kestel tööle ilmumise ja töölt lahkumise aja, tööpäeva üldise kestuse, lõunavaheaja ja puhkepäevad. Aeg, mis on vajalik töö ettevalmistamiseks ja lõpetamiseks, mida teevad töötajad enne kaupluse avamist ja pärast selle sulgemist, arvatakse graafiku koostamisel kaheksatunnilise tööpäeva sisse.

Kui müüja tööpäeva kestus on rohkem kui 8 tundi, lubatakse teha päeva jooksul kaks vaheaega, kuid üldkestusega mitte üle 2 tunni.

Tööletuleku graafiku koostamisel lähtutakse sellest, kuidas ostjad külastavad kauplust, kõige enam koormatud tunde päevas, samuti üksikuid päevi nädalas, millal ostjaid käib kõige rohkem.

Kasutamisel on kolme liiki graafikud: samaaegse tööleilmumise graafik, lindikujulise (astmelise) tööleilmumise graafik ja tööaja summeeritud arvestuse graafik.

Samaaegse tööleilmumise graafikut peetakse kauplustes, kus töötatakse ühes vahetuses ja kus on üldine puhkepäev, samuti ühe vahetusega kauplustes, mis töötavad pidevalt nädala jooksul.

Esimest tüüpi kauplustes on üksikutele töötajatele kehtestatud erinevad lõunavaheajad, tavaliselt nendele tundidele, kus ostjate vool on kõige väiksem. Kauplustes, kus töötatakse ilma puhkepäevata kogu nädal, peetakse graafiku koostamisel silmas ostjate

voolu nädala üksikutel päevadel ning vastavalt sellele võimaldatakse puhkepäev. Nii näiteks peavad pühade-eelsetel päevadel ja pühadel, kui ostjate vool suureneb, tulema kõik töötajad graafiku järgi tööle, ja vastupidi, pühadejärgseil päevadel, kui ostjaid on vähem, antakse müüjaile rohkem puhkepäevi.

Kauplustes, kus töötatakse üle 8 tunni päevas, kusjuures ostjate arv päeva jooksul on erinev, kasutatakse lindikujulist graafikut. Selle graafiku kohaselt ei ilmu müüjad tööle korraga, vaid kindlaksmääratud vaheaegade järel. Kõige rohkem koormatud tundidel on kõik letitöötajad kaupluses, mis võimaldab paremini ostjaid teenindada.

Lindikujulise graafiku koostamisel tuleb kindlasti silmas pidada, et üks üle aja töötatud päev kompenseeritaks järgmisel päeval. Kui puhkepäev võimaldatakse töötajaile 7-ndal päeval, on võimalikud järgmised variandid tundides üksikute päevade järgi:

Tööpäevad	Töötundide arv		
	I variant	II variant	III variant
1. päev	9	10	11
2. „	7	6	5
3. „	9	10	11
4. „	7	6	5
5. „	9	10	11
6. „	7	6	5
7. „	puhkepäev		

Kauplustes, kus töötatakse rohkem kui ühes, kuid vähem kui kahes vahetuses, peetakse kõrgemalseisva organisatsiooni loal ja kooskõlastatult ametiühinguga summeeritud tööaja arvestuse graafikut. Selle graafiku puhul ei tohi müüja tööaeg ületada 13 tundi 50 minutit päevas, kaasa arvatud aeg, mis kulub töö ettevalmistamiseks ja lõpetamiseks. Töötundide üldarv kuus aga peab vastama normaalsete tööpäevade tundide arvule kuus, s. t. näiteks 26 tööpäeva juures — 200 tundi [1].

Lõunavaheaega müüja tööpäeva hulka ei arvata.

Töötajate töölekutsumine nende puhkepäevadel on lubatud ainult erandjuhtudel, kooskõlastatult ametiühinguorganisatsiooniga ja ainult kaubandusettevõtte juhataja kirjalikul korraldusel, tingimusel, et vaba aega antakse töötajale vastu lähema kahe nädala jooksul.

[1] Alates 1956. a. 10. märtsist on töötundide arvu kuus vähendatud, seoses 2 tunni võrra lühendatud tööpäeva kehtestamisega üks kord nädalas. — *Toim.*

8. Tööaja kontroll ja arvestus

Tööle ilmumist ja töölt lahkumist kontrollitakse kauplustes numbrilise (tabeliarvestuse) süsteemi abil. Iga kaupluse töötaja, saabudes tööle, peab võtma numbritahvlilt žetooni oma numbriga, töölt lahkumisel aga riputama selle tahvlile pöördepoolega või numbritahvli vastaspoolele. Äravõetud ja ülesriputatud žetoonide järgi tehakse vastavad sissekanded tabeliraamatusse. Äravõetud žetoonide üldarv peab vastama tegelikult tööl olijate arvule. Tabeli andmed kõrvutatakse tööleilmumise graafikuga. Sel teel kontrollitakse graafikust kinnipidamist, avastatakse töölt puudumised ja tööle hilinemised.

Sotsialistlik distsipliin nõuab täpset, viljakat tööd kogu tööpäeva kestel. Sellepärast ei saa kontroll tööaja kasutamise üle piirduda ainult tööle ilmumise ja töölt lahkumise arvestusega. Seda kontrolli peavad kogu tööaja kestel teostama kaupluse juhataja, osakonna juhataja või tema asetäitja.

Töö ajal on keelatud töölisi ja teenistujaid nende tööst eemaldada, välja kutsuda või töölt ära võtta ühiskondlike kohustuste täitmiseks, korraldada koosolekuid ja mistahes nõupidamisi ühiskondlikes asjus, maksta palka, samuti anda igasuguseid õiendeid ja tõendeid.

9. Müüjate jõudlusnormid

Müüjate tööjõudlust mõõdetakse tegelikult tehtud töö koguse järgi. Müüjate tööjõudluse taseme kindlaksmääramiseks on kehtestatud jõudlusnormid. Jõudlusnormiks on hakatud nimetama kaupade hulka (rublades väljendatult), mis tuleb müüjal müüa ühe tööpäeva jooksul.

Müüja päevane jõudlusnorm tehakse kindlaks järgmiselt: aastaplaani kuu keskmine käive antud kaubarühmas jagatakse sektsiooni müüjate arvuga, saadakse müüja kuu keskmine jõudlusnorm. See norm jagatakse kuu keskmise tööpäevade arvuga ja saadakse müüja jõudlusnorm ühe inimpäeva kohta.

Jõudlusnormid määratakse kindlaks üksikute kaubaliikide (fototarbed, raadiotarbed, spordijalatsid, spordiriietus jne.) järgi või kaubarühmade (mänguasjad, kantseleikaubad) järgi. Jõudlusnorme üksikute kaupade järgi kasutatakse spetsialiseeritud kauplustes, sektsioonides ja müüjate töökohtades, kus on võimalik pidada üksikute kaupade müügi arvestust.

Jõudlusnormid võivad olla ühtsed — ühesugused kõigi kuude jaoks aastas, või hooajalised — ühesugused kõigi kuude jaoks hooajal. Viimased kehtestatakse hooajaliste kaupade müüjatele (jalgrattad, näärikuuse-ehted).

Ühe linna piirides võib erinevatele kauplustele — sõltuvalt käibe mahust, kaupluse asukohast ja teistest tunnustest — üksi-

kute kaubaliikide rühmade järgi määrata erinevad jõudlusnormid erinevusega nende vahel mitte üle 20%.

Jõudlusnormid määratakse sellise arvestusega, et nende summa aasta kohta ei ületaks kaupluse või osakonna kaubakäibe aastaplaani. Neis kauplustes, kus müüjad uute töömeetodite tarvituselevõtmise tagajärjel kindlaks määratud jõudlusnorme ületavad, määratakse uued normid sellise arvestusega, et kaupluse kuu keskmine käive aastaplaani järgi oleks uute normide summast 10—15% kõrgem.

Kaubanduses rakendatakse progressiiv-keskmisi jõudlusnorme, mis määratakse eesrindlike töötajate normide ning kohusetruult oma töösse suhtuvate keskmiste töötajate normide vahepealsete normidena.

Jõudlusnormid määratakse vähemalt aastaks, kusjuures õpitakse hoolikalt tundma ja analüüsitakse neid elemente, millest antud töö liigi käik kujuneb.

Määratud normid peavad mahajäävaid kauplusi ja töötajaid tõmbama eesrindlaste tasemele.

10. Müüjate töötasu süsteemid

Nõukogude kaubanduses kehtib kaks palgasüsteemi — tükitöö- ja ajapalgasüsteem.

Tükitöötasu on tasu väljatöötatud toodanguüksuselt, olenemata selle väljatöötamiseks kulutatud ajast, kuid seadusega kindlaksmääratud tööpäeva piires. Nõukogude kaubanduses rakendatakse tükitöö alusel tasumist tasuna kuu kestel väljatöötatud käibelt.

Tükitöötasu — põhiline töötasu liik jaekaubanduses — stimuleerib töötaja isiklikku huvitatust tööjõudluse tõstmiseks ja kaubakäibeplaani täitmiseks.

Tükitöötasule on üle viidud kõik kaubandusettevõtete ja -organisatsioonide töötajad, kellest oleneb kaubakäibeplaani täitmine. Seejuures kasutatakse kolme tükitöötasu liiki: suurtes kauplustes käibega üle 100 000 rubla kuus, keskmistes — käibega 30 000—100 000 rubla kuus ja väikestes — käibega kuni 30 000 rubla kuus.

Palgamäärad müüjatele, nagu kõigile kaupluse töötajatele, kus käive on üle 100 000 rubla kuus, määratakse olenevalt sellest, missugusesse vööndisse kuulub linn, kus asub kauplus, kauplustele omistatud järgust, samuti müüjate erialast ja kvalifikatsioonist.

Olenevalt kaupluse asukohast on palgamäärad kindlaks määratud vööndite järgi: esimene, teine, kolmas.

Kõige madalam palgamäär on määratud kolmandasse vööndisse kuuluvate kaupluste töötajaile. Kaupluste töötajatele, kes kuuluvad väljaspool vööndeid olevasse rühma, on palgamäär ja ühtsed hinded määratud 25% kõrgematena esimese vööndi määradest (hindeist).

Kauplused, kelle kuu käive on üle 100 000 rubla, on jagatud

kolme järku. Kaupluse järk määratakse olenevalt tema tegelikust käibest viimase 12 kuu jooksul. Kolmandasse järku on arvatud kauplused väiksema käibega, teise — keskmise käibega, esimesse — suurema käibega. Väike arv väga suuri kauplusi ei kuulu ühegi järgu alla.

Esimese järgu kaupluste töötajatele, nende hulgas ka müüjatele, on palgamäärad kindlaks määratud 40% ja teise järgu kaupluste töötajatele 20% kõrgemana kui kolmanda järgu kauplustes.

Väljapoole järke kuuluvate kaupluste töötajate palgamäärad on 25% kõrgemad määrast, mis on ette nähtud esimese järgu kaupluse töötajaile.

Palgamäärad olenevad samuti müüja erialast ja jagunevad kahte rühma: esimesse, kõrgemasse rühma arvatakse foto- ja raadiotarvete, optika, muusikariistade, näitlike õppevahendite, raamatute müüjad; teise rühma kuuluvad kõigi teiste kultuurikaupade müüjad.

Olenevalt müüjate kvalifikatsioonist jagunevad nad järgmistesse kategooriatesse: vanemmüüja, I, II ja III järgu müüja. Vanemmüüjatele on kindlaks määratud kõrgem palgamäär kui I kategooria müüjatele.

Kaupluses, mille käive on suurem kui 100 000 rubla kuus, tasutakse töö eest individuaalse tükitöö hinde alusel. Tükitöö hinne määratakse käibe igalt 1000 rublalt ja määratakse kindlaks müüja kuupalgamäära jagamisel talle kindlaksmääratud kuu-jõudlusnormiga.

Jõudlusnormi ületamisel peale tükitöö hinde alusel määratud põhitasu makstakse müüjatele progressiivset lisatasu järgmiselt: 10% tükitöö hinde alusel määratud põhitasust, kui jõudlusnorm on täidetud 100—110%; 15% põhitasust makstakse normi täitmisel 110—115%; 20% — jõudlusnormi täitmisel 115—125%; 30% progressiivtasu saab müüja kuunormi täitmisel 125—130%. Jõudlusnormi täitmisel üle 150% saab müüja lisatasu 40% ulatuses tasust, mis on arvestatud tükitöö hinde alusel.

Juhul, kui müüja ei täida ettenähtud jõudlusnormi, arvutatakse tema palk tegelikult täidetud normi alusel, kuid see ei tohi olla väiksem kui 90% palgamäärast tööl oldud aja eest.

Õpilaste töö eest tasutakse kindlate määrade järgi; palgamäärad nende jaoks on kehtestatud vastavalt vööndilisele jaotusele ja õpilase kategooriale. III kategooria õpilane saab kõrgema määra kui II ja I kategooria õpilane. Õpilase palgamäärad ei sõltu kaupluse järgust.

Keskmise suurusega kauplustes, plaanilise käibega 30 000—100 000 rubla kuus, tasutakse müüjatele teiste töötajatega ühiste tükitöö hinnete alusel — 9 rubla tegeliku käibe igalt 1000 rublalt plaani piires; käibe igalt 1000 rublalt üle plaani on kindlaks määratud hinne 18 rubla — kaks korda rohkem. Kauplustes, kus peale juhataja töötab üks müüja, saab juhataja igast saadaolevast sajast rublast 55 rubla, müüja aga 45 rubla. Nendes kauplustes, kus

peale juhataja töötab kaks müüjat, makstakse juhatajale igast saadaolevast 100 rublast 40 rubla, kummalegi müüjale 30 rubla.

Niisuguste kaupluste juhatajatele makstakse täiendavalt lisatasu juhtimise eest: kui kaupluses puudub müüja — 30 rubla kuus, kui kaupluses on peale juhataja üks või kaks müüjat — 70 rubla kuus.

Kauplustes käibega alla 30 000 rubla kuus toimub töötasu maksmine töötajaile vastavalt määrusele töötasu maksmisest väikejaevõrgu töötajaile.

Õige töötasustamine tekitab kaubandustöötajates materiaalset huvitatust kaubakäibeplaanide täitmiseks ja ületamiseks ning ostjate teenindamise parandamiseks.

Ajatasu, nagu see järeldub nimetusest endastki, on tasu teatava töötatud aja (kuu) eest. Seda töötasu süsteemi rakendatakse nende töötajate suhtes, kelle töö ei avalda otsest mõju kaubakäibeplaani täitmisele. Sellesse kategooriasse kuuluvad töölised, koristajad, montöörid, mehaanikud jne. Kaupluse kaubakäibeplaani täitmisel ja ületamisel makstakse neile töötajaile iga kuu peale põhipalga veel preemiaid hea töö eest 25—30% ulatuses kuupalgast (kiire kaupade mahalaadimine veokeilt, kaupluses eeskujuliku korra ja puhtuse eest hoolitsemine jne.).

Peale põhipalga makstakse kaupluse ja kioski müüjatele, kes töötavad NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemi jaekaubandusettevõtteis, protsentuaalset lisatasu kaubanduses töötatud aastate eest: 3—5 aastase töö põhjal makstakse täiendavalt 5%, 5—10 aastase töö puhul — 10%, 10—15 aastase töö puhul 15% ja pideva tööstaaži eest 15 aastat ning rohkem — 25% palgamäärast.

Vastavalt Tööseaduste koodeksile on NSV Liidu Kaubandusministeeriumi poolt kinnitatud «NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemi kuuluvate kaubanduse ja ühiskondliku toitlustamise ettevõtete ja asutuste tööliste ja teenistujate sisekorra eeskirjad».

Sisekorra eeskirjad on suunatud sotsialistliku töödistsipliini tugevdamisele; nad aitavad õigesti organiseerida tööd, täielikumalt ja ratsionaalsemalt kasutada töökohta, tõsta tööjõudlust, kaasa aidata kaubakäibeplaani täitmisele ja ostjate kultuurse teenindamise parandamisele.

Sisekorra eeskirjades on üksikasjaliselt näidatud kaupluse töötajate üldised ja erikohustused, samuti vastutamise kord nende täitmatajätmise eest. Sisekorra eeskirjad näevad ette tööle ilmumise ja töölt lahkumise korra, töökohalt lahkumise lõunavaheajale minekuks või mõnel teisel põhjusel, müüja üldised kohustused töökoha korrashoidmise jne. kohta. Iga müüja peab neid sisekorra eeskirju hästi teadma ja rangelt järgima.

Sisekorra eeskirjad on kohustuslikud kaubanduskooli õpilastele kogu nende töö ajal kaupluses.

11. Töökaitse ja ohutustehnika

Kaubandustöötajate töökaitse, nagu kõigi teiste töötajate töökaitse NSV Liidus, on ette nähtud eri seadusega, mille täitmist pidevalt kontrollivad ametiühinguorganid. Töökaitse eeskirjade ja normide rikkumine, ohutustehnika eeskirjade rikkumine on seotud range vastutusega. Töö sisekorra eeskirjades on samuti ette nähtud nii administratsiooni kui ka töötajate ja teenistujate vastutus ohutustehnika ja sanitaarnõuete järgimise eest.

Iga uus või rekonstrueeritud kaubandusettevõte antakse ekspluatatsiooni alles pärast eelnevat ülevaatust ning Riikliku kaubanduse ja ühiskondliku toitlustamise töötajate ametiühingu tööinspektori loal.

Naiste ja alaealiste jaoks on ette nähtud täiendavad töökaitse normid. NSV Liidu tööseadusandlusega on keelatud võtta tööle alaealisi alla 14 aastat. Õpilasi ei ole lubatud suunata tööle, mis ei ole seotud nende poolt õpitava eriala omandamisega.

Tööle võetavad alaealised tuleb varustada erirõivastega võrdselt täiskasvanud töötajatega.

Alaealistel 14—16 aastani lubatakse raskeid esemeid kanda ainult erandjuhtudel. Seejuures ei tohi alaealisi 14—16 aastani mingil juhul määrata tööle, mis seisab üle 2 kg raskuste esemete pidevas kandmises.

Alaealisi 16—18 aastani ei tohi samuti määrata töödele, mis seisavad ainult rohkem kui 4 kg raskuste esemete kandmises või tõstmises (näiteks alalisele tööle kaupade juurdekandmisel abiruumidest müügisaali).

Raskete esemete kandmine ja edasiviimine 16—18 aastaste alaealiste müüjate poolt samuti seadusega kindlaksmääratud normide piires on lubatud ainult sel juhul, kui need tööd ei võta töö ajast üle kolmandiku. Raskuste kandmine ja tõstmine üle ettenähtud normide on keelatud.

Alaealistele 14—16 aastani, kes on võetud individuaalsele või brigaadilisele väljaõppele, samuti kaubanduskooli õpilastele on kehtestatud kuuetunniline tööpäev. Selles eas noormehi ja tütarlapsi ei tohi panna ületunni- ega öötööle.

Lühendatud tööpäevaga alaealistele töötajatele makstakse palka täis tööpäeva eest, samuti kui vastava kategooria täieealistele töölistelegi.

Alaealistel töötajatel (alla 16 aasta) on õigus saada korralist puhkust ühe kalendrikuu ulatuses, kuid mitte vähem kui 24 tööpäeva.

Kõigile töötajaile, kes õpivad töölisnoorte koolides, on lõpueksamite ajaks ette nähtud lisapuhkus koos palga säilitamisega: üheteistkümnendate klasside õpilastele 20 tööpäeva, seitsmendate klasside õpilastele 15 tööpäeva. Õpilaste soovil võib nende korralise puhkuse määrata eksamite ajale.

12. Kollektiivleping

Suur tähtsus kaupluse võitluses plaani täitmise ja töötingimuste parandamise eest on kollektiivlepingul.

Kollektiivleping on kokkulepe ametiühinguorganisatsiooni ja ettevõtte või asutuse administratsiooni vahel.

Majandus- ja ametiühinguorganite vastutuse tõstmiseks töötajate elukondlike vajaduste ja kultuurse teenindamise parandamise eest nähakse kollektiivlepingus ette konkreetsed administratsiooni kohustused, samuti töötajate ja teenistujate kohustused. Kollektiivlepingus nähakse ette:

administratsiooni kohustused riikliku plaani täitmist ja ületamist soodustavate organisatsioonilis-tehniliste abinõude teostamises, käibekulude alandamises ja tööjõudluse tõstmises;

administratsiooni ja ametiühingukomitee kohustused sotsialistliku võistluse hoogustamises ning töödistsipliini kohta käiva seadusandluse kõrvalekaldumatus järgimises;

administratsiooni kohustused töökaitse- ja korteriolude parandamises ning töötajate varustamise ja kultuurilise teenindamise parandamise alal;

administratsiooni kohustused kaadri ettevalmistamises ja ametiühinguorganisatsiooni kohustused selle ettevalmistamisele kaasaaitamises.

Peale selle võetakse kollektiivlepingusse valitsuse poolt kinnitatud palgasüsteemid.

KÜSIMUSI JA ÜLESANDEID

1. Mille poolest erineb Nõukogude kaubanduse töötajate töö kapitalistlike maade kaubandustöötajate omast?
2. Millele on rajatud sotsialistlik töödistsipliin?
3. Jutustage sotsialistliku võistluse olemusest.
4. Mille eest määratakse rinnamärk «Nõukogude kaubanduse eesrindlane»?
5. Kuidas mõõdetakse müüjate tööjõudlust ja mis on jõudlusnorm?
6. Missugune palga maksmise kord kehtib teie kaupluses?
7. Jutustage müüja kohustustest, mis on kindlaks määratud sisekorra eeskirjadega.

X PEATÜKK

KAUPLUSE KAUBANDUS- JA FINANTSPLAAN

Nõukogude riik teostab oma majanduspoliitikat, toetudes sotsialismi põhilise majandusseaduse ja rahvamajanduse plaanipärase (proportsionaalse) arenemise seaduse nõudeile.

Kogu meie maa majanduselu määratakse kindlaks rahvamajanduse plaaniga, mille osa ja tähtsus on kindlaks määratud NSV Liidu Konstitutsiooniga.

Nõukogude Liidu Konstitutsiooni 11. paragrahvis on öeldud:

«NSV Liidu majanduslikku elu määrab ja suunab riiklik rahvamajanduse plaan ühiskondliku rikkuse suurendamise, töörahva ainelise ja kultuurilise taseme järjekindla tõusu, NSV Liidu sõltumatuse kindlustamise ja ta kaitsevõime tugevdamise huvides.»

Rahvamajandusplaanid määravad NSV Liidus kindlaks riigi arenemise suuna ja põhilised rahvamajanduslikud proportsioonid, mis on vajalikud kommunistliku ühiskonna materiaalse ja tehnilise baasi ülesehitamiseks.

Töötajate poliitiline teadlikkus on majandusplaanide täitmisel tähtsamaid tingimusi. Nende plaanide reaalsus seisab eelkõige rahvahulkade töötahtes, nende otsustavuses täita plaan. Riikliku plaanipärase juhtimise ühendamine töötajate loomingulise aktiivsusega, nende kõrge sotsialistliku teadlikkusega on otsustavaks tingimuseks meie plaanide täitmisel.

Nõukogude riiklikud plaanid on kohustuslikud kõigile sotsialistlikele ettevõtetele, kõigile meie maa töötajaile. Plaanide koostamisel peetakse silmas kõiki kaasaegse teaduse saavutusi ja nähakse ette uue tehnika ja parimate kogemuste kasutamine.

Rahvamajandusplaaniga määratakse kindlaks kogu rahvamajanduse, sealhulgas ka Nõukogude kaubanduse arenemine.

Riiklikes plaanides kajastub Nõukogude kaubanduse vastastikune seos kõigi NSV Liidu rahvamajandusharudega, on määratud kindlaks tootmise ja tarbimise õige vahekord.

Riikliku plaani Nõukogude kaubanduse kõigile süsteemidele määrab valitsus. Selle plaani alusel kinnitavad kõrgemalseisvad kaubandusorganisatsioonid oma süsteemi kõigi lülide plaanid. Nii määrab NSV Liidu Kaubandusministeerium kindlaks plaani vaba-

riikide ja peavalitsuste järgi, peavalitsused — kontorite või neile endile vahetult alluvate kaubandusettevõtete järgi, kontorid aga kinnitavad iga kaupluse kaubandus- ja finantsplaani.

Nõukogude kaubanduse plaan on rahvamajandusplaani koostisosa, iga Nõukogude ettevõte aga on osake ühtsest plaanipärasest, sotsialistlikust majandusest. Iga ettevõtte töö, sealhulgas ka Nõukogude kaubanduse põhilüliks oleva kaupluse töö, on suunatud ühtse riikliku plaani täitmisele.

Iga kaupluse kaubakäibeplaani täitmine on vajalik üldriikliku plaani täitmiseks.

Nõukogude kaubanduse töötajad, sealhulgas ka müüjad, võtavad osa üldrahvalikust liikumisest riikliku plaani ennetähtaegseks täitmiseks. Kaupluse kaubandus- ja finantsplaani edukas täitmine, kaubakadude ja rahaliste kulude vähendamine, käibevahendite käibe kiirendamine, üleplaanilise kasumi tagamine — see on kaubandustöötajate panus riikliku plaani täitmise üldisesse üritusse.

1. Isemajandamine Nõukogude kaubanduses

Kõigi kaubandusorganisatsioonide vahendite ja kogu majandusliku tegevuse juhtimine toimub, nii nagu teisteski rahvamajandusharudes, isemajandamise alusel.

Isemajandamine võimaldab kaubanduses rubla abil süstemaatiliselt kontrollida koguseliste ja kvaliteediliste plaaninäitajate täitmist, pidada täpset arvestust ning kontrollida kõiki kulutusi ja majandusliku tegevuse tulemusi igas üksikus kaubandusettevõttes.

Isemajandamise juurutamine aitab avastada kaubanduses leiduvaid suuri sisereserve, mida võib kasutada rahvamajanduse edasiarendamiseks, näiteks vahendite kokkuhoiu, kadude vähendamise jne. teel.

Üleminekul täielikule isemajandamisele viiakse suuremad kauplused iseseisvale bilansile, nad saavad pangas oma arvelduskonto ja pank krediteerib neid vahetult. Niisugused kauplused sõlmivad iseseisvalt lepinguid hankijate ja teiste organisatsioonidega, teostavad kaupade detsentraliseeritud kokkuostu, määravad kindlaks seose kohaliku tööstusega, tööndusko operatsiooni artellidega jne.

Sõltuvalt kaupluse töö mahust ja tingimustest viiakse väiksema kaubakäibega kauplused üle osalisele isemajandamisele. Sel juhul avatakse panga arvelduskonto asemel kaubastu kontoris sisekontod, nende iseseisvate kokkuostude õigust kitsendatakse, vahendite käsutamise õigust piiratakse. Lubatud on teha ainult mõningaid kulutusi, näiteks ruumide, sisustuse ja inventari väikeremonti jne.

Kolmanda rühma moodustavad kauplused, kellel on oma majandusplaan, kuid ei ole oma käibevahendeid ega lõpetatud raamatupidamise bilanssi. Nende kaupluste majanduslikku tege-

vust arvestatakse kaubastu bilansis. Isemajandamise elementideks selles kaupluste rühmas on majandusplaani näitajad: kauba müük, kaubajäägid, realiseeritud hinnatäiend, käibekulud, kasum.

2. Kaupluse kaubandus- ja finantsplaani koostamine

Kaupluse majandusliku tegevuse planeerimine toimub kaubandus- ja finantsplaani ühtse vormi järgi, mis on kinnitatud NSV Liidu Kaubandusministeeriumi poolt.

Kaupluse kinnitatud majandusplaani, mis on aluseks kogu ettevõtte majanduslikule tegevusele, nimetatakse kaubandus- ja finantsplaaniks.

Olles peamiseks isemajandamise teostamise aluseks kaupluses, organiseerib ja suunab kaubandus- ja finantsplaan kogu kaupluse majanduslikku tegevust. Ta määrab kindlaks, millist kaupade sortimenti tuleb planeeritaval perioodil müüa, kui suure summa eest tuleb kaupa müüa kaupluses ja igas selle sektsioonis, samuti iga kaubarühma järgi, missugune töötajate koosseis peab kaupluses olema, määrab kulude summa ja liigid jne.

Kaupluse kaubandus- ja finantsplaani koostab kaubastu (selle osakond või kontor) ranges vastavuses kõrgemalseisva organi poolt kinnitatud ülesannetega kogu kaubastu (osakonna, kontori) kohta.

Kaupluse kaubandus- ja finantsplaan peab peegeldama kaubakäibe pidevat kasvu, sortimendi laienemist ja kaupade kvaliteedi paranemist, kogu kaupluse töökultuuri tõusu. Kaubandus- ja finantsplaan peab peegeldama riiklikke nõudeid käibekulude vähendamise, käibevahendite käibe kiirendamise ja kasumi suurendamise alal.

Kaupluse kaubandus- ja finantsplaani koostamisele tõmmatakse peale kaubastu (kontori) plaaniosakonna töötajate kaasa veel kaubandusosakonna töötajad, kaupluste juhatajad, sektsioonide juhatajad ja parimad müüjad. Selle plaani koostamisel võetakse arvesse kaupluse enda plaaniprojekti. Plaaniprojekti esitavad kõrgemalseisvale organisatsioonile eraldi bilansil olevad kauplused.

Kaupluse kaubandus- ja finantsplaan koostatakse tavaliselt järgmiste jaotustega: 1) kaubakäive, 2) müüjate arv, töö ja palk, 3) käibekulud ja kasum ning 4) organisatsioonilis-tehnilised abinõud. Iga kaupluse jaoks koostatakse aastaplaan ning kvartali- ja kuuplaanid.

Aastaplaanis tuuakse majandusliku tegevuse näitajad üldarvudes, osadeks jaotamata. Kvartaliplaanides, mis koostatakse aastaplaani põhjal, antakse need näitajad osadeks jaotatult.

Aasta kaubandus- ja finantsplaani vorm on järgmine:

. . . . . kaubastu kaupluse nr. . . . .
19 . . . a. kaubandus- ja finantsplaani põhinäitajad

	Mõõtühik	Aasta-plaan	Sellest kvartalite järgi			
			I	II	III	IV
1. Kaubakäive	tuh. rbl.					
2. Detsentraliseeritud ostud	„ „					
3. Kaubajäägid	„ „					
„	käibepäevades					
4. Töötajate arv	inim.					
5. Palgafond	tuh. rbl.					
„	%-des käibest					
6. Realiseeritud hinnatäiend	tuh. rbl.					
„ „	%-des käibest					
7. Käibekulud	tuh. rbl.					
„	%-des käibest					
8. Kasum	tuh. rbl.					

Kaubastu direktor

Plaaniosakonna juhataja

Kaubastu direktori ja plaaniosakonna juhataja poolt allakirjutatud kaubandus- ja finantsplaan saadetakse kauplusse.

Kvartaliplaan koostatakse suurema arvu näitajate järgi. Kaupade müügi summa ehk kaubakäibe maht, samuti teised kvartaliplaani näitajad vastavad kinnitatud aastaplaanile. Kui on tarvis muuta kvartaliplaani näitajad seoses kaupluse töös ilmnevate uute asjaoludega, siis tehakse vastavad muudatused ka aastaplaanis, kuid kaubastule kinnitatud üldlimiidi piires.

Kvartaliplaanis ei näidata kaubakäivet mitte ainult kaupade müügi üldsummana, vaid ka üksikute kaubarühmade järgi. Seejärel näidatakse kaubajäägid summaliselt ja käibepäevades, realiseeritud hinnatäiend kaupade järgi summaliselt ja protsentides käibest, samuti kaubakäibeplaani kate tsentraliseeritud fondidega. Sektsioone või osakondi omavate kaupluste kaubakäive määratakse osakondade (sektsioonide) järgi üldise kaubakäibe mahu alusel, lähtudes kaubarühmadest, mida täielikult või osaliselt ühes või teises osakonnas (sektsioonis) müüakse. Sealjuures peetakse silmas müüjate töökohtade arvu, kaupade hoidmise võimalusi ja teisi osakonna töö tingimusi.

3. Kaubandus- ja finantsplaani põhinäitajad

Kaubakäibeplaan koostatakse kaubarühmade järgi, arvestades ostjate nõudmist üksikute kaupade suhtes, antud kvartali hooajalist erinevust, kauplusele (kaubastule) eraldatud kaubafondide

suurenemist ja kaubavarude olemasolu kaupluses, samuti kaubastu (kontori) ladudes.

Peale selle arvestatakse plaani koostamisel vajadust kaasa tõmmata kaubakäibesse kohalikke laiatarbekaupu, kauba kvaliteedi parandamist ja kõigi kaupade sortimendi laiendamist, samuti kaupluse läbilaskevõimet (töökohtade arv, ladude mahutavus, kaupade eelneva ettevalmistuse võimalus, müügi organiseerimine ja tehnika jne.).

Kaubakäibeplaan tagatakse nii tsentraliseeritud kaubafondide kui ka kaupluse või kaubastu poolt detsentraliseeritud korras ostetud kaupadega.

Kaubavarud peavad olema niisugused, et oleks pidevalt müügil kõiki neid kaubaliike, mis kuuluvad kaupluse sortimenti. Seejuures ei tohi aga kaubavarud olla suured, ei tohi lubada käibevahendite seismajäämist ja kinnikülmumist. Sellepärast on iga kaubarühma jaoks kehtestatud kaubajääkide normatiivid (normid) käibepäevades, s. t. niisugune kaupade kogus, mis tagaks normaalse müügi kindlaksmääratud arvu päevade jooksul. Kaubajääkide normatiiv määratakse kindlaks normatiivi alusel, mis on kinnitatud kõrgemalseisva organi poolt kogu kaubastu ulatuses. Seejuures võetakse arvesse antud kaupluse varustamist kaupadega, kaupluse kaugust baasidest ja ladudest, kaupade hoidmise võimalusi kaupluses, kaupade kohaleveo sagedust ja teisi antud kaupluse töötingimusi.

Kaupluse kaubandus- ja finantsplaani tähsaimaks näitajaks on käibevälde. Käibevälte all mõistetakse kaupade ringlemise kiirust. Viimast mõõdetakse ajaga, mille vältel kaup on kaupluses, saabumise momendist kuni kauba müümiseni. Kaupade käibekiirust väljendatakse tavaliselt päevades, mille kestel müüakse keskmine kaubavaru. Mida kiiremini saab kauplus kaupu osta, neid kohale vedada, ette valmistada müügiks ja ära müüa, seda kiirem on käibevälde, seda vähem vajatakse kaupluse tööks riiklikke vahendeid.

Võimalusi kaubakäibe kiirendamiseks ja selle arvel vabastada riiklikke vahendeid või suurendada kaubakäivet, leidub igas kaupluses, igas osakonnas.

Kaupluse töötajate arvulise koosseisu ja palga planeerimisel lähtutakse tööjõudluse igakülgse tõstmise vajadusest, tarbijate teenindamise kvaliteedi parandamisest ja kaupluse personali ülalpidamise kulude vähendamisest. Sellepärast peavad plaani täitmisega kaasas käima uute töömeetodite laialdane rakendamine, ratsionaliseerimisettepanekute juurutamine, töötajate otstarbekohane paigutamine, nende kvalifikatsiooni tõstmine, kaubandusliku sisustuse parem kasutamine.

Müüjate arvuline koosseis määratakse kindlaks kauplusele ettenähtud käibe jagamise teel kuu keskmise jõudlusnormiga.

Kulud, tulud ja rentaablus. Kaupluse kaubandus- ja finantsplaani üheks tähtsamaks näitajaks on akumulatsioonide (kasumite) plaan. See näitaja planeeritakse summaliselt ja protsentides

käibest. Mida suurem on kaupluse akumulatsioon (kasum), alandamata ostjate teenindamise kvaliteeti, seda parem on tema töö, seda rohkem aitab ta riiklikku finantsplaani täita. On arusaadav, et kaupluse kasum ehk akumulatsioon saadakse tulude (realiseeritud hinnatäiendi) ületamise tulemusena kuludest (käibekuludest).

Käibekuludeks nimetatakse kauba tootmiskohast kuni tarbijani kohaletoimetamise kulusid. Käibekulud koosnevad kuludest, mis on seotud kaupade ostmise, kohaletoimetamise, säilitamise ja müümisega.

Käibekulude tähtsaimaks näitajaks on nende tase, väljendatuna protsentides kaubakäibest või kopikates käibe ühe rubla kohta. Mõnikord ületavad halva töö või ebaõige planeerimise tõttu kaupluse kulud tema tulusid. Niisugusel juhul öeldakse, et kauplus ei ole rentaabel (töötab kahjumiga). Kui kaupluse kahjum on tekkinud ebamajanduslikkusest, kannab direktor selle eest vastutust kohtu korras. Kahjumi eest, mis on tekitatud kauplusele tahtlikult või hooletuse tõttu, kannavad vastutust ka müüjad.

Kaubandus- ja finantsplaaniga määratakse kindlaks käibekulude piir (limiit). Iga artikkel arvutatakse kvartaliplaanis summaliselt ja protsentides käibest.

Plaaniliste käibekulude tase ei tohi ületada plaanilisele perioodile eelnenud perioodil saavutatud taset. Käibekulude summa suurenemine, mis on tingitud kaupluse tegevuse laiendamisest seoses kaubakäibe kasvuga, ei tohi viia kulude suhtelise taseme suurenemisele (protsentides käibest). Kaubakäibe suurenemisega peab kulude protsent vähenema, rentaablus aga suurenema.

Kulude tase oleneb paljus kaupluse töötajaist. Paljusid kulusid saab alandada müüjate hea töö tagajärjel. Sellisteks on näiteks kaupade kaod hoidmisel ja müümisel, kulud pakkimisel, taara kulud, eririietuse pesemine, inventari kulud. Müüja aitab kulude vähendamisele ja akumulatsiooni kasvule kaasa, kui ta hoolikalt suhtub kaupadesse, pakkematerjali, taarasse, inventari.

Käibekulude vähendamine võimaldab vabastada kaubandusvõrgust hulgaliselt vahendeid ja suunata need tootmise laiendamiseks. Riigi tootlike jõudude arendamise huvid nõuavad vahendite sellist jaotamist, mille puhul võimalikult suurem osa neist paigutatakse tootmisse ja võimalikult väiksem osa suunatakse kaubandusvõrku.

Kui suur on käibekulude vähendamise tähtsus, võib otsustada selle järgi, et nende vähendamine riikliku kaubanduse kõigis lülides vaid ühe kümnendiku protsendi võrra käibest annaks riigile rohkem kui 300 miljonit rubla aastas.

Kaupluse tulud moodustuvad peamiselt kaupade jaehinnast arvutatavast mahahindlusest. Igale kaubarühmale on ette nähtud kaubanduslik mahahindlus kõigi nende kulude katmiseks, mis on seotud kauba realiseerimisega, ning kaupluse kasumi moodustamiseks. Mahahindluste summa kõigilt müüdud kaupadelt moodustabki nn. realiseeritud hinnatäiendi.

Kaubandusliku hinnatäiendi määrad üksikute kaupade järgi

kehtestatakse sõltuvalt kulude suurusest, mis tekivad kaupade transportimisel, hoidmisel, müügiks ettevalmistamisel, samuti müümisel.

Hinnatäiendi suurus on üksikutele kaubarühmadele erinev. Kõige madalam hinnatäiend on sellistel kaupadel, nagu riidekangad, jalatsid, valmisriided. Kõige kõrgem realiseeritud hinnatäiend on nn. reguleeritavatel kaupadel — kultuurikaubad jt.

Täiendavateks tuluallikateks võivad olla vahendid, mis on saadud taara ennetähtaegsest tagastamisest, täisväärtusliku taara hulga suurendamisest, nende taaramaterjalide müümisest, mis ei kuulu taarabaasidele tagastamisele, samuti kauplusele mittevajaliku vara müümisest kõrgemalseisva kaubandusorganisatsiooni määramisel.

Riigile on väga tähtis, et iga kauplus suurendaks oma kasumit, et ta annaks üleplaanilist akumulatsiooni eelkõige käibekulude vähendamise arvel.

Käibekulude tase mõjutab kaupluse rentaablust otsustavalt. Plaaniliste normide range täitmine iga kuluartikli järgi, kulude alandamine kindlaksmääratud normidega võrreldes on isemajandamise vajalikuks eelduseks, üleplaaniliste kasumite saamise tingimuseks.

Kaubaringluse, s. o. kogu kaubandusliku töö odavamaks muutmine on üks kokkuhoiu ja omahinna alandamise üldriiklikke, üldrahvalikke ülesandeid NSV Liidu kõigis rahvamajandusharudes.

Organisatsioonilis-tehnilised abinõud. Iga kaupluse plaanis nähakse ette müügi organiseerimise ja tehnika parandamise abinõud, mis on suunatud kinnitatud plaani täitmisele ja ostjate teenindamise kultuuri tõstmisele. Organisatsioonilis-tehnilised abinõud kinnitatakse eesrindlike ettevõtete töökogemuste, kaupluse töötajate ettepanekute ja ostjate soovide põhjal.

Olenevalt vajadustest nähakse kaupluse plaanis ette ruumide remont, töökohtade, ladude, vaateakende ja vitriinide ümberkorraldamine ja sisustusega varustamine, täiustatud inventari soetamine, kaupade ümberpaigutamise mehhaniseerimine, kaupade esialgne ettevalmistamine, samuti kaupluse töötajate kvalifikatsiooni tõstmine, ostjate konverentside, kogemuste vahetamise nõupidamiste jne. läbiviimine. Kaupluse plaanis peavad leidma kajastamist ostjate eeskujuliku teenindamise brigaadi kogemused.

Iga organisatsioonilise või tehnilise abinõu osas näidatakse selle läbiviimise tähtaeg ja isik, kes vastutab selle ettevalmistamise ja juurutamise eest; samuti on soovitav kindlaks määrata iga abinõu elluviimise efektiivsuse (tulemused) ja kulutused.

4. Kaubandus- ja finantsplaani täitmise arvestus ja kontroll

Kaupluse kaubandusliku ja finantsilise tegevuse plaani kinnitamisega planeerimistöö veel ei lõpe, see peab jätkuma plaanitäitmise käigus.

Kaupluse direktor peab igapäevast arvestust kaubakäibeplaani täitmise kohta ja rakendab ellu abinõusid, mis kindlustavad plaani täitmist. Kaupluses peab olema nähtavale kohale välja riputatud tahvel töötajate jaoks plaani täitmise põhinäitajatega kogu kaupluse, iga osakonna (sektsiooni), brigaadi ja iga müüja kohta. Erigraafik peab peegeldama igapäevast jõudlusnormide täitmist iga müüja, iga brigaadi kohta, võrreldes plaanis ettenähtud normidega.

Olulise tähtsusega on plaani täitmise tulemusi iga kuu läbi arutada kaupluse töötajate tootmisnõupidamistel. Neil nõupidamistel kavandatakse abinõud, mis tagaksid kindlaksmääratud plaanide täitmise ja ületamise.

Kogu kaupluse kollektiiv peab iga päev töötama nii, et plaani ei täidetaks ainult keskmiselt kvartali või kuu ulatuses, vaid iga nädal, iga päev, igas osakonnas, igas kaubarühmas (sortimendi järgi).

Suur tähtsus kaubandus- ja finantsplaani täitmise kontrollimise kõrval on kaupade kohaleveo graafikul, mis on koostatud arvestades tarbijate nõudmisi ja kindlaksmääratud kaubakäibe mahtu.

Plaani täitmise tulemusi kontrollivad kõrgemalseisvad kaubandusorganisatsioonid; iga kuu ja iga kvartal tehakse kokkuvõtted ja antakse hinnang plaani täitmise kohta kogu organisatsiooni ulatuses.

Plaani täitmise aruannete põhjal kontrollitakse samuti sotsialistliku võistluse lepingute ja kohustuste täitmise kontrolli.

Plaani täitmise pideva kontrolli õige organiseerimine on selle eduka täitmise tähtsaks tingimuseks.

KÜSIMUSI JA ÜLESANDEID

1. Mis on kaupluse kaubandus- ja finantsplaan ja kes selle kinnitab?
2. Tutvuge selle kaupluse kaubandus- ja finantsplaaniga, kus teie töötate, ning kirjutage selle põhinäitajad vihikusse.
3. Mis on kaupluse töö rentaablus? Millest see oleneb?
4. Jutustage, kuidas saavad kaupluse töötajad võidelda käibekulude alandamise eest. Mida võib selles suhtes teha müüja?
5. Kirjeldage, missuguseid organisatsioonilis-tehnilisi abinõusid rakendatakse teie kaupluses kaubakäibeplaani täitmiseks ja ületamiseks.
6. Kuidas organiseeritakse kaubandus- ja finantsplaani täitmise kontrolli?

Sisukord

Sissejuhatus 3
1. Nõukogude kaubanduse olemus ja tema eelised kapitalistliku kaubandusega võrreldes 3
2. Nõukogude kaubanduse osa riigi majanduselus 5
3. Nõukogude kaubanduse areng neljandal ja viiendal viisaastakul . . 6
4. Nõukogude kaubanduse töötajate ülesanded 8

I peatükk. **Nõukogude kaubanduse organisatsiooniline struktuur**

1. Nõukogude kaubanduse vormid 10
2. Kaubandust reguleerivad organid 11
3. Tööstuskaupade jaekaubandus 12
Kaubandusministeeriumi süsteemi jaekaubandusorganisatsioonid 13
4. Teiste ministeeriumide jaekaubandus 16
Tööliste varustamise osakonnad ja toiduvarustuskontorid . . . 16
5. Kooperatiivkaubandus 17
6. Kolhoosikaubandus 18
7. Hulgimüügiorganisatsioonid 19
8. Jaekaubanduse liigid 21
Kauplused ja poed 21
Väikejaevõrk 21
Liikuvkaubandus 22
Saatekaubandus 22
9. Tööstuskaupade kaupluste tüübid 23
10. Kontroll Nõukogude kaubanduses 26

II peatükk. **Kaupluse planeerimine ja sisustamine**

1. Kaupluse ruumide liigid, nende paigutus 29
2. Müügisaali planeerimine 30
Müügisaali planeerimise viisid 30
Kaupade paigutus müügisaalis 32
3. Töökohtade tüübid 33
4. Töökohtade sisustamine kaubarühmade järgi 35
Mänguasjade müüja töökoht 37
Kantseleikaupade ning kooli- ja kirjutustarvete müüja töökoht 41
Täitesulepeade müüja töökoht 42
Muusikariistade müüja töökoht 42
Grammofoniplaatide müüja töökoht 45
Spetsiaalsed seadised grammofoniplaatide kuulamiseks . . . 46
Kapid ja letid grammofoniplaatide müümiseks 50
Fototarvete müüja töökoht 53
Raadiotarvete müüja töökoht 53
Sporditarvete müüja töökoht 54
Spordiriietuse müüja töökoht 56
Spordijalatsite müüja töökoht 57

Jahi- ja kalastustarvete müüja töökoht 57
Jalgrataste, mootorrataste ja nende osade müüja töökoht . . 59
Müüja kombineeritud töökoht 62
5. Kaupluse inventar 62
6. Laoruumide ehitamine ja sisustamine 63
7. Kauba töötlemise ruumide ehitamine ja paigutus 64
8. Ostjate täiendavaks teenindamiseks ettenähtud ruumide ehitus ja paigutus 64
9. Valgustus, ventilatsioon, küte ja muud tehnilised seadeldised . . 65

III peatükk. **Kaupade sortimendi koostamine kaupluses**

1. Kultuurikaupade kaupluse sortimendi mõiste 69
2. Kaupade sortimendi hooajalised muutused 73
3. Ostjate nõudmise uurimise meetodid 75

IV peatükk. **Kauba hankimine, vastuvõtmine ja hoidmine**

1. Kaupade saamise allikad 80
2. Kaupluse ja hankijate vaheliste majanduslike seoste vormid . . . 82
3. Kaupade saamise kord ja vastuvõtmine kaupluses 84
4. Kauba transportimine 84
5. Kaupluse sisetransport 87
6. Taara kasutamise ja hoidmise eeskirjad 89
7. Kaupade koguseline vastuvõtmine 91
8. Kaupade kvaliteediline vastuvõtmine 93
9. Hankijatele pretensioonide esitamise kord ja tähtajad 94
10. Kaupade õige hoidmise üldised tingimused ja režiim ladudes . . 95
11. Üksikute kaubarühmade hoidmine 96
12. Kaubakaod 102

V peatükk. **Kaupade müügiks ettevalmistamine**

1. Kaupade müügiks ettevalmistamise tähtsus 104
2. Üksikute kaupade müügiks ettevalmistamise viisid 105
3. Kaupade markeerimine 109

VI peatükk. **Müüja töökoha organiseerimine**

1. Nõudeid töökoha organiseerimiseks 111
2. Kaupade paigutus ja väljapanek müüja töökohal 112
Kaupade paigutamise ja väljapaneku üldreeglid 112
Üksikute kaupade paigutamise kord ja väljapaneku viisid . . 114
3. Ostjate informeerimine kaupluses 135
4. Töökoha ettevalmistamine ja selle korrashoidmine 139

VII peatükk. **Kaupade müümine**

1. Kaupade müügiprotsessi põhielemendid 141
2. Üldeeskirjad kaupade müügi kohta 142
3. Ostjate vastuvõtmine ja teenindamine 143
4. Kaupade näitamise viisid ja võtted ning kaupade valimise meetodid 145
5. Kaasuvate kaupade soovitamine 170
6. Kaubandustöötajate-novaatorite ja ratsionaliseerijate poolt välja töötatud spetsiaalsed vahendid kaupade näitamiseks 171
7. Ostjate konsulteerimine 184
8. Väikeste kaupade lugemise tehnika ratsionaliseerimine 184
9. Kaupade pakkimise tehnika 187

10. Näärikuuse-ehete müümise organiseerimine 208
11. Erieeskirjad jahipüsside ja laskemoona müümisel 211
12. Mootorrataste müümise iseärasused 212
13. Kultuurikaupade müügi organiseerimine ilma müüjata 214
14. Täiendavaid vorme ostja teenindamisel 215
15. Kaupade ümbervahetamise ja raha tagasiandmise eeskirjad . . . 217
16. Garantiiajaga kaupade ümbervahetamine, parandamine ja remontimine 218
17. Kaupade müümine organisatsioonidele ja asutustele 220
18. Võitluse tugevdamisest ostjate petmisel arveldustes ja riiklike jaehindade rikkumisega 221
19. Eeskirjad kaebuste ja ettepanekute raamatu sisu ja kasutamise kohta 221

VIII peatükk. **Kaubanduslik reklaam**

1. Nõukogude reklaami olemus ja tähtsus 223
2. Kaubandusliku reklaami liigid 224
3. Vaateakende kujundamine ja korrashoidmine 224
4. Kauplusesisesed vitriinid ja väljapanekud 229
5. Kaupluseväline reklaam 231
6. Sildid ja nende kujundamine 232

IX peatükk. **Töö ja palga korraldus.**

1. Töö korraldamise alused kaupluses 234
2. NSV Liidu Kaubandusministeeriumi süsteemi töötajate sotsialistlik võistlus 236
3. Sotsialistlik võistlus kutsealade järgi 237
4. Sotsialistlik võistlus ostjate eeskujulikuks teenindamiseks . . . 237
5. Autasustamine rinnamärgiga «Nõukogude kaubanduse eesrindlane» 239
6. Töötajate kategooriad ja tööjõu paigutus kaupluses 240
7. Müüjate tööle ilmumise graafikud 240
8. Tööaja kontroll ja arvestus 242
9. Müüjate jõudlusnormid 242
10. Müüjate töötasu süsteemid 243
11. Töökaitse ja ohutustehnika 246
12. Kollektiivleping 247

X peatükk. **Kaupluse kaubandus- ja finantsplaan**

1. Isemajandamine Nõukogude kaubanduses 249
2. Kaupluse kaubandus- ja finantsplaani koostamine 250
3. Kaubandus- ja finantsplaani põhinäitajad 251
4. Kaubandus- ja finantsplaani täitmise arvestus ja kontroll . . . 255

Н. И. Строгов

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА
ТОРГОВЛИ КУЛЬТУРНЫМИ ТОВАРАМИ

На эстонском языке

Эстонское Государственное Издательство
Таллин, Пярнуское шоссе, 10

*

Toimetaja G. Liivak
Tehniline toimetaja E. Lumet
Korrektorid M. Pedajas ja V. Pillau

Ladumisele antud 5. V 1958. Trükkimisele antud 1. X 1958. Paber 60×92,1/16. Trükipoognaid 16,25. Arvutus-poognaid 16,96. Trükiarv 1000. Tell. nr. 1648.

Trükikoda „Pioneer", Tartu, Kastani 38.

Hind rbl. 6.10

Rbl. 6.10

A-22311 II

TÜ RAAMATUKOGU
1 0300 00386811 6