

62-5
18

Arnolds P. Aizsilnieks

**Apcerējums par patērētāju kooperāciju
kā tautsaimniecisku faktoru, pamatojoties galvenā
kārtā uz Zviedrijas patērētāju kooperācijas datiem**

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
R ī g ā, 1 9 3 6

1304

514 606

116021

$$\begin{array}{r} 4 \\ 62-5 \\ \hline 18 \end{array}$$

Arnolds P. Aizsilnieks

↳ Dubl.

Apcerējums par patērētāju kooperāciju kā tautsaimniecisku faktoru, pamatojoties galvenā kārtā uz Zviedrijas patērētāju kooperācijas datiem

A treatise on consumers' co-operation as an economic agent; based
mainly on the facts derived from Swedish consumers' co-operation

Valsts Arhivs.
J. n. 5685

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
R ī g ā, 1 9 3 6

Latv. PSR Valsts bibliotēka

~~61-64.736~~

0307080200



Rīgā, L. Maskavas ielā 11.

RAIČIŅU UNIVERSITĀTE

R I Č I Ņ U 1 9 3 6

Apcerējums par patērētāju kooperāciju kā tautsaimniecisku faktoru, pamatojoties galvenā kārtā uz Zviedrijas patērētāju kooperācijas datiem.

Arnolds P. Aizsilnieks.

I. PROBLĒMA UN METODES.

1. Problēma.

Pēdējā laikā patērētāju kooperācija ir sasniegusi tādu attīstības pakāpi, ka patērētāju kooperātīvu skaits sniedzas jau vairākos desmitos tūkstošu, bet šais kooperatīvos apvienoto biedru skaits pat vairākos desmitos miljonu. Tas redzams no sekojošiem datiem par 1930. gadu, kas publicēti Lielbritānijas patērētāju kooperatīvu lieltirdzniecības savienību izdotā gada grāmatā par 1932. gadu¹.

Valsts nosaukums	Patērētāju kooperatīvu skaits	Biedru skaits
Austrija	104	263.137
Beļģija	54	282.425
Bulgārijā	57	56.706
Čehoslovākija	408	698.268
Dānija	1.791	321.500
Francija	1.423	2.300.000
Holandē	131	189.970
Igaunija	238	34.561
Kanada	31	10.648
Krievijā ²	24.540	69.000.000

¹ The People's Year Book 1932., 335. lpp.

² Jāpiezīmē, ka tās organizācijas, ko Krievijā pēdējā laikā sauc par patērētāju kooperatīviem, ir visai īpatnēji būvētas un lielā mērā atšķiras no patērētāju kooperatīvu normāltipa. Šis apstāklis ir vairākiem autoriem devis pamatu uzstādīt jautājumu, vai jēl maz šīs organizācijas atzīstamas par patērētāju kooperatīviem.

Valsts nosaukums	Patērētāju kooperatīvu skaits	Biedru skaits
Latvija	295	50.320
Lielbritānija līdz ar Īriju	1.087	6.216.770
Lietuvā	259	38.800
Norvēģijā	445	110.076
Polijā	925	395.106
Amerikas savienotajās valstīs	656	204.468
Somijā	535	467.480
Spānijā	157	29.051
Šveicē	577	743.002
Ukrainā ³	9.007	6.863.000
Ungārijā	1.647	672.295
Vācijā	1.247	3.774.960
Zviedrijā	844	450.906

Skaidrības labad te tūdaļ jāpiezīmē, ka šie skaitļi ne tuvu nav pilnīgi. Vispirms, šie skaitļi attiecas gandrīz vai vienīgi tikai uz savienībās apvienotiem patērētāju kooperatīviem un to biedriem, bet gandrīz katrā zemē ir arī zināms skaits savienībās neapvienotu patērētāju kooperatīvu, kas minētajā statistikā nav skaitīti līdz. Otrkārt, dažā labā zemē ir vairāk patērētāju kooperatīvu savienību nekā ņemts vērā šo tabulu uzstādot. Piemēram, dati par Beļģiju attiecas tikai uz Beļģijas sociālistisko patērētāju kooperatīvu savienību Office Coopératif Belge, kamēr Beļģijā pastāv arī citu politisku virzienu un tāpat arī neitrālie patērētāju kooperatīvi, kuriem arī ir savas centrālās organizācijas. Skaitļi par Spāniju attiecas tikai uz vienu — Katalonijas provinces patērētāju kooperatīvu savienību Federacion Regional de Cooperativas de Cataluna. Tāpēc patērētāju kooperatīvu un tais apvienoto biedru īstais skaits daudzās šinī tabulā minētās zemēs ir patiesībā daudz lielāks.

Neraugoties uz to, ka patērētāju kooperācija ir sasniegusi tik plašus apmērus, tautsaimniecības zinātne tomēr līdz pat pēdējam laikam nav piegriezusi visai lielu vērību patērētāju kooperācijai. Un tas arī saprotams, jo patērētāju kooperācija ir vēl samērā jauna parādība, kas līdz šim savu straujākās attīstības posmu ir sasniegusi tikai pēckaņa gados. Tāpēc tā tik maz vēl pētīta.

³ Tas pats.

Bet paši pēdējie gadi ir raksturīgi tanī ziņā, ka atsevišķas valstis arvienu vairāk un noteiktāk cenšas veidot savas zemes saimniecības dzīvi. Tas, šķiet, izskaidrojams ar to smago saimniecības krīzi, ko pārdzīvo pasaule. Atsevišķās valstis tad nu uzskata par savu pienākumu darīt visu iespējamo, lai kaut cik pasargātu savas zemes saimniecības dzīvi no krīzes ļaunās ietekmes un savas zemes iedzīvotājus no krīzes ļaunajām sekām: bezdarba un citām parādībām. Bet lai saimniecības dzīves rēgulēšanas darbs dotu vēlamos rezultātus, ir nepieciešams, lai šis darbs balstītos uz pārbaudītiem tautsaimniecības mācības atzinumiem.

Prof. Dr. V. Kosinskis pareizi aizrāda, ka „iepazīšanās ar dzīvi, iepazīšanās ar sabiedrības spēkiem un likumiem ir katras sabiedriskas darbības pirmais un nepieciešamais priekšnoteikums“. „Katru brīdi un katrā vietā pastāv spēki, tendences, kas noteic saimniecības dzīves attīstību, un tikai pieslienoties šiem spēkiem un ņemot vērā šo spēku attīstības likumus var gaidīt, ka būs kādi panākumi tādiem vai citādiem soļiem ekonomiskās politikas laukā. Pie tam visa darbība tad sastāvēs tikai no tādu organizāciju, tādu iestāžu radīšanas, kas sabiedrībā esošos saimniecības spēkus sakopos tādās kombinācijās, lai tie dotu vislabvēlīgākos rezultātus“.

Bet zinātne, kas pētī saimniecības dzīvē esošos spēkus un attīstības tendences, ir tautsaimniecības teorija. Tādā kārtā ekonomiskā politika un reizē ar to arī tautsaimniecības teorija, uz kuŗas jābalstās pirmajai, ir tās zinātnes, kuŗas dzīve ir nostādījusi šāsdienas uzmanības centrā un no kuŗām tagad gaida atbildes arī uz daudziem tādiem jautājumiem, kam agrāk tādu vai citādu iemeslu dēļ ir piegriezta samērā maza vērība un kas tāpēc vēl maz zinātniski pārbaudīti un noskaidroti.

Un, lūk, valsts savā saimniecības dzīves rēgulēšanas darbā nereti skar arī patērētāju kooperāciju, gan atvieglinot, gan arī dažureiz ierobežojot tās darbību. Jautājums par patērētāju kooperācijas nozīmi saimniecības dzīvē pēdējā laikā ir pārrunāts pat starptautiskā apjomā, par ko liecina tās Starptautiskās saimniecības konferences materiāli, kas notika 1927. gadā Ženēvā⁵.

⁴ Проф. В. А. Косинский. Точное знание и общественное развитие. Рига, 1902., 14. lpp.

⁵ Verlauf und Ergebnis der Internationalen Wirtschaftskonferenz des Völkerbundes zu Genf. Zusammengestellt von Konsul Dr. E. Respondek. Berlin 1927. 244.—248. un 354.—356. lpp.

Bet lai būtu kāds pamats visu to ekonomiskās politikas jautājumu noskaidrošanai, kas rodas sakarā ar patērētāju kooperāciju, ir nepieciešams vispirms atrisināt problēmu: kāda tad ir nozīme patērētāju kooperācijai kā tautsaimnieciskam faktoram, t. i. patērētāju kooperācijai kā tautsaimniecisku parādību cēlonim. Ar citiem vārdiem sakot, ir jānoskaidro:

1. Vai patērētāju kooperācija vispār ir kādu tautsaimniecisku parādību cēlonis?

2. Ja ir, tad kādas ir šīs tautsaimnieciskās parādības, kuŗu cēlonis ir patērētāju kooperācija?

Mēģinājums atrisināt šos divus jautājumus tad arī būs šā darba uzdevums.

Bet te tūdaļ jāaizrāda, ka termins „kooperācija“ ir ekvivoks: tas satur sevī vairākas nozīmes. Tāpēc ir nepieciešams mazliet apstāties pie šā termina, lai noskaidrotu to šā termina nozīmi, kas atradīsies atrisināmās problēmas degpunktā, apskatot patērētāju kooperāciju kā tautsaimniecisku faktoru. Noskaidrojot šo nozīmi, reizē ar to noskaidrosies arī šai nozīmei korespondējošā esamības josla, kas būs mūsu pētīšanas objekts.

Literātūrā terminam „kooperācija“ atrodamas vismaz šādas nozīmes:

I. Ar terminu „kooperācija“ mēdz apzīmēt vienkārši kuŗu katru kopdarbību, ņemot šo jēdzienu visplašākā nozīmē. Šinī nozīmē tad vārdu „kooperācija“ mēdz lietāt kā svešvārdu, kā sinonīmu vārdam „kopdarbība“. Šinī nozīmē starp citu terminu „kooperācija“ nereti mēdz lietāt arī tautsaimniecības mācība, kad ir runa par tehnisko kopdarbību resp. kooperāciju, kuŗu tad mēdz iedalīt vienkāršā un saliktā tehniskā kopdarbībā⁶. Tādā nozīmē termins „kooperācija“ šinī darbā netiks lietāts.

II. Ar terminu „kooperācija“ mēdz arī apzīmēt kooperācijas ideju, saprotot to kā īpatnēju mācību aksioloģiskā nostādījumā par zināmu sabiedrisku ideālu (piemēram, kooperātīvo republiku), ko jācenšas realizēt, iekārtojot cilvēku attiecības pēc zināmiem prin-

⁶ Проф. В. А. Косинский. Лекции по теории политической экономии, читанные на Русскомъ юридическомъ факультетѣ въ Прагѣ. Лѣтний семестръ 1922 г. Прага, 1923., 114. lpp.

Šādā pašā nozīmē termins „kooperācija“ atrodams arī latviešu literātūrā. Piem. Aug. Šneiders. Polītiskā oikonomija. Otrs izdevums. 39. un 40. lpp.

cipiem. Šādā nozīmē terminu „kooperācija“ dažkārt lietā, piemēram, prof. Šarls Žids (Gide), kad viņš saka, ka dažiem cilvēkiem kooperācija esot savā ziņā reliģija, vai arī kad viņš kooperāciju pielīdzina zvaigznei, „uz kuŗu miljoniem cilvēku pacel savas acis, lai tur meklētu sociālo mīklu atmiņējum⁷“. Šādā nozīmē terminu „kooperācija“ nereti mēdz aizstāt arī ar terminu „kooperātisms“ vai „kooperātīvisms“.

Arī tādā nozīmē termins „kooperācija“ šinī darbā netiks lietāts. Motīvus skat. nākošā punktā.

III. Terminu „kooperācija“ lietā arī, lai ar to apzīmētu īpatnēju, pēc specifiskiem principiem organizētu saimniecisku veidojumu kompleksu. Saimnieciskos veidojumus, kas šo kompleksu sastāda, sauc par kooperātīviem jeb kooperātīvām sabiedrībām. Šim kompleksam var būt dažādas saliktības pakāpes. Komplekss ir visai vienkāršs, ja atsevišķie veidojumi (kooperātīvi), kas to sastāda, ir vienādveidīgi savā uzbūvē, darbojas ar vienādām darba metodēm un pat vienā virzienā, bet tomēr to starpā trūkst ciešāku organizatorisku vai saimniecisku sakaru. Tādā gadījumā šis komplekss ir vienīgi atsevišķu tā elementu summa. Turpretim komplekss kļūst daudz saliktāks, līdz ko atsevišķie veidojumi, kas tanī ietilpst (tā tad kooperātīvi), sāk ciešāk koordinēt savu darbību, radot pat no sevis, kā no atsevišķiem elementiem, jaunas vienības. Tā rodas jaunas speciālas organizācijas ar saimnieciskiem vai organizatoriskiem uzdevumiem (lieltirdzniecības savienības un revīzijas vai vispār idejiskas savienības), vai arī ar abiem šiem uzdevumiem kopā. Šīs jaunās organizācijas tad mēdz saukt par augstākas pakāpes (otrās, dažreiz pat trešās pakāpes, ja tanīs apvienojušās pirmās un otrās pakāpes vienības) kooperātīvām organizācijām jeb kooperātīvu savienībām. Te vairs komplekss nav tikai vienīgi atsevišķu kooperātīvu summa, bet gan klāt nāk arī tas reālsakars, kas radies šiem atsevišķiem kooperātīviem saslēdzoties jaunās vienībās — savienībās.

Te tūdaļ arī jāpiezīmē, ka ir iespējams domāt vairākus šādus saimniecisku veidojumu kompleksus, no kuŗiem katrs aptver savu saimniecības dzīves nozari. Katrā atsevišķā kompleksā ietilpstošie

⁷ Le coopératisme par Charles Gide. 1929., 47. un 48. lpp.

Prof. Dr. Ch. Gide. Kooperatismus. Internationales Handwörterbuch des Genossenschaftswesens. Herausgegeben von Prof. Dr. V. Totomianz. 1928. — 571.—574. lpp.

veidojumi (kooperatīvi) ir gan būvēti vienveidīgi ar citu kompleksu veidojumiem, bet atšķiras no tiem ar to, ka katra atsevišķa kompleksa veidojumiem ir savi specifiski saimnieciski mērķi. Tādā kārtā mēdz runāt par atsevišķiem kompleksiem, saucot tos nereti par atsevišķiem kooperācijas veidiem. Piemēram, patērētāju kooperācija, kreditkooperācija u. t. t.

Lietājot turpmākā darbā terminu „kooperācija“ un „patērētāju kooperācija“, ar šiem terminiem ir apzīmēts tikai šinī nodalījumā apskatītais jēdziens. Taču skaidrības labad te jāņem vērā arī sekojošais.

Terminu „kooperācija“ šinī nozīmē mēdz dažreiz aizstāt arī ar vārdiem „kooperācijas kustība“ jeb „kooperatīvā kustība“. Tie ne arvien ir identiski termini. Šinī ziņā viss atkarājas no tā, kādus kuŗu reizi prezumē mērķus kooperācijai kā kustībai, jo par sabiedrisku kustību vispār sauc cilvēku apzinātu rīcību, kas virzīta uz kādiem noteiktiem mērķiem.

Tāpēc tad arī kooperāciju kā kustību, atkarībā pēc tai prezumētiem mērķiem, parasti saprot divējādi:

A. Kooperācija kā kustība, kas virzīta uz kooperatīvu specifiskiem mērķiem (skat. 211. lpp.)⁸. Šinī gadījumā tiešām terminus „kooperācija“ augstāk minētā nozīmē un „kooperācijas kustība“ iespējams uzskatīt par identiskiem.

B. Kooperācija kā kustība, par kuŗas mērķiem prezumē nevien iepriekšējā „A“ punktā minētos, bet bez tam arī vēl tālākus „gala“ mērķus (piemēram, II. punktā minētos) kāda sabiedriskā ideāla nozīmē. Te kooperācija ir līdzeklis citu mērķu sasniegšanai.

Šinī darbā kooperācija nav apskatīta kā kooperācijas kustība punkta „B“ izpratnē. Ar to nav gribēts apgalvot, ka cilvēku vērtē-

⁸ Runājot par mērķiem, ir nepieciešams šķirot vienas un tās pašas darbības tīri specifiskos mērķus no tiem tālākiem mērķiem, kuŗu realizēšanai nodomāts izlietāt šās darbības rezultātus. Ja kurpnieks, piemēram, šuj zābakus, tad viņa darbības specifiskais mērķis ir — ar attiecīgu darbu, darba rīku un izejmateriālu palīdzību izgatavot zābakus. Tas būs specifiskais kurpnieka mērķis. Tālākie mērķi, kuŗiem šie gatavie zābaki domāti, var būt pavisam dažādi, jā, pat pretēji. Piemēram: zābakus pārdot, t. i. apmainīt tos pret naudu, pašam tos valkāt, ziedot tos militārisma piekritēju vai pācīfistu organizācijai (te mērķi pretēji — militārisms un pācīfisms) u. t. t. Visi šie tālākie mērķi nav vairs kurpnieka specifiskie mērķi, jo tie var būt kā kurpniekam, tā kuŗai katrai personai, kas savā īpašumā ieguvusi vai grib iegūt zābakus. Vēl vairāk. Šos tālākos mērķus iespējams realizēt ne tikai ar zābaku, bet arī ar daudzu citu līdzekļu palīdzību.

jumiem dažādu ideoloģiju u. t. t. veidā nav nekādas nozīmes saimniecisko faktu pasaulē, bet gan tas darīts aiz sekojošiem pamatiem:

1. Mans nolūks bija sašaurināt pētīšanas objektu, jo citādāk apskatāmā tema būtu pārāk plaša un prasītu daudzas jaunas studijas, aizvedot tālu prom no tīri tautsaimnieciskā temas apskatījuma.

2. Par patērētāju kooperāciju, kā arī vispār par kooperāciju nav nemaz iespējams runāt kā par vienotu kustību punkta „B“ nozīmē. Tas tāpēc, ka, stingri ņemot, nav tikai viena, bet gan ir vairākas mācības (aksioloģiskā nostādījumā) par sabiedrisko ideālu, kas realizējams ar kooperāciju kā kustību⁹. Aiz šā iemesla tad īstenībā būtu jārunā nevis par vienu, bet gan par vairākām kooperācijas kustībām „B“ punkta nozīmē, atkarībā no tā, kādas ir tās vērtības, kurās tā vai cita no šīm kustībām uzstāda sev par gala mērķi un grib realizēt ar kooperatīvu organizāciju palīdzību. Bet, apskatot kooperāciju kā atsevišķu kooperācijas kustību kompleksu, no mūsu apskata kristu laukā liela, ja pat ne lielākā daļa no visiem tiem saimnieciskiem veidojumiem, kas pazīstami ar kooperatīvu un vispār kooperatīvu organizāciju nosaukumu. Tas tāpēc, ka ir vesela rinda tādu kooperatīvu organizāciju, kurās biedri ir dibinājuši un vada tās vienīgi tikai šo organizāciju specifisko mērķu labad, neuzstādot tām nekādus „gala“ mērķus, t. i. nekādas vērtības sabiedriskā ideāla nozīmē. Tā tad daudzu kooperatīvu biedri vienkārši neapzinas, ka viņu saimnieciskiem veidojumiem būtu kādi „gala mērķi“. Kaut gan no kooperatīvo kustību („B“ punkta nozīmē) viedokļa šīs kooperatīvās organizācijas bez „gala“ mērķiem ir irrelevantas, taču no tautsaimniecības viedokļa arī šīs organizācijas ir nozīmīgas un tāpēc nevar palikt neapskatītas.

3. Kaut gan pastāv nevis viena, bet vairākas kooperācijas kustības „B“ punkta nozīmē, no kurām katrai ir savādākas vērtības kā „gala mērķi“, tomēr tie daudzie patērētāju kooperatīvi, kas pieslēgtas vienai vai otrai kustībai vai pat atrodas pilnīgi ārpus šīm kustībām, kā saimnieciski veidojumi darbojas pēc vienādiem principiem un galvenos vilcienos ir vienādi būvēti, atšķiroties viens no otra tikai ar savām izkārtnēm resp. lozungiem, kas atvasināti no tā vai cita „gala mērķa“. Izejot no šā fakta, zviedru kooperators Anderss Örne pamatoti secina, ka:

⁹ Anders Örne, Kooperationens ändamål. „Kooperatören“, 1927., 19.—20. burtņīcā, 297. un 298. lpp.

a. Šie atsevišķo kooperatīvu lozungi un tā tad arī „gala mērķi“ resp. vērtības, no kuŗām lozungi atvasināti, nav atrodamas pašos kooperatīvos un to būtībā (tā tad šie „gala mērķi“ nav specifiskie kooperācijas mērķi), bet gan ir kooperācijas ideologu klāt pienestas, aizņemoties tās, kā to pieredze rādot, no patērētāju kooperatīviem svešas pasaules, visbiežāk no dažādām politiskām ideoloģijām. Tas darīts, lai „būtu izkārtne, ko izkārt ideālistiem, kaut kas, kas spētu kairināt cilvēku masu fantaziju u. t. t.“. Ka tas tiešām tā, to liecina arī tas, ka šie „gala mērķi“, kas pievienoti kooperatīviem, kuŗi darbojas pilnīgi vienādi, nereti ir pilnīgi pretēji, viens otru izslēdz.

b. Kooperatīvo organizāciju darbības faktiskās formas nosaka tīri saimnieciski spēki¹⁰.

IV. Pilnības labad jāatzīmē vēl viena nozīme terminam „kooperācija“, un proti tāda, ka ar šo terminu mēdz vai, precīzāk sakot, mēdza apzīmēt arī atsevišķus pēc zināmiem principiem organizētus saimnieciskus veidojumus kā atsevišķas vienības un nevis kā kompleksu, tā tad lietāt šo terminu kā sinōnīmu vārdiem „kooperatīvs“ jeb „kooperatīva sabiedrība“ (citās valodās: vāciski Genossenschaft, angļiski co-operative society, franciski société coopérative, zviedriski kooperativ förening u. t. t.). Šādā nozīmē termins „kooperācija“ sastopams tikai vecākā latviešu kooperācijas literatūrā (piemēram, skat. Dr. O. Rozekvista, Patērētāju kooperācija, viņas federatīvā izbūve un tās teorija. Rīgā, 1909. Tulkojis Baldijs.). Aiz šā motīva termins „kooperācija“ šinī nozīmē šai darbā nav lietāts, kaut gan ar jēdzieniem „kooperatīvs“ un „patērētāju kooperatīvs“ šinī darbā nāksies sastapties vairākkārt.

Kopsavilkumā varētu teikt, ka šā darba mērķis ir noskaidrot jautājumu: kāda nozīme ir patērētāju kooperācijai kā tautsaimnieciskam faktoram, t. i. patērētāju kooperācijai kā tautsaimniecisku parādību cēlonim, noskaidrojot šinī sakarā:

1. Vai patērētāju kooperācija vispār ir kādu tautsaimniecisku parādību cēlonis?

2. Ja ir, tad kādas ir šīs tautsaimnieciskās parādības, kuŗu cēlonis ir patērētāju kooperācija?

¹⁰ Anders Örne. Kooperationens ändamål. „Kooperatören“. 1927., 19.—20. burtnīcā, 297.—299. lpp.

Termins „patērētāju kooperācija“ pie tam lietāts tādā izpratnē, ka ar to apzīmēts tikai īpatnēju, pēc specifiskiem principiem organizētu saimniecisku veidojumu, kurus sauc par patērētāju kooperatīviem, un šo veidojumu apvienību komplekss.

2. Metodes.

Lai varētu atrisināt iepriekšējā nodaļījumā uzstādīto pamatproblēmu — vai patērētāju kooperācija ir kādu tautsaimniecisku pārādību cēlonis —, nepieciešams vispirms noskaidrot pašas patērētāju kooperācijas tautsaimniecisko būtību un īpatnības.

No iepriekšējā nodaļā apskatītā ir skaidrs tikai tik daudz, ka patērētāju kooperācija šinī darbā lietātā šā termina nozīmē ir saimniecisku veidojumu, kas būvēti pēc īpatnējiem principiem un saucas par patērētāju kooperatīviem, un šo veidojumu apvienību komplekss. Tā tad jāpētī šis komplekss. Bet te tūdaļ rodas jautājums: kā lai šo pētīšanu izdara? Vai šis komplekss jāpētī kā vesels, kā struktūra, vai arī tikai kā vairāku saimniecisku veidojumu, kas atrodas savā starpā vairāk vai mazāk ciešos reālsakaros, summa? Pirmajā gadījumā būtu jāpētī viss komplekss, visa patērētāju kooperācija kā vienība, kā vesels, un atsevišķās tā daļas — paterētāju kooperatīvus — būtu jārauga izprast, izejot no visas patērētāju kooperācijas kā no viena veselā. Otrā gadījumā, turpretim, lai izprastu patērētāju kooperāciju, pētīšanai būtu jāiziet no atsevišķiem elementiem — atsevišķiem patērētāju kooperatīviem.

Augstāk redzējām, ka patērētāju kooperācija kā saimniecisku veidojumu komplekss var būt dažādās saliktības pakāpēs. Kad šis komplekss ir pavisam vienkāršs un tā tad ir tikai atsevišķu veidojumu summa, tad, protams, nav nekāda pamata to uzskatīt par struktūru. Šaubas var rasties tikai tad, kad patērētāju kooperācija savā attīstībā sasniegusi tādu stāvokli, kad atsevišķie patērētāju kooperatīvi ir apvienojoties radījuši jaunas vienības — savienības — un šis pēdējās tālāk apvienojušās savienību savienībās. Vai katra no šīm savienībām nav uzlūkojama par struktūru attiecībā pret tanī apvienotām vienībām?

Prof. Eduards Šprangers saka, ka „īstenības veidojumam ir diferencēts sastāvs jeb struktūra tad, kad mēs to varam uzskatīt kā veselu, kurā katra daļa un daļas funkcija izpilda veselā labā kādu svarīgu darbību un pie tam tā, ka katras daļas uzbūvi un darbību

nosaka tas pats veselais, un šī darbība savkārt saprotama tikai izejot no viņa kā veselā¹¹. Struktūra tā tad raksturota ar to, ka nav domājama atsevišķo daļu eksistence bez veselā, kam šīs daļas kalpo. Tas nozīmē, ka tad, ja patērētāju kooperatīvu savienība būtu struktūra, tai būtu jārodas vismaz reizē ar pašiem patērētāju kooperatīviem, jo pēdējie tad pastāvētu un darbotos tikai savienības dēļ. No pieredzes turpretim ir zināms gluži pretējais. Vispirms rodas atsevišķie kooperatīvi, un tikai ar laiku tie saslēdzas jaunā vienībā — savienībā. Atsevišķie patērētāju kooperatīvi nav dibināti un nepastāv savienības mērķu piepildīšanai, bet gan savienības ir dibinātas, lai līdzētu atsevišķiem patērētāju kooperatīviem sasniegt to mērķus. Nevis savienība noteic un vada atsevišķu tanī apvienotu kooperatīvu darbību, bet gan otrādi.

Tā tad patērētāju kooperācija nav struktūra, bet gan tikai summatīvs komplekss, pie kam šā kompleksa sastādītājas vienības — patērētāju kooperatīvi — var atrasties vai nu reālsakaros viena ar otru (ar savienības palīdzību), vai arī atrasties ārpus tādiem sākumiem. Šā kompleksa izprašanai tāpēc jāiziet no patērētāju kooperatīva kā no vienības, kas veido šo kompleksu kopā ar citiem sev līdzīgiem veidojumiem¹².

Bet kādu lai lietā metodi patērētāju kooperatīva būtības izprašanai?

Sākumā liekas, ka šis jautājums visai vienkāršs. Patērētāju kooperatīva jēdziens taču nav nekāda tukša domu konstrukcija. Šim jēdzienam taču atbilst tie saimnieciskie veidojumi, kas reāli pastāv dažādās valstīs un nes tādu pašu nosaukumu. Tā tad arī pie dzīves, pie pašām šīm realitātēm, un tur būs visvieglāk noskaidrot patērētāju kooperatīva būtību.

¹¹ Skat. Eduarda Šprangera Jaunatnes psiholoģija. Tulkojusi M. Liepiņa. Rīgā 1929., 11. lpp. — Sal. priv.-doc. T. Celma priekšvārdus tai pašai grāmatai.

¹² Patērētāju kooperācija būtu bijusi struktūra tad, ja tā būtu būvēta nevis pēc federālistiskā, bet gan pēc centrālistiskā principa, t. i. ja būtu ticis realizēts kādreizējais Lielbritānijas kooperatora Greja projekts. Saskaņā ar šo projektu katrā valstī daudzo patērētāju kooperatīvu vietā vajadzēja organizēt tikai vienu pašu patērētāju kooperatīvu ar daudzām nodaļām. (Skat. doc. Ed. Balodis. Kooperācijas tālākā uzbūve; federālisms un centrālisms. 1923. gada „Kopdarbībā“, 7. numura 103. un 104. lpp.) Tādā gadījumā patērētāju kooperācijas pētīšana būtu izdarāma, izejot no paša šā lielā kooperatīva kā no veselā un nevis no atsevišķām tā nodaļām.

Bet reālītātē nav tikai viens šāds kooperatīvs; tādu ir desmitiem tūkstošu un pie tam ar visai neskaidrām, izplūstošām kontūrām. Pie kuŗa no tiem lai mēs ejam? Varētu atbildēt: pie visraksturīgākā. Bet kuŗš tad tas būs? Kādas tad ir tās pazīmes, pēc kuŗām būs iespējams atšķirt šo visraksturīgāko? Šis jautājums noved mūs atpakaļ pie augstāk uzstādītā izejas jautājuma.

Šādu pētišanas veidu, acīm redzot, apgrūtina tas apstākļis, ka patērētāju kooperatīvi pastāv un darbojas daudzās zemēs. Katras zemes saimnieciskie apstākļi ir savādāki. Tāpat savādāki ir arī tiesiskie apstākļi — tās pozitīvās tiesības, kuŗās katrs kooperatīvs ir spiests ieskaņot nevien savu darbību, bet arī savu uzbūvi. Savādāki, beidzot, ir arī paši cilvēki, kas šos kooperatīvus veido un vada: savādāki ir šo cilvēku pasaules uzskati, savādāki viņu raksturi, savādākas tradīcijas, kuŗās šie cilvēki ieauguši, u. t. t. Jā, grūti ir pat minēt visas tās dažādības, kas šķiŗ vienu zemi no otras, vienu tautu no otras un tādā kārtā arī vienu patērētāju kooperatīvu no otra. Bet mums no visas šās daudzkrāsainās reālītātes jādabū ārā mazs izgriezums, kas satur sevī patērētāju kooperatīva raksturīgās pazīmes.

Tāpēc liktos, varbūt, ka šeit noderētu ģenerālīzētāja metode: jācenšas izdalīt un izlasīt tās pazīmes, kas kopīgas visiem tiem saimnieciskiem veidojumiem, kuŗi saucas par patērētāju kooperatīviem, tā tad pazīmes, kas nemainīgi paliek vienas un tās pašas, neraugoties uz apstākļu variēšanu.

Bet kā šīnī gadījumā iespējams pārlicināties, ka ģenerālīzētas būs taisni raksturīgās pazīmes? Var jau gadīties, ka daži faktori, piemēram likumdošana vai tradīcijas, ir spieduši dažu zemju patērētāju kooperatīvus atsacīties no vienas vai otras raksturīgas pazīmes, vai arī, kas var atgadīties vēl biežāk, aiz šiem pašiem vai līdzīgiem iemesliem par kopīgām visām tām organizācijām, kas saucas par patērētāju kooperatīviem, var izrādīties dažas gadījuma pazīmes. Ar citiem vārdiem sakot, sabiedriskie un saimnieciskie veidojumi pazīst ne tikai tīrus, t. i. tipiskus veidojumus, bet arī dažādas pārejas un starpformas, kas dzīvē nereti nes to pašu nosaukumu, ko pieņēmuši tipiskie veidojumi. Vēl vairāk. Pazīmju dažādība un vienādība novērojama nevien, salīdzinot savā starpā dažādus patērētāju kooperatīvus, bet arī salīdzinot savā starpā vienu un to pašu patērētāju kooperatīvu dažādos laika momentos, piemēram, Ročdeles godīgo pionīŗu biedrību 1844. gadā, kad to dibināja, un 1934. gadā, kad šī biedrība bija jau darbojusies 90 gadu. Ņemot vērā arī to, da-

būsim tādu daudzkrāsainu un stipri izplūstošu, neskaidru pazīmju dažādību, no kuŗas ar ģenerālizētāju metodi būs iespējams iegūt visai maz pozitīvu un, galvenais, drošu rezultātu. Tas tāpēc, ka katrs patērētāju kooperatīvs kā sabiedriska fakts ir pakļauts zināmiem attīstības likumiem, pie kam šis attīstības gājiens var būt dažāds: raksturīgās pazīmes var vai nu asāk iezīmēties vai arī pamazām izzust.

Tāpēc jāmeklē tāda metode, kas dotu iespēju atrast patērētāju kooperatīva raksturīgās pazīmes neatkarīgi no tikko minētiem traucētājiem apstākļiem.

Ir izdarīti mēģinājumi iziet no tāda priekšnosacījuma, ka vispilnīgāk un vistīrāk katra sabiedriska fakta raksturīgās pazīmes parādās šā fakta tapšanas sākumā. Kā metālu kausējot mēs dabūjam to vistīrākā veidā tad, kad tas verdošas strūklas veidā plūst ārā no kausējamās krāsns un sastingst formās, kamēr vēlākā laikā šis metāls oksidējoties un citādā ceļā zaudē savu īpatnējo mirdzumu, tā arī saimnieciski-sabiedriskās parādības visspilgtāk rāda savas īpatnības tad, kad tās izceļas. Tāpēc, noskaidrojot patērētāju kooperatīva būtību, būtu jāgriežas atpakaļ pie pirmās šāda veida organizācijas, tā tad pie Ročdeles godīgo pionieru biedrības un tās tapšanas laikmeta. Šo ceļu tad arī ir gājuši daži autori, raksturojot patērētāju kooperatīvu, izejot tieši no Ročdeles principiem, kuŗus vēlāk ir pārņēmuši citu zemju patērētāju kooperatīvi.

Bet, labi pārdomājot, ir jāatsakās arī no šās metodes. Jau augstāk redzējām, ka sabiedriskie fakti nebūt nesastingst tanīs formās, kādas tie pieņēmuši tapšanas momentā, bet gan laika secībā mainās un pārveidojas — attīstās. Šinī attīstības gaitā tad arī nereti zināmas raksturīgas pazīmes parādās tikai, sasniedzot zināmu attīstības pakāpi, kamēr līdz tam laikam dažāda laba no šīm pazīmēm atrodas it kā latentā stāvoklī. Pavisam maz ir tādu sabiedrisku fakti, kas parādās pēkšņi visā savā pazīmju tīrībā un spožumā. Saimniecības attīstība iet parasti to ceļu, ka jaunas formas rodas, diferencējoties saimniecības dzīvei. Aiz šā pēdējā procesa jaunas formas veidojas pamazām, it kā lobās laukā no tiem formu elementiem, kas bijuši līdz tam.

Ka tas tiešām tā, to apliecina Verners Sombart's, piemēram, konstatējot, ka pirmās akciju sabiedrībās novērojami daudzi no kompanijām pārņemti un akciju sabiedrībām sveši, neraksturīgi elementi: vienas un tās pašas sabiedrības akcionāri saukušies par brā-

liem, par nepiedalīšanos akcionāru sapulcēs bijis jāmaksā sods, sevišķos gadījumos sarīkoti kopīgi visu akcionāru svētki u. t. t.¹³.

Tas pats redzams arī, apskatot pirmo patērētāju kooperatīvu — Ročdeles godīgo pionieru biedrību —, kas ir noderējis par paraugu modernai patērētāju kooperācijai. Šā kooperatīva pirmajos statūtos, formulējot šā kooperatīva mērķus, starp citu ir paredzēts dibināt komūnu, tiklīdz radišoties iespēja. Šis mērķis, kas, acīm redzot, ņemts no Roberta Owen'a mācībām, nav vairs atrodams mūsu dienu patērētāju kooperatīvu statūtos. To sen jau svītrojusi no saviem statūtiem arī pati Ročdeles godīgo pionieru biedrība. Tālāk, zīmējoties uz tīrā atlikuma sadalīšanu, kas ir viens no raksturīgākiem momentiem patērētāju kooperatīva būtībā, Ročdelē labu laiku stipra bija doma, ka daļa no tīrā atlikuma piešķirama arī darbam, bet vēlāk šo principu atmeta. Noteikums, ka daļa no tīrā atlikuma izlietājama biedru izglītībai un audzināšanai, tikai vēlāk ievests šā kooperatīva statūtos u. t. t.

No visa teiktā redzam, ka pirmā patērētāju kooperatīva, cik tālu par tādu vispār ir iespējams uzlūkot Ročdeles godīgo pionieru biedrību (pēdējā laikā arvienu vairāk paceļas balsis, ka Ročdeles godīgo pionieru principi ir lietāti jau agrāk dažās citās biedrībās, kas ilgāku laiku kooperācijas vēsturē nav bijušas pazīstamas), dzimšanas momentā nav iespējams atrast visas patērētāju kooperatīva raksturīgās pazīmes.

Tā tad ne patērētāju kooperatīva dzimšanas, bet gan drīzāk tā attīstības kulminācijas punkts, ja tā drīkstētu izteikties, būtu tas, kas varētu dot visvairāk raksturīgu pazīmju. Bet te nelaime tā, ka šādu kulminācijas punktu pašu par sevi grūti tvert. Kā lai pasaka par tādu sabiedrisku faktu, kā kooperatīvs, kas pastāv mūsu dienās un arvienu vēl turpina savu attīstību, kur ir tā attīstības kulminācijas punkts? Varbūt, ka tas vēl nemaz nav bijis, bet būs tikai kādreiz nākotnē? Bez tam ne visi patērētāju kooperatīvi savā attīstībā ies caur vienāda augstuma kulminācijas punktu. Tālāk kulminācijas punkts kā augstāko sasniegumu punkts ir visai relatīvs jēdziens. Viens un tas pats patērētāju kooperatīvs savā attīstībā var iet caur vairākiem kulminācijas punktiem atkarībā no tā, uz kādu pazīmi vai parādību kulminācijas punkta novērošana attiecināta. Piemēram,

¹³ Werner Sombart. Das europäische Wirtschaftsleben im Zeitalter des Frühkapitalismus. Erster Halbband. München und Leipzig 1928. — 156.—159. lpp.

patērētāju kooperatīva augstākais attīstības punkts apvienoto biedru skaita ziņā ne katru reizi sakrītīs ar tādu pašu punktu apgrozījumu lieluma ziņā u. t. t. Tā tad, lai spriestu par to, vai kāds kooperatīvs ir sasniedzis savā attīstībā kulminācijas punktu savu raksturīgo pazīmju pilnības un tīrības ziņā, tad šīs pazīmes mums jāzina jau iepriekš, bet mēs taču tās meklējam.

Tomēr ideja par šādu attīstības kulminācijas punktu, saprotot ar to zināmas pilnības punktu, zināmu robežu, kurp savā attīstībā tendē katrs patērētāju kooperatīvs, nav gluži atmetama. Ja šo robežu, šo patērētāju kooperatīva ideāltipu nav iespējams dabūt pieredzē, vai to nevarētu mēģināt konstruēt mākslīgi?

Un tiešām zinātne nereti lietā šo metodi¹⁴.

Maksis Vebers, kas pirmais šinī nozīmē lietā terminu „ideāltips“ un pirmais arī ir mēģinājis šo metodi loģiski noskaidrot un pamatot¹⁵, aizrāda, ka pie ideāltipa formas ir jānonāk tur, kur tiek meklēta kāda „jēdziena saturā ģenētiska definīcija“. Un tas ir taisnīgas, ko mēs meklējam. Par ideāltipu Maksis Vebers saka, ka tas ir „domu aina, kas nav nedz vēsturiska, nedz vispāri īstenībā, tas (ideāltips) nav arī tāpēc radīts, lai būtu par schēmu, kurā īstenību varētu ietilpināt kā eksemplāru, bet tā nozīme ir būt par tīri ideālu robežjēdzienu, ar kuru iespējams salīdzināt un tādā kārtā mērit īstenību, lai izprastu svarīgākas sastāvdaļas šās īstenības empīriskā saturā¹⁶“. „Pēc sava satura šai konstrukcijai (ideāltipam) ir utopijas raksturs, tā iegūta domās kāpinot zināmus īstenības elementus¹⁷.“

Tā tad ideāltips nenozīmē kādu ideālu vērtības jeb aksioloģiskā nozīmē vispār, kaut gan dažos gadījumos arī var ar to sakrist¹⁸, nenozīmē arī ideālizēšanu vispār, bet gan asa un noteikta jēdziena izveidošanu par kaut ko tipisku, kas vēsturiski atkārtojas ļoti bieži, bet nekad pilnīgi tīri un skaidri.

¹⁴ Šo metodi starp citu lietā arī viens no mūsu laiku lielākiem domātājiem prof. Eduards Šprangers. Skat. piem. viņa „Lebensformen“, Halle, 1927.

¹⁵ Šī metode gan daudzkārt ir lietāta arī pirms viņa.

¹⁶ Max Weber. Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen, 1922. — 194. lpp.

¹⁷ Turpat — 190. lpp.

¹⁸ Max Weber. Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen, 1922. — 199. lpp.

Ir taisnība, ka ideāltips ir fikcija, kuŗai pilnīgi korespondējoši pārstāvji reālītātē nav atrodamī. Bet šādu un līdzīgu fikciju zinātniskā literātūra pazīst daudz¹⁹. Kā ideāltips, tā arī citas šīs fikcijas nav pašas par sevi zinātniekam mērķis, bet gan tikai līdzekļi pētīt īstenību. Tās ir domāšanas aplinkie ceļi, lai iegūtu zinātniskas atziņas arī tur, kur tās nav iespējams dabūt tieši no pieredzes datiem.

Ideāltips noder it kā par ideālu mērauklu, ar kuŗu iespējams salīdzināt īstenību un, atkarībā no tā, cik tuvu šī īstenība pieiet ideāltipam, iespējams spriest nevien par šās īstenības raksturu vispār, bet arī par tās iespējamiem kauzālsakariem ar citiem faktiem u. t. t.

Daži zinātnieki, pieņemdami un pat lietādami Makša Vebera izstrādāto ideāltipikas metodi, tomēr neatzīst pašu terminu „ideāltips“. Pie šiem zinātniekiem pieder arī Verners Sombart's. Šās metodes būtību viņš raksturo šādi:

„Lai labāk izprastu saimnieciskos sakarus, mēs konstruējam racionālas schēmas (rationale Schemata), ar kuŗām iespējams parādīt, kā noritētu saimnieciskie notikumi, ja būtu izpildīti zināmi priekšnoteikumi un pati darbība būtu pilnīgi racionāla. Loģiskā ziņā tās atbilst šacha uzdevumiem, kuŗus lasām laikrakstos: „baltie iesāk un trijos vilcienos pieteic matu“. Šie uzdevumi paredz zināmu šacha spēles veidojumu ar to priekšnosacījumu, ka būs ievēroti spēles likumi un pati spēle noritēs stingri racionāli, t. i. pēc iespējas vairāk mērķtiecīgi. Šinī sakarā iederas arī pasakainais homo oeconomicus, šis bubulis un spoku tēls, pret kuŗu vēsturiskās skolas tautsaimnieku paaudze veda savu dusmu pilno vējdzirnavu cīņu, un kuŗš prāta spožajā gaismā izrādījās par pavisam nevainīgu radījumu, proti, par mūsu šķietamās rīcības šķietamo subjektu šādā racionālā schēmā. Viņš ir tas, kas pareizi atrisina šacha uzdevumus, šacha automats, „perfekts šacha spēlmanis desmit stundās“, tāpat „perfektais saimnieciskais cilvēks“, kas visu zina, visu spēj un visu grib, kas vien tikai attiecas uz „pareizu“ darbību un rīcību²⁰“

¹⁹ Skat. piemēram — Die Fiktion in den Wirtschaftswissenschaften. Von Albrecht Sommer, Berlin. „Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik“. 136. Band, 5. Heft. 1932.

²⁰ Werner Sombart. Die drei Nationalökonomien. München und Leipzig, 1930. — 258. un 259. lpp.

Tikai Verners Sombart's neatzīst Makša Vebera terminu „ideāltips“ un tā vietā lietā „racionāla schēma“, jo pēc viņa domām šis „ideālās“ konstrukcijas neesot tipi. Atstājot neizšķirtu jautājumu, kāds termins šinī gadījumā būtu noderīgāks un pareizāks, es turpmāk lietāšu Makša Vebera terminu „ideāltips“, pirmkārt tāpēc, ka tam pieder vēsturiska prioritāte, un otrkārt tāpēc, ka literatūrā līdz šim šis termins vairāk pazīstams par citiem.

Konstruējot patērētāju kooperatīva ideāltipu, būs iespēja dabūt tādu tipu resp. tādu konstrukciju, par kuru savās konsekvencēs it kā tiecas izveidoties katrs reālītātē pastāvošais patērētāju kooperatīvs. Atsevišķie konkrētie patērētāju kooperatīvi tā tad pieies vairāk vai mazāk tuvu šim ideāltipam. Tāpēc šim ideāltipam piemītošās pazīmes būs vairāk vai mazāk asā formā atrodamas katrā reālītātē pastāvošā patērētāju kooperatīvā. Tās parādības, ko saimniecības dzīvē zināmos dotos apstākļos varētu radīt ideāltipam atbilstošs patērētāju kooperatīvs, atradīsies vairāk vai mazāk ciešā, bet tomēr zināmā kauzālsakarā arī ar reālītātē pastāvošiem patērētāju kooperatīviem, skatoties pēc tā, cik tuvu katrs atsevišķais konkrētais patērētāju kooperatīvs reālītātē tuvosies savam ideāltipam.

Ar vārdu sakot, izpētījot tuvāk patērētāju kooperatīva ideāltipu, radīsies iespēja zināmā mērā paredzēt tās parādības, par kuru cēloni saimniecības dzīvē zināmos labvēlīgos apstākļos var kļūt katrs patērētāju kooperatīvs atsevišķi un tā tad arī visa patērētāju kooperācija vispār.

Bet te jāņem vērā, ka ideāltips ir tikai esamības parādību izprašanas palīglīdzeklis. Tāpēc ar ideāltipa palīdzību iegūtās atziņas vēl nebūt nedos kādu noteiktu ainu par faktiski pastāvošām attiecībām un sakariem. Būs nepieciešami ideāltipu un ar tā palīdzību iegūtās atziņas salīdzināt ar reālītātē sastopamiem patērētāju kooperatīviem, to raksturīgām pazīmēm un to saimniecības dzīvē radītām sekām, lai redzētu, cik lielā mērā šie salīdzinātie elementi sakrīt, resp. atšķiras.

Ja šie dažādā ceļā iegūtie rezultāti salīdzinot sakrīt, tad tā būs zīme, ka uzstādītais ideāltips un no tā atvasinātās atziņas ir pareizas. Ja turpretim šie rezultāti nesakrīt, tad būs jāatrod diference un jālūko atrast tās cēloņi. Ja šos pēdējos iespējams atrast un izskaidrot ar uzstādītam ideāltipam zināmos apstākļos piemītošām īpatnībām, kā arī atrast šim izskaidrojumam apstiprinājumu reāli-

tātē, arī tad uzstādītais ideāltips līdz ar tā atvasinātām atziņām būs pareizs. Ja turpretim diferences iemeslus nav iespējams atrast un izskaidrot, tad ļoti iespējams, ka ideāltips konstruēts nepareizi, kam par iemeslu var būt vai nu nepareizi izvēlētas premisas, no kurām izejot ideāltips konstruēts, vai arī premisas bijušas pareizas, bet nepareizi izdarīti secinājumi, vai, beidzot, abi šie iemesli kopā.

Kā tad konstruēt patērētāju kooperatīva ideāltipu?

Makša Vebera darbā, no kura bija ņemti augstāk minētie citāti, atrodam tikai tik daudz norādījumu šinī jautājumā, ka ideāltipus konstruē pēc izolējoši-ideālizētājas metodes. No konkrētās realitātes izolē, izceļ zināmas pazīmes un tad šīs pazīmes kāpina līdz augstākai iespējamībai²¹. Bet kā atrast šīs izolējamās un pēc tam kāpināmās pazīmes, par to Maksis Vebers klusē. Par to maz kas atrodams arī citu autoru metodoloģiskos darbos.

Lai iegūtu kādus norādījumus, kādi izejas punkti būtu ņemami patērētāju kooperatīva ideāltipa konstruēšanai, apstāsimies tuvāk pie tās atziņas, ka katrai parādībai saimniecības dzīvē ir savi cēloņi vai vismaz savs cēlonis.

Prof. V. Kosinskis savos pētījumos nāk pie atziņas, ka cēloņus, kas rada sabiedriskas parādības, iespējams iedalīt divās lielās grupās: neaizstājamos jeb pastāvīgos (не случайные) un aizstājamos jeb gadījuma cēloņos. Pirmie raksturīgi ar to, ka tie nepieciešami, bet visi kopā tomēr nav pietiekami, lai radītu kā sekas zināmu sabiedrisku parādību. Pēdējā kā attiecīgu cēloņu sekas parādās tikai tad, kad bez šiem neaizstājamiem cēloņiem iedarbojas arī aizstājami cēloņi. Aizstājami cēloņi raksturīgi ar to, ka zināms daudzums no tiem ir nepieciešams blakus neaizstājamiem cēloņiem zināmu seku radīšanai, bet šis minimālais daudzums aizstājamo cēloņu pēc sava sastāva var būt visdažādāks, tāds, kādu to nosaka katrs atsevišķs gadījums (t. i. citi, no radāmās parādības cēloņiem pilnīgi neatkarīgi cēloņi), jo aizstājami cēloņi ir spējīgi stāties viens otra vietā, t. i. aizstāt viens otru.

Gadījuma jeb aizstājami cēloņi ir tie, kas sabiedriskās dzīves parādībām piešķir konkrētu, individuālu raksturu. Neaizstājami cē-

²¹ Max Weber. Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen, 1922. — 190.—204. lpp.

loņi turpretim ir tie, kas sabiedriskās dzīves parādībās rada vienādformības tendenci, uz kuŗas statistika fundē savu lielo skaitļu likumu, kas parādās, izslēdzot aizstājamo cēloņu radītās sekas. „Taisnība“, saka prof. V. Kosinskis, „ne vienmēr ir iespējams sabiedrisku parādību izteikt precīzi, skaitļos, bet arvien ir iespējams šo sakaru izteikt aptuveni, norādījuma veidā, ka, tādu un tādu neaizstājamo cēloņu ietekmēta, attiecīgā parādība cenšas atkārtoties biežāk, retāk, ka mainot neaizstājamus cēloņus plūs vai minus virzienā, attiecīgā parādība uzrāda tendenci pieaugt vai samazināties vai otrādi²²“.

Konstruēt ideāltipus, acīm redzot, ir iespējams tikai tāpēc, ka saimniecības dzīves parādībās novērojamas zināmas vienādformības, jeb, pareizāk sakot, tāpēc, ka saimniecības dzīves fakti uzrāda tendenci iekļauties zināmās vienādformībās. Vienīgi aiz šā iemesla arī pareizi konstruēts ideāltips iegūst savu teorētisko nozīmi. Bet vienādformības, kā to redzējām tālāk, ir saimniecisko parādību neaizstājamo cēloņu rezultāts. Tā tad patērētāju kooperatīva ideāltipa konstruēšanai ir nepieciešams atrast neaizstājamus šās saimnieciskās parādības cēloņus.

Uz jautājumu, kamdēļ saimniecības dzīvē pastāv vienādformības, Verners Sombart's dod šādu paskaidrojumu: „Lai atrastu atbildi uz šo jautājumu, nepieciešams piegriezt uzmanību abām tām sastāvdaļām, no kuŗām sastāv katrs sabiedrisks notikums: cilvēku darbība, šās darbības motīvi un mērķi, t. i. „dzinējspēks“ no vienas puses, un nosacījumi, saskaņā ar kuŗiem norit darbība, no otras puses, vai, kas nozīmē to pašu: Causa causans un Causae occasionales, Potentia un Complementa possibilitatis Aristoteļa terminoloģijā²³.“

Ja, ņemot vērā tikko minēto, gribam konstruēt patērētāju kooperatīva ideāltipu vai, ar citiem vārdiem, fiksēt to vienādformību, kuŗā tendē noslēgties tie saimnieciskie veidojumi, ko mēs saucam par patērētāju kooperatīviem, tad, acīm redzot, mums ir svarīgi šādi izejas elementi resp. neaizstājамie cēloņi, kas šo vienādformību veido:

²² В. А. Косинский. Учреждения для мелкого кредита въ Германіи. Москва 1901. СXXXIX. un CXL. lpp.

²³ Werner Sombart. Die drei Nationalökonomien. München und Leipzig. 1930. — 265. lpp.

1. Mērķis, kuŗa dēļ cilvēki organizē patērētāju kooperatīvus un darbojas līdz tais. Šeit mērķis domāts kā zināmu sasniegumu, zināmu sekmju priekšstats, kas kļūst par ierosinājumu zināmai darbībai.

2. Nosacījumi, saskaņā ar kuŗiem šī darbība norit.

Zīmējoties uz pirmo no tikko minētiem punktiem jāaizrāda, ka visi patērētāju kooperatīvi uzstāda sev, kaut gan dažādā — gan skaidrākā, gan neskaidrākā — redakcijā, bet pēc būtības tomēr viennozīmīgus un, proti, sekojošus tīri saimnieciskas dabas, patērētāju kooperatīvam specifiskus mērķus: apgādāt saviem biedriem nepieciešamos labas kvalitātes patēriņa un lietāšanas priekšmetus par izdevīgākām cenām²⁴.

²⁴ Par to varam pārliecināties kaut no sekojošiem izvilkumiem, kas ņemti no dažādu zemju patērētāju kooperatīvu statūtu mērķu formulējumiem, cik tālu autoram bija pieejami šie statūti.

1. Ročdeles godīgo pionieŗu biedrības pirmo statūtu mērķos šo domu atrodam šādā formulējumā:

„Šās biedrības mērķis un uzdevums ir gādāt par tās biedru materiālu labumu un uzlabot viņu sabiedrisko stāvokli un mājāsaimniecību.

1. Šai nolūkā tiek savākts kapitāls, kas sastādās no biedru aizdevumiem ik pa vienai mārciņai sterliņu, un ar šo kapitālu jādara šādi darbi: jāieriko veikals pārtikas vielu, apģērbu u. t. t. pārdošanai.“

(Skat. Laws and Objects of the Rochdale Society of Equitable Pioneers, Rochdale 1844. Reprinted from the “Co-operative Educator” 1925.)

2. Zviedru patērētāju kooperatīvu parauga statūtos, kuŗus izdevusi Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, šo domu atrodam šādā formulējumā:

„Biedrības mērķis ir veicināt savu biedru mājturību, apgādājot sadarbībā ar Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienību veselīgus un neviltotus pārtikas līdzekļus un citus patēriņa priekšmetus un izdalot tos biedriem par samaksu skaidrā naudā un par parastām tirgus cenām.“ (K. F.: s mönsterstadgar för konsumtionsföreningar. Typ. D 3.)

3. Dānijas patērētāju kooperatīvu statūtos paredzēts, ka to mērķis ir:

„Kopīgi iepērkot, apgādāt saviem biedriem labas un neviltotas preces par tādu cenu, kādu apleš iepērkot lielos vairumos.“ (Dansk Kooperation av H. Ellidn. „Kooperatören“ 1920., Nr. 4., 53. lpp.)

4. Vācijas patērētāju kooperatīvu parauga statūtos, kuŗus izdevusi Vācijas patērētāju kooperatīvu centrālā savienība, šo domu atrodam šādā formulējumā:

Zīmējoties uz otro punktu jāpiemetina, ka šie cilvēku darbības nosacījumi meklējami tanī cilvēku darbības sfērā, kuŗā ietilpst uzstādītie mērķi, tā tad saimnieciskās darbības laukā. Bet cilvēku saimnieciskās darbības nosacījumi nav nekas cits, kā tās vispārējās

„Kooperatīva mērķis ir veicināt biedru saimniecību, iegūstot ietaupījumus no kopīgā uzņēmuma.“

„Uzņēmuma uzdevums ir kopīga patēriņa priekšmetu apgādāšana vairumā un izdalīšana mazumā pret samaksu skaidrā naudā.“ (Statut der Konsum- und Spargenossenschaft für und Umgegend.)

5. Berlīnes un apkārtnes patērētāju kooperatīva statūtos šo domu atrodam šādā formulējumā:

„Kooperatīvs ir biedru kopīgs uzņēmums, un tā mērķis ir, pilnīgi izslēdzot arodveidīgo peļņas iegūšanu:

I. kopīgi iepirkt labas un neviltotas preces un nodot tās biedriem mazumā par samaksu skaidrā naudā;

II. ražot lauksaimniecības produktus: maizi, gaļas preces, kā arī citas pārtikas un baudvielas un patēriņa priekšmetus.“

(Satzungen der Konsum-Genossenschaft Berlin und Umgegend. 1929., 3. lpp.)

6. Prof. J. Fr. Schär'a izstrādātos un Šveices patērētāju kooperatīviem domātos normālstatūtos šo domu atrodam šādā formulējumā:

„Kooperatīvs uzliek sev par uzdevumu laist pārdošanā pēc iespējas labākas kvalitātes pārtikas līdzekļus un citus ikdienas vajadzību apmierināšanai nepieciešamos priekšmetus par iespējami lētākām cenām, pie kam tādā ceļā iegūtā tirā peļņa nododama biedriem.“ (J. Fr. Schär: Genossenschaftliche Reden und Schriften. Basel, 1920. 63. lpp.)

7. Agrāko Francijas sociālistisko patērētāju kooperatīvu statūtos šo domu atrodam šādā formulējumā:

„Kooperatīva mērķis ir: 1. Uzlabot savu biedru garīgo un materiālo labklājību: a) pērkot un pārdojot visus pārtikas produktus un citus sabiedriskā dzīvē nepieciešamus priekšmetus un iegūto peļņu sadalot vismaz vienu reizi gadā starp visiem biedriem samērā ar pēdējo izdarītiem iepirkumiem kooperatīva pārdotavās: „... (Manuel du coopérateur socialiste par Maurice Lauzel. Paris, 1910. 78. lpp.)

8. Latvijas patērētāju kooperatīvu statūtos šo domu atrodam šādā formulējumā:

A. C.s. „Konzums“ izdotos parauga statūtos:

„Kooperatīva mērķis ir: a) apgādāt savus biedrus par vidējām tirgus cenām ar labām un neviltotām viņu mājturībā, saimniecībā un darbā nepieciešamām precēm un ražošanas līdzekļiem; b) dot iespēju biedriem uz saviem iepirkumiem ietaupīt; c) vispār veicināt savu biedru materiālo un garīgo labklājību.“ (Skat. 1934. g. izdevumu.)

B. Latvijas patērētāju biedrību savienības izdotos parauga statūtos:

„mērķis ir: a) apgādāt savus biedrus ar visāda veida viņu saimniecībā un darbā nepieciešamiem priekšmetiem; „...“ (Skat. 2. izdevumu 1930. gadā.)

likumības, ko pēti tautsaimniecības teorija. Tāpēc pēc šīm likumībām mums būs jāgriežas pie tautsaimniecības teorijas atziņām.

Šis pēdējais apstāklis visai svarīgs, jo tas velk arī zināmu nozīmības robežu tām atziņām un konstrukcijām, kas atrodamas šā darba turpinājumā. Proti, tām būs nozīme tikai attiecībā uz to laika periodu un tām zemēm, uz ko attiecas modernās tautsaimniecības teorijas konstatētās likumības. Pareizi aizrāda Verners Sombart's, ka „tikai zināmas, noteiktas saimnieciskās sistēmas rāmjos iespējams konstruēt jēgas pilnu (sinnvolle) racionālas rīcības schēmu²⁵“, t. i. ideāltipu Makša Vebera terminoloģijā.

Šie tad ir tie elementi, ko šā darba autors ir izlietājis nākošā nodaļā patērētāju kooperatīva ideāltipa konstruēšanai, kā arī jautājuma apsvēršanai, kāda ir nozīme patērētāju kooperācijai kā tautsaimniecisku parādību cēlonim.

Šo dedukcijas ceļā iegūtu atziņu pārbaudei šā darba otrā daļā apskatīta Zviedrijas patērētāju kooperācija. Minētās zemes patērētāju kooperācija šim nolūkam izvēlēta tāpēc, ka 1) par šās zemes patērētāju kooperāciju literatūrā iespējams atrast visvairāk faktiskā materiāla, kas noder šā darba nolūkiem, un 2) pēdējos gados patērētāju kooperācija šinī zemē ir attīstījusies visstraujāk un ieguvusi relatīvi ņemot vislielākos panākumus. Protams, darbs būtu daudz pilnīgāks, ja šinī sakarā būtu apskatīta arī citu zemju patērētāju kooperācija, bet tas būtu prasījis no autora tik daudz un tāda faktiskā materiāla, kāda viņa rīcībā nebija, kā arī autoram nebija paredzama iespēja dabūt šo materiālu vismaz tuvākos gados. Tāpēc ziņas par citu zemju patērētāju kooperāciju izmantotas tikai šā darba pirmajā daļā un pie tam arī tikai kā daži reālās dzīves piemēri, kas apstiprina vai ļauj labāk izprast vienu vai otru dedukcijas ceļā iegūtu atziņu.

Kopsavilkumā varētu teikt, ka šinī darbā lietāta vispirms deduktīvi-konstruktīvā metode (konstruēts patērētāju kooperatīva ideāltips, kas izlietāts par izejas punktu tālākai dedukcijai), pēc kam šinī ceļā iegūtās atziņas pārbaudītas ar induktīvās metodes palīdzību, apskatot patērētāju kooperāciju Zviedrijā.

²⁵ Werner Sombart. Die drei Nationalökonomien. München und Leipzig 1930. — 301. lpp.

Pirmā daļa.

Patērētāju kooperācijas vispārīgais raksturojums.

II. PATĒRĒTĀJU KOOPERĀCIJAS TAUTSAIMNIECISKĀ BŪTĪBA.

1. Patērētāju kooperatīva raksturojums.

Iepriekšējā nodaļā redzējām, ka patērētāju kooperatīvs šā ter-
mina šinī darbā lietātā nozīmē ir pēc īpatnējiem principiem būvēts
saimniecisks veidojums, kuŗa mērķis apgādāt saviem biedriem ne-
pieciešamos labas kvalitātes patēriņa un lietāšanas priekšmetus par
iespējami izdevīgākām cenām. Tagad raudzīsim noskaidrot, kādi
ir tie principi, pēc kuŗiem būtu jābūvē šis saimnieciskais veidojums,
lai būtu iespējams pašreizējā saimniecības iekārtā pēc iespējas pil-
nīgāk un ar pēc iespējas mazāk pūlēm sasniegt minēto mērķi. Ar
citiem vārdiem sakot, raudzīsim dot patērētāju kooperatīva ideāl-
tipu.

Ja uzmanīgi ieskatīsimies augstāk minētā patērētāju kooperā-
tīva mērķī, tad redzēsim, ka šo mērķi iespējams izteikt arī šā: Pa-
tērētāju kooperatīva mērķis ir sagādāt saviem biedriem ietaupī-
jumu²⁶ patēriņa un lietāšanas priekšmetu apgādāšanā.

²⁶ Jāpiezīmē, ka šinī darbā ir šķirts jēdziens „taupība“ no jēdziena „krā-
šana“ un reizē ar to ir šķirti arī abu šo darbību rezultāti viens no otra.

Par taupību nosaukta saimnieciskā principa lietāšana, cenšoties panākt
pēc iespējas lielāku efektu ar vismazāko izmaksu (Aufwand). Ja ir izdevies
vienu un to pašu efektu panākt ar izmaksu a, kamēr līdz šim nepieciešamā iz-
maksa ir bijusi b un ja pie tam a ir mazāks par b, tad b—a ir ietaupījums.
Mājturībā šāda veida ietaupījums rodas, atrodot iespēju apmierināt līdzšinējās
vajadzības līdzšinējos apmēros, bet ar ienākumu mazāku daļu (absolūtos skait-
ļos ņemot) nekā līdz šim. Pie tam ir gluži viena alga, vai šādā veidā iegū-
tais ietaupījums ir uzkrāts kā nepatērēta ienākuma daļa, vai arī tas izlietāts
šo pašu vai kādu citu vajadzību apmierināšanai resp. šādas apmierināšanas
pastiprināšanai.

Par krāšanu nosaukta tāda rīcība, ar kuŗu mājturība nepatērē visus sa-
vus ienākumus, bet daļu no tiem uzkrāj. Parasti mēdz aizrādīt, ka šādā no-
zīmē iekrājumi rodas, ierobežojot patēriņu. Tas ir pareizi tikai tad, ja pieņem
presumpciju, ka mājturībā neierobežots resp. pilns patēriņš ir tikai vienīgi tad,
ja tā patērē visu savu ienākumu bez kāda atlikuma. Turpretim, ja neiziet no
tādas presumpcijas, tad iespējams teikt, ka pie viena un tā paša ienākuma

Un tiešām, ja patērētāju kooperatīva mērķis ir apgādāt saviem biedriem labas kvalitātes lietāšanas un patēriņa priekšmetus par izdevīgākām cenām, tad tas nozīmē — samazināt izdevumus šos priekšmetus iegādājoties. Ar citiem vārdiem sakot, vienu un to pašu priekšmetu iegādāšanai biedriem būs jāizdod mazāka daļa no saviem ienākumiem, kamdēļ rezultātā būs zināms ietaupījums.

Lai sasniegtu savu mērķi, patērētāju kooperatīvam ir nepieciešams turēt savā rīcībā ilgāku vai īsāku laiku patēriņa un lietāšanas priekšmetu krājumu. Tas tāpēc, ka viens no ietaupījumu sagādāšanas līdzekļiem ir arī biedriem nepieciešamo priekšmetu iepirkšana vairumā un pēc tam izdalīšana biedriem mazumā. Bet tā kā apgādājamo priekšmetu veidu parasti ir daudz un patērēšanas nolūkiem tie atsevišķiem biedriem nav vajadzīgi taisni vienā laikā, tad, iepērkot šos priekšmetus vairumā, zināmi krājumi ir neizbēgami. Jautājums ir tikai tāds, kur šos krājumus izdevīgāk uzglabāt: atsevišķo biedru mājturībās vai vienā speciāli šim nolūkam ierīkotā glabātuvē. Nav grūti redzēt, ka daudz ērtāka un saimnieciski izdevīgāka ir kopīga glabātuve, no kuras biedri var saņemt atsevišķos priekšmetus tad, kad tie viņiem nepieciešami patēriņa resp. lietāšanas nolūkiem. Tā ir izdevīgāka jau tāpēc vien, ka uzglabājamie priekšmeti prasa zināmu kopšanu, lai tie nesabojātos. Izdarot šo apkopšanu vienā vietā, rodas zināms darba spēka un dažu palīglīdzekļu (piemēram, kurināmā materiāla, lai uzturētu glabātuvē vēlamo temperatūru) ietaupījums. Bez tam katram atsevišķam biedram ne vienumēr ir iespējams kaut cik noteikti pateikt jau uz priekšu, kādi īsti priekšmeti un kādos daudzumos būs tam nepieciešami tuvākā vai tālākā laika sprīdī, bet par visiem biedriem, it sevišķi ja to daudz, pamatojoties uz statistiku, šo priekšmetu daudzumu arvienu būs iespējams aplēst ar lielāku vai mazāku precīzītāti. Tas viss runā par labu kopīgam krājumam un kopīgai šā krājuma glabātuvei.

Var būt arī tādi gadījumi, kad patērētāju kooperatīvam ir izdevīgāk vienu vai otru patēriņa priekšmetu (piemēram maizi) nevis pirkt, bet pašam ražot. Šinī gadījumā p a t ē r ē t ā j u k o o p e r ā -

lieluma krāšana ir iespējama ierobežojot patēriņu, pie viena un tā paša patēriņa lieluma — pavaļojot ienākumus un, beidzot, pie viena un tā paša ienākuma un viena un tā paša patēriņa lieluma (apmierināto vajadzību daudzuma un pakāpes ziņā) — atrodot iespēju visas līdzšinējās vajadzības un līdzšinējos apmēros apmierināt ar mazāku ienākuma daļu nekā līdz šim, t. i. taupot.

tīvam nepieciešamas mašīnas un ierīces, nepieciešamas arī izejvielas u. t. t. Ar vārdu sakot, nepieciešami materiālie ražošanas līdzekļi jeb zināms kapitāls. Tāpat kapitāls nepieciešams arī kopīga patēriņa un lietāšanas priekšmetu krājuma apgādāšanai un tā glabātuves iekārtošanai. Kā lai sagādā šo kapitālu?

To iespējams sagādāt vai nu vienā no sekojošiem veidiem vai arī kombinējot kopā dažus no šiem veidiem vai, beidzot, lietājot visus šos veidus uz reizi:

1. Izdarot aizņēmumus uz ilgāku vai īsāku laiku kā no biedriem, tā arī no ārpus kooperatīva stāvošām personām un iestādēm.

2. No biedru savāktiem līdzekļiem, kas var būt:

a) atmaksājami, ja biedrs no patērētāju kooperatīva izstājas; tādā gadījumā šis biedru iemaksas sauc par pajiem resp. dalības naudām. Var būt arī tāds gadījums, ka biedriem piešķirtas tiesības izņemt daļu no savām paju iemaksām, no patērētāju kooperatīva neizstājoties²⁷. Tādā gadījumā šī izņemamā paju daļa jau lielā mērā līdzinās attiecīgā biedra noguldījumam patērētāju kooperatīvā, resp. patērētāju kooperatīva aizņēmumam;

b) neatmaksājami, kaut arī iemaksājušais biedrs no patērētāju kooperatīva izstātos. Uz šādiem noteikumiem savāktos līdzekļus tad parasti sauc par nedalāmiem kapitāliem.

Kurš no šiem kapitāla sagādāšanas veidiem patērētāju kooperatīvam piemērotāks? Tas visvairāk atkarīgs no vietējiem apstākļiem. Tāpēc tā vai cita veida lietāšana negroza kooperatīva būtību.

Sagādājot kapitālu aizņēmuma veidā, patērētāju kooperatīvi visbiežāk pieņem noguldījumus, maksājot par tiem parasto kredita tirgus procentu. Zemēs, kā piemēram Šveicē, kur kredita piedāvājumu netrūkst, šis ir samērā plaši lietāts līdzekļu sagādāšanas veids. Šā veida negatīvā puse ir tā, ka patērētāju kooperatīvam nepieciešams turēt ievērojamu kases rezervi, jo pānikas gadījumos patērētāju kooperatīvam jāņem vērā varbūtējās grūtības un sa-

²⁷ Tāda kārtība pastāv, piemēram, daudzos Lielbritānijas patērētāju kooperatīvos. Skat. *The Economic Advance of British Co-operation, 1913 to 1931.* By H. J. Twigg, C. H. D. Manchester 1931., 26. lpp.

režģījumi. Tāpēc patērētāju kooperatīvs nekad nedrīkst izlietāt šo kapitāla sagādāšanas veidu kā vienīgo.

Ir patērētāju kooperatīvi, kas kapitāla sagādāšanai lielos apmēros izlietā arī preču kreditu. Taču šis kredita veids nav patērētāju kooperatīvam piemērots, jo tas ir viens no dārgākiem kredita veidiem un bez tam tas padara patērētāju kooperatīvu arī preču iepirkšanas ziņā atkarīgu no kreditora, kas ne vienmēr dod iespēju patērētāju kooperatīvam apgādāt saviem biedriem nepieciešamos patēriņa priekšmetus par izdevīgākām cenām, kā arī sagādā veselu rindu citu neērtību²⁸. Tāpēc saprotami, kamdēļ Ročdeles godīgie pionieri jau savos pirmajos statūtos ievēda noteikumu, ka „Kooperatīva amata personas (officers) nekādā gadījumā nedrīkst nevienam priekšmetu nedz iepirkt, nedz arī pārdot citādāk, kā vienīgi tikai par skaidru naudu. Amata personas, kas rīkojas pretēji šiem noteikumiem, sodāmas ar 10 šiliņiem un bez tam viņām atņemamas tiesības ieņemt šo amatu“²⁹.

Raugoties tikai šauri no patērētāju kooperatīva viedokļa visizdevīgākais kapitāla sagādāšanas veids būtu — nedalāmo kapitālu krāšana. Par šo kapitālu patērētāju kooperatīvam nav jāmaksā procenti un bez tam nav arī jāievēro varbūtība, ka šo kapitālu patērētāju kooperatīvam varētu atprasīt. Grūtības ir tikai šā kapitāla uzkrāšanā, jo ne visās zemēs biedri izrāda vienādi lielu gatavību atteikties no savām īpašuma tiesībām uz zināmu kapitālu par labu patērētāju kooperatīvam.

Arī attiecoties uz biedru pajiem dažās zemēs un apstākļos jāievēro tas, ka ne vienmēr visiem apvienotiem biedriem iespējams vienādos apmēros atteikties no visu savu ienākumu tūlītējas patērēšanas, lai tādā kārtā uzkrātu daļu no saviem ienākumiem un nodotu to patērētāju kooperatīva rīcībā kā paju. Lai šo atteikšanos pamudinātu, patērētāju kooperatīvi nereti ir spiesti arī par biedru iemaksājajiem pajiem maksāt zināmu atlīdzību kapitāla procentu veidā. Par šīm grūtībām jau Ročdeles godīgo pionieru biedrības

²⁸ Genossenschaftliche Probleme der Gegenwart. Von Albin Johanson. Bericht über die Verhandlungen des zwölften Kongresses des Internationalen Genossenschaftsbundes in Stockholm vom 15. bis 18. August 1927., — 193. līdz 197. lpp.

²⁹ Laws and Objects of the Rochdale Society of Equitable Pioneers, Rochdale 1844. Reprinted from the „Co-operative Educator“ 1925., 5. lpp.

vēsturnieks Holyoake's raksta: „Daudzi kooperātīvi mēģinājumi ir izputējuši līdzekļu trūkuma dēļ, jo biedri uzskatīja procentu ņemšanu par netikumīgu, bet tanī pašā laikā viņiem tomēr bija par maz ideālisma, lai savu naudu aizdotu bez procentiem. Citi, turpretim, atrada par nelikumīgu maksāt procentus, bet tā kā bez procentiem naudu nevarēja dabūt, šie tikumīgie cilvēki nedarīja nekā — viņi bija pārāk tikumīgi, lai būtu arī derīgi³⁰.“

Tā kā šie procenti uz biedru pajiem ir tikai līdzeklis vieglāk sagādāt patērētāju kooperātīvam nepieciešamo kapitālu, tad, protams, nav nekādas vajadzības un pamata maksāt augstāku par parasto kredita tirgus procentu, jo pretējā gadījumā patērētāju kooperātīvam daudz izdevīgāk izlietāt savām vajadzībām kreditu.

Neraugoties uz visu to, dažās zemēs tomēr patērētāju kooperātīvi procentus par biedru pajiem nemaksā nemaz, piemēram Vācijā³¹, Austrijā³², pat Šveicē³³, Beļģijā sociālistiskie patērētāju kooperātīvi³⁴ un vēl dažās zemēs. Par šādas rīcības motīviem parasti min šos:

1. Dažu zemju patērētāju kooperātīvos, kur, kā piem. vēl nesen Austrijā, valdošā ideoloģija par patērētāju kooperācijas uzdevumu uzskata cīņu ar kapitālismu un par „gala mērķi“ sociālismu³⁵, procentus uz biedru pajiem nemaksā, „lai kooperātīvos izslēgtu katru kapitālistisku tīrā atlikuma sadalīšanas veidu“³⁶, nerūpējoties par to, cik tas var sekmēt vai kavēt patērētāju kooperātīva saim-

³⁰ The History of the Rochdale Pioneers by George Jacob Holyoake. Tenth edition. 25. lpp.

³¹ Der Aufbau und die Organisation der Genossenschaftsbewegung. IX. Deutschland. Von August Kasch. „Internationale genossenschaftliche Rundschau“ 1930., 1. burtnīcā 8. lpp.

³² Turpat. XV. Österreich. Von Dr. Vukowitch. 1930. 7. burtnīcā 242. lpp.

³³ Elfte Internationale Genossenschaftsschule im genossenschaftlichen Seminar Fredorf bei Basel vom 4. bis 18. Juli 1931. Vortrag über das schweizerische Genossenschaftswesen von Dr. Henry Faucherre. 9. lpp.

³⁴ La coopération en Belgique. L'Office Coopératif Belge aux membres du XI. Congrès de L'Alliance Coopérative Internationale à Gand 1924., 67. lpp.

³⁵ Skat. Austrijas patērētāju kooperācijas vadona Dr. Kārļa Renner'a rakstu: Skizze einer ökonomischen Theorie des Genossenschaftswesens „Vierteljahrsschrift für Genossenschaftswesen“, Juli 1930., Nr. 2., 86.—108. lpp.

³⁶ Österreich und seine Genossenschaften. Den Delegierten zum XIII. Internationalen Genossenschaftskongress gewidmet. Wien 1930., 93. lpp.

niecisko uzdevumu veikšanu resp. patērētāju kooperatīva specifisko mērķu sasniegšanu.

2. Citās zemēs, kā piemēram Šveicē, uzskata paju par patērētāju kooperatīvam iemaksātu avansu, kamdēļ procenti uz to nepienākas³⁷.

Neraugoties uz to, ka šim pēdējam pieņēmumam ir savs formāls pamats, kā arī ievērojot to apstākli, ka daudzās zemēs (piemēram Šveicē), kur noguldījumu procentu normas visai zemas, uz pajiem izmaksājami procenti nevarētu sagādāt patērētāju kooperatīvā apvienotiem biedriem, katru atsevišķi ņemot, kaut cik ievērojamu ienākumu, tomēr zīmīgs ir fakts, ka tanīs zemēs, kur patērētāju kooperatīvi tādu vai citu apstākļu dēļ parasti procentus uz pajiem nemaksā, katra biedra iemaksātā caurmēra paju summa ir samērā maza un patērētāju kooperatīvam kapitāla sagādāšanas nolūkos ir vai nu jākrāj lieli nedalāmie kapitāli, kā tas ir Šveicē un arī daļai Vācijā, vai arī jācenšas pievilkt kapitāls noguldījumu un citu svešu līdzekļu veidā, par kuriem tomēr jāmaksā parastais kredita tirgus procents, kā tas ir Šveicē, Vācijā, Austrijā un Beļģijā³⁸. Tā tad, ja negrib maksāt procentus uz pajiem, tie jāmaksā par noguldījumiem un citiem svešiem līdzekļiem, jo pašreizējā saimniecības sistēmā kapitāls bez attiecīgas atlīdzības labprāt neuzrāda tendenci nedz uzkrāties, nedz arī darboties līdz saimniecības dzīvē. Tāpēc racionāli būvētā patērētāju kooperatīvā, kas neseko ne kādiem „gala mērķiem“ kā nesenā Austrijā, vai arī no tīri formāla viedokļa kā Šveicē, bet gan tikai vienīgi no saimnieciskās lietderības, procenti uz biedru pajiem būtu jāmaksā, bet ne augstāk par parasto kredita tirgus procentu.

Ir zemes, kur dažiem patērētāju kooperatīviem paju nav nemaz. Tādi patērētāju kooperatīvi atrodami Šveicē ar kooperatīvu Allgemeiner Consumverein beider Basel priekšgalā un Dānijā.

Dānijā patērētāju kooperatīvu biedri pa lielākai daļai nes neaprobežotu solidāru atbildību par kooperatīva saistībām un patē-

³⁷ Elfte Internationale Genossenschaftsschule im Genossenschaftlichen Seminar Freidorf bei Basel vom 4. bis 18. Juli 1931. Vortrag über das schweizerische Genossenschaftswesen von Dr. Henry Faucherre. 9. lpp.

³⁸ Internationale Statistik der Genossenschaften von Dr. Karl Ihrig. Berlin 1928., 94. lpp.

rētāju kooperatīvs sev nepieciešamos līdzekļus iegūst aizņēmumu un noguldījumu veidā. No patērētāju kooperatīvu pašu līdzekļiem pirmajā vietā ir nedalāmie kapitāli. Iestājoties biedri iemaksā zināmu iestāšanās naudu, kuŗu ieskaita nedalāmos kapitālos. Šī iestāšanās nauda ir dažāda lieluma, atkarībā no biedra sociālā stāvokļa. Paji ir ne visos patērētāju kooperatīvos, un tie paši visai mazi³⁹. Taču pēdējā laikā paju kapitāls patērētāju kooperatīvos sāk pieaugt arī Dānijā, kas redzams no sekojošā Dānijas patērētāju kooperatīvu kopbilances pasīva, kas izteikts procentos no kopbilances kopsummas.

	1929. g. ⁴⁰	1931. g. ⁴⁰	1933. g. ⁴¹
Dažādi aizņēmumi	27,7	26,0	24,7
Parādi preču piegādātājiem	11,0	9,9	9,4
Biedru noguldījumi	7,2	7,0	6,6
Pārējie svešie līdzekļi	5,4	5,4	5,7
Kopā svešo līdzekļu	51,3	48,3	46,4
Nedalāmie kapitāli	25,7	27,7	30,2
Tīrais atlikums	10,7	11,2	12,7
Biedru paji	7,3	8,2	8,4
Pārējie pašu līdzekļi	5,0	4,6	2,3
Kopā pašu līdzekļu	48,7	51,7	53,6
K o p ā	100,0	100,0	100,0

Šveicē biedri nenes gluži nekādu papildus atbildību. Lai redzētu, kā tur sastādās to patērētāju kooperatīvu kapitāls, kam nav paju, uzrādīsim patērētāju kooperatīva Allgemeiner Consumverein beider Basel bilances pasīvu, izteiktu procentos no bilances kopsummas⁴².

³⁹ Skat. H. Elldin. Dansk Kooperation. „Kooperatören“ 1920. Nr. 4., 58. lpp. — Skat. arī A. Axelsen Drejer. Die dänische Konsumgenossenschaftsbewegung. „Konsumgenossenschaftliche Praxis“ 1930. Nr. 14/15, 258. lpp.

⁴⁰ Skat. Brugsforeningsstatistik 1931. 4. Beretning fra F. D. B : s. Statistikudvalg. 1932., XIII. lpp.

⁴¹ Turpat par 1933. gadu. 1934. g. XIV. lpp.

⁴² Allgemeiner Consumverein beider Basel. Jahresbericht und Rechnung über das 65. Geschäftsjahr 1930., 60. un 61. lpp.

Īsa termiņa sveši līdzekļi:

		1930. g.	1929. g.
Biedru noguldījumi	36,0		
Kreditori	8,3	44,3	42,3
Vidēji gara termiņa sveši līdzekļi:			
Prēmijas uz iepirkum. par 1930.	10,1		
Hipotēkārie aizņēmumi	4,2		
Pārējie	0,5	14,8	15,7
Gara termiņa sveši līdzekļi:			
Izlaistas obligācijas	25,2		
Pārējie	1,7	26,9	28,5
Nodrošinājumi		1,8	2,0
Kopā svešie līdzekļi		87,8	88,5
Nedalāmie kapitāli		12,2	11,5
Kopā		100,0	100,0

Ja nu ņemam vērā, ka minētais kooperatīvs vairāk kā pusi (1930. gadā 52,7%, bet 1929. gadā 56,5%) no visas bilances, kas sastādās galvenā kārtā no īsa termiņa svešiem līdzekļiem, ir ieguldījis kustamos un nekustamos īpašumos (nekustamos īpašumos vien 1930. gadā 51,0%), tad šādu stāvokli nevar uzskatīt par stabilu un drošu.

Biedru paji padara patērētāju kooperatīvu stabilāku, neatkarīgāku no trešām personām, kas sagādājušas patērētāju kooperatīvam kapitālu. Ja pie visa sacītā ņemam vērā vēl arī to apstākli, ka biedru paji ir zināma saite, kas saista biedrus pie kooperatīva un attur tos no vieglprātīgas izturēšanās kooperatīva vadības jautājumos, tad jāatzīst par vēlamu, ka patērētāju kooperatīvam vajadzīgais kapitāls, vai vismaz daļa no tā, iemaksājams vai uzkrājams kooperatīvā apvienotiem biedriem paju veidā⁴³.

⁴³ Pie šās atziņas ir nākuši tagad arī Šveices patērētāju kooperācijas darbinieki. Sakarā ar lielāku streiku Bāzeles patērētāju kooperatīvā Dr. Henry Faucherre, piemēram, raksta sekojošo:

„Jau ir pagājuši vairāki gadu desmiti, kopš Bāzeles patērētāju kooperatīvam (Allgemeiner Consumverein beider Basel) vairs nav paju kapitāla. Lai

Biedriem nepieciešamo patēriņa un lietāšanas priekšmetu apgādāšana par izdevīgākām cenām, šo priekšmetu uzglabāšana un apkopšana un tāpat arī ražošana, ja patērētāju kooperatīvs tādu ir uzsācis, prasa zināmu darba spēku. Šim darba spēkam jābūt kvalificētam, jo no tā lielā mērā atkarājas apgādājamo priekšmetu cenu izdevīgums. Patērētāju kooperatīvam šis darba spēks jāatrod darba tirgū un jāalgo uz tādiem pamatiem un noteikumiem, kas darba tirgū pastāv. Tāpēc arī starp patērētāju kooperatīvu un tā algoto darba spēku pastāv interešu pretrīkības, jo patērētāju kooperatīvs ir ieinteresēts, lai izmaksas darba spēka algošanai būtu pēc iespējas mazākas, bet algotie strādnieki un darbinieki ir ieinteresēti saņemt par savu darbu pēc iespējas lielāku algu. Tāpēc darba konflikti nav izslēgti arī patērētāju kooperatīvā. Patērētāju kooperācijas vēsture dažādās zemēs šo tezi arī tiešām apstiprina⁴⁴.

Ja patērētāju kooperatīva uzdevums ir sagādāt apvienotiem biedriem iespēju izdarīt ietaupījumus, tad patērētāju kooperatīvs ir arī ieinteresēts, lai tā apgādājamo patēriņa un lietāšanas priekšmetu vairums resp. kopvērtība būtu pēc iespējas lielāka. Tas tāpēc, ka ar šo priekšmetu apgādāšanu saistītās izmaksas ir divējādas

kljūtu par biedru, patērētājs iemaksā 3 frankus lielu iestāšanās naudu, kuŗu piešķaita rezerves kapitālam. Mēs principiāli uzskatām paju kapitāla atmešanu vairākos Šveices patērētāju kooperatīvos par kljūdu. Protams, paju kapitāla summai, par kuŗu pat tikai retos gadījumos maksā procentus, nav nekāda liela saimnieciska nozīme. Bet kā saite, kas saista biedru pie kooperatīva, paju kapitāls jāvērtē visai augstu. Biedrs, kam patērētāju kooperatīvā skaitīsies kaut visai maza kapitāla summa paja veidā, divreiz pārdomās, vai ir labi paša uzņēmumu (Betrieb) apdraudēt ar vieglprātīgu boikotu. Ja biedram nav ar kooperatīvu nekādu materiālu saišu, tad viņš briesmu gadījumā daudz drīzāk pametīs kooperatīvu savam liktenim, jo morāliskās saites pašreizējā patērētāju noskaņojumā, šķiet, nav tik stipras, lai kritiskos apstākļos katrā ziņā aizkavētu bēgšanu (Fahrenflucht).“ Skat. Der Streik im Allgemeinen Consumverein (A. C. V.) beider Basel. Von Dr. Henry Faucherre. „Konsumgenossenschaftliche Praxis“ 1930. Nr. 14./15., 254. lpp.

⁴⁴ Ļoti ass streiks vēl 1929. gadā norisinājās, piemēram, lielākā Šveices patērētāju kooperatīvā Allgemeiner Consumverein beider Basel. Skat. Der Streik im Allgemeinen Consumverein (A. C. V.) beider Basel. Von Dr. Henry Faucherre. „Konsumgenossenschaftliche Praxis“ 1930. Nr. 14./15., 251.—255. lpp.

dabas: 1. pastāvīgās izmaksas, kuņu lielums zināmā darbības periodā ir noteikts un nav atkarīgs no šīnī laika periodā apgādāto priekšmetu kopvērtības, un 2. proporcionālās izmaksas, kas pieaug un samazinās līdz ar apgādājamo priekšmetu kopvērtības attiecīgu pieaugšanu resp. samazināšanos. Tāpēc jo lielāka būs patērētāju kooperatīva apgādājamo priekšmetu kopvērtība, jo mazāka klūs tā pastāvīgo izmaksu daļa, kas krīt uz vienu apgādājamā priekšmeta vērtības vienību⁴⁵, un tāpēc jo lielāku būs iespējams kooperatīvam sagādāt ietaupījumu⁴⁶. No tā izriet, ka katrs atsevišķs biedrs ir ieinteresēts, lai visi patērētāju kooperatīvā apvienotie biedri pēc iespējas lielāku daļu no savām vajadzībām apmierinātu ar tādu priekšmetu palīdzību, ko viņiem apgādājis patērētāju kooperatīvs. Vēl vairāk. Katrs apvienotais biedrs ir arī ieinteresēts, lai patērētāju kooperatīvā apvienoto biedru skaits būtu pēc iespējas lielāks. Tāpēc pēdējā laikā daudzās zemēs mazākie patērētāju kooperatīvi fūzijas ceļā saplūst kopā, lai tādā kārtā radītu lielus un spēcīgus patērētāju kooperatīvus, kas varētu uzrādīt savā darbā lielāku saimniecisku efektu, kas izpaustos izdevīgāku cenu veidā par biedriem apgādājamiem priekšmetiem. Rezultātā patērētāju kooperatīvu skaits samazinās, kaut gan tais apvienoto biedru skaits pieaug⁴⁷. Aiz tā paša iemesla patērētāju kooperatīvā apvienotie biedri ir ieinteresēti pievilkt kooperatīvā par biedriem pēc iespējas lielāku

⁴⁵ Sīktirdzniecība ir raksturīga taisni ar to, ka tur pastāvīgās izmaksas ir ļoti lielas, kamdēļ, pavairojoties apgrozījumam, šīs izmaksas, izteicot tās % no apgrozījuma, strauji krīt. Skat. Die Umsatzschwankungen des Einzelhandels als Problem der Betriebspolitik. Von Diplomvolkswirt Heinz Grünbaum. „Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung“. Sonderheft 10. Berlin 1928., 13. lpp.

⁴⁶ Dr. Karl Hildebrand. Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen der genossenschaftlichen Unternehmung. Halberstadt 1927., 158.—170. lpp.

⁴⁷ Tas it sevišķi sakāms par Lielbritāniju. Tur bija:

Gads	Pat. koop. skaits	Tais apvienoto biedru skaits	Caurmērā biedru uz 1 patēr. koop.
1900.	1.439	1.707.011	1.186
1910.	1.421	2.541.734	1.789
1920.	1.379	4.504.852	3.267
1930.	1.210	6.402.966	5.292
1932.	1.171	6.760.432	5.773
1934.	1.135	7.202.721	6.346

Skat. The Co-operative Union, Co-operative Statistics for the Year 1930. Manchester 1931., 522. lpp. un The People's Year Book, 1936., 49. lpp.

personu skaitu, neierobežojot savu biedru skaitu vienīgi tikai ar personām ar vienādiem pasaules uzskatiem, vienādu ticību, vienādu tautību, vienādu politisku pārliecību, vienādu nodarbošanos u. t. t. Tāpēc patērētāju kooperatīvam no vienas puses jābūt atklātai organizācijai, kas uzņem par biedru katru, kas grib tanī iestāties, ciktālu šā jaunā biedra nolūks nav kaitēt patērētāju kooperatīvam. No otras puses patērētāju kooperatīvam jāizvairās no tādu jautājumu diskutēšanas vai citādākas kārtošanas, kas neattiecas tieši uz paša kooperatīva darbību un tā specifiskiem mērķiem, lai nedotu iemeslu patērētāju kooperatīvā apvienotiem biedriem sašķelties un lai visos, kā biedros, tā arī patērētāju kooperatīva rajonā dzīvojošos nebiedros, rastos pārliecība, ka patērētāju kooperatīvam ir tikai tīri saimnieciski, augstāk jau apskatītie specifiskie mērķi.

Protams, ir patērētāju kooperatīvi, piemēram sociālistiskie patērētāju kooperatīvi Beļģijā, kas pieturas pie citādiem uzskatiem⁴⁸. Šie patērētāju kooperatīvi uzskata par savu uzdevumu apkalpot tikai vienu šķiru vai arī uzstāda sev kādus „gala mērķus“, kas pārņemti no kādas politiskas ideoloģijas. Šo organizāciju sasniegumi, kas tādā gadījumā parasti saimnieciskā laukā ir samērā vājāki, nav mērījami ar saimniecisku, bet gan kādu citu mērāuklu, atkarībā no tā, kādas ir tās vērtības, ko šie patērētāju kooperatīvi uzskata par savu mērķi.

Bet varbūt patērētāju kooperatīvam, lai palielinātu apgādājamo priekšmetu vairumu, ir izdevīgāk censties pavairot nevis biedru, bet gan pircēju nebiedru skaitu?

⁴⁸ Beļģijas sociālistiskie patērētāju kooperatīvi uzskata par savu mērķi „proletāriāta atbrīvošanu“. (Skat. Belgien. Von V. Serwy. „Internationales Handwörterbuch des Genossenschaftswesens“. Berlin 1928., 80. lpp.) Šie patērētāju kooperatīvi ir par biedriem strādnieku partijā, maksā tai nodevas, pabalsta partijas presi, vēlēšanas cīņas un streikus. (Skat. Der Aufbau und die Organisation der Genossenschaftsbewegung. II. Belgien. Von Victor Serwy. „Internationale genossenschaftliche Rundschau“ 1929. Nr. 5., 170. lpp.) Lai rastos iespēja maksāt šīs nodevas un pabalstus, biedriem jāpārmaksā attiecīga summa par viņiem apgādātiem patēriņa priekšmetiem. Tāpēc bez šiem pabalstiem un nodevām cenas būtu biedriem izdevīgākas. Skat. arī Umriss einer genossenschaftlichen Ideengeschichte von Dr. Henry Faucherre. Erster Teil. Basel 1925., 89. lpp.

Patērētāju kooperatīva saimnieciskais stiprums lielā mērā mēklējams taisni tanī apstākļī, ka tam iespējams savā saimnieciskā darbā samērā noteikti aplēst apvienoto biedru vajadzību apmierināšanai nepieciešamo priekšmetu daudzumu, vēlamās šķirnes, īpašības u. t. t. Tas lielā mērā izslēdz riska momentu. Turpretim, pārdodot preces „brīvā tirgū“, t. i. kuŗam katram, un pielāgojot šim nolūkam patērētāju kooperatīva apgādājamo priekšmetu sortimentu, riska moments ievērojami pieaug⁴⁹. Tas savkārt rada apgādājamo priekšmetu sadārdzināšanos, līdz ar ko samazinās biedru iespēja taupīt. Riska nesēji patērētāju kooperatīvā arvienu ir un paliek tikai biedri, kuŗiem tad arī tieši vai netieši (piemēram, augstāku cenu veidā) jāsedz visi varbūtējie, ar minēto risku sakarā esošie zaudējumi, arī tie, kas radušies no tirdzniecības ar nebiesiem⁵⁰. Tāpēc patērētāju kooperatīvs ir ieinteresēts pavairot apgādājamo priekšmetu daudzumu un vērtību vienīgi tikai ar jau esošo un jaunpievilktu biedru, bet nevis ar nebiesiem palīdzību.

Patēriņa un lietāšanas priekšmetu apgādāšana arī nebiesiem attaisnojas tikai propagandas, galvenā kārtā jaunu biedru pievilksanas nolūkā, lai dotu iespēju nebiesiem arī praktiski iepazīties ar patērētāju kooperatīva pakalpojumiem, jo tas var paātrināt nebiesu izšķiršanos par iestāšanos patērētāju kooperatīvā. Bet tādā kārtā patērētāju kooperatīvam jāatrod tāda šo priekšmetu apgādāšanas kārtība nebiesiem, lai tā nepavairotu risku un lai šī apgādāšana nekļūtu par sistēmu.

Varētu likties, ka nolūkā pavairot biedru skaitu un apgrozījumu būtu noderīgi padarīt piedalšanos patērētāju kooperatīvā par obligātorisku visiem attiecīgā apvidus resp. rajona iedzīvotājiem. Šāda iedzīvotāju piespiedu apvienošana tīri saimniecisku mērķu

⁴⁹ Kamēr patērētāju kooperatīvs apgādā tikai vienīgi biedrus, tas ar tirgu saistīts tikai no vienas puses — biedriem nepieciešamo priekšmetu iepirkšanā —, kamēr no otras puses — šo iepirkto priekšmetu nodošanā biedriem —, kā to redzēsīm arī nākošā nodaļā, tirgus attiecību nav. Tas tad arī samazina patērētāju kooperatīva risku. Ja patērētāju kooperatīvs pārdod nebiesiem, tad tam rodas tirgus attiecības arī no šās puses, t. i. ar pircējiem-nebiesiem, kas palielina risku. Skat. Die. Rückvergütung der Konsumvereine. Von Dr. Reinhold Henzler. Berlin 1929., 63. lpp.

⁵⁰ Dr. Karl Hildebrand. Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen der genossenschaftlichen Unternehmung. Halberstadt 1927., 172.—182. lpp.

sasniegšanai pārāk ierobežotu atsevišķo individu personīgo dzīvi viņiem piederošo ienākumu izlietāšanas ziņā. Bet šāda kārtība ir pretrunā ar pastāvošā saimniecības iekārtā dominējošiem pamatprincipiem, kas katram nodrošina zināmu rīcības brīvību saimnieciskā laukā. Tāpēc patērētāju kooperatīva ideāltipam, kas domāts esošai saimniecības iekārtai, šī kārtība nav noderīga. Patērētāju kooperatīvā iestāšanās par biedru jāpadara pilnīgi brīvprātīga. Tas pats sakāms arī par izstāšanos, pie kam izstājoties jāgādā par drošības līdzekļiem, lai ar pārāk strauju aiziešanu nebūtu iespējams satricināt pārējo biedru saimniecisko kopdarbību.

Daudzās zemēs patērētāju kooperatīvi neved tirdzniecību ar nebiedriem. Vācijā tas noliegts jau ar kooperatīvo likumu⁵¹. Lielbritānijas patērētāju kooperatīvos pārdevumi nebiedriem nepārsniedz pus procenta no visu apgādāto priekšmetu vērtības⁵², pie kam arī uz nebiedru iepirkumiem aplēš prēmijas, kas tomēr nedrīkst pārsniegt pusi no biedriem izmaksājamām prēmijām⁵³. Šveices patērētāju kooperatīvu statūti noliedz pārdot nebiedriem; izņēmums ir tikai „Probeverkaufe“ jaunu biedru pievilkšanai⁵⁴. Arī Dānijas patērētāju kooperatīvi galvenā kārtā apgādā tikai biedrus⁵⁵.

Ja nu patērētāju kooperatīvam jādarbojas apvienoto biedru interesēs, tad ir neapšaubāmi, ka patērētāju kooperatīva galvenai vadībai un kontrolei jāatrodas pašu apvienoto biedru rokās. Tas pānākams ar to, ka patērētāju kooperatīva augstākais pārvaldes un

⁵¹ Das Genossenschaftsrecht. II. Deutschland. Von Dr. Karl Hermann Maier. „Internationales Genossenschafts-Bulletin“ 1927. Nr. 11., 341. lpp.

⁵² „Internationale genossenschaftliche Rundschau“ 1930. Nr. 6., 204. lpp.

⁵³ General Rules for an Industrial Provident Society. Form 6. Issued by the Co-operative Union Limited Manchester. 39. lpp.

⁵⁴ Elfte Internationale Genossenschaftsschule im Genossenschaftlichen Seminar Freidorf bei Basel vom 4. bis 18. Juli 1931. Vortrag über das schweizerische Genossenschaftswesen von Dr. Henry Faucherre. 10. lpp.

⁵⁵ Die dänische Konsumgenossenschaftsbewegung von A. Axelsen Drejer. „Konsumgenossenschaftliche Praxis“ 1930. Nr. 14./15., 258. lpp. — 1931. gadā tikai 43% no visiem Dānijas patērētāju kooperatīviem pārdeva arī nebiedriem, pie kam nebiedriem pārdoto preču vairumi ir bijuši visai nelieli. Skat. Brugsforeningsstatistik 1931. 4. Beretning fra F. D. B. s. Statistikudvalg. 1932., V. lpp.

kontroles organs ir pilna biedru sapulce, kas ievēl pārējos organus: valdi, pēc vajadzības arī padomi un revīzijas komisiju. Bet nu tūdaļ paceļas jautājums: jā, kā tad būt ar balsstiesībām šinī pilnā biedru sapulcē?

Arī šo jautājumu atrisinot jāiziet no tā priekšnoteikuma, ka vislietderīgākā būs tāda kārtība balsstiesības ziņā, kas garantē patērētāju kooperatīva pilnās sapulcēs tādu pieeju pie jautājumu izlemšanas un nobalsošanas, kas visvairāk un vislabāk sekmētu patērētāju kooperatīva specifiskos mērķus. Tāpēc tūdaļ jau redzam, ka patērētāju kooperatīva sapulcēs atsevišķam biedram piederošo balsu skaits nevar būt atkarīgs no viņa iemaksātās paju summas, kā tas parasts akciju un paju sabiedrībās, jo īpašuma tiesības uz lielāku kapitālu vēl nedod nekādu drošību par to, ka šo tiesību subjekts arī vislabāk izprot patērētāju kooperatīva uzdevumus, pārzina līdzekļus, kā šos uzdevumus vislabāk atrisināt un arī grib šinī virzienā rīkoties. Tas pats mutatis mutandis jāsaka arī par prof. Šarla Žida pēdējā laikā ieteikto kārtību, ka patērētāju kooperatīvā katram biedram piederošo balsu skaits nosakāms samērā ar attiecīgā biedra iepirkumu lielumu patērētāju kooperatīvā⁵⁶. Ideālākais, šķiet, būtu tāds stāvoklis, kuŗu ieteic viens vācu dzejnieks vārdos: „Man soll die Stimmen wägen und nicht zählen.“ Bet to tā var pateikt tikai dzejā — praktikā tas nav realizējams. Tāpēc arī patērētāju kooperatīvam neatliek nekas cits, kā paļauties uz biedru vairākuma saprātu, ievēdot principu, ka katram biedram ir tikai viena bals⁵⁷. Šis princips tad arī ir ieguvis patērētāju kooperatīvos pilnīgas pilsoņu tiesības.

Lai pēc iespējas pasargātu balsu vairākumu, ar kuŗu patērētāju kooperatīva sapulcēs pieņem lēmumus, no jūtu un blakus apstākļu ietekmēm, un lai visi lēmumi būtu labi pārdomāti un apsvērti, patērētāju kooperatīvam nepieciešams

⁵⁶ Zehnte Internationale Genossenschaftsschule in der „Konsular-Akademie“, Wien, vom 16. bis 23. August 1930. Vortrag über die Rochdaler Prinzipien von Prof. Charles Gide. 7. lpp.

⁵⁷ Kooperācijas ideologi visbiežāk šo principu mēdz pamatot ar kādām vērtībām, tā tad atrisina šo problēmu aksioloģiskā plāksnē. Tādā gadījumā ļoti bieži viņi ņem par pamatu ētiskas vērtības, piem. Kanta atzinumu, ka cilvēks ir pašmērķis un nevar būt par līdzekli citu mērķu sasniegšanai. No tā izriet atsevišķu personu vienādvērtība. Skat. piemēram, Проф. М. И. Туганъ-Барановскій. Соціальныя основы кооперации. Москва 1919., 492.—495. lpp.

rūpēties arī par savu biedru izglītību vai, kā Latvijā parasts teikt, biedru kooperatīvo audzināšanu. Jo izglītotāki un sapratīgāki būs patērētāju kooperatīva biedri, jo lietpratīgāki tie arī kārtos un vadīs patērētāju kooperatīva darīšanas, un tādā kārtā patērētāju kooperatīvs uzrādīs lielāku saimniecisku efektu — dos iespēju apvienotiem biedriem izdarīt lielākus ietaupījumus.

Bet demokratisks princips negarantē nekādu lielu drošību, ka patērētāju kooperatīva darbība visos gadījumos būs racionāla. Vispirms jau biedru pilna sapulce nekad nespēj iedzilināties visos vadības jautājumos, kur nu vēl tos lietpratīgi izšķirt. Tāpēc biedru pašvaldība galvenā kārtā izpaužas tikai tīri kreatīvā funkcijā — vadītāju ievēlēšanā. Bet arī šeit slēpjas lielas grūtības, kuŗas ļoti zīmīgi ir formulējis prof. Juliuss Hirsch's⁵⁸:

„Dēmokratisks princips skan: masa ievēl vadoņus. Pēc kāda principa tad vēl masa? Ja tā sajēgtu un gribētu lietišķi spriest, tad tā ievēlētu spējīgākos. Bet šeit taču jāatrod vadoņi tādai darbībai, kuŗas būtība masai sveša; tāpēc jo lielāka loma ir jūtām, un par principu arvien kļūst tas, ka ievēl iemīlotāko. Bet saimniecības dzīvei ir pašai savi likumi, arī attiecībā uz vadoņiem. Tā nepielūdzami un pie tam uz ilgāku laiku atbild ar attiecīgiem rezultātiem; tā izlasa nevis iemīlotākos, bet gan spējīgākos, un pie tam taisni šim uzdevumam.“

No teiktā redzams, ka šis ir tas punkts patērētāju kooperatīva uzbūvē, kur slēpjas tā vājums. Pret šo vājumu ir visai nedaudz līdzekļu. Vienu no tiem jau minēju — tas ir biedru izglītība. Otrs ir tas, ka pilnā biedru sapulcē ievēlētiem patērētāju kooperatīva vadītājiem — kooperatīva valdei — ne pašiem jāuzņemas faktiskā patērētāju kooperatīva darbības vadība, bet gan šim nolūkam jāpieaicina darbā attiecīgi speciālisti, pašiem paturot savās rokās tikai šo speciālistu kontroli un tiesības nospraust vispārīgās darbības vadītājas līnijas⁵⁹.

⁵⁸ Ein Grundproblem des Genossenschaftswesens. Von Prof. Dr. Julius Hirsch. „Genossenschafts-Korrespondenz“ 1925., Nr. 6., 58. lpp.

⁵⁹ Skat. Genossenschaftliche Probleme der Gegenwart. Von Albin Johanson. Bericht über die Verhandlung des zwölften Kongresses des Internationalen Genossenschaftsbundes in Stockholm vom 15. bis 18. August 1927., 191. lpp.

Izdevīgākās — no biedru viedokļa raugoties — cenas, par kurām patērētāju kooperatīvam iespējams apgādāt saviem biedriem patēriņa un lietāšanas priekšmetus, var būt tikai patērētāju kooperatīva pašcenas, t. i. iepirkšanas cenas plūs uz attiecīgiem priekšmetiem krītošās kooperatīva darbības izmaksas. No biedru viedokļa nevar uzskatīt par izdevīgāko tādu cenu, kas zemāka par patērētāju kooperatīva pašcenu vai pat iepirkšanas cenu, jo tādā kārtā patērētāju kooperatīva darbības rezultātā neizbēgami radīsies zaudējumi, kas, ja arī tūdaļ neapdraudēs patērētāju kooperatīva pastāvēšanu, tad vismaz ievērojami apgrūtinās patērētāju kooperatīva darbību un, ja tāda pati cenu politika arvienu turpināsies, pastāvīgi pieaugs. Bet gala rezultātā visi šie zaudējumi tik un tā būs jāsedz pašiem biedriem. Starpība būs tikai tā, ka šie zaudējumi būs lielāki, nekā biedriem būs bijis iespējams ietaupīt uz lētākām cenām, jo katra zaudējumu iekasēšana arvienu ir saistīta ar lielām izmaksām un jauniem zaudējumiem.

Ja nu patērētāju kooperatīvam jāapgādā biedriem patēriņa un lietāšanas priekšmeti par pašcenu, un ja pie tam šī pašcena ir pēc iespējas precīzi aplešama, tad viegli redzēt, ka tādā gadījumā vienas un tās pašas priekšmetu šķirnes, pat šās šķirnes vienas un tās pašas partijas atsevišķiem eksemplāriem jābūt vai katram savādākai pašcenai.

Piemēram, patērētāju kooperatīvs ir nopircis lielāku partiju ziepju franko kooperatīva centrālā noliktava. Tā kā patērētāju kooperatīvam pieder vairākas pārdotavas, no kurām viena — pārdotava A. — atrodas ziepju vedējiem pusceļā, patērētāju kooperatīvs dod rīkojumu nokraut vienu vezumu šinī pārdotavā. Pārējām pārdotavām ziepes jau piegādā paša patērētāju kooperatīva transports, kuŗa uzturēšana prasa zināmas izmaksas. Tādā gadījumā pārdotavā A. ziepju pašcena būs zemāka nekā pārējās pārdotavās. Bet arī visās pārējās pārdotavās neiznāks vienāda pašcena, jo tās taču atrodas dažādā attālumā no centrālās noliktavas, un tāpēc ziepju piegādāšana prasa dažāda lieluma transporta izmaksas. Bez tam katrā atsevišķā pārdotavā būs savādākas tirdzniecības izmaksas (telpu noma, alga darbiniekiem u. t. t.) un tāpat arī savādāks vienā un tanī pašā laika periodā apgādāto priekšmetu daudzums. Tāpēc arī šo izmaksu daļa, kas attieksies uz zināmu priekšmetu vienību, katrā pārdotavā būs savādāka, kas arī ietekmēs ziepju pašcenu. Bet iesim vēl tālāk. Pieņemsim, ka nākošā, t. i. otrā dienā pēc atvešanas izdalīta

biedriem viena kaste ziepju, 3. dienā puskaste, 4. dienā divas kastes u. t. t. Ja otrā dienā izdalītā ziepju kaste būs glabājusies pārdotavā tikai vienu dienu, tad arī no visām izmaksām (telpu īres, pārdotavas tīrībā uzturēšanas izmaksām, procentiem, kas jāmaksā par ziepēs ieguldīto kapitālu u. t. t.) uz šo kasti kritīs izmaksas tikai par vienu dienu. Uz 3. dienā izdalīto puskasti kritīs izmaksas par divām dienām u. t. t. Bet tā kā ne visās dienās gadā pārdotavā glabājas vienāds priekšmetu daudzums, tad iznāk, ka uz vienu un to pašu priekšmetu krit divās dažādās dienās ne vienāda augstuma izmaksas, jo sezonas sākumā, kad krājumi lieli, attiecīgā izmaksu daļa par vienu dienu uz vienu un to pašu priekšmetu eksemplāru būs ievērojamāki mazāka nekā sezonas beigās, kad krājums pārdotavā samērā mazs u. t. t.

Ar vienu vārdu sakot, šādu precīzu, atsevišķo apgādājamo priekšmetu īsto pašcenu ja arī būtu iespējams praktikā aplēst, tad vismaz šāda aplēšana prasītu tik lielu darbu un tā tad tādas izmaksas, kas droši vien apēstu visus tos ietaupījumus, ko spētu sagādāt patērētāju kooperatīvs. Bet šāda kalkulācija nav arī patērētāju kooperatīvā apvienoto biedru interesēs. Tas tāpēc, ka vienas un tās pašas priekšmetu šķirnes atsevišķo eksemplāru pašcenas dažādība būtu pilnīgi nejauša, t. i. atkarīga ne no patērētāja, kas iegūst vienu vai otru eksemplāru savā īpašumā, ne arī no tirgus cenas uz šiem priekšmetiem, bet gan no veselas rindas citu blakusapstākļu, kuŗus visus atsevišķam patērētājam nav iespējams iepriekš ne paredzēt, ne arī aplēst. Ar citiem vārdiem sakot, patērētāju kooperatīva apgādāto priekšmetu atsevišķo eksemplāru pašcenām būtu pilnīgi gadījuma raksturs. Ievedot patērētāju kooperatīvā šādu kārtību, kas balstās uz gadījumu rotaļu, patērētāju kooperatīva apgādes darbs pārvērstos par laimes spēli. Bet nopietna saimnieciska darbība — arī katram atsevišķam patērētājam viņa mājturības robežās — uz ilgāku laiku ir iespējama tikai tad, ja pēc iespējas tālāk izdodas izslēgt katru nejaušību šinī darbā.

Tāpēc arī, lai padarītu no patērētāju kooperatīva darbības iegūtos „labumus“ (Nutzen) stabilākus un neatkarīgākus no gadījuma, katra patērētāju kooperatīvā apvienotā biedra interesēs ir raudzīt arī šeit pēc iespējas tālāk izslēgt atsevišķu nejaušību ietekmi. Šādas izslēgšanas iespēja parasti pamatojas uz izdevīgo un neizdevīgo gadījumu savstarpīgo izlīdzināšanos, savstarpīgo kompensāciju. Ar citiem vārdiem, to panāk apdrošināšanas ceļā, saprotot šinī gadī-

jumā ar apdrošināšanu individuālo risku sadalīšanu uz zināmu kolektīvu, atsevišķo nelabvēlīgo gadījumu izlīdzināšanu, sadalot tos uz visiem iespējamiem gadījumiem. Kā to lai praktiski izdara patērētāju kooperatīvs?

Pieņemsim, ka ietaupījumi, kas konstatēti, salīdzinot patērētāju kooperatīva precīzi aplēstu pašcenu ar parasto tirgus cenu, par katru saņemto tā vai cita priekšmeta eksemplāru resp. „pirkumu“ biedriem ir $a_1, a_2, a_3, a_4, \dots, a_{n-1}, a_n$, pie kam šie ietaupījumi var būt kā pozitīvi (ja patērētāju kooperatīva precīzi aplēstā pašcena zemāka par parasto tirgus cenu), tā negatīvi (ja tas ir otrādi) lielumi. Tādā gadījumā visu ietaupījumu kopsomma būs $a_1 + a_2 + a_3 + \dots + a_{n-1} + a_n = \Sigma a$. Patērētāju kooperatīvam tikai tad būs pozitīvs saimniecisks efekts, ja šī summa Σa būs pozitīvs lielums. Ja turpretim šī summa būs negatīvs lielums, tad patērētāju kooperatīva pastāvēšanai nebūs nekāda saimnieciska attaisnojuma.

Ja nu gribētu šos dažādos ietaupījumu lielumus izlīdzināt, tad būtu jāiekārto patērētāju kooperatīvs tā, lai visiem biedriem būtu vienāda augstuma ietaupījumi uz patērētāju kooperatīvā saņemtiem priekšmetiem. Tāds būs aritmētiskais vidējais resp. $\frac{\Sigma a}{n}$. Tādā gadījumā patērētāju kooperatīvs nevien sagādātu saviem biedriem iespēju izdarīt ietaupījumus, bet arī nodrošinātu visiem biedriem iespēju izdarīt vienāda augstuma ietaupījumu. Šādu vienāda augstuma ietaupījuma nodrošināšanu angļu valodā mēdz apzīmēt ar vārdu “pooling”.

Tā tad patērētāju kooperatīvam piekrīt arī šāda vienāda augstuma ietaupījumu nodrošināšanas funkcija. Praktiski to iespējams reālizēt, aplešot vienas un tās pašas priekšmetu šķirnes atsevišķiem eksemplāriem vienādu, caurmēra pašcenu, neatkarīgi no tā, kādā pārdotavā un cik ilgi tie uzglabājušies, kāda gadījumu un nejaušību spēle ir bijusi jāpiedzīvo patērētāju kooperatīvam šos priekšmetus iepērkot, uzglabājot, izdalot u. t. t. Tādā gadījumā katra biedra ietaupījums līdzinās tirgus cenai minus patērētāju kooperatīva aplēstā caurmēra pašcena.

Bet caurmēra pašcenas aplešanai ir nepieciešams zināt divus lielumus: 1) visas patērētāju kooperatīva izmaksas attiecīgā darbības periodā un 2) biedriem apgādājamo priekšmetu daudzumu resp. vērtību, uz kuŗu izmaksas sadalāmas attiecīgā darbības periodā. Abus šos lielumus kaut cik precīzi ir iespējams uzzināt tikai

attiecīgā darbības perioda beigās. Tādā kārtā iznāk, ka patērētāju kooperatīvam iespējams nolēsties ar saviem biedriem par viņiem apgādātiem priekšmetiem tikai katra atsevišķa darbības perioda (gada, pusgada vai cita kāda) beigās.

Šādaī kārtībai ir lielas neērtības, kas padara to tikpat kā praktiski nelietājamu. Pirmkārt, patērētāju kooperatīvam tekoši nepieciešami līdzekļi kā jaunu priekšmetu iepirkšanai, tā arī izmaksu segšanai. Tāpēc, lai varētu gaidīt uz nolēšanos līdz attiecīgā darbības perioda beigām, ir nepieciešami lieli kapitāli, par kuriem, kā to redzējām augstāk, patērētāju kooperatīvam jāmaksā parastais kredita tirgus procents. Tas paaugstina patērētāju kooperatīva izmaksas, un reizē ar to pieaug pašcena un samazinās biedru iespēja izdarīt ietaupījumus. Otrkārt, biedriem nepieciešams zināt cenu jau priekšmeta saņemšanas momentā, jo tikai zinot šo cenu, biedram iespējams izšķirties, vai viņš vispār to vai citu priekšmetu var pirkt, t. i. vai viņa budžets to viņam atļauj. Treškārt, šī kārtība paredz plašu patēriņa kreditu, ar kura ļaunajām īpašībām iepazīsimies tālāk.

Bet šīs neērtības ir iespējams novērst, ja patērētāju kooperatīvs, nododot biedriem to vai citu priekšmetu, aplēš par to nevis galīgu, definītvu, bet gan tikai pagaidu, provīzorisksu pašcenu, pie kam šī pašcena kalkulēta, pieskaitot iepirkšanas cenai tik lielu caurmēra uzcenojumu, lai patērētāju kooperatīvam arī nelabvēlīgos apstākļos no šiem uzcenojumiem uzkrātos tik liela brutto ienesa, ka ar to ir iespējams droši segt visas varbūtējās izmaksas. Pēc šās provīzorisksās cenas tad iespējams izdarīt ar biedriem provīzorisksu nolēšanos skaidrā naudā katreiz nododot kādu priekšmetu biedra īpašumā. Ja pie tam šīs provīzorisksās cenas nav augstākas par attiecīgo priekšmetu tirgus mazuma cenām, tad biedriem, pastāvot šai kārtībai, nerodas nekādas neērtības, jo citā vietā par šo priekšmetu būtu jāmaksā vismaz tā pati cena. Attiecīgā darbības perioda beigās, kad visas izmaksas segtas no brutto ienesas, patērētāju kooperatīvam paliek zināms atlikums, ko patērētāju kooperatīvi parasti sauc par tīro atlikumu, un kas, acīm redzot, radies tāpēc, ka patērētāju kooperatīva apgādāto priekšmetu definītvās caurmēra pašcenas ir bijušas zemākas par provīzorisksām biedriem aplēstām pašcenām, ar citiem vārdiem sakot, tāpēc, ka biedri par viņiem nodotiem priekšmetiem ir pārmaksājuši. Izdarot gada beigās ar biedriem galīgo nolēšanos, šīs pārmaksas iespējams biedriem atmaksāt, s a

dalot tīro atlikumu proporcionāli biedru iepirkumiem. Šīs atmaksas patērētāju kooperatīvos parasti sauc par iepirkumu prēmijām (vāciski pareizāk — Rückvergütung). Šādā nolēšanās kārtībā tad arī noskaidrojas katra atsevišķā priekšmeta definitīvā caurmēra cena. Tā līdzinās priekšmeta provīzorisksai cenai minus prēmijas par iepirkumiem. Ja patērētāju kooperatīvs prēmijas par iepirkumiem neizmaksā, tad provīzorisksā pašcena pārvēršas par definitīvo caurmēra pašcenu. Ja provīzorisksā pašcenas līdzinās attiecīgo priekšmetu tirgus cenai, tad prēmijas par iepirkumiem ir īstenībā uzkrāts biedru ietaupījums, kuŗu tiem sagādājis patērētāju kooperatīvs.

No sacītā izriet, ka visos tais gadījumos, kur vienam vai otram priekšmetam kaut kādu apstākļu dēļ apzināti un uz ilgāku laiku ir aplēsta tāda cena, ka uzcenojums tikko sedz attiecīgās izmaksas, tad šādiem priekšmetiem prēmijas par iepirkumiem nav maksājamas. Tāpēc arī dažās zemēs, kur tabaka un tās izstrādājumi ir valsts monopols un šie priekšmeti pārdodami tikai par stingri noteiktām cenām, kuŗās iekalkulēts tikai neliels uzcenojums izmaksu segšanai, patērētāju kooperatīvi par šiem priekšmetiem nemaksā iepirkumu prēmijas.

Tagad nu vēl būtu jāapskata jautājums: kādi apstākļi nosaka tās provīzorisksās cenas augstumu, kuŗu patērētāju kooperatīvs aplēš biedriem nododot atsevišķos priekšmetus? Tā kā šo provīzorisksā cenu augstums negroza patērētāju kooperatīva būtību, jo galīgā aplēsē darbības perioda beigās ar iepirkumu prēmiju palīdzību tik un tā šī provīzorisksā aplēstā cena tiks pazemināta līdz zemākam līmenim, par kuŗu patērētāju kooperatīvam dotos apstākļos bija iespējams apgādāt apvienotiem biedriem nepieciešamos patēriņa un lietāšanas priekšmetus, — tad varētu likties, ka šim jautājumam nav sevišķas nozīmes. Tomēr tā tas nav. Te jāņem vērā šādi praktiskas dabas apstākļi.

Zemākas provīzorisksās cenas noteikšana nekā parasts vietējā tirgū neapšaubāmi rada asu konkurenci no to uzņēmumu puses, kas tirgojas ar patērētāju kooperatīvam līdzīgu preču sortimentu. Kamēr patērētāju kooperatīvs vēl vājš, šī konkurence, it sevišķi ja tai ieinteresētās puses „upurē” ievērojamākus materiālus līdzekļus, var apdraudēt tā dzīvību. Tamdēļ arī Ročdeles godīgo pionieru biedrība pieturējās pie tāda principa, ka par atsevišķiem biedru pirkumiem aplēstā pašcena, kas līdzinās vidējā m tirgus

c e n ā m. Šim principam ir arī vēl tāda praktiska nozīme, ka to ievērojot attiecīgā darbības perioda beigās tas ietaupījums, ko sagādā patērētāju kooperatīvs (cik tālu pats kooperatīvs neietekmē tirgus cenas), uzkrājas tīrā atlikuma veidā un tādā kārtā tīri „taustāmi“ rāda patērētāju kooperatīva saimniecisko efektu. Šis uzkrātais ietaupījums atvieglo patērētāju kooperatīvam kapitālu uzkrāšanu, kas nepieciešams darbības paplašināšanai un arī rezervēm. Vismaz šo līdzekļu uzkrāšanas veidu atsevišķie biedri nesaņū tik sūpīgi, kā zināmas summas vienreizēju izņemšanu no sava budžeta.

Rodas pavisam citi apstākļi, līdz kādas zemes tirdzniecībā patērētāju kooperatīvi iegūst cik necik noteicēju lomū. Te vairs nav iespējams ievērot „vidējo tirgus cenu“, jo pēdējā pati tad veidojas atkarībā no tās cenas, ko noteic un apleš patērētāju kooperatīvs. Noteicot iespējami augstas cenas, patērētāju kooperatīvs gan dotu iespēju apvienotiem biedriem uzkrāt darbības perioda beigās samērā lielus ietaupījumus, bet šādai „cenu politikai“ būtu arī savas ļaunās puses: 1) uzkrātā ietaupījuma lielums šinī gadījumā var ievērojami svārstīties, atkarībā no tā, cik lielā mērā ar patērētāju kooperatīviem konkurējošiem tirdzniecības uzņēmumiem dažādos laikmetos un apstākļos izdotos no savas puses ietekmēt konkurences nolūkos tirgus cenas uz leju. Bet patērētāju kooperatīva uzkrātā ietaupījuma svēršanās uz leju, kas nozīmē iepirkumu prēmiju samazināšanos, atstāj psiholoģiski sliktu ietekmi uz biedriem, ja tie pieraduši patērētāju kooperatīva saimniecisko efektu vērtēt pēc šo prēmiju augstuma, un 2) šādu „cenu politiku“ samērā smagi saņū tie biedri, kuŗu ienākumi ir samērā mazi un kuŗi savos saimnieciskos aplēsumos spiesti ņemt vērā katru santimu, kas diendienā jāpārmaksā par vienu vai otru priekšmetu, kaut gan pēc gada vai gada ceturkšņa šos pārmaksātos santimus būtu iespējams saņemt atpakaļ. Tāpēc šinī gadījumā patērētāju kooperatīvam nākas apmierināties ar tādu provīzorisķu cenu, kas attiecīgā darbības perioda beigās solītu mērenu, pēc iespējas relatīvi stabilu ietaupījumu uzkrājumu resp. mērenu un pēc iespējas stabilu iepirkumu prēmiju augstumu.

Protams, var būt vēl arī vesela rinda citu, no atsevišķu tautu rakstura un citiem vietējiem apstākļiem atkarīgu momentu, kas var būt svarīgi provīzorisķo cenu augstumu noteicot un kas tādā kārtā ietekmē arī biedru iepirkumu prēmiju augstumu. Tāpēc arī šinī ziņā dažādās zemēs valda diezgan liela dažādība. Piemēram, Lielbritānijā 1930. gadā visparastākās prēmijas par iepirkumiem ir bijušas

Skotijā 12,5—15,0%⁶⁰, bet pārējās šās zemes daļās 3,75—7,5% no iepirkuma summas⁶⁰, Vācijā parastās prēmijas par biedru iepirkumiem esot 3—6%⁶¹, Šveicē pēdējā laikā 5—7%⁶², Dānijā ap 7%⁶³, Zviedrijā, kā to redzēsīm vēlāk, ap 3% un Somijā 1—2%⁶⁴, bet Sociālistiskā padomju Krievijā, kā to apliecina pazīstamais Lielbritānijas kooperātors Sidney's Webb's, kas ir apmeklējis šo zemi, prēmijas par iepirkumiem nemaz netiekot maksātas, bet visu tiro atlikumu izlietājot kultūrāliem un sociāliem mērķiem⁶⁵.

Beidzot nepieciešams apstāties vēl pie viena jautājuma.

Visus cilvēkus iespējams sadalīt divās lielās grupās. Viena daļa no viņiem nevien ietur izdevumus savu ienākumu robežās, bet pat daļu no ienākumiem uzkrāj neparedzētu vajadzību apmierināšanai nākotnē. Otra daļa — pie tam šī daļa sastādās neatkarīgi no atsevišķo personu ienākumu lieluma — turpretim savu vajadzību apmierināšanai izlietā daudz vairāk, nekā to atļauj ienākumi. Ja šīm personām nav zināmu rezervju, zināmu krājumu no agrākiem laikiem, tad tās nereti patērē nevien jau saņemtos, bet arī nākotnes ienākumus, t. i. arī tādus ienākumus, kas vēl nav reāli, bet tikai ar lielāku vai mazāku varbūtību paredzami nākotnē. Šādu saimniekošanas veidu padara iespējamu patēriņa kredīts.

Nemot sacīto vērā, rodas jautājums: kā izturēties patērētāju kooperatīvam pret šo patēriņa kreditu?

Jau no visa agrāk pārrunātā redzams, ka patēriņa kredīts, kas dažos izņēmuma gadījumos var izrādīties arī par visai svētīgu lietu, nav savienojams ar patērētāju kooperatīva mērķi. Tas netuvina šim

⁶⁰ H. J. Twigg, C. H. D., *The Economic Advance of British Co-operation 1913—1931*. Manchester, 1931., 40. lpp.

⁶¹ Heinrich Kaufmann, *Grundsätze der konsumgenossenschaftlichen Praxis*. Hamburg, 1927., 24. lpp.

⁶² Elfte Internationale Genossenschaftsschule im Genossenschaftlichen Seminar Freidorf bei Basel, vom 4. bis 18. Juli 1931. Vortrag über das schweizerische Genossenschaftswesen, von Dr. Henry Faucherre, 9. lpp.

⁶³ Anders Hedberg, *Dansk bondekooperation*. Andra upplagan. Stockholm, 1929., 50. lpp.

⁶⁴ Thorsten Odhe, *Kooperationen i Finland*. Stockholm, 1929., 108. un 152. lpp.

⁶⁵ *The People's Year Book 1933.*, 258. lpp.

mērķim ne patērētāju kooperatīvu, kas uzņēmies šāda kredita sagādāšanas izmaksas, ne arī tos biedrus, kas šo patērēja kreditu lietā. Un tiešām, sistematiski un ilgstoši ar patērēja kredita palīdzību tā saimniekojot, ka izdevumi pastāvīgi pārsniedz ienākumus, atsevišķas personas notērē savus nākotnes ienākumus arvien tālāk un tālāk uz priekšu. Cik tālu tas katrai atsevišķai personai iespējams, tas atkarājas no kredita devēju uzticības katrā atsevišķā gadījumā. Patērēja kredīts raksturīgs ar to, ka nevien pats šis kredīts, bet arī procenti par to jāatmaksā no nākotnes ienākumiem. Tāpēc tām personām, kas ilgstoši lietā patērēja kreditu sava budžeta līdzsvarošanai, nekad nebūs iespējams ar saviem ienākumiem apmierināt savas vajadzības tik pilnīgi, kā personām ar tikpat lieliem ienākumiem, kas visus vajadzīgos patērēja priekšmetus iegādā tikai par skaidru naudu⁶⁶. Vēl vairāk. Kad paredzami ienākumi ir notērēti tādos apmēros, ka kredita devēji tālāko kreditu vairs neuzticas, tad attiecīgā persona ir spiesta beidzot savus izdevumus ieturēt faktisko ienākumu robežās, no kuŗiem tagad patērēja nolūkam paliek pāri tikai daļa, jo daļa no ienākumiem jāizlietā patērētā kredita deldēšanai un procentiem par to.

Patērētāju kooperatīvs, kas sācis izsniegt patērēja kreditu, vairs nav spējīgs sagādāt agrākos ietaupījumus tiem biedriem, kas patērēja kreditu nelietā. Tas tāpēc, ka patērēja kredīts saistīts ar lielāku risku. Patērēja kredīts prasa arī lielākus līdzekļus, kuŗu sagādāšana, kā to redzējam augstāk, patērētāju kooperatīvam ir saistīta ar zināmām izmaksām — procentiem. Tas prasa arī vairāk darba spēka, it sevišķi izsniegto kreditu atpakaļ iekasējot. Visi šie apstākļi pavairo patērētāju kooperatīva izmaksas, sadārdzina apgādājamus priekšmetus un tādā kārtā samazina to saimniecisko efektu, kuŗu biedriem pamats gaidīt no sava patērētāju kooperatīva⁶⁷.

⁶⁶ В. А. Косинский. Учреждения для мелкого кредита въ Германіи. Москва, 1901. CCXCIV. un CCXCV. lpp.

⁶⁷ Skat. Die Prinzipien des Rochdaler Genossenschaftswesens und die modernen Systeme der Warenabgabe auf Kredit. Von Vollrath Klepzig. Bericht über die Verhandlungen des dreizehnten Kongresses des Internationalen Genossenschaftsbundes in Wien vom 25. bis 28. August 1930., 251.—277. lpp.

Skat. arī autora rakstus: „Kurp ved dzīvošana uz parāda?“ un „Parāds nav brālis“ 1931. gada „Kopdarbības“ 38. un 39. numurā.

Tādā kārtā redzam, ka patēriņa kredita — un par tādu tikai var būt runa tīrā patērētāju kooperatīvā — apgādāšana nav patērētāju kooperatīvam piemērots uzdevums.

Ja nu tagad aplūkojam šinī nodaļā apskatītās patērētāju kooperatīva raksturīgās īpatnības, tad redzam, ka arniecīgiem izņēmumiem tās sakrīt ar tā sauktajiem Ročdeles principiem, t. i. principiem, ko patērētāju kooperatīvi pārņēmuši no Ročdeles godīgo pionieru biedrības. Tas norāda, ka šie principi ir pārņemti un tik plaši lietāti ne tāpēc, ka tos lietāja Ročdeles godīgie pionieri, bet gan tāpēc, ka tie tik laimīgi formulēti, ka pat nemaz nav iespējams racionāli konstruēt patērētāju kooperatīva ideāltipu, neatgriežoties pie šiem principiem.

Šinī ziņā saprotami kļūst netaisni prof. Šarla Žida vārdi, kurus tas ir teicis Mančestras starptautiskā kooperācijas kongresā⁶⁸.

„Ročdeles pionieru vēsturē ir apbrīnošanas cienīgs tas prāts, ar ko šie flanela audēji ir izveidojuši savu patērētāju kooperatīvu. Daudzas un dažādas tautas, kas līdz šim piebiedrojušās kooperācijas kustībai, ir mēģinājušas ienest šinī kustībā pašas savu garu un lietāt pašas savas metodes, bet piedzīvojumi rādīja, ka tad, kad šīs tautas gribēja sasniegt vislabākos rezultātus, viņas bija spiestas akceptēt tās metodes, kas pazīstamas ar nosaukumu „Ročdeles plāns“. Ja tās neievēro, tad draud briesmas. Un tā nu beidzot visas zemes ir atzinušas, ka labākais, ko tās var darīt, ir nomesties pie pionieru kājām, kā skolēni nometas pie sava skolotāja kājām.“

Bet mēs jau augstāk reiz atzīmējām, ka ne visi no tiem principiem, kurus savā laikā Ročdeles godīgie pionieri uzskatīja par svarīgiem, ieguva sev pilsoņu tiesības vēlākos patērētāju kooperatīvos. Kamdēļ gan tā? Acīm redzot tie nav visi bijuši atbilstoši patērētāju kooperatīva būtībai un mērķiem. Ņemsim kādu no tiem Ročdeles godīgo pionieru principiem, kas nav ieguvis pilsoņa tiesības, piemēram, principu, par kuru savā laikā paši pionieri un it sevišķi Holyoake's ļoti sīvi cīnījās, ka „ražošanā iegūtais tīrais atlikums sadalāms starp ražošanas dalībniekiem samērā ar viņu

⁶⁸ Citēti pēc grāmatas „Die Rückvergütung im System der genossenschaftlichen Organisation“ von Dr. Henry Faucherre. Basel 1916., 63. lpp.

algām⁶⁹. No šā principa, ka arī darbam jādabū daļa no tīrā atlikuma, zināmas atliekas vēl tagad atrodamas Lielbritānijas patērētāju kooperatīvu statūtos⁷⁰. Ieskatoties šinī principā tuvāk, viegli redzēt, ka šāda kārtība patērētāju kooperatīvā samazina biedru ietaupījumus, kamdēļ tā attaisnojama tikai tik tālu, par cik pats kooperatīvs iegūst zināmus „pretlabumus“ apzinīgāk izpildīta darba vai citā kādā veidā. Tāpēc arī saprotams, kamdēļ šis princips nav ieguvis vispārēju piekrišanu patērētāju kooperatīvos. Lielbritānijas patērētāju kooperatīvu saviem darbiniekiem no tīrā atlikuma izmaksātā papildu atlīdzība resp. boni sastāda visai nelielu summu⁷¹. Agrāk bonus saviem darbiniekiem maksāja arī Skotijas lieltirdzniecības savienība, bet sākot ar 1915. gadu šis izmaksas pārtrauktas, pie kam par motīvu šādam lēmumam ir bijis tāds uzskats, ka savienības darbinieki, ja tiem maksā algu pēc arodbiedrību tarifa, saņem labu un taisnīgu atalgojumu par savu darbu, un ka tie saimnieciskie „labumi“, kurus sagādā patērētāju kooperatīvās organizācijas, pienākas patērētājiem pazeminātu cenu vai iepirkumu prēmiju veidā⁷².

Tādā kārtā redzam, ka šis princips, kā neizrietošs no patērētāju kooperatīva būtības, pamazām izzūd no patērētāju kooperatīvo organizāciju praktikas.

Kopsavilkumā varētu teikt, ka patērētāju kooperatīva ideāltipa raksturīgās pazīmes ir šādas:

I. M ē r ķ i s — apgādāt saviem biedriem nepieciešamos labas kvalitātes patēriņa un lietāšanas priekšmetus par iespējami izdevīgākām cenām.

⁶⁹ Holyoakes Geschichte der Rochdales Pioniere. Deutsch von Robert Schlösser. 1928., Köln, 267, 6., 181., 213. un 199.—208. lpp.

⁷⁰ Skat. General Rules for an Industrial and Provident Society. Form 6. Issued by the Co-operative Union Limited, Manchester. 39. un 40. lpp.

⁷¹ 1930. gadā, piemēram, algotiem darbiniekiem Lielbritānijas patērētāju kooperatīvi ir izmaksājuši bonu veidā no tīra atlikuma tikai 133.229 mārc. sterl., kamēr viss tīrais atlikums, atskaitot no tā procentus par pajiem, šinī gadā Lielbritānijas patērētāju kooperatīvos ir bijis 22.114.640 mārc. sterl. — Skat. The Co-operative Union Limited, Co-operative Statistics for the Year 1930. Manchester, 1931., 540. un 541. lpp.

⁷² Wholesale, Co-operation in Scotland by James A. Flanagan. Glasgow, 1920., 266. lpp.

II. Uzbūves un darbības principi. 1. Patērētāju kooperatīvam nepieciešams kapitāls, kuŗu tas sagādā vai nu vienā no sekojošiem veidiem, vai arī kombinējot kopā dažus no šiem veidiem, vai, beidzot, lietājot visus šos veidus kopā: A) izdarot aizņēmumus uz ilgāku vai īsāku laiku no biedriem vai ārpus kooperatīva stāvošām personām vai uzņēmumiem; B) no biedriem savāktiem līdzekļiem, kas var būt: a) biedru paji un b) nedalāmi kapitāli. Vismaz daļa no patērētāju kooperatīvam nepieciešamā kapitāla jāuzkrāj biedru paju veidā, pie kam par biedru pajiem maksājami procenti, bet ne augstāki par parasto kredīta tirgus procentu normu.

2. Patērētāju kooperatīvam nepieciešams darba spēks, kas jāmeklē darba tirgū un jāalgo uz tādiem pašiem pamatiem, kādi darba tirgū pastāv.

3. Patērētāju kooperatīvā apvienotie biedri ir ieinteresēti pievilkt kooperatīvā par biedriem pēc iespējas lielāku personu skaitu, neierobežojot savu biedru skaitu vienīgi tikai ar personām ar vienādiem pasaules uzskatiem, vienādu ticību, vienādu tautību, vienādu politisku pārliecību, vienādu nodarbošanos u. t. t. Patērētāju kooperatīvs ieinteresēts paplašināt savu darbību vienīgi uz biedru un nevis uz nebiedru kontu. Patēriņa un lietāšanas priekšmetu apgādāšana nebiedriem notiek vienīgi tikai jaunu biedru pievilksanas nolūkos. Kā iestāšanās patērētāju kooperatīvā par biedru, tā arī izstāšanās no tā notiek pilnīgi brīvprātīgi.

4. Patērētāju kooperatīva pārvalde atrodas pašu biedru rokās, pie kam katram biedram ir tikai viena balss. Kooperatīvs rūpējas par biedru izglītību un audzināšanu.

5. Tiro atlikumu patērētāju kooperatīvs sadala starp biedriem samērā ar pēdējo iepirkumiem kooperatīvā. Kamēr patērētāju kooperatīvs mazs un vājš, tas pieturas, apgādājot savus biedrus, pie vidējām tirgus cenām. Kad patērētāju kooperatīvs kļūst spēcīgāks, tas ved savu pilnīgi patstāvīgu cenu politiku apvienoto patērētāju interesēs.

6. Patērētāju kooperatīvs neapgādā biedriem patēriņa kredītu.

2. Patērētāju kooperatīva tautsaimnieciskā būtība.

Tagad, kad ar ideāltipikas palīdzību noskaidrotas patērētāju kooperatīva raksturīgākās īpatnības, raudzīsim vēl atrisināt jautājumu: kāda tad ir patērētāju kooperatīva tautsaimnieciskā būtība, t. i. kas par saimniecisku veidojumu īsti ir patērētāju kooperatīvs teorētiskās tautsaimniecības izpratnē. Šā jautājuma atrisināšanas gaitā, runājot par patērētāju kooperatīvu, viss teiktais zīmēsies īstenībā uz patērētāju kooperatīva ideāltipu, kas raksturots iepriekšējā nodaļā.

No tautsaimniecības teōrijas zinām, ka ir tikai divas saimniecisku veidojumu pamatformas, no kuŗām sastādās visa saimniekotāja sabiedrība, — uzņēmums un mājturība. „Mājturībās piedalās visi saimniekotājas sabiedrības locekļi bez kādiem izņēmumiem, bet uzņēmumos tikai ražošanā nodarbinātie sabiedrības locekļi”⁷³.

Pie kuŗas no šām divām pamatformām tad pieder patērētāju kooperatīvs? Literātūrā patērētāju kooperatīvu visbiežāk uzskata par uzņēmumu. Raudzīsim pārbaudīt, cik šāds uzskats ir pareizs.

Uzņēmums raksturīgs ar to, ka to organizē uzņēmējs (viens vai vairāki) ar nolūku gūt no tā sev vairāk vai mazāk pastāvīgu ienākumu. Pēdējo uzņēmējs iegūst, apgrozot kapitālu, t. i. uzņēmējs iegādā mašīnas, izejvielas un citus ražošanas līdzekļus, ar kuŗu palīdzību ražo (pats vai algoti strādnieki) preces — saimnieciskus labumus, kas nolemti nevis uzņēmēja paša vajadzību apmierināšanai, bet gan pārdošanai tirgū. Naudas summa, kas saņemta par pārdotām precēm, atskaitot no tās ražošanas procesā nolietātā kapitāla atjaunošanai nepieciešamo daļu, sastāda to fondu, no kuŗa gūst sev ienākumus vai nu vienīgi tikai uzņēmējs (tādā gadījumā uzņēmums ir darba saimniecība), vai bez viņa arī ražošanas procesā nodarbinātie strādnieki (tādā gadījumā uzņēmums ir kapitāla uzņēmums)⁷⁴.

Iepriekšējā nodaļā redzējām, ka biedri organizē patērētāju kooperatīvu, lai iegūtu zināmu ietaupījumu patēriņa un lietāšanas priekšmetu apgādāšanā. Šis ietaupījums var parādīties divējādā veidā:

⁷³ В. А. Косинский. Учреждения для мелкого кредита въ Германіи. Москва, 1901. CLVII. lpp.

⁷⁴ В. А. Косинский. Учреждения для мелкого кредита въ Германіи. Москва, 1901. CXLV.—CLIII. lpp. — Tāpat arī minētā autora darbā „Polītiskās ekonomijas pamati“, kas atrodas vēl manuskriptā.

1) kā vienkāršs ietaupījums katrā priekšmetu saņemšanas reizē patērētāju kooperatīvā, ja saņemto priekšmetu provīzorisksā cena (ņemot, protams, vērā arī attiecīgo priekšmetu kvalitāti) ir zemāka par parasto tirgus cenu šiem priekšmetiem, un 2) kā uzkrāts ietaupījums zināma darbības perioda beigās prēmiju veidā par iepirkumiem, ja noskaidrojies, ka notecējušā darbības perioda laikā patērētāju kooperatīva aplēstās provīzorisksās cenas ir bijušas augstākas par patērētāju kooperatīva definītvām caurmēra pašcenām un nav bijušas augstākas par parastajām tirgus cenām⁷⁵.

Vai šie patērētāju kooperatīva sagādātie ietaupījumi nav identificējami ar ienākumu no uzņēmuma?

Tautsaimniecības teorija pazīst sekojošus ienākuma veidus:

1 ienākumi no īpašuma (zemes rente un procenti par kapitālu);

2. darba alga (заработная плата);

3. ienākumi no uzņēmuma: uzņēmēja peļņa kapitāla uzņēmumā un darba ienākums (трудоувой доход) privātā nekapitāla jeb darba uzņēmumā⁷⁶.

Viegli redzēt, ka ar patērētāju kooperatīva palīdzību iegūtais ietaupījums nav ienākums no uzņēmuma. Vismaz tas jau droši sa-

⁷⁵ Ja provīzorisksā cena ir augstāka par parastajām tirgus cenām, tad tikai daļa no prēmiju veidā par iepirkumiem saņemtās, t. i. patērētāju kooperatīvā uzkrātās summas būs radusies patērētāju kooperatīva sagādātā ietaupījuma ceļā, un proti tā daļa, kas varēja uzkrāties no starpības starp parasto tirgus cenu un patērētāju kooperatīva definītvu caurmēra cenu. Pārējo daļu būs uzkrājuši biedri no saviem ienākumiem, pārmaksājot, salīdzinot ar tirgus cenu, par priekšmetiem, ko apgādājis patērētāju kooperatīvs, un tādā kārtā izlietājot patēriņa priekšmetu apgādāšanu ar patērētāju kooperatīva palīdzību kā oriģinālu krāšanas līdzekli. Šāda parādība novērojama Skotijas patērētāju kooperatīvos, kur patērētāju kooperatīva provīzorisksās cenas ir augstākas par tirgus cenām, bet toties darbības perioda beigās biedri saņem lielas prēmijas par iepirkumiem. Uzsākt šādu krāšanas veidu dažas Skotijas pilsētas esot pamudinājis, starp citu, tas apstākļi, ka tur esot paraža īri par dzīvokļiem maksāt ik pa gada ceturkšņiem. Patērētāju kooperatīvi, kas Lielbritānijā noslēdz savu darbību un sadala tīro atlikumu arī četras reizes gadā, dodot iespēju nemanot uzkrāt dzīvokļa īrei nepieciešamās summas un bez tam vēl zināmu pārpalikumu dažu ārkārtēju izdevumu segšanai. Skat. Die Konsumvereinsbewegung in Großbritannien. Von Theodor O. Cassau. München und Leipzig 1915., 109. un 110. lpp.

⁷⁶ Skat. Prof. Dr. V. Kosinska darbu „Politiskās ekonomijas pamati“.

kāms par pirmo no diviem apskatītajiem ietaupījuma veidiem, kurus biedri iegūst katrā apgādāto priekšmetu saņemšanas reizē. Ienākums no uzņēmuma taču rodas pārdodot preci, kamēr patērētāju kooperatīva biedru ietaupījums ir radies nevis atsavinot, bet gan iegūstot (kā mēdz teikt — pērkot) un pie tam nevis preci, bet gan patēriņam resp. lietāšanai nepieciešamus priekšmetus savu vajadzību apmierināšanai⁷⁷.

Bet nu vēl atliek otrs augstāk minēto ietaupījumu veids. Mēs zinām, ka patērētāju kooperatīvs, noslēdzot zināmu darbības periodu, savā pārskatā uzrāda zināmu atlikumu, kuŗu grāmatvedības nozīmē arī nereti mēdz apzīmēt par peļņu. Varbūt šis atlikums nav nekāds ietaupījums, bet ir ienākums no uzņēmuma tautsaimniecības teorijas izpratnē?

Ja uz šo jautājumu atbildētu ar jā, tad jau tūdaļ ir skaidrs, ka šis atlikums nekādā gadījumā nebūtu privāta nekapitāla uzņēmuma jeb darba uzņēmuma ienākums, jo darba uzņēmums ir raksturīgs ar to, ka tanī nav algota darba spēka (tā ir šāda veida uzņēmuma būtiska pazīme), bet patērētāju kooperatīvs lietā algotu darba spēku. Tāpēc atliek tikai tāda iespēja, ka tādā gadījumā patērētāju kooperatīva atlikums būtu kapitāla uzņēmuma ienākums, tā tad uzņēmēju peļņa. Raudzīsim pārbaudīt, cik šāds slēdziens pareizs.

Patērētāju kooperatīvs, kā mēs pēc pieredzes zinām, savu tīro atlikumu sadala sekojošā veidā:

1. Daļu pieskaita rezerves vai kādam citam nedalāmam kapitālam, kas kļūst par biedru kopīpašumu. Šim kopīpašumam ir tāds raksturs, ka atsevišķiem biedriem nav tiesības uz kādu, pat ideālu, daļu no tā.

2. Daļu izmaksā biedriem kā procentus par viņu iemaksātiem pajiem.

3. Pārējo daļu, kas parasti ir vislielākā, sadala starp biedriem samērā ar viņu izdarītiem iepirkumiem kooperatīvā notecējušā darbības periodā. Šīs summas, kā to augstāk redzējām, sauc par iepirkumu prēmijām.

Ka pēdējā daļa pēc būtības ir uzkrāts biedru ietaupījums, to redzējām jau iepriekšējā nodaļā⁷⁸. Ka šis uzkrātais ietaupījums nav

⁷⁷ Skat. arī Проф. М. И. Туганъ-Барановскій. Соціальныя основы кооперации, Москва, 1919. — 39.—44. lpp.

⁷⁸ Sal. Die Rückvergütung im System der genossenschaftlichen Organisationen. Von Dr. Henry Faucherre. Basel 1916., 4. un 5. lpp.

uzņēmuma peļņa, par to varam pārliecināties šādā ceļā. Kapitāla uzņēmums bez peļņas mērķa, kā to augstāk redzējām, nav nemaz domājams. Bet patērētāju kooperatīvs savu nozīmi nebūt nezaudētu, ja biedriem par apgādātajiem priekšmetiem aplēstu tādu provizorisko cenu, kas būtu tik tuva definītvai caurmēra pašcenai, ka nekāda ietaupījumu uzkrāšanās nenotiktu un biedriem nemaz netiktu izmaksātas prēmijas par iepirkumiem⁷⁹, jo biedri iegūtu to pašu ietaupījumu izdevīgāku cenu veidā: definītvā caurmēra pašcena taču paliktu tā pati. Tā tad peļņa kā mērķis ir kapitāla uzņēmumam būtiska, neatņemama pazīme, kamēr ietaupījums uzkrātā veidā (konkrēti — prēmijas par iepirkumiem) ir gan patērētāju kooperatīvam raksturīga, bet nav būtiska pazīme.

Tāpēc, iepirkumu prēmiju dēļ patērētāju kooperatīvs nav un nevar būt kapitāla uzņēmums.

Zviedru zinātnieks doc. C. Hellström's šādi motivē tezi, ka patērētāju kooperatīvā prēmijas par iepirkumiem nav uzņēmuma peļņa: „Katrs ražošanas līdzdalībnieks iegūst zināmu daļu no gatavā produkta par kaut ko. Strādnieks saņem algu par savu darbu, kapitālists par savu kapitālu, zemes īpašnieks par savu zemi un uzņēmējs, protams, par savu uzņēmēja darbību. Bet kamdēļ daži saņem no kooperatīva prēmijas par saviem iepirkumiem tanī? Nu protams, viņi saņem prēmijas tāpēc, ka viņi ir pirkuši, un pie tam šīs prēmijas viņi saņem samērā ar saviem iepirkumiem. Ja kāda persona piedalās patērētāju kooperatīva dibināšanā un vēlāk darbojas tanī līdz, viņa tomēr nesaņem nekādas prēmijas, ja nav izdarījusi kooperatīvā iepirkumus. Lai arī kā mēs definētu uzņēmēju, mēs tomēr nekad nevarēsim saukt kādu par uzņēmēju tāpēc, ka tas iepērk dažas preces savas mājturības patēriņam. Persona, kas nav par biedru kooperatīvā, tādā gadījumā arī kļūtu par uzņēmēju, ja tā ieietu patērētāju kooperatīva pārdotavā un iepirktos

⁷⁹ Tāda kārtība nav sveša arī praktiskā dzīvē. Piemēram, lai nāktu pretim saviem bezdarbnieka biedriem, kam svarīgs katrs penss un kas nevar gaidīt trīs mēnešus, kad būs iespējams saņemt atpakaļ uzkrāto ietaupījumu, daudzi Lielbritānijas patērētāju kooperatīvi pēdējā laikā sākuši atskaitīt parasto prēmiju normu jau tūdaļ, nododot katreiz apgādāto priekšmetu šādiem biedriem, tādā kārtā aplešot jau tūdaļ definītvā caurmēra pašcenu. Protams, darbības perioda beigās šie biedri tad vairs prēmijas par iepirkumiem nesaņem. Skat. Non-Dividend Trade. By F. Pickup. „The Co-operative Review“ 1932., Vol. VI. Nr. 32., 63.—67. lpp.

tanī, jo arī šis iepirkums dod minētai personai tiesības uz prēmiju⁸⁰.

Tās teōrijas, saskaņā ar kuŗām prēmijas par iepirkumiem ir tirdzniecības peļņa vai uzņēmēja peļņa, noved pie dīvainām konsekvencēm⁸¹.

Zīmējoties uz otro no minētajām tīrā atlikuma sadalījuma daļām, kuŗu patērētāju kooperatīvs izmaksā kā procentus par biedru iemaksātiem pajiem, jāsaprot, ka šī daļa ir vienīgais elements, kuŗu, kā no pirmā acu uzmetiena liekas, būtu iespējams identificēt ar uzņēmuma peļņu. Bet, labi pārdomājot, atkal ir jāatzīst, ka šie procenti par biedru pajiem nav patērētāju kooperatīva dibināšanas un darbības mērķis (bet peļņa ir uzņēmuma mērķis) un vispār nav patērētāju kooperatīva būtiska pazīme. Un tiešām, jau iepriekšējā nodaļā redzējām, ka nevien tikai ir domājama patērētāju kooperatīvu pastāvēšana, paturot savus mērķus un nezaudējot savu nozīmību, arī tad, ja procentus par pajiem pavisam nemaksā, bet arī praktiskā dzīvē daudzās zemēs (Vācijā, Beļģijā, Austrijā, Šveicē u. c.) ir patērētāju kooperatīvi, kas sekmīgi darbojas un dod iespēju izdarīt ietaupījumus biedriem arī bez procentu maksāšanas par pajiem. Vēl vairāk. Ir pat patērētāju kooperatīvi, kur paju pavisam nav. Bet ja nu procenti par pajiem nav patērētāju kooperatīva būtiska pazīme, tad arī šo procentu dēļ patērētāju kooperatīvs nebūt vēl neklūst par kapitāla uzņēmumu. Un tiešām, kā to redzējām arī iepriekšējā nodaļā, procenti par pajiem ir tikai līdzeklis, kuŗa uzdevums zināmos apstākļos, pievelkot patērētāju kooperatīvā kapitālu, ir tikai sekmēt patērētāju kooperatīva mērķa sasniegšanu, tāpat kā līdzeklis ir arī tā darba alga, ko patērētāju kooperatīvs maksā saviem darbiniekiem un strādniekiem. Kā darbiniekiem un strādniekiem algu maksā pēc darba tirgus normām, tā arī pajiem procentus maksā pēc kredīta tirgus normām.

Beidzot vēl jāpiezīmē, ka daži tautsaimnieki par uzņēmēja peļņu uzskata to daļu, kas paliek pāri, ja no brutto ienesas atskaita visas izmaksas, ieskaitot pēdējās arī procentus uzņēmumā ieguldītam ka-

⁸⁰ Nosacījumus par nebiedru iepirkumiem Zviedrijas patērētāju kooperatīvos skat. tālākās nodaļās.

⁸¹ Återbåringen. Av docent C. Hellström „Kooperatören“ 1927. Nr. 7.—8., 105. lpp.

pitālam⁸². Pieturoties pie šā uzskata, protams, arī procenti par biedru pājiem nav uzņēmēja peļņa.

Zīmējoties uz pirmo no minētām tīrā atlikuma daļām, kuŗu kooperatīvs pieskaita rezerves un citiem nedalāmiem kapitāliem, jā-saka, ka arī to nevar uzskatīt par biedru ienākumu — kas tad tas par ienākumu, kas radies no pašu biedru pārmaksām? Bez tam arī šie nedalāmie kapitāli nebūt nav patērētāju kooperatīva darbības mērķis. Rezerves vispār, lai tās būtu atklātas, kā šinī gadījumā, vai apslēptas, vai arī vēl kādā citā veidā, nav ne uzņēmuma, ne arī mājturības mērķis, bet arvienu tikai līdzeklis citu mērķu sasniegšanai. Uzņēmumā — ienākumu nodrošināšanai un līdzsvarošanai, bet mājturībā — patēriņa priekšmetu krājuma radīšanai un ietaupījuma vairošanai.

No visa teiktā redzams, ka patērētāju kooperatīvam tiešām nav cita mērķa, kā vienīgi tikai sagādāt saviem biedriem iespēju izdarīt ietaupījumus, apgādājot viņu vajadzību apmierināšanai nepieciešamos priekšmetus. Bet šie ietaupījumi nav ienākums tautsaimniecības teōrijas izpratnē⁸³. Tādā kārtā iznāk, ka patērētāju kooperatīvam trūkst taisni tā, kas ir esenciāls katram uzņēmumam, bez kā uzņēmums nav domājams. Ja nu tā, tad arī tālāk jāsecina: patērētāju kooperatīvs nav uzņēmums tautsaimniecības teōrijas izpratnē⁸⁴.

Ja šis slēdziens pareizs, tad atliek pāri tikai viena iespējamība, un proti tā, ka patērētāju kooperatīvs pieder pie otrās saimniecisko veidojumu pamatformas — mājturības. Raudzīsim īsumā pārliecināties, vai šinī slēdzienā nav kādu pretrunu.

⁸² Återbåringen. Av docent C. Hellström. „Kooperatören“ 1927. Nr. 7.—8., 97.—111. lpp. — Sal. arī Prof. Charles Gide, Gewinn. „Internationales Handwörterbuch des Genossenschaftswesens“, herausgegeben von Prof. V. Totomianz. Berlin, 1928., 375.—379. lpp. Skat. arī visai interesanto priv.-doc. K. Bērziņa darbu šinī jautājumā „Kapitāla augļi kā ražošanas izmaksa“. 1933. Tauts. un ties. zin. fak. rakstu serija, II. sējums.

⁸³ To pašu atzinumu skat. arī J. Conrad. Grundriß der politischen Ökonomie. II. Teil. Volkswirtschaftspolitik. Jena 1923. g., 327. lpp.

⁸⁴ Sal. arī: Die Rückvergütung der Konsumvereine. Von Dr. Reinhold Henzler. Berlin 1929., 61.—69. lpp. — To pašu ir pasvītējis arī prof. V. Kossinskis savās kooperācijas teōrijas lekcijās Latvijas universitātē. Tādam uzskatam pieslienās arī prof. R. Liefmann's. Skat. viņa „Die Unternehmungsformen“. Stuttgart 1928., 164. un 165. lpp.

Mājturības būtība pēc prof. Dr. V. Kosinska raksturojuma ir apmēram šāda. Mājturība ir viena persona vai vairāku personu apvienība, kas ved patēriņa saimniecību. Pēdējās mērķis — pēc iespējas pilnīgāk un vispusīgāk apmierināt mājturībā ietilpstošo personu vajadzības ar mājturības rīcībā atrodošos patēriņa fondu — patēriņa priekšmetu kopīgu krājumu. Ja mājturība sastāv tikai no vienas personas, tad šis patēriņa priekšmetu krājums pieder tai vienai pašai. Patēriņa fonds papildinās divējādā ceļā: 1) ar dažāda veida ienākumu palīdzību (zemes renti, procentiem par kapitālu, darba algu, ienākumu no uzņēmuma: uzņēmēja peļņu vai darba ienākumu); šie ienākumi visbiežāk nonāk mājturībā naudas veidā, pret kuŗu tad mājturība maiņas ceļā iegūst visus savu locekļu vajadzību apmierināšanai nepieciešamos priekšmetus, un 2) ražojot šos priekšmetus, kas nepieciešami atsevišķu mājturības locekļu vajadzību apmierināšanai, pašā mājturībā, nereti algojot pat šim nolūkam nepieciešamo darba spēku⁸⁵.

Salīdzinot šo īso mājturības raksturojumu ar augstāk minēto patērētāju kooperatīva mērķi, tūdaļ redzam, ka ar mājturību patērētāju kooperatīvam daudz vairāk kopīga nekā ar uzņēmumu. Un proti, patērētāju kooperatīvs veic daļu no mājturības uzdevumiem — patēriņam nepieciešamo priekšmetu apgādes funkciju, neizslēdzot pat šo priekšmetu ražošanu, kamēr pati patērēšana resp. vajadzību apmierināšana notiek atsevišķās mājturībās. Tā tad uzdevumu satura ziņā varētu teikt, ka patērētāju kooperatīva uzdevumi ir šaurāki par atsevišķās mājturības uzdevumiem. No otras puses jāņem vērā arī tas apstāklis, ka patērētāju kooperatīvs apkalpo nevis vienu, bet vairākas mājturības, un šinī, tā teikt, apjoma ziņā, patērētāju kooperatīva uzdevumi ir plašāki par vienas atsevišķas mājturības uzdevumiem. Tādā kārtā patērētāju kooperatīvs pēc savas tautsaimnieciskas būtības nav nekas cits, kā atsevišķu mājturību apvienība, lai kopīgi veiktu dažus atsevišķo mājturību uzdevumus, kā to pareizi ir aizrādījis arī prof. V. Kosinskis savās kooperācijas teorijas lekcijās Latvijas universitātē un tāpat arī Zviedrijas kooperators Anders Örne⁸⁶,

⁸⁵ Skat. Проф. В. А. Косинский. Основания политической экономии. Томъ II. Теорія цѣнности и цѣны. Прага, 1928. — 27. lpp. — Skat. arī tā paša autora darbu „Politiskās ekonomijas pamati“.

⁸⁶ Anders Örne. Det stora hushållet. „Hem och hushåll“, Stockholm 1923., 21.—32. lpp.

arī prof. Šarls Žids. Pēdējais, piesliedamies šinī ziņā franču tautsaimniekam Leroy-Beaulieu, starp citu saka⁸⁷:

„Jā, patērētāju kooperatīvs tiešām nav nekas cits kā paplašināta mājturība“ ... „Patērētāju kooperatīvs, — kas ražo pats sev nepieciešamos pārtikas priekšmetus, kam ir sava maize, savi gaļas produkti, savi ievārijumi, savas maiznīcas, dažkārt pat savas veļas mazgātavas, kas pats izgatavo savus apavus un savus apģērbus, pats ceļ savus namus, kas visās lietās ir labs saimnieks, saprātīgi vadot savu mājturību, ražo tikai savu vajadzību robežās un tādā kārtā izvairās no pārprodukcijas krīzēm — tas ir tiešām saimniecība, kas tuvojas patriarchālai dzimtai, Dienvidslavijas zadrugai, Romas villai ar tās vergiem...“

„Bet pagātnes veidojuma atdzimšana vēl nav regresa pierādījums, sevišķi tad, ja šis senais saimniekošanas veids atdzimst brīnišķā un plašā kooperatīvās mājturības veidojumā, kas nereti aptver 50.000 un pat pāri par 100.000 ģimeņu! Gadījumi, kas nozīmē „atpakaļ pie pagātnes“, ir visai pazīstamas parādības nevien saimniecības dzīvē, bet gan visās dzīves nozarēs, un starp citu ir taču zināms, ka šie cikli ir iecelti socioloģisku likumu godā. Kādi gan politiski, reliģiski, juridiski, militāri iestādījumi — nerunājot jau nemaz par literatūras un mākslas darinājumiem — mums nebūtu jāatmet kā regresīvi, ja tiem piemērotu to pašu kritēriju, ko Leroy-Beaulieu piemēro kooperācijai!“

Ir taisnība, ka juridiski, t. i. tīri formāli ņemot, patērētāju kooperatīvs ir personu apvienība, bet, tautsaimnieciski pieejot, redzam, ka katra no šīm patērētāju kooperatīvā apvienotām personām reprezentē mājturību, jo bez šā priekšnoteikuma nav nekādu saimniecisku motīvu, kamdēļ lai atsevišķa persona iestātos patērētāju kooperatīvā par biedru, un patērētāju kooperatīvam kā mājturību apvienībai arī nav nekāda „labuma“ no tāda biedra, kas nereprezentē mājturību un tā tad arī patērētāju kooperatīvā nemaz neiepērkas. Tāpēc kļūst saprotams, kamdēļ dažās zemēs, kā piemēram Šveicē⁸⁸, par biedru patērētāju kooperatīvos uzņem no kat-

⁸⁷ Warum die Nationalökonomien den Kooperatismus nicht mögen. Von Prof. Charles Gide. „Genossenschafts-Korrespondenz“ 1925., Nr. 4., 102. lpp.

⁸⁸ Elfte Internationale Genossenschaftsschule im Genossenschaftlichen Seminar Freidorf bei Basel, vom 4. bis 18. Juli 1931. Vortrag über das schweizerische Genossenschaftswesen von Dr. Henry Faucherre.

ras ģimenes ne vairāk par vienu personu, un kamdēļ citās zemēs, kā piemēram Vācijā, patērētāju kooperātīvi savā laikā izslēdza tādas biedrus, kas kooperatīvā pārtraukuši iepirkties, saucot tos par „Papiersoldaten”⁸⁹.

Tālākais secinājums no tā, ka patērētāju kooperatīvs nav uzņēmums, bet ir mājturību apvienība, ir tas, ka starp apvienotām mājturībām no vienas puses un viņu apvienību — patērētāju kooperatīvu no otras puses nepastāv tirgus attiecības. Pēdējās raksturīgas ar to, ka notiek zināma cīņa starp pircējiem un pārdevējiem, kurā pircēji cenšas pēc iespējas lētāk nopirkt, bet pārdevēji pēc iespējas dārgāk pārdot un kuņas rezultātā rodas tirgus cena⁹⁰. Starp patērētāju kooperatīvu un tanī apvienotām mājturībām turpretim nav un nevar būt nekādu cīņu, jo patērētāju kooperatīvam ar tanī apvienotām mājturībām nav pretējs, kā to redzējam starp pircēju un pārdevēju, bet gan ir viena virziena mērķis: apvienoto mājturību ietaupījums, apgādājot tām pēc iespējas izdevīgāk patēriņu un lietāšanas priekšmetus. Tam apstāklim, ka atsevišķas mājturības ar patērētāju kooperatīvu nolešas naudā, šeit nebūt nav izšķirējas nozīmes. Tādā pašā kārtā, t. i. ar naudas palīdzību, patērētāju kooperatīvs nolešas, piemēram, arī pats ar savām fabrikām, kur tādas patērētāju kooperatīvam pieder, bet nevienam tāpēc nenāks prātā apgalvot, ka patērētāju kooperatīvs pats ar savu fabriku, kuņas visus ražojumus tas pats noņem, arī atrodas tirgus attiecībās. Tāpat to apstākli, ka apvienotām mājturībām ar patērētāju kooperatīvu nav tirgus attiecības, pastiprina arī tas, ka daudzos patērētāju kooperatīvos — to starpā arī lielākā Šveices patērētāju kooperatīvā Allg. Consumverein beider Basel⁹¹ — biedri algas vai cita sava ienākuma saņemšanas dienā daļu no šā sava

⁸⁹ No savienībā Zentralverband deutscher Consumvereine m. b. H. apvienotiem patērētāju kooperatīviem 1927. gadā, piemēram, tādā kārtā ir izslēgti 507.446 biedri („Internationales Genossenschafts-Bulletin“. London, 1928., 4. burtnīca, 154. lpp.), bet no viena paša Hamburgas patērētāju kooperatīva „Produktion“ minētajā gadā ir šādā kārtā izslēgti 22.236 biedri („Die „Produktion“ im Jahre 1927“, 7. lpp.).

⁹⁰ Проф. В. А. Косинский. Лекции по теории политической экономии, читанные на Русскомъ юридическомъ факультетѣ въ Прагѣ. Прага, 1923. г. — 93. un 94. lpp.

⁹¹ Skat. Führer durch den Allgemeinen Consumverein beider Basel, 36. lpp.

ienākuma tūdaļ nodod savam patērētāju kooperatīvam, saņemot par to naudai līdzīgas polletes resp. maiņas markas (Bāzelē tās sauc „Konsumgeld“), ar kuŗu palīdzību tad biedri tālāk nolēšas ar patērētāju kooperatīvu, „maksājot“ attiecīgas preces saņemot kooperatīva pārdotavā. Bāzeles patērētāju kooperatīvs ir izlaidis šādu „naudu“ iekšējās nolēšanās vajadzībām par apm. 300.000 līdz 400.000 Šveices frankiem.

Bet ja patērētāju kooperatīvs nav uzņēmums un tā attiecības ar apvienotām mājturībām nav tirgus attiecības, tad ir arī nepareizi uz patērētāju kooperatīviem attiecināt veselu rindu tirdzniecībā zīmējoties uz uzņēmumiem pieņemtu nosaukumu un terminu, kas var radīt pārpratumu, piemēram, „tirgotava“ vai „pārdotava“, „preču krājums“ u. t. t. „Tirgotava“ patērētāju kooperatīvā īstenībā ir pārtikas un lietāšanas priekšmetu izdalīšanas vieta un „preču krājums“ — apvienoto mājturību patēriņa un lietāšanas priekšmetu kopīgs krājums, līdzīgi tam kā katrā atsevišķā mājturībā ir sava klēts un pagrabs ar krājumiem, kas sagatavoti nereti veselam gadam un dažreiz pat vēl ilgākam laikam, piemēram, konservi, ievārijumi, vīns, Somijā arī sausā maize u. t. t. Tāpēc vācu kooperācijas literatūrā jau lietā jaunus, daudz precīzākus apzīmējumus šiem jēdzieniem. Tur vārdi „Gewinn“, „Dividende“, „Kunde“, „Verkaufsstelle“ u. t. t. aizstāti ar apzīmējumiem „Überschuß“, „Rückvergütung“, „Mitglied“, „Abgabe- oder Verteilungsstelle“ u. t. t.

Ja šinī darbā minēto un citu līdzīgu apzīmējumu precizitātes ziņā daudzās vietās trūkst attiecīgās konsekvences, tad tas ir ne tāpēc, ka šā darba autors neredzētu izšķirību starp jēdzieniem, ko reprezentē šie apzīmējumi, bet gan vienīgi tāpēc, ka latviešu valodā vēl trūkst daudzu attiecīgu apzīmējumu, bet šā darba autors nedomā sevi par tik kompetentu filoloģijas jautājumos, lai pilnīgi patstāvīgi ievestu šos jaunus apzīmējumus.

Kopsavilkumā varētu teikt, ka patērētāju kooperatīvs pēc savas tautsaimnieciskās būtības nav uzņēmums (Unternehmung), bet ir mājturību apvienība.

3. Patērētāju kooperatīvu savienības.

Iepriekšējās nodaļās redzējām, ka patērētāju kooperācija kā saimniecisku veidojumu komplekss sastāv nevien tikai no patērētāju kooperatīviem, bet arī no šo kooperatīvu savienībām. Raugoties pēc uzdevumiem, šīs savienības domājamas divējādas:

1) tādas, kuŗu uzdevums ir daļa no atsevišķo, tanī apvienoto patērētāju kooperatīvu uzdevumiem;

2) tādas, kuŗu uzdevums ir nostiprināt atsevišķos patērētāju kooperatīvus, kas tanīs apvienoti, un palīdzēt tiem veikt savus uzdevumus.

Tā kā patērētāju kooperatīvu uzdevumi ir tīri saimnieciskas dabas, tad arī pirmajām no tikko minētām savienībām būs saimnieciski uzdevumi, un tās būs saimnieciskas apvienības. Konkrēti šis uzdevums ir — apgādāt apvienotiem patērētāju kooperatīviem v a i r u m ā tos patēriņa un lietāšanas priekšmetus, ko šie kooperatīvi izdala apvienotām mājturībām. Šos priekšmetus patērētāju kooperatīvu saimnieciskās savienības vai nu iepērk — tādā gadījumā pēc iespējas tieši no ražotājiem —, vai pašas uzsāk priekšmetu ražošanu. Aiz šā iemesla tad patērētāju kooperatīvu saimnieciskās savienības nereti sauc arī par lieltirdzniecības savienībām.

Ja nu patērētāju kooperatīvu saimniecisko savienību uzdevums īstenībā ir tikai daļa no atsevišķo tanīs apvienoto patērētāju kooperatīvu uzdevumiem, tad arī līdzekļi, kas nepieciešami šo uzdevumu veikšanai, būs tādi paši, kādus lietā atsevišķie patērētāju kooperatīvi. Starpība var būt ne kvalitatīva, bet kvantitatīva, ne pēc satura, bet pēc apjoma. Aiz tā paša iemesla analogiska būs arī patērētāju kooperatīvu savienības organizatoriskā uzbūve. Tāpēc arī patērētāju kooperatīvu savienība pēc savas tautsaimnieciskās būtības nebūs uzņēmums, bet gan mājturību apvienību apvienība. Sakarā ar to patērētāju kooperatīva raksturīgās īpatnības mutatis mutandis attiecināmas arī uz šo kooperatīvu saimnieciskām savienībām.

Iespējams, ka atsevišķās patērētāju kooperatīvu saimnieciskās savienības apvienojas vēl tālāk, trešās pakāpes saimnieciskās savienībās, piemēram atsevišķu zemju saimnieciskās savienības — vienā starptautiskā saimnieciskā savienībā. Kā tādas savienības piemēru varētu minēt Skandināvijas valšķu lieltirdzniecības savie-

nību — Nordisk Andelsforbund —, ar kuŗu drusku tuvāk būs izdevība iepazīties nākamajās nodaļās.

Otrās no šās nodaļas sākumā minētajām savienībām mēdz saukt par idejiskām vai revīzijas savienībām. To uzdevumi tīri organizātoriskas dabas — sekmēt atsevišķu kooperātīvu darbību, dodot tiem praktiskus padomus un aizrādījumus, galvenā kārtā uz iepriekš izdarītu revīziju pamata, sagatavojot patērētāju kooperātīviem nepieciešamos darbiniekus, sagādājot biedru izglītības un kooperātīvās audzināšanas līdzekļus u. t. t. Lai šos uzdevumus pēc iespējas labāk veiktu, šīm savienībām, acīm redzot, jāpiegriež nopietna vērība arī kooperācijas zinātniskai pētīšanai, jo, nepārzinot tās būtību, īpatnības un attīstības likumus, nav arī iespējams spert kādus radikālākus soļus šo saimniecisko veidojumu darbības uzlabošanas un nostiprināšanas laukā.

Iespējamas arī tādas savienības, kas dibinātas abiem šiem uzdevumiem — saimnieciskiem un idejiskiem. Šādas patērētāju kooperātīvu savienības ir, piemēram, Zviedrijā, Šveicē, arī Latvijā. Turpretim saimnieciskās savienības nodibinātas blakus idejiskām savienībām Lielbritānijā, Vācijā, Francijā, Beļģijā un arī Somijā.

Patērētāju kooperātīvu savienības iespējamas tāpēc, ka starp atsevišķiem patērētāju kooperātīviem var gan pastāvēt zināma sacensība (piemēram, lai uzrādītu lielāku saimniecisku efektu, sagādājot apvienotiem biedriem lielāku ietaupījumu), bet nav konkurences tanī nozīmē, kāda tā pastāv starp atsevišķiem uzņēmumiem. Tas tāpēc, ka atsevišķie uzņēmumi, lai izdevīgāk un vairāk pārdotu savas preces, cīnās savā starpā par tirgu, cenšoties atņemt viens otram pircējus. Turpretim atsevišķie patērētāju kooperātīvi, kuŗu darbības rajoni krustojas, ir ieinteresēti, ja tie pareizi izprot savus uzdevumus, nevis savā starpā cīnīties par apvienotiem biedriem, bet gan, kā to redzējām augstāk, fūzijas ceļā saplūst (latviski saka arī — savienoties) vienā, lielākā organizācijā, kas spēj dot apvienotām mājturībām lielāku saimniecisku efektu.

Kad atsevišķie kooperātīvi ir apvienojušies savā lieltirdzniecības savienībā, tad tie pat ir ieinteresēti, lai katrs no tiem augtu stipruma un darbības plašuma ziņā — reizē ar to pieaugs arī savienības apgādājamo priekšmetu daudzums, bet no šā apstākļa, kā to redzējām attiecībā uz atsevišķiem kooperātīviem, ir atkarīgs šo apgādājamo priekšmetu cenu izdevīgums.

III. PATĒRĒTĀJU KOOPERĀCIJAS NOZĪME SAIMNIECĪBAS DZĪVĒ.

1. Patērētāju kooperācija cenšas racionālizēt tautsaimniecisko aparātu.

Visu tautsaimniecību, t. i. visu saimniekotājas sabiedrības darbību, kuŗu pētī tautsaimniecības teōrija, ir iespējams iedalīt divos lielos posmos:

1. Ārējā dabā atrodošos priekšmetu pārveidošana par saimnieciskiem labumiem (vāciski — Gut), t. i. šo priekšmetu pielāgošana cilvēku vajadzību apmierināšanai. Šo darbību pašreizējā saimniecības iekārtā veic galvenām kārtām uzņēmumi, un tā izpaužas ražošanas un maiņas procesos. Šī darbība nav sveša arī atsevišķām mājturībām, bet tikai ražošanas procesa veidā.

2. Cilvēku vajadzību apmierināšana ar saimniecisku labumu palīdzību. Šo darbību veic tikai mājturības. Tā izpaužas patērēšanas procesā šā vārda plašākā nozīmē⁹².

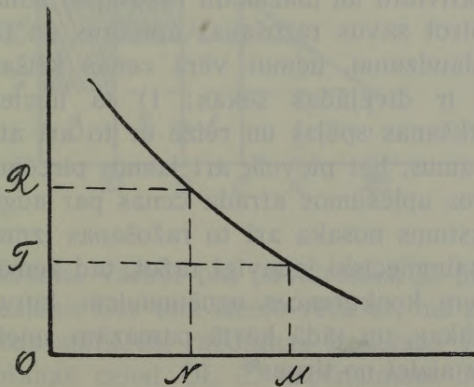
No šiem saimniekotājas sabiedrības darbības posmiem redzams, ka gala punkts, kuŗā tendē noslēgties katra saimnieciska darbība, ir cilvēku vajadzību apmierināšana resp. patērēšana. Ražošana bez prezumētas patērēšanas zaudē jēgu un nozīmi. Tāpēc skaidrs, ka katra ražošana pieskaņojama patērēšanai, t. i. mājturību darbībai, kuŗas mērķis — apmierināt mājturībās ietilpstošu personu vajadzības. Šī ražošanas pieskaņošana un pielāgošana patērēšanai notiek ar tirgus cenu palīdzību. Bet tirgus cena rodas to vērtējumu rezultātā, kas norit atsevišķās mājturībās kā šo pēdējo darbības rezultāts, sadalot patēriņa fondā ieplūstošos ienākumus (parasti naudas veidā) atsevišķās daļās, lai par tām iegādātu saimnieciskus labumus mājturībā ietilpstošo personu atsevišķu vajadzību apmierināšanai. Tādā kārtā saimniecības dzīves rēgulētāji pamati izriet taisni no atsevišķām mājturībām, no šo pēdējo darbības patērēšanas, t. i. vajadzību apmierināšanas sfairā⁹³.

Tirgus cenu augstumu patēriņa priekšmetiem noteic zināma saensība pircēju resp. mājturību vidū. Ja vienu vai otru priekšmetu tirgū visai maz, bet to mājturību, kas vēlētos šos priekšmetus iegūt,

⁹² Проф. В. А. Косинский. Основания политической экономии. Томъ II. Теорія цѣнности и цѣны. Прага, 1928. — 147. лрр.

⁹³ Проф. В. А. Косинский. Основания политической экономии. Томъ II. Теорія цѣнности и цѣны. Прага, 1928. — 26. ип 154. лрр.

visai daudz, tad cena parasti ceļas. Tās mājturības, kas ir ar mieru labāk par šiem priekšmetiem maksāt augstāku cenu nekā palikt bez šiem priekšmetiem, pārsola pārējās mājturības, kas sava budžeta vai citu apstākļu dēļ ir ar mieru labāk iztikt ar mazāku daudzumu vai pilnīgi atturēties no šo priekšmetu pirkšanas, t. i. labāk atteikties no attiecīgo vajadzību apmierināšanas vai tās samazināt, vai arī raudzīt apmierināt šo vajadzību ar kādu citu priekšmetu (piemēram sviesta vietā lietāt margarīnu), nekā maksāt par šo priekšmetu augstāku cenu. Tādā kārtā tad cena aug, un līdz ar to arvien vairāk rodas tādu mājturību, kas atsakās no tirgū iznestā priekšmeta pirkšanas vai pērk to mazākos daudzumos, līdz beidzot izveidojas un nostabilizējas tāda cena, pie kuŗas tirgū iznestais attiecīgo preču daudzums atbilst tam daudzumam, kādu par šo cenu ir gatavas nopirkt tās mājturības, kas no šā priekšmeta pirkšanas nav vēl atteikušās. Ja pārdodamo priekšmetu daudzums tirgū pieaug, cena krīt, līdz atkal nostabilizējas uz iepriekšējam gadījumam analoga līmeņa⁹⁴.



Pieņemsim, ka kādā tirgū mums ar statistikas palīdzību būtu izdevies savākt datus, kā mainās cenas, mainoties tirgū iznestiem preču daudzumiem (protams, nemainoties visiem pārējiem apstākļiem), tad, atliekot uz abscīzu ass tirgū esošo preču daudzumus, bet uz ordinātu ass cenas, mēs dabūtu augšējo grafisko attēlu. Ordinātu

⁹⁴ Проф. В. А. Косинский. Лекции по теории политической экономии, читанные на Русскомъ юридическомъ факультетѣ въ Прагѣ. Прага, 1923. — 85.—88. стр.

ass katrā liknes punktā rāda, kāda būtu cena, ja tirgū atrastos uz abscīzu ass atliktais preču daudzums. Piemēram, ja tirgū esošo preču daudzums būs OM, tad cena būs OT, bet ja preču daudzums būs tikai ON, tad cena būs OR⁹⁵. Protams, liknes raksturs atkarīgs no preces un tām vajadzībām, kuŗu apmierināšanai tā noder. Jo vajadzība būs neaizstājamāka un neatliekamāka, jo likne būs stāvāka un otrādi.

Bet nu rodas jautājums: vai sacensība notiek tikai starp pircējiem? Vai tad pārdevējus tā neskaŗ nemaz?

Izrādās, ka starp pārdevējiem šai sacensībai ir nedaudz citādāka forma, bet toties tā ir daudz asāka un nereti izvēršas par īstu cīņu. Šī cīņa sākas tad, kad tirgū attiecīgo preču daudzums pieaug un sakarā ar to cenas uzrāda slīdošu tendenci. Tad cīņa notiek par tirgu, par pircējiem. Viens no šās cīņas varenākiem ieročiem ir reklāma, ar kuŗas palīdzību, dažkārt pat suģestijas ceļā, atsevišķie uzņēmumi mudina un aicina pircēju izšķirties tikai par reklāmētā uzņēmuma ražoto resp. tirgū izlaisto preci. Vēl vairāk. Uzņēmumi ar lielāku produktivitāti un mazākām ražošanas izmaksām nereti ir ieinteresēti pavairot savus ražošanas apmērus un tā tad arī tirgū laižamo preču daudzumu, ņemot vērā cenas krišanos tirgū. Šai cenu slīdēšanai ir divējādas sekas: 1) tā nevien pavairo jau esošo pircēju pirkšanas spējas un reizē ar to arī attiecīgās preces pērkamos daudzumus, bet pievelk arī jaunus pircējus, kas līdz šim atturējās, jo savos aplēsumos atrada cenas par augstām; 2) tā kā tirgus cenas augstums nosaka arī to ražošanas izmaksu augstumu, pie kuŗa vēl ir saimnieciski izdevīgi ražot, tad zemākā cena nedod iespēju pelnīt tiem konkurences uzņēmumiem, kuŗu ražošanas izmaksas ir augstākas, un tādā kārtā pamazām spiež tos atteikties no sacensības un aiziet no tirgus⁹⁶.

Ja šo likumību atkal gribētu attēlot schēmas veidā, tad dabūtu šādu ainu. Pieņemsim, ka zināmas preces daudzums, ko tirgū izlaižuši trīs uzņēmumi (1., 2. un 3.), ir OC, bet cena OP, pie kam 3. uzņēmuma šās preces ražošanas pašizmaksa ir OF, 2. uzņēmuma ražošanas pašizmaksa — OL, bet 1. uzņēmuma šās preces ražošanas

⁹⁵ Sal. Grundzüge der theoretischen Nationalökonomie von Enrico Barone. Bonn 1927., 17. lpp.

⁹⁶ Проф. В. А. Косинский. Основания политической экономии. Томъ II. Теория цѣнности и цѣны. Прага, 1928. — 242.—243. un 197. lpp.

kātus u. c.^{98, 99}. Šo apvienību nolūks — novērst konkurenci starp apvienībā ietilpstošiem uzņēmumiem un panākt vienādu politiku satiksmē ar tirgu. Sacenšas tagad visa apvienība vienoti kā ar apvienībā vēl neietilpstošiem uzņēmumiem, kamēr arī tie neiestājas apvienībā, tā arī ar sev līdzīgām apvienībām iekš- un ārzemēs, kamēr ar tām nav panākta attiecīga vienošanās resp. nodibināta jauna plašāka apvienība. Šīs apvienības tad, iegūstot vairāk vai mazāk pilnīgu monopola stāvokli attiecīgā nozarē, samazina ražošanu resp. rēgulē tirgū laižamo preču daudzumu, lai ar to panāktu šīm precēm tādu cenu, kas nebūtu zemāka par zināmu minimumu, kurš sedz visas ražošanas izmaksas un atnes pie tam vēl arī vēlamo peļņas procentu. Bet šis vēlamais peļņas procents, tā to redzēsim tālākās nodaļās, nereti mēdz būt visai augsts.

Uzņēmumu apvienības rodas nevien tikai ar nolūku izbeigt jau esošo cīņu resp. konkurenci, bet tikpat labi arī tādās nozarēs, kur uzņēmumu maz un peļņas procents augsts. Tādos gadījumos apvienības nolūks aizkavēt jaunu uzņēmumu rašanos šinī nozarē, lai tādā kārtā pasargātu augsto peļņu no varbūtējas konkurences. Kā piemēri šāda veida apvienībām noder dažu zemju petrolejas tirgus. Raksturīgs piemērs ir arī Zviedrijas galošu fabriku kartelis, par kuru būs runa vēl nākamajās nodaļās¹⁰⁰.

Tālāk jāatzīmē, ka daži autori ir tādos uzskatos, ka īstenībā monopōlveidīgo veidojumu faktiskais skaits tālu pārsniedz to organizāciju skaitu, kur atsevišķi uzņēmumi vienojušies uz zināma līguma (rakstveida vai mutes vārdu) pamata. Mūsu dienās esot plaši izplatīta arī tāda tirgus pārvaldīšana, kad vairāki ražotāji klusu ciešot, pat bez kādas norunas savā starpā, saskaņojot savu darbību. Šie uzņēmumi gluži vienkārši nekonkurējot savā starpā, apzinoties, ka ar to tie tikai padarīšot savu stāvokli sliktāku: samazināsies

⁹⁸ Skaidrības labad jāpiezīmē, ka šeit ir apskatītas tikai kapitāla uzņēmumu apvienības. Nekapitāla uzņēmumu resp. darba saimniecību apvienības, kas galvenā kārtā pieņem korpārdošanas kooperatīvu formu, šeit nav apskatītas, jo tām cits raksturs.

⁹⁹ Проф. В. А. Косинский. Основания политической экономии. Томъ II. Теория цѣнности и цѣны. Прага, 1928. — 250. lpp. — J. Conrad, Grundriß der politischen Ökonomie. I. Teil. Nationalökonomie. Jena 1923., 349. lpp. — Skat. arī Thorsten Odhe, Det moderna trust- och kartellväsendet. Tredje upplagan. Stockholm 1932., 15. lpp.

¹⁰⁰ Turpat — 21. lpp.

ienākumi no uzņēmuma u. t. t., jo viena uzņēmuma aktīvāka rīcība konkurences virzienā katrā ziņā radīs pretinieka pretdarbību. Šādu tirgus pārvaldīšanas formu tad sauc par kvazimonopōlu vai par oligopōlu¹⁰¹.

Nemot visu to vērā, jāsap, ka pēdējā laikā arvienu mazāks kļūst to preču daudzums, kuŗu cenas veidojas atsevišķo uzņēmumu brīvās sacensības un konkurences ceļā.

Bet augstāk mēs redzējam, ka tirgus cenai saimniecības dzīvē pieder ārkārtīgi svarīga loma. Tā i r visas saimniecības dzīves rēgulātors, kas kopā ar vienlīdzīgas peļņas likumu pārvieto kapitālus un darbu no tām nozarēm, kas attīstītas pietiekošos vai pat pārmērīgos apmēros, uz tām nozarēm, kur saimniekotājas sabiedrības interesēs nepieciešams saimniecisko darbību pastiprināt¹⁰². Ja saimniekotājā sabiedrībā ietilpstošiem individiem rodas kāda jauna vajadzība, tie maksā augstāku cenu par attiecīgiem priekšmetiem, kas noderīgi šās vajadzības apmierināšanai, un it kā pēc burvja mājiena parādās simptiem jaunu uzņēmumu, desmitiem un simtiem tūkstošu cilvēku atrod jaunu nodarbošanos un ienākumus. Ar šās cenas palīdzību saimniekotāja sabiedrība piespiež atsevišķus uzņēmumus uzlabot savu darbību tehniskā un saimnieciskā ziņā, kā arī noslauka no saimniecības dzīves arēnas tos uzņēmumus, kas nespēj vai negrib šos uzlabojumus izdarīt, vai arī kas ražo tādus priekšmetus, kas saimniekotājai sabiedrībai nav, vai vairs nav vajadzīgi¹⁰³. Saimniecības dzīve pašreizējā saimniecības iekārtā nav nemaz domājama bez šā visuvarenā rēgulatora. Vismaz grūti iedomāties, kas šo rēgulatoru spētu aizstāt.

No sacītā izriet, ka ar šo rēgulatoru — ar tirgus cenu — saimnieciskās politikas veidotājiem jābūt visai uzmanīgiem, lai šis rēgulātors nesāktu rēgulēt saimniecības dzīvi „nepareizā“ virzienā un tādā kārtā neienestu saimniecības dzīvē sarežģījumus un sastrēgumu.

¹⁰¹ Monopolistische Preispolitik in der Depression. Von Privatdozent Dr. Alexander Mahr. „Weltwirtschaftliches Archiv“, 35. Band, Heft 2, 1932., 390.—393. lpp.

¹⁰² Проф. В. А. Косинский. Лекции по теории политической экономии, читанные на Русскомъ юридическомъ факультетѣ въ Прагѣ. Прага, 1923. — 95.—98. lpp. — Проф. В. А. Косинский. Основания политической экономии. Томъ II. Теория цѣнности и цѣны. Прага, 1928. — 254. un 255. lpp.

¹⁰³ Turpat 190., 191. un 205. lpp.

Un lūk, šās uzmanības, šās tautsaimnieciskās pieejas nereti trūkst uzņēmumu apvienību monopolistiskai cenu politikai, kamdēļ dažās zemēs ļoti pieaug starpība starp peļņas lielumu resp. augstumu monopolizētās un nemonopolizētās ražošanas nozarēs. Ka tas tiešām tā, to pierāda pētījumi, kurus pēdējā laikā ir izdarījis Vācijas konjunktūras pētīšanas institūts par cenām „kartelētām“ un „nekartelētām“ precēm. Izteicot šīs cenas indeku skaitļos un pieņemot 1926. gada cenas par 100, ir dabūti šādi dati¹⁰⁴:

	„Kartelēto“ preču cenu indeks	„Nekartelēto“ preču cenu indeks
1929. g. janvārī	104,6	101,9
1930. g. „	105,0	90,4
1931. g. „	95,2	66,2
1932. g. „	84,4	51,2

No šās tabulas redzams, ka „nekartelēto“ preču cenas kritušas par 50%, kamēr „kartelēto“ preču cenas tikai par 19%.

Dažādaļais peļņas procenta augstums „kartelētās“ un „nekartelētās“ saimniecības dzīves nozarēs ienes ievērojamu disonanci saimniecības dzīvē. Aiz šā iemesla tad arī daži autori šo monopolistisko cenu politiku uzskata par vienu no pašreizējās krīzes pasinātājiem, pat cēloņiem¹⁰⁵. Un tas arī saprotams. Monopolistiskie tresti un karteļi savās darbības nozarēs rada ārkārtīgi strauju kapitāla uzkrāšanu un koncentrāciju, pie kam šis straujums nav nekādā samērā ar kapitāla uzkrāšanās tempu citās nozarēs un tādā kārtā mākslīgi izjauc līdzsvaru saimniecības dzīves financēšanā. Tanīs ražošanas nozarēs, kur valda brīvā konkurence un kur ir vēl lielas iespējas tehniskiem jauninājumiem un tā tad lietderīgai kapitāla lietāšanai, kapitāla tomēr trūkst. Tā rodas lieli traucējumi kapitāla cirkulācijā.

Bet arī pircējiem — tā tad galvenā kārtā un gala rezultātā mājturībām ir iespējams apvienoties, lai pēc iespējas reducētu savā

¹⁰⁴ Citēts pēc Thorsten Odhe, *Det moderna trust- och kartellväsendet. Tredje upplagan. Stockholm 1932.*, 99. lpp.

¹⁰⁵ Skat. piemēram „Some Lessons of the World Depression by Johan Akerman Ph. D. Stockholm 1931., 21. lpp. — *Die Weltwirtschaftskrisis. Von Dr. Fritz Sternberg, Berlin. „Weltwirtschaftliches Archiv. 36. Band, Heft 1. 1932.*, 127. lpp.

starpā sacensību, kaut arī šī pēdējā nav pilnīgi eliminējama. Šādas apvienības ir patērētāju kooperatīvi un šo pēdējo savienības. Atsevišķā patērētāju kooperatīvā apvienotās mājturības ar sava kooperatīva vai savienības, kurā tās ir par biedru, palīdzību var noorganizēt vienas vai otras preces ražošanu un tirgū esošo preces krājumu pavairojot tādos apmēros, ka sacensība pēc šās preces starp atsevišķām mājturībām atslābst un cena sāk mazināties, līdz cena nav sasniegusi patērētāju kooperatīva definītīvo caurmēra pašcenu. Šī ir tā robeža, līdz kurai tad patērētāju kooperatīvā apvienotām mājturībām ir iespējams samazināt savā starpā sacensību. Ja patērētāju kooperatīvs resp. šo kooperatīvu savienība ietu vēl tālāk, tad cena nokristu zem patērētāju kooperatīva definītīvās caurmēra pašcenas, un tā patērētāju kooperatīvam un reizē arī visām apvienotām mājturībām rastos tikai zaudējumi.

Tāpat cenu pazemināšanu vietējā tirgū iespējams patērētāju kooperatīvam panākt arī, iepludinot tanī preces, kuŗas apgādājuši resp. pasūtīnājuši ražotāji gan tieši, gan ar savienības vai attiecīgu lieltirgotāju palīdzību.

Istenībā visas patērētāju kooperatīvā apvienotās mājturības ir ieinteresētas, lai sacensība starp tām tiktu novērsta pēc iespējas tālāk. Šinī virzienā ir ieinteresētas arī tās mājturības, kas sliktākā gadījumā ir ar mieru apgādājamus priekšmetus saņemt arī par augstāku cenu, jo pēc iespējas tālāka sacensības novēršana nozīmē nevien to, ka attiecīgie priekšmeti kļūs pieejami lielākam mājturību skaitam, bet arī to, ka šo priekšmetu cena samazināsies, sagādājot tādā kārtā zināmus ietaupījumus visām apvienotām mājturībām. Un jo mazāka būs patērētāju kooperatīva definītīvā caurmēra pašcena, jo tālāk tam būs iespējams novērst sacensību starp apvienotām mājturībām, pazeminot tirgū cenu un sagādājot apvienotām mājturībām lielākus ietaupījumus. Bet samazināt savu definītīvo caurmēra pašcenu patērētāju kooperatīvam savukārt ir iespējams divējādā ceļā. Pirmkārt, samazinot ražošanas un vispār preču apgādāšanas izmaksas, kas panākams ar ražošanas procesa un preču apgādāšanas darba racionālizēšanu. Otrkārt, koncentrējot vienā patērētāju kooperatīvā pēc iespējas vairāk mājturību un rūpējoties, lai šīs apvienotās mājturības pēc iespējas lielāku daļu no tām nepieciešamiem priekšmetiem apgādātu ar kooperatīva palīdzību, jo, pieaugot apgādājamo priekšmetu daudzumam, samazinās uz katru apgādājamo priekšmetu vienību krītošā pastāvīgo izmaksu daļa.

Kamēr patērētāju kooperatīvā apvienotās mājturības samazina sacensības līmeni savā starpā, nereti sacensība starp kooperatīvā neapvienotām mājturībām paliek uz daudz augstāka līmeņa. Šādu divējādu sacensības līmeņu rezultāts ir tas, ka patērētāju kooperatīvā apvienotās mājturības pērk vienus un tos pašus priekšmetus par izdevīgākām cenām nekā neapvienotās mājturības. Tas nozīmē, ka no apvienotām mājturībām viena vai otra priekšmeta pirksnā ir iespējams piedalīties tādām mājturībām, kurām, ja tās atrastos ārpus patērētāju kooperatīva, būtu no piedalīšanās pirksnā jāatturas. Šīs izdevīgākās cenas rodas sakarā ar prēmijām par iepirkumiem, ja patērētāju kooperatīvs tādas izmaksās neraugoties uz to, ka provīzorišķās cenas ir bijušas kalkulētas ne augstāk par parastām tirgus cenām.

Šo divējādo cenu līmeni patērētāju kooperatīvā apvienotām un neapvienotām mājturībām ir tiešām iespējams novērot reālitātē. To rāda starp citu sekojošie dati.

Dānijā, rūpīgi ievācot cenu statistiku, aplēsts, ka Dānijas patērētāju kooperatīvu cenas ir bijušas zemākas par Dānijas statistikas departamenta tanī pašā laikā aplēstām sīktirdzniecības cenām. Starpība bijusi šāda¹⁰⁶:

	Neielešot prēmijas par iepirkumiem	Ielešot prēmijas par iepirkumiem
	patērētāju kooperatīvu cenas zemākas par %/0/0	
1932. gada janvāri	12,5	19,6
aprīli	9,5	16,8
jūlijā	9,3	16,5
oktobrī	8,9	16,1
1933. gada janvāri	8,2	15,5
aprīli	7,0	14,3
jūlijā	8,1	15,3
oktobrī	8,2	15,6
1934. gada janvāri	8,1	15,4
aprīli	6,6	14,1
jūlijā	7,2	14,7
oktobrī	6,2	13,6

¹⁰⁶ Skat. F. D. B. s. Statistikudvalg. Brugsforenings-statistik 1933. København 1934., XXVII. lpp.

Kā to redzam no šiem skaitļiem, Dānijā patērētāju kooperatīvā apvienotām mājturībām ir bijis iespējams iegādāt vienus un tos pašus priekšmetus par zemākām cenām nekā patērētāju kooperatīvā neapvienotām mājturībām. Tā tad divējāds cenu līmenis un reizē ar to arī divējāds sacensības līmenis tur tiešām ir pastāvējis.

No apskatītā varam secināt.

Kamēr uzņēmumu apvienības ir ieinteresētas atturēt tirgus cenu no noslīdēšanas zem zināma līmeņa (ražošanas izmaksas plūs vēlamā peļņa), mājturību apvienības resp. patērētāju kooperatīvi ir ieinteresēti atturēt saviem biedriem apgādājamiem priekšmetiem tirgus cenu no pacelšanas virs zināma līmeņa (patērētāju kooperatīva definītvā caurmēra pašcena). Šis pēdējais līmenis atkarīgs no tiem tehniskiem un saimnieciskiem uzlabojumiem un jaunizgudrojumiem, kuŗus spēj un grib lietāt apvienotās mājturības patērētāju kooperatīva darbā. Tanīs zemēs, kur patērētāju kooperatīvi pārdod preces arī nebiedriem, kooperatīvu ietekmi uz cenām samērā lielā mērā izmanto arī patērētāju kooperatīvos neapvienotās mājturības.

No apskatītā redzams, ka uzņēmumu apvienības un patērētāju kooperācija ietekmē saimniecības dzīvi pilnīgi pretējā virzienā. Šī darbība diametrāli pretējā virzienā nozīmē cīņu, kas nereti sasniedz jo lielu asumu. Šinīs cīņās, protams, uzvar stiprākais, bet dažreiz arī izveicīgākais. Dažreiz, kā to redzēsim no tālākām nodaļām, uzvara ir patērētāju kooperācijas pusē, dažreiz uzvar uzņēmumu apvienības, kā, piemēram, Dānijas patērētāju kooperatīvu savienības cīņā ar cementu firmu karteli 1911. gadā¹⁰⁷, bet dažreiz cīņa beidzas ar savstarpīgu izlīgšanu, kā piemēram Somijā, kad patērētāju kooperatīvu savienības parakstīja līgumu ar zviedru sērskociņu sindikātu¹⁰⁸.

Te jāņem vērā, ka šinī cīņā patērētāju kooperācija iet, lai aizstāvētu apvienoto mājturību intereses, tā tad to saimniecisko vienību intereses, kuŗām, kā to redzējām šās nodaļas sākumā, pieder vadītāja loma visā saimniecības dzīvē. Šis apstāklis liecina, ka patērētāju kooperācija ir ļoti svarīgs tautsaimniecisks faktors, un pie tam šā faktora nozīme pieaug tur, kur uzņēmumu apvienību mono-

¹⁰⁷ Anders Hedberg, Dansk bondekooperation. Andra upplagan. Stockholm 1929., 148.—154. lpp.

¹⁰⁸ Thorsten Odhe, Kooperationen i Finland. Stockholm 1929., 174. lpp.

pōlistiskās tendences attīstās virzienā, kas nāk par ļaunu saimniekotājai sabiedrībai kā veselam un tās interesēm. Šinī ziņā var tikai pievienoties zviedru tautsaimniecības profesoram G. Westin Silverstolpe'm, ka „kooperācija arvienu vēl ir labākais aizsargāšanās līdzeklis pret netaisnām monopōlistiskām peļņas interesēm, pret tādiem trestu un karteļu veidojumiem, kas atrod par parocīgu sadārdzināt preces, kaut gan tiem ir izdevies palētināt ražošanu¹⁰⁹“.

Kopsavilkumā varētu teikt, ka patērētāju kooperācija, organizējot plānveidīgu patēriņa un lietāšanas priekšmetu apgādi apvienotām mājturībām, cenšas samazināt šo priekšmetu ražošanas un apgādes izmaksas. Kur patērētāju kooperācija apvieno tautsaimnieciski kaut cik nozīmīgu mājturību skaitu un kur patērētāju kooperācijai ir izdevies nostādīt savu ražošanas un preču apgādes darbību saskaņā ar modernās tehnikas prasībām, tur patērētāju kooperācija ar to pašu jau kļūst par ievērojamu tautsaimniecisku faktoru, atturot apgādājamiem priekšmetiem tirgus cenas pacelšanos nesamērīgi tālu virs racionāli nostādītas ražošanas un preču apgādes faktiskām izmaksām. Ja visu to uzņēmumu sistēmu, kas darbojas, lai ārējā dabā atrodamos priekšmetus pārveidotu par saimnieciskiem labumiem, t. i. pielāgotu tos cilvēku vajadzību apmierināšanai, nosauktu par tautsaimniecisko aparātu, tad varētu teikt, ka patērētāju kooperācija cenšas racionālizēt šo aparātu, pieskaņojot to visas saimniekotājas sabiedrības kā veselā interesēm un vajadzībām.

2. Ko patērētāju kooperācija var dot apvienotām mājturībām?

Visas cilvēku vajadzības, ko cenšas apmierināt mājturība, iespējams iedalīt divās lielās grupās. Vienu no šīm grupām parasti sauc par pirmās nepieciešamības vajadzībām. Pie tām pieder vajadzība pēc uztura un vajadzība pēc cilvēka ķermeņa aizsardzības no aukstuma un citiem nepatīkamiem un nereti pat cilvēka ķermenim un veselībai kaitīgām ārējām ietekmēm, tā tad vajadzība pēc apģērba un dzīvokļa. Pirmās nepieciešamības vajadzības tādā

¹⁰⁹ G. Westin Silverstolpe, Sveriges näringsliv. „Kooperatören“ 1926., 17. burtņīcā, 261. lpp.

kārtā ir vajadzības, kuŗu neapmierināšanas gadījumā cilvēkam draud bojā eja. Tās ir tīri fizioloģiskas, varētu pat teikt, tīri dzīvnieciskas vajadzības, jo to apmierināšana dod cilvēkam vienīgi iespēju uzturēt sevi pie dzīvības.

Visas citas vajadzības varētu nosaukt par kultūras vajadzībām pretēji pirmās nepieciešamības jeb dabas vajadzībām. Šeit pieder vajadzība pēc izglītības, greznuma lietām u. t. t. Šīs vajadzības ir tās, kas paceļ cilvēku tālu pāri visiem citiem dzīviem radījumiem. Šīs vajadzības izriet no cilvēku cenšanās pēc ētiskām, aistētiskām un citām vērtībām, no cenšanās izkopt un izveidot savu gara pasauli u. t. t. Iespēja apmierināt kā pirmās nepieciešamības, tā arī šīs vajadzības, un pie tam pēc iespējas pilnīgāk, dod iespēju cilvēkam „cilvēcīgāk“ dzīvot, vai, kā mēdz teikt, ceļ viņa dzīves standartu.

Prof. Dr. V. Kosinskis, kas mājturību budžetus tuvāk pētījis, konstatē, ka „starp visām mājturības saimnieciskām vajadzībām pastāv ciešs, nesaraujams sakars. To apmierināšana notiek zināmā kārtībā, pakāpenībā“. Kamēr mājturības budžets ir mazs, kamēr visu vajadzību apmierināšanai ir tikai neliela summa, tamēr lielākā daļa no līdzekļiem aiziet pirmās nepieciešamības vajadzību apmierināšanai (uzturs, apģērbs, dzīvoklis). Pārējās — kultūras vajadzības (izglītības, reliģijas, mākslas u. c.), kuŗu neapmierināšanas sekas nav cilvēka tūlītēja bojā eja, tiek apmierinātas ļoti mazā mērā. Turpretim pieaugot līdzekļiem, kas atrodas mājturības rīcībā, novērojams, ka, relatīvi ņemot, izdevumiem pirmās nepieciešamības vajadzību apmierināšanai budžetā sāk palikt arvienu mazāka un mazāka vieta, bet toties kā absolūtos skaitļos, tā arī relatīvi pieaug kultūras vajadzību nozīme¹¹⁰.

No iepriekšējā redzējām, ka patērētāju kooperatīvu un to savienību, tā tad visu to saimniecisko vienību, kas sastāda patērētāju kooperāciju kā šo vienību kompleksu, mērķis ir — sagādāt apvie-

¹¹⁰ Проф. В. А. Косинский. Основания политической экономии. Томъ II. Теория цѣнности и цѣны. Прага, 1928. — 34. un 35. lpp. — Die Lebenshaltung von 2000 Arbeiter-, Angestellten- und Beamtenhaushaltungen, Erhebungen von Wirtschaftsrechnungen im Deutschen Reich vom Jahre 1927/28. Teil I. Einzelschriften zur Statistik des Deutschen Reiches Nr. 22¹. Berlin, 1932., 75. un 76. lpp.

notām mājturībām iespēju izdarīt ietaupījumus to priekšmetu apgādāšanā, kas nepieciešami apvienoto mājturību locekļu vajadzību apmierināšanai. Šie ietaupījumi dod iespēju pilnīgāk apmierināt mājturības locekļu vajadzības. Tādā kārtā vienu vajadzību apmierināšanā izdarot ietaupījumus, šos ietaupījumus iespējams izlietāt kā šo pašu, tā citu vajadzību apmierināšanas pastiprināšanai. Bet katra jauna iespēja pilnīgāk apmierināt mājturības locekļu vajadzības, saskaņā ar augstāk konstatēto, relatīvi arvienu vairāk un vairāk tiek izlietāta kultūras vajadzību apmierināšanai. Tā ceļas patērētāju kooperatīvā apvienoto mājturību locekļu dzīves standarts.

Daži autori tomēr domā, ka patērētāju kooperatīvu sagādātie ietaupījumi lielā mērā esot tikai šķietami. Patērētāju kooperatīvi, lūk, turot tikai ejošākās preces, pārējās atstājot siktirgotājiem. Tā kā mazāk ejošās preces prasot lielāku risku, tad tirgotāji esot spiesti tām cenu paaugstināt, un te nu mājturības pārmaksājot to, ko patērētāju kooperatīvs tām ietaupījis¹¹¹.

Ir taisnība, ka patērētāju kooperatīvi sākumā, kamēr tie nav vēl pietiekoši stipri, ierobežo savu darbību galvenā kārtā ar pārtikas precēm. Tomēr jāsaprot, ka preču sortimentu nosaka vietējie apstākļi, kuŗos patērētāju kooperatīvam nākas darboties. Pilsētās un citās līdzīgās vietās, kur blakus pārtikas preču veikaliem pastāv speciālie veikali apaviem, drānām, mājturības piederumiem u. t. t., patērētāju kooperatīvi ilgāku laiku apgādā savos veikalos tikai pārtikas preces un ierīko speciālos veikalus tikai tad, kad ir pietiekoši daudz līdzekļu un spēka, lai varētu sacensties ar attiecīgiem privātiem speciāliem veikaliem. Turpretim uz laukiem, kur siktirgotavās atrodamas visdažādākās preces un speciālo veikalu nav, arī patērētāju kooperatīvi apgādā visus kooperatīvos apvienotām mājturībām nepieciešamos priekšmetus¹¹². Piemēram Somijā daudzos provinces patērētāju kooperatīvos apgādājamo preču nosaukumu skaits sniedzas vienā kooperatīvā līdz 8000. Šie kooperatīvi apgādā itin

¹¹¹ Grundriß zum Studium der politischen Ökonomie. Von Prof. Dr. J. Conrad. II. Teil. Volkswirtschaftspolitik. Jena 1923., 326. lpp.

¹¹² Skat! Genossenschaftliche Probleme der Gegenwart. Von Albin Johansson. Bericht über die Verhandlungen des zwölften Kongresses des Internationalen Genossenschaftsbundes in Stockholm vom 15. bis 18. August 1927., 214. lpp.

visu, kas vien apvienotām mājturībām nepieciešams¹¹³. Tādā kārtā redzam, ka patērētāju kooperatīvu preču sortimentu īstenībā noteic to privāto veikalu sortiments, ar kuriem patērētāju kooperatīviem savā darbībā nākas sacensties. Tāpēc aizrādījums, ka patērētāju kooperatīvi apgādā tikai ejošākās preces, nekādā gadījumā nav vispārināms uz visu patērētāju kooperāciju. Tam vienkārši varētu būt tikai izņēmuma raksturs.

No augstāk apskatītā redzējām, ka patērētāju kooperācija, sagādājot apvienotām mājturībām iespēju izdarīt ietaupījumus, ceļ šo mājturību locekļu dzīves standartu. Šī ir viena no svarīgākām tautsaimnieciskām parādībām, ko sekmē patērētāju kooperācija. Neaizmirsīsim, ka taisni atsevišķo cilvēku vajadzības un to apmierināšana vai, kā saka prof. Dr. V. Kosinskis, „saimniekotājas sabiedrības darbība mājturības sfairā ir patiesībā visas ražošanas noslēgums, gala punkts. Vai kāda tauta dzīvo pārticībā, vai varbūt cieš trūkumu, — atbildi uz šiem jautājumiem jūs atradīsīt tikai pētījot saimniekotājas sabiedrības darbību mājturības sfairā. Vai kāda tauta ir kultūrāla, vai arī ir iestigusi gara tumsībā, — tas atkarājas no tā, cik pilnīgi ir apmierinātas šās tautas pirmās nepieciešamības vajadzības (vajadzības pēc uztura, apģērba, dzīvokļa). Ja mājturību budžeti ir tādi, ka, apmierinot neatliekamās, pirmās nepieciešamības vajadzības, tautai paliek pāri vēl pietiekoši daudz līdzekļu skolām u. c. kultūras vajadzībām, kultūra un izglītība pieaugs; ja mājturībās valda trūkums un nabadzība, tad bez sekmēm var palikt pat valsts un pašvaldību pūles ierīkot skolas u. t. t. Krievijā novēroti gadījumi, ka trūcīgie iedzīvotāji nesūtīja savus bērnus skolā tāpēc, ka nespēja tos ziemā pietiekoši silti apģērbt. Bet vasarā bērna darbs, kas dod absolūtos skaitļos ļoti mazu ienākumu, zemnieka saimnieka nabadzības dēļ tomēr deva tik daudz, ka zemniekam nācās grūti atteikties no tā, un viņš centās paturēt mazgadīgo mājturības locekli mājās, it sevišķi lauku darbu laikā“¹¹⁴.

¹¹³ Kooperationen i Finland av Thorsten Odhe. Stockholm 1929., 145. un 146. lpp.

¹¹⁴ Проф. В. А. Косинский. Основания политической экономии. Томъ II. Теорія цѣнности и цѣны. Прага, 1928. — 97. un 98. lpp.

Augstāk redzējām, ka daļa no tiem ietaupījumiem, kuŗus patērētāju kooperatīvi sagādā tais apvienotām mājturībām, parādās arī zināmu iekrājumu veidā, ko patērētāju kooperatīvi katra gada beigās nodod katras atsevišķās mājturības rīcībā kā prēmijas par gada laikā izdarītiem iepirkumiem. Cik tālu šādā veidā uzkrātos ietaupījumus atsevišķās mājturības izlietā savu vajadzību tūlītējai apmierināšanai, šo ietaupījumu tautsaimnieciskā nozīme būs tāda pati, kādu jau apskatījām iepriekšējā nodaļā. Tomēr iespējams arī tāds gadījums, — un dzīvē tas novērojams ļoti bieži —, ka apvienotās mājturības šo patērētāju kooperatīvā uzkrāto ietaupījumu tūdaļ nepatērē, bet uzglabā to kā rezervi, nereti atstājot to patērētāju kooperatīvā kā noguldījumu. Zīmējoties uz pašām mājturībām, kuŗām šie ietaupījumi pieder, pēdējiem ir trejāda nozīme: 1. tie dod iespēju apmierināt tādas vajadzības, kuŗas a) prasa vienreizēji tik lielus izdevumus, ka tos nav iespējams segt no kārtējiem mājturības ienākumiem, b) iepriekš nav paredzamas, bet prasa lielus vienreizējus izdevumus, sevišķi nelaiemes gadījumos, kas bez šādas rezerves var novest mājturību ar patēriņa kredita palīdzību postā; 2. tie dod iespēju iegādāt atsevišķu patēriņa un lietāšanas priekšmetu krājumus tad, kad to var visizdevīgāk izdarīt (piemēram, rudenī dažus lauksaimniecības ražojumus) un tādā kārtā sagādā jaunus, tālākus ietaupījumus mājturībai; 3. kā mājturības īpašums sagādā tai zināmus papildu ienākumus procentu veidā. Visi minētie gadījumi dod iespēju mājturībām pilnīgāk apmierināt savu locekļu vajadzības, kā arī padara pašas mājturības stabilākas, neatkarīgākas no akla gadījuma.

Noraidīdams klasiskās skolas mācību par patēriņa kreditu, kas šo kreditu uzskatījusi par kaitīgu tāpēc, ka tas dodot iespēju patērēt uzkrātos ietaupījumus, kas noderīgi nākotnes ražošanas paplašināšanai, prof. E. Seligman's starp citu motīvē to šādi: „Ir skaidrs, ka, piemēram Savienotajās valstīs, vairums ietaupījumu uzkrājas no uzņēmumu darbības. No otras puses, mēchaniskā civilizācija, kuŗas apstākļos mēs esam nodzīvojuši gadu simteni vai vairāk, ir apgādājusi mūs ar ārkārtīgi lielu materiālo mantu krājumu. Tagad vairs nav nepieciešams katram atsevišķam individam taupīt un krāt, raudzīties ar bažām nākotnē un pielikt visas pūles, lai būtu kāds krājums nākotnes dienām¹¹⁵“. Jāšaubās, vai citētais

¹¹⁵ The Economics of Instalment Selling by Edwin R. A. Seligman, LL. D. Volume one. New York 1927. 169. lpp.

autors būtu tā rakstījis, ja būtu paredzējis pēdējo aso krīzi un bezdarbu Amerikas savienotajās valstīs. Ja šiem bezdarbniekiem nav savu personīgo krājumu, ja tie agrākos gados ar bažām nav raudzījušies nākotnē un nav centušies taupīt, tad viņi pie tiem materiālo mantu krājumiem, kurus uzkrājusi „mēchaniskā civilizācija“, tagad arī netiek klāt. Tas jau ir tas traģiskākais pēdējā krīzē, ka no vienas puses guļ saražoti un gaida pircējus milzīgi materiālo mantu krājumi, bet no otras puses tiem blakām cieš trūkumu un iet bojā simti tūkstoši, kam nav vairs nekādu ienākumu un tāpēc nav pirkšanas spēju, nav pašiem ne tikai nekādu krājumu un ietaupījumu, bet ir varbūt ar patēriņa kredīta palīdzību notērēta pat daļa nākotnes ienākumu, kurus pašreizējos apstākļos nav cerības saņemt.

Ar citiem vārdiem sakot, no tautsaimniecības viedokļa ir nevien svarīgi, ka kapitāls uzkrājas, bet gan arī, kā tas sadalīts starp dažādām iedzīvotāju grupām kā atsevišķu saimniekotājas sabiedrības locekļu īpašums. Un patērētāju kooperācija ir tā, kas sekmē kapitāla uzkrāšanu visplašākam saimniekotājas sabiedrības locekļu skaitam.

Apvienoto mājturību uzkrātie ietaupījumi ir arī tas avots, kas sagādā patērētāju kooperatīviem kapitālu, bez kuŗa tiem nebūtu iespējams veikt savu uzdevumu. Piemēram, Lielbritānijas patērētāju kooperatīvos, kas drīzāk cieš no kapitāla pārplūšanās nekā trūkuma, lielāko daļu no tā uzkrājušas taisni biedru prēmijas, kas atstātas kooperatīvā izņemamu paju veidā¹¹⁶. Tādā kārtā patērētāju kooperatīvs ir arī viens no tiem tautsaimnieciskiem faktoriem, kas sekmē un palīdz uzkrāties kapitālam, kam tik liela loma mūsu dienu saimniecības dzīvē.

Prof. Dr. V. Kosinskis aizrāda, ka kapitāls mazā mērā un samērā reti uzkrājoties, atsakoties atsevišķām mājturībām no dažu savu locekļu vajadzību apmierināšanas. Šāda atsacīšanās resp. apmierināmo vajadzību ierobežošana arvienu saistīta ar zināmu „nepatikas“ sajūtu, dažkārt pat ciešanām. Daudz biežāk un vairāk gan kapitāls uzkrājoties no tās daļas, par kuŗu mājturībai esot izdevies pavairot savus ienākumus, jo tādā gadījumā tai neesot vajadzīgs izdarīt sāpīgo atteikšanos no savu ierasto vajadzību apmie-

¹¹⁶ Handbook for Members of Co-operative Committees by F. Hall, M. A., B. Com. Manchester 1928., 76. lpp.

rināšanas¹¹⁷. Tas pats, protams, sakāms arī par to ienākumu daļu, kuŗu mājturībai iespējams ietaupīt, ja rodas iespēja ierastās, līdzšinējās vajadzības apmierināt ar mazāku ienākuma daļu. Un šādu iespēju sagādā patērētāju kooperācija. Tā dod iespēju krāt arī tiem, kas šinī nolūkā nevar pavairot savus ienākumus. Tāpēc prof. Šarls Žids šo krāšanas veidu, kas novērojams patērētāju kooperācijā, zīmīgi sauc par „l'épargne par la dépense“. To viņš paskaidro tuvāk šādi: „Ievērojiet, ka šai krāšanai ir tā brīnišķīgā īpašība, ka tā neprasa nekādas atteikšanās no ērtībām. Šis ir vienīgais krāšanas veids, par kuŗu var to teikt¹¹⁸.“

Tā tad patērētāju kooperācija nevien veicina krāšanu, bet arī pati ir viens no efektīvākiem krāšanas līdzekļiem.

Katras mājturības uzdevums, kā to redzējām augstāk, ir apmierināt mājturības locekļu vajadzības ar patēriņa fonda līdzekļu palīdzību. Šis uzdevums tomēr nav tik viegls, kā tas sākumā liekas. Tas tāpēc, ka cilvēku vajadzībām piemīt tendence augt un plesties plašumā, kamēr katra cilvēka ienākumi, no kuŗiem pašreizējā saimniecības iekārtā galvenā kārtā sastādās patēriņa fonds, ir ierobežoti, un ierobežots ir arī to saimniecisko labumu daudzums, kas noder cilvēku vajadzību apmierināšanai. Tāpēc tad arī atsevišķo mājturību saimnieciskā darbība resp. saimniekošana prasa lielu apdomību un lielu prasmi, lai ar patēriņa fonda līdzekļiem varētu vienmērīgi un pēc iespējas pilnīgāk un vispusīgāk apmierināt mājturībā ietilpstošo locekļu vajadzības.

Ir mājturības, kuŗām patēriņa fonds, kas parasti sastādās no dažāda veida ienākumiem un pašā mājturībā ražotiem priekšmetiem, ir par šauru un kuŗas tad cenšas šo fondu uz laiku paplašināt ar patēriņa kredita palīdzību. Tas īstenībā nozīmē saimniekošanu ar deficitu. Un taisni pēdējā laikā šāds saimniekošanas veids ir izplatīts visai plaši. Lai šim apgalvojumam būtu zināms pamats, ņemsim dažus faktus, kas teikto apstiprina.

1927.—1928. gadā Vācijas statistikas pārvalde ir savākusi un apstrādājusi 2000 ģimeņu — ierēdņu, strādnieku un kalpotāju (An-

¹¹⁷ Prof. Dr. V. Kosinskis, Politiskās ekonomijas pamati.

¹¹⁸ Les Sociétés coopératives de consommation par Charles Gide. Paris 1904., 147. lpp.

gestellten) — budžetus. Šie dati rāda, kādā mērā minēto katēgoriju darbiniekos ir izplatīts patēriņa kredīts¹¹⁹.

Mājturību iedalījums pēc gada ienākumiem Vācijas markās	No 100 mājturībām pirka uz parādu								
	Strādnieki			Kalpotāji			Ierēdņi		
	Pārtikas un bud- vielas	Pārējos priekš- metus	Kopā	Pārtikas un bud- vielas	Pārējos priekš- metus	Kopā	Pārtikas un bud- vielas	Pārējos priekš- metus	Kopā
Zem 2.500 . .	66	76	86	—	—	—	—	—	—
2.500 — 3.000 . .	62	74	85	—	—	—	—	—	—
Zem 3.000 . .	63	74	85	42	69	72	61	75	82
3.000 — 3.600 . .	58	74	83	51	75	84	62	84	90
3.600 — 4.300 . .	45	76	81	54	70	79	61	88	94
4.300 un pāri . .	50	75	83	57	82	88	64	84	88
4.300 — 5.100 . .	—	—	—	56	82	89	60	89	91
5.100 — 6.100 . .	—	—	—	57	82	87	59	79	85
6.100 un pāri . .	—	—	—	61	82	89	69	83	88
6.100 — 7.300 . .	—	—	—	—	—	—	67	82	86
7.300 — 10.000 . .	—	—	—	—	—	—	68	90	90
10.000 un pāri . .	—	—	—	—	—	—	76	76	88
Kopā . . .	57	75	84	54	77	84	63	84	89

Piens, maize, gaļa un gaļas preces ir gandrīz vienīgi pirktas „uz grāmatiņu“, nolešoties par izņemtām precēm reiz mēnesī, nedēļā vai citā kādā termiņā, raugoties pēc tā, kā parāda ņēmējam iznāk saņemt algu. Turpretim ievērojama daļa kartupeļu pirktā jau uz nomaksu, iepērkot rudenī krājumu visai ziemai.

Pārējie pirkumi uz parāda ir izdarīti gandrīz vai vienīgi uz nomaksu, pie kam visvairāk uz parāda ir pirktas mēbeles un velosipedi.

Ainu par vienas mājturības caurmēra pirkumiem uz parāda gadā Vācijas markās rāda sekojošā tabula¹²⁰:

¹¹⁹ Te ņemti vērā tikai pirkumi uz parāda, bet nav ņemti tādi pirkumi par skaidru naudu, kuŗu vajadzībām izlietāti algas avansi vai aizņēmumi kredītiestādēs. — Die Lebenshaltung von 2000 Arbeiter-, Angestellten- und Beamtenhaushaltungen. Erhebungen von Wirtschaftsrechnungen im Deutschen Reich vom Jahre 1927/28. Teil I. Einzelschriften zur Statistik des Deutschen Reichs Nr. 22¹. Berlin, 1932., 60. lpp.

¹²⁰ Turpat — 62. lpp.

Mājturību iedalījums pēc gada ienākumiem Vācijas markās	Iepirkts uz parāda gadā RM.	Nomaksāts gadā RM.	Parādu pieaugums (+) vai samazinā- šanās (-)
<i>Strādnieki:</i>			
Zem 2.500	104,55	105,93	— 1,38
2.500 — 3.000	115,97	118,10	— 2,13
zem 3.000	113,09	115,03	— 1,94
3.000 — 3.600	137,89	135,77	+ 2,12
3.600 — 4.300	173,95	167,15	+ 6,80
4.300 un vairāk	217,05	206,40	+10,65
Caurmērā . . .	143,04	140,73	+ 2,31
<i>Kalpotāji:</i>			
Zem 3.000	95,25	89,94	+ 5,31
3.000 — 3.600	139,95	136,89	+ 3,06
3.600 — 4.300	160,12	161,08	— 0,96
4.300 un vairāk	287,53	303,21	—15,68
4.300 — 5.100	225,89	235,90	—10,01
5.100 — 6.100	335,63	338,01	— 2,38
6.100 un vairāk	341,26	381,21	—39,95
Caurmērā . . .	220,30	228,03	— 7,73
<i>Ierēdņi:</i>			
Zem 3.000	122,16	186,72	—64,56
3.000 — 3.600	199,52	194,76	+ 4,76
3.600 — 4.300	192,35	202,49	—10,14
4.300 un vairāk	380,14	349,01	+31,13
4.300 — 5.100	279,06	256,23	+22,83
5.100 — 6.100	260,98	250,69	+10,29
6.100 un vairāk	504,04	456,50	+47,54
6.100 — 7.300	451,44	409,05	+42,39
7.300 — 10.000	433,67	401,64	+32,03
10.000 un vairāk	782,82	694,21	+88,61
Caurmērā . . .	304,77	290,58	+14,19

Šie skaitļi liecina, ka Vācijā patēriņa kredīts ir ļoti izplatīts. Un tā pie tam ir zeme, kas pazīstama ar savu taupību un krāšanu. Tālāk šie skaitļi liecina, ka preces pērkot uz parāda nekāda liela loma nav ienākuma absolūtam lielumam. Tā tad pirkšana uz parāda nav nebūt attiecināma uz trūcīgo iedzīvotāju mājturībām. Beidzot, interesanta parādība ir arī tā, ka daudzām mājturībām pirkumi uz parāda pārsniedz šo parādu nomaksas summu. Tas liecina, ka dažas mājturības savus budžetus slēdz ar deficitu un nodzīvo nākotnes ienākumus, kas pirkšanu uz parāda padara bīstamu.

Te vēl jāpiezīmē, ka ģimenes budžetu datus parasti ir iespējams savākt tikai no kārtīgākām ģimenēm, kurām ir pacietība reģistrēt savus ienākumus un izdevumus, kamēr nekārtīgo ģimeņu budžeti, kas, jādomā, šīnī ziņā ir vēl daiļrunīgāki, parasti izslīd no statistiskās novērošanas.

Ne mazākos apmēros patēriņa kredīts ir izplatīts arī citās zemēs. Prof. E. Seligman's, piemēram, pārdevumus uz nomaksu vien Amerikas savienotajās valstīs vērtē līdz 4,5 miljona dolaru, kamēr visu sīktirdzniecības apgrozījumu viņš vērtē līdz 38 biljoniem dolaru¹²¹.

Ka pašām atsevišķām mājturībām šī dzīvošana pāri saviem ienākumiem nekā laba nedod, to redzējām jau apskatot jautājumu, kamdēļ patēriņa kredita apgādāšana nav patērētāju kooperatīvam piemērots uzdevums.

Mājturībai ir tikai viens drošs avots, no kura tai iespējams smelt līdzekļus patēriņa kredita atmaksai, un tas ir — tās ienākumi. Ja nu ar kredita palīdzību iegūto priekšmetu patērēšanas rezultātā nav pavairojušies mājturības ienākumi vai samazinājušies tās izdevumi un tādā kārtā nav radies zināms atlikums kredita ceļā iegūto līdzekļu atmaksai līdz ar attiecīgiem procentiem, tad tas nozīmē, ka nodzīvoti nākotnes vai, ikdienas valodā runājot, vēl nenopelnīti ienākumi. Ja nu mājturība negribēs nākotnē savus izdevumus attiecīgi ierobežot, tad būs jāķeras pie vēl tālākas nākotnes ienākumiem, un tā deficīts mājturības budžetā augs. Cik tālu? Tikmēr, kamēr mājturība nonāks galīgā postā un tās locekļi nožēlojamā atkarībā no sava kreditora, pie kam dažās zemēs (kaut kur Brazīlijas plantācijās) šī atkarība var pat ļoti tuvojies verdzībai.

Tāpēc tautsaimnieciski attaisnojams būs tikai tāds patēriņa kredīts, kas dod iespēju mājturībai pavairot savus ienākumus vai samazināt izdevumus tādos apmēros, ka no tādā ceļā iegūtā ietaupījuma var brīvi atmaksāt kā pašu aizņēmumu, tā arī procentus par to.

Taču parasti dzīvē patēriņa kredīts tālu pārsniedz šos gadījumus. Un tad tas nevien samazina atsevišķu mājturību nākotnes patēriņa fondu, pasliktinot tādā kārtā dzīves standartu, tas nevien

¹²¹ The Economics of Instalment Selling by Edwin R. A. Seligman, LL. D. Volume one. New York 1927., 118. lpp.

ir neproduktīvs kapitāla ieguldīšanas veids, bet ir arī viens no tiem faktoriem, kas ievērojami paasināja pašreizējo krīzi, jo ar šā kredīta palīdzību ir izsmeltas atsevišķo mājturību pirkšanas spējas tālu uz priekšu¹²².

Un lūk, patērētāju kooperatīvi, nolešoties ar saviem biedriem par piegādātiem patēriņa priekšmetiem tikai skaidrā naudā, cenšas pieradināt apvienotās mājturības pie izdevumu ieturēšanas ienākumu robežās, tā tad pie izvairīšanās no patēriņa kredīta^{123, 124}.

Ar citiem vārdiem, patērētāju kooperācija māca mājturības uzmanīgāk saimniekot.

Tā tad patērētāju kooperācija: 1) ceļ apvienoto mājturību locekļu dzīves standartu, 2) veicina krāšanu un 3) vispār māca apvienotās mājturības uzmanīgāk saimniekot.

3. Patērētāju kooperācijas izredzes nākotnē.

No iepriekš pārrunātā redzējām, ka patērētāju kooperācija cenšas racionālizēt tautsaimniecisko aparātu, pieskaņojot ražošanu un maiņu saimniekotājas sabiedrības kā veselā interesēm un vajadzībām. Viegli redzēt, ka no patērētāju kooperācijas panākumiem šinī virzienā atkarājas arī viss tas, ko patērētāju kooperācija spēj darīt apvienoto mājturību labā.

¹²² Some Lessons of the World Depression by Johan Åkerman Ph. D., Stockholm 1931., 22. lpp.

¹²³ Jau par Ročdeles godīgo pionieņu biedrības panākumiem šinī virzienā Holyoake's raksta šādi:

„Ir vajadzīgs vesels prāts, griba un gudra tālredzība, ierobežojot mājturību labos laikos, lai tā nebūtu jāierobežo grūtos laikos. Šī īpašība ir daudzām sievietēm, bet visumā tā ir tik reta parādība, ka tiešām jāapbrīno Ročdeles pionieri un jāizteic viņiem atzinība par to, ka viņi prata daudzām ģimenēm iemācīt mākslu samaksāt parādus un pēc tam būt lepnām ar to, ka jauni parādi vairs netiek taisīti.“

Skat. Holyoake's Geschichte der Rochdaler Pioniere. Deutsch von Robert Schlösser. Köln 1928., 115. lpp.

¹²⁴ Šo patērētāju kooperācijas nozīmi izceļ arī daudzi tautsaimnieki. Skat. piemēram: Prof. R. Liefmann, Die Unternehmungsformen. Stuttgart 1928., 202. lpp. — Prof. J. Conrad, Grundriß zum Studium der politischen Ökonomie. II. Teil. Volkswirtschaftspolitik. Jena 1923., 326. lpp. — Prof. G. Westin Silverstolpe, Sveriges näringsliv. „Kooperatören“ 1926., 17. burtnīcā, 260. lpp. u. c.

Tādā kārtā šis ir centrālais punkts, no kura vispārīgi atkarīgs patērētāju kooperācijas saimnieciskais efekts. Bet katrai tautsaimnieciskai parādībai — arī patērētāju kooperācijai — tikai tik tālu ir kāda nozīme, cik tā uzrāda kādu saimniecisku efektu. Tāpēc no tā, kādā mērā patērētāju kooperācijai izdodas tieši vai netieši racionālizēt tautsaimniecisko aparātu, atkarājas arī patērētāju kooperācijas tautsaimnieciskā nozīme un reizē ar to arī tās eksistences attaisnojums un izredzes nākotnē. No sacītā izriet, ka patērētāju kooperācijai saimniecisks pamats nākotnē paredzams tikai tānīs zemēs un pie tām tautām, kur tai iespējams ražošanas un maiņas sfairā ienest arvienu jaunus un jaunus tehniska un saimnieciska rakstura uzlabojumus, tādā kārtā pastāvīgi turpinot tautsaimnieciskā aparāta racionālizāciju un uzturot līdzšinējos sasniegumus. Patērētāju kooperācijai izzudīs saimnieciskais pamats zem kājām tur, kur tai šādas iespējas nebūs. Un tas var notikt sekojošos trīs gadījumos.

1. Ja tautsaimniecisko aparātu uz ilgāku laiku ir racionālizējuši kādi citi spēki tādos apmēros, ka patērētāju kooperācijas darbam vairs nav vietas. Par šādu racionālizētāju spēku izejas punktu domājama no vienas puses valsts, no otras puses paši uzņēmumi, kas darbojas ražošanas un maiņas sfairā.

2. Ja patērētāju kooperācijas darbība apgrūtināta likumdošanas ceļā, ņemot vērā šinī gadījumā nevis tautsaimnieciskus, bet gan kādus citus motīvus.

3. Ja patērētāju kooperācija pati tik kļūdaini būvēta un atsevišķie kooperatīvi un to savienības tik nesaimnieciski vadītas, ka darbības rezultātā nav nekāda saimnieciska efekta.

Pirmais no šiem gadījumiem ir visradikālākais. Tam piepildoties, patērētāju kooperācijai gluži vienkārši vairs „nepaliktu vietas“ saimniecības dzīvē. Tai būtu jāpazūd no saimniecības dzīves skatuves gluži tāpat, kā savā laikā nozuda cunftes un kā no tehnikas skatuves nozuda koka arkls, parādoties dzelzs arklam. Tāpēc apstāsimies tuvāk pie šā gadījuma iespējamībām.

Šinī sakarā vispirms jāmin valsts. Cik tālu katros atsevišķos apstākļos valsts varas nesēja intereses sakrīt ar visas saimniekotājas sabiedrības kā veselā interesēm, tik tālu, protams, valsts ir

ieinteresēta darīt visu iespējamo, lai ražošanu un maiņu pieskaņotu saimniekotājas sabiedrības interesēm. Pēdējā laikā tad arī daudzas valstis cenšas ko darīt šinī virzienā, bet visi līdzšinējie mēģinājumi rāda, ka valsts vara vēl nav atradusi pietiekoši efektīvus līdzekļus, lai cīnītos pret dažu, it sevišķi starptautisko monopōlistisko apvienību centieniem izmantot savu stāvokli un spēku par ļaunu visai saimniekotājai sabiedrībai kā veselam¹²⁵. Radikālākais valsts varas līdzeklis līdz šim pret privātām monopōlistiskām apvienībām ir pašas valsts monopōls, bet tas tomēr nedod nekādas garantijas, ka tautsaimnieciskais aparāts tiešām tiktu racionālizēts.

Prof. R. Liefmann's šinī sakarā raksta, ka „Valsts un pašvaldību uzņēmumiem piemīt kapitāla sabiedrību trūkumi pastiprinātā mērā. Vadība vēl smagāka, vadītāju interese vēl mazāka, un tāpēc valsts un pašvaldību uzņēmumi nav piemēroti visur tur, kur nepieciešama ātra izšķiršanās, stingra kalkulācija un ātra rīcība. Tanīs uzņēmumu nozarēs, kur ievērojama loma ir konjunktūras svārstībām, tirgus apstākļu straujām pārmaiņām, tehnikas progresam un reizē ar to ražošanas paņēmieni maiņai, valsts un pašvaldību uzņēmumi nav vietā. Tie nav noderīgi visur tur, kur izmaksa un cena pakļauta straujām svārstībām. Pirmkārt tāpēc, ka birokratiskai vadībai nav pa spēkam pielāgot uzņēmumu biežām izmaksas svārstībām, un otrkārt tāpēc, ka vispār valsts un pašvaldības uzņēmumu pakalpojumu cenas ir jānoteic uz ilgāku laiku nemainīgas. Arī kārtīga valsts finanču saimniecība būs apgrūtināta, ja valsts uzņēmumos vienā gadā būs liela peļņa, bet otrā zaudējumi, kā tas sastopams privātos uzņēmumos. Jau pirms kara, piemēram, lielie Prūsijas uzņēmumi, salīdzinot ar citām valstīm, apgrūtināja valsts budžeta sastādīšanu. Pie tā visa bez tam nāk vēl klāt iekšējās grūtības, kas rodas no darba apstākļu un ierēdņu pretišķībām, un tālāk valsts un pašvaldības uzņēmumu vadības atkarība no politiskām partijām¹²⁶.”

¹²⁵ Skat. Det moderna trust- och kartellväsendet. Tredje upplagan. Stockholm 1932., 108.—149. lpp. — Skat. arī Die Ausschaltung der Gewinne. Von Doreen Warriner, B. A., Ph. D. „Internationale genossenschaftliche Rundschau“ 1932. Nr. 4., 135. lpp.

¹²⁶ Die Unternehmungsformen. Von Prof. Dr. Robert Liefmann. Stuttgart 1928., 297. lpp.

Līdzīgu atzinumu lasām arī daudzu citu tautsaimnieku darbos¹²⁷.

Ja nu šī virzienā pagaidām var maz sagaidīt no valsts, tad no privātiem kapitāla uzņēmumiem vēl mazāk. Tas nav privātās uzņēmības interesēs, jo līdzīga tendence ir privātai uzņēmībai sveša. Prof. J. Hellauer's katēgoriski pasaka: „kamēr un cik tālu pastāvēs šī saimniecības iekārta, atsevišķā saimniekotāja vadītājs pāvediens būs galvenā kārtā privātsaimnieciskā interese¹²⁸“. Un šī interese uzņēmumā pēc citētā autora domām ir — uzņēmēja kapitāla pēc iespējas lielāka rentabilitāte. Zīmējoties uz atsevišķo personu uzņēmumiem, kā arī uz kapitāla sabiedrībām un it sevišķi tādiem uzņēmumiem, kam pieder monopola stāvoklis, līdzīgos uzskatos ir arī prof. J. Fr. Schär's¹²⁹. Gan dažreiz mēdz teikt, ka lielie kapitāla uzņēmumi un koncerni mazāk cenšas pēc augstākas ienesas, bet gan vairāk ievēro visas tautsaimniecības un saimniekotājas sabiedrības intereses. Bet šī sakarā pareizi aizrāda prof. R. Liefmann's, ka koncerni vairāk rūpējoties par ienesas stabilizēšanu kaut arī uz zemāka ienesības procenta nekā cenšoties pēc acumirkīgās lielās peļņas, bet tas nebūt vēl nenozīmējot atteikšanos no cenšanās pēc ienesas (Ertragsstreben) kā organizācijas principa mūsu dienu saimniecības dzīvē¹³⁰. Un kamēr privātos kapitāla uzņēmumos pastāvēs šī privātsaimnieciskā interese, tikmēr nav sagaidāms, ka no šās puses tiks darīts kas radikālāks, lai racionalizētu tautsaimniecisko aparātu tādā šā formulējuma izpratnē, kāds apskatīts augstāk. Uz to privātos kapitāla uzņēmumus spēj spiest vienīgi savstarpējā konkurence, bet, kā to redzējām augstāk, to taisni pēdējā laikā cenšas izslēgt šo uzņēmumu apvienības.

Tāpēc var teikt, ka pirmā punkta virzienā, kas minēts šās apakšnodalas sākumā, pagaidām nav saskatāmi tādi apstākļi, kas

¹²⁷ Grundriß zum Studium der politischen Ökonomie. Von Prof. Dr. J. Conrad. Erster Teil. Nationalökonomie. Jena, 1923., 347. un 348. lpp. — Skat. pat Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Von W. Gelesnoff. Leipzig 1928., 182. un 183. lpp. — Government Experimentation in Business by Warren M. Persons. 1934.

¹²⁸ Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Von Dr. J. Hellauer. Berlin 1928., 22. lpp.

¹²⁹ Allgemeine Handelsbetriebslehre von Dr. hon. c. Johann Friedrich Schär. Leipzig 1923., 101. un 118. lpp.

¹³⁰ Die Unternehmungsformen. Von Prof. Dr. Robert Liefmann. Stuttgart 1928., 304.—310. lpp.

varētu padarīt tuvākā nākotnē patērētāju kooperāciju saimnieciski nenozīmīgu. Tas sakāms par to nākotnes periodu, kurā pastāvēs pašreizējā kapitalistiskā iekārta, kas nevien ir bijusi par patērētāju kooperācijas šūpulī, bet ir arī devusi bagātīgu un auglīgu zemi patērētāju kooperācijas attīstībai.

Otrā punktā minētā gadījumā, kad patērētāju kooperācijas darbību varētu apgrūtināt likumdošanas ceļā, viss atkarājas no to personu gribas, kuŗu rokās atrodas valsts vara. Tāpēc šinī ziņā katrā valstī un laikmetā būs savādāki apstākļi.

Trešā gadījumā patērētāju kooperācijas nākotne atkarīga no tā, cik daudz būs apvienoto mājturību pārstāvjiem saimnieciska saprāta, lai racionāli nostādītu savas organizācijas un atrastu tām piemērotus vadītājus. Bet šis, kā to redzējām, ir viens no vārīgākiem patērētāju kooperācijas uzbūves punktiem. Šī ir tā zemūdens klints, uz kuŗas ir avarējuši gandrīz vai visi līdz šim neveiksmes cietušie patērētāju kooperatīvi un to savienības. To sajūt arī tanīs zemēs, kur patērētāju kooperācija sasniegusi jau augstu attīstības pakāpi. Piemēram Lielbritaniā. Kaut gan šinī zemē jau puse no visām mājturībām ir apvienota patērētāju kooperatīvos, bet caur pēdējiem vēl iet tikai viena trešā daļa no šo apvienoto mājturību pirkumiem. Kur vaina? — „Vaina mūsos pašos“, atbild viens no Lielbritanijas kooperācijas laikrakstiem. „Patērētāju kooperācija neizdara pētījumus un nepublicē šo pētījumu rezultātus. Bet patērētāju kooperatīvu tirdznieciskās metodes ir nepieciešams pastāvīgi pārbaudīt. Nepieciešams izstrādāt jaunas metodes, nepieciešams izdarīt mēģinājumus, lai atrastu labākos līdzekļus, kā paplašināt patērētāju kooperatīvu darbību. Katrā patērētāju kooperācijas darbības nozarē ir vieta veselam stābam, kas izdara pētījumus saimniekošanas jautājumos...“. „Ja to nedarīs, tad jāapmierinās tikai ar vienu trešdaļu no biedru iepirkumiem. Tālākā kooperatīvās sistēmas attīstība taču ir atkarīga no tā, par cik šī sistēma būs pārāka par citām tirdzniecības formām¹³¹“.

Tā tad visnopietnākais faktors, kas tuvākā nākotnē var vilkt robežu patērētāju kooperācijas tālākai attīstībai, slēpjas tanī pašā.

¹³¹ Skat. The Co-operative Review 1933. Nr. 37., 15. lpp.

Otrā daļa.

Patērētāju kooperācija Zviedrijā.

IV. ZVIEDRIJAS PATĒRĒTĀJU KOOPERĀCIJAS IZCELŠANĀS UN ATTĪSTĪBA.

Atstājot neapskatītus dažus agrākus mēģinājumus, kas vairāk vai mazāk līdzinās patērētāju kooperatīvam šā vārda modernajā izpratnē, var teikt, ka pirmais patērētāju kooperatīvs, kas pieturējās pie Ročdeles principiem, Zviedrijā ir dibināts 1867. gadā un uzsāka savu darbību minētā gada 30. novembrī. Tas bija Vāxjō hushållsbesparingsförening. Minētais kooperatīvs uzsāka savu darbību ar 190 biedru un 4000 riksdalderu (turpmāk apzīmēti saīsināti ar rdr.) lielu apgrozības kapitālu, no kuŗa gan 2300 rdr. bija aizņēmti no dažādām personām ārpus kooperatīva. Par kooperatīva valdes priekšsēdi bija skolotājs Abraham's Rundbäck's, kas 1869. gadā izlaida pirmo ievērojamāko grāmatu par patērētāju kooperāciju zviedru valodā. Šī grāmata ir noderējusi daudziem tā laika patērētāju kooperatīviem par rokas grāmatu un pēc sava satura vēl tagad nav zaudējusi savu nozīmi. Kooperatīvs uzsāka savu darbību mazos apmēros, un Rundbäck's pats sākumā izpildīja arī preču iepircēja pienākumus. Tādā kārtā kooperatīva attīstība gāja sekmīgi uz priekšu, līdz 1870. gadā Rundbäck'u ievēlēja parlamentā un viņš vairs nevarēja sekot kooperatīva darbībai. Kooperatīva darbība drīz pēc tam nedaudz pasliktinājās, un uz pilnas sapulces lēmumu pamata kooperatīvu likvidēja 1872. gadā. Interesanti atzīmēt, ka kooperatīvu likvidēja īstenībā bez kādas vajadzības, par ko starp citu liecina tas apstāklis, ka, atmaksājot visus kooperatīva parādus, nevien bija iespējams atmaksāt arī visu paju kapitālu 10.774 rdr. apmērā, bet bez tam vēl atlikās skaidrā naudā 8107 rdr. Savā īsajā darbības laikā kooperatīvs ir izmaksājis biedriem kā prēmijas par iepirkumiem 17.000 rdr.¹³²

Zināma nozīme patērētāju kooperācijas attīstībā Zviedrijā ir arī strādnieku biedrībām, kas sāka dibināties pag. gadsimta piecdesmitajos gados. Šīs biedrības sastāvēja galvenā kārtā no strād-

¹³² Skat. Axel Gjōres ievadu grāmatai Abraham Rundbäck, Avhandling om konsumtionsföreningar. Stockholm 1929., 19.—28. lpp.

niekiem un amatniekiem, bet tais piedalījās arī citas iedzīvotāju grupas. Šo biedrību mērķis pa lielākai daļai statūtos bija formulēts kā — „biedru saimnieciskās un garīgās labklājības veicināšana.“ Daudzās vietās šīs biedrības nodarbojās galvenā kārtā ar izglītības veicināšanu, bet sākot ar pag. gadsimta sešdesmito gadu otro pusī šīs biedrības arvienu lielāku un lielāku vērību sāka piegriezt pārtikas priekšmetu apgādāšanas jautājumam. Līdz 1846. gadam Zviedrijā pastāvēja tādi noteikumi, kas lielā mērā ierobežoja tirdzniecisku uzņēmumu rašanos un darbību uz laukiem. Arī saskaņā ar minētā gada noteikumiem vēl bija noliegts ierīkot tirgotavu tuvāk par 3 jūdžēm no pilsētas. 1851. gadā izdoti noteikumi, saskaņā ar kuriem tiesības atļaut ierīkot pārdotavas piekrita pašvaldībām. Taču siktirgotavas uz laukiem dibinājās visai gausi, kam par iemeslu bija kā vispārīgie saimniecības apstākļi, tā arī neizveidotā un grūtā satiksme. Strauja tirdzniecības attīstība uz laukiem sākās ar 1864. gadu, kad atcēla visus līdz tam laikam pastāvējušos ierobežojumus. To veicināja arī rūpniecības attīstība un satiksmes ceļu un līdzekļu uzlabošanās. Attīstoties siktirdzniecībai, sākās arī asa konkurence starp atsevišķiem tirgotājiem, pie kam nereti par pircēju pievilkšanas līdzekli noderēja pārdošana uz parāda un slepena tirgošanās ar alkoholiskiem dzērieniem. Ap šo laiku tad arī sāka rasties daži patērētāju kooperātīvi, pie kam to dibināšanos sevišķi pamudināja 1867.—1868. gada neraža Zviedrijā, jo šinī gadā daudzi siktirgotāji provincē nespēja piegādāt tik daudz pārtikas preču, lai apmierinātu pieprasījumu pēc tām. Un, lūk, šinī patērētāju kooperātīvu dibināšanas darbā ievērojama loma bija strādnieku biedrībām, kas gan dibināja patstāvīgus patērētāju kooperātīvus, gan dažās vietās arī pašas ierīkoja savas pārdotavas. Šinī pēdējā gadījumā patēriņa priekšmetus mēdza pārdot tikai vienīgi biedrības biedriem, pie kam gan jāsaka, ka iestāšanās par biedru strādnieku biedrībā bija dažos gadījumos ierobežota tādā veidā, ka no jaunuzņemamiem biedriem prasīja zināmas morāliskas u. c. īpašības¹³³. Dažos gadījumos bija paredzēti sodi, ja kāds biedrs

¹³³ Bångbro strādnieku biedrība, piemēram, par biedru uzņēma tikai tādās personas, kas ir bijušas pie svētā vakarēdiena. Lund's strādnieku biedrība bija ievēdusi noteikumu, ka „nav uzņemamas personas, pie kuriem vai kuri namā dzīvo vieglprātīgas sievietes vai kas kā citādāk veicina netikumību, kā arī personas, kas ar augļošanu izmanto trūcīgos vai ir naidīgas strādniekiem“ un t. t.

iepirkās arī kāda cita vajadzībām. Paju mūsu dienu nozīmē nebija. Līdzekļus ieguva vai nu no strādnieku biedrības vispārīgiem līdzekļiem, vai arī izdarīja aizņēmumus. Dažos gadījumos izlaida obligācijas, kā arī ievada biedru naudu, kas bija jānomaksā katru mēnesi, līdz biedru naudas iemaksa sasniedza zināmu summu. Jautājumus, kas attiecās uz šo pasākumu darbību, parasti izlēma nevis tie, kas tanī iepirkās, bet strādnieku biedrība. Cenas bija tādas, ka reti radās kāds atlikums. Pēdējo, atskaitot zināmus procentus rezerves kapitālam, dividendēm uz akcijām un dažreiz arī preču krājuma amortizēšanai, sadalīja starp biedriem vai izlietāja saskaņā ar katrreizējo lēmumu. Starp atsevišķām strādnieku biedrībām trūka ciešāku sakaru. Tomēr bija dažas biedrības, piemēram Götēborgā un Malmō, kas ir ieņēmušas it kā vadītāju stāvokli, no kurām izgāja kā no centra jaunas idejas un ierosinājumi un pie kurām daudzās citas biedrības griezās pēc padoma un aizrādījumiem¹³⁴.

Tomēr lielākais vairums no tiem patērētāju kooperatīviem, kas pastāvēja Zviedrijā 1860.—1870. gados, bija ārēji pilnīgi patstāvīgas organizācijas, bez kāda ciešāka sakara ar strādnieku biedrībām. Tā kā tanī laikā Zviedrijā vēl nebija īpaša likuma par kooperatīvām sabiedrībām, tad šā laikmeta lielākais vairums organizāciju ir dibināts kā akciju sabiedrības. Šī forma ir atstājusi dažas raksturīgas iezīmes tā laika organizācijās. Akciju sabiedrībai ir tās grūtības, ka nav tanīs nekādas garantijas, ka arvienu būs iespējams iestāties jauniem biedriem. Kā jau akciju sabiedrībā, tur jāparedz maksimālais akciju kapitāls. Kad tas sasniegts, tad šo maksimumu var palielināt tikai grozot statūtus, un šādam nolūkam vajadzīgs kvalificēts balsu vairākums, kuru ne vienmēr ir iespējams dabūt. Zviedrijā bijuši gadījumi, kad dažas personas uzpirkušas akcijas un tad uzsākušas spekulāciju, pārdodot akcijas tālāk par dārgu naudu tiem, kas gribēja iestāties par biedriem kooperatīvā. Lai tas nenotiktu, dažas sabiedrības noteica augstāko akciju daudzumu, kas drīkstēja piederēt vienai personai. Akcijas lielums svārstījās no 1 līdz 15 rdr., pie kam bieži tās varēja nomaksāt pa daļām. Interesanti atzīmēt, ka šīm sabiedrībām ir izdevies savākt lielus kapitālus, jo bijusi parasta lieta, ka sabiedrības uzsākušas darbību ar 2000—3000 rdr. lielu sākuma kapitālu, bet nereti šis kapitāls bijis

¹³⁴ Skat. Svensk kooperation före åttioalet av Axel Gjöres. Stockholm 1919., 107.—134. lpp.

5000 arī 6000 rdr. un pat vēl vairāk. Dažās sabiedrībās bijis noliegts pārdot apgādātos priekšmetus uz parāda, turpretim citās tas bijis atļauts, bet tikai pret parādu rakstu un procentiem. Tikai retu sabiedrību statūtos bijis noteikums, ka tīrais atlikums sadalāms samērā ar biedru iepirkumiem, bet tas visbiežāk sadalīts uz akcijām. Balsu skaits bijis atkarīgs no piederošo akciju skaita, kaut gan dažās sabiedrībās bijuši statūtos ievesti arī daži ierobežojumi šinī ziņā. Šinī laikā darbojošos sabiedrību skaitu noteikt visai grūti, jo ir bijušas arī tādas sabiedrības, kas darbojušās pilnīgi neregistrētas. Axel's Gjøres vērtē šinī laikā pastāvējušo reģistrēto sabiedrību skaitu līdz apm. 300. Daudzas no šīm sabiedrībām drīz vien uzrādījušas sliktus darbības rezultātus, un pag. gadsimta astoņdesmito gadu sākumā no šīm sabiedrībām palikusi pāri vairs tikai puse, bet 1919. gadā Zviedrijā bijuši vairs tikai kādi 20 patērētāju kooperatīvi, kas uzsākuši savu darbību pirms 1880. gada. Iemesli neveiksmēm ir bijuši dažādi. Daudzos gadījumos darbība uzsākta par daudz plaši, atverot vairākas pārdotavas, pieņemot daudz darbinieku, pie kam viss tas parasti darīts bez vismazākā aplēsuma par to, cik liels paredzams apgrozījums, kādos apmēros kooperatīvs spēs segt darbības izmaksas u. t. t. Cenas daudzos gadījumos bija zemākas par tirgus cenām, kamdēļ nebija nekāda atlikuma, bet ar to nebija mierā biedri, kas izstājās no sabiedrības. Ļauni ietekmēja arī pārdošana uz parāda. Pie visa tā vēl pievienojās tas, ka biedriem un tāpat arī pārvaldes organu locekļiem nereti trūka viselementārāko zināšanu par saimniecisku pasākumu vadību, kamdēļ nereti veikalvežu vietās pieņēma izbankrotējušus tirgotājus¹³⁵.

Pēc dažu iepriekšējo apspriežu ierosinājuma Zviedrijas strādnieku biedrību veicināšanas biedrība sasauca 1870. gada 30. jūnijā Stokholmā Skandināvijas zemju strādnieku biedrību pārstāvju kongresu. Pēdējā piedalījās no Zviedrijas 479 personas, no Norveģijas 36 un no Dānijas 14 personas. Liela daļa no Zviedrijas dalībniekiem šinī kongresā gan nebija deleģēti, bet, būdami strādnieku biedrību biedri, piedalījās kā interesenti. (No Gøteborgas strādnieku biedrības vien, piemēram, piedalījās 10 pārstāvji ar pilnvarām, bet 120 biedri kā interesenti). Starp kongresa dalībniekiem bija visdažādāko arodu personas: publicisti, lieltirgotāji, direktori,

¹³⁵ Turpat — 135.—156. lpp. — Skat. arī Aktiebolag eller förening av Axel Pählmann. „Kooperatören“ 1919., Nr. 3., 53.—60. lpp.

karavīri, juristi, garīdznieki, profesori, ārsti, inženieri, muižu īpašnieki, skolotāji un sīktirgotāji. Rūpniecības strādnieku bija samērā ļoti maz. Viena no kongresa sekcijām sevišķu vērību piegrieza jautājumiem par patērētāju kooperātiem. Tomēr šim pārrunām izrādījās samērā maz praktiskas nozīmes. Daži gribēja šinī kongresā ievēlēt centrālo biroju, kuŗa uzdevums būtu uzturēt ciešākus sakarus starp atsevišķām strādnieku biedrībām, bet šim priekšlikumam bija daudz pretinieku, kas baidījās, ka šāds birojs var sākt nodarboties ar politiku. Zviedrijas strādnieku biedrību kongresi notika arī vēlāk, bet jautājumiem par patērētāju kooperātiem šo kongresu darbu kārtībā bija arvienu mazākā loma. Toties daudzās vietās pacēlās balsis par patērētāju kooperatīvu lieltirdzniecības savienības dibināšanu. Tādu savienību starp citu bija nodomāts dibināt arī Gävle'ē, kas tad sauktos Gävleborgs och Dala konsumtionsföreningars handelsaktiebolag. Šai savienībai bija pat izstrādāti statūti un iesākta patērētāju kooperatīvu parakstīšanās uz akcijām. 1869. gadā šī parakstīšanās jau gāja pilnā spēkā, taču tomēr tālāk par projektu šīs savienības dibināšanas darbs netika aizvirzīts¹³⁶.

To varētu apzīmēt par pirmo periodu Zviedrijas patērētāju kooperācijas attīstībā. Otrais periods sākās pag. gadsimta astoņdesmitajos gados, kad lielrūpnieks L. O. Smith's propagandēja jauna veida organizācijas, kuŗas viņš sauca par strādnieku ringiem. Šīs jaunās organizācijas, kuŗām bija visai plaši un samērā neskaidri mērķi, par savu uzdevumu uzskatīja starp citu arī strādnieku dzīves dārdzības (cost of living) samazināšanu. L. O. Smith's domāja, ka to iespējams realizēt tādā kārtā, ka strādnieku ringi noslēdz ar tirgotājiem un fabrikantiem līgumu, saskaņā ar kuŗu tie aplēsīs zināmu rabatu par ringa biedru iepirkumiem. Šī doma atrada atbalsi, un nedaudzos gados bija jau nodibināti vairāki simti strādnieku ringu. Taču daudzi no šiem ringiem drīzi vien pārlicinājās, ka šādam rabata nolīgumam ir tikai tīri šķietama nozīme, un tāpēc vairāki ringi ierikoja savas pārdotavas un savu darbību iekārtoja pēc kooperatīvām metodēm. Tomēr šiem mēģinājumiem, atskaitot nedaudzus izņēmumus, nebija sekmju. Neilgā laikā viens ringu uzņēmums likvidējās pēc otra, sagādājot biedriem zaudēju-

¹³⁶ Axel Gjöres. Svensk Kooperation före åttiotalet. Stockholm. Kooperativa Förbundet's Förlag. Andra upplagan. 1919. 157.—186. lpp.

mus un vilšanos, kā arī radot šaubas par kooperatīvo pasākumu lietderību un sekmēm vispār¹³⁷.

Šinī sakarā zviedru kooperators Axel's Gjöres, kas ir uzrakstījis vairākas grāmatas par kooperācijas attīstību Zviedrijā, saka, ka „nav nekāds brīnums, ja pēc tik bēdīgiem piedzīvojumiem zviedru tauta vairākus gadus no vietas bija visai atturīga kooperācijas laukā. Vajadzēja izaugt jaunai paaudzei, paaudzei, kas pati nebija cietusi no agrākām katastrofām un kas tāpēc ar jaunu enerģiju un svaigiem spēkiem varēja atkal ķerties pie šā darba¹³⁸”.

Jauns periods Zviedrijas patērētāju kooperācijas attīstībā sākās ar 1897. gadu, kad stājās spēkā 1895. gada 28. jūnijā izdotais kooperatīvais likums. Patērētāju kooperatīvu attīstību šā jaunā laikmeta sākumā raksturo sekojošie dati¹³⁹:

G a d s	Reģistrēto	Likvidēto	Atlikušo
	Patērētāju kooperatīvu skaits		
1897.	61	—	61
1898.	36	2	95
1899.	44	2	137
1900.	66	8	195
1901.	58	13	240
1902.	43	13	270
1903.	47	23	294
1904.	38	16	316
1905.	67	13	370
1906.	109	10	469
1907.	189	13	645
1908.	190	33	802

Te tomēr jāpiezīmē, ka faktiski darbojošos patērētāju kooperatīvu skaits būs mazāks, nekā to rāda šās tabulas pēdējā aile, jo ne visi patērētāju kooperatīvi, kas pārtrauc savu darbību, tūdaļ paziņo reģistrācijas iestādei. No šās tabulas redzams, ka sevišķi strauja patērētāju kooperatīvu dibināšanās notiek sākot ar 1906. gadu.

¹³⁷ Co-operation in Sweden by Axel Gjöres. Manchester 1927., 21. un 22. lpp.

¹³⁸ Turpat — 22. lpp.

¹³⁹ Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1908.—1910. av K. Socialstyrelsen. Stockholm 1914., 20., 21., 26. un 27. lpp.

Šis periods raksturīgs ar to, ka tanī nodibināta Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, kaut gan arī šis darbs nebija veicams bez grūtībām.

1899. gada 4. septembrī pēc dažu patērētāju kooperatīvu ierosinājuma notika Stokholmā patērētāju kooperatīvu kongress, kas nolēma dibināt savienību — Kooperatīva Förbundet. Kongresā piedalījās 44 pārstāvji no 41 kooperatīva, kas reprezentēja ap 9000 individuālu biedru. Šinī kongresā piedalījās apm. viena desmitā daļa no visiem toreizējiem Zviedrijas patērētāju kooperatīviem, jo pieņem, ka 90-tos gados Zviedrijā bijuši kādi 400 patērētāju kooperatīvu (no tiem liela daļa kā akciju sabiedrības). Vairums šo kooperatīvu bija ļoti mazi un darbojās noslēgti, cīnīdamies ar lielām grūtībām, jo plaši pārdeva preces uz parāda. Tāpēc arī tik maz no tiem piedalījās šinī kongresā. Jaundibinātā savienība bija domāta kā idejiska savienība, kuŗas mērķis bija „veicināt kooperatīvu intereses visos virzienos“.

Neatkarīgi no šās savienības 1900. gadā Malmō dibināta patērētāju kooperatīvu lieltirdzniecības savienība — Kooperatīva parti-handelsförening, — kas tomēr 1903. gadā izbeidza savu darbību¹⁴⁰. Šās lieltirdzniecības savienības vadītājs Olof's Persson's 1903. gada 2. maijā rakstīja Kooperatīva Förbundet toreizējam sekretāram G. H. von Koch'am šā:

„Nē, ir neiespējami tagad glābt lieltirdzniecības savienību, jo daudzi mūsu patērētāju kooperatīvi ir šim nolūkam par vājiem. Daudzi no tiem, kas pie mums iepirkās, nav spējīgi nomaksāt pat 100 kronas, kaut gan mēs tiem piedraudējām ar piedzīšanu tiesas ceļā. Tas viss ir tik bēdīgi, kā vēl nekad nav bijis manā dzīvē... Vājākiem kooperatīviem, tā tad droši vien vairākumam, jāiet dibenā, iekams Zviedrijā izveidosies cik necik nozīmīga kooperācijas kustība. To mēs nevaram neredzēt, lai arī cik tas būtu rūgti un sāpīgi, it sevišķi man... Nē, fon Koch, mūsu sapnim ir beigas.“

Papildinot šo vēstuli, Kooperatīva Förbundet tagadējais valdes loceklis K. Eriksson's šās savienības divdesmit gadu pastāvēšanas jubilejas sapulcē piebilst:

„Tas bēdīgākais ir tas, ka Persson'am bija taisnība. Daudzi no tiem kooperatīviem, kas toreiz darbojās, ātri vien nogāja dibenā, kam par iemeslu bija plaša preču pārdošana uz parāda, nepietie-

¹⁴⁰ „Konsumentbladet“ 1929. 25. numurs, 17. lpp.

košs paju kapitāls, kā arī biedru un valdes locekļu pārāk mazā interese un prasme¹⁴².”

Bet tā paša 1903. gada savienības „Kooperativa Förbundet” pilna sapulce no jauna apsprieda jautājumu, kā patērētāju kooperātiem ierīkot savu lieltirdzniecības savienību. Toreiz pastāvēja divējādas domas. Vieni ar Gävle's kooperātoriem priekšgalā bija tādās domās, ka pa visu zemi jādibina vesels kopiepirkšanas biedrību tīkls. Otra doma, kuru aizstāvēja G. W. Dahl's, bija tāda, ka sākumā jādibina visai zemei viens aģentūrveidīgs uzņēmums. Šis pēdējais priekšlikums tad arī ņēma virsroku. Šos jaunus uzdevumus nācās uzņemties jau esošai „Kooperativa Förbundet” savienībai. Savienības pirmie darbinieki savu darbību veica tādā kārtā, ka tie ar preču paraugu somu apbraukāja patērētāju kooperatīvus, līdz beidzot savienība tika pie savām preču noliktavām¹⁴³.

Savienības lieltirdzniecības nodaļa uzsāka savu darbību pirmā šās nodaļas vadītāja G. W. Dahl'a privātā dzīvoklī, kas tanī pašā laikā bija arī Eskiltuna's patērētāju kooperatīva vadītājs. Dahl'am tikai pa vakariem un svētdienām atlika laiks savu jauno uzdevumu veikšanai, un kad viņš kā savienības lieltirdzniecības nodaļas pārstāvis izdarīja savu pirmo izbraukumu uz patērētāju kooperātiem, tad viņam pašam par savu naudu nācās nopirkt pat ceļa somu. Tāpat arī pirmos ceļa izdevumus viņam nācās segt pagaidām pašam no savas kabatas¹⁴⁴.

Sākot ar 1904. gadu „Kooperativa Förbundet” izdod kooperācijas laikrakstu. Jau nākošā gadā šā laikraksta, kā arī visas idejiskās darbības vadību pārņēma Mārtiņš Sundell's, kas to vada līdz pat savai nāves dienai 1910. gadā. Šis kooperātors attīsta rosīgu kooperācijas propagandu. Viņš ir nenogurstošs un apgarots priekšlasījumu lasītājs par kooperāciju un čakls rakstītājs par dažādiem kooperācijas jautājumiem kooperācijas presē. Šīs propagandas rezultātā rodas Zviedrijā daudz jaunu patērētāju kooperatīvu. Viņš

¹⁴² „Kooperatören” 1919., 6. burtnīcā 118. lpp.

¹⁴³ „Konsumentbladet” 1929., 25. numurs, 17. lpp. — Skat. arī Berättelser öfver Kooperativa förbundet kongresser åren 1899.—1906. Stockholm 1912., 146.—152. lpp.

¹⁴⁴ „Stockholm 1927”, Paper for the delegates and visitors of the twelfth International Co-operative Congress. Nr. 1., 6. lpp.

rūpējas arī par labu kooperācijas darbinieku sagatavošanu un jau 1907. gadā sarīkoja pirmos kooperācijas kursus¹⁴⁵.

1904. gadā „Kooperativa Förbundet“ veda vienīgi komisijas tirdzniecību un tikai 1907. gadā ierīkoja noliktavas un kantori Malmö. Tā paša gada jūlijā savienība savienojās ar „Samköpsförening i Gävle“ un atvēra Gävle'ē nodaļu. Stokholmā noliktava ierīkota tikai 1909. gadā¹⁴⁶.

No šiem mazajiem sākumiem Savienība „Kooperativa Förbundet“ pamazām attīstījās līdz tai grandiozajai un spēcīgajai organizācijai, kāda tā ir mūsu dienās. Šo attīstības gaitu raksturo sekojošie skaitļi, kas ņemti no savienības un tās uzņēmumu kopbilances¹⁴⁷. (Skat. tabulu 286. lapp.).

Pie Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības darbības tuvāk apstāsimies divās no turpmākām nodaļām.

Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības augstākais organs ir pilna sapulce, kas parasti sanāk katra gada jūnija mēnesī. Uz šo sapulci katram savienībā apvienotam patērētāju kooperatīvam ir tiesība sūtīt vienu pārstāvi un bez tam vēl pa vienam pārstāvim no katriem 500 biedriem un katriem 200.000 kronu, ko patērētāju kooperatīvs iepriekšējā gadā ir iepircies savienībā. Sapulce pieņem pārvaldes organu ziņojumus, apstiprina gada pārskatu un ievēl revīzijas komisiju¹⁴⁸. Praktiski svarīgākais sapulces darbs ir jautājumu apspriešana zīmējoties uz apvienoto patērētāju kooperatīvu un pašas savienības turpmāko darbību. Bez tam katra gada rudenī notiek savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu rajonu sapulces. Visa Zviedrija iedalīta 18 rajonos. Šinīs rajona sapulcēs patērētāju kooperatīvu pārstāvji piedalās uz tādiem pašiem pamatiem kā pilnā sapulcē. Šis rajonu sapulces apspriež jautājumus par rajonā atrodošos patērētāju kooperatīvu darbību un stāvokli, kā arī ievēl pārstāvjus (vienu vai divus vai trīs no katra rajona, skatoties pēc rajona lieluma) savienības padomē. Bez tam rajona sapulces ievēl arī īpašu rajona valdi, kuŗas uzdevums vadīt kooperācijas propagandu

¹⁴⁵ „Vår Tidning“ 1931., Nr. 5., 65.—69. lpp.

¹⁴⁶ „Konsumentbladet“ 1929., Nr. 25., 9. lpp.

¹⁴⁷ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorerens berättelser 1935., 162.—163. lpp.

¹⁴⁸ Stadgar för Kooperativa Förbundet. 1926., 5. lpp.

G a d s	Apvienoto patērētāju kooperatīvu skaits	Šais koope- rātivos ap- vienoto biedru skaits	Savienības apgrozījums 1000 kronās	Bilances kopsumma 1000 kronās	Tirais atlikums 1000 kronās	Pašu līdzekļu kopsumma 1000 kronās
1904.	57	13.169	276	6	4	—
1905.	100	20.592	805	23	17	22
1906.	178	36.350	3.520	90	38	65
1907.	303	57.050	4.267	494	75	149
1908.	376	68.097	4.397	619	70	193
1909.	385	71.786	4.795	1.068	41	206
1910.	391	73.545	4.513	1.075	80	275
1911.	469	86.171	5.088	1.605	96	359
1912.	514	95.418	6.744	2.146	112	473
1913.	557	104.626	7.621	2.614	109	572
1914.	584	118.879	9.889	3.324	152	726
1915.	675	133.441	16.498	4.706	295	1.012
1916.	771	171.106	22.106	6.223	406	1.407
1917.	820	200.483	21.803	8.727	408	1.793
1918.	843	213.834	27.990	13.738	274	2.340
1919.	914	233.460	69.150	18.654	734	3.696
1920.	943	240.716	69.520	21.616	361	4.207
1921.	924	255.141	62.372	21.295	384	4.607
1922.	898	259.388	63.824	24.609	1.491	8.325
1923.	886	274.269	72.288	28.928	982	10.790
1924.	876	292.469	83.774	41.378	1.664	16.563
1925.	871	315.174	97.661	51.288	1.887	19.043
1926.	846	339.273	103.730	61.869	2.284	28.012
1927.	824	365.894	119.747	75.730	2.963	37.484
1928.	797	392.354	135.297	86.398	4.175	42.708
1929.	763	421.618	141.320	97.779	4.751	56.507
1930.	731	450.908	143.618	114.366	4.958	63.397
1931.	697	481.319	148.036	126.947	5.757	71.693
1932.	675	512.968	149.454	132.894	5.824	78.587
1933.	650	533.825	152.483	138.497	5.969	87.273
1934.	635	550.615	165.115	159.187	6.220	90.883
1935.	623	568.161	177.665	168.958	6.673	98.003

savā rajonā, rūpēties par jaunu patērētāju kooperatīvu dibināšanu, kā arī pieņemt revidentu ārējo revīziju izdarīšanai rajonā atrodošos patērētāju kooperatīvos.

Savienības padome sastāv no 22 locekļiem un sanāk uz sēdēm 5—8 reizes gadā. Apmēram puse no savienības padomes locekļiem ir vietējo kooperatīvu vadītāji, tā tad cilvēki ar attiecīgām zināšanām un piedzīvojumiem, bet otra puse ir patērētāju kooperatīvu

vēlētjie darbinieki. Padome ieceļ savienības valdi un apspriež svarīgākos savienības darbības jautājumus¹⁴⁹.

Zviedrijas patērētāju kooperācijas stāvokli pasaules kara laikā Andersss Ōrne vienā iesniegumā valdības iestādēm raksturo šādi¹⁵⁰ :

„Kad izcēlās pasaules karš, Zviedrijas kooperācija vēl tālu nebija stabilizējusies. Blakām dažiem labi vadītiem un ekonomiski stipriem kooperatīviem atradās arī vairāki simti tādu kooperatīvu, kas bija vadīti apmēram tāpat, kā viņiem atbilstošie privātie uzņēmumi pārtikas preču nozarē, t. i. tie nelietāja modernās kontroles un kalkulācijas metodes. Daudziem bija ļoti mazi kapitāli, un vadītāji šais kooperatīvos vairāk rīkojās pēc sajūtām, nekā pēc labi pārdomātiem principiem. „Kooperativa Förbundet“, kuras lieltirdzniecība pasaules karā iesākoties bija tikai desmit gadus veca, veica plānveidīgu kooperatīvās audzināšanas darbu, lai labāk sagatavotu vietējo patērētāju kooperatīvu vadītājus. Bet tik ātrā gaitā, kā pieauga kooperatīvu skaits laikā no 1907. līdz 1914. g., nebija iespējams līdz pasaules kara sākumam sasniegt kaut cik ievērojamus rezultātus.“

„Tūdal pēc kara izcelšanās sākās straujš preču pieprasījums. Privātie tirgotāji, kā to starp citu liecina arī raksti toreizējā presē, plašos apmēros izmantoja šo gadījumu, lai ievērojami paaugstinātu cenas visvairāk ejošām precēm, t. i. pārtikas precēm. Sākoties inflācijai, cenu paaugstināšana dažāda veida precēm kļuva arvienu parastāka lieta.“

„Neraugoties uz savu toreizējo saimniecisko vājumu, viss lielais patērētāju kooperatīvu vairums centās darboties pret šo nepārtraukto cenu paaugstināšanu, izpārdodot visas krājumā atrodošās preces bez cenu paaugstināšanas vai arī paaugstinot preču cenas pavisam mazā mērā. Iedzīvotāji pienācīgi novērtēja šādu patērētāju kooperatīvu rīcību, un kooperatīvu apgrozījumi pieauga ļoti straujā tempā. Bet diemžēl daudziem patērētāju kooperatīviem nebija pietiekoši daudz kapitāla, lai būtu iespējams pietiekošos apmēros financēt šo ārkārtīgi straujo apgrozījumu pieaugumu.“

¹⁴⁹ Svenska hem i samverkan av Anders Hedberg. Stockholm 1932., 43.—48. lpp.

¹⁵⁰ „Kooperatören“ 1927., Nr. 19.—20., 309. lpp.

Patērētāju kooperatīvu attīstību Zviedrijā raksturo sekojošie skaitļi¹⁵¹:

G a d s	Patērētāju kooperatīvu skaits	Tais apvienoto biedru skaits	Biedru sk. %-tos no Zviedrijas iedzīvotāju skaita	Ja 1908. g. biedru skaitu pieņem par 100	Savienībā apvienoto kooperatīvu	
					skaitis % no kopskaita	biedru skaits % no kopskaita
1908.	486	76.403	?	100	74,1	83,5
1909.	560	87.251	?	114	65,5	76,3
1910.	536	85.358	1,54	112	69,9	79,6
1911.	539	94.629	1,70	124	82,7	86,6
1912.	585	103.362	1,84	135	83,8	86,8
1913.	631	112.694	2,00	147	84,3	86,7
1914.	674	131.067	2,31	171	82,3	85,3
1915.	742	149.411	2,62	196	85,3	85,1
1916.	828	183.039	3,18	240	90,0	89,2
1917.	879	211.374	3,64	277	90,4	91,2
1918.	897	227.853	3,92	298	91,8	91,2
1919.	989	251.327	4,30	329	89,8	90,9
1920.	1.007	263.969	4,47	345	91,1	92,1
1921.	986	269.773	4,53	353	89,2	91,5
1922.	955	271.949	4,54	356	91,9	93,2
1923.	979	289.704	4,82	379	89,6	92,2
1924.	957	297.420	4,93	389	91,6	95,6
1925.	949	325.221	5,37	426	93,4	96,4
1926.	954	350.065	5,77	458	92,5	96,3
1927.	958	378.848	6,22	496	91,8	96,0
1928.	933	404.162	6,62	529	92,8	96,5
1929.	910	434.528	7,10	569	93,2	96,5
1930.	897	465.485	7,60	609	92,4	96,4
1931.	863	495.908	8,05	649	92,2	96,6
1932.	833	527.508	8,52	690	92,4	96,9
1933.	802	547.919	8,83	718	93,0	97,1

No šās tabulas redzams, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu skaits, kas sākumā ir audzis, pēdējā laikā sācis samazināties. Bet

¹⁵¹ Statistisk årsbok för Sverige 1931., 7. lpp. — Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1908—1910 av K. Socialstyrelsen, 52. lpp. — Tas pats par 1911.—1913. g. 29. lpp. — Tas pats par 1914.—1916. g. 19. lpp. — Tas pats par 1917.—1919. g. 15. lpp. — Tas pats par 1920.—1922. g. 8. lpp. — Tas pats par 1926. g. 7. lpp. — Tas pats par 1927. g. 7. lpp. — Tas pats par 1928. g. 7. lpp. — Tas pats par 1929. g. 7. lpp. — Tas pats par 1930. g. 7. lpp. — Tas pats par 1931. g. 7. lpp. — Tas pats par 1932. g. 7. lpp. — Tas pats par 1933. g. 7. lpp.

tā kā tanī pašā laikā šais patērētāju kooperatīvos apvienoto biedru skaits joprojām pieaug, tad, acīm redzot, patērētāju kooperatīvu skaits samazinās tāpēc, ka daži patērētāju kooperatīvi saplūst kopā, t. i. notiek fūzija. No 1908. līdz 1933. gadam Zviedrijas patērētāju kooperatīvos apvienoto biedru skaits ir pavairojies vairāk kā septiņkārtīgi. Šis biedru skaits ir ievērojami pieaudzis arī tad, ja to izteicam % no visu Zviedrijas iedzīvotāju skaita, sasniegdam 1933. gadā jau 8,83%. Ja pieņem, kā to dara Zviedrijas oficiālās statistikas iestādes (piem. K. Socialstyrelsen)¹⁵², ka katrs biedrs caurmērā reprezentē mājturību, kas sastāv no četriem locekļiem, tad iznāk, ka 1933. gadā Zviedrijas patērētāju kooperatīvi apvienoja jau ap 35% no visām Zviedrijas mājturībām. Tālāk no minētās tabulas redzams, ka viss lielais Zviedrijas patērētāju kooperatīvu vairums — 1933. gadā pat 93% — ir apvienojies savienībā „Kooperativa Förbundet“. Bet, ņemot vērā to apstākli, ka šais savienībā apvienotos patērētāju kooperatīvos ir savkārt apvienoti 97% no visiem biedriem, jāsecina, ka savienībā ir apvienojušies lielākie Zviedrijas patērētāju kooperatīvi, bet mazākie palikuši ārpus savienības.

Sekojošā tabula, kurā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu skaits sagrupēts pēc apvienoto biedru skaita un izteikts % no visu patērētāju kooperatīvu kopskaita, rāda, ka Zviedrijā pamazām pieaug lielāku patērētāju kooperatīvu skaits, ar citiem vārdiem, Zviedrijas patērētāju kooperatīvi biedru skaita ziņā pastāvīgi aug¹⁵³.

G a d s	Patērētāju kooperatīvu skaits % ar biedru skaitu								
	Līdz 50	51—100	101—200	201—300	301—500	501— 1000	1001— 3000	Pāri par 3000	Nav ziņu
1908.	20,1	34,1	26,4	8,6	5,7	3,5	1,2	—	0,4
1910.	17,7	34,3	26,6	10,2	5,5	3,1	1,3	0,2	1,1
1915.	9,7	30,5	31,6	9,2	7,8	5,5	1,8	0,3	3,6
1920.	3,5	21,8	40,3	13,6	10,3	6,3	2,9	0,4	0,9
1925.	4,2	19,0	37,3	13,4	12,1	9,7	3,4	0,9	—
1930.	2,8	10,3	29,6	18,4	15,4	14,7	7,7	1,0	0,1
1933.	2,0	7,7	24,8	18,1	17,0	15,7	12,8	1,7	0,2

¹⁵² Skat. piem. Kooperativ verksamhet i Sverige 1930 av K. Socialstyrelsen. 6. lpp.

¹⁵³ Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1917—1919 av Socialstyrelsen. 16. lpp. — Tas pats par 1920.—1922. g. 8. lpp. — Tas pats par 1925. g. 7. lpp. — Tas pats par 1926. g. 7. lpp. — Tas pats par 1930. g., 7. lpp. — Tas pats par 1933. g. 7. lpp.

No šās tabulas redzam, ka pēdējā laikā Zviedrijā pakāpeniski pieaug to patērētāju kooperātīvu skaits, kuŗu biedru skaits pārsniedz 200, kamēr patērētāju kooperātīvu skaits ar mazāku biedru skaitu pakāpeniski samazinās.

Ja salīdzinām apvienoto biedru skaitu pilsētu, miestu un biezi apdzīvotu vietu un lauku patērētāju kooperātīvos, tad dabūjam sekojošu ainu¹⁵⁴:

G a d s	Biedru skaits % patērētāju kooperātīvos		
	Pilsētās	Miestos un biezi apdzīvotās vietās	Uz laukiem
1910.	36,7	16,7	46,6
1914.	34,6	16,4	49,0
1919.	33,8	14,5	51,7
1922.	38,6	16,4	45,0
1923.	40,4	15,3	44,3
1924.	42,5	15,2	42,3
1925.	45,0	14,9	40,1
1926.	45,7	15,4	38,9
1927.	46,2	16,4	37,4
1928.	46,9	16,3	36,8
1929.	47,4	16,2	36,4
1930.	48,4	16,2	35,4
1931.	49,8	16,1	34,1
1932.	51,2	16,9	31,9
1933.	51,5	17,1	31,4

No šās tabulas redzams, ka, relatīvi ņemot, biedru skaits lauku patērētāju kooperātīvos ieņem arvienu mazāku un mazāku lomu. Tam par iemeslu divi apstākļi. Pirmkārt, pēdējā laikā patērētāju kooperācija straujāk attīstās pilsētās, jo tur katram patērētāju kooperātīvam ir lielāka iespēja augt biedru skaita ziņā: mazā teritoriālā vienībā sakopots liels iedzīvotāju skaits. Otrkārt, daži pil-

¹⁵⁴ Turpat par 1920.—1922. gadu 9. lpp.; par 1923. g. 8. lpp.; par 1924. g. 14. lpp.; par 1925. g. 14. lpp.; par 1926. g. 14. lpp.; par 1927. g. 14. lpp.; par 1928. g. 14. lpp.; par 1929. g. 14. lpp.; par 1930. g. 14. lpp.; par 1931. g. 7. lpp.; par 1932. g. 7. lpp.; par 1933. g. 7. lpp.

sētu patērētāju kooperatīvi, tālāk attīstoties, atver pārdotavas arī pilsētu apkaimē un tādā kārtā apkalpo arī lauku iedzīvotājus, kā tas piemēram ir ar Stokholmas patērētāju kooperatīvu.

Svarīgi ir arī noskaidrot, kādas ir tās sabiedriskās grupas un šķiras, kas piedalās Zviedrijas patērētāju kooperatīvos. Uz šo jautājumu dod atbildi sekojošā tabula¹⁵⁵:

G a d s	No Zviedrijas patērētāju kooperatīvos apvienotiem biedriem bija %											
	Lauksaimnieki	Laukstrādnieki	Amata meistari	Amata strādnieki	Rūpniecības strādnieki	Parējie strādnieki	Augstākie kalpotāji (ierēdņi)	Zemākie kalpotāji	Citi ar paštāv. nodarbošanos	Brīvās profesijas	Nav uzdota nodarbošanās u. c.	Juridiskas personas
1913.	11,9	4,7		7,9	44,2	17,0		9,8			3,4	1,1
1916.	14,4	4,5		7,4	35,3	19,2		11,4			7,0	0,8
1919.	18,4	5,6		7,6	31,4	17,8		10,5			7,9	0,8
1920.	18,6	5,3		7,6	31,0	17,5		10,8			8,3	0,9
1921.	17,8	5,1		7,8	30,9	17,9		10,5			9,2	0,8
1922.	17,1	5,2	2,9	5,1	31,0	18,7	2,5	8,3			8,4	0,8
1923.	17,9	5,2	3,1	5,0	32,8	17,5	2,5	8,3			6,8	0,9
1924.	15,8	4,9	3,1	5,1	29,7	19,5	2,4	9,0			9,6	0,9
1925.	15,0	4,7	3,1	5,1	29,2	20,2	2,6	9,1			10,1	0,9
1926.	14,6	4,7	3,0	5,0	31,0	14,0	2,6	9,3	2,9	2,1	9,8	1,0
1927.	14,2	4,7	2,8	5,1	31,6	14,0	2,8	9,5	3,2	1,7	9,4	1,0
1928.	14,0	4,5	2,7	5,2	31,8	13,5	2,8	9,5	3,6	1,7	9,7	1,0
1929.	14,1	4,5	2,7	5,3	30,0	13,9	2,8	9,8	3,7	2,0	10,0	0,9
1930.	14,6	4,3	2,6	5,7	29,5	13,8	2,7	9,8	3,9	2,1	10,1	0,9
1931.	14,7	4,3	2,6	5,9	28,9	14,0	2,7	9,7	3,9	2,2	10,2	0,9
1932.	14,7	4,2	2,5	5,9	28,8	14,3	2,7	9,6	3,9	2,3	10,2	0,9
1933.	14,7	4,1	2,4	5,9	28,3	14,7	2,7	9,5	4,1	2,2	10,5	0,9

No šās tabulas redzam, ka pirms pasaules kara Zviedrijas patērētāju kooperatīvos visvairāk ir bijuši apvienoti strādnieki, bet pa kara laiku strādnieku dominējošā loma nedaudz samazinājās un ne-

¹⁵⁵ Turpat par 1914.—1916. g. 21. lpp.; par 1920.—1922. g. 11. lpp.; par 1923. g. 9. lpp.; par 1924. g. 9. lpp.; par 1925. g. 9. lpp.; par 1926. g. 9. lpp.; par 1927. g. 9. lpp.; par 1928. g. 9. lpp.; par 1929. g. 9. lpp.; par 1930. g. 9. lpp.; par 1931. g. 9. lpp.; par 1932. g. 9. lpp. un par 1933. g. 9. lpp.

daudz pieauga lauksaimnieku nozīme. Pēc lielā pasaules kara vienu laiku ir it kā tendence atjaunoties agrākam stāvoklim, bet 1930. gadā jau atkal nedaudz pieaug lauksaimnieku nozīme uz strādnieku konta. Taču visumā relatīvi vislielākais arī tagad vēl ir strādnieku skaits.

Tomēr jāpiezīmē, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu biedru sociālais sastāvs ir ļoti dažāds, atkarībā no tā, kur patērētāju kooperatīvs atrodas. Rūpniecības strādnieku 1933. gadā visvairāk ir Jönköping'as lēnī (lān — administratīvas vienības nosaukums Zviedrijā) — pāri par 40% no patērētāju kooperatīvos apvienoto biedru skaita, — kā arī Västmanland'es un Gävleborg'as lēnos — 35—40% no patērētāju kooperatīvos apvienoto biedru skaita. Lauksaimnieku ir visvairāk Jämtland'es un Västerbotten'as lēnos — ap 35% no patērētāju kooperatīvos apvienoto biedru skaita. Kalpotāju un ierēdņu visvairāk Göteborg'as un Bohus lēnī, kā arī Stokholmas pilsētas patērētāju kooperatīvos (18 un 19%)¹⁵⁶.

Augot patērētāju kooperatīvos apvienoto biedru skaitam, ir auguši arī paši patērētāju kooperatīvi, kas redzams no sekojošās tabulas, kuŗa rāda Zviedrijas patērētāju kooperatīviem piederošo pārdotavu skaitu, kā arī šais kooperatīvos nodarbināto darbinieku skaitu¹⁵⁷.

G a d s	Pārdotavu		Algoto darbinieku	
	skaits	caurmērā uz vienu kooperatīvu	skaits	caurmērā uz vienu kooperatīvu
1908.	580	1,33	1.180	2,78
1910.	645	1,25	1.294	2,61
1915.	983	1,28	2.265	2,94
1920.	1.700	1,76	4.536	4,69
1925.	2.283	2,41	6.877	7,25
1930.	3.383	3,77	10.775	12,01
1933.	3.938	4,91	12.520	15,61

¹⁵⁶ Kooperativ verksamhet i Sverige år 1933 av K. Socialstyrelsen, 8. un 9. lpp.

¹⁵⁷ Tas pats par 1908.—1910. g. 64. un 65. lpp. — Turpat par 1925. g. 11. lpp. — Turpat par 1920.—1922. g. 11. un 12. lpp. — Turpat par 1930. g. 11. lpp. — Turpat par 1933. g. 10. un 11. lpp.

Tomēr daudz vairāk ir auguši savienībā „Kooperatīva Förbundet“ apvienotie nekā neapvienotie patērētāju kooperātīvi. Tas redzams, izsekojot sekojošiem skaitļiem¹⁵⁸.

G a d s	Savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu skaits %-tos no kopskaita								Neapvienoto patērētāju kooperatīvu skaits %-tos no kopskaita							
	bez pārdotavas	ar vienu pārdotavu	ar 2 pārdotavām	ar 3—5 pārdotavām	ar 6—10 pārdotavām	ar 11—20 pārdotav.	ar 21 un vairāk pārdotavām	nav ziņu	bez pārdotavas	ar vienu pārdotavu	ar 2 pārdotavām	ar 3—5 pārdotavām	ar 6—10 pārdotavām	ar 11—20 pārdotav.	ar 21 un vairāk pārdotavām	nav ziņu
1908.	0,6	66,9	12,2	4,2	1,7	0,6	—	13,8	—	90,6	4,7	1,6	0,8	—	—	2,3
1910.	0,3	82,2	7,3	3,2	1,1	0,3	—	5,6	1,2	86,0	6,4	4,1	0,6	—	—	1,7
1915.	1,4	69,8	12,7	6,4	0,6	0,2	0,2	8,7	3,5	80,7	3,5	7,9	—	—	—	4,4
1919.	—	66,6	19,2	10,7	2,0	0,4	0,3	0,8	1,6	65,1	7,3	5,7	—	—	—	20,3
1925.	—	58,2	18,1	17,1	4,5	1,1	0,9	0,1	—	90,5	7,9	1,6	—	—	—	—
1930.	—	41,1	19,2	24,8	9,3	4,0	1,1	0,5	1,5	76,5	13,2	7,3	1,5	—	—	—
1933.	—	34,1	18,6	25,7	12,1	6,7	2,1	0,7	1,8	76,8	12,5	8,9	—	—	—	—

Samērā strauji ir pieaugušas arī patērētāju kooperatīvu bilances. Bilanču kopsomma Zviedrijas patērētāju kooperatīvos ir augusi šādā kārtā¹⁵⁹:

G a d s	Bilanču kopsomma 1000 kronās	No tās pieder savienībā apvienotiem kooperatīviem	
		1000 kronās	%
1908.	7.646	6.403	83,7
1910.	8.065	6.092	75,5
1915.	16.708	14.309	85,6
1920.	62.895	60.223	95,8
1925.	84.593	82.461	97,5
1930.	131.452	128.057	97,4
1933.	155.578	152.542	98,0

¹⁵⁸ Turpat par 1908.—1910. g. 64. lpp. — Turpat par 1914.—1916. g. 25. lpp. — Turpat par 1917.—1919. g. 20. lpp. — Turpat par 1925. g. 11. lpp. — Turpat par 1930. g. 11. lpp. — Turpat par 1933. g. 11. lpp.

¹⁵⁹ Turpat par 1908.—1910. g. 88. un 89. lpp. — Turpat par 1914.—1916. g. 42. un 43. lpp. — Turpat par 1920.—1922. g. 18. un 19. lpp. — Turpat par 1925. g. 18. lpp. — Turpat par 1930. g. 18. lpp. — Turpat par 1933. g. 18. lpp.

No šās tabulas redzams, ka savienībā neapvienotiem patērētāju kooperatīviem pieder samērā ļoti neliela daļa (1933. g. tikai 2,0%) no visu Zviedrijas patērētāju kooperatīvu bilanču kopsummas.

Bilances pieaugums redzams arī tad, ja patērētāju kooperatīvu bilanču kopsummā izteicam caurmērā uz vienu biedru. Tā pārlešot, dabūjam sekojošus datus¹⁶⁰:

G a d s	Bilanču kopsumma caurmērā uz 1 biedru kronās	
	Apvienotos patērētāju kooperatīvos	Neapvienotos patērētāju kooperatīvos
1923.	240,58	119,20
1924.	267,75	183,03
1925.	271,39	182,61
1926.	264,39	193,45
1927.	276,28	206,60
1928.	285,15	206,43
1929.	311,10	214,11
1930.	317,55	202,77
1933.	327,03	193,87

Taču vislabāko ainu par to, kā ir auguši Zviedrijas patērētāju kooperatīvi, dod ziņas par apgādāto priekšmetu vērtību jeb, kā to parasti pieņemts teikt, ziņas par pārdoto preču vērtību resp. apgrozījumu. Šīs ziņas atrodamas sekojošā tabulā¹⁶¹. (Skat. tabulu 295. lapp.)

Pie šās tabulas jāpiezīmē, ka indekss I. aplēsts, pieņemot 1910. gada datus par 100. Indekss II. aplēsts no indekss I., pārlešot šo pēdējo vienādā naudas vērtībā, un šim nolūkam izlietāts Socialstyrel-

¹⁶⁰ Kooperativ verksamhet i Sverige år — 1923 av K. Socialstyrelsen, 17. lpp. — Turpat par 1924. g. 18. lpp.; par 1925. g. 18. lpp.; par 1926. g. 18. lpp.; par 1927. g. 18. lpp.; par 1928. g. 18. lpp.; par 1929. g. 18. lpp.; par 1930. g. 18. lpp.; par 1933. g. 18. lpp.

¹⁶¹ Turpat — par 1908.—1910. g. 67., 68. un 72. lpp.; par 1911.—1913. g. 41., 42. un 46. lpp.; par 1920.—1922. g. 13. lpp.; par 1923. g. 12. lpp.; par 1924. g. 12. lpp.; par 1925. g. 12. lpp.; par 1926. g. 12. lpp.; par 1927. g. 12. lpp.; par 1928. g. 12. lpp.; par 1929. g. 12. lpp.; par 1930. g. 12. lpp.; par 1931. g. 12. lpp.; par 1932. g. 12. lpp. un par 1933. g. 12. lpp.

G a d s	P ā r d o t s p r e č u						Caurmērā uz vienu iedzīvotāju kronās
	Milj. kronu	Indeks I	Indeks II	Caurmērā uz vienu biedru			
				Kr.	Indeks I	Indeks II	
1908. . . .	25,8						4,75
1909. . . .	29,4						5,36
1910. . . .	28,7	100	100	351	100	100	5,20
1911. . . .	30,0	105	106				5,39
1912. . . .	34,6	121	116				6,17
1913. . . .	39,3	137	131	371	106	102	6,98
1914. . . .	46,2	161	155	361	103	99	8,14
1915. . . .	60,0	209	164	431	123	97	10,50
1916. . . .	85,6	298	209	485	138	97	14,86
1917. . . .	110,5	385	210	540	154	84	19,04
1918. . . .	152,0	530	191	687	196	71	26,14
1919. . . .	223,7	779	234	931	265	80	38,26
1920. . . .	264,5	921	303	1.039	296	97	44,81
1921. . . .	235,4	820	336	882	251	103	39,53
1922. . . .	203,6	709	380	760	217	116	34,00
1923. . . .	214,2	746	445	749	213	127	35,67
1924. . . .	235,4	820	486	799	228	135	38,99
1925. . . .	264,2	921	526	818	233	133	43,64
1926. . . .	270,3	942	576	777	221	135	44,50
1927. . . .	292,6	1.020	653	777	221	141	48,07
1928. . . .	320,6	1.117	701	796	227	142	52,52
1929. . . .	335,5	1.169	753	779	222	143	54,82
1930. . . .	349,0	1.216	846	755	215	150	56,83
1931. . . .	353,8	1.233	918	716	204	152	57,41
1932. . . .	356,4	1.242	954	677	193	148	57,58
1933. . . .	356,4	1.242	985	651	185	147	57,38

sen'as uzstādītais pārtikas priekšmetu cenu svērtais indekss¹⁶². Pēc šās pārlešanas 1910. gada dati pielīdzināti 100.

No šās tabulas redzam, ka pārdoto preču summa, pat pārlešot vienādā naudas vērtībā, no 1910. līdz 1933. gadam pavairojusies

¹⁶² Šis indekss aplēsts, pieņemot 1914. gada jūlija mēnesa cenas par 100. Tādā kārtā dabūts, ka

1910 — 96	1915 — 122	1920 — 292	1925 — 168	1930 — 138
1911 — 95	1916 — 137	1921 — 234	1926 — 157	1931 — 129
1912 — 100	1917 — 176	1922 — 179	1927 — 150	1932 — 125
1913 — 100	1918 — 267	1923 — 161	1928 — 153	1933 — 121
1914 — 100	1919 — 319	1924 — 162	1929 — 149	

Skat. Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1920—1922 av K. Socialstyrelsen 13. lpp. un turpat par 1933. g. 12. lpp.

gandrīz desmit reizes. Augstāk turpretim redzējām, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvos apvienoto biedru skaits no 1908. līdz 1930. gadam ir pavairojies apm. 7 reizes. Tas nozīmē, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu apgrozījums ir pieaudzis nevien tikai uz jauniestājušos biedru kontu, bet iepērkamo preču summu patērētāju kooperatīvos ir pavairojuši arī jau esošie biedri. To pašu redzam arī, apskatot tabulas aili „pārdots preču caurmērā uz vienu biedru“. Ja šinī ailē ņemam indeku II., kas pārlēsts vienādā naudas vērtībā, tad redzam, ka no 1910. līdz 1930. gadam, t. i. divdesmit gadu laikā biedru iepirkumi pavairojušies par 50%. Tas varēja notikt: vai nu 1) pavairojoties biedru pirkšanas spējām, vai arī 2) pavairojoties preču sortimentam patērētāju kooperatīvos, vai 3) kļūstot preču iegādāšanai caur patērētāju kooperatīvu izdevīgākai. Šķiet šinī gadījumā iemesli būs vairāk vai mazāk meklējami visos trīs šais punktos.

Caurmērā vislielāko pārdoto preču summa uz vienu biedru pēdējos gados iznāk Norrbotten'as lēnī, kur tā 1933. gadā bija 825 kr., bet vislielākā pārdoto preču summa caurmērā uz vienu iedzīvotāju 1933. gadā ir bijusi Stokholmas pilsētā, un proti 145,2 kr.¹⁶³.

Izrādās, ka caurmērā pārdoto preču summa uz vienu biedru vislielākā ir lauku patērētāju kooperatīvos. To rāda sekojošā tabula¹⁶⁴:

G a d s	Pārdots preču caurmērā uz vienu biedru kronās		
	Pilsētu patērētāju kooperatīvos	Miestu patērētāju kooperatīvos	Lauku patērētāju kooperatīvos
1922.	732	752	788
1924.	754	791	848
1926.	740	748	834
1928.	761	771	851
1930.	719	751	806
1932.	669	652	702
1933.	642	624	680

¹⁶³ Kooperativ verksamhet i Sverige år 1933 av K. Socialstyrelsen, 13. lpp.

¹⁶⁴ Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1920—1922 av K. Socialstyrelsen, 14. lpp.; par 1924. g. 14. lpp.; par 1926. g. 14. lpp.; par 1928. g. 14. lpp.; par 1930. g. 14. lpp.; par 1932. g. 14. lpp. un par 1933. g. 14. lpp.

Tas, acīm redzot, izskaidrojams ar to, ka lauku patērētāju kooperatīvi Zviedrijā parasti apgādā saviem biedriem visus viņu vajadzību apmierināšanai nepieciešamos priekšmetus un nereti pat arī dažus ražošanas līdzekļus (vienkāršos darba rīkus u. c.), kamēr pilsētas patērētāju kooperatīvi ir specializējušies galvenā kārtā pārtikas priekšmetu nozarē.

Lielākais patērētāju kooperatīvs Zviedrijā ir Stokholmas patērētāju kooperatīvs. Apskatīsim īsumā tā attīstības gaitu un uzbūvi.

Stokholmas patērētāju kooperatīvs radās, apvienojoties 1915. gadā vairākiem kooperatīviem, starp kuriem lielākie bija „Kooperativa föreningen Thule“ un „Kvinnornas andelsförening Svenska Hem“.

Pirmais no minētajiem kooperatīviem uzsāka savu darbību 1903. gada 7. februārī un sākumā saucās „L. M. Erickssons arbetares konsumtionsförening“. Sākumā saskaņā ar statūtiem par biedriem varēja būt tikai strādnieki, kas bija nodarbināti Eriksona darbnīcās. Preces bija domāts pārdot par pašcenu, bet ja tīrais atlikums tomēr rastos, tad tas būtu sadalāms samērā ar biedru pajiem un pieskaitāms tiem. Pirmās pārdotavas ierīkošanā palīdzēja darbnīcu īpašnieks, dodams par brīvu telpas u. t. t. Pārdotava sākumā bija atvērta tikai uz dažām stundām un tikai dažas dienas nedēļā. Kā pārdevēji strādāja paši valdes locekļi, bet preces iepirka visa valde. Pārdotavas atvēršanas brīdī bija 59 biedri, bet to skaits pamazām vairojās. Noslēdzot 1903. gadu, valde konstatēja, ka šinī gadā preces pārdotas par 11.221,36 kr. un iegūts tīrs atlikums 1265,68 kr., kas sastādīja 11,27% no apgrozījuma.

1904. gadā grozīti statūti kooperatīvā garā, nosakot, ka pēc tam, kad paju kapitālam aplēsti vismaz 5%, pārējais tīrais atlikums sadalāms samērā ar biedru iepirkumiem, bet uz pēdējiem tomēr nedrīkst izmaksāt vairāk par 8%. Bez tam paredzēts arī krāt nedalāmu kapitālu, kuŗā no tīrā atlikuma atskaitāmi 2%.

1905. gadā kooperatīvam pievienojās vēl divas patērētāju biedrības: „Kooperativa föreningen Framgång“ un Tramvaja darbinieku patērētāju biedrība. Sakarā ar to kooperatīvs pieņēma jaunu nosaukumu: „Kooperativa föreningen Thule“. Jaunpieņemtos statūtos bija paredzēts, ka pēc tam, kad izdarīti visi nepieciešamie norakstījumi, 5% tīrā atlikuma pieskaitāmi rezerves kapitālam, bet no pārējās daļas aplešami procenti biedru pajiem, bet ne vairāk par 5% gadā, un izmaksājamas prēmijas par biedru iepirkumiem. Tanī

pašā gadā kooperatīvs ierīkoja arī savu manufaktūras nodaļu. Biedru skaits strauji pieauga: 1904. gada beigās tas bija 169, 1905. g. beigās — 470, 1906. gada beigās — 1291 un 1907. gada beigās jau 1796. Bet 1910. gada beigās biedru skaits bija jau sasniedzis 3121. Tanī laikā kooperatīvam piederēja 10 pārdotavas.

1908. gadā ar kooperatīvu savienojās „Tomteboda fördelningsbod“ un arī „Bergsunds arbetares konsumtionsförening“. Apgrozījums pieauga no 24.639 kr. 1904. gadā līdz 754.410 kr. 1909. gadā. Pirmajos darbības gados bija samērā liels tīrais atlikums, bet tas bija zināmā mērā fiktīvs, jo netika izdarīti attiecīgi norakstījumi no inventāra un preču krājuma. 1908.—1909. gados jau tīrais atlikums bija noslīdējis līdz 0,09% un 0,52% no apgrozījuma. Šais gados kooperatīvam nācās cīnīties ar ievērojamām grūtībām, kurās lielā mērā bija vainojama manufaktūras nodaļa. Preces bija jāiepērk uz parāda, kamdēļ drīz vien noskaidrojās, ka preču piegādātāji pieprasa no kooperatīva daudz lielākas cenas, nekā tanī laikā tās pastāvēja tirgū. Tas spieda šo kooperatīvu meklēt kādu izeju, lai nebūtu jālikvidējas. Un par tādu izeju noderēja fūzija ar citiem patērētāju kooperatīviem¹⁶⁵.

Sieviešu kooperatīvs „Kvinnornas andelsförening Svenska Hem“ dibināts 1905. gadā sakarā ar ierosinājumu, ko dažas šā kooperatīva dibinātājas bija guvušas kādā ceļojumā, iepazīstoties ar Lielbritānijas patērētāju kooperāciju. Dibināšanas gadā kooperatīvā skaitījās 391 biedrs ar pajiem 20.940 kr. Katram biedram vajadzēja iemaksāt vismaz vienu paju 20 kr. apmērā, pie kam par katru pilnīgi iemaksātu paju saskaņā ar statūtiem varēja aplēst augstākais 4% gadā. Pēc tam, kad no tīrā atlikuma aplēsti % paju kapitālam, 10% bija jāatskaita rezerves kapitālā un 5% īpašā fondā „Kvinnornas hus“, bet vēlāk kooperatīvās audzināšanas fondā. Pārējā tīrā atlikuma daļa sadalāma starp biedriem samērā ar viņu iepirkumiem kooperatīvā. Par biedriem kooperatīvā varēja būt tikai sievietes. Īsi pirms kooperatīva darbības uzsākšanas, kad bija jau iekārtotas pārdotavas un pieņemti darbinieki, Stokholmas pārtikas preču tirgotāju biedrība „Stockholms specerihandlareförening“ savā kupli apmeklētā sapulcē nolēma izsūtīt cirkulāru visiem galvas pilsētas lieltirgotājiem, fabrikantiem un aģentiem ar uzaicinājumu boi-

¹⁶⁵ Axel Gjöres. Före „Stockholm“. „Kooperatören“ 1928., Nr. 3., 37.—46. lpp.

kotēt jaundibināto kooperātīvu, piedraudot pretējā gadījumā boikotēt arī tos, kas šo uzaicinājumu neievēros. Lieltirgotāji un fabrikanti, izņemot vienu cukura fabriku un vienas dzirnavas, atsaucās uz šo cirkulāru un atteicās pārdot preces kooperātīvam. Tikai ar lielām grūtībām un ar savienības „Kooperativa Förbundet“ palīdzību, kas pati tanī laikā vēl veda tikai aģentūras operācijas, izdevās ievadīt sakarus ar dažiem citu pilsētu lieltirgotājiem. Tāpat kooperātīvam izdevās noorganizēt preču iepirkšanos pie ārzemju tirgotājiem, kā arī citu zemju kooperātīvu lieltirdzniecības savienībās. Tas deva kooperātīvam iespēju uzsākt savu darbību. Tirgotāju pieteiktais boikots, par kuŗu jo plaši rakstīja laikraksti, sagādāja jaunajam kooperātīvam lielu populāritāti¹⁶⁶.

Kooperātīva biedru skaits strauji pieauga, jau pirmā darbības gada beigās tas sasniedza 573. Tāpat auga arī kooperātīva apgrozījums. 1906. gada beigās tas bija 141.000 kr., bet gadu vēlāk jau 216.000 kr. Tirgotāju boikots turpinājās arī 1906. un 1907. gadā un tikai 1908. gadā sāka pamazām izzust. Kaut gan kooperātīvam nebija sevišķi daudz pārdotavu, bet pircēji tam atradās visās pilsētas malās. Tas bija iespējams tāpēc, ka kooperātīvs piegādāja preces mājās. Četras reizes gadā kooperātīvs iespieda savu cenu rādītāju un piesūtīja mājās katram biedram, tā ka preču pasūtījumus bija viegli izdarīt pa tālruni. Kooperātīvam bija biedri arī tālu ārpus Stokholmas, un kā viena no pirmām šādām biedrenēm minama pazīstamā zviedru rakstniece Selma Lagerlöf.

Kooperātīvs lielu vērību piegrieza arī kooperātīvās audzināšanas jautājumiem, un šim nolūkam 1906. gadā ievēlēja īpašu komiteju. Pēdējā rūpējās par priekšlasījumu un dažādu izrīkojumu sarīkošanu, skrejlapu izdošanu un izplatīšanu, rakstu piesūtīšanu laikrakstiem, lai tādā kārtā populārizētu nevien kooperātīvu, bet vispār kooperācijas ideju. Tāpat arī kooperātīvs rūpējās par kooperācijas literātūru un izdeva dažas no citām valodām tulkotas grāmatas par kooperāciju. 1916. gadā kooperātīvs izbeidza savu patstāvīgo darbību, savienodamies ar citiem kooperātīviem vienā — Stokholmas patērētāju kooperatīvā¹⁶⁷.

¹⁶⁶ Turpat Nr. 6., 97.—103. lpp.

¹⁶⁷ Turpat — Nr. 7., 126.—132. lpp.

Kā trešā organizācija, kas bija par pamatu Stokholmas patērētāju kooperatīvam, minama „Koopertiva charkuterifabriken i Stockholm“. Šī organizācija radās sakarā ar to, ka gaļas tirgotāji gatavojās boikotēt Stokholmas patērētāju kooperatīvus. Tā dibināta 1907. gadā un bija ar visai īpatnēju raksturu, it kā starpforma starp patērētāju un ražošanas kooperatīvu, kā zināms ko-partneršipa veids. Par darbiniekiem šī organizācija drīkstēja pieņemt tikai biedrus. Bez fiziskām personām tanī par biedriem bija arī juridiskās — patērētāju kooperatīvi un arī arodbiedrības, jo patērētāju kooperatīvu bija par maz, lai sagādātu visu vajadzīgo kapitālu. Tīro atlikumu, norakstot no tā vispirms 25% rezerves kapitālā un 10% būvniecības kapitālā, kā arī procentus par paļiem — ne vairāk kā 5% gadā, — saskaņā ar statūtiem vajadzēja izdalīt starp pircējiem un strādniekiem tādā kārtā, lai par iepirkumiem un darba algām tiktu izmaksāts vienāda lieluma %. Pie šās organizācijas dibināšanas tanī iestājās 25 arodbiedrības ar 1080 kr. lielu iemaksu paju kapitālā, 17 patērētāju kooperatīvi ar 1250 kr. lielu iemaksu paju kapitālā un vairāki gaļas fabriku strādnieki ar 1500 kr. lielu iemaksu. Kaut gan sagādātie līdzekļi bija visai nepietiekoši — pēc iepriekšējas aplēses vajadzēja ap 10.000 kr., tomēr šās organizācijas fabrika uzsāka savu darbību 1908. gada februārī. Sākumā visus ražojumus pārdeva tikai vairumā, ja neskaita pašas fabrikas strādnieku pirkumus savām personīgām vajadzībām, pie kam galvenie ražojumu noņēmēji bija Stokholmas un apkārtnes patērētāju kooperatīvi, kā arī daži gaļas sīktirgotāji. 1909. gadā šī organizācija atvēra pārdotavu gaļas preču pārdošanai mazumā un 1911. gadā vēl divas tādas pašas pārdotavas. 1909. gadā fabrikai nācās pārciest lielas grūtības, jo šinī gadā izcēlās streiks, kuŗā nolēma piedalīties arī fabrikas strādnieki. Pa streika laiku fabrika bija lielā mērā pazaudējusi savus gaļas preču vairuma noņēmējus, kamdēļ fabriku piedāvāja pārdot savienībai „Koopertiva Förbundet“. Pēdējā tanī laikā veda cīņu ar margarīna karteli (skat. tālākās nodaļas) un tāpēc no fabrikas pirkšanas atteicās. Pēc kāda laika fabrikas darbība tomēr uzlabojās. Apgrozījumi šai organizācijai auga šādā kārtā:

1909. g.	Kr. 147.873
1911. g.	„ 361.714
1913. g.	„ 487.929
1914. g.	„ 469.424

Pēdējā samazināšanās izskaidrojama ar kara apstākļiem.

Paju kapitāls 1909. gada sākumā bija 6930 kr., bet 1914. gada beigās 15.712 kr. Rezerves kapitāls 1909. gadā bija tikai 69 kr., bet 1914. gada beigās tas bija jau 19.938 kr. un bez tam vēl dažādi citi fondi 6992 kr. Lielākā daļa pašu līdzekļu uzkrāta no tīra atlikuma¹⁶⁸.

Kopā ar šiem minētiem trim, 1915. gadā Stokholmā bija 16 patērētāju kooperatīvu. Šo kooperatīvu apvienošanās sākās 1915. gadā, kad savienojās „Koop. föreningen Thule“, „Bageriföreningen Trygg“ un „Kooperativa Charkuterifabriken“. 1916. gadā pievienojās vēl sieviešu kooperatīvs „Svenska Hem“, un pēc tam šim piemēram sekoja citi pārējie kooperatīvi. Tā radās tagadējais Stokholmas patērētāju kooperatīvs, kuŗu paši zviedri apzīmē īsumā ar burtiem K. F. S. Šo fūziju spieda izdarīt kā grūtības, ko pārdzīvoja daži no šiem kooperatīviem, tā arī tās grūtības, ko sakarā ar pasaules kara pārdzīvoja visa Zviedrija saimniecības dzīvē¹⁶⁹.

Stokholmas patērētāju kooperatīva tālāko attīstību raksturo sekojošie skaitļi:¹⁷⁰. (Skat. tabulu 302. lapp.).

No šās tabulas redzam, ka visu šo laiku no pat šā lielā kooperatīva dibināšanas dienas ir audzis kā apvienoto biedru skaits, tā arī apgrozījums, kooperatīva paša kapitāls (paji un nedalāmie kapitāli) un tīrais atlikums.

Šim kooperatīvam uz 1936. g. 1. janvāri piederēja 372 pārdotavas. No tām 185 bija maizes pārdotavas, 66 gaļas un gaļas produktu pārdotavas, 43 kombinētas dažādu pārtikas preču pārdotavas, 68 dažādu patēriņa priekšmetu pārdotavas (izņemot maizi un gaļu) un 10 speciālas pārdotavas dažādām preču grupām (apaviem, mājturības piederumiem, restorāns u. c.)¹⁷¹.

Stokholmas patērētāju kooperatīvam pieder arī divi lieli ražošanas uzņēmumi. Tie ir gaļas produktu fabrika un ceptuve. Pirmā no tām nesen pārvietota jaunās telpās „Konsumhuset“ un ir

¹⁶⁸ Turpat — Nr. 24., 515.—519. lpp.

¹⁶⁹ Anders Örne. Sammanslagningen av konsumentföretagen i Stockholm. „Kooperatören“ 1915., Nr. 9., 179. lpp. — Co-operation in Sweden by Axel Gjöres. Manchester 1927., 47. — 49. lpp.

¹⁷⁰ Konsum verksamhetsberättelser 1935., 68. lpp.

¹⁷¹ „Konsumentbladet“ 1936., Nr. 3., 13. lpp.

G a d s	Apvienoto biedru skaits	Paji	Nedalāmie kapitāli	Kopā pašu kapitāli	Tirais atlikums	Apgrozi- jums	T ū k s t o š o s k r o n u						
1916.	4.461	46	48	94	50	2.776							
1917.	9.076	123	72	195	79	4.312							
1918.	9.779	172	101	274	149	7.051							
1919.	10.694	250	125	375	196	8.692							
1920.	12.672	436	273	709	427	11.112							
1921.	15.204	599	536	1.135	558	12.551							
1922.	15.376	786	731	1.517	573	13.898							
1923.	19.279	925	863	1.789	666	16.968							
1924.	23.258	1.088	1.058	2.146	790	20.262							
1925.	28.069	1.350	1.262	2.612	974	25.586							
1926.	34.790	1.708	1.499	3.206	1.287	30.315							
1927.	39.942	2.060	1.998	4.058	1.387	33.249							
1928.	45.665	2.503	2.488	4.992	1.607	38.519							
1929.	50.871	2.923	2.912	5.835	1.709	40.974							
1930.	55.346	3.287	3.558	6.844	1.956	45.499							
1931.	61.274	3.680	4.171	7.851	2.127	48.716							
1932.	68.369	4.090	4.703	8.793	2.030	51.497							
1933.	72.629	4.499	5.145	9.643	2.060	51.587							
1934.	75.157	4.775	5.911	10.687	2.100	52.123							
1935.	77.483	5.043	6.598	11.641	2.384	59.529							

tagad lielākais un modernākais šāda veida uzņēmumus Zviedrijā. No šās fabrikas produktiem pēdējā laikā ievērojami ir gaļas konservi un pagatavoti gaļas ēdieni. Tāpat arī ceptuve uzskatāma par vienu no lielākām un modernāk iekārtotām Zviedrijā.

Preces Stokholmas patērētāju kooperatīvs pārdod konsekvēnti tikai par skaidru naudu¹⁷².

Stokholmas patērētāju kooperatīva pārvalde izveidota tā, ka viss kooperatīva darbības rajons ir sadalīts 83 rajonos (1936. gadā). Katrā no šiem rajoniem notiek sava biedru sapulce, kas starp citu ievēl rajona padomi. Šās padomes uzdevums būt par sakaru uzturētāju starp rajonā dzīvojošiem biedriem un kooperatīva centrālo vadību. Bez tam katra rajona sapulce ievēl arī ziņāmu skaitu pārstāvju, kas piedalās kooperatīva pilnvarnieku sapulcē. Šis skaits atkarīgs no rajonā dzīvojošo biedru skaita. Sa-

¹⁷² Turpat 1936., Nr. 11., 8. un 9. lpp.

pulce sastāv no 105 vēlētiem pārstāvjiem, sapulcējas reiz gadā svarīgāko jautājumu apspriešanai (gada pārskata apstiprināšanai, tīrā atlikuma sadalīšanai u. c.), kā arī kooperatīva padomes ievēlēšanai, kas sastāv no 15 locekļiem. Padome notur savas sēdes reizi mēnesī un izlemj visus svarīgākos tekošos jautājumus, kā arī uzrauga valdes darbību. Valde sastāv no trim locekļiem, kurus ieceļ padome. Tie ir lietpratēji, kurus izrauga un kā algotus darbiniekus pieņem padome. Valdes locekļi sadala savā starpā uzdevumus un tādā kārtā vada visu kooperatīva tekošo darbību. Kooperatīva statūtos paredzēts, ka arī padomē var ievēlēt tikai personas ar attiecīgām kooperatīvām un vispār saimnieciskām zināšanām un pie tam tikai tādas, kas iepriekšējā gadā iepirkušās kooperatīvā ne mazāk par 400 kronām. Kā valdes locekļus var pieņemt ne no padomes vidus, tā arī padomes locekļus var ievēlēt arī ne no pilnvarnieku vidus¹⁷³.

Mazāko Zviedrijas patērētāju kooperatīvu pārvaldīšana iekārta tā, ka pilnvarnieku sapulces vietā tais sanāk tieši biedru pilna sapulce un padomes vietā ievēl valdi. Tekošo darbu vadīšanai valde pieņem lietpratēju — kooperatīva vadītāju, kuŗa darbību valde pārrauga¹⁷⁴.

Kā atsevišķie Zviedrijas patērētāju kooperatīvi, tā arī to savienība jo stingri pieturas pie neitralitātes principa¹⁷⁵.

Kopsavilkumā varētu teikt, ka patērētāju kooperācijas attīstības sākumi Zviedrijā meklējami pagājušā gadsimta sešdesmitajos gados. Bet vajadzēja paiet četrdesmit līdz piecdesmit gadiem, iekams patērētāju kooperācija paspēja nostiprināties. Šis starplaiks pilns dažādu neveiksmju, kam par iemeslu ir bijusi nepiemērota uzbūves forma (akciju sabiedrības forma, piemēram), dažādas kļūdas šo kooperatīvu vadībā un arī daži tīri ārējas dabas iemesli (piem. kooperatīvā likuma trūkums). Savā attīstības gaitā

¹⁷³ Svenska hem i samverkan av Anders Hedberg. Stockholm 1932., 16.—20. lpp. — „Kooperatören“ 1921. Nr. 3., 45. lpp. „Konsumentbladet“ 1936. g., Nr. 11., 12. lpp.

¹⁷⁴ Svenska hem i samverkan av Anders Hedberg. Stockholm 1932., 14.—16. lpp.

¹⁷⁵ Turpat — 4. lpp.

patērētāju kooperatīvi ir atmetuši nepiemēroto uzbūves formu un labojuši vadībā pielaistās kļūdas, tādā kārtā pakāpeniski tuvojoties tiem principiem, ko tuvāk apskatījām iepriekšējās nodaļās. Sakarā ar to patērētāju kooperācija Zviedrijā, neraugoties uz agrāk ciestām neveiksmēm, pēdējā laikā ir kļuvusi par visai spēcīgu faktoru, pie kam tās tālākā attīstība kvantitatīvā ziņā uzrāda arvienu vēl pieaugošu tendenci. Viss lielais Zviedrijas patērētāju kooperatīvu vairums ir apvienots Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībā „Kooperatīva Förbundet“.

V. PATĒRĒTĀJU KOOPERĀCIJA KĀ TAUTAS SAIMNIECISKĀ AUDZINĀTĀJA.

Lietpratēju komisija, kuŗai Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības padome 1929. gadā uzdeva izpētīt jautājumu par kooperatīvo audzināšanu un izglītību, savu ziņojumu padomei 1931. gadā iesāk ar sekojošiem vārdiem¹⁷⁶:

„Kooperācijas kustībai, kuŗas mērķis noorganizēt pēc iespējas labāk preču apgādāšanu mājturībām, ir noteikti saimniecisks raksturs. Bet tā kā šo darbu vada paši biedri un visa šā darba iekārtošana un izveidošana ir atkarīga no pašu biedru gribas, kāda tā izpaužas viņu padomos un ikdienas attiecībās pret kooperatīvu, ir skaidrs, ka kooperācijas kustības stāvoklis un nākotne ir vislielākā mērā atkarīgi no biedru vairākuma vispārīgiem saimnieciskiem uzskatiem un šo uzskatu saskaņas ar tiem nosacījumiem un prasībām, kas nepieciešami kooperatīvā uzņēmuma veselīgai attīstībai. Tāpēc kooperācijas kustībai neatlaidīgi jāpūlas, lai dotu saviem biedriem iespēju iepazīties ar tās saimnieciskās darbības pamatnosacījumiem, ko ved kooperācijas kustība, un ar tiem principiem, kuŗus kooperācija, saskaņā ar savu būtību, darbā ievēro.“

Bet ir arī vēl otrs apstāklis, kas ne mazāk spiež patērētāju kooperatīvus Zviedrijā rūpēties par savu biedru iepazīstināšanu ar patērētāju kooperatīvu uzbūvi un darbības paņēmieniem. Tas ir tas apstāklis, ka biedri nav spiesti izdarīt visus savus iepirkumus patērētāju kooperatīvā, bet gan var savus iepirkumus izdarīt tur, kur tiem tas izdevīgāk. Noslēdzot Zviedrijas patērētāju kooperā-

¹⁷⁶ Kooperativ upplysning och utbildning. Stockholm 1931., 7. lpp.

tīvu savienības 1933. g. pilnu biedru sapulci, šās sapulces vadītājs Anders Ōrne ir šo apstākli raksturojis šā:

„Mēdz teikt, ka kooperācijas statistikā nav vērojamas nekādas pēdas no iepriekšējās lielās saimniecības krīzes. Tas ir visai pareizs novērojums... un tomēr mūsu patērētāju kooperatīvos katram biedram ir pilnīga brīvība pirkt to, ko viņš atrod par pirkšanai noderīgu, un nepirkt to, kas viņam nav derīgs, kā arī pirkt vai nu patērētāju kooperatīvā vai arī pie privātā tirgotāja. Ja patērētāju kooperācija neeksistētu un kāds sēstos pie rakstāmgalda, lai aplēstu, kā būtu tad, ja radītu organizācijas, līdzīgi mūsējām, kur biedriem būtu atstāta pilnīga brīvība pirkt vai nepirkt, tad viņam būtu jāatzīst, ka šādu patērētāju kooperāciju nemaz nav iespējams realizēt, jo, viņš teiktu, kā gan, pastāvot šādai biedru brīvībai, mēs varētu būt droši par to, ka mūsu kooperatīvam būs zināms apgrozījums? Visi mūsu biedri taču vienā jaukā dienā var aiziet iepirkties pie citiem, un mēs varam palikt sēžot ar mūsu precēm un mūsu pārdošanas aparātu, kuŗa darbiniekus mēs nespētu atalgot. Bet tagad mēs varam mierīgi teikt, ka *īstenība* mums pietiekami rāda, ka šinī jautājumā nav nekādas vajadzības pēc šādām nedrošām teorijām. *Īstenība* mums rāda, ka mūsu apgrozījums ir ļoti stabils un to ļoti mazā mērā spēj ietekmēt ārējie apstākļi, mūsu pretinieku kūdījumi un dažādi vilinājumi.

Kamdēļ gan tas ir tā? Tas tāpēc tā, ka tā izvēles brīvība, uz kuŗas balstās kooperācija, mudina biedrus ļabi pārlikt, ļabi pārdomāt, pirms viņi ko dara. Bet kad viņi ar veselu prātu pārdomā, pirms viņi ko dara, viņu darbība nav untumaina, nepieciešamās pārmaiņas šinī darbībā nav straujas un tāpēc nenes ļaunu... biedri pierod lietāt paši savu saprātu paļaušanās vietā uz citu spriedumiem, lai tādā kārtā viņi paši savas darbības un savas atbildības vietā neperinātu sevī neapmierinātību un nekurnētu pret tiem, kam ir bijusi noteikšana... Patiešām nav nevienas citas drošas garantijas, kas nodrošinātu uzņēmumam solidumu, kā tikai tā, kas atrodas dalībnieku, biedru un klientu smadzenēs, viņu spējās veselīgi un pareizi spriest¹⁷⁷.“

Šīs zināšanas dod un šo spriešanas spēju attīsta patērētāju kooperatīvu biedros zināmā mērā jau gada sapulces, ja vien ko-

¹⁷⁷ „Kooperatören“ 1933. g., 312.—313. lpp.

operatīva valde pietiekami pamatoti paskaidro par savu darbību, gada pārskatu u. t. t. Tas tomēr pārāk maz, un tāpēc Zviedrijas patērētāju kooperatīvi un to savienība sevišķu vērību piegriež arī citiem biedru audzināšanas un izglītības līdzekļiem.

Pirmām kārtām liela vērība piegriezta runātam vārdam. Tāpēc patērētāju kooperatīvu pilnās sapulcēs un citās sanāksmēs parasti notur priekšlasījumus par dažādiem kooperācijas un tautsaimnieciskas dabas jautājumiem. Šiem priekšlasījumiem nepieciešamos lektoros sūta Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība. Tā kā vienā atsevišķā priekšlasījumā nav iespējams lektoram kaut cik nopietnāk un dziļāk iztirzāt apskatāmos jautājumus, tad daudzi Zviedrijas patērētāju kooperatīvi sarīko īpašus lekciju ciklus, kas sastāv sākot no 3—4 un beidzot ar 10 un vairāk priekšlasījumiem. Kā priekšlasījumu papildinātājs lielā mērā kalpo filma, pie kam pati savienība ir izgatavojusi veselu rindu filmu izglītības un propagandas nolūkiem¹⁷⁸. Kādos apmēros notiek šo filmu lietāšana, rāda, piemēram, tas fakts, ka 1931./32. gada ziemā filma par kooperatīvo spuldžu fabriku (par šo fabriku skat. turpmākās nodaļās) ir piedzīvojusi 1620 izrādes kopskaitā ar 465.000 apmeklētājiem¹⁷⁹.

Kā tālākais biedru audzināšanas un izglītības veicināšanas līdzeklis ir savienības izdots illūstrētais nedēļas laikraksts „Konsumentbladet“. Laikraksts blakus daiļliteratūras darbiem sniedz arī veselu rindu populāru kooperācijas un tautsaimniecības rakstu, piesaistot par saviem līdzstrādniekiem kā kooperācijas praktiskos darbiniekus, tā arī daudzus zinātniekus. Patērētāju kooperatīvu pārvaldes organu locekļu, darbinieku un aktīvāko biedru vajadzībām savienība izdod divas reizes mēnesī laikrakstu „Kooperatören“. Šis laikraksts sniedz pastāvīgi arī plašu pārskatu par pasaules un Zviedrijas jaunākiem notikumiem saimniecības laukā¹⁸⁰.

Kādā mērā šie abi laikraksti izplatīti, tas redzams no sekojošās tabulas, kas rāda, kādu eksemplāru skaitu abonē Zviedrijas

¹⁷⁸ Kooperativ upplysning och utbildning, 22. un 23. lpp.

¹⁷⁹ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorerens berättelser 1931., 37. lpp.

¹⁸⁰ Kooperativ upplysning och utbildning. Stockholm 1931., 23. un 24. lpp.

patērētāju kooperatīvu savienībā apvienotie kooperatīvi un to biedri¹⁸¹:

G a d s	Savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu biedru skaits	„Konsumentbladet“ abonēto eksemplāru skaits	„Kooperatören“ abonēto eksemplāru skaits
1923.	274,0	109,5	2,5
1924.	292,5	139,7	2,8
1925.	315,9	196,4	2,9
1926.	339,3	232,6	3,3
1927.	365,9	261,5	3,6
1928.	392,3	294,9	3,9
1929.	421,6	327,6	4,0
1930.	450,9	368,5	4,2
1931.	481,3	402,5	4,3
1932.	513,0	429,5	4,4
1933.	533,8	460,2	4,8
1934.	550,7	470,7	4,6
1935.	568,0	482,1	4,5

Tā tad kamēr 1923. gadā „Konsumentbladet“ abonēja tikai 40% no visiem savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu biedriem, 1935. gadā jau 85% no šo biedru skaita.

Nākošais biedru audzināšanas un izglītības līdzeklis ir kooperācijas un tautsaimniecības literatūra, par kuŗas izdošanu rūpējas Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības grāmatu apgāds. Pēdējos gados nevien ir izdota vesela rinda visdaŗzādāko grāmatu, pievelkot šinī darbā labākos Zviedrijas zinātniekus (piem. prof. Gustavu Cassel'i, prof. G. Westin Silverstolpe, prof. Gösta Bagge, Mag. fil. Josef Wolontis, Dr. fil. Karin Kock, Dr. fil. Johan Åkerman'i, prof. Bertil Ohlin'u u. c.), bet šīs grāmatas ir arī atraduŗas ceļu tautā. Piemēram prof. G. Westin Silverstolpe grāmata „Tautsaimniecība visiem“ bija 1931. gadā jau izgājusi piecos izdevumos

¹⁸¹ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorernas berättelser 1923., Tabell 7. — Turpat par 1924. g. Tabell 6. — Turpat par 1925. g. Tabell 6. — Turpat par 1926. g. Tabell 6. — Turpat par 1927. g. Tabell 6. — Turpat par 1928. g. Tabell 6. — Turpat par 1929. g. Tabell 6. — Turpat par 1930. g. Tabell 6. — Turpat par 1931. g. Tabell 6. — Turpat par 1932. g. Tabell 6. — Turpat par 1933. g. Tabell 6. — Turpat par 1934. g. Tabell 6. — Turpat par 1935. g. Tabell 6.

kopā apm. 30.000 eksemplāros, tā paša autora grāmata „Zviedrijas saimniecības dzīve 20. gadsimtā“ 8000 eksemplāros, Andera Hedberga grāmata „Zemnieku kopdarbība Dānijā“ 30.000 eksemplāros u. t. t. Sakarā ar visu teikto Zviedrijas tautas izglītības darbiniekos (tautas augstskolu vadītājos u. c.) valda uzskats, ka kooperācijas līdzdalība tautas saimnieciskā audzināšanā ir ļoti liela¹⁸².

Lai kooperācijas un tautsaimniecības literatūrai palīdzētu vieglāk atrast ceļu pie lasītājiem, daudzi patērētāju kooperātīvi ir ierīkojuši savas bibliotēkas biedru un darbinieku vajadzībām.

Blakus grāmatām jāmin arī Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības mācības vēstules. No 1919. g., kad šīs vēstules sāka iznākt, līdz 1935. g. beigām 118.518 personu un 8112 pašmācības pulciņu šādā ceļā ir mācījušies grāmatvedību, tirdzniecības rēķināšanu, tautsaimniecību, mācību par bankām u. c. priekšmetus. Lielākā šo personu daļa ir bijuši kooperātori. Atsevišķie patērētāju kooperatīvi šādā ceļā veicina biedru pašizglītību, segdami daļu no biedru mācības maksas. Daudzi patērētāju kooperatīvi pat ir organizējuši īpašus pašmācības pulciņus, lai pulciņa dalībnieki papildinātu savas zināšanas ar mācības vēstulu palīdzību. Pēdējos gados ir sevišķi izplatījušies īpaši kooperācijas pulciņi kooperācijas izglītības un propagandas nolūkiem. Šie pulciņi organizēti ar nolūku radīt patērētāju kooperatīvos brīvprātīgu organu, kas kopā ar kooperatīva valdi veic kooperatīvās audzināšanas darbu un reizē arī sagatavo sevi šim darbam. Var teikt, ka šie kooperācijas pulciņi ir kombinācija no pašmācības pulciņa un propagandas komisijas, kas rūpējas par savu zināšanu paplašināšanu un sagatavošanos propagandas darbam ārpus paša pulciņa. Daudzos patērētāju kooperatīvos šie pulciņi ir veikuši ļoti lielu propagandas un audzināšanas darbu. No šo pulciņu vidus izaug arī kooperatīviem jauni vadītāji — pārvaldes organu locekļi. Lai atvieglinātu šo pulciņu darbību, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir izdevusi īpašas programmas dažādos kooperācijas jautājumos. Šinīs programmās uzrādīta attiecīgā literatūra, kā arī uzstādīta vesela rinda jautājumu pārrunai sakarā ar izlasīto literatūru pulciņu sanāksmēs. Ja kāds pulciņš vēlas pārliecināties par savas atbildes pareizību uz vienu vai otru no programmā uzstādītiem jautājumiem, tad tas

¹⁸² Kooperativ upplysning och utbildning. Stockholm 1931., 24. un 25. lpp.

savas atbildes iesūta savienībai, kur tās pārbauda par brīvu¹⁸³. Par šo pulciņu darbības attīstību liecina tas, ka 1923. gadā Zviedrijā bija tikai 183 šādi pulciņi, kamēr 1935. gadā šo pulciņu skaits bija pieaudzis jau līdz 2700. Pulciņu dalībnieku, kā arī kooperatīvo sieviešu ģilžu locekļu vajadzībām kooperatīvās audzināšanas un izglītības laukā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība izdod īpašu nelielu laikrakstu „Vi vill“, kas 1935. gadā iznāca 32.000 eksemplāros. Patērētāju kooperatīvu valdes locekļu vajadzībām iznāk laikrakstiņš „Dagordningen“, kas 1934. gadā ir iznācis 5500 eksemplāros¹⁸⁴.

Ievērojamu pakalpojumu Zviedrijas patērētāju kooperācijai audzināšanas un izglītības, kā arī propagandas laukā ir izdarījušas Zviedrijas kooperatīvās sieviešu ģildes. Tās dibinātas pēc Lielbritānijas parauga, un šo ģilžu propagandētājs un pirmais organizētājs Zviedrijā bija netaisnīgs kooperators Mārtiņš Sundell's. Pirmo kooperatīvo sieviešu ģildi Zviedrijā viņam izdevās noorganizēt 1906. gadā Eskilstunā. 1907. gada rudenī jau notika pirmais kooperatīvo sieviešu ģilžu kongress, kurā piedalījās pārstāves no 29 ģildēm. Saskaņā ar šā kongresa lēmumu tanī pašā gadā nodibināta ģilžu savienība „Kooperativa kvinnogillesförbundet“¹⁸⁵.

Zviedrijas kooperatīvo sieviešu ģilžu statūtos paredzēti šādi mērķi¹⁸⁶:

„Ģildes uzdevums apvienot visas sievietes, kas vēlas darboties kooperācijas idejas izplatīšanas laukā, un katrai biedrenei šinī virzienā jādara viss, kas stāv viņas spēkos. Darbība notiek personīgas aģitācijas, literatūras izplatīšanas, priekšlasījumu, diskusiju, izrīkojumu un tamlīdzīgā ceļā.

Ģildes uzdevums bez jau minētā ir arī rūpēties par to, lai sievietes, būdamas par biedriem kooperatīvos, ietekmētu pēdējos, kā arī darbotos atturības un vispārīgas izglītības veicināšanas laukā. Ģilde pati nenodarbojas ar tirdzniecību, bet rūpējas par kooperatīva ierīkošanu tur, kur tāds būtu vajadzīgs.

¹⁸³ Turpat 29—34. lpp.

¹⁸⁴ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorernas berättelser 1923., 24. lpp. — Turpat par 1935. g. 44. un 45. lpp.

¹⁸⁵ Festskrift med anledning av Kooperativa kvinnogillesförbundets 5-års — jubileum. Stockholm 1912., 9.—16. lpp.

¹⁸⁶ Stadgar för kooperativa kvinnogillet.

Gildei ar visiem spēkiem jācīnās pret tirdzniecību uz parāda. Tiem uzņēmumiem, kurus organizē ģilde, jābūt dibinātiem pilnīgi uz kooperatīviem pamatiem un tie nedrīkst pārdot preces uz parāda. Kur jau atrodas kooperatīva organizācija un pie tam lietā kredita sistēmu, ģildei jāpieliek visas pūles, lai ievestu pārdošanu tikai par skaidru naudu.

Gildei jādibina kooperatīvās sieviešu ģildes arī citās vietās un jāstrādā kopdarbībā ar citām sieviešu ģildēm.

Gildei jāuztur cieši sakari ar Kooperatīvo sieviešu ģilžu savienību un vietējām kooperatīvām organizācijām.“

Kooperatīvo sieviešu ģilžu attīstību pēdējos gados Zviedrijā raksturo šādi skaitļi¹⁸⁷:

G a d s	Ģilžu skaits	Tanīs apvienoto biedreņu skaits
1923.	78	2.581
1924.	85	2.867
1925.	105	3.588
1926.	122	4.194
1927.	134	4.568
1928.	146	4.902
1929.	175	6.128
1930.	194	6.914
1931.	213	7.565
1932.	234	8.374
1933.	262	9.497
1934.	280	10.082
1935.	305	10.836

Šās nodaļas sākumā minētā lietpratēju komisija dod šādu atsauksmi par kooperatīvo sieviešu ģilžu darbību Zviedrijā:

„Kaut gan sieviešu ģildēm ir bijis tikai mazā mērā iespējams lietāt pašmācības pulciņu formu, jo ģilžu biedrenēm, no kurām vairākums ir nama mātes, ir grūti atrast šim nolūkam nepieciešamo laiku, tās tomēr tādā formā, kas pēc savas būtības bija vai-

¹⁸⁷ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådet, styrelsens och revisorernas berättelser 1923., 25. lpp. — Turpat par 1924. g. 26. lpp. — Turpat par 1925. g. 26. lpp. — Turpat par 1926. g. 28. lpp. — Turpat par 1927. g. 29. un 30. lpp. — Turpat par 1928. g. 30. lpp. — Turpat par 1930. g. 37. lpp. — Turpat par 1931. gadu 38. lpp. — Turpat par 1932. un 1934. gadu. 39. lpp. — Turpat par 1935. g. 46. lpp.

rāk ģildēm piemērota, t. i. viesīgas sadzīves un diskusijas vakaru veidā, ir ievadījušas pārrunas daudzos kooperatīvās kustības jautājumos un tādā kārtā ir līdzējušas modināt un padziļināt nama mātes interesi par kooperatīvu darbību¹⁸⁸.

Kooperatīvās audzināšanas un izglītības, kā arī kooperācijas darbinieku sagatavošanas un propagandas nolūkiem Zviedrijas kooperatīvu savienība ir izlietājusi sekojošas summas, lešot tūkstošos kronu¹⁸⁹:

I z d e v u m i	1930. g.	1931. g.
Piemaksas laikrakstiem	155	109
Kooperatīvās audzināšanas nodaļai (Studieavdelningen) . .	74	101
Sekretāriātam	26	24
Kopā . . .	255	234
Ieņemts atpakaļ	16	11
Savienības piemaksa . . .	239	223

1935. gadā savienības piemaksa pie šiem pasākumiem ir bijusi 148 tūkst. kronu, jo daži no šiem pasākumiem, piem. laikraksti, dod jau nelielu atlikumu¹⁹⁰.

Stokholmas patērētāju kooperatīvs, kas ir lielākais visā Zviedrijā, 1931. gadā ir veicis sekojošu kooperatīvās audzināšanas un izglītības darbu. Biedriem abonēts laikraksts „Konsumentbladet“, aplešot viņiem par to 1 kronu gadā par eksemplāru, 39.830 eksemplāros (biedru skaits bija tanī pašā laikā 61.274). Kooperatīva biedri ir dibinājuši savu klubu, kuŗa biedru skaits 1931. gada beigās bijis ap 1300. Sarīkoti vairāki vakari nama mātēm un tāpat arī jaunatnei, kas bijuši ļoti apmeklēti. Tāpat sarīkoti arī vairāki citi vakari ar priekšlasījumiem par kādu kooperācijas vai tautsaimniecības jautājumu pamatā. Tā kā biedros novērota liela interese par tautsaimnieciska rakstura jautājumiem, tad noorga-

¹⁸⁸ Kooperativ upplysning och utbildning. Stockholm 1931., 32. lpp.

¹⁸⁹ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorernas berättelser 1930., 41. lpp. — Turpat par 1931. g. 44. lpp.

¹⁹⁰ Turpat par 1935. g. 52. lpp.

nizēts 31 pašmācības pulciņš ar 1100 dalībniekiem, lai studētu tautsaimniecību, ņemot pamatā prof. G. Westin'a Silverstolpe's grāmatu: „Tautsaimniecība visiem“. Šo pulciņu darbības vadība uzticēta septiņiem jaunākiem tautsaimniekiem, bet virsvadība pašam prof. G. Westin'am Silverstolpe'm un doc. Alf'am Johanson'am¹⁹¹.

1934. gadā biedriem abonētā laikraksta eksemplāru skaits sasniedzis 51.494. Pašmācības pulciņos bez vispārējās tautsaimniecības studētas arī Zviedrijas saimnieciskās dzīves problēmas. Šo pulciņu darbību vadīja kā agrāk vairāki tautsaimnieki¹⁹². Līdzīgā garā darbs ir turpinājies arī 1935. gadā.

1936. gada rudenī Stokholmas patērētāju kooperatīva organizētie pašmācības pulciņi daudzu lietpratēju (profesoru, ārstu u. c.) vadībā strādā katrs pie vienas no sekojošām trim problēmām: 1) Stokholmas patērētāju kooperatīva saimniecība, 2) Zviedrijas saimniecības dzīves pamati, un 3) mūsu veselība un mūsu uzturs*. Sevišķi lielu vērību Zviedrijas patērētāju kooperatīvi un to savienība sāk piegriest pēdējai problēmai. Daudzie fizioloģiskās ķīmijas pētījumi rāda, ka cilvēku uzturs, kāds tas parasts mūsu dienās, vairs neiztur modernās zinātnes kritiku. Tāpēc tad arī pie šā jautājuma ir ķērušies Zviedrijas patērētāju kooperatīvi, saskatīdami tanī lielu un svarīgu sabiedrības problēmu, kas atrisināma galvenā kārtā populārizējot tautā jaunākos zinātnes atzinumus**.

Tik nopietns un vispusīgs darbs biedru kooperatīvās un saimnieciskās izglītības un audzināšanas laukā, protams, nevar palikt bez sekām. Tāpēc nav šaubu, ka Zviedrijas patērētāju kooperācijai par saviem lielajiem panākumiem saimnieciskā laukā ir lielā mērā jāpateicas šai izglītības un audzināšanas darbībai, kas ir devusi patērētāju kooperatīvos apvienotiem biedriem attiecīgās kooperācijas un tautsaimniecības zināšanas.

Starp citiem kooperatīvu vadības un tautsaimniecības jautājumiem, kam savienība piegriezusi vērību, arvienu ir bijis arī jau-

¹⁹¹ S. K. F:s verksamhets berättelser 1931., 19. lpp.

¹⁹² S. K. F:s verksamhets berättelser 1934., 55. un 56. lpp.

* „Konsumentbladet“ 1936., Nr. 36., 12. lpp.

** „Kooperatören“ 1936, 332. un 333. lpp.

tājums par tirdzniecību par skaidru naudu. Šā jautājuma plašākas apgaismošanas rezultātu rāda sekojošie skaitļi¹⁹³:

G a d s	Patērētāju kooperatīvu skaits, kas pārdeva preces uz parāda, procentos no	
	apvienoto patērētāju kooperatīvu kopskaita	neapvienoto patērētāju kooperatīvu kopskaita
1908.	52,1	72,2
1910.	35,4	72,7
1912.	36,9	78,9
1914.	28,9	67,2
1916.	27,4	58,5
1919.	22,5	47,6
1922.	28,1	46,7
1923.	37,5	58,8
1924.	39,0	70,0
1925.	39,8	74,6
1926.	31,8	68,0
1927.	34,0	65,8
1928.	31,2	61,2
1929.	23,3	66,1
1930.	29,3	50,0
1931.	28,2	59,7
1932.	27,1	58,7
1933.	26,9	62,5

No šās tabulas skaitļiem redzam, ka patērētāju kooperatīvu skaitam, kas apvienoti savienībā un pārdod uz parāda, ir noteikta tendence samazināties, ko nebūt nevar teikt par savienībā neapvienotiem kooperatīviem.

¹⁹³ Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1908—1910 av K. Socialstyrelsen, 79. lpp. — Turpat par 1911.—1913. gadu 52. lpp. — Turpat par 1914.—1916. g. 34. un 35. lpp. — Turpat par 1917.—1919. g. 29. lpp. — Turpat par 1920.—1922. g. 16. lpp. — Turpat par 1923. g. 15. lpp. — Turpat par 1924. g. 16. lpp. — Turpat par 1925. g. 16. lpp. — Turpat par 1926. g. 16. lpp. — Turpat par 1927. g. 16. lpp. — Turpat par 1928. g. 16. lpp. — Turpat par 1929. g. 15. lpp. — Turpat par 1930. g. 15. lpp. — Turpat par 1931. g. 15. lpp. — Turpat par 1932. g. 15. lpp. — Turpat par 1933. g. 15. lpp.

Taču vēl izteiksmīgāki ir sekojošie skaitļi¹⁹⁴:

Uz parāda pārdotu preču vērtība atbilst	Patērētāju kooperatīvu skaits % ₀ -tos no													
	savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu skaita, kas pārdeva uz parāda							savienībā neapvienoto patērētāju kooperatīvu skaita, kas pārdeva uz parāda						
	1922.	1924.	1926.	1928.	1930.	1932.	1933.	1922.	1924.	1926.	1928.	1930.	1932.	1933.
līdz pusemēneša apgrozīj.	74,2	73,1	78,9	84,6	84,6	83,7	84,1	53,5	32,1	28,3	27,9	29,4	38,3	34,9
pus " 1 mēneša "	18,0	19,6	16,2	12,1	13,0	12,8	10,9	23,3	30,2	37,7	32,5	31,3	23,4	25,6
1 " 1 1/2 " "	5,3	3,6	3,7	2,2	2,2	3,1	4,3	2,3	11,4	11,3	11,7	11,8	12,7	14,0
1 1/2 " 2 " "	2,1	3,3	0,8	0,4	0,2	0,4	0,7	14,0	9,5	7,6	11,6	9,8	10,7	9,3
2 un vairāk mēnešu "	0,4	0,4	0,4	0,7	—	—	—	6,9	16,8	15,1	16,3	17,7	14,9	16,2
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

No šās tabulas redzam, ka savienībā apvienotie patērētāju kooperatīvi, kas pārdod preces uz parāda, dara to daudz mazākos apmēros nekā savienībā neapvienotie patērētāju kooperatīvi. Taču viss teiktais attiecas tikai uz tiem patērētāju kooperatīviem, kas pārdod uz parāda. Turpretim, zīmējoties uz visiem patērētāju kooperatīviem, dabūjam šādu ainu¹⁹⁵:

G a d s	Pārdots uz parāda % ₀ no kopapgrozījuma	
	Savienībā apvienotos patērētāju kooperatīvos	Savienībā neapvienotos patērētāju kooperatīvos
1908.	3,6	8,4
1912.	2,3	9,0
1917.	1,1	3,2
1922.	1,1	3,7
1926.	0,8	6,6
1927.	0,6	8,0
1928.	0,6	7,7
1929.	0,6	9,4
1930.	0,5	8,6
1931.	0,6	7,9
1932.	0,6	8,6
1933.	0,6	8,6

¹⁹⁴ Turpat par 1920.—1922. gadu 22. lpp. — Turpat par 1924. g. 21. lpp. — Turpat par 1926. g. 21. lpp. — Turpat par 1928. g. 21. lpp. — Turpat par 1930. g. 21. lpp. — Turpat par 1932. g. 21. lpp. — Turpat par 1933. g. 21. lpp.

¹⁹⁵ En framgångsrik kampanj av Axel Pählman. „Kooperatören“, Jubileumsnummer, 1931., 351. lpp. — Kooperativ verksamhet i Sverige år 1928 av K. Socialstyrelsen, 21. lpp. — Turpat 1929. 21. lpp. — Turpat 1930. 21. lpp. — Turpat 1931. 21. lpp. — Turpat 1932. 21. lpp. — Turpat 1933. 21. lpp.

No šās tabulas redzam, ka savienībā neapvienotos patērētāju kooperatīvos pārdevumi uz parāda ir nevien reizes 15 lielāki nekā apvienotos patērētāju kooperatīvos, bet tiem arī nav tendences samazināties, ko nevar teikt par savienībā apvienotiem patērētāju kooperatīviem.

Kāda nozīme šai Zviedrijas patērētāju kooperatīvu tirdzniecībai par skaidru naudu, liecina sekojošie Albina Johansson'a vārdi Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības 1932. g. pilnā sapulcē¹⁹⁶:

„Kādi tad ir rezultāti šai propagandai (t. i. propagandai, ka visas preces pārdodamas par skaidru naudu), ko kooperācija ir veikusi? Tā novedusi pie tā, ka tagad ir izņēmums, ja kāds dzīvo uz parāda. Un nevien tikai patērētāju kooperatīvi, bet arī daudzi privāttirgotāji tagad pārdod preces tikai par skaidru naudu. Protams, arī te ir izņēmumi. Man nāk prātā, kādi bija apstākļi mūsu zemē priekš piecdesmit gadiem... Daudz bija toreiz tādu veikalnieku, kas pārdeva preces uz parāda tāpēc, ka viņiem bija laba sirds. Un kāds bija rezultāts? To zina ļoti labi tie no jums, kuŗu vectēvi bija lauksaimnieki Norrlandē. Notika tas, ka meži aizgāja veikalnieku īpašumā, notika tas, ka tagad jūs varat iet un, no-raugoties uz šiem mežiem, teikt: „Tas te bija mana vectēva īpašums, tas tur bija tā un tā īpašums.“ Tā labā sirds, ko rādīja veikalnieks, pārvērtās bēdīgās sekās tiem, kam tā šādā veidā palīdzēja. Kad kooperācija sāka šeit savu darbību, bija visai parasta lieta, ka strādnieki pirka uz parāda un ka viņi tādā kārtā bija piesaistīti pie tā veikala, kur tie iepirkās, un tāpēc nevarēja piedalīties patērētāju kooperatīva dibināšanā, jo viņi bija ļoti daudz parādā privāttirgotājam, bet viņu godīgums, kas ir tik raksturīgs Zviedrijas strādniekam, neļāva viņiem pārtraukt iepirkšanos pie tirgotāja, iekams nebija nolīdzināti visi parādi. Mēs esam propagandējuši iepirkties tikai par skaidru naudu, un rezultāts ir tāds, ka tagad, šās krīzes priekšvakarā, bija jau daudz tādu patērētāju, kam bija uzkrāts savs kapitāls krājkasēs. Nevien tikai patērētāju kooperatīvu krājkasēs, bet arī pasta un citās krājkasēs un varbūt pat privātās bankās. Šis mājturības iet tagad pretim kri-

Valsts Arhīvs

J. M.

¹⁹⁶ „Kooperatören“ 1932., Nr. 18.—19., 346. lpp.

zei ar savu zināmu rezerves fondu, ar nedaudz naudas līdzekļu savā rīcībā to parādu vietā, kas būtu bijuši tad, ja tās būtu dzīvojušas uz kredita.“

Kopsavilkumā varētu teikt, ka Zviedrijas patērētāju kooperācijas biedru kooperatīvai un tautsaimnieciskai izglītībai un audzināšanai ir bijusi divējāda nozīme.

Pirmkārt, runājot ar Albina Johansson'a vārdiem „visi tie faktori, kas darbojās līdz kooperatīvās audzināšanas laukā, ir sagādājuši lielai biedru daļai tautsaimnieciskas zināšanas un izpratni. Kooperācijai tas ir nepieciešams, jo šī kustība ir jāpārvalda un jāvada pašiem biedriem. Saimnieciski-dēmokrātisku kustību, kāda ir kooperācija, nevar vadīt tautsaimnieciski analfabēti¹⁹⁷“.

Otrkārt, biedru iegūtās tautsaimnieciskās zināšanas tiem ir noderējušas, lai līdzsvarotu arī savu pašu mājturību budžetus.

VI. PATĒRĒTĀJU KOOPERĀCIJAS IETEKME SIKTIRDZNICĪBĀ.

Uz dažu aplēsumu pamata ir konstatēts, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu apgrozījumi sastāda apmēram 10% no visa siktirdzniecības apgrozījuma. Tālāk ir aplēsts, ka apmēram 90% no visa Zviedrijas patērētāju kooperatīvu apgrozījuma sastāda uztura priekšmeti un tikai 10% visas pārējās preces¹⁹⁸.

Neraugoties uz to, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu apgrozījumi sastāda tikai samērā nelielu daļu no visa Zviedrijas siktirdzniecības apgrozījuma, tā tomēr, kā to redzēsim vēlāk, lielā mērā ietekmē visu Zviedrijas siktirdzniecību.

Iepriekšējā nodaļā redzējām, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvi biedru skaita ziņā ir pastāvīgi auguši. Tas pats sakāms arī

¹⁹⁷ Vår rörelse förr och nu. Av Albin Johansson. „Kooperatören“, Jubileumsnummer, 1931., 291. lpp.

¹⁹⁸ Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934., 51. un 52. lpp.

attiecībā uz atsevišķo patērētāju kooperatīvu apgrozījumiem, ko redzam no sekojošas tabulas¹⁹⁹:

Ar gada apgrozījumu kronās	Kooperatīvu skaits %						
	1922. g.	1924. g.	1926. g.	1928. g.	1930. g.	1932. g.	1933. g.
Līdz 50.000	11,2	10,2	9,5	6,7	6,0	5,6	5,1
50.001 — 100.000	31,3	26,9	23,6	19,7	16,9	18,9	18,8
100.001 — 200.000	31,2	32,7	33,7	33,9	33,2	29,7	29,7
200.001 — 300.000	10,2	11,9	12,4	13,6	13,8	13,8	13,0
300.001 — 400.000	5,6	6,6	7,2	8,3	8,3	9,4	9,6
400.001 — 500.000	3,7	4,3	4,3	5,4	6,4	5,0	5,3
500.001 — 1.000.000	4,1	4,8	6,5	8,8	10,4	11,6	11,5
1.000.001 — 5.000.000	1,9	2,4	2,3	3,1	4,4	5,4	6,4
Pāri par 5.000.000	0,2	0,2	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6

No šās tabulas redzam, ka pakāpeniski pieaug, procentuāli ņemot, patērētāju kooperatīvu skaits ar lielākiem apgrozījumiem. Ja 1922. gadā, piemēram, tādu patērētāju kooperatīvu skaits, kas apgrozīja gadā vairāk par 500.000 kronām, bija tikai 6,2% no visu patērētāju kooperatīvu kopskaita, tad 1933. gadā tādu patērētāju kooperatīvu skaits jau bija 18,5%. Bet vēl daiļrunīgākus datus redzam sekojošā tabulā²⁰⁰:

Ar gada apgrozījumu kronās	Patērētāju kooperatīvu apgrozījums % no visu patērētāju kooperatīvu kopapgrozījuma						
	1923. g.	1924. g.	1926. g.	1928. g.	1930. g.	1932. g.	1933. g.
Līdz 50.000	1,7	1,5	1,1	0,7	0,5	0,5	0,4
50.001 — 100.000	10,5	8,2	6,2	4,4	3,3	3,3	3,2
100.001 — 200.000	18,6	18,3	16,2	14,0	12,0	9,9	9,6
200.001 — 300.000	12,0	11,4	10,4	9,5	8,6	7,8	7,1
300.001 — 400.000	9,7	8,9	8,6	8,3	7,2	7,6	7,4
400.001 — 500.000	7,0	7,6	6,7	7,0	7,2	5,2	5,2
500.001 — 1.000.000	10,1	12,6	14,7	17,3	18,1	18,9	17,9
1.000.001 — 5.000.000	18,9	19,2	14,3	16,5	19,4	21,0	23,4
Pāri par 5.000.000	11,5	12,3	21,8	22,3	23,7	25,8	25,8

¹⁹⁹ Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1920—1922 av K. Socialstyrelsen, 15. lpp. — Tas pats par 1924. g. 15. lpp. — Tas pats par 1926. g. 15. lpp. — Tas pats par 1928. g. 15. lpp. — Tas pats par 1930. g. 15. lpp. — Tas pats par 1932. g. 15. lpp. — Tas pats par 1933. g. 15. lpp.

²⁰⁰ Kooperativ verksamhet i Sverige år 1923 av K. Socialstyrelsen, 14. lpp. — Tas pats par 1924. g. 15. lpp. — Tas pats par 1926. g. 15. lpp. — Tas pats par 1928. g. 15. lpp. — Tas pats par 1930. g. 15. lpp. — Tas pats par 1932. g. 15. lpp. — Tas pats par 1933. g. 15. lpp.

Tā tad, ja 1923. gadā Zviedrijas patērētāju kooperatīvi ar gada apgrozījumu lielāku par 500.000 kronām skaita ziņā sastādīja tikai 6,1% no visu patērētāju kooperatīvu kopskaita, tad tomēr no visu patērētāju kooperatīvu apgrozījumu kopsūmas šiem patērētāju kooperatīviem piederēja 40,5%, bet 1933. gadā jau 67,1%, kamēr šo kooperatīvu skaits bija tikai 18,5% no visu patērētāju kooperatīvu kopskaita. Tādā kārtā Zviedrijas patērētāju kooperatīvi nevien uzrāda strauju tendenci pieaugt biedru skaita un apgrozījumu ziņā, bet šiem strauji augošiem, lieliem patērētāju kooperatīviem ir arī galvenā loma saimniecības dzīvē.

Šādu patērētāju kooperatīvu koncentrāciju Zviedrijas patērētāju kooperācijas darbinieki cenšas panākt ar nolūku, lai tādā kārtā palielinātu patērētāju kooperatīvu saimniecisko efektu. Šinī ziņā viņi cenšas realizēt principu, lai katrā vietā būtu tikai viens patērētāju kooperatīvs un ne vairāki, jo vairāki tikai saskalda patērētāju pirkšanas spējas. Šo domu, runādams par Stokholmas patērētāju kooperatīviem kara laikā, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības valdes priekšsēdis Albins Johansons izteic šādā veidā: „Toreiz tur radās ne mazāk par 138 dažādu patērētāju kooperatīvu, kam bija gadījuma raksturs un kas bija organizēti pēc arodiem. Tā, piemēram, Stokholmas policistiem bija sava kooperatīva pārdotava pilsētas centrā, kurp vajadzēja iet visiem Stokholmas policistiem. Arī mūziķiem bija sava kooperatīva pārdotava, apavu strādniekiem sava, pašvaldību darbiniekiem sava u. t. t. Ir pilnīgi skaidrs, ka visa tā bija nepraktiska organizācija, kas izšķieda daudz tāda spēka, ko varēja izlietāt daudz labāk. Taču preces, kas bija vajadzīgas policista, ierēdņa vai mūziķa ģimenei, neatšķīrās vienas no otrām, kā atšķīrās paši šie arodi. Šo dažādo arodu pārstāvju sievas taču itin labi var iepirkt sev nepieciešamās preces vienā un tanī pašā kooperatīvā pārdotavā. Īsi sakot: Ja grib racionāli noorganizēt preču apgādi, ir nepieciešams, lai pārdotavas atrastos tur, kur dzīvo biedri, un ka tiem, kas dzīvo vienā un tanī pašā kvartālā vai vienā un tanī pašā mazākā rajonā, ir vajadzīga tikai viena kooperatīva pārdotava, kas ir kopīga visiem, neatkarīgi no viņu aroda vai arī viņu reliģiskiem vai politiskiem uzskatiem. Tas bija tas, ko paredzēja praktiskie Ročdeles pionieri un tāpēc izveidoja savu neitrālītales programmu, kas ir dzīves nepieciešamība kooperācijas kustībai, ja tā grib visus ap-

vienot un ja tā grib izlietāt visas iespējas, lai ar mazākiem darba un kapitāla upuriem ierīkotu preču ražošanu un apgādāšanu²⁰¹.”

Kādu saimniecisku efektu tad dod atsevišķo patērētāju kooperatīvu pieaugums biedru skaita un apgrozījuma ziņā?

Vispirms, šķiet, samazināsies tirdzniecības izmaksas. Tomēr, apskatot sekojošo tabulu, neatrodam šim pieņemumam apstiprinājumu²⁰².

G a d s	Patērētāju kooperatīvu kopizmaksas kronās	‰ no kop- apgrozījuma	No izmaksu kopsummas izlietāts ‰		
			Algām	Norakstījumiem	Pārējām izmaksām
1923.	20.270.623	9,5	61,0	5,4	33,6
1924.	20.328.958	8,7	59,3	5,6	35,1
1925.	23.041.112	8,9	59,2	5,2	35,6
1926.	24.285.884	9,3	58,2	5,1	36,7
1927.	26.178.609	9,3	58,0	5,0	37,0
1928.	28.146.768	9,3	59,9	5,0	35,1
1929.	31.440.418	10,0	58,7	5,1	36,2
1930.	33.816.095	10,6	59,8	5,4	34,8
1931.	35.741.782	11,1	60,9	4,9	34,2
1932.	36.709.820	11,4	62,0	5,3	32,7
1933.	36.936.592	11,5	62,4	5,7	31,9

No šās tabulas redzams, ka, neraugoties uz to, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvi pieaug biedru skaita un apgrozījuma ziņā, tirdzniecības izmaksas, lešot tās procentos no apgrozījuma, pamazām pieaug un nevis samazinās. Šai parādībai par iemeslu ir divas pēdējo gadu parādības. Vispirms pēdējos gados ir kritušās preču cenas, kamdēļ jāpārdod daudz lielāki preču vairumi, lai sasniegtu tādu pašu apgrozījumu kā agrākos gados. Bet pārdošanas darbs

²⁰¹ Albin Johansson, Aktuella kooperativa problem. Stockholm 1927., 37. lpp.

²⁰² Kooperativ verksamhet i Sverige år 1923. av K. Socialstyrelsen, 26. lpp. Tas pats par 1924. g. 28. lpp. — Tas pats par 1925. g. 26. lpp. — Tas pats par 1926. g. 26. lpp. — Tas pats par 1927. g. 26. lpp. — Tas pats par 1928. g. 26. lpp. — Tas pats par 1929. g. 25. lpp. — Tas pats par 1930. g. 25. lpp. — Tas pats par 1931. g. 25. lpp. — Tas pats par 1932. g. 25. lpp. — Tas pats par 1933. g. 25. lpp.

ir tas pats, vienalga, vai prece ir dārga vai lēta. Tā kā abos gadījumos darbu samaksā vienādi, tad cenām krītot tirdzniecības izmaksas pieaug. Otrkārt pavairojušās sakarā ar daudzām jaunceltņēm arī nekustamu īpašumu ekspluatācijas izmaksas un amortizācija²⁰³.

Citu ainu dabūjam, ja apskatām sekojošo tabulu, kas rāda tirdzniecības izmaksu (neieskaitot norakstījumus) lielumu % no apgrozījuma dažāda lieluma patērētāju kooperatīvos²⁰⁴.

G a d s	Patērētāju kooperatīvos ar gada apgrozījumu kronās							
	Līdz 50.000	50.001— 100.000	100.001— 200.000	200.001— 300.000	300.001— 400.000	400.001— 500.000	500.001— 1.000.000	Pāri par 1.000.000
1923.	8,2	7,8	7,2	7,1	7,9	8,0	9,1	11,9
1924.	7,8	7,4	7,0	7,0	7,2	7,5	8,0	10,3
1925.	7,4	7,4	6,9	6,8	7,1	7,7	8,1	10,4
1926.	7,9	7,7	7,1	7,2	7,3	7,3	8,7	10,8
1927.	7,8	7,5	7,2	7,0	7,1	7,5	8,3	11,0
1928.	8,1	7,4	7,2	7,0	7,2	7,1	8,4	10,8
1929.	7,5	7,5	7,5	7,5	7,5	7,8	8,7	11,7
1930.	8,1	7,9	8,0	7,9	8,2	8,2	9,5	11,8
1931.	7,9	8,2	8,4	8,3	8,8	8,7	9,9	12,3
1932.	8,2	8,3	8,5	8,6	8,9	9,0	10,2	12,4
1933.	8,3	8,4	8,7	8,9	9,1	9,2	10,1	12,3

No šās tabulas redzam, ka jo lielāki pēc sava apgrozījuma ir patērētāju kooperatīvi, jo tiešām tirdzniecības izmaksas samazinās, bet tas turpinās tikai līdz zināmam apgrozījuma augstumam, apm. līdz 300.000 kronu gada apgrozījuma un tikai apm. līdz 1930. g. Pēc tam tirdzniecības izmaksas sāk atkal pieaugt, t. i. sākas pilnīgi pretēja parādība. Šai parādībai ir vairāki iemesli, no kuriem kā galvenos varētu minēt šādus:

²⁰³ Föreningarnas ekonomi av Ernst Persson. Stockholm 1932., 95. un 96. lpp.

²⁰⁴ Kooperativ verksamhet i Sverige år 1923. av K. Socialstyrelsen, 27. lpp. — Tas pats par 1924. g. 29. lpp. — Tas pats par 1925. g. 27. lpp. — Tas pats par 1926. g. 27. lpp. — Tas pats par 1927. g. 27. lpp. — Tas pats par 1928. g. 27. lpp. — Tas pats par 1929. g. 26. lpp. — Tas pats par 1930. g. 26. lpp. — Tas pats par 1931. g. 26. lpp. — Tas pats par 1932. g. 26. lpp. — Tas pats par 1933. g. 26. lpp.

Pirmkārt, lielākie patērētāju kooperatīvi parasti atrodas lielākās pilsētās, kur lielāka dārdzība, kamdēļ tirdzniecības izmaksas — it sevišķi algas un arī par telpām — ir augstākas²⁰⁵. Ka te sevišķa nozīme algām, redzams no sekojošās tabulas, kas rāda algās izmaksātās summas % no pārdoto preču summas²⁰⁶:

G a d s	Visos savienībā apvienotos patērētāju kooperatīvos kopā	Stokholmas patērētāju kooperatīvā
1924.	5,2	7,9
1925.	5,4	7,8
1926.	5,6	7,7
1927.	5,6	7,9
1928.	5,7	8,0
1929.	6,0	8,7
1930.	6,4	9,4
1931.	6,8	9,7
1932.	7,1	9,9
1933.	7,1	9,7
1934.	6,8	9,6
1935.	6,7	9,2

Otrkārt, lielākie patērētāju kooperatīvi parasti iepērk preces vairumā un tad no savas centrālās noliktavas sadala tās pa savām pārdotavām. Tādā kārtā algās un citās izmaksās ietilpst nevien sīktirdzniecības, bet arī lieltirdzniecības izmaksas. Tā kā preces, vairumā tās iepērkot, arvienu ir dabūjamas par lieltirdzniecības cenām, tad, protams, samērā lielākās tirdzniecības izmaksas kompensējas ar lētāko iepirkšanas cenu²⁰⁷.

Treškārt, Stokholmā un citās lielākās pilsētās augstākas izmaksas uz algām iznāk arī tāpēc, ka šeit pircēji parasti iepērk preces ļoti mazos daudzumos, jo nama māte uzskata pārdotavu it kā par savas mājturības pieliekamo telpu, kur katrā laikā var visu vajadzīgo dabūt, jo no dzīvokļa līdz pārdotavai nav jāmēri liels

²⁰⁵ Kooperativ verksamhet i Sverige år 1930 av K. Socialstyrelsen, 26. lpp.

²⁰⁶ „Kooperatören“ 1930. g., 70. un 71. lpp. — Turpat 1931. g. 165. lpp., 1932. g. 193. lpp. un 1936. g. 214. lpp.

²⁰⁷ Föreningarnas ekonomi av Ernst Persson. Stockholm, 1932. g., 96. lpp.

ceļa gabals, bet modernos lielpilsētu dzīvokļos produktu uzglabājamās telpas nav visai plašas. Provincē, kur patērētāju kooperatīva pārdotava grūtāk sasniedzama, turpretim ir paradums iepirkt preces lielākos vairumos un krājumus uzglabāt mājās. Tāpēc lielpilsētu patērētāju kooperatīvos preču pārdošana prasā daudz vairāk darba un tā tad arī daudz vairāk darba roku²⁰⁸.

Ceturtkārt, lielle patērētāju kooperatīvi parasti uzrāda tirdzniecības izmaksas tādas, kādas tās īstenībā arī ir. Mazākos patērētāju kooperatīvos turpretim ne katru reizi, piemēram, darbiniekam ierādīto brīvo dzīvokli līdz ar apkurināšanu un apgaismošanu ieskaita algu izmaksās. Tāpat arī ne visās vietās apleš nomu par pārdotavām pašu kooperatīvu namos²⁰⁹.

Lai rastos iespēja kaut cik salīdzināt Zviedrijas patērētāju kooperatīvu izmaksas ar citu zemju patērētāju kooperatīvu izmaksām, un tāpat arī ar līdzīgu privāto uzņēmumu izmaksām, apskatīsim sekojošo tabulu, ko plašāka pētījuma rezultātā ir sastādījis Starptautiskās kooperācijas savienības saimniecisko problēmu pētīšanas institūts (Wirtschaftliche Forschungsstelle des Internationalen Genossenschaftsbundes²¹⁰):

V a l s t i s	Privātā tirdzniecībā		Patērētāju	Starpība
	Izmaksas plūs peļņa	Kop- izmaksas	kooperatīvos kopizmaksas	starp 2. un 4. aili
	(2)	(3)	(4)	(5)
(1)	% n o k o p a p g r o z ī j u m a			
Anglijā :				
Patstāvīgās pārdotavās	15,00	10,00	13,50	1,50
Daudzpārdotavu uzņēmumos	20,00	17,00	13,50	6,50
Vācijā :				
Patstāvīgās pārdotavās	21,70	—	13,04	8,66
Daudzpārdotavu uzņēmumos	22,50	—	13,04	9,46
Zviedrijā (Stokholmā)	16,20	12,30	12,60	3,60
Dānijā (Kopenhagenā)	20,50	12,70	15,40	5,10
Norveģijā	14,20	10,70	10,60	3,60
Šveice	18,64	14,47	12,85	5,79
Ungārijā	16,40	13,00	13,70	2,70

²⁰⁸ „Kooperatören“ 1930., 72. lpp.

²⁰⁹ Föreningarnas ekonomi av Ernst Persson. Stockholm 1932., 98. lpp.

²¹⁰ Die Verteilungskosten bei Lebensmitteln und Kolonialwaren in genossenschaftlichen und privaten Laden. „Internationale genossenschaftliche Rundschau“ 1935. g. Nr. 10., 376. lpp.

Šī tabula rāda, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu izmaksas ir viens no zemākām, salīdzinot ar citām tabulā minētām valstīm. Te vēl jāņem vērā tas apstāklis, ka attiecībā uz Zviedriju ir ņemti dati tikai no Stokholmas patērētāju kooperatīva, kuŗa izmaksas aiz augstāk jau aprādītiem iemesliem ir vienas no augstākām. Tālāk, šīnī tabulā 2. ailē pie privāto tirgotavu izmaksām ir pieskaitīta arī peļņa, bet attiecībā uz patērētāju kooperatīviem ir ņemtas tikai kopizmaksas bez tīrā atlikuma, jo pēdējais galu galā nāk atpakaļ pircējiem biedriem.

Pie šās tabulas tomēr jāpiezīmē, ka līdzīgu datu aplēsumi ir visai sarežģīti un grūti, kamdēļ tie lietājami ar lielu uzmanību.

Par Zviedrijas patērētāju kooperatīvu tautsaimniecisko nozīmi zināmu liecību dod arī sekojošie skaitļi, kas iegūti no 1931. gada uzņēmumu skaitīšanas Zviedrijā un kas rāda, kādu % sastāda kooperatīvie uzņēmumi no visu uzņēmumu skaita, šo kooperatīvo uzņēmumu apgrozījums no visu uzņēmumu apgrozījuma un kooperatīvos uzņēmumos nodarbināto personu skaits no visos uzņēmumos nodarbināto personu skaita²¹¹:

Tirdzniecības nozares ²¹²	Uzņēmumu skaits %	Apgrozījums %	Nodarbināto personu skaits %
1	7	17	13
2	19	21	13
3	6	16	10
4	2	5	3
5	1	1	1
6	1	1	1
7	1	1	1
8	13	25	18

²¹¹ Den kooperativa detaljhandeln i ljustet av 1931 års företagsräkning av fil. lic. Viking Källström. „Kooperatören“ 1934. g., 397. lpp.

²¹² Tirdzniecības nozaļu sadalījums:

1. Gaļa un gaļas produkti.
2. Piens un piena produkti, olas un maize.
3. Kolōniju preces u. c.
4. Ceptuvju produkti.
5. Manufaktūras preces, konfekcija un līdzīgas preces.
6. Dažāda veida apavi.
7. Stikls, porcelāns un citi mājturības piederumi.
8. Dažādas preces, sevišķi neminētas.

No šās tabulas redzam, ka patērētāju kooperatīvi ir caurmērā lielāki par pārējiem uzņēmumiem. Bez tam tie darbojas arī efektīvāk: ar mazāku darbinieku skaitu tie veic lielāku apgrozījumu. Kaut gan šais skaitļos bez patērētāju kooperatīviem ieiet arī daži citi kooperācijas veidi, taču šo pārējo kooperatīvu skaits nav pārāk liels, tā ka patērētāju kooperatīvi tik un tā ir pārsvarā. Visumā no šiem skaitļiem varam slēgt, ka darba spēks patērētāju kooperatīvos ir pilnīgāk nodarbināts un tādā kārtā ražīgāks nekā citos uzņēmumu veidos.

Lielākiem patērētāju kooperatīviem ir izdevīgāk uzsākt dažu preču ražošanu, ko nav iespējams piegādāt no lielāka attāluma. Te pirmajā vietā būtu jāmin maize. Pēdējos desmit gados maizes cepšanas nozare Zviedrijā ir sasniegusi tādu attīstības pakāpi, ka tagad jau jārūnā par maizes rūpniecību. Tāpēc katrai ceptuvei, kas grib izturēt konkurenci, ir nepieciešama vesela rinda dažādu mašīnu, kas sagatavo gan mīklu, gan formē no tās maizes klaipus, gan arī veic pašu cepšanu. Šim pēdējam uzdevumam ir uzstādītas automatiskās krāsni, tā saucamās Mamuta krāsni. Tās ir pēdējais tehnikas vārds. Krāsns pārvērsta mašīnā, kurai pa vienu galu pastāvīgi slīd iekšā no mīklas formētie maizes kukuļi, bet pa otru galu pastāvīgi nāk laukā gatavā maize. Karstums krāsnī regulējas automatiski, kamdēļ atkrīt cilvēka rūpes šinī virzienā. Tādā kārtā cilvēka roka vairs maz pieskaņas maizei tās izgatavošanas procesā. Sekmīgi sacensties ar šīm maizes fabrikām, protams, var tikai lielo patērētāju kooperatīvu maizes ceptuves.

1929. gadā no 52 kooperatīvām maizes ceptuvēm Zviedrijā 32 ceptuves piederēja patērētāju kooperatīviem, 4 maizes fabrikas, kas izgatavoja Zviedrijā parasto sauso maizi, tā saucamo „spisbröd“, piederēja Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībai un pārējās 16 ceptuves piederēja īpašiem maizes ceptuvju kooperatīviem. No pēdējām 13 atrodas tādu organizāciju īpašumā, kas nav apvienotas Zviedrijas patērētāju kooperatīva savienībā.

Patērētāju kooperatīviem piederošās ceptuves ir ar dažādām produkcijas spējām, raugoties pēc tā, kāds biedru daudzums tām jāapkalpo. Mazākā no tām 1929. gadā ražoja maizi par 17.799 kr., bet lielākā pāri par 4.000.000 kr., kamēr visas kopā ražoja maizi par 12.905.690 kr. Visas kopā tieši ražošanā nodarbināja 588 strādniekus, pie kam mazākā tikai vienu personu, bet lielākā 144 per-

sonas²¹³. Lielākā kooperatīvā maizes ceptuve, kas pieder Stokholmas patērētāju kooperatīvam, 1935. gadā nodarbināja 300 personas un ražoja maizi un citus ceptuves produktus par 6.384.038* kr.

Ko spēj sniegt patērētājiem liela patērētāju kooperatīva lielos apmēros ierīkota maizes ceptuve, to pierāda Stokholmas patērētāju kooperatīvs. Izrādās, ka viena no lielākām maizes tirdzniecības launām pusēm lielpilsētā ir tas, ka te zināmā mērā jāpērk „cūka maisā“, jo maizes cena ir parasti par gabalu, bet katra gabala svars un lielums ir visai dažāds, kamdēļ nav iespējams pārbaudīt, cik pamatota ir tāda vai citāda cena. Dažādu produktu cenu pētīšanā, ko izdarīja Stokholmas patērētāju kooperatīvs 1928. gadā, noskaidrojās, ka maizes cenas, dažāda maizes gabalu svara dēļ, atšķirās viena no otras pat līdz 50%. Tā, piemēram, rupjās rudzu maizes cena svārstījās 46 līdz 71 öru par kg, gaļās franču maizes cenas no 73 līdz 122 örām par kg, sausiņiem 163 līdz 204 örām par kg un kafejas maizes 125 līdz 147 örām par kg.

Lai to novērstu, Stokholmas patērētāju kooperatīvs tagad savā lielajā un priekšzīmīgi nostādītā ceptuvē pagatavo maizes gabalus ar noteiktu svaru. Mēchaniskās ceptuves iekārtas dēļ tas nav grūti izdarāms. Gatavos maizes klaipus, kad tie iznākuši no automatiskas krāsns, pirms izsūtīšanas uz pārdotavām iesaiņo katru savā iesaiņojumā, lai tādā kārtā pie maizes cilvēka roka vairs nepieskartos arī pārdotavā²¹⁴.

Līdzīgā kārtā arī gaļas apgādi ir iespējams daudz ekonomiskāk ierīkot lielam nekā mazam patērētāju kooperatīvam²¹⁵.

Tālāk, pieaugot kooperatīviem, pavairojas preču krājumu apgrozīšanās ātrums, kas pieaug paralēli atsevišķo patērētāju kooperatīvu pieaugumam. To redzam no sekojošās tabulas²¹⁶.

²¹³ Kooperativ brödtillverkning i Sverige. Av Gustav Borg. „Kooperatören“, Jubileumsnummer, 1931., 435.—437. lpp.

* Konsum.Verksamhetsberättelser 1935, 13. un 15. lpp.

²¹⁴ En storförenings bageri. Av Axel Svensson. „Kooperatören“, Jubileumsnummer 1931., 438.—440. lpp.

²¹⁵ Några riktlinjer för utvecklingen inom Svensk kooperatörens. Stockholm 1924., 67.—97. lpp.

²¹⁶ Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1920—1922 av K. Socialstyrelsen, 21. lpp. — Tas pats par 1924. g. 20. lpp. — Tas pats par 1926. g. 20. lpp. — Tas pats par 1928. g. 20. lpp. — Tas pats par 1930. g. 20. lpp. — Tas pats par 1932. g. 20. lpp. — Tas pats par 1933. g. 20. lpp.

Aproģzīts preču krājums gadā	Patērētāju kooperatīvu skaits % no kopskaita									
	1914. gadā	1916. gadā	1920. gadā	1922. gadā	1924. gadā	1926. gadā	1928. gadā	1930. gadā	1932. gadā	1933. gadā
Mazāk kā 3 reizes	6,4	4,7	4,1	1,1	2,3	1,3	0,7	0,4	1,3	0,9
3 reizes	13,6	13,2	8,4	5,0	7,5	4,9	4,0	3,7	3,6	1,6
4 reizes	19,0	16,9	14,4	11,1	16,0	12,7	8,6	7,0	9,2	7,1
5 reizes	16,7	15,1	14,8	13,3	17,4	14,6	15,5	14,9	14,3	14,3
Kopā mazāk kā 6 reizes	55,7	49,9	41,7	30,5	43,2	33,5	28,8	26,0	28,4	23,9
6 reizes	11,9	14,7	12,0	15,1	15,5	15,1	16,5	16,3	12,9	11,3
7 reizes	7,2	9,8	10,6	10,9	10,7	14,6	15,8	13,2	12,4	10,8
8 reizes	5,6	7,1	8,0	9,3	8,4	10,3	8,6	10,9	8,8	10,1
9 reizes	2,9	4,7	4,7	6,1	5,2	7,2	7,0	6,8	8,4	9,5
Kopā 6—9 reizes	27,6	36,3	35,3	41,4	39,8	47,2	47,9	47,2	42,5	41,7
10—11 reizes	6,4	4,1	7,8	8,7	5,0	5,9	8,3	8,4	8,4	10,8
12—23 reizes	6,4	6,8	10,8	14,3	9,7	10,8	12,2	15,0	17,3	18,5
24 un vairāk reizes	2,4	2,2	3,4	4,0	2,3	2,6	2,7	3,4	3,3	5,1
Kopā 10 un vairāk reizes	15,2	13,1	22,0	27,0	17,0	19,3	23,2	26,8	29,0	34,4
Nav preču krājuma	1,5	0,7	1,0	1,1	—	—	0,1	—	0,1	—

No šās tabulas redzams, ka preču krājumu aproģzījuma ātrums Zviedrijas patērētāju kooperatīvos ir pastāvīgi pieaudzis, vai, ar citiem vārdiem, ir pastāvīgi pieaudzis tādu patērētāju kooperatīvu skaits, kas savus preču krājumus aproģza arvienu vairākas un vairākas reizes gadā. Ka šis aproģzījumu ātruma pieaugums attiecas galvenā kārtā uz lielākiem patērētāju kooperatīviem, redzams no sekojošiem skaitļiem²¹⁷:

²¹⁷ „Kooperatören“ 1926. g. 132. lpp. — Tas pats 1929. g. 181. lpp. — Tas pats 1930. g. 113. lpp. — Tas pats 1931. g. 180. lpp. — Tas pats 1932. g. 194. lpp. — Tas pats par 1933. g. 200. lpp. — Tas pats par 1935. g. 187. lpp. — Tas pats par 1936. g. 213. lpp.

G a d s	Aprozīts preču krājums gadā reizes	
	Caurmērā visos Zviedrijas patē- rētāju kooperā- tīvu savienībā apvienotos patē- rētāju kooperā- tīvos	Stokholmas patērētāju kooperatīvā
1924.	7,6	26,4
1925.	8,5	29,8
1926.	8,5	31,9
1927.	8,4	30,2
1928.	8,6	28,2
1929.	8,7	31,5
1930.	9,4	40,8
1931.	9,3	40,6
1932.	9,7	32,6
1933.	10,3	27,1
1934.	10,9	26,8
1935.	11,2	23,1

Jo ātrāk aprozās preču krājums, jo mazāks vajadzīgs kapi-
tāls, kas jāiegulda preču krājumos.

Tanī pašā laikā Vācijā preču krājumi ir aprozīti sekojošā
kārtā²¹⁸:

	Aprozīts reizes		
	1925. g.	1926. g.	1927. g.
Patērētāju kooperatīvos	11,2	12,3	13,5
Nekooperatīvu pārtikas preču tirgotavās	8,5	8,9	9,2

Lielākam patērētāju kooperatīvam ir arī iespējams daudz mo-
dernāk un lietderīgāk ierīkot un iekārtot savas pārdošanas, kas at-
vieglina darbu un dod veselu rindu citu priekšrocību. Un taisni
šīnī ziņā lielākos Zviedrijas patērētāju kooperatīvos ļoti daudz kas
darīts. Šīnī darbā lielu atbalstu saviem patērētāju kooperatīviem
sniedz Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, pie kuŗas dar-
bojas īpašs arhitektu birojs, kuŗa darbība pastāvīgi pieaug. Šis
birojs ir izpildījis²¹⁹:

²¹⁸ Betriebsvergleich und Rechnungsnormung. Von Dipl.-Kfm. Dr. phil.
Erich Kosiol. „Handbuch des Einzelhandels“, herausgegeben von Prof. Dr. Ru-
dolf Seyffert. Stuttgart 1932. 365. lpp.

²¹⁹ Kooperativ arkitektur. Av Eskil Sundahl, „Kooperatören“, Jubileums-
nummer. 415. lpp. Kooperativa förbundets förvaltnings- och revisionsberättelser
för år 1935., 91. lpp.

	1925. g.	1926. g.	1927. g.	1928. g.	1929. g.	1935. g.
Jaunbūves uzdevumus	54	66	102	117	156	161
Pārbūves uzdevumus	35	88	106	116	134	150
Iekārtas uzdevumus	60	141	201	201	306	296
Darbinieku skaits birojā . .	16	19	27	39	54	66

Lai iegūtu zināmu pārskatu par to, kādā virzienā iet šī pārdo-tavu modernizēšana, minēšu šeit mazu modernās pārtikas preču pārdo-tavas aprakstu Zviedrijas patērētāju kooperatīvos²²⁰.

„Lielī, plati logi ar iespējami šaurākiem stabiem starp atse-višķiem logiem ļauj brīvi pārrudzēt pārdo-tavas telpu no ielas. Da-žos gadījumos pat ir pilnīgi izmesti sienas atbalsti, un tad visa fa-sāde ir no stikla. Tādā kārtā rodas lielāka iespēja izmantot visu pārdo-tavu preču izstādīšanas nolūkiem. Agrāk mēdza salikt gan-drīz visu, kas vien pārdo-tavā bij ko pārdot, šaurā, no pārdo-tavas pilnīgi nošķirtā skatulogā. Izstādījums tad bija grūti pārskatāms, grūti bija arī tādu logu dekorēt, kādēļ logi pārvērtās par īstām putekļu krātuvēm. Moderno, uz pārdo-tavas pusi vaļējo skatulogu dēļ ir panākts, ka pati pārdo-tava kļuvusi gaišāka un ka visu pār-do-tavu iespējams aplūkot kā vienu lielu skatulogu. Tādā kārtā pārdo-tava pilnīgi pakļauta vispārības kontrolei.

Modernā pārtikas preču pārdo-tava, ja neskaita gaišos, prie-cīgos krāsu toņus, kādos tā ir ieturēta, atšķiras no veco labo laiku pārdo-tavas no pirmā acu uzmetiena jau ar savu plauktu iekārto-jumu. Plauktu augstums ierobežots, kas dod iespēju bez kāpnēm noņemt pat tās preces, kas atrodas pašā augšā. Katram skaidrs, kādā mērā tas atviegļina pircēju apkalpošanu. Pa lielākai tiesai plaukti nav vairs sadalīti ar vertikālām sienām atsevišķos nodalīju-mos, kā tas bija agrāk. Šis tips ir radies mēģinot izgatavot zināmu pārdo-tavas iekārtas standarta modeli. Šos plauktus to konstruk-cijas dēļ iespējams vieglāk pielāgot visdažādākām telpām. Zinā-mas pārmaiņas ir notikušas arī ar atvilktnēm. Tagad tās visas ierīkotas ar vienādu platumu, un tās atšķiras vienas no otrām tikai ar savu augstumu. Visas šīs pārmaiņas piešķir pārdo-tavai zināmu mieru un vienādformību.

²²⁰ Tjugofem års butikskultur. Av Vitalis Johansson. „Kooperatören“, Jubileumsnummer, 411.—413. lpp.

Novietojot preces pārdotavā ir ņemtas vērā tās prasības, ko uzstāda praktiskais preču pārdošanas darbs. Ieejot pārdotavā, piemēram, pa kreisi tūdaļ atrodams sieru un sviesta galds, viss no stikla un marmora, aiz kuŗa īpašs plaukts sviesta un margarīna uzglabāšanai, arī no marmora ar bīdāmām stikla plāksnēm priekšā. Pārdotavā pa labi atrodami konfekšu un augļu izstādījumi. Visas pārējās preces novietotas plauktos un atvilktnēs. Ar šādu preču novietojumu ir panākts, ka pircēji pārdotavā izdalās uz visām pusēm un nedrūzmējas vienā vietā.“

„Aiz pārdotavas galda grīda ir no koka, kamēr pārējā pārdotavas daļā no flīzēm. Pārdotavas galds pārklāts ar īpašu gumijas masu, kas aizsarga to no ieskrāmbāšanas un bez tam ir viegli uzturams tīrs. Iesaiņojamā papīra ruļļi, kas agrāk atradās uz pārdotavas galda, tagad novietoti zem tā īpašā praktiski iekārtotā atvilktnē, kur atrodas arī iesaiņojamās aukliņas. Pats pārdotavas galds, atskaitot automatisko kases aparātu, kas kalpo kā pārdotavas kontrolieris, un vienus vai divus svarus, ir pilnīgi tukšs. Augļu, siera, olu u. c. līdzīgu priekšmetu svēršanai nelietā vis parastos balansa svarus, bet gan īpašus pendeļa svarus, kas ļoti aiztaupa laiku, jo šīs preces Zviedrijā parasti nepērk noteiktās svara vienībās.

Dažās visjaunākās pārdotavās ir izdarīti mēģinājumi izmantot pārdotavas galdu preču izstādīšanas nolūkiem, neapgrūtinot pēdējā virsas pusi ar dažādām darba traucētājām ierīcēm. Šinī nolūkā pārdotavas galda frontes daļa un līdz ar to arī pārdotavas galdā iebūvēto atvilktnu gali ir no stikla, lai tādā kārtā atvilktnē atrodošās preces būtu labi redzamas pircējam.“ Protams, viscaur ievērota tīrība un citas higiēnas prasības.

Pēdējā laikā var Zviedrijā novērot, ka pat arvienu vairāki un vairāki nekooperatīvi uzņēmumi sāk iekārtot savas pārdotavas pēc kooperatīvo pārdotavu parauga²²¹.

Daudz domāts un darīts Zviedrijas patērētāju kooperatīvos arī pircēju apkalpošanas darba atvieglināšanas un paātrināšanas nolūkos. Šinī sakarā ir izdarīti speciāli pētījumi, lai noskaidrotu, kādas preces un kuŗā īstī vietā pārdotavā novietošanas, lai aiztaupītu

²²¹ Likviditetsproblemet ur medlemmarnas synpunkt. Av Ernst Persson. „Kooperatören“, Jubileumsnummer. 317. lpp.

pārdevējam soļus. Tāpat ir pētīts arī pats pārdevēja darbs un kustības šīnī darbā, izstrādājot, piemēram, zināmas standartkustības preču iesvēršanai, pirkumu iesaiņošanai u. t. t., lai tādā kārtā arī pašu pārdevēja darbu padarītu efektīvāku.

Pārdošanas darba racionālizēšanas nolūkos Stokholmas patērētāju kooperatīvs ir pat izdarījis pētījumus lai noskaidrotu, kādas dienas nedēļā un kādas stundas dienā ir visdzīvākās tirdzniecībā. Rezultāti rādīja, ka visvairāk iepirkumu notiek nedēļas pēdējās dienās, un, katru dienu atsevišķi ņemot, vairāk pēcpusdienā nekā priekšpusdienā. Zīmējoties uz pēdējo, iegūti šādi skaitļi:

Stundas	Pircēju skaits	%	Pirkums kr.	%
8—10	7.199	14	21.228	17
10—12	9.476	18	24.473	19
12— 2	9.087	18	21.933	17
2— 4	11.303	22	25.713	20
4— 6	14.270	28	33.904	27

Pēcpusdienās tā tad pircēju ir vairāk nekā priekšpusdienās, bet tie izdara mazākus iepirkumus, kaut gan kopsummā pērk vairāk nekā priekšpusdienā.

Pamatojoties uz šiem datiem, kooperatīvi visu savu tirdzniecisko darbību rauga iekārtot tā, lai visus tos veikala darbus, kas varētu kavēt pircēju apkalpošanu, pārnestu uz nedēļas pirmajām dienām un uz priekšpusdienas stundām. Brīvākā laikā darbinieki sagatavo un iesver preces parasti pieprasītos daudzumos. Tāpat kooperatīvi aizrāda arī biedriem, kad tiem izdevīgāk un ērtāk izdarīt kooperatīvu pārdotavās iepirkumus²²².

Ir skaidrs, ka visiem šiem pētījumiem tikai tik tālu ir praktiska nozīme, ciktālu ir darbinieki, kas šais pētījumos iegūtos atzinumus izlietā savā praktiskā darbā. Tāpēc Zviedrijas patērētāju kooperatīvi it sevišķu vērību piegriež labu darbinieku sagatavošanai un izlasei.

Darbinieku audzināšanas darbu veic galvenā kārtā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība. Šis darbs iesākts samērā vēlu, bet toties ir tā izveidots, ka var noderēt par paraugu daudzām citām zemēm. Pirmie kursi kooperatīvu darbiniekiem ir sarīkoti 1910. gadā, bet nākošie tikai 1916. gadā. Plānveidīgi šis darbs iekārtojās tikai sākot ar 1918. gadu, kad savienība nodibināja īpašu

²²² „Kooperatören“ 1931., 13. burtnīcā, 212. un 213. lpp.

nodaļu kooperatīvās audzināšanas uzdevumiem — Studieavdelning. Ar nākošo gadu šī nodaļa noorganizēja mācības vēstuļu kursus grāmatvedībā, rēķināšanā un banku zinībās. Ar 1925. gadu kooperatīvu darbinieku sagatavošanas darbs jau ievirzījās noteiktā, līdz sīkumiem labi pārdomātā sistēmā, ko ar katru gadu arvienu vēl papildina. 1924. gadā darbinieku sagatavošanas nolūkiem savienība ieguva savā īpašumā greznu villu jūrmaalā Saltsjöbaden'ā Stokholmas tuvumā, nosaucot šo villu par „Vår gård“, kas tulkojumā nozīmē „Mūsu mājas“. 1930. gadā ir nopirkta arī vēl otra tāda pati vasarnīca. No 1925. līdz 1930. gadam šinī skolā dažādus kursus ir apmeklējuši ne mazāk kā 2126 kooperatīvu darbinieki un 191 savienības darbinieks. Tādā kārtā ir piedalījušās:

pārdevēju nedēļas cursos	1315	personas
pārdotavu vadītāju cursos	243	„
kooperatīvu vadītāju cursos	253	„
dažādos citos darbinieku cursos . .	506	„

1934. gadā šinī skolā ir notikuši 39 kursi, kas bija vismaz vienu nedēļu garī. Šais cursos piedalījās 1080 dalībnieku, no kuriem 586 bija patērētāju kooperatīvu algoti darbinieki, 358 patērētāju kooperatīvu vēlēti darbinieki un 107 sieviešu kooperatīvo ģilžu dalībnieces²²³.

„Šis lielais kursu dalībnieku skaits izskaidrojams ar to mācības gaitas kārtību, kāda ir šinī skolā. Šī skola daudzējādā ziņā atšķiras no citām skolām un vispirmā kārtā ar to, ka tanī nav iekārtots viens kurss uz vienu vai diviem gadiem. Kooperatīvu darbinieku izglītība ir iekārtota tā, ka mācības gaita sadalīta pa dažādiem piedzīvojumu un darbinieku attīstības posmiem, kamdēļ kursu garums ļoti variē, no vienas nedēļas līdz vienam vai diviem mēnešiem. Bez tam garākos cursos mācība skolā ir saistīta ar mācības vēstuļu kursiem, kas jāiziet gan pirms, gan arī pēc kursu apmeklēšanas skolā. Šī kombinācija ir izrādījusies par ļoti noderīgu un tā tiek arvienu uzlabota un attīstīta arvienu tālāk. Šādai kārtībai ir starp citu arī tā priekšrocība, ka tā dod iespēju audzēkņiem parādīt enerģiju un savas spējas, kā arī attīsta viņos interesi mācīties un sevi izglītot, pie kam automatiski nošķiras tādi audzēkņi, kas paši nekā negrib darīt savas izglītības labā.“

²²³ Kooperativa Förbundet förvaltnings- och revisionsberättelser för år 1934, 42. lpp.

„Mācības gaita ir sadalīta pa dažādiem darbinieku piedzīvojumu un attīstības posmiem tāpēc, lai audzēkņi paturētu pēc iespējas ciešāku kontaktu ar savu praktisko ikdienas darbu kooperatīvu pārdotavās. Ja audzēkņim dota iespēja mājās praktizēties tais zināšanās, ko tas ieguvisursos skolā, tad viņš pats labāki saprot, kāda nozīme ir izglītības turpināšanai, var labāk sagatavoties tai, un tanī pašā laikā šī interese papildināt savas zināšanas dod redzamus augļus viņa ikdienas darbā. Šis darbs kļūst zināmā mērā par izmēģinājumu lauku, kur viņš meklē jaunas metodes, lai pēc iespējas efektīvāk būtu iespējams pildīt savus pienākumus. Izkopjot tādā veidā tīri personīgo interesi papildināt savas zināšanas, darbinieks reizē ar to ir labāk sagatavots, lai iegūtu pēc iespējas vairāk labuma no augstākiem kursiem skolā. Tā tad varētu teikt, ka mācības gaitas sadalīšanai vairākosursos ir bijis nolūks to sadalīt starp skolu un praktiskā darba īstenību kooperatīvos²²⁴.“

Lielākie patērētāju kooperatīvi bez tam savu jaunāko darbinieku sagatavošanai sarīko arī paši dažādus kursus, pie kam šo kursu vadīšanai un sarīkošanai vajadzīgo pedagoģisko personālu sagatavo savienības kooperācijas skola²²⁵.

Kooperācijas darbinieku zināšanu papildināšanai kalpo arī īpašs darbinieku laikraksts „Vår Tidning“, kā arī vesela rinda rokas grāmatu visdažādākos jautājumos, ko izdod savienība.

Lai darbinieku sagatavošanas un izglītības darbu nostādītu uz drošākiem pamatiem, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības pilna sapulce 1931. gadā uz īpašas komisijas izstrādāta priekšlikuma pamata nolēma ievest savienības statūtos noteikumu, ka katru gadu jāpieskaita izglītības fondam tāda summa, kas atbilst 0,05% no iepriekšējā gada savienības apgrozījuma. Kad fonds būs sasniedzis tādu summu, ka % no tā segs visus savienības izdevumus izglītības nolūkiem, tad šos atskaitījumus var pārtraukt. Izglītības mērķiem no šā fonda drīkst izlietāt tikai procentus²²⁶.

1935. gada beigās šis fonds jau sasniedza 852.630,39 kr.²²⁷.

²²⁴ Kooperativ upplysning och utbildning. Kommittebetänkande till Kooperativa Förbundets kongress år 1931, 53.—63. lpp.

²²⁵ Turpat — 77. lpp.

²²⁶ Betänkande rörande Kooperationens fasta kapital. Stockholm 1931., 40. lpp.

²²⁷ Kooperativa Förbundets förvaltnings- och revisionsberättelser för år 1935, 50. lpp.

Tie ir īsumā tie pamati, saskaņā ar kuriem notiek Zviedrijas patērētāju kooperatīvu darbinieku sagatavošana. Te tikai vēl jāpiezīmē, ka ne mazākā vērība Zviedrijas patērētāju kooperatīvos ir piegriezta arī darbinieku izlasei. Katrs savienībā apvienotais patērētāju kooperatīvs pieņem jaunus darbiniekus vienīgi tikai ar savienības ieteikumu. Savienība ved īpašu kartotēku visiem patērētāju kooperatīvos nodarbinātiem darbiniekiem, kurā par katru ir jo sīkas ziņas: kādus kursus un ar kādām sekmēm viņš ir beidzis savienības kooperācijas skolā, ko ir mācījis ar mācības vēstuli palīdzību, kā viņš pilda savus pašreizējos pienākumus, kādas vietas ir ieņēmis agrāk un kāpēc no tām aizgājis u. t. t. Ieteicot darbiniekus uz vakantām vietām, savienība arvienu cenšas dot iespēju avansēt kādam no centīgākiem zemākiem darbiniekiem, pārvedot tādā kārtā darbiniekus no viena patērētāju kooperatīva uz otru. Darbiniekiem, kam trūkst savā darbā centības, katra avansēšanas iespēja izslēgta, bet darbiniekus, kas izrādījušies savā darbā negodīgi vai nolaidīgi, bez kavēšanās atlaiž un reizā ar to viņiem ir ņemta iespēja dabūt kādu citu vietu kādā patērētāju kooperatīvā. Šās sistēmas dēļ Zviedrijas patērētāju kooperatīvi ar maziem izņēmumiem ir ieguvuši augsti kvalificētu darbinieku kadru. Un par vadītāju principu šiem daudzajiem patērētāju kooperatīvu darbiniekiem ir tas, ka viņi atrodas mājturību dienestā, ka viņus algo tikai tāpēc, lai tie darbotos patērētāju kooperatīvā apvienoto mājturību interesēs, jo arī paša patērētāju kooperatīva mērķis un uzdevums ir sekmēt un veicināt tanī apvienotās mājturības²²⁸. Šis princips ir arī tas pädagogiskais pamatakmens, uz kuŗu balstās visa Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības kooperācijas skolas kooperatīvu darbinieku audzināšanas sistēma²²⁹.

Atsevišķo patērētāju kooperatīvu darbības labākai nostādīšanai kalpo arī tā saucamās ārējās revīzijas. Šīs patērētāju kooperatīvu ārējās revīzijas pārzina un vada īpaša revīzijas nodaļa pie Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības, kas ierikota 1917. gadā. No tā laika savienība prasa no katra patērētāju kooperatīva, kas vēlas iestāties tanī par biedru, lai tas piekristu šīm ārējām revīzijām, pie kam 1921. gadā šī prasība ieviesta savienības statū-

²²⁸ I hushällens tjänst av H. Elldin. „Vår Tidning“ 1932., Nr. 7., 98. lpp.

²²⁹ Hushällningsintreset som pedagogisk faktor. Av Harald Elldin. „Kooperatören“, jubileumsnummer 1931. 381.—385. lpp.

tos. Kooperatīvi, kas uzņemti savienībā par biedriem līdz 1917. gadam, var paši brīvprātīgi izšķirties, vai tie vēlas ārējās revīzijas vai ne²³⁰. Savienības 1932. g. pilnā biedru sapulcē valde ziņoja, ka vairs esot palikuši pāri tikai 16 tādi savienībā apvienoti patērētāju kooperatīvi, kas neesot izteikuši savu piekrišanu, lai ārējā revīzija attiektos arī uz tiem. Taču tie ir visai mazi patērētāju kooperatīvi, jo to apgrozījums sastāda tikai 0,87% no visu savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu apgrozījuma. Pilna biedru sapulce nolēma vēlreiz uzaicināt šos patērētāju kooperatīvus labprātīgi piekrist ārējai revīzijai. Ja tāda piekrišana tomēr netiktu izteikta, tad sākot ar 1934. gadu šie patērētāju kooperatīvi jārevidē uz tiem pašiem pamatiem, kā revidē pārējos savienībā apvienotos patērētāju kooperatīvus²³¹. Tādā kārtā tagad visi savienībā apvienotie patērētāju kooperatīvi ir jau pakļauti ārējām revīzijām.

Ārējo revīziju izdara lietpratēji, kas attiecīgi sagatavoti šim uzdevumam un paši ir agrāk bijuši kāda kooperatīva vadītāji un šo darbu ir veikuši priekšzīmīgi. Revidenti nevien tikai izdara revīzijas katrs sava rajona patērētāju kooperatīvos, bet arī dod kooperatīva vēlētiem un algotiem darbiniekiem padomus, kā labāk veicami tie vai citi darbi. Pašas ārējās revīzijas nolūks arī ir nevien konstatēt patērētāju kooperatīva trūkumus, bet arī aizrādīt, kā tie novēršami²³².

Sevišķu vērību revidenti starp citu piegriež arī tam, lai patērētāju kooperatīvu bilances būtu veselīgi uzstādītas. Lai to pārbaudītu, tad starp citu apleš arī tā saucamo likviditāti. Šo aplēšanu izdara tādā veidā, ka ņem vispirms visus likvidos līdzekļus (kopbilancē apzīmēti ar apgrozības līdzekļi I, skat. zemāk), kuŗos ietilpst skaidra nauda kasē, tekoši konti bankās un vērtspapīri (ražošanas fonda zīmes, rūpniecības fonda zīmes u. t. t.), un tiem pieskaita vēl 50% no nekustamu īpašumu grāmatu vērtības (pieņem, ka tādos apmēros arvienu iespējams dabūt kredītu, ieķīlājot nekustamo īpašumu). Šādā kārtā dabūto summu atņem no svešiem līdzekļiem: īsa termiņa parādiem plūs gara termiņa parādiem, plūs noguldījumiem kooperatīva krājkasē. Atlikumu pēc tam iz-

²³⁰ Kooperationens revisionsväsen. „Kooperatören“ 1928., 419. lpp.

²³¹ „Kooperatören“ 1932., 355. un 356. lpp.

²³² Svenska hem i samverkan av Anders Hedberg. Stockholm 1932., 85.—87. lpp.

dala uz vidējo vienas dienas apgrozījuma summu (pēdējo dabū, da-
lot gada apgrozījumu ar 300) un uzzina, ar cik dienu ieņēmumiem
no tirdzniecības iespējams segt visus atlikušos parādus. Tādā
kārtā likviditātes skaitlis parasti apzīmē dienas²³³, un tas rāda, cik
dienās patērētāju kooperatīviem kopā ņemot ir iespējams ar tirdz-
niecībā ieņemto naudu nomaksāt savus parādus.

Aplešot šādā ceļā visu Zviedrijas patērētāju kooperatīvu sa-
vienībā apvienoto kooperatīvu likviditāti, izejot no šo kooperatīvu
kopbilances, dabūjam, ka šī likviditāte ir bijusi^{234, 235}:

1914. g. beigās	—	27,2	dienas
1919. g.	„	—	33,7 „
1920. g.	„	—	26,9 „
1924. g.	„	—	13,8 „
1925. g.	„	—	7,9 „
1926. g.	„	—	2,9 „
1927. g.	„	—	0,6 „
1928. g.	„	—	1,8 „
1929. g.	„	—	2,7 „
1930. g.	„	—	0,3 „
1931. g.	„	+	0,3 „
1932. g.	„	+	1,8 „
1933. g.	„	+	5,5 „
1934. g.	„	+	8,0 „
1935. g.	„	+	8,3 „

No šiem skaitļiem redzam, ka pēdējā laikā Zviedrijas patērē-
tāju kooperatīvu attīstība neiet straujāk, kā to atļauj kooperatīvu

²³³ Föreningarnas ekonomi av Ernst Persson. Stockholm 1932., 84.—87. lpp.

²³⁴ Turpat 90. un 91. lpp. — Likviditets problemet ur medlemmarnas
synpunkt av Ernst Persson. „Kooperatören“ Jubileumsnummer 1931. 316. lpp. —
„Kooperatören“ 1925., 182. lpp. — Turpat 1933., 203. lpp. — Turpat 1935.,
189. lpp. — Turpat 1936., 215. lpp.

²³⁵ Likviditāte ar minus zīmi (—) rāda, cik dienās patērētāju kooperatī-
viem iespējams ar tirdzniecībā ieņemto naudu nomaksāt izstāvošos parādus.
Likviditāte ar plūs zīmi (+) nozīmē, ka patērētāju kooperatīviem no saviem
likvidiem līdzekļiem ir nevien iespējams nomaksāt visus parādus, bet bez tam
vēl atliek pāri tāda summa, ko iespējams ieņemt no tirdzniecības likviditātē
uzrādītā dienu skaitā.

uzkrātie līdzekļi. Kooperatīvi ir neatkarīgi no preču piegādātājiem, jo visus iepirkumus ir iespējams izdarīt par skaidru naudu. Tas nodrošina iespēju arvienu iepirkties par visizdevīgākām cenām.

Savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu kopbilance pēdējos gados ir bijusi šāda²³⁶, * : (Skat. tabulu 337. lapp.).

No šās bilances redzam, ka preču krājums, izteicot to % no bilances kopsummas, pastāvīgi samazinās. Tas izskaidrojams ar to, ka patērētāju kooperatīvi, censdamies uzlabot savas bilances likviditāti, tur pēc iespējas mazus preču krājumus, bet toties cenšas tos pēc iespējas ātrāk apgrozīt. Te tikai jāpiezīmē, ka faktiskais preču krājums ir lielāks, jo saskaņā ar patērētāju kooperatīvu statūtiem katru gadu grāmatas noslēdzot preču krājumu vērtība jāuzrāda vismaz par 10% mazāka, nekā iznāktu aplešot preču krājumam cenas pēc iepirkšanas. Tādā kārtā preču krājuma summā ietilpst vēl arī apslēptas rezerves. Tas pats sakāms arī par inventāru, no kuŗa katru gadu jānoraksta vismaz 15% no iepirkšanas vērtības²³⁷. Dažu patērētāju kooperatīvu (piemēram Stokholmas patērētāju kooperatīva) bilancēs inventāra vērtība uzrādīta vairs tikai 1—2 kronas. Nekustamu īpašumu vērtības loma bilancē arvienu pieaug, jo tikai savā īpašumā atrodošās pārdotavas patērētāju kooperatīvi var izbūvēt saskaņā ar modernās tirdzniecības prasībām. Taču pašā pēdējā laikā šis pieaugums vairs nav tik straujš. Tas tāpēc, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvi ir centušies saimnieciskās depresijas gadus izmantot pastiprinātai būvniecībai, pa daļai tāpēc, ka tas mazina bezdarbu, un pa daļai arī tāpēc, ka saimnieciskās depresijas laikmetā būvniecībai ir visizdevīgākais laiks zemo cenu dēļ. Tā kā pašā pēdējā laikā Zviedrijā

²³⁶ Föreningarnas ekonomi av Ernst Persson. Stockholm 1932., 10. un 11. lpp. — „Kooperatören“ 1930. g., 94. lpp. — Turpat 1935. g., 186. lpp.

* Par 1935. gadu šie skaitļi ir šādi: Apgrozības līdzekļi I ir 11,2%, apgrozības līdzekļi II — 21,1%, ilga termiņa ieguldījumi — 12,4%, īpašumi — 55,3%. Pasīvā: īsa termiņa krediti 6,7%, noguldījumi 9,4%, gara termiņa krediti — 16,8%, pašu kapitāli — 67,3%. Kopbilances kopsumma 184,98 milj. kr. — Skat. „Kooperatören“ 1936., 212. lpp.

²³⁷ K. F.: s mönsterstadgar för konsumtionsföreningar. Typ D2. 1927., 12. lpp.

A k t ī v s	% no kopbilances kopsummas						
	1925. g.	1927. g.	1929. g.	1931. g.	1932. g.	1933. g.	1934. g.
<i>Apgrozības līdzekļi I</i>							
Kasē	1,9	1,6	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1
Bankās	6,2	6,2	6,8	5,8	6,3	8,2	9,4
Ražošanas fonda zīmes (sav. izlaid).	3,8	3,3	2,6	2,3	1,5	1,1	0,2
Rūpniecības fonda zīmes „ „	—	2,2	1,6	1,3	0,9	0,9	0,8
Spuldžu fabr. fonda zīmes „ „	—	—	0,3	0,4	0,4	0,4	—
Kopā	11,9	13,3	12,6	11,1	10,3	11,7	11,5
<i>Apgrozības līdzekļi II</i>							
Preces krājumā	36,9	34,0	28,5	24,2	22,3	20,2	19,6
Dēbitori	3,1	2,1	1,5	1,4	1,2	1,2	1,2
Kopā	40,0	36,1	30,0	25,6	23,5	21,4	20,8
<i>Ilgā termiņa ieguldījumi</i>							
Paji savienībā	5,0	6,7	7,8	8,9	9,8	10,0	10,8
Dalības nauda citos uzņēmumos	0,9	1,3	0,9	0,7	1,0	0,5	0,6
Pārējie aktīvi	1,2	0,9	1,3	1,2	0,3	0,3	0,3
Kopā	7,1	8,9	10,0	10,8	11,1	10,8	11,7
<i>Īpašumi</i>							
Nekustami īpašumi	37,2	38,6	44,5	49,8	52,5	53,3	53,6
Inventārs	3,8	3,1	2,9	2,7	2,6	2,8	2,4
Kopā	41,0	41,7	47,4	52,5	55,1	56,1	56,0
Kopā viss aktīvs	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Aktīva kopsumma miljonos kronu</i>	83,0	99,8	132,3	154,0	161,7	168,3	175,9
P a s ī v s	% no kopbilances kopsummas						
	1925. g.	1927. g.	1929. g.	1931. g.	1932. g.	1933. g.	1934. g.
<i>Īsa termiņa kredīti</i>							
Preču piegādātāji	11,2	8,4	8,0	6,4	6,8	5,3	4,9
Pārējie kreditori	0,5	0,3	0,4	0,6	0,9	1,0	1,0
Kopā	11,7	8,7	8,4	7,0	7,7	6,3	5,9
<i>Noguldījumi</i>	8,1	10,2	10,0	10,1	10,2	9,6	9,3
<i>Ģaŗa termiņa kredīti</i>							
Hipotēkas	12,7	10,8	15,6	16,5	15,9	17,4	15,3
Aizņēmumi pret ražoŗ. fonda zīmēm	2,1	1,8	1,4	1,0	0,3	0,1	—
Pārējie	4,5	1,9	2,5	2,5	2,0	2,1	3,1
Kopā	19,3	14,5	19,5	20,0	18,2	19,6	18,4
<i>Paŗu kapitāli</i>							
Paju kapitāls	26,2	27,6	25,1	25,0	24,9	25,1	25,2
Rezerves kapitāls	13,1	14,7	14,6	15,8	16,7	17,4	18,2
Pārējie kapitāli un fondi	8,3	10,7	10,5	11,3	12,1	12,2	13,0
Tīrais atlikums	13,7	13,7	11,9	10,8	10,2	9,8	10,0
	61,3	66,7	62,1	62,9	63,9	64,5	66,4
Atskaitāms tīrais zaudējums	0,4	0,1	—	—	—	—	—
Kopā	60,9	66,6	62,1	62,9	63,9	64,5	66,4
Kopā viss pasīvs	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Pasīva kopsumma miljonos kronu</i>	83,0	99,8	132,3	154,0	161,7	168,3	175,9

atkal ir iestājies zināms saimniecisks uzplaukums, patērētāju kooperatīvi ir kļuvuši atturīgāki būvniecības lietās*.

No kobilances pasīva redzam, ka krietni vairāk par pusi no visa pasīva ir pašu kapitāli, no kuriem pirmo vietu ieņem paju kapitāls. Zviedrijas patērētāju kooperatīvu vadītāji darbinieki ir tais ieskatos, ka visam apgrozības kapitālam jāsastāv no pašu kapitāliem. Tāpēc Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības 1931. gada pilnā sapulcē ir patērētāju kooperatīvu parauga statūtu 10. § nolemts izteikt šādā redakcijā²³⁸:

„Ja kooperatīva kapitāli sasniedz summu, kas atbilst kooperatīva aktīvam iepriekšējā darbības perioda beigās, atskaitot no tā brīvos līdzekļus kasē un bankās, kā arī aizdevumus pret Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības, bankas, valsts vai pašvaldības obligācijām vai arī pret nekustama īpašuma obligāciju ne vairāk par divām trešdaļām no īpašuma taksētās vērtības, ja īpašums atrodas pilsētā, un ne vairāk kā pusi no īpašuma taksētās vērtības, ja īpašums atrodas uz laukiem, — tad patērētāju kooperatīva pilna sapulce var lemt par atskaitījumu pārtraukšanu rezerves kapitālā, taču tomēr ar to noteikumu, ka rezerves kapitālam jābūt tik lielam, lai uz katru iedzīvotāju tanī vai tanīs pašvaldībās, kur patērētāju kooperatīvs darbojas, iznāktu vismaz 50 kronu.“

Sakarā ar visu teikto Zviedrijas patērētāju kooperatīvu darbība ir ievērojami uzlabojusies pēdējos gados. Par to liecina kaut tas apstāklis, ka pēdējā laikā ir ievērojami samazinājies to patērētāju kooperatīvu skaits, kas noslēdzis savu darbību ar zaudējumiem, kā arī pašu šo zaudējumu kopsomma. Tas redzams no sekojošās tabulas²³⁹:

* „Kooperatören“ 1936., 329.—331. lpp.

²³⁸ Betänkande rörande kooperationenens fasta kapital. Stockholm 1931., 36. lpp.

²³⁹ Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1920—1922 av K. Socialstyrelsen, 27. un 28. lpp. — Tas pats par 1923. g. 25. un 26. lpp. — Tas pats par 1924. g. 27. lpp. — Tas pats par 1925. g. 25. lpp. — Tas pats par 1926. g. 25. lpp. — Tas pats par 1927. g. 25. lpp. — Tas pats par 1928. g. 25. lpp. — Tas pats par 1929. g. 24. lpp. — Tas pats par 1930. g. 24. lpp. — Tas pats par 1931. g. 24. lpp. — Tas pats par 1932. g. 24. lpp. — Tas pats par 1933. g. 24. lpp.

G a d s	Bija tirs atlikums			Bija tirs zaudējums			Kooperāti- vu skaits, kam nav ne atlikuma, ne zaudējuma
	Kooperātīvu skaits	Tīrals atlikums kronās	% no apgro- zījuma	Kooperātīvu skaits	Tīrals zaudē- jums kronās	% no apgro- zījuma	
1920.	818	8.003.479	3,0	131	689.435	0,2	8
1921.	705	6.667.695	2,8	249	1.985.607	0,8	12
1922.	779	7.077.616	3,4	137	867.484	0,4	14
1923.	883	8.837.561	4,1	63	227.967	0,1	9
1924.	891	10.257.981	4,4	27	94.342	0,0	13
1925.	859	11.277.629	4,3	40	167.728	0,0	11
1926.	877	12.460.484	4,7	13	69.102	0,0	6
1927.	864	13.581.149	4,9	17	51.647	0,0	4
1928.	840	14.587.129	4,8	7	28.930	0,0	3
1929.	805	15.189.533	4,9	5	17.986	0,0	3
1930.	778	15.817.135	4,9	8	18.212	0,0	3
1931.	749	15.857.186	4,9	2	4.345	0,0	3
1932.	715	15.389.294	4,8	7	13.372	0,0	3
1933.	687	15.448.426	4,8	6	22.081	0,0	—

Interesanti atzīmēt, ka Zviedrijas patērētāju kooperātīvu sa- vienībā apvienotiem kooperātīviem daudz lielāks procents koope- rātīvu ir darbojies ar tīru atlikumu, nekā no neapvienotiem koope- rātīviem. Tas redzams no sekojošiem datiem²⁴⁰:

G a d s	Kooper. skaits, kas snie- guši ziņas	Apvienotie kooperātīvi ar rezultātu						Neapvienotie kooperātīvi ar rezultātu					
		tīro atlikumu		tīro zaudējumu		○		tīro atlikumu		tīro zaudējumu		○	
		skaits	%	sk.	%	sk.	%	sk.	%	sk.	%	sk.	%
1923.	955	795	92,6	56	6,5	8	0,9	88	91,7	7	7,3	1	1,0
1924.	931	816	95,8	25	2,9	11	1,3	75	95,0	2	2,5	2	2,5
1925.	910	803	94,8	33	3,9	11	1,3	56	88,9	7	11,1	—	—
1926.	896	808	98,1	11	1,3	5	0,6	69	95,8	2	2,8	1	1,4
1927.	885	788	97,8	15	1,9	3	0,3	76	96,2	2	2,5	1	1,3
1928.	850	774	98,9	7	0,9	2	0,2	66	98,5	—	—	1	1,5
1929.	813	745	99,2	3	0,4	3	0,4	60	96,8	2	3,2	—	—
1930.	789	713	98,9	6	0,8	2	0,3	65	95,6	2	2,9	1	1,5
1931.	754	683	99,4	2	0,3	2	0,3	66	98,6	—	—	1	1,4
1932.	725	655	98,9	4	0,6	3	0,5	60	95,2	3	4,8	—	—
1933.	693	634	99,5	3	0,5	—	—	53	94,6	3	5,4	—	—

²⁴⁰ Kooperativ verksamhet i Sverige år 1923 av K. Socialstyrelsen, 25. lpp. — Tas pats par 1924. g. 27. lpp. — Tas pats par 1925. g. 25. lpp. — Tas pats par 1926. g. 25. lpp. — Tas pats par 1927. g. 25. lpp. — Tas pats par 1928. g. 25. lpp. — Tas pats par 1929. g. 27. lpp. — Tas pats par 1930. g. 24. lpp. — Tas pats par 1931. g. — 24. lpp. — Tas pats par 1932. g. 24. lpp. — Tas pats par 1933. g. 24. lpp.

No tā jāsecina, ka savienības pūlēm uzlabot un labāk nostādīt apvienoto patērētāju kooperatīvu darbību ir bijuši zināmi panākumi.

Lai šinī virzienā vēl vairāk ko darītu, pēc savienības ierosinājuma 1923. gadā ir dibināta īpaša organizācija — Svenska hushållsföreningen jeb saīsinājumā S. H. F. —, kuŗas uzdevums pievienot sev uz kādu laiku saimnieciski vājos patērētāju kooperatīvus un rūpēties par šo kooperatīvu darbības uzlabošanu un atveseļošanu. Šai organizācijai var pievienoties kaut kurš patērētāju kooperatīvs, ja tā saimnieciskā darbība nav visai sekmīga un ja tādai pievienošanai piekrit Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības valde. Bez tam nepieciešams, lai attiecīgais kooperatīvs atļautu nedaudz ierobežot savas pašnoteikšanās tiesības. Līdz ar kooperatīva pievienošanu S. H. F. uzņemas tālāko vadību un atbildību par kooperatīva saimniecību. Sakarā ar to S. H. F. pārņem savā īpašumā visas attiecīgā kooperatīva preces un inventāru, izņemot nekustamos īpašumus. S. H. F. tālāk darbojas ne savā, bet pievienotā kooperatīva vārdā. Tāpēc, raugoties no ārienes, S. H. F. nav nemaz redzama. Pievienotā kooperatīva pašnoteikšanās tiesības ierobežotas tikai tanī ziņā, ka gadījumos, kad kooperatīva valde pieņēmusi kādu svarīgu lēmumu, piemēram, atvērt jaunu pārdotavu, to nepieciešams apstiprināt S. H. F. vadībai. S. H. F. ir galvenā kārtā tai pievienoto kooperatīvu kontrolētāja un diriģētāja organizācija. Kooperatīvi, kas jau dažus gadus darbojas šās organizācijas vadībā, ir caurmērā pavairojuši savus apgrozījumus par apm. 80%. Dažiem kooperatīviem apgrozījums pavairojies pat par vairākiem simtiem procentu. Saskaņā ar statūtiem pievienotam kooperatīvam S. H. F. vadībā jādarbomas vismaz divus gadus. Tomēr šo noteikumu neņem burtiski, un, ja kāds kooperatīvs grib no šās aizbildniecības aiziet ātrāk, to neviens neliedz. Pievienotie kooperatīvi cenšas pavairot savus kapitālus ar jaunu paju palīdzību, kas uzkrājas, ieskaitot pajos biedriem aplēstās prēmijas par iepirkumiem un % par jau iemaksātajiem pajiem, kamēr katra biedra iemaksātā paju summa nav sasniegusi statūtos paredzēto summu. Sadalot atlikumu, S. H. F. parasti katru gadu patērētāju kooperatīvu biedriem par viņu iepirkumiem aplēš 3%, bet par viņu iemaksātajiem pajiem 5% gadā²⁴¹.

²⁴¹ „Kooperatören“ 1931., 291.—294. lpp.

S. H. F. attīstību raksturo šādi skaitļi²⁴²:

G a d s	Pievienoto kooperātīvu skaits	Tais apvienoto biedru skaits	Tiem piederošo pārdotavu skaits	Bilance	Pārdots preču
				Tūkstošos kronu	
1923.	9	1.867	16	353	473
1924.	19	4.345	36	799	2.605
1925.	28	8.731	63	1.160	5.047
1926.	48	13.554	99	1.946	7.566
1927.	70	18.804	147	2.964	12.421
1928.	83	24.977	195	4.324	18.306
1929.	103	36.448	260	5.981	22.717
1930.	107	45.481	326	7.093	29.279
1931.	107	53.515	369	8.174	32.128

Tas, ka apvienoto biedru skaits, pārdotavu skaits, arī pārdoto preču summa ir pieaugusi daudz ātrāk nekā pievienoto patērētāju kooperātīvu skaits, vien jau liecina, ka S. H. F. pievienotie patērētāju kooperātīvi savā attīstībā ir ievērojami gājuši uz priekšu. Un tiešām, kopš darbojas S. H. F., sākot ar 1925. gadu neviens patērētāju kooperatīvs, kas apvienots Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībā, nav pārtraucis savus maksājumus un sākot no 1924. gada neviens no šiem apvienotiem patērētāju kooperatīviem nav nonācis konkursā.

Tomēr pēdējā laikā S. H. F. ir daudz mazāk darba vājo patērētāju kooperatīvu nostiprināšanā nekā jaunu patērētāju kooperatīvu dibināšanā. Izrādās, ka tagad vairs jaundibinātam patērētāju kooperatīvam ar maziem apgrozības līdzekļiem nav tik viegli uzsākt savu darbību, kā tas bija agrāk. Rosīgā sacensība prasa, lai jaundibinātais patērētāju kooperatīvs jau no paša sākuma būtu pietiekami apgādāts ar līdzekļiem un labi nostādīts. Tāpēc jaundibinātie patērētāju kooperatīvi tūdaļ pēc nodibināšanas pievienojas S. H. F., kas uzceļ modernu ēku, apgādā modernas pārdotavas ierīces un attiecīgu preču sortimentu. Tā jaunais patērētāju

²⁴² Kooperatīva Förbundet Förvaltningsradets, styrelsens och revisionernas berättelser 1923., 63. lpp. — Tas pats par 1924. g. 66. un 67. lpp. — Tas pats par 1925. g. 79. lpp. — Tas pats par 1926. g. 79. lpp. — Tas pats par 1927. g. 88. lpp. — Tas pats par 1928. g. 85. lpp. — Tas pats par 1929. g. 92. lpp. — Tas pats par 1930. g. 101. lpp. — Tas pats par 1931. g. 124. lpp.

kooperatīvs darbojas tik ilgi S. H. F. aizbildniecībā, līdz tas uzkrājis pats tik lielus kapitālus, ka var atpirkt namu ar visu iekārtu, un tad, izstājoties no S. H. F., turpināt tālāk savu darbību pilnīgi patstāvīgi. Apmēram puse no visiem pievienotiem patērētāju kooperatīviem ir šādas jaundibinātas organizācijas²⁴³.

Lai S. H. F. ievadīto darbību padarītu vēl efektīvāku, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības 1931. gada pilna sapulce nolēma šās vienas organizācijas vietā dibināt kādas 7—8 šādas organizācijas, kas darbotos dažādos Zviedrijas rajonos, jo vienai biedrībai pārāk grūti pārredzēt tik plašu darbības rajonu²⁴⁴. Šo jauno biedrību organizēšanas darbi uzsākti 1932. gadā, un 1933. g. bija jau 5 rajona organizācijas, kas apvienoja 60 patērētāju kooperatīvus ar 22 milj. kronu lielu apgrozījumu. Pašā S. H. F. minētajā gadā bijuši 46 patērētāju kooperatīvi ar 12,8 milj. lielu apgrozījumu²⁴⁵.

1935. gadā Zviedrijā darbojās 6 šādas organizācijas (ieskaitot arī S. H. F.), kurām bija pievienoti 105 patērētāju kooperatīvi ar 70.884 biedriem un 474 pārdotavām, kurās minētā gada laikā pārdotas preces par 43.130 tūkst. kronām. Šie skaitļi rāda, ka apskatītām organizācijām pievienoto patērētāju kooperatīvu skaits vairs nepieaug, bet gan pieaug pievienoto patērētāju kooperatīvu biedru skaits un apgrozījumi*.

Kopsavilkumā varam teikt, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu attīstība iet divos virzienos:

1. Atsevišķie patērētāju kooperatīvi aug biedru skaita un apgrozījumu ziņā un pakāpeniski veidojas par lieliem pasākumiem sīktirdzniecībā, kas dod tiem arvienu lielāku un lielāku iespēju nostādīt savu darbību uz racionālākiem pamatiem. Šo attīstību veicina Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, kas pieliek daudz pūļu, lai atsevišķos patērētāju kooperatīvus saimnieciski

²⁴³ „Kooperatören“ 1931., 289.—291. lpp. — Svenska hem i samverkan av Anders Hedberg. Stockholm 1932., 40.—41. lpp.

²⁴⁴ „Kooperatören“ 1931., 291.—294. lpp.

²⁴⁵ Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934., 27. lpp.

* Statistiska tabeller över till Kooperativa förbundet anslutna förenings verksamhet 1935. Stockholm, 1936., 44. un 45. lpp.

nostiprinātu un uzturētu tos konkurencei spējīgus ar sīktirdzniecības uzņēmumiem.

2. Savas savienības vadībā Zviedrijas patērētāju kooperātīvi cenšas vispār racionālizēt sīktirdzniecību: a) nostādot priekšzīmīgi savas pārdošanas, kas atvieglo preču izdalīšanas darbu, pircējiem ērti pārskatāmas un respektē visas higiēnas prasības; b) izlasot krietnākos darbiniekus un tos labi sagatavojot; un c) cenšoties panākt ar iespējami mazāk darba un mazāk kapitāla pēc iespējas lielāku saimniecisku efektu. Šis saimnieciskais efekts, pēc kuŗa cenšas Zviedrijas patērētāju kooperātīvi, ir — labu un neviltotu patēriņa priekšmetu apgādāšana apvienotām mājturībām par iespējami izdevīgākām cenām. Kādā mērā Zviedrijas patērētāju kooperātīviem ir izdevies to panākt, to aplūkosim nākošajā nodaļā.

VII. ŠĀS IETEKMES REZULTĀTS.

Lai apgādātu apvienotām mājturībām labas un neviltotas preces, Zviedrijas patērētāju kooperātīvi preces iepērkot lielu vērību piegriež preču kvalitātei. Šinī nolūkā tie cenšas pēc iespējas lielāku daļu no nepieciešamām precēm iepirkt savā savienībā, kuŗas rīcībā atrodas speciālas laboratorijas un citi līdzekļi, ko tuvāk apskatīsim nākošajās nodaļās. Zviedrijas patērētāju kooperātīvi ir pirkuši savienībā procentos no sava apgrozījuma²⁴⁶:

1914.	gadā	23,2%
1916.	„	25,6%
1917.	„	18,0%
1920.	„	25,3%
1922.	„	31,1%
1923.	„	33,7%
1924.	„	34,9%
1925.	„	36,5%
1926.	„	38,1%
1927.	„	40,4%
1928.	„	41,3%

²⁴⁶ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsradets, styrelsens och revisorernas berättelser 1931., Tabell 7. — Turpat par 1934. g. Tabell 7. — Turpat par 1935. g. Tabell 7.

1929. gadā	40,6%
1930. „	39,7%
1931. „	40,0%
1932. „	40,8%
1933. „	41,4%
1934. „	41,9%
1935. „	42,0%

Šinī pašā nolūkā lielākie patērētāju kooperātīvi, kam ir savi ražošanas uzņēmumi, kā to redzējām iepriekšējā nodaļā, cenšas lietāt modernākos ražošanas paņēmienus un līdzekļus, lai tādā kārtā rastos iespēja apgādāt apvienotām mājturībām kvalitātes un higiēnas prasību ziņā nevainojamu preci. Un beidzot, šie kooperātīvi gādā arī par piemērotām pārdotavu telpām, lai šīs preces nezaudētu savas labās īpašības arī pārdošanas un uzglabāšanas laikā.

Šīs labās un neviltotās preces ir viens no tiem „labumiem“, ko iegūst mājturības, apvienojoties patērētāju kooperatīvos. Bet tas vēl nav viss. Izrādās, ka Zviedrijas patērētāju kooperātīvi, racionālizētas tirdzniecības darbības dēļ, spēj apgādāt apvienotām mājturībām nepieciešamos patēriņa priekšmetus bez tam vēl arī par izdevīgākām cenām, nekā šos patēriņa priekšmetus ir iespējams pirkt ārpus patērētāju kooperatīviem. Taisnība, ir grūti aplēst, kādu summu patērētāju kooperatīvi ar savām izdevīgākām cenām ietaupa apvienotām mājturībām, jo „ir veca patiesība“, saka Zviedrijas kooperators un valstsvīrs Anderss Örne, „ka nodibinoties patērētāju kooperatīvam apvidū, kuŗu kooperācija līdz tam vēl nav skārusi, sīktirdzniecības cenas svarīgākiem patēriņa priekšmetiem tūdaļ strauji krīt. Bieži pat baumas, ka nodomāts dibināt patērētāju kooperatīvu, ir pietiekamas, lai radītu sīktirdzniecības cenu ievērojamu pazemināšanos²⁴⁷“. Bet aplēst, par cik patērētāju kooperatīvs ar savu pastāvēšanu ir piespiedis pazemināt vietējās sīktirdzniecības cenas un kāds no tā patērētājiem ir radies ietaupījums, nav iespējams. Var aplēst tikai to cenu starpību, kas pastāv, darbojoties blakus patērētāju kooperatīvam un nekooperatīviem sīktirdzniecības uzņēmumiem. Kaut gan šādas aplēses ceļā dabūtās summas tālu neizteic visu to efektu, ko dod patērētāju kooperatīvs, jo nav ņemts vērā, kādā mērā patērētāju kooperatīvi ar savu pastāvēšanu ir ietekmējuši nekooperatīvo uzņēmumu cenas, tad tomēr aplēšu rezultāti ir visai ietekmīgi, kā to redzēsim no sekojošiem datiem.

²⁴⁷ Anders Örne. Kooperativa ideer och spörsrå 1. Stockholm 1924., 67. lpp.

1920. gadā Zviedrijas valdība ir iecēlusi lietpratēju komisiju, kuŗas uzdevums bija izpētīt pārtikas preču tirdzniecību. Šās komisijas materiālos, kas publicēti 1922. gadā, raksturojot patērētāju kooperatīvu izdevīgās cenas, minēti šādi dati²⁴⁸:

Maizes šķirne	Stokholmā		Jēteborjā	
	Cena kooperatīvā ūrās par 1 kg	Cena privātās tirgotavās ūrās par 1 kg	Cena kooperatīvā ūrās par 1 kg	Cena privātās tirgotavās ūrās par 1 kg
Baltmaize (franskt brød)	99	108	118	129
Rupja maize, saldi raudzēta (sötlimpa) . .	90	105	88	110
Rupja maize, skābi raudzēta (surlimpa) . .	64	82	42	55

Tālāk 1926. gadā Zviedrijas Sociālās valdes (Socialstyrelsen) sekretārs Hugo Heyman's ir salīdzinājis no minētās valdes Stokholmā ievāktās un aplēstās vidējās dažādu preču cenas ar Stokholmas patērētāju kooperatīva cenām. Salīdzinājums attiecas uz 1926. gada oktōbra mēneša cenām. Lai pēc iespējas izvairītos no kļūdām, cenas savācot sevišķa vērība piegriezta sīkai preču kvalitātes apzīmēšanai. Šai salīdzināšanā starp citu ir noskaidrojies, ka Stokholmas patērētāju kooperatīva preces ir caurmērā augsta labuma preces. Cenu salīdzināšanas rezultātā dabūta sekojoša tabula²⁴⁹: (Skat. tabulu 246. lapp.).

Ja apleš, kā šī cenu starpība ietekmē atsevišķu personu mājturības budžetus, ņemot šim nolūkam palīgā 1922.—23. gadā Stokholmā no vairāku mājturību grāmatvedības iegūtos datus par patērētiem preču daudzumiem, tad iznāk, ka, iepērkoties patērētāju kooperatīvā, visi ģimenes pirkumi caurmērā lē t ā k i p a r 4%.

Ja ņem vērā to apstākli, ka arī patērētāju kooperatīva cenas ir atstājušas ietekmi uz oficiālām vidējām cenām, jo arī šīs cenas

²⁴⁸ Dati ņemti no „Statens offentliga utredningar 1922:20 (Jordbruksdepartementet). Mellanhandssakkuniges betänkande angående olägenheterna vid mellanhandssystemet inom livsmedelshandeln, Stockholm 1922.“ Citēts pēc „Conférence économique internationale. Genève, 1927. Résultat de quelques-unes des enquêtes établissant la comparaison entre les prix de détail du commerce privé et ceux des sociétés coopératives de consommation“, 20. lpp.

²⁴⁹ Kooperativ prisbildning. Av sekreteraren i Socialstyrelsen Hugo Heyman. „Kooperatören“ 1926., 339. un 340. lpp.

P r e ģ u n o s a u k u m s	Dau- dzums	Ofici- ālās vidējās cenas ōrās	Patēre- tāju ko- operā- tīvu ce- nas ōrās	Patērētāju kooperātīvu cenas zemākas par	
				ōrām	%
Pilnpiens	1 ltr.	24	24	—	—
Vājpiens	„	9	9	—	—
Pienotavas sviests	kg	329	320	9	2,8
Lauku sviests	„	298	280	18	6,4
Siers, tauks, augst. 4 mēneši stāvējis	„	252	230	22	9,6
Siers, vidēji tauks	„	176	150	26	17,3
Augu margarīns	„	160	160	—	—
Olas, svaigas	„	260	248	12	4,8
Kartupeļi	5 ltr.	47	42	5	11,9
Zirņi, dzeltānie	kg	46	40	6	15,0
Brūnās pupiņas	„	55	45	10	22,2
Kviešu bīdelēti milti	„	46	45	1	2,2
Rudzu milti, rupji	„	28	28	—	—
Rudzu milti, bīdelēti, marka 000	„	39	38	1	2,6
Auzu putraini, ar tvaiku apstrādāti	„	46	42	4	9,1
Rīsa putraini, Burma	„	52	40	12	30,0
Sausa maize, rupjā	„	64	64	—	—
Rupja maize, saldi raudzēta (sōtlimpa)	„	78	71	7	9,9
Rupja rudzu maize, mīksta	„	61	48	13	27,1
Sausiņi (skorpor)	„	172	162	10	6,2
Baltmaize (franskt brōd)	„	78	72	6	8,3
Baltmaize pienā cepta, lētākā	„	117	114	3	2,6
Liellopu gaļa, cepšanai	„	224	212	12	5,7
Liellopu gaļa, zupai	„	173	173	—	—
Teļa gaļa cepšanai, no bařota teļa	„	248	234	14	6,0
Teļa gaļa, no jauna teļa	„	148	—	—	—
Aitas gaļa, svaiga cepšanai	„	228	220	8	3,6
Cūkgaļa, svaiga, trekna	„	266	256	10	3,9
Cūkgaļa, sālīta, trekna, Zviedrijas	„	269	260	9	3,5
Sālītas siļķes, Islandes	„	89	80	9	11,3
Sālītas mencas (kabeljo)	„	101	90	11	12,2
Kafija, 1 : m, nededzināta, Santos	„	318	290	28	9,9
Graudu cukurs	„	65	64	1	1,6

kā komponenti ir iegājuši vidējo cenu aplēšanā, kā arī to, ka uz plašā patēriņa precēm, ko šeit salīdzinām, starpība arvienu ir mazāka nekā uz citām precēm, — Heyman's atrod, ka dabūto cenu starpību var bez bažām attiecināt uz visām patēriņa precēm, jo starpība nekādā gadījumā nebūs mazāka par konstatēto.

Salīdzinājumi ir izdarīti arī par citiem mēnešiem, pie kam rezultāti iegūti tādi paši, bet dažos gadījumos starpība bijusi pat vēl lielāka.

Ja ņem vērā, ka Stokholmas patērētāju kooperatīvs bez tam vēl saviem biedriem izmaksā ik gadus 3% kā prēmiju par iepirkumiem, tad iznāk, ka patērētāju kooperatīvs sniedz saviem pircējiem ietaupījumu uz pārtikas precēm apm. 7%. Ja ņem vērā, ka mazturīgākās ģimenēs izdevumi par pārtikas precēm sastāda 40—50% no visa budžeta un ka pat turīgākām vidusšķirām šie izdevumi pārsniedz 25%, tad iznāk, ka kooperatīvs ir sagādājis ietaupījumu, samazinādams visu izdevumu kopsummā par apm. 2 līdz 3,5%. Tas nav visai daudz. Bet pētījot mājturības budžetus, sociālā valde ir noskaidrojusi, ka strādnieku ģimenes visāda veida iekrājumu kopsomma Zviedrijā arī nepārsniedz 3% no budžeta. Pie tam jāņem vērā tas apstāklis, ka mājturības grāmatvedība, pēc kuŗas datiem iespējams šos budžetus pētīt, pastāv tikai saimnieciskā ziņā apdomīgākās ģimenēs²⁵⁰.

Tik tālu oficiālu personu pētījumi.

Pilnības labad jāatzīmē vēl viens pētījums, kuŗu gan ir izdarījuši paši kooperācijas darbinieki, bet kas tomēr jāuzskata par vienu no pilnīgākiem. Šis pētījums ir izdarīts šādā kārtā.

Pētījumu ir izdarījis Stokholmas patērētāju kooperatīvs 1928. gada februārī un martā, un tā nolūks ir bijis konstatēt starpību starp patērētāju kooperatīva un nekooperatīvo pārdotavu cenām. Rezultātu aplēšanai ir pieaicināti attiecīgi speciālisti. Pētījumā ir piedalījušās 67 nama mātes, kas pēc savas dzīves vietas bijušas vienmērīgi izkaisītas pa visu pilsētu un tās apkārtni, kur atradušās patērētāju kooperatīva pārdotavas. Pētījums ildzis 8 nedēļas. Nama mātes bijušas sadalītas divās grupās, no kuŗām viena pirkusi pirmās četras nedēļas visus nepieciešamos patēriņa priekšmetus tikai kooperatīva pārdotavās, bet otra grupa — nekooperatīvās pārdotavās. Nākošās četras nedēļas pirmā grupa iepirkusies nekooperatīvās pārdotavās, bet otrā grupa — kooperatīva pārdotavās. Kaut kādi aizrādījumi, kuŗās īsti nekooperatīvās pārdotavās iepirkumi izdarāmi, nav doti. No kooperatīva puses ir tikai izteikta vēlēšanās, lai tā grupa, kas iepērkas nekooperatīvās pārdotavās, neiepirktos tādos uzņēmumos, kas vispārībai pazīstami ar savām

²⁵⁰ Turpat, 338.—341. lpp.

augstām cenām, bet gan iepirktos tādās pārdotavās, kas pēc iespējas atbilstu Stokholmas tirdzniecisko uzņēmumu caurmēram. Katra nama māte saņēma attiecīgas instrukcijas un formulārus rūpīgai grāmatvedībai. Viņām bija jāatzīmē nevien iepirkto priekšmetu daudzums un cena, bet arī viss tas, kam varētu būt nozīme attiecībā uz priekšmeta kvalitāti. Katra nama māte bez tam saņēma arī svarus līdz ar atsvariem, lai varētu pēc iespējas precīzāk uzrādīt pirkumu svaru. Lai nerastos kādas kļūdas no tiem priekšmetu krājumiem, kas parasti atrodas katras nama mātes rīcībā, katra perioda sākumā un beigās izdarīja rūpīgu inventūras uzņemšanu katras nama mātes pieliekamā kambarī. Ziņas par iepirkumiem bija kooperatīvam jāiesūta katras nedēļas beigās, kur tos apstrādāja šīnī nozarē iestrādājušie speciālisti.

Rezultāti izrādījās dažādi, atkarībā no tā, pie kādas ienākumu grupas pieder tās mājturības, kas piedalījās pētījumā. Mājturības no zemākām ienākumu grupām, kuŗas varētu apzīmēt par strādnieku ģimenēm, iepērkoties patērētāju kooperatīvā ir izdarījušas 5,2% lielu ietaupījumu. Mājturības no augstākām ienākumu grupām, kuŗas varētu pieskaitīt vidusšķirām, ir, iepērkoties patērētāju kooperatīvā, izdarījušas lielāku ietaupījumu — ap 6%. Šī starpība iznāca tāpēc, ka tā saucamo standartpreču cenas konkurences ietekmes dēļ ir daudz vairāk izlīdzinājušās, kamēr tās preces, kas nav ieskaitāmas pirmās nepieciešamības priekšmetos, ir mazāk jūtīgas no konkurences ietekmes un tāpēc cenu starpība uz šīm precēm ir daudz lielāka. Skatot caur cenu sarakstu, dūrās acīs, ka sevišķi lētas ir tās preces, ko ražoja pats patērētāju kooperatīvs. Piemēram, visu kooperatīva ražoto mīkstās maizes šķirņu caurmēra cena izrādījās ne mazāk kā par 20% zemāka par tādu pašu cenu citās pārdotavās pirktai maizei. Līdzīgi novērojumi bija arī ar gaļas preču cenām. Te cenas svārstījās par 10—15% kooperatīvam par labu. Arī kartupeli kooperatīvā iznāca par apm. 10,5% lētāki. Uz baltiem kāpostiem kooperatīvā cenas bija lētākas par 8% un uz burkāniem 16%, uz plūmēm 14%. Uz rudzu miltiem un rudzu bīdelētiem miltiem 11% un 7,5%, bet auzu milti patērētāju kooperatīvā pat bija par veselu trešo daļu lētāki. Rīsa un mannas putraimiem bija cenas visai dažādas, bet caurmērā tomēr kooperatīvā cenas izrādījās par apm. 25% lētākas. Ar tvaiku apstrādātās auzu pārslas nekooperatīvās pārdotavās izrādījās dārgākas par 9%, sālītas siļķes par apm. 20% un sālītas mencas

par 7,5%. Pie visa tā jāņem vērā vēl arī tas apstāklis, ka Stokholmas patērētāju kooperatīvs gada beigās izmaksā par iepirkumiem 3% lielas prēmijas. Aprakstītajā mēģinājumā iepirkumi izdarīti 173 nekooperatīvās pārdotavās, no kurām tikai 7 vēlāk aplēsa zināmu rabatu, un proti, viena maizes pārdotava 5%, bet pārējās 6 pārdotavas 3% no iepirkumu summas.

Noslēdzot šā pētījuma rezultātus, noskaidrojās, ka mājturības, kas piedalījušās šinī mēģinājumā, bija kooperatīvā iepirkušas patēriņa priekšmetus caurmērā par 140 kronām katra, kas atbilstu apm. 2000 kronu lielam gada patēriņam. Ietaupījums, iepērkoties patērētāju kooperatīvā, iznāca caurmērā 5,2% cenu starpības plūs 3% prēmijas par iepirkumiem, kopā 8,2% vai gadā 165 kronas. Tā ir ievērojama summa²⁵¹.

Ja ņemam vērā, ka Stokholmas patērētāju kooperatīvs 1928. g. ir pārdevis preces par 38.519.330 kronām, tad, ņemot no šās summas 8,2%, iznāk, ka kooperatīvs šinī gadā ir ietaupījis patērētājiem ne mazāk par 3.000.000 kronu. Kā jau augstāk aizrādīts, šī summa vēl nerāda visu patērētāju kooperatīva radīto saimniecisko efektu, jo nav iespējams aplēst, kādā mērā patērētāju kooperatīvs ar savu cenu politiku ir ietekmējis savu konkurentu cenas. Par cik tas ir tiešām noticis, par tik patērētāju kooperācijas ietekmes rezultātus uz sīktirdzniecību un reizē ar to arī uz visu saimniecības dzīvi ir baudījušas nevien patērētāju kooperatīvos apvienotās mājturības, bet arī visas tās mājturības, kas stāv ārpus patērētāju kooperatīviem, nekad nedomā tais iestāties un varbūt pat uzskata sevi par patērētāju kooperācijas ienaidniekiem. Vai ir kādi fakti, kas šādu patērētāju kooperatīvu ietekmi uz nekooperatīvo pārdotavu cenām varētu apliecināt?

Literatūrā atrodami arī šādi fakti.

1920. gadā Zviedrijas valdības ieceltā lietpratēju komisija, par kuru jau augstāk bija runa, ir konstatējusi, ka ap 1921. gadu Stokholmā ir pastāvējusi īpaša no sīktirgotāju organizācijām ievēlēta komisija, kuras uzdevums bijis diktēt sīktirgotājiem svarīgāko patēriņa priekšmetu cenas. Šīs cenas bijušas noteiktas konserviem, maizei, gaļas precēm, šokolādei, putrainiem, svecēm, atspirdzinātājiem dzērieniem, makaroniem, margarīnam, miltiem, silķēm,

²⁵¹ Kleinverkaufspreise im Privat- und Genossenschaftshandel. „Genossenschaftliche Mitteilungen“ 1928., Nr. 17 (80). Internationales Arbeitsamt, Genf.

apavu krēmam, sukuram, ziepēm, zirņiem un etiķim. Ja kāds siktirgotājs šīs cenas neievērojis un pārdevis lētāk, tad to piespieduši šīs cenas ievērot ar lieltirgotāju un fabrikantu palīdzību, ar kuriem bijuši ievadīti sakari²⁵². Un lūk, šī komisija ir nākusi pie slēdziena, ka pret līdzīgām apvienībām par vienu no labākiem līdzekļiem ir izrādījusies patērētāju kooperācija. Ziņojumā starp citu teikts²⁵³: „Skaidrs, ka patērētāju kooperācija ir spēcīgs aizsargāšanās līdzeklis pret privātās tirdzniecības tendencēm apvienoties, lai mākslīgi uzturētu augstas cenas. Varētu uzskaitīt daudzus gadījumus, kur patērētāju kooperatīvs ir piespiedis lielas siktirgotāju organizācijas pazemināt savas cenas. Kooperācijas kustības lielā nozīme šinī ziņā ir ļoti ievērojamā veidā nostiprinājusies, it sevišķi cenu pazemināšanas laikmetā, kad kooperatīvi vispār bija pirmie, kas samazināja savas cenas.“

Sikāku pētījumu šinī jautājumā ir izdarījis Zviedrijas Sociālās valdes sekretārs Hugo Heyman's, sakopojot sava pētījuma rezultātus sekojošā tabulā^{254, 255}.

²⁵² Atstāstīts pēc Anders Örne, Kooperativa ideer och spörmål. Stockholm 1924., 66. lpp.

²⁵³ Citēts pēc Conférence économique internationale, Genève 1927. Résultats de quelques-unes des enquêtes établissant la comparaison entre les prix de détail du commerce privé et ceux des sociétés coopératives de consommation, 21. lpp.

²⁵⁴ Kooperativ prisbildning. Av sekreteraren i Socialstyrelsen Hugo Heyman. „Kooperatören“ 1926., 342.—343. lpp. Tie paši dati ievietoti arī: Résultats de quelques-unes des enquêtes établissant la comparaison entre les prix de détail du commerce privé et ceux des sociétés coopératives de consommation. Conférence économique internationale. Genève, 1927. 21.—24. lpp.

²⁵⁵ Pie šās tabulas jāpiezīmē, ka:

1. Zviedrijas austrumu daļā ietilpst: Stockholm, Södertälje, Uppsala, Gävle, Falun, Ludvika, Örebro, Västerås, Eskilstuna, Nyköping, Linköping, Norrköping, Motala, Jönköping, Västervik un Visby.
2. Zviedrijas dienvidu daļā ietilpst: Malmö, Lund, Landskrona, Hälsingborg, Ystad, Kristianstad, Karlskrona, Kalmar, Växjö un Halmstad.
3. Zviedrijas rietumu daļā ietilpst: Göteborg, Lysekil, Vänersborg, Borås, Tidaholm un Karlstad.
4. Zviedrijas ziemeļu daļā ietilpst: Söderhamn, Sundsvallsstad och sågverksdistrikt, Östersund, Umeå, Luleå, Malmberget un Kiruna.
5. Lauksaimniecības produktos ietilpst: svaigs pilnpiens un vājiens, pienotavu un lauku sviests, tauks un pustauks siers, svaigas olas un kartupeļi.

	Kooperatīvu darbība				Cenu pieaugums % no 1914. g. jūlija līdz 1926. g. jūlijam				
	Biedru skaits 1000 uz 1925. g. 31. decembrī	Pārdotas preces 1925. g. milj. kronu	Biedru skaits uz 1000 iedzīvotājiem	Pārdots preču caurmērā uz 1 iedzīvotāju kronās	Lauksaimniecības produkti	Pārtikas preces	Maize	Gaļa	Svaigās zivis
Stokholma	30,9	27,2	69,9	61,4	34,9	31,6	67,3	78,1	65,9
Zviedrijas austrumu daļa (16 vietas)	71,1	59,4	88,0	73,4	38,8	36,1	77,1	87,9	79,0
„ dienvidu „ (10 „)	24,2	20,2	78,2	65,1	42,6	32,8	75,4	91,7	63,8
„ rietumu „ (6 „)	13,4	11,0	44,4	36,6	43,6	41,0	103,9	96,5	80,9
„ ziemeļu „ (8 „)	12,1	14,2	103,2	120,9	55,7	42,1	88,7	87,1	72,5
Kopā par visām (40) vietām	120,8	104,8	78,6	68,2	43,8	37,2	83,0	90,0	74,4

Šinī tabulā par katru precī vispirms izlēsts caurmēra cenu pieauguma % par attiecīgu mēnesi un pēc tam aplēsts vidējais cenu pieaugums % par visu preču grupu.

Salīdzinot tabulā uzrādītos datus, Heyman's secina:

No pirmās daļas par kooperācijas kustības attīstību dažādos Zviedrijas apvidos redzams, ka kooperācijas attīstība dienvidu un austrumu daļā ir apmēram vienāda. Skaitļi par kooperācijas attīstību (biedru skaits uz 1000 iedzīvotājiem un pārdoto preču summa uz vienu iedzīvotāju) tuvojas vidējiem skaitļiem par visu zemi. Ziemeļu apvidus stāv kooperācijas attīstības ziņā augstāk, bet rietumu apvidus zemāk. No minētajām 40 vietām tikai 2 vietās vēl tagad nav patērētāju kooperatīvu: Lysekil'ā (rietumu daļā) un Umeā (ziemeļu daļā). Ja ņem 1914. gada datus par kooperācijas

6. Pārtikas precēs ietilpst: kviešu milti, rupji rudzu milti, bīdelēti rudzu milti, dzeltānie zirņi, brūnās pupiņas, auzu putraini, rīsa putraini, augu margarīns, sālītas siļķes, kafija un cukurs.
7. Maizē ietilpst: sausā maize, saldi raudzētā rupjā maize (sōtlimpa), rupjā mīkstā rudzu maize, sausiņi un lētākā kviešu maize, kas cepta resp. ūdenī un pienā.
8. Gaļās ietilpst: liellopu gaļa cepšanai un zupai, baļotu un jaunu teļu gaļa cepšanai, svaiga aitas gaļa cepšanai, sālīta aitas gaļa un svaiga un sālīta cūkas gaļa.
9. Svaigās zivīs ietilpst: asaņi, līdakas, reņģes, mencas un butes (svaigas siļķes nāk tirgū tikai vasaras periodā un tāpēc nav ieskaitītas).

attīstību, tad redzams, ka arī tad rietumu daļā kooperācijas kustība ir attīstījies vājāk nekā citās Zviedrijas daļās. Tāpat samērā vāja tad bija kooperācijas attīstība arī Stokholmā un citās austrumu daļas vietās, kamdēļ vēlākā laikā šī attīstība tur ir gājusi ļoti strauji uz priekšu. Daudzās ziemeļu daļas vietās turpretim jau toreiz ir kooperācija attīstījusi visai spēcīgu darbību, tāpat arī dažās dienvidus daļas pilsētās.

Tabulā redzam korrelāciju starp kooperācijas attīstības pakāpi un cenu attīstību patērētājiem vēlamā virzienā dažādos Zviedrijas apvidos. Tikai vienīgi zīmējoties uz ziemeļu daļu no pirmā acu uzmetiena liekas, ka šī korrelācija nav novērojama. Heyman's šim apstāklim atrod divējādu izskaidrojumu. Vispirms šinī apvidū kooperācija ir bijusi labi attīstīta jau pirms kara, kamdēļ, ja pareizs ir pieņēmums, ka patērētāju kooperācija rēgulē cenas, cenas bija samērā zemas jau 1914. gadā, un tāpēc tās nebija iespējams vairs tik strauji samazināt pēckaŗa laikmetā. Otrkārt, daudzos ziemeļu apvidos, kas ietilpst tabulā, ir strauji pieaudzis iedzīvotāju skaits un radušās zināmas grūtības ar produktu piegādāšanu. Tas vēl jo vairāk tāpēc, ka uz šīm vietām ved gaŗi transporta ceļi, bet pēckaŗa laikmetā dzelzceļa fraktis ir ievērojami sadārdzinājušās. Šis otrais pieņēmums, ūķiet, apstiprinās ar to, ka no transporta dārdzības visvairāk cieš lauksaimniecības raņojumi, bet uz pēdējiem taisni cenas šinī apvidū visvairāk pieaugušas. Turpretim pārējās trīs daļās ekonomiskie un ģeografiskie (zīmējoties uz pievedceļu gaŗumu) apstākļi puslīdz vienādi. Un tad nu rietumu daļā, kur kooperācijas kustība samērā vāja, samērā augstākas ir arī cenas. Ar svaigām zivīm patērētāju kooperātīvi tirgojas ļoti mazā mērā. Attiecībā uz maizi interesanti atzīmēt, ka rietumu daļā tikai vienam kooperātīvam ir maizes ceptuve, kamēr citos apvidos tādas pieder vairākiem kooperātīviem.

Šie dati, kurus varētu vēl papildināt (jo vēl pēdējā laikā ir bijuši gadījumi, ka privātie tirgotāji izdara spiedienu uz vienu vai otru raņotāju, lai pēdējais savukārt piespiež patērētāju kooperātīvus paaugstināt pārdošanas cenas siktirdzniecībā līdz tam līmenim, uz kāda tās atrodas nekooperatīvās pārdotavās, piedraudot neklausīšanas gadījumā ar boikotu)²⁵⁶, rāda, ka Zviedrijas patērētāju kooperātīvi atstāj lielu ietekmi uz siktirdzniecību, pazeminot

²⁵⁶ Skat. „Konsumentbladet“ 1932., Nr. 37., 3. lpp.

cenās un tādā kārtā dodot iespēju patērētājiem apmierināt tās pašas vajadzības un līdz tādai pašai pakāpei ar mazāku daļu no saviem ienākumiem. Tam, kā to jau redzējām šā darba pirmajā daļā, ir ļoti liela tautsaimnieciska nozīme.

Ja nu jautātu, kur paliek šie, ar patērētāju kooperatīvu palīdzību atsevišķām mājturībām ietaupītie līdzekļi, tad būtu jāatbild sekojošais.

Tā ietaupījumu daļa, kas parādās zemāku cenu veidā uz pārtikas priekšmetiem, dod iespēju patērētāju kooperatīvā apvienotām mājturībām (tāpat zināmā mērā arī neapvienotām, jo patērētāju kooperatīva cenas atstāj ietekmi arī uz nekooperatīvo pārdotavu cenām) pilnīgāk un vispusīgāk apmierināt savas vajadzības. Kādas pārmaiņas mājturības budžetā rada šāda iespēja, tas noprotoams no sekojošām divām tabulām, kas sastādītas no ģimeņu budžetu datiem par 1922./23. gadu²⁵⁷.

Caurmēra izdevumi normālai Zviedrijas rūpniecības strādnieka un zemākā kalpotāja mājturībai pilsētās, pieņemot I. mājturību grupas izdevumus par 100.

I z d e v u m u g r u p a s	I. gr.	II. gr.	III. gr.	IV. gr.	V. gr.	VI. gr.
	ar ienākumiem uz vienu patērētāju vienību kronās gadā					
	līdz 825	825— 1100	1100— 1375	1375— 1650	1650— 1925	1925 un vairāk
Uztura un pārtikas vielas	100	120	139	155	170	191
Dzīvoklis	100	133	176	231	272	300
Apkurināšana un apgaismošana	100	127	166	194	220	267
Apģērbs un apavi	100	140	183	212	244	292
Nodokļi	100	150	229	291	365	469
Inventārs	100	163	234	360	468	648
Biedrības un apdrošināšanas	100	143	190	259	306	342
Bērnu izglītība	100	121	178	251	100	88
Grāmatas, laikraksti, rakstāml., pasts, telefons	100	146	205	304	353	476
Tīrības uzturēš. (pers., dzīv., drānu)	100	126	169	201	256	314
Ārstniec. un veselības kopšana	100	157	249	304	357	477
Atbildzība mājsaimn. kalpot.	100	297	473	793	1430	2034
Dāvinājumi	100	215	324	451	619	958
Izpriecas	100	172	267	324	382	494
Braucieni	100	150	228	312	427	546
‰ par aizņēmumiem	100	243	320	340	353	1023
Pārējie izdevumi	100	181	252	374	476	742

²⁵⁷ Levnadskostnaderna i städer och industrieorter omkring år 1923 av K. Socialstyrelsen. 1929., 160.—163. lpp. Datus indeka skaitļos pārlēsis autors.

Caurmēra izdevumi normālai Zviedrijas rūpniecības strādnieka un zemākā kalpotāja mājturībai rūpniecības rajonā, pieņemot I. mājturību grupas izdevumus par 100.

I z d e v u m u g r u p a s	I. gr.	II. gr.	III. gr.	IV. gr.	V. gr.	VI. gr.
	ar ienākumiem uz vienu patērētāju vienību kronās gadā					
	līdz 825	825— 1100	1100— 1375	1375— 1650	1650— 1925	1925 un vairāk
Uztura un pārtikas vielas	100	123	140	159	169	207
Dzīvoklis	100	125	181	225	247	318
Apkurināšana un apgaismošana	100	128	154	151	212	236
Apģērbs un apavi	100	150	184	211	281	272
Nodokļi	100	192	260	329	464	677
Inventārs	100	212	328	346	528	431
Biedrības un apdrošināšanas	100	149	175	238	284	254
Bērnu izglītība	100	90	317	49	23	266
Grāmatas, laikraksti, rakstāml., pasts, telefons	100	154	237	254	359	567
Tīrība, (pers., dzīv., drānu)	100	145	166	217	265	321
Ārstniec. un veselības kopšana	100	146	161	250	312	221
Atlīdzība māsai. kalpotājiem	100	207	387	1163	850	1197
Dāvinājumi	100	197	307	333	418	696
Izpriecas	100	203	314	349	622	407
Braucieni	100	151	300	296	459	1037
% par aizņēmumiem	100	43	33	353	1297	320
Pārējie izdevumi	100	287	326	530	621	850

No šīm divām tabulām redzam, ka, rodoties iespējai labāk un vispusīgāk apmierināt savas vajadzības, šo mājturību dalībnieki daudz lielāku vērību sāk piegriezt tādu vajadzību apmierināšanai, kas sagādā zināmas ērtības un sniedz arī zināmu gara baudījumu mākslas u. c. veidā, nekā pirmās nepieciešamības vajadzību apmierināšanai. Ar citiem vārdiem sakot, cilvēks sāk vest cilvēcīgāku dzīvi.

Pēdējo reizi dati par ģimenes budžetiem Zviedrijā savākti 1932./33. gadā, bet arī tie rāda līdzīgu ainu. No šiem datiem aktuārs Sven's Bouvin's Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības 1935. gada pilnā biedru sapulcē nāca ar šādu slēdzienu²⁵⁸:

„Tagad ir iespējams teikt, ka izdevumi dzīvoklim, apkurināšanai un apgaismošanai, apģērbam un nodokļiem prasa apmēram vienādu ienākuma daļu no dažādām sabiedriskām un ienākuma grupām. Turpretim izdevumi kultūrālām vajadzībām sastāda pa-

²⁵⁸ „Kooperatören“ 1935., 434. lpp.

pildinājumu pie izdevumiem par uztura priekšmetiem. Jo mazāka ienākumu daļa jāizdod par uztura priekšmetiem, jo lielāka daļa paliek pāri kultūras vajadzībām. Tāpēc ģimenes labklājības pieaugums, lai tas notiktu sakarā ar augstākām algām vai zemākām cenām, rada tikko minētās pārmaiņas ienākuma izlietāšanā. Sakarā ar to katrs solis, kas rada patērētājiem izdevīgas preču cenas, var tikt apzīmēts kā tāds, kas tieši veicina kultūru, jo tas nevien uzlabo mājturību, uztura standartu, bet par visām lietām uzlabo kultūrālās dzīves standartu. Kooperācijas izcila nozīme šinī ziņā, šķiet, ne arvienu ir pareizi uztverta un pasvītota, kamdēļ es atļaujos šeit aizrādīt uz šo faktu.“

Patērētāju kooperatīva sagādātie ietaupījumi izpaužas ne tikai zemāku cenu veidā. Darbības gada beigās rodas arī vēl ziņāms tīrais atlikums, ko saskaņā ar Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības izstrādātiem patērētāju kooperatīvu parauga statūtiem sadala šādi²⁵⁹:

„Ja tīrais atlikums ir mazāks kā 5% no iemaksātiem pilniem pajiem, tad tas viss pieskaitāms rezerves kapitālam.

Ja tīrais atlikums ir lielāks par 5% no iemaksātiem pilniem pajiem, tad uz šiem pajiem aplešami 5%. Atlikušā tīrā atlikuma daļa pēc tam sadalāma sekojošā kārtā: vispirms no šās summas 15% pieskaitāmi rezerves kapitālam; pārējā daļa atmaksājama biedriem samērā ar katra biedra iesniegtām kases kvītīm vai citādā ceļā pierādītiem iepirkumiem kooperatīvā iepriekšējā gadā. Te tomēr jāņem vērā sekojošais:

Ja atlikums pēc augstāk minētā atskaitījuma rezerves kapitālam ir mazāks par 1% no patērētāju kooperatīva apgrozījuma, tad arī tas pieskaitāms rezerves kapitālam. Ja atlikums ir lielāks par 1%, bet nerasniedz 2%, tad jāizmaksā biedriem par viņu iepirkumiem 1%, bet pārējā daļa ieskaitāma rezerves kapitālā, būvniecības fondā, prēmiju rezerves fondā vai kādā citā fondā vai arī sadalāma starp šiem fondiem, vai arī ieskaitāma kooperatīvās audzināšanas fondā, raugoties pēc tā, kā to nolems pilna biedru sapulce.

Ja atlikums ir lielāks par 2%, bet nerasniedz 3%, biedriem par viņu iepirkumiem jāizmaksā 2%, bet atlikums izlietājams saskaņā ar augstāk minēto norādījumu u. t. t.

²⁵⁹ K. F :s mönsterstadgar för konsumtionsföreningar. Typ. D3., 1928., 6. un 7. lpp.

Kooperatīva valdei ir tiesības uz dažām precēm neaplēst prēmijas par iepirkumiem, ja par to izkārts paziņojums pārdotavā.“

No šiem statūtu noteikumiem redzam, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvi sadala starp biedriem ne vairāk par tīrā atlikuma to daļu, kas atbilst biedru iepirkumiem²⁶⁰. Tā tīrā atlikuma daļa, kas atbilst nebiedru iepirkumiem, pilnīgi ieskaitāma nedalāmos kapitālos un dažādos fondos. Pie tam jāpiezīmē, ka nebiedru iepirkumi Zviedrijas patērētāju kooperatīvos procentuālā ziņā sastāda pavisam niecīgu daļu no gada apgrozījuma²⁶¹. Un bez tam arī katram nebiedram ir dota iespēja saņemt viņam pienākošos tīrā atlikuma daļu, jo patērētāju kooperatīvu parauga statūtos atrodam šādu noteikumu²⁶²:

„Kooperatīvs pēc pilnas biedru sapulces lēmuma drīkst pārdot arī nebiedriem. Ja kooperatīvs pārdod arī nebiedriem, tad gadījumā, ja nebiedri iesniedz kooperatīvam tādā pašā kārtībā, kā tas paredzēts biedriem, savas kases kvītis par izdarītiem iepirkumiem, nebiedriem par viņu iepirkumiem aplešamas tādas pašas prēmijas kā biedriem. Ja šāds nebiedrs iesniedz lūgumu uzņemt viņu par biedru un valde viņu arī uzņem, tad ar viņam pienākošos summu jārikojas tā, kā tas noteikts statūtu 4. § (t. i. tā jāieskaita pajos, iekams pēdējie nav sasnieguši statūtos paredzēto summu). Ja līdz nākošā gada beigām šāds nebiedrs nav iesniedzis lūgumu uzņemt viņu par biedru kooperatīvā, tad viņam aplēstā prēmiju summa ieskaitāma kooperatīva rezerves kapitālā. Nebiedram, kuŗa lūgums uzņemt viņu par biedru noraidīts, izmaksājamas skaidrā naudā kā prēmijas, kas viņam jau aplēstas, tā arī nākošos gados aplešamās prēmijas par viņa iepirkumiem.“

Tādā kārtā Zviedrijas patērētāju kooperatīvi praktizē pārdošanu nebiedriem galvenā kārtā kā propagandas līdzekli jaunu biedru pievilksanai, dodot viņiem iespēju baudīt patērētāju kooperatīva priekšrocības jau pat tanī laikā, kamēr viņi vēl nav biedri.

²⁶⁰ Saskaņā ar augstāk citēto statūtu noteikumu iepirkumu prēmiju veidā izmaksā ne vairāk par to procentu, kāds iznāk, ja sadalāmo tīrā atlikuma daļu salīdzina nevis ar biedru iepirkumu kopsummu, bet gan ar kooperatīva visu gada apgrozījumu.

²⁶¹ Kooperativ prisbildning. Av sekreteraren i Socialstyrelsen Hugo Heyman. „Kooperatören“ 1926., 338. lpp.

²⁶² K. F:s mönsterstadgar för konsumtionsföreningar. Typ D3. 1928., 7. un 8. lpp.

Zviedrijas patērētāju kooperātīvi savu tīro atlikumu ir izlietojuši šādā kārtā²⁶³:

G a d s	Tira atlikuma kopsumma tūkstošos kronu	Sadalīts % no kopsummas			Pieskaitīts % no kopsummas			Kooperātīvu skaits, kas snieguši ziņas
		Kā % par pajiem	Kā prēmijas par iepirkumiem	Kopā	Rezerves kapitāliem	Citiem kapitāliem un fondiem	Kopā	
1911.	1.320	5,3	64,8	70,1	9,9	5,9	15,8	391
1912.	1.548	5,2	65,5	70,7	9,6	6,4	16,0	418
1913.	1.871	5,1	63,9	69,0	10,7	6,4	17,1	461
1914.	2.059	5,8	61,3	67,1	11,6	9,7	21,3	502
1915.	2.347	5,8	65,3	71,1	11,9	6,2	18,1	560
1916.	2.974	5,8	61,9	67,7	13,0	8,8	21,8	644
1917.	3.585	6,7	52,4	59,1	14,1	11,1	25,2	689
1918.	4.239	7,3	49,0	56,3	13,3	12,4	25,7	690
1919.	5.837	6,2	62,7	68,9	13,1	8,5	21,6	682
1920.	7.988	6,8	62,3	69,1	13,6	7,1	20,7	758
1921.	6.951	8,4	62,1	70,5	13,1	6,8	19,9	670
1922.	7.104	9,3	63,5	72,8	13,0	5,9	18,9	682
1923.	8.706	9,2	64,4	73,6	13,7	6,1	19,8	768
1924.	10.469	8,7	66,0	74,7	13,6	5,7	19,3	838
1925.	11.567	8,9	67,8	76,7	13,7	5,1	18,8	842
1926.	12.669	9,1	67,4	76,5	14,0	4,4	18,4	863
1927.	13.833	9,2	68,7	77,9	13,5	4,6	18,1	854
1928.	14.852	9,3	69,9	79,2	13,7	3,5	17,2	839
1929.	15.465	9,7	70,8	80,5	13,6	3,0	16,6	804
1930.	16.030	10,0	70,1	80,1	13,8	2,9	16,7	778
1931.	16.118	10,7	69,1	79,8	13,9	2,5	16,4	750
1932.	15.584	11,6	70,4	82,0	13,4	1,9	15,3	715
1933.	15.624	12,0	70,5	82,5	13,4	2,0	15,4	693

No šās tabulas redzam, ka Zviedrijas patērētāju kooperātīvi lielāko daļu sava tīrā atlikuma — pēdējos gados pat pāri par 80% — sadala starp biedriem, bet no šās daļas savukārt lielākā daļa ir

²⁶³ Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1911—1913 av K. Socialstyrelsen, 86. un 87. lpp. — Tas pats par 1914.—1916. gadiem 60. un 61. lpp. — Tas pats par 1917.—1919. gadiem 52. un 53. lpp. — Tas pats par 1920.—1922. gadiem 32. un 33. lpp. — Tas pats par 1923. g. 30. lpp. — Tas pats par 1924. g. 32. lpp. — Tas pats par 1925. g. 30. lpp. — Tas pats par 1926. g. 30. lpp. — Tas pats par 1927. g. 30. lpp. — Tas pats par 1928. g. 30. lpp. — Tas pats par 1929. g. 29. lpp. — Tas pats par 1930. g. 29. lpp. — Tas pats par 1931. g. 28. lpp. — Tas pats par 1932. g. 28. lpp. — Tas pats par 1933. g. 28. lpp.

sadalīta kā prēmijas par iepirkumiem. Pakāpeniski pieaug arī tā tīrā atlikuma daļa, ko izmaksā kā % par biedru pajiem. Tas stāv sakarā ar to apstākli, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvos paju kapitāls nepārtraukti pieaug, jo par pajiem, kā to redzējām augstāk, nemaksā vairāk par 5% no paju summas. Sekojošā tabula mums rāda, cik lielas ir bijušas prēmijas par iepirkumiem²⁶⁴.

Gads	Savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu skaita sadalījums grupās (procentos no kop-skaita) pēc izmaksāto prēmiju augstuma							Savienībā neapvienoto patērētāju kooperatīvu skaita sadalījums grupās (procentos no kop-skaita) pēc izmaksāto prēmiju augstuma						
	līdz 1,0%	1,1—2%	2,1—3%	3,1—4%	4,1—5%	5,1—6%	pāri par 6%	līdz 1,0	1,1—2,0%	2,1—3%	3,1—4%	4,1—5%	5,1—6%	pāri par 6%
1922.	6,3	27,6	32,0	16,2	11,2	3,6	3,1	2,6	12,8	2,6	15,4	17,9	15,4	33,3
1924.	2,3	19,1	33,2	22,3	15,8	3,9	3,4	2,1	14,6	12,5	16,6	4,2	12,5	37,5
1926.	1,2	14,3	37,5	23,9	15,4	4,5	3,2	—	13,5	11,5	13,5	13,5	9,6	38,4
1928.	0,3	6,9	39,5	26,6	17,5	4,8	4,4	1,8	8,9	17,8	5,4	12,5	12,5	41,1
1930.	—	3,2	41,1	26,6	19,5	4,9	4,7	—	5,5	10,9	12,7	9,1	12,7	49,1
1931.	0,3	4,1	41,3	25,9	19,5	4,3	4,6	—	5,5	12,7	12,7	10,9	7,3	50,9
1932.	0,6	3,5	43,2	26,1	18,3	4,6	3,7	—	4,1	14,3	8,2	18,3	4,1	51,0
1933.	0,5	2,4	42,4	27,9	18,7	4,6	3,5	—	6,7	13,3	4,5	13,3	8,9	53,3

No šās tabulas redzam, ka agrāk savienībā apvienotie patērētāju kooperatīvi izmaksāja galvenā kārtā 1—4% lielas prēmijas par iepirkumiem, kamēr pēdējā laikā šīs prēmijas it kā, caurmērā ņemot, nedaudz palielinājušās, un tagad viss lielais Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu vairums izmaksā 2—5% lielas prēmijas par iepirkumiem. Turpretim savienībā neapvienotie patērētāju kooperatīvi caurmērā arvienu ir izmaksājuši daudz augstākas prēmijas par iepirkumiem, kas pašā pēdējā laikā it kā vēl vairāk pieaugušas. Vai tas nozīmētu, ka neapvienotie patērētāju kooperatīvi spēj sagādāt lielākus ietaupījumus saviem biedriem?

Lai uz šo jautājumu varētu atbildēt, būtu jāzina vispirms, vai

²⁶⁴ Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1920—1922 av K. Socialstyrelsen, 32. un 33. lpp. — Turpat par 1923. g. 30. lpp. — Turpat par 1924. g. 31. lpp. — Turpat par 1925. g. 29. lpp. — Turpat par 1926. g. 29. lpp. — Turpat par 1927. g. 29. lpp. — Turpat par 1928. g. 29. lpp. — Turpat par 1929. g. 28. lpp. — Turpat par 1930. g. 28. lpp. — Turpat par 1931. g. 28. lpp. — Turpat par 1932. g. 28. lpp. — Turpat par 1933. g. 28. lpp.

neapvienotie patērētāju kooperātīvi nesadala kā prēmijas par iepirkumiem arī to tīrā atlikuma daļu, kas atbilst nebiedru iepirkumiem. Šinī jautājumā, diemžēl, noteiktu ziņu trūkst, jo savienībā neapvienotie patērētāju kooperātīvi, kā to redzējam iepriekšējās nodaļās, Zviedrijas patērētāju kooperācijas dzīvē un darbā spēlē pavisam niecīgu lomu. Arī no visa patērētāju kooperātīvu tīrā atlikuma 1933. gadā, kas bija 15.624.120 kronas, neapvienotiem patērētāju kooperātīviem piederēja tikai 3,4%. Otrkārt, jāņem vērā arī cenas, par kādām patērētāju kooperātīvi pārdod preces. Bet taisni šinī ziņā Zviedrijas patērētāju kooperātīvu savienības un tanī apvienoto patērētāju kooperātīvu darbinieku uzskati ievērojami atšķiras no Ročdeles godīgiem pionieriem, kas ieteica patērētāju kooperātīviem pieturēties pie vidējām tirgus cenām. Pēc Zviedrijas patērētāju kooperātīvu savienības vadītāju darbinieku domām, kas šinī jautājumā izteiktas īpašā pētījumā, ko izdarījusi īpaša savienības pilnas sapulces ievēlēta un valdes papildināta komisija, kurai bija uzdots izpētīt dažus akūtākos Zviedrijas patērētāju kooperācijas organizācijas jautājumus, — stiprākiem patērētāju kooperātīviem savā darbības rajonā jā rūpējas par to, „lai nedotu iespēju lielam nesaimnieciski strādājošam siktirgotāju pulkam turpināt savu darbību blakām efektīvāk strādājošiem uzņēmumiem. Vienīgi uzturot tādu cenu līmeni, lai tikai tehniski un organizātoriski labāk nostādītie uzņēmumi varētu iegūt tik lielu atlikumu, cik tas nepieciešams, lai uzņēmumā ieguldītais kapitāls rentētos un uzkrātos jauns kapitāls, — patērētāju kooperatīvs apmierinoši izpildīs savu racionālas preču apgādāšanas uzdevumu²⁶⁵“.

To pašu domu aizstāv arī Zviedrijas patērētāju kooperātīvu savienības valdes priekšsēdis Albins Johansons. Viņš starp citu raksta²⁶⁶: „Mēs tomēr Zviedrijā esam nākuši pie atziņas, ka patērētāju kooperātīvi, kas ietur zemas cenas un izmaksā zemas prēmijas par iepirkumiem, attīstās straujāk nekā tie, kas pieturas pie pretējā principa. Bez tam ir arī pierādījumi, ka līdz ko patērētāju kooperatīvs ir paaugstinājis savas prēmijas par iepirkumiem, tā

²⁶⁵ Några riktilinjer för utvecklingen inom Svensk kooperation. Stockholm, 1924., 11. lpp.

²⁶⁶ Albin Johansson. Aktuella kooperativa problem. Stockholm, 1927., 26. un 27. lpp.

tūdaļ tā attīstībā iestājas stagnācija, jo patērētāju kooperatīva vadītāji arī nākošā gadā cenšas ieturēt tādas cenas, lai patērētāju kooperatīvs varētu uzturēt tikpat augstu prēmiju procentu par iepirkumiem. Ar citiem vārdiem tas nozīmē, ka patērētāju kooperatīvs ir noskaņots tādā virzienā, lai siktirgotāju cenas uzturētos augstas un patērētāju kooperatīvam tādā kārtā bez lielām pūlēm izdotos uzturēt augsto prēmiju procentu, kas nu reiz ir kļuvis par ierastu lietu.“

Pieturoties pie šiem principiem, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībā apvienotie patērētāju kooperatīvi tad arī cenšas ieturēt tādu cenu līmeni, lai būtu iespējams izmaksāt par iepirkumiem apm. 3% lielas prēmijas²⁶⁷. Ka tas tā, bija redzams arī no augstāk ievietotās tabulas.

Tā kā prēmijas par iepirkumiem ir īstenībā uzkrātā veidā daļa no tā ietaupījuma, ko patērētāju kooperatīvs sagādā saviem biedriem, tad nereti tie biedri, kam tiesība šīs prēmijas saņemt, atstāj tās kooperatīvā kā noguldījumu. Zviedru kooperators Thorsten's Odhe nosauc šādā veidā uzkrātos noguldījumus par mājturības rezerves kapitālu, jo to attiecīgai mājturībai iespējams izlietāt nelaiemes un citos gadījumos²⁶⁸. Šādā kārtā Zviedrijas patērētāju kooperatīvos ir attīstījušās noguldījumu operācijas. Šo noguldījumu operāciju galvenā noorganizētāja ir Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, kas pati 1908. gadā uzsāka pieņemt noguldījumus, jo tanī laikā tā sajuta lielu apgrozības līdzekļu trūkumu, kas stāvēja sakarā ar to, ka naudas iestādes boikotēja savienību. Savienība savu krājkasi noorganizēja tādā veidā, ka tās vārdā noguldījumus pieņēma apvienotie patērētāju kooperatīvi. Tā savienība ieguva plašu krājkases nodaļu tīklu. Krājkases darbība attīstījās tik strauji, ka jau 1912./13. gados bija uzkrājis tik daudz līdzekļu, ka varēja pilnīgi apmierināt savienības lieltirdzniecības vajadzības. Protams, nav iespējams apgalvot, ka noguldījumi uzkrāti vienīgi tikai no biedru prēmijām par iepirkumiem kooperatīvos. Sākumā savienības krājkase pieņēma tikai īsāka termiņa noguldījumus, bet sākot ar 1919. gadu sāka pieņemt no-

²⁶⁷ Co-operation in Sweden by Axel Gjöres. Manchester, 1927., 66. lpp.

²⁶⁸ „Konsumentbladet“ 1930., Nr. 10., 3. lpp.

guldījumus arī uz ilgākiem termiņiem, vai, kā Zviedrijā sauc, depozita un kapitāla (noguldījumi uz procentu procentiem) kontos²⁶⁹.

Savienības krājķases darbību raksturo sekojošie skaitļi²⁷⁰:

G a d s	N o g u l d ī j u m i			Depozīta konti		Kapitāla konti	
	Nodaļu skaits	Noguldījumu grāmatīpu skaits	Summa tūkstošos kronu	Kontu skaits	Summa tūkstošos kronu	Kontu skaits	Summa tūkstošos kronu
1908.	1	6	3	—	—	—	—
1910.	133	3.714	458	—	—	—	—
1912.	164	8.228	1.388	—	—	—	—
1914.	168	10.978	2.161	—	—	—	—
1916.	181	14.462	3.435	—	—	—	—
1918.	193	19.438	7.209	—	—	—	—
1920.	288	25.588	10.909	410	1.127	83	181
1922.	355	31.271	12.158	713	2.047	761	2.092
1924.	456	44.571	19.093	700	2.012	1.547	4.202
1926.	575	64.053	27.693	731	2.340	2.353	8.299
1928.	665	81.004	36.039	611	2.332	2.892	10.147
1930.	746	98.842	46.204	494	1.847	1.691	16.356
1931.	785	106.369	44.292	435	1.043	1.805	22.674
1932.	829	115.021	47.683	381	899	1.801	22.728
1933.	834	121.009	49.747	—	—	1.716	19.267
1934.	845	125.952	56.523	—	—	1.038	16.259
1935.	859	131.291	60.813	—	—	730	15.581

Blakus savienības krājķasei arī daži patērētāju kooperatīvi paši ir ierīkojuši savas krājķases. Šo krājķasu attīstību raksturo sekojoši skaitļi²⁷¹:

²⁶⁹ „Kooperatören“ 1932., 307.—310. lpp.

²⁷⁰ Kooperativa Förbundetets förvaltnings- och revisionsberättelser 1935., 161. lpp.

²⁷¹ Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1911—1913 av K. Socialstyrelsen, 81. lpp. — Tas pats par 1914.—1916. gadiem 56. lpp. — Tas pats par 1917.—1919. gadiem 48. lpp. — Tas pats par 1920.—1922. gadiem 24. lpp. — Tas pats par 1923. g. 22. lpp. — Tas pats par 1924. g. 24. lpp. — Tas pats par 1925. g. 24. lpp. — Tas pats par 1926. g. 24. lpp. — Tas pats par 1928. g. 24. lpp. — Tas pats par 1930. g. 18. lpp. — Tas pats par 1931., 1932. un 1933. g. 23. lpp.

G a d s	Patērētāju kooperatīvu skaits, kam bija sava krājkase	Izsniegto krājgrāmatīņu kopskaits	Noguldījumu kopsumma miljonos kronu
1913.	15	2.771	0,15
1916.	18	4.524	0,32
1919.	10	4.248	0,55
1922.	37	15.931	1,95
1923.	40	24.368	2,86
1924.	40	27.314	4,04
1925.	43	33.594	5,42
1926.	42	38.969	6,61
1927.	42	43.185	8,29
1928.	43	49.226	9,47
1929.	42	52.711	10,88
1930.	42	57.760	11,79
1931.	40	61.896	13,1
1932.	39	63.954	13,8
1933.	39	67.686	13,0

Tādā kārtā kopā ņemot varētu teikt, ka patērētāju kooperācija 1930. gada beigās bija jau uzkrājusi dažādu noguldījumu veidā vairāk kā 76 milj. kronu. Tas līdzinājās jau apm. 2% no visiem Zviedrijā uzkrātiem noguldījumiem (krājkasēs, pasta krājkasē, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībā un pašos patērētāju kooperatīvos, krāj-aizdevu sabiedrībās, akciju un citās privātās bankās), kuŗu kopsummu ap šo laiku lēsa apm. 4096 milj. kronu²⁷². Te jāņem vērā, ka patērētāju kooperatīvu un to savienības krājkases savu darbību cik necik rosīgāk ir attīstījušas tikai pēdējos 20 gados, kamēr pārējās naudas iestādes ir daudzkārt vecākas. Bez tam patērētāju kooperatīvu un to savienības krājkasēs uzkrāj tikai galvenā kārtā biedru noguldījumus.

Tāpat jāņem arī vērā, ka liela daļa no prēmijām par iepirkumiem un tāpat arī procentiem par pajiem tiek uzkrāta biedru paju veidā. Zviedrijas patērētāju kooperatīvu parauga statūtos atrodam noteikumu, ka viens pajs ir 10 kronu, bet katram biedram jāiemaksā vismaz desmit paji. Biedram tūdaļ pēc viņa uzņemšanas kooperatīvā jāiemaksā uz paju lēses 5 kronas, un gada laikā no uzņemšanas lūguma iesniegšanas jābūt iemaksātām vēl 10 kronām. Biedram, kam nav iemaksāti pilni 5 paji, pienākošās prēmijas par

²⁷² „Kooperatören“ 1932., 308. lpp.

iepirkumiem un tāpat arī procentus par pajiem neizmaksā skaidrā naudā, bet gan ieskaita paju papildināšanai. Biedram, kam ir jau iemaksāti pilni 5 paji, pusi no viņam pienākošās prēmijas par iepirkumiem un procentiem par pajiem izmaksā skaidrā naudā, bet otru pusi ieskaita paju papildināšanai. Biedram, kas ir iemaksājis visus 10 pajus, ir tiesības saņemt viņam pienākošos tīra atlikuma daļu skaidrā naudā²⁷³.

Šie statūtu noteikumi pašā pēdējā laikā vēl papildināti tādā ziņā, ka tā iepirkumu prēmiju un paju procentu daļa, kas saskaņā ar statūtiem nav pieskaitāma biedra pajiem, ieskaitāma īpašā biedra fondā. Šinī fondā atrodošās summas biedrs var izņemt pēc pirmā pieprasījuma, un par šīm summām aplešams ne vairāk par 5% gadā. Tas dod iespēju biedram uzkrāt patērētāju kooperatīvā viņam pienākošās summas līdz tam brīdim, kad viņam tās būs vajadzīgas²⁷⁴.

No augstāk atstāstītiem statūtu noteikumiem redzam, ka jaunam biedram, iestājoties vienā no savienībā apvienotiem patērētāju kooperatīviem, kas ir organizēti pēc savienības izstrādātiem parauga statūtiem, ir jāiemaksā skaidrā naudā tikai 5 kronas un pēc tam gada laikā ne vairāk par 10 kronām. Bet ja šīs 10 kronas nākošā gadā būs uzkrājušās no prēmijām par iepirkumiem, tad, protams, tās vairs nav iemaksājamas. Tādā kārtā var teikt, ka savienībā apvienotos patērētāju kooperatīvos paju kapitāls uzkrājas galvenā kārtā no iepirkumu prēmijām un paju procentiem. Tā tad galvenā kārtā no summām, iespēju ietaupīt un uzkrāt, kuŗas biedriem ir devis patērētāju kooperatīvs.

Paju kapitāls un citi pašu kapitāli Zviedrijas patērētāju kooperatīvos ir uzkrājušies šādā veidā²⁷⁵:

²⁷³ K. F:s mönsterstadgar för konsumtionsföreningar. Typ D3., 1928., 3.—5. lpp.

²⁷⁴ Betänkande rörande Kooperationens fasta kapital. Stockholm, 1931., 33. un 34. lpp.

²⁷⁵ Kooperativ verksamhet i Sverige åren 1908—1910 av K. Socialstyrelsen, 88. un 89. lpp. — Tas pats par 1911.—1913. gadiem 60. un 61. lpp. — Tas pats par 1914.—1916. gadiem 42. un 43. lpp. — Tas pats par 1917.—1919. gadiem 34. un 35. lpp. — Tas pats par 1920.—1922. gadiem 18. un 19. lpp. — Tas pats par 1924. g. 18. lpp. — Tas pats par 1926. g. 18. lpp. — Tas pats par 1928. g. 18. lpp. — Tas pats par 1930. g. 18. lpp. — Tas pats par 1931., 1932. un 1933. g. 18. lpp.

G a d s	Pašu kapitāli		N o t ā			
	tūkstošos kronu	‰ no bilances	paju kapitāls		rezerves kapitāls	
			tūkstošos kronu	‰ no bilances	tūkstošos kronu	‰ no bilances
1908. . . .	1.873	24,5	1.364	17,8	420	5,5
1910. . . .	2.435	30,2	1.734	21,5	539	6,7
1912. . . .	3.295	32,2	2.114	20,6	842	8,2
1914. . . .	5.003	35,6	3.129	22,2	1.323	9,4
1916. . . .	7.324	32,5	4.624	20,5	1.878	8,3
1918. . . .	12.784	34,3	8.063	21,6	2.839	7,6
1920. . . .	21.849	34,7	13.969	22,2	4.426	7,0
1922. . . .	27.841	47,8	16.725	28,7	6.546	11,2
1924. . . .	34.387	44,6	19.281	25,0	9.194	11,9
1926. . . .	44.283	50,5	23.663	27,0	12.663	14,4
1928. . . .	57.136	53,4	28.048	26,2	16.905	15,8
1930. . . .	69.845	53,1	32.547	24,7	21.714	16,5
1931. . . .	75.677	53,6	34.715	24,6	24.287	17,2
1932. . . .	81.770	55,0	36.271	24,4	26.750	18,0
1933. . . .	86.284	55,5	37.744	24,3	28.842	18,5

No šās tabulas redzam, ka pašu kapitāli Zviedrijas patērētāju kooperatīvos pieaug samērā strauji. Tas attiecas kā uz absolūtiem, tā uz relatīviem skaitļiem. Šie kapitāli, kā to redzējam no iepriekšējā, ir uzkrāti galvenā kārtā pašā patērētāju kooperatīvu darbā: no tūrā atlikuma, kas radies patērētāju kooperatīvu darbības rezultātā. No šās tabulas starp citu arī redzam, ka pašu kapitālu nozīme patērētāju kooperatīvu bilancē sevišķi strauji pieaug sākot ar 1921. gadu, pavairojoties uz reizes vairāk kā par 11% no bilances kopsummas. Tas izskaidrojams ar Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības 1920. gada lēmumu, kas starp citu saka sekojošo²⁷⁶:

„Sapulce, ņemot vērā to apstākli, ka patērētāju kooperatīvi, neraugoties uz ievērojamu kapitālu pieaugumu pēdējos gados, vēl arvienu cieš no pietiekamu līdzekļu trūkuma, lai varētu labi veikt savus pašreizējos uzdevumus, — uzaicina visus Zviedrijas kooperātorus veltīt šai lietai vislielāko uzmanību un katrā atsevišķā vietā darīt visu nepieciešamo, lai palielinātu savu kooperatīvu kapitālus.

²⁷⁶ Kooperationens kapitalfråga av Albin Johansson. „Kooperatören“ 1921., 161. lpp.

To iespējams izdarīt kā tieši, tā netieši: tieši skaidrā naudā iekasējot no biedriem pajus un pieskaitot pie pajiem un nedalāmiem kapitāliem tiro atlikumu, kas rodas no kooperatīva darbības, un netieši — rūpīgi saimniekojot ar kooperatīva kapitāliem un apzinīgi vadot kooperatīva darbību.“

Šā lēmuma izpildīšanai ir piegriezuši lielu vērību kā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības, tā arī atsevišķo patērētāju kooperatīvu darbinieki. Jautājumu par apvienoto patērētāju kooperatīvu finansiālo stāvokli ikgadus apspriež arī Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības pilna sapulce un dod norādījumus, kādā virzienā patērētāju kooperatīvi turpmāk jāvada²⁷⁷.

Tādā kārtā ir panākts stāvoklis, ka savienībā apvienotie patērētāju kooperatīvi ir uzkrājuši daudz lielākus kapitālus, relatīvi ņemot, nekā savienībā neapvienotie patērētāju kooperatīvi. Tas redzams no sekojošās tabulas²⁷⁸:

G a d s	Zviedrijas patērētāju kooperatīvu kapitāli caurmērā kronās uz 1 biedru					
	Savienībā apvienotos patērētāju kooperatīvos			Savienībā neapvienotos patērētāju kooperatīvos		
	Pašu kapitālu kopsumma	No tiem		Pašu kapitālu kopsumma	No tiem	
paju kapitāls		rezerves kapitāls	paju kapitāls		rezerves kapitāls	
1923. . . .	111,68	65,72	28,31	51,22	21,77	13,78
1924. . . .	119,52	67,47	31,93	82,13	36,36	22,56
1925. . . .	126,28	69,11	35,14	85,53	36,25	26,48
1926. . . .	133,96	71,92	38,29	86,51	37,71	25,32
1927. . . .	145,07	73,66	41,74	83,33	33,31	27,65
1928. . . .	153,38	75,68	45,29	85,61	32,03	27,59
1929. . . .	161,58	78,01	49,06	93,92	35,80	26,11
1930. . . .	169,39	79,34	52,69	91,82	33,05	27,84
1931. . . .	174,08	80,26	55,84	94,05	32,76	30,98
1932. . . .	179,09	79,83	58,65	97,22	32,61	30,03
1933. . . .	181,82	79,87	60,78	94,22	31,26	31,29

²⁷⁷ Albin Johansson. Aktuella kooperativa problem. Stockholm 1927., 17. un 18. lpp.

²⁷⁸ Kooperativ verksamhet i Sverige år 1923 av K. Socialstyrelsen, 17. lpp. — Tas pats par 1924. 18. lpp. — Tas pats par 1925. g. 18. lpp. — Tas pats par 1926. g. 18. lpp. — Tas pats par 1927. g. 18. lpp. — Tas pats par 1928. g. 18. lpp. — Tas pats par 1929. g. 18. lpp. — Tas pats par 1930. g., 18. lpp. — Tas pats par 1931., 1932. un 1933. g. 18. lpp.

Protams, absolūtos skaitļos neapvienoto patērētāju kooperatīvu uzkrātie pašu kapitāli ir pavisam mazi. 1933. gadā, piemēram, savienībā neapvienoto patērētāju kooperatīvu pašu kapitāli ir tikai 1,7% no visu Zviedrijas patērētāju kooperatīvu pašu kapitālu kopsummas.

Tādā kārtā kopsavilkumā var teikt, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvi racionāli nostādītās sīktirdzniecības dēļ ietaupa saviem biedriem ievērojamas summas izdevīgāku cenu veidā, pie kam daļu no šādā veidā ietaupītām summām patērētāju kooperatīvi uzkrāj tīrā atlikuma veidā, no kuŗa lielākā daļa nāk atpakaļ biedriem iepirkumu prēmiju veidā, kuŗas biedri savukārt izlietā gan savu paju papildināšanai patērētāju kooperatīvā, gan uzkrāj tās noguldījumu veidā, gan arī izlietā tās dažādu vajadzību apmierināšanai.

Ar savām racionāli izveidotām sīktirdzniecības metodēm Zviedrijas patērētāju kooperatīvi vispār ir kļuvuši par ievērojamu sīktirdzniecības cenas rēgulētāju faktoru patērētāju interešu virzienā. Šis apstāklis dod iespēju nevien patērētāju kooperatīvos apvienotiem biedriem, bet zināmā mērā arī pārējiem Zviedrijas patērētājiem apmierināt vienas un tās pašas vajadzības ar mazāku daļu no saviem ienākumiem. Tas savukārt dod iespēju viņiem pilnīgāk un vispusīgāk apmierināt savas vajadzības, lielāku vērību piegriežot ērtības sagādātājām un kultūras vajadzībām.

VIII. PATĒRĒTĀJU KOOPERĀCIJAS IETEKME LIELTIRDZNICĪBĀ.

Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir reizē idejiska un saimnieciska savienība. Saimnieciskā laukā tās uzdevums ir galvenā kārtā apgādāt apvienotiem patērētāju kooperatīviem nepieciešamās preces vairumā par iespējami izdevīgākām cenām.

Savienības lieltirdzniecības darbība iekārtota tā, ka preču iepirkšana koncentrēta tās galvenā kantorī Stokholmā. Koncentrējot visu iepirkšanu vienā vietā, iespējams iepirkt lielas preču partijas un tādā kārtā iegūt visai izdevīgas cenas. Katras preces iepirkšanu pārzina īpaša nodaļa, kuŗas priekšgalā ir viena atbil-

dīga persona ar plašām pilnvarām pilnīgi patstāvīgi izdarīt iepirkumus, izņemot lielākos, par kuriem jāsazinās ar valdi. Visas savienības apgādājamās preces pārzina sekojošas nodaļas:

1. Pārtikas preču nodaļa (milti u. c. dzirnavu ražojumi, margarīns, sausā maize u. c. preces).
2. Fabrikas preču nodaļa (cukurs, ziepes, saldumi, iesaiņojamie papīri u. c. preces).
3. Kolōniju preču nodaļa (kafija, tēja, garšvielas, augļi).
4. Speciālo preču nodaļa (mājturības piederumi, mašīnas u. t. t.).
5. Apavu nodaļa.
6. Manufaktūras preču nodaļa.
7. Grāmatu apgāds.

Valde šo nodaļu darbību pārrauga galvenām kārtām ar priekšzīmīgi iekārtotas iekšējās statistikas palīdzību.

Šīs nodaļas pārzina arī preču pārdošanu un nosaka katra savas nozares precēm pārdošanas cenu. Pašu pārdošanas darbu veic 11 lielāki pārdošanas kantoņi (Stockholm, Norrköping, Malmö, Göteborg, Kristianehamn, Gävle, Sundsvall, Östersund, Luleå, Kalmar un Borlänge) un 10 mazākas noliktavas (Umeå, Skellefteå, Örnköldsvik, Härnösand, Söderhamn, Ludvika, Karlstad, Örebro, Jönköping, Halmstad), kas novietotas pa visu Zviedriju. Katra šāda kantoņa priekšgalā atrodas atbildīgs vadītājs, kas visas preces līdz ar pārdošanas cenām saņem no centra preču iepirkšanas nodaļām. Pārdošanas darbs norit pa pastu, tālruni un arī vietējo patērētāju kooperatīvu preču iepircēju sanāksmēs. Visa grāmatvedība koncentrēta Stokholmā un ir tik tālu mēchanizēta, ka daudzus ierakstus izdara īpašas mašīnas. Tāpat arī patērētāju kooperatīvu maksājumi notiek ar pārvedumiem uz Stokholmu²⁷⁹.

Ar dažām fabrikām savienība ir noslēgusi tādus līgumus, ka savienība no šo fabriku ražojumiem tur krājumā tikai paraugus preču izstādes vajadzībām, bet kooperatīvu pasūtīnātās preces pēc savienības rīkojuma fabrika nosūta tieši pasūtīnātajam kooperatīvam. Tāda kārtība pastāv, piemēram, stikla un porcelāna trauku

²⁷⁹ Svenska hem i samverkan av Anders Hedberg. Stockholm, 1932., 49.—55. lpp.

tirdzniecībā, pie kam šādā ceļā ir izdevies samazināt cenas par apm. 20%²⁸⁰.

Savienības atsevišķās nodaļas ir pārdevušas preces par sekojošām summām, lešot miljonos kronu²⁸¹;

Nodaļu nosaukums	Pārdots preču miljonos kronu							
	1924. g.	1926. g.	1928. g.	1930. g.	1931. g.	1932. g.	1933. g.	1934. g.
Pārtikas preču nodaļa . . .	38	48	62	60	59	57	59	64
Fabrikas preču nodaļa . . .	26	28	34	35	36	38	40	42
Kolōniju preču nodaļa . . .	9	13	18	19	21	23	22	22
Speciālo preču nodaļa . . .	1	4	7	11	12	12	13	15
Apavu nodaļa	5	5	8	11	11	10	11	11
Manufaktūras preču nodaļa .	4	6	7	8	8	9	8	11
Grāmatu apgāds ²⁸²	1	0	0	0	0	0	0	0
Kopā . . .	84	104	135	144	148	149	152	165

No šās tabulas redzam, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības apgrozījumi pastāvīgi ir auguši. Savā augšānā tie nav apstājušies arī pēdējos krīzes gados, kad cenām bija tendence krist. Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības apgrozījumi ir pieauguši arī salīdzinot tos ar attiecīgo privāto firmu apgrozījumiem. Tas redzams no sekojošiem gada apgrozījuma indekiem²⁸³:

	Privāto uzņēmumu apgrozījumi	Zviedrijas patērēt. kooper. savienības apgrozījums
1930. g.	100	100
1931. „	99	102
1932. „	102	102
1933. „	101	105
1934. „	106	112

²⁸⁰ Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934., 73. lpp.

²⁸¹ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorernas berättelser 1924., 31. lpp. — Tas pats par 1926. g. 36. lpp. — Tas pats par 1928. g. 38. lpp. — Tas pats par 1930. g. 43. lpp. — Tas pats par 1931. g. 46. lpp. — Tas pats par 1934. g. 48. lpp.

* 1935. gadā šie apgrozījumi ir bijuši šādi miljonos kronu: Pārtikas pr. n. 70, Fabrikas pr. n. 45, Kolōniju pr. n. 23, Speciālo pr. n. 16, Apavu n. 12, Manufaktūras 12 un Grāmatu apgāds 0. Kopā 178 milj. kr. — Skat. Kooperativa förbundet förvaltnings- och revisionsberättelser för 1935, 54. lpp.

²⁸² Šinī ailē 0 nozīmē, ka apgrozījums ir bijis mazāks par 1/2 milj. kronu.

²⁸³ „Kooperatören“ 1935. g., 134.—136. lpp.

Indeki par privāto uzņēmumu apgrozījumiem aplēsti pēc 48 lieltirdzniecības uzņēmumu datiem, kas sniedz ziņas Zviedrijas saimniecības dzīves pētīšanas institūtam (Affärsekonomiska forskningsinstitutet).

Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība pārdod visai ievērojamu daļu no vairāku Zviedrijā pārdoto preču daudzuma. Tas redzams no sekojošiem datiem par 1932. gadu. Dati par minētā gadā Zviedrijā pārdotiem atsevišķo preču daudzumiem aplēsti tādā kārtā, ka pie Zviedrijā minētā gadā ražotiem katras atsevišķās preces daudzumiem ir pieskaitīts imports un atskaitīts eksports. Tādā kārtā iegūti šādi skaitļi²⁸⁴:

Preces nosaukums	Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir pārdevusi tonnās	% no Zviedrijā pārdotā daudzuma
Sausā maize	3.600	10
Sāļtas siļķes	3.586	15
Auzu putraimi	4.841	22
Rīsa putraimi	1.996	20
Brūnās pupiņas	660	22
Mannas putraimi	511	14
Kartupeļu milti	1.690	11
Makaroni	537	22
Margarīns	14.150	27
Siers	2.086	6
Sāls	9.612	8
Milti (rudzu un kviešu)	82.767	19
Kukuruza	15.725	6,5
Makslīgie mēsli	15.653	5
Klijas	26.126	16
Sāļtas zivis	335	21

Liela daļu no apgādājamām precēm ražo pati savienība savās fabrikās un rūpniecības uzņēmumos. Tā, piemēram, no pārtikas preču nodaļas pārdotām precēm pašas savienības ražotie dzirnavu produkti, margarīns un sausā maize (spisbrūd) sastādīja:

²⁸⁴ Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934. 68. lpp.

1929. gadā	76,2%	²⁸⁵
1930. „	73,0%	
1931. „	71,7%	
1932. „	70,6%	
1933. „	70,1%	
1934. „	69,7%	

Te tikai jāpiezīmē, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības fabrikas un citi ražošanas uzņēmumi darbojas kā akciju sabiedrības, kuŗu akcijas pieder savienībai. Tas tāpēc, ka saskaņā ar Zviedrijas nodokļu likumiem patērētāju kooperatīvi un to savienība apliekami ar ienākuma nodokli uz tādiem pašiem pamatiem, kā apliekamas atsevišķas personas. Tādā kārtā ar ienākuma nodokli apliekami visi ienākumi, kas pārsniedz 10.000 kronu gadā, pie kam nodokļa likmju skāla pieaug ar ļoti strauju progresiju. Turpretim akciju sabiedrības apliekamas pēc citādas skālas, kur pie aplikšanas ienākums ir stādīts atkarībā no kapitāla lieluma (akciju kapitāls plūs rezerves kapitāls).

Aplešot ienākuma nodokli, piemēram, pēc 1928. gada ienākumiem pastāvošā kārtībā savienībai kopā ar saviem uzņēmumiem nācās maksāt 666.000 kr. lielu ienākuma nodokli. Ja savienības uzņēmumi būtu organizēti kā kooperatīvas sabiedrības, tad šī nodokļu summa paaugstinātos līdz 932.000 kr., bet ja visi šie uzņēmumi kopā ar pašu savienību skaitītos par vienu uzņēmumu, tad iznāktu maksāt ienākumu nodokli 1.041.000 kr. apmērā. Tādā kārtā tā apstākļa dēļ, ka savienības uzņēmumi dibināti kā atsevišķas akciju sabiedrības, ienākuma nodoklis pēc 1928. gada ienākumiem samazinājās par 375.000 kr.²⁸⁶

Ar rūpniecības uzņēmumu darbību tuvāk iepazīsimies nākošā nodaļā.

Katras tirdznieciskās nodaļas noorganizēšanu savienība ir izdarījusi pēc labi pārdomātiem un pārbaudītiem pamata principiem. Lai par to pārliecinātos, še sīkāk pakavēšos pie jautājuma, kā savienība ir noorganizējusi apavu tirdzniecību, kas ilgu laiku bija sāpējis jautājums Zviedrijas patērētāju kooperācijas darbā.

²⁸⁵ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådet, styrelsens och revisorernas berättelser 1931., 46. lpp. — Turpat par 1932. g. 49. lpp. — Turpat par 1933. g. 48. lpp. — Turpat par 1934. g. 49. lpp.

²⁸⁶ „Kooperatören“ 1929., 258. lpp. — Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådet, styrelsens och revisorernas berättelser 1928., 76. lpp.

Agrāk daudzi Zviedrijas patērētāju kooperatīvi drīzi vien pēc savas darbības uzsākšanas savu preču sortimentā ievada arī manufaktūras preces un apavus. Ar šīm nozarēm tomēr vairākiem patērētāju kooperatīviem neveicās, un daudzi no tiem nonāca līdz izputēšanai.

Lai atrastu tādu apavu tirdzniecības veidu, kas būtu efektīvāks par līdzšinējo, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība 1926. g. pilnā sapulcē ievēlēja īpašu komisiju šā jautājuma pētīšanai, kas 1927. gada pilnā sapulcē nāca ar plašu ziņojumu šinī jautājumā, no kura starp citu bija redzams sekojošais²⁸⁷.

Apavu patēriņš pēc komisijas datiem Zviedrijā ir apm. viens pāris uz iedzīvotāju gadā. Tas iznāktu caurmērā uz vienu ģimeni 4 pāri gadā. Bet tā kā biedri tanī laikā, kad patērētāju kooperatīviem vēl nebija izveidota sava spēcīga savienība, maz interesējās par savu kooperatīvu, tad arī ir grūti pieņemt, ka kooperatīviem izdevās pārdot vairāk par 2 pāriem uz katra biedra ģimeni gadā. Tādā kārtā kooperatīvs ar 100 biedriem varēja pārdot tikai ap 200 pāriem apavu gadā. Bet kooperatīvam, kas grib tirgoties ar kungu, dāmu un bērnu apaviem, ir vajadzīgi vismaz 38 dažādi apavu lielumi (8 kungiem, 8 dāmām un 22 bērniem) no viena un tā paša modeļa un no vienas un tās pašas ādas šķirnes. Ja nu vēl ņem vērā, ka no viena un tā paša lieluma ir vajadzīgi vairāki pāri, tad iznāk, ka mazākais apavu krājums var būt ap 450 pāru, t. i. apavu krājums apgrozīsies labi ja divos gados reizi.

Apmēram šādā veidā tad arī ir notikusi apavu tirdzniecība daudzos patērētāju kooperatīvos šā gadsimtena sākumā.

Pēc lielā pasaules kara patērētāju kooperatīvi centās uzlabot savu saimniecisko stāvokli tādā kārtā, ka tie sāka ierobežot savu preču sortimentu tikai uz pārtikas precēm. Protams, arī tad vēl palika tādas vietas, kur kooperatīvi neatmeta apavu tirdzniecību, bet bija spiesti turēt ejošākās apavu šķirnes. Tās bija tādas vietas, kas atradās tālu no apavu speciālveikaliem un kur arī kooperatīvu konkurenti — pārtikas preču sīktirgotāji — starp citu turēja savos veikalos apavus. Šādos apstākļos tad arī Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība 1922. gadā atvēra savu apavu nodaļu, lai apmierinātu to lauku kooperatīvu vajadzības, kas konkurences spiesti tirgojās ar apaviem. Apavus savienība pirka no privātiem

²⁸⁷ „Kooperatören“ 1927., 150.—156. lpp.

fabrikantiem, kas tai sagādāja dažādas grūtības. Tāpēc savienība 1925. gadā nopirka pati savu apavu fabriku Örebro pilsētā.

Lai apavu tirdzniecību uzlabotu, komisija nāca ar sekojošiem priekšlikumiem.

Apavu ražošana jāstandartizē, izveidojot vienkāršu, ērtu un higiēnas prasībām atbilstošu ikdienas apavu tipu, lai tādā kārtā rastos iespēja šā tipa apavus ražot un laist tirdzniecībā par samērā lētām cenām. Šim tipam jābūt tādām, lai modes pārmaiņas neatstātu uz to lielu ietekmi. Protams, neraugoties uz lētumu, šiem apaviem jābūt labas kvalitātes (izturīgiem, glītiem u. t. t.). Laižot šos apavus tirdzniecībā, nedrīkst pārdošanas cenu tā kalkulēt, ka lai šis vienkāršais modelis nestu daļu no tām izmaksām un zaudējumiem, ko sagādā tirdzniecība ar luksa apaviem.

Savienības apavu fabrikai ar vietējo kooperatīvu piekrišanu jāpārņem piemērotās vietās patērētāju kooperatīvu apavu pārdošanas vai jāatver tādās no jauna, nosaucot šīs pārdošanas par apavu centrālēm. Apavu centrālēm jāpārdod nevien apavi vietējiem patērētājiem mazumā, bet arī apkārtņē esošiem mazākiem kooperatīviem vairumā. Vietējiem kooperatīviem tanīs vietās, kur atvērta apavu centrāle, jāpiedalās šās centrāles financēšanā, iemaksājot pa 10 kronām no katra sava biedra. Šīm iemaksām jānotiek paju veidā, par kuŗiem jāmaksā gadā pieci ar pus procenta (tā tad par pus procenta vairāk nekā izmaksā patērētāju kooperatīvi uz savu biedru pajiem). Kad apavu fabrika būs samaksājusi visus savus parādus, tai pakāpeniski — samērā ar to, cik katru gadu liels ir tās tīrais atlikums — kooperatīviem šie paji jāatmaksā atpakaļ. Apavu fabrikas un apavu pārdošanas vada savienības valde. Katras atsevišķas apavu pārdošanas tuvākai pārzināšanai sastādāma padome, kuŗas sastāvu tuvāk nosaka katrā atsevišķā vietā ieinteresētie patērētāju kooperatīvi. Apavu centrāļu pircējiem aplešamas prēmijas par iepirkumiem 3% apmērā, kas izmaksājamās caur vietējiem patērētāju kooperatīviem un saskaņā ar šo kooperatīvu noteikumiem par iepirkumu prēmiju izmaksu.

Šo projektu pieņēma Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības 1927. gada pilna sapulce²⁸⁸, pēc kam to tūdaļ reālizēja. 1933.

²⁸⁸ „Kooperatören“ 1927., 254. lpp.

gadā darbojās jau 29 šādas apavu centrāles²⁸⁹. Jaunie pasākumi darbojas ar labiem panākumiem, jo ir izdevies standartizēt zināmus apavu tipus, ir izdevies paātrināt apgrozību un, beidzot, ir iespējams jau laikus redzēt, kādi tipi drīzumā kļūs nemoderni. Pēdējā laikā savienība pēc šās metodes sāk ierīkot arī mājturības piederumu, dzelzs preču un manufaktūras pārdotavas²⁹⁰.

Kolōniju preču izdevīgāku iepirkšanu lielā mērā atviegļina Skandināvijas valšķu lieltirdzniecības savienība, kuŗā par biedru ir arī Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība.

Jautājums par Skandināvijas valšķu lieltirdzniecības savienības dibināšanu pārrunāts jau 1890-tos gados un vēlāk arī 1911. g. Bet nodibināt šo savienību izdevās tikai 1918. gadā. Minētā gada 6. martā pēc Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības ierosinājuma notika Skandināvijas zemju (Dānijas, Zviedrijas un Norveģijas) patērētāju kooperatīvu savienību pārstāvju apspriede Malmō. Pēc Albina Johansona priekšlikuma šī apspriede ievēlēja īpašu komisiju, kas sastāvēja pa 2 pārstāvjiem no katras savienības un kuŗas uzdevums bija izpētīt kopīgas lieltirdzniecības savienības dibināšanas iespējas. Nākošā apspriede notika tā paša gada 26. jūlijā Oslo. Tā pieņēma komisijas priekšlikumu un nolēma nekavējoties dibināt savienību, ko nosauca par Nordisk Andelsforbund. Savienības dibināšanu ir veicinājis lielā mērā tas apstākļis, ka Skandināvijas zemju kooperatīvu savienībām kuŗa laikā radās lielas grūtības dažu ārzemes preču importēšanā pietiekošā daudzumā. Šīs grūtības tad nu Skandināvijas zemju kooperatori gribēja pārvarēt ar jaunās savienības palīdzību. Projektā bija paredzēts, ka jaunā savienība ierīkos savu redereju, nopirks pati savu augļu fermu Kalifornijā u. t. t., bet praktikā apmierinājās vienīgi tikai ar iepirkšanas aģentūras dibināšanu ar sēdekli Kopenhagenā. Tagad iepirkšanas kantoris ierīkots arī Londonā tādām precēm, kuŗām Londona ir galvenais tirgus. Savienība pati netur preces krājumā, bet tirgū uzstājas kā aģents ar delkredere pienākumiem par minētām tanī apvienotām savienībām. Galvenās preces, ko sa-

²⁸⁹ Svenska hem i samverkan av Anders Hedberg. Stockholm 1932., 68. un 69. lpp.

²⁹⁰ Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934., 27. lpp.

vienība apgādā, ir kafija, žāvēti un svaigi augļi, garšvielas, margarīna ražošanai nepieciešamās izejvielas u. c.²⁹¹.

1928. gadā par biedriem Skandināvijas valšņu lieltirdzniecības savienībā ir uzņemtas arī Somijas abas patērētāju kooperatīvu lieltirdzniecības savienības (S. O. K. un O. T. K.)²⁹².

Skandināvijas valšņu lieltirdzniecības savienības apgrozījumus raksturo sekojoši skaitļi^{293,*}.

Savienību nosaukumi	Iepirkumi Skandināvijas valšņu lieltirdzniecības savienībā miljonos kronu								
	1926. g.	1927. g.	1928. g.	1929. g.	1930. g.	1931. g.	1932. g.	1933. g.	1934. g.
K. F. Stockholm . . .	6,1	5,7	10,3	12,3	9,2	12,3	12,0	19,6	23,4
F. D. B. Köbenhavn . . .	11,6	10,4	12,3	11,5	9,9	9,3	8,6	8,3	7,9
S. O. K. Helsinki . . .	—	—	0,2	2,8	4,1	3,0	4,0	5,2	4,4
O. T. K. Helsinki . . .	—	—	0,1	2,9	3,6	2,7	3,0	3,3	3,8
N. k. L. Oslo . . .	0,6	1,4	0,8	1,3	1,0	0,8	1,6	1,6	1,8
Kopā . . .	18,2	17,4	23,6	30,8	27,8	28,0	29,2	38,0	41,3

Ap 1930., 1931. un 1932. gadu apgrozījums pēc vērtības nedaudz samazinājies, bet pēc preču daudzuma tas īstenībā ir audzis, jo uz koloniju precēm šinī laikā ir ievērojami samazinājušās cenas. Tā tad visumā šīs savienības apgrozījums pastāvīgi pieaug.

Tirotālikumu, kas īstenībā ir ietaupījums sakarā ar to, ka visas Skandināvijas zemes ir koncentrējušas savus koloniju preču

²⁹¹ Nordisk Andelsforbund tio år. Av fil. kand. Herman Stolpe. „Kooperatören“ 1928., 405.—407. lpp.

²⁹² Nordisk Andelsforbunds Aarsberetning 1928., 6. lpp.

²⁹³ Turpat, 6. lpp. — Turpat par 1927. g. 6. lpp. — Turpat par 1929. g. 6. lpp. — Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorernas berättelser 1931., 69. lpp. — Turpat par 1932. g. 70. lpp. — Turpat par 1934. g. 74. lpp.

* 1935. gadā iepirkumi Skandināvijas valšņu lieltirdzniecības savienībā bija miljons kronu:

K. F.	26,3
F. D. B.	7,4
S. O. K.	5,5
O. T. K.	3,7
N. K. L.	2,3
Kopā	45,2

Skat. Kooperativa förbundets förvaltnings- och revisionsberättelser för ar 1935., 81. lpp.

iepirkumus vienās rokās, Skandināvijas valšķu lieltirdzniecības savienība katru gadu sadala proporcionāli atsevišķo savienību iepirkumiem, bet neizmaksā to, atstājot attiecīgās summas apgrozības līdzekļu papildināšanai. Šādā veidā no Skandināvijas valšķu lieltirdzniecības savienības dibināšanas līdz 1935. gadam ieskaitot ir uzkrāts 3.138.647 kronas, no šās summas Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībai pieder 1.092.352 kronas²⁹⁴.

Pārskatu par to, cik racionāli ir darbojušies Zviedrijas patērētāju kooperatīvu lieltirdzniecības savienība, dod sekojošā tabula²⁹⁵.

I z d e v u m i	Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības tirdzniecības nodaļas darbības rezultāti procentos no apgrozījuma								
	1923. g.	1924. g.	1925. g.	1926. g.	1927. g.	1928. g.	1929. g.	1930. g.	1931. g.
Noma	0,17	0,16	0,17	0,19	0,16	0,16	0,16	0,29	0,27
Algas	1,15	1,27	1,23	1,34	1,26	1,20	1,28	1,37	1,44
Rentes	0,55	0,58	0,84	0,69	0,91	0,76	0,75	0,68	1,03
Dažādas izmaksas . .	0,73	0,73	0,73	0,73	0,66	0,66	0,75	0,59	0,65
Kopā izmaksas	2,60	2,74	2,97	2,95	2,99	2,78	2,94	2,93	3,39
Brutto peļņa	4,09	4,42	4,50	5,51	5,31	4,80	4,89	4,87	5,39
Tirais atlikums	1,49	1,68	1,53	2,56	2,32	2,02	1,95	1,94	2,00

Diemžēl, par Zviedrijas nekooperatīviem lieltirdzniecības uzņēmumiem līdzīgu ziņu trūkst. Bet tie nedaudzie fakti, kas pieejami, liecina, ka šo uzņēmumu darbība izmaksu lielumu ziņā nav tik sekmīga. Piemēram, Affärsekonomiska forskningsinstitutet, kas ir pētījis Zviedrijas koloniālpreču lieltirdzniecību, pamatojoties uz datiem, kas iegūti no 33 lieltirdzniecības uzņēmumiem ar caurmēra apgrozījumu 2,01 milj. gadā katrā (lielākā 6,17 milj. kronu gadā, bet mazākā 350.000 kronu gadā), ir konstatējis, ka, pastāvot lielai konkurencei starp Zviedrijas koloniālpreču lieltirgotājiem, pēdējiem esot ļoti lielas izmaksas ceļojošu aģentu uzturēšanai. Šās izmaksas sasniedzot caurmērā 2,04% no apgrozījuma, bet dažos atsevišķos gadījumos sniedzoties pat līdz 8,1%²⁹⁶. Ja nu tik lieli ir ceļojošu aģentu uzturēšanas izdevumi vien, tad ir grūti iespējams,

²⁹⁴ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorerens berättelser 1935., 83. lpp.

²⁹⁵ Turpat par 1923. g. 33. lpp. — Turpat par 1924. g. 35. lpp. — Turpat par 1925. g. 38. lpp. — Turpat par 1926. g. 40. lpp. — Turpat par 1927. g. 44. lpp. — Turpat par 1928. g. 40. lpp. — Turpat par 1929. g. 44. lpp. — Turpat par 1930. g. 48. lpp. — Turpat par 1931. g. 54. lpp.

²⁹⁶ Thorsten Odhe, Centralisationssträvanden inom den enskilda handel i vårt land. „Kooperatören“ 1931., 384. lpp.

ka visu izmaksu kopsumma varētu būt zemāka par Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības izmaksām.

Pirms dažiem gadiem Zviedrijā Varudistributionskommitté, pamatojoties uz 8 koloniālpriecū lieltirdzniecības uzņēmumu, kuŗu caurmēra gada apgrozījums ir bijis 4,28 milj. kronu gadā, datiem, ir konstatējis, ka koloniālpriecū lieltirdzniecības uzņēmuma visas izmaksas Zviedrijā esot caurmērā 7,61% no apgrozījuma²⁹⁷. Tas ir skaitlis, kas ievērojami pārsniedz Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības datus.

Vēlēdamies koncentrēt savus iepirkumus vienās rokās, lai tādā kārtā panāktu izdevīgākas iepirkšanas cenas, Zviedrijas sīktirgotāji 1916. gadā nodibināja savu kopiepirkšanas organizāciju, akciju sabiedrību A/B. Förenade Köpmän, bet šis uzņēmums likvidējās 1922. gadā, kad gadu pirms tam šā uzņēmuma izmaksas bija sasniegušas 11% no apgrozījuma²⁹⁸.

Pēc šiem nedaudziem faktiem nav brīnums, ka Zviedrijas valsts parādu komisijas priekšsēdis (Riksgäldsfullmäktiges ordförande) Dr. Hildebrands vienā savā priekšlasījumā, kuŗu viņš turējis Zviedrijas tirgotājiem, ir aizrādījis, ka pēdējiem, ja tie gribot sacensties ar patērētāju kooperatīviem, esot jāeļoj tas pats ceļš, kuŗu eļoj patērētāju kooperatīvi — jācenšoties apgādāt labas preces par mērenām cenām. Lai to panāktu, viņš ieteicis sīktirgotājiem pēc patērētāju kooperatīvu parauga apvienoties vienā kopiepirkšanas centrālē, lai tādā kārtā pēc iespējas samazinātu preču iepirkšanas, uzglabāšanas, tālākas sadalīšanas u. t. t. izmaksas. Šinī sakarā referents aizrādījis, ka mazie un vidējie Zviedrijas lieltirgotāji strādādot tā, ka izmaksas sastādot 7—8% un pat 10% no apgrozījuma, kamēr Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības izmaksas esot tikai ap 3% no apgrozījuma²⁹⁹.

Ir taisnība, šie tikko minētie fakti ir pārāk nepietiekami, lai uz to pamata varētu taisīt kādu vispārēju slēdzienu attiecībā uz Zviedrijas nekooperatīvo lieltirdzniecības uzņēmumu tirdzniecības izmaksas augstumu. Tomēr no apskatītiem datiem varam vismaz tik daudz teikt, ka līdz šim konstatēto faktu robežās Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība savu lieltirdzniecības darbību ir

²⁹⁷ Turpat — 385. lpp.

²⁹⁸ Turpat — 383. lpp.

²⁹⁹ „Konsumentbladet“ 1932., Nr. 27., 3. lpp.

pratusi nostādīt racionālāk nekā nekooperatīvie lieltirdzniecības uzņēmumi.

Šie samērā zemie tirdzniecības izmaksu procenti Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībā, šķiet, ir lielā mērā sekas no tā, ka savienības preču krājums visai strauji apgrozās. Tā 1927. gadā savienības preču krājumi apgrozīti 15 reizes, 1928. gadā 16 reizes, 1929. gadā 20 reizes un 1930. gadā pat 27 reizes³⁰⁰.

No nākošās tabulas³⁰¹, kas ir Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības brutto ienesas uz izmaksu konta kopsavilkums par vairākiem gadiem, redzam, ka daļa no lieltirdzniecības nodaļas iegūtās tīrās ienesas ir izlietāta apvienoto patērētāju kooperatīvu stiprināšanai, un proti, revidentu uzturēšanai, kas izdara savienībā apvienotos patērētāju kooperatīvos ārējās revīzijas, un kooperatīvu darbinieku sagatavošanai un vispār kooperatīvās audzināšanas nolūkiem, par ko rūpējas savienības organizācijas nodaļa. Labu tiesu prasa arī nodokļi.

	Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības ienesa un izmaksas											
	1928. g.		1930. g.		1932. g.		1933. g.		1934. g.		1935. g.	
	1000 kronu	% no apgroz.	1000 kronu	% no apgroz.	1000 kronu	% no apgroz.	1000 kronu	% no apgroz.	1000 kronu	% no apgroz.	1000 kronu	% no apgroz.
<i>Ienesa :</i>												
Tirdzniecības nodaļas tīrais atlikums	2.741	2,02	2.794	1,94	3.225	2,17	3.542	2,32	4.091	2,48	4.584	2,58
Dividendes no akcijām	135	0,10	350	0,25	—	—	—	—	—	—	—	—
Atmaksāti samaksātie nod.	—	—	—	—	283	0,18	26	0,02	13	0,01	—	—
Kopā	2.876	2,13	3.144	2,19	3.508	2,35	3.568	2,34	4.104	2,49	4.584	2,58
<i>Izmaksas un zaudējumi:</i>												
Pārvaldes vispārējās izm.	228	0,17	189	0,13	250	0,17	201	0,13	200	0,12	253	0,14
Piemaksas koop. revīzijām	94	0,07	112	0,08	—	—	154	0,10	184	0,11	223	0,13
Norakstījumi zaudējumos	39	0,03	202	0,14	111	0,08	27	0,02	52	0,03	—	—
Nodokļi	516	0,38	356	0,25	452	0,30	646	0,42	716	0,44	1.079	0,61
Organizāc. nodaļas izm.	80	0,06	239	0,17	361	0,24	131	0,09	138	0,09	148	0,08
Kopā	958	0,71	1.098	0,76	1.174	0,79	1.159	0,76	1.290	0,79	1.703	0,96
Tīrais atlikums	1.918	1,42	2.046	1,42	2.334	1,56	2.409	1,58	2.814	1,70	2.881	1,62
Kopā	2.876	2,13	3.144	2,19	3.508	2,35	3.568	2,34	4.104	2,49	4.584	2,58

³⁰⁰ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorernas berättelser 1928., 41. lpp. — Turpat par 1930. gadu 48. lpp.

³⁰¹ Skat. turpat par 1928. g. 75. lpp. — Turpat par 1930. g. 28. lpp. — Turpat par 1932. g. 84. lpp. — Turpat par 1933. g. 87. lpp. — Turpat par 1934. g. 89. lpp. — Turpat par 1935. g. 98. lpp.

Tīro atlikumu Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir sadalījusi šādā kārtā³⁰²:

	1924. g.	1926. g.	1928. g.	1930. g.	1932. g.	1933. g.	1934. g.	1935. g.
Tīra atlikuma kopsumma 1000 kronās	1.370	1.638	1.918	2.046	2.334	2.409	2.814	2.881
No tā piešķirts 0/0:								
Prēmijām par iepirk.	35	40	46	49	49	44	56	60
0/0 par pajiem	11	13	24	31	31	37	34	37
Rezerves kapitālam	39	33	30	20	20	19	10	3
Nodokļu fondam	15	12	—	—	—	—	—	—
Norakstījumiem	—	2	—	—	—	—	—	—
Kopā	100	100	100	100	100	100	100	100

No šās tabulas redzam, ka pēdējā laikā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība apmēram pusi no sava tīrā atlikuma izmaksā apvienotiem patērētāju kooperatīviem atpakaļ kā prēmijas par to iepirkumiem. Šo prēmiju augstums šos gadus ir 1%, izņemot miltus un cukuru, par ko iepirkumu prēmijas sāka maksāt tikai pēdējos gados, bet agrāk nemaksāja. Par patērētāju kooperatīvu iemaksātiem pajiem maksā 5% gadā.

Kopsavilkumā varētu teikt, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība cenšas noorganizēt tanī apvienotiem patērētāju kooperatīviem nepieciešamo preču apgādāšanu vairumā uz tādiem pamatiem, ka lai šī apgāde būtu izdevīga patērētāju kooperatīviem labas preču kvalitātes, samērā mazo tirdzniecības izmaksu, izdevīgu cenu u. t. t. ziņā. Darbodamies šinī virzienā, savienība savā līdzšinējā darbā ir jau uzrādījusi zināmus panākumus. Šie panākumi rezultējas savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu saimnieciskā efektā, jo savienība izdara savas tirdzniecības operācijas galvenā kārtā ar apvienotiem patērētāju kooperatīviem.

³⁰² Turpat par 1924. g. 61. lpp. — Turpat par 1926. g. 41. lpp. — Turpat par 1928. g. 80. lpp. — Turpat par 1930. g. 94. lpp. — Turpat par 1932. g. 84. lpp. — Turpat par 1933. g. 87. lpp. — Turpat par 1934. g. 90. lpp. — Turpat par 1935. g. 98. lpp.

IX. PATĒRĒTĀJU KOOPERĀCIJAS IETEKME RŪPNIECĪBĀ.

Iepriekšējā nodaļā redzējām, ka daļu no patērētāju kooperatīviem apgādājamiem priekšmetiem Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ražo pati savos ražošanas uzņēmumos. Taču tūdaļ jāpiezīmē, ka tas vien, ja savienība pārdod vienu vai otru priekšmetu tik lielos daudzumos, ka ražošana sāk jau atmaksāties, vēl nebūt nav pietiekams pamats, lai savienība arī tūdaļ ķertos pie šā priekšmeta ražošanas. Svarīgi ir arī vēl daži citi priekšnosacījumi, kuŗus labāk izprast, iepazīstoties ar konkrētiem faktiem. Tāpēc pāriesim pie tiem.

Viens no pirmajiem ražošanas uzņēmumiem, kuŗu ierīkoja Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, ir margarīna fabrika. Tāpēc apstāsimies vispirms pie tās.

Kad 1904. gadā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība uzsāka saimnieciskas operācijas, tā kļuva starp citu arī par aģentu vienai samērā lielai margarīna fabrikai un tādā kārtā pārdeva lielus daudzumus margarīna. 1908. gadā dibinājās Zviedrijas sīktirgotāju savienība — Minuthandlarnas Riksförbund —, kas nebija apmierināta ar to stāvokli, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība saņēma kā aģents no margarīna fabrikas zināmu provīziju. Tāpēc jau 1908. gada aprīlī sīktirgotāju savienība nosūtīja margarīna fabrikantu biedrībai pieprasījumu aplēst viņiem tādu pašu rabatu, kā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībai. Fabrikantu biedrība šo pieprasījumu noraidīja. Pēc tam sīktirgotāju kongress nolēma, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībai jāatņem aģenta tiesības margarīna tirdzniecībā un reizē ar to arī jāpārtrauc izmaksāt tai atlīdzība par margarīna pārdošanu. Margarīna fabrikantu biedrība ievēroja šo prasību un motīvēja savu lēmumu par aģenta tiesību atņemšanu ar to, ka savienības aģenta rabatu saņem tālāk patērētāju kooperatīvi iepirkumu prēmiju veidā. Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība gan cēla iebildumus un margarīnu ierindoja to preču sarakstā, par kuŗām iepirkumu prēmijas netiek maksātas, bet tas neko nelīdzēja, un sākot ar 1909. gadu saskaņā ar margarīna fabrikantu apvienības lēmumu Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībai vairs nebija tiesības saņemt rabatu. Tas, protams, nozīmēja pilnīgu savienības boikotu, jo saimnieciski tā taču bija neiespējama lieta — pirkt margarīnu ar tiem pašiem noteikumiem kā vismazākais sīktirgotājs un pēc

tam pārdot to atkal tālāk patērētāju kooperatīviem bez kādas provīzijas. Tas savienībai nestu tikai zaudējumus. Patērētāju kooperatīvi no savas puses vairākās sapulcēs, kas sanāca gan Stokholmā, gan provincē, nolēma boikotēt to divu margarīna fabriku preces, kas atradās apvienības priekšgalā. Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība turpretim sāka pārdomāt jautājumu par savas margarīna fabrikas ierīkošanu. Tas sākumā likās neiespējama lieta, bet pēc jautājuma vispusīgas apsvēršanas izrādījās, ka ar labu gribu, savācot kopā visus iespējamus līdzekļus, tas nemaz nebija tik neiespējams. Tanī laikā Zviedrijā bija tikai viena neliela margarīna fabrika — Vānersborgā, kas atradās ārpus apvienības, tāpēc Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība 1909. gada 15. janvārī nopirka šo fabriku.

Sakarā ar šo pirkumu margarīna apvienība nolēma pazemināt margarīna cenas un bez tam savienībai pieteikto boikotu attiecināt arī uz patērētāju kooperatīviem. Cenu pazeminājumu apvienība izdarīja divas reizes, un pēc dažiem mēnešiem margarīna cenas jau bija nokritušas par 20 öram kg. Tās fabrikas šefs, ar kuru savienībai agrāk pastāvēja aģentūras līgums, lai populārizētu savu margarīnu, ziedoja 20.000 kr. Zviedrijas bezdarbniekiem. Tāpat arī viņš atcēla pret patērētāju kooperatīviem vērsto boikotu. Tas nozīmēja, ka īstenībā cīņa no apvienības puses bija jau zaudēta.

Tad siktirgotāju savienība ar margarīna apvienības palīdzību izsūtīja cirkulāru visām bankām, pieprasot, lai tās nepiešķir kreditu kooperatīvām organizācijām. Jau 1909. gada oktobrī viena banka uzteica Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībai aizdevumu, ko tā bija izsniegusi pret Vānersborgas margarīna fabrikas obligāciju. Šis aizdevums bija jāatmaksā 1910. gada 31. martā. Šinī starplaikā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība mēģināja dabūt kreditu vairākās citās bankās, krājbankās un pat apdrošināšanas iestādēs pret to pašu drošību, bet visur tika noraidīta. Nepieciešamo kapitālu savienībai izdevās sagādāt tādā veidā, ka tā izlaida parāda zīmes (revers) 10 kronu vērtībā ar noteikumu, ka šīs zīmes izpērkamas pēc desmit gadiem par 15 kr. gabalā. Tā savienība ieguva ap 55.000 kr. Bez tam savienībai ap šo laiku ienāca samērā lielas summas arī noguldījumu veidā, jo savienība 1908. gadā ierīkoja savu krājiasi.

1910. g. cīņa ap margarīnu vēl arvienu turpinājās, kaut gan

jau stipri klusāk. Taču margarīna fabrikantu apvienībā ap šo laiku bija radušās ievērojamas nesaskaņas, kam par iemeslu bija straujā apgrozījuma samazināšanās divām lielākām margarīna fabrikām, kam patērētāju kooperatīvi bija pieteikuši boikotu. Kad 1911. gada martā notecēja apvienības līgums, tas vairs netika atjaunots, un apvienība izjuka. Margarīna cenas tagad nokrita tik zemu, kā vēl nekad agrāk — līdz 95 öram par kg. Patērētāju ieguvumu no šās cīņas Thorsten's Odhe leš miljonos kronu³⁰³. Pēc tam 1914. gadā savienība savu margarīna fabriku pārdeva.

Pasaules kara laikā bija ļoti apgrūtināta izejmateriālu piegāde Zviedrijas margarīna rūpniecībai, kamdēļ tā lielā mērā sašaurināja savu darbību. Pēc miera noslēgšanas margarīna fabrikanti atjaunoja savu darbību, pieturēdamies pie pirmskara cenu politikas. Viņi uzturēja tādas cenas, kas sava augstuma ziņā bija nesamērīgas ar izejvielu cenām un arī ar toreizējām darba algām. Lai pietiekami varētu apmierināt patērētāju kooperatīvu vajadzības pēc margarīna, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība nolēma celt lielu un moderni iekārtotu margarīna fabriku. Šāda lēmuma nolūks bija piespiest margarīna fabrikantus pazemināt savas cenas un reizē ar to dot iespēju lielākam iedzīvotāju skaitam un pie tam lielākos apmēros patērēt margarīnu. Savu jauno margarīna fabriku savienība uzcēla Norrköping'ā, un tā atklāja savu darbību 1921. g. Tā ir modernākā margarīna fabrika visā Zviedrijā. Šās fabrikas darbu gaita ir tik tālu mēchanizēta, ka visā ražošanas procesā, sākot no izejmateriālu apstrādāšanas un beidzot ar iesaiņošanas mašīnām, kas iesaiņo gatavo produktu, cilvēka roka pie ražotā produkta nepieskaņas ne reizi³⁰⁴.

Līdz ko uzsāka savu darbību jaunā fabrika, margarīna cenas tūdaļ sāka pazemināties, bet margarīna patēriņš — pieaugt. Sakarā ar to fabriku vairākas reizes nācās paplašināt. Savienības fabrika ražoja³⁰⁵:

³⁰³ „Konsumentbladet“ 1929. Nr. 25., 22. un 23. lpp.

³⁰⁴ K. F. — Sweden's Largest Producer of Margarine. “Stockholm 1927”. Nr. 3., 6. un 7. lpp.

³⁰⁵ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorernas berättelser 1923., 36. lpp. — Tas pats par 1924. g. 38. lpp. — Tas pats par 1925. g. 40. lpp. — Tas pats par 1926. g. 42. lpp. — Tas pats par 1927. g. 46. lpp. — Tas pats par 1928. g. 42. lpp. — Tas pats par 1929. g. 45. lpp. — Tas pats par 1930. g. 49. lpp. — Tas pats par 1931. g. 57. lpp. — Tas pats par 1934. g. 58. lpp. — „Kooperatören“ 1933. g. 179. lpp.

1922. gadā	3,2	tūkst. tonnu
1923. „	5,3	„ „
1924. „	6,7	„ „
1925. „	8,4	„ „
1926. „	8,8	„ „
1927. „	10,0	„ „
1928. „	12,0	„ „
1929. „	13,0	„ „
1930. „	14,0	„ „
1931. „	13,8	„ „
1932. „	14,5	„ „
1933. ³⁰⁶ „	14,0	„ „
1934. ³⁰⁶ „	14,6	„ „

No šās tabulas redzam, ka savienības margarīna fabrikas margarīna raža ir strauji augusi. Desmit gadu laikā tā vairāk kā četrkārtojusies. Tikai 1931. gadā margarīna raža samazinājusies par 1,7% pret iepriekšējo gadu. Tas ir zemo sviesta cenu rezultāts. Piemēram, Stokholmas patērētāju kooperatīvā 1931. gadā sviesta apgrozījums pieaudzis no 1.027.982 kg iepriekšējā gadā līdz 1.383.553 kg, t. i. par 35%. Otrkārt, margarīnam uzlikta akcīze, lai tādā ceļā gūtu līdzekļus sviesta eksporta veicināšanai. 1934. gadā pat šī akcīze vēl paaugstināta no 20 līdz 30 öram par 1 kg. Minētajā gadā savienības margarīna fabrika vien ir samaksājusi akcīzi kopsummā par Kr. 3.420.165,20. Sakarā ar šo sviesta tirdzniecības veicināšanu sviesta cenas cēlās no jauna, un tāpēc pieauga atkal arī margarīna patēriņš³⁰⁷.

Margarīna kopražā visā Zviedrijā bija³⁰⁸:

1913. gadā	24,5	tūkst. tonnu
1920. „	16,6	„ „
1921.—1925. gads (caurmērā gadā) . .	25,1	„ „
1926. gadā	42,4	„ „
1927. „	43,5	„ „
1928. „	51,6	„ „
1929. „	56,3	„ „

³⁰⁶ Par šiem gadiem uzdots nevis fabrikas ražotais, bet gan pārdotais margarīna daudzums. Šis pēdējais nedaudz atšķiras no pirmā.

³⁰⁷ Kooperativa Förbundetets förvaltnings- och revisionsberättelser för år 1934., 58. lpp.

³⁰⁸ Statistisk årsbok för Sverige 1931. Utgiven av Statistiska centralbyrån, 123. lpp.

No šiem skaitļiem redzam, ka savienības margarīna fabrika ražo apmēram 25% no visas margarīna ražas Zviedrijā.

Reizē ar margarīna ražas pieaugšanu ir ievērojami pieaudzis Zviedrijas sviesta eksports, kamēr sviesta raža ir augusi daudz gausāk. Par to var pārliecināties no sekojošiem skaitļiem par sviesta ražām un sviesta eksportu Zviedrijā³⁰⁹:

	Sviests tūkstoš tonnās	
	Ražots Zviedrijas pienotavās	Eksportēts
1913. gadā	31,9	19,7
1924. "	30,6	5,4
1925. "	32,0	9,2
1926. "	38,5	15,1
1927. "	42,0	18,5
1928. "	41,3	17,5
1929. "	47,9	24,9

Kamēr 1924. gadā eksportēta tikai nepilna piektā daļa no visas Zviedrijas sviesta ražas, 1929. gadā eksportēta jau vairāk kā puse.

Šķiet, šī ziņā izšķirējas ir bijušas margarīna cenas, kas pastāvīgi ir kritušas. Vidējās sīktirdzniecības cenas par 1 kg margarīna ir bijušas³¹⁰:

1913. gadā	Kr. 1,35
1919. „	„ 4,33
1921.—25. g.	„ 2,02
1925. gadā	„ 1,78
1926. „	„ 1,66
1927. „	„ 1,48
1928. „	„ 1,40
1929. „	„ 1,33
1930. „	„ 1,38

Kaut gan šai cenu krišanai lielā mērā pamatā ir bijusi margarīna ražošanas izejvielu cenu krišana, tomēr, šķiet, te savs nopelns ir bijis arī Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības margarīna fabrikai. Tas redzams kaut no tā, ka Zviedrijā margarīna

³⁰⁹ Turpat — 95. un 138. lpp.

³¹⁰ Statistisk årsbok för Sverige 1931., 229. lpp.

patērētāji šo margarīna ražošanas izejvielu cenu pazemināšanos sajūt daudz efektīvāk nekā Vācijā. To rāda sekojoši skaitļi, zīmējoties uz Vāciju³¹¹:

	1913. g.	1928. g. sākumā	1930. g. sākumā
Svērtais caurmēra indekss kokosa, kokvilnas sēkļu, zemes riekstu un sojas eļļas cenām	100	113,3	96,1
Margarīna cenas	100	103,1	103,1

Lai šo apstākli izprastu, jāņem vērā, ka gandrīz visa Eiropas margarīna rūpniecība pēdējā laikā ir nonākusi viena visai spēcīga tresta rokās, kas radies, saplūstot vienā uzņēmumā Holandes margarīna koncerniem Jurgens un Van den Bergh ar Anglijas ziepju un margarīna koncernu Lever Bros. Holandes koncerni skaita savu sākumu no 1871. un 1873. gada, kad Holandes provinces pilsētā Oss'ā dibinājās divi uzņēmumi, lai pēc franču ķīmiķa Megé-Mouries metodes sagatavotu lētas taukvielas tā, kā tās var aizstāt dārgos sviesta taukus mājturībā. Priekš vairākiem gadiem Van den Bergh koncerna finansiālais smaguma punkts atradās Anglijā, kur tam piederēja pienotavas, koloniju preču importa firma, pārtikas preču daudzpārdotavu uzņēmums un piena piegādes uzņēmums. Jurgensa koncerna smaguma punkts palika Holandē, kaut gan arī tā darbība sniedzās līdz Anglijai un citām zemēm. Ap 1927. gadu abi šie uzņēmumi savienojās vienā lielā sabiedrībā, kuras veikalnieciskās intereses ietvēra Holandi, Vāciju, Zviedriju, Dāniju, Norveģiju, Beļģiju, Franciju, Čehoslovākiju, Austriju, Ungāriju un Dienvidslāviju. Šo divu lielo uzņēmumu fūzija notika tādā ceļā, ka dibinājās divas akciju īpašnieku sabiedrības: Margarine Unie Holandē un Margarine Union Anglijā. Šīs abas sabiedrības noslēdza līgumu, saskaņā ar kuru abas grupas vienlīdzīgi dalīja savā starpā savu uzņēmumu peļņu u. t. t. 1928. un 1929. gadā pievienojās vēl divas visai spēcīgas grupas — Schicht'a grupa ar sēdekli Aussig'ā (Čehoslovākijā) un Holandes sabiedrība Hartog Oss'ā. Ap šo laiku šis trests jau pārvaldīja 300 līdz 400 dažādus uzņēmumus 20 dažādās Eiropas ze-

³¹¹ Konsumentkooperationen som industriföretagare. Av Thorsten Odhe. „Kooperatören“ Jubileumsnummer 1931., 327. lpp.

mēs, reprezentējot tādā kārtā ap 75% no visas Eiropas margarīna rūpniecības. Līdzīgi sērkokociņu sindikātam, arī šis trests centās pievienot sev visus lielākos Eiropas margarīna ražošanas uzņēmumus, atstājot ārpusē tikai mazos uzņēmumus, kas nav spējīgi ar to sacensties. Vācijā 1930. gadā trestam piederēja 40 margarīna fabrikas, kamēr 60 palika ārpusē, bet visas šīs ārpusē palikušās un savā starpā nesaistītās 60 margarīna fabrikas ražoja tikai ap 25—30% no visas Vācijas margarīna ražas. Arī Vācijas patērētāju kooperatīvu lieltirdzniecības savienībām nav savu margarīna fabriku. Tādā kārtā Vācijā margarīna rūpniecības galvenais noteicējs ir trests, kas slēdza savas mazākās fabrikas un visu ražošanu koncentrēja lielākās un modernāk iekārtotās margarīna fabrikās.

1929. gadā trestam pievienojās vēl viena visai liela un spēcīga grupa — angļu koncerns Lever Bros., kuram piederēja ap 70—75% no visas Lielbritānijas ziepju rūpniecības, kā arī vairāki izejvielu ražošanas uzņēmumi, piemēram, United African Company, Niger-West African Plantation Company, British Oil and Cake Company u. c. Pie fūzijas dibinājās divas akciju īpašnieku sabiedrības: N. V. Unilever Holandē un Unilever Ltd. Anglijā. Jaunā milzu uzņēmuma kapitālus nōmināli vērtēja līdz 1080 milj. Holandes guldeņu, bet visu šā uzņēmuma rīcībā atrodošos kapitālu kopsūma īstenībā ir daudz lielāka. Svarīgi piezīmēt, ka šā jaunā uzņēmuma rīcībā atrodas arī vairāki tūkstoši savu pārdotavu, ko tas cenšas iekārtot pēc Amerikas daudzpārdotavu uzņēmumu parauga. Lielbritānijā vien šim uzņēmumam pieder 8000—10.000 pārdotavu. Lai savu ietekmi vēl vairāk nostiprinātu, šā tresta uzņēmumi dažās zemēs — piemēram, Zviedrijā, Somijā un Norveģijā — ir noslēguši karteļu līgumus ar ārpus tā stāvošiem uzņēmumiem, lai tādā kārtā ārpusē stāvošie uzņēmumi neapdraudētu tresta noteiktās cenas, bet tresta uzņēmumi samazinātu tirdzniecības izmaksas, izbeidzot savstarpēju konkurenci. Daudzos gadījumos šais karteļu līgumos ir arī paredzēti noteikumi, ka visām līguma slēdzējām fabrikām — arī ārpus tresta stāvošām — savas izejvielas jāiepērk no tresta uzņēmumiem³¹².

³¹² Thorsten Odhe. Det moderna trust- och kartellväsendet. Tredje upplagen. Stockholm, 1932., 90.—95. lpp.

Lai arī izejvielu ziņā nostādītu sevi pēc iespējas neatkarīgi no tresta, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība 1932. gadā nopirka arī savu augu eļļas fabriku Karlshamnā. Fabrika tūdaļ modernizēta un tehniski pārkārtota. 1934. gadā tā jau darbojās pilnā gaitā. Šī fabrika ir izlaidusi šādus produktu daudzumus³¹³:

Eļļas	1934. g.		1933. g.	
uz ārzemēm	9.045 t		4.475 t	
iekšzeme	20.139 „	29.184 t	16.233 „	20.708 t
Spēkbarība				
uz ārzemēm	44.273 t		40.263 t	
iekšzeme	38.224 „	82.497 „	20.734 „	60.997 „
Kopā izlaista eļļas un spēkbarības		111.681 t		81.705 t

Ja jautāsim, kam šie produkti pārdoti, tad par 1933. gadu dabūsim šādu atbildi³¹⁴:

	Spēkbarība tonnās	Eļļa tonnās
Patērētāju kooperācijai	2.751	7.995
Zviedrijas lauks. kooper. savienībai	5.366	—
Privātām tirgotavām un fabr.	12.617	8.238
Eksportēts	40.263	4.475

Šie skaitļi rāda, ka savienība pārdod ievērojamu daļu no šās fabrikas ražojumiem ārpus patērētāju kooperācijas.

Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības margarīna fabrikas tautsaimnieciskā nozīme ir tā, ka šī fabrika savas modernās iekārtas dēļ ražo augsta labuma margarīnu un pretēji margarīna fabriku monopolistisko apvienību centieniem veicināja margarīna cenu pazemināšanos, sagādājot tādā kārtā patērētājiem ievērojamu ietaupījumu cenu starpības veidā. Sakarā ar to pieaudzis margarīna patēriņš un tāpat pieaudzis arī Zviedrijas sviesta eksports.

Kā nākošā ražošanas nozare, kuŗā uzsāka savu darbību Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, jāmin miltu ražošana. Iemesli, kamdēļ savienība ķērās taisni pie šā darba, bija šādi.

Zviedrijas lieldzirnavnieki 1914. gadā nodibināja dzirnavu karteli, kuŗā sākumā piedalījās 10 lielākās dzirnavas, bet 1921. gadā

³¹³ Kooperativa Förbundet förvaltnings- och revisionsberättelser för år 1934., 60. lpp.

³¹⁴ Kooperationens ställning inom Svenskt näringsliv. 1934., 81. lpp.

par dalībniekiem bija jau 21 firma ar 22 dzirnavām. Karteļa dalībnieki apņēmās nepārdot kviešu un rudzu smalkos miltus lētāk par to cenu, kādu noteiks karteļa dalībnieku vairākums. Tāpat karteļa dalībnieki apņēmās pircējiem piešķirt ne augstākus rabatus un vispār ne citādākus maksāšanas noteikumus, kā būs lēmis karteļa dalībnieku vairākums. Karteļa nolūks — izbeigt karteļa dalībnieku starpā pirms tam pastāvējušo aso konkurenci³¹⁵.

Kādi šim kartelim bija panākumi, to rāda sekojošā tabula, ko ir uzstādījusi īpaša valdības iecelta lietpratēju komisija, kuŗai bija uzdots izstrādāt likuma projektu par monopolistiskām apvienībām Zviedrijā³¹⁶.

Gads	Akciju sabiedrību skaits	Akciju kapitāls 1000 kronās	N o t ā		Tirā peļņa		No tās sadalīts				Emitētas gratis akcijas
			Vienkāršās akcijas 1000 kronās	Privileģētās akcijas 1000 kronās	1000 kronās	% no akciju kapitāla	Uz vienkāršām akcijām 1000 kronās	% no akcijas nōmiņvērtības	Uz privileģētām akcijām 1000 kronās	% no akcijas nōmiņvērtības	
1911.	15	11.825	10.950	875	1.615	13,7	1.124	10,3	57	6,5	—
1912.	17	13.162	12.287	875	1.042	7,9	874	7,1	57	6,5	—
1913.	17	13.677	12.802	875	1.304	9,5	1.141	8,9	57	6,5	—
1914.	18	16.225	15.350	875	3.760	23,2	1.683	11,0	61	7,0	—
1915.	19	17.125	16.250	875	3.956	23,1	1.981	12,2	61	7,0	610
1916.	19	18.086	17.211	875	3.881	21,5	2.190	12,7	61	7,0	1.175
1917.	19	19.261	18.386	875	3.082	16,0	2.062	11,2	61	7,0	940
1918.	19	20.301	19.426	875	3.693	18,2	2.542	13,1	61	7,0	1.600
1919.	19	21.961	21.086	875	7.103	32,3	3.622	17,2	61	7,0	1.010
1920.	19	23.321	22.446	875	5.012	21,5	3.514	15,7	61	7,0	—

Šai tabulā jāievēro, ka tirā peļņā neietilpst norakstījumi, kaut arī tiem būtu ārkārtējs raksturs, tāpat neietilpst arī atskaitījumi nodokļu nomaksai. Šinī summā neietilpst arī tantjemas, ko izmaksā valdei un direktoriem. Pie tam vēl, novērtējot šās tabulas skaitļus, jāievēro arī tas apstāklis, ka vairākums no šiem uzņēmumiem ir ģimeņu akciju sabiedrības vai arī sabiedrības ar ļoti mazu akcionāru skaitu, kuŗu vairums nodarbināti gan sabiedrības valdē, gan kā tehniski vadītāji.

³¹⁵ Trustslagstiftningskommittens betänkande. Förslag till lag om vissa åtgärder beträffande monopolistiska företag och sammanslutningar. Uppsala, 1921., 44. un 45. lpp.

³¹⁶ Turpat — 66. lpp.

No šās tabulas redzam, ka sākot ar 1914. gadu, kad nodibinājās dzirnavu kartelis, tūdaļ ir ievērojami pieaugusi dzirnavu peļņa, kas 1919. gadā ir pat sniegusies līdz vienai trešai daļai no karteli apvienoto uzņēmumu akciju kapitāla.

Sīkāk šā karteļa darbību raksturo savā pētījumā profesors Nils Wohlin's, kam, saskaņā ar Zviedrijas 1925. gada 18. jūnija likumu par monopolistisku uzņēmumu un apvienību pētīšanu, valdība ir uzdevusi tuvāk iepazīties ar dzirnavu rūpniecību Zviedrijā. Šinī pētījumā starp citu ir lasāms³¹⁷:

„Saskaņā ar savu cenu karteļa raksturu, kā arī ar savu karteļa un praktikā ieturēto mērķi, dzirnavu apvienība ir centusies un arvienu cenšas panākt tādas miltu produktu cenas, kas pēc iespējas vairāk atbilstu apvienības biedru saimniecības interesēm. Tanī laikā, kad preču izdalīšana sakarā ar transporta izdevumu ietaupījumiem palētinājās, apvienība ar savu cenu politiku centās pēc iespējas ilgāk un vairāk sadārdzināt savu izdalāmo preci.“

„Beidzot, kā augstāk jau minēts un ar pētījumiem par atsevišķo dzirnavu uzņēmumu saimniecisko stāvokli apstiprināts, dzirnavu apvienība ir savā ziņā maz racionāla kartelveidīga apvienība. Pastāv uzskats, un droši vien pamatots, ka patlaban Zviedrijas dzirnavu rūpniecībā ir investēti par daudz lieli kapitāli. Uzlabojot šās rūpniecības rentabilitāti, šķiet, veicinātu zināmu izlases un nostiprināšanās procesu, kuŗa rezultātā saimnieciski vājākie uzņēmumi nozustu un rūpniecība koncentrētos tiešām dzīvei spējīgo uzņēmumu rokās. Ievērojot to, ka patlaban mūsu zemē ir daudz lielāks dzirnavu skaits nekā to prasa mūsu zemes apstākļi, šāda attīstības gaita neslēptu sevī asu monopolistisku tendenču briesmas. Tāpat arī nav nekāda riska, ka lieldzirnavas varētu nomākt mazākās, jo viena šo mazo dzirnavu daļa atrodas tādos labības audzēšanas centros un tehniskā ziņā ir tik labi iekārtota, tik stabila ekonomiskā ziņā un atrodas tik piedzīvojušu vadītāju rokās, ka tai ir tikpat lielas izredzes uz pastāvēšanu kā daudzām lieldzirnavām. Bet ja nu tas tā, tad jājautā, kādā mērā dzirnavu apvienība savā pašreizējā formā veicina šādu attīstības gaitu, un atbilde diez vai vispārī to varētu apstiprināt. Dzirnavu apvienībā apvienoti saimnieciski vājākie uzņēmumi, kuŗus konkurence atstātu tālu aiz sevis,

³¹⁷ Citēts pēc Thorsten Odhe. Det moderna trust- och kartellväsendet. Tredje upplagan. Stockholm, 1932., 155.—158. lpp.

ja tos neuzturētu ar savu netiešo atbalstu stiprākie apvienības biedri. Viens otrs no šiem uzņēmumiem, šķiet, ir pat tāds, ka rodas šaubas, vai ir vēlama tāda uzņēmuma paturēšana arī nākotnē. Tanī pašā laikā dzirnavu apvienība izlietā visus savas organizācijas spēkus, lai, cik vien tas tai iespējams, apspiestu ārpus apvienības atrodošos dzirnavu konkurenci un tādā kārtā vājinātu arī tādu dzirnavu uzņēmumu saimniecisko stāvokli, kam ir tāds pats, ja pat ne lielāks saimniecisks pamats pastāvēt arī nākotnē, kā dažām labām apvienībā apvienotām dzirnavām. Tikko aizrādītais, kā ziņāms, arvienu ir bijusi trestu un karteļu visvairāk pārrunātā ēnas puse. Tam ir drīzāk nozīme, ja drīkstētu teikt, no dzirnavu rūpniecības pašas viedokļa, bet ir vērts, ka šo apstākli apskata arī no plašāka viedokļa. Kamēr dzirnavu apvienība pieskaņo savas cenas vājāko biedru stāvoklim, tamēr savienības vadība arvienu būs spiesta savas cenas noteikt pēc iespējas augstākas. Protams, ne vienmēr šie centieni realizējas augstu cenu veidā, bet cik tālu tas tomēr tā notiek, tik tālu šī tikko minētā karteļu ēnas puse rada miltu pircēju aplikšanu ar zināmu paaugstinātu netiešu nodokli.“

Šī dzirnavu karteļa darbība tad arī bija tas apstāklis, kas spieda Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienību uzsākt savu dzirnavu rūpniecību.

1922. gadā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība nopirka Stokholmā dzirnavas „Tre Kronor“, kas tomēr līdz 1924. g. 1. augustam bija saistītas ar karteļa līgumu. Tās pārbūvētas un ievērojami paplašinātas un 1924. gadā jau strādāja pilnā spēkā ar 3 maiņām. 1925. gadā savienība ieguva dzirnavas arī Jēteborjā, kas dabūja nosaukumu „Tre Lejon“. Arī tās pārbūvētas un modernizētas. Normālos gados abas šīs dzirnavas ražo apm. vienu ceturto daļu no visas Zviedrijas lielo dzirnavu produkcijas³¹⁸.

Abas Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības dzirnavas, ja tās strādā nepārtraukti, spēj pārstrādāt 24 stundās ap 350.000 kg kviešu un 110.000 kg rudzu, ražojot no tiem bīdelētus miltus. Bez tam iespējams ražot vēl arī ievērojamu daudzumu rupjo miltu. Pie dzirnavām uzcelti lieli silosi, kas redzami vieni no pirmajiem, kad tuvojas Stokholmai no jūras. Abu dzirnavu silosi spēj uzņemt

³¹⁸ Konsumentkooperationen som industriföretagare. Av Thorsten Odhe. „Kooperatören“ Jubileumsnummer 1931., 329. lpp.

ap 38.000 tonnu labības. Tie ierīkoti, lai būtu iespējams uzpirkt labību tad, kad tā nāk tirgū par izdevīgākām cenām.

Pie dzirnavām ierīkota zinātniskā ziņā teicami nostādīta laboratorija līdz ar mēģinājumu maizes ceptuvi un mazām dzirnaviņām, kur maļ labības paraugus. Tādā kārtā iespējams katru paraugu jo sīki pārbaudīt, kā arī pārbaudīt gatavos un tirgū laižamos miltus. Laboratorijai liela nozīme arī vietējās labības piejaukšanā ārzemes labībai, jo te iespējams pārbaudīt, kādas kvalitātes maize iznāk no tāda vai cita sajaukuma. Tāpat laboratorijai ir nozīme arī tanī ziņā, ka savienība laiž tirgū dzirnavu blakus produktus: klijas u. t. t. kā lopbarības līdzekļus, kā arī sagatavo speciālus lopbarības līdzekļu maisījumus. Šo produktu pārbaudes dēļ pašu laboratorijā rodas iespēja piedāvāt tiešām pirmā labuma barības līdzekļus ar garantētu barības vielu saturu³¹⁹.

Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības dzirnavu raža ir bijusi šāda, tūkstoš tonnās³²⁰:

	1926. g.	1928. g.	1930. g.	1932. g.	1934. g.	1935. g.
Kviešu milti, smalkie	43,1	50,2	52,4	54,9	55,1	55,1
Rudzu milti, smalkie	17,2	20,1	20,5	21,0	20,2	20,4
Rudzu milti, rupjie	5,7	7,7	7,5	6,7	7,7	8,8
Auzu putraimi un milti	—	—	4,1	4,9	5,1	5,4
Miežu putraimi un milti	—	0,5	1,0	0,9	1,0	0,6
Klijas un barības milti	19,5	25,0	25,8	26,6	23,2	23,5
Auzu barības milti	—	—	2,8	3,7	3,1	2,6
Mannas putraimi	—	—	—	—	1,4	1,7
Makaroni	—	—	—	—	0,6	1,1
Kopā	85,5	103,5	114,1	118,8	117,4	119,2

No šās tabulas redzam, ka ar katru gadu, kaut gan samērā nedaudz, bet tomēr Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības dzirnavu ražojumu daudzums pieaug.

Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības dzirnavu ietekmi uz monopolistiskā apvienībā ietilpstošiem dzirnavu uzņēmumiem raksturo sekojošie skaitļi, kas rāda dažu šo dzirnavu uzņēmumu

³¹⁹ Kooperativa Förbundet kvarnar. Av Emil Hamring. „Kooperatören“ Jubileumsnummer 1931., 431. lpp.

³²⁰ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorernas berättelser 1931., 57. lpp. — Turpat par 1934. g. 62. lpp. — Turpat par 1935. g. 69. lpp.

peļņu procentos no akciju kapitāla pēc tam, kad bija pilnos apmēros uzsākušas savu darbību savienības dzirnavas³²¹:

	1927.	1928.	1929.
Malmö Stora Valskvarn	14,0	7,8	0,7
Trälleborgs Ångkvarn	17,3	10,1	4,1
Hälsingborgs Ångkvarn	20,3	10,5	5,8
Halmstad-Falkenbergs	21,5	6,4	—

Tālāk dzirnavām „Ystads Franska Ångkvarn“ 1929. gadā ir bijusi peļņa 3,8% un „Sandbergs Valskvarn, Ystad“ 2,3%.

Turpretim Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības dzirnavās „Tre Kronor“ peļņa 1929. gadā bija 9,2% no šo dzirnavu akciju un rezerves kapitāla (te vēlreiz jāatkārto iepriekšējā nodaļā teiktais, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības atsevišķie uzņēmumi dibināti kā atsevišķas akciju sabiedrības, kuŗu visas akcijas pieder savienībai), bet dzirnavu „Tre Lejon“ peļņa tanī pašā gadā bija 6,9% no akciju un rezerves kapitāla. Visa šī peļņa minētajā gadā pieskaitīta abu šo dzirnavu rezerves kapitālam, un šādā veidā savienība uzkrāj jaunus kapitālus abu šo uzņēmumu darbības tālākai veidošanai un paplašināšanai³²².

Ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības dzirnavas ir ietekmējušas kartela cenu politiku virzienā uz leju, to apliecina arī jau augstāk citētais prof. Nils Wohlin's. Viņš savā pētījumā starp citu raksta³²³:

„No iepriekšsacītā izriet, ka sakarā ar dzirnavu apvienības cenu politiku laikā no 1920. gada rudens, kad valsts izbeidza labības tirdzniecības rēgulēšanu, līdz 1924. gada sākumam (varbūt arī līdz 1923. gada beigām) apvienībai bija iespējams noteikt tik augstas miltu cenas, ka dzirnavu apvienības biedri, praktiski ņemot, pilnīgi izmantoja Zviedrijas ievadmitu uz miltiem. Turpretim vēlāk dzirnavu apvienība sakarā ar iegūtiem piedzīvojumiem miltu importa laukā, bet it sevišķi Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības dzirnavu pieaugošās konkurences dēļ, bija spiesta pārveidot savu cenu politiku, un šinī laikā dzirnavu apvienības biedri

³²¹ „Konsumentbladet“ 1930., Nr. 22., 3. lpp.

³²² Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorerens berättelser 1929., 47.—49. lpp.

³²³ Citēts pēc Thorsten Odhe. Det moderna trust- och kartellväsendet. Tredje upplagen. Stockholm, 1932., 156. un 157. lpp.

vairs visā pilnībā neizmantoja ievēdmuitu uz miltiem.“ No tā, protams, mantoja miltu patērētāji.

Abām Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības dzirnavām ir liela nozīme arī no lauksaimnieku — labības pārdevēju viedokļa, jo nu viena labības iepircēja vietā radās divi: kartelis un kooperatīvu savienība, kas abi atradās asās konkurences attiecībās.

Salā „Kvarnholmen“, kur atrodas Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības dzirnavas „Tre Kronor“ un kas pati atrodas Stokholmas tuvumā, pēdējā laikā ir ierīkoti arī dažādi citi rūpniecības uzņēmumi. No šiem pārējiem Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības rūpniecības uzņēmumiem vispirmā kārtā jāmin auzu putraimu dzirnavas, kas ierīkotas 1929. gadā. Pirms šo dzirnavu ierīkošanas auzu putraimu cenas Zviedrijā bija visai augstas, jo visas privātās auzu putraimu dzirnavas bija apvienojušās kartelī „Grynbolaget“. Šī cena bija 90 öras par kg auzu putraimu oriģināliesaiņojumā. Savienības dzirnavas sāka pārdot šos putraimus par 65 örām kilogramā un pēc tam cenu pazemināja pat līdz 40 örām³²⁴.

1933. gadā minētajā salā ir ierīkota arī sausās maizes fabrika, kas ir viena no modernākām un lielākām Zviedrijā. Bez tās savienībai pieder vēl tādas pašas fabrikas arī šādās vietās: Sundsvall, Gävle un Ludvika³²⁵. Šīs fabrikas pārdeva 1934. gadā 4882 tonnas sausās maizes un nodarbināja 158 strādniekus, bet 1935. gadā pie tā paša strādnieku skaita pārdeva 5503 tonnas sausās maizes³²⁶.

Bez tam 1933. gadā minētajā salā ir ierīkota arī makaronu fabrika, mannas putraimu un miežu putraimu dzirnavas, kā arī īpaša ierīce kviešu pārslu ražošanai, lai pēdējās aizstātu kukuruzas pārslas (cornflakes), ko Zviedrija visu laiku ir importējusi no ārzemēm³²⁷.

Trešā ražošanas nozare, ko uzsāka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, bija galošu rūpniecība. Arī šoreiz galvenais pamudinātājs ķerties taisni pie šās nozares bija kartelis.

³²⁴ Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934., 84. lpp.

³²⁵ Turpat 85. lpp.

³²⁶ Kooperativa förbundets förvaltnings- och revisionsberättelser för 1934., 70. lpp. — Turpat par 1935. g. 72. lpp.

³²⁷ Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934., 85. lpp.

Galošu fabriku kartelis Zviedrijā dibināts 1911. gadā, un tanī apvienojās 4 galošu fabrikas: Hälsingborgs gummifabriks aktiebolag, Svenska gummifabriksaktiebolaget Gislaved, Ryska gummifabriksaktiebolaget, Malmö, un Skandinaviska gummiaktiebolaget, Viskafors. Pirms kartela nodibināšanas šīs fabrikas nereti nesauzīgi konkurēja savā starpā.

Par galošu fabriku kartelī ietilpstošo uzņēmumu lielo peļņu vislabāko pārskatu sniedz tabula, kurā atrodam ziņas par kartelī ietilpstošo akciju sabiedrību akciju kapitālu, tīro peļņu, kā arī izmaksātām dividendēm un gratis akciju emisijām. Šo tabulu ir sastādījusi jau augstāk minētā 1920. gadā valdības ieceltā lietpratēju komisija — Trustlagstiftningskommitten, — kurai bija uzdots izstrādāt likumprojektu par monopolistiskām apvienībām Zviedrijā. Šī tabula ir sastādīta pēc tiem darbības pārskatiem un bilancēm, ko kartelī apvienotās fabrikas ir iesniegušas oficiālām valdības iestādēm. Tīrā peļņa uzrādīta pārskatos, atvelkot no tās norakstījumus, nekustamu īpašumu, mašīnu un inventāra amortizāciju, kā arī izmaksātās tantjemas un uz attiecīgo gadu attiecošos nodokļus³²⁸.

Gadi	Akciju kapitāls 1000 kronās	No tā		Tīrā peļņa		Izmaksāts par akcijām				Izlaistas gratis akcijas 1000 kronās
		Vien- kāršās akcijas	Privilē- ģētās akcijas	1000 kronās	% no akciju kapitāla	Par vienkāršām akcijām		Par privilēģētām akcijām		
						1000 kr.	%	1000 kr.	%	
1911. . .	4.000	3.570	430	819	20,5	300	8,4	—	—	—
1912. . .	4.000	3.570	430	1.352	33,8	467	13,1	—	—	—
1913. . .	4.000	3.570	430	1.207	30,2	535	15,0	—	—	—
1914. . .	4.000	3.570	430	1.720	43,0	595	16,7	—	—	1.500
1915. . .	5.500	5.070	430	3.402	61,9	1.355	26,7	—	—	900
1916. . .	6.400	5.970	430	4.506	70,4	1.529	25,6	129	5 ¹⁾	1.170
1917. . .	7.570	7.140	430	1.695	22,4	1.065	14,9	22	5	3.000
1918. . .	10.570	10.140	430	2.889	27,3	1.679	16,6	22	5	1.770
1919. . .	12.730 ²⁾	12.300	430	9.825	77,2	2.920	23,7	22	5	1.500
1920. . .	14.230	13.800	430	7.568	53,2	3.560	25,8	22	5	—

1) Par katru no 1911. līdz 1916. gadam.

2) Jaunas akciju emisijas ceļā pieauga par Kr. 390.000.

³²⁸ Trustlagstiftningskommittens betänkande. Förslag till lag om vissa årgärder beträffande monopolistiska företag och sammanslutningar. Uppsala, 1921. 76.—78. lpp.

Kā no šās tabulas redzams, 1919. gadā peļņa ir bijusi ap 10 milj. kronu jeb vairāk kā trīs ceturtdaļas no akciju kapitāla. Ir bijuši gadi, kad dažu akciju sabiedrību tirā peļņa ir sakāpusi līdz 100% un pat līdz 150% no akciju kapitāla. Kaut gan šī tabula aptver tikai apm. divas trešās daļas no tā laika, kurā ir darbojies minētais kartelis, tomēr akciju sabiedrību peļņa šinī laikā sasniegusi tepat 50 milj. kr. uz 4 milj. kr. akciju kapitāla, kas bija iemaksāts pirms karteļa dibināšanas. Kā jau minēts, šī peļņa ir ievērojami zemāka par īsto, jo no tās jau atvilkti norakstījumi amortizācijām, kas bijuši krietni lieli, kā arī nodokļi un izmaksātās tantjemas. Cik lielas varēja būt šīs tantjemas, rāda skaitļi, kurus publicējusi sakarā ar vienu speciālu pētījumu 1913. gadā komerckollēģija: galošu rūpniecības ražošanas izmaksas sadalījušās šādi: 60,21% jēlvielu, 2,09% kurināmā materiāla, dzinējspēka un apgaismošanas, 4,83% dažādu ražošanas palīglīdzekļu, 13,24% darba algu, 14,15% pārvaldes izdevumu un 5,48% norakstījumu un aizņēmumu procentu. Tā tad pārvaldes izdevumi pārsniedz darba algas. Tas liek domāt, ka daļa no peļņas ir nonākusi ieinteresēto personu rokās jau pirms tīrās peļņas aplēšanas³²⁹.

Šis kartelis ir bijis viens no stiprākiem Zviedrijas rūpniecībā, jo tas ir rēgulējis nevien ražojamo produktu daudzumu katrai fabrikai, bet arī liel- un siktirdzniecības cenas. Katram tirgotājam, kas pirka no kādas kartelī apvienotās fabrikas galošas, bija jāparaksta īpašs karteļa sastādīts līgums. Par līguma neizpildīšanu vainīgam tirgotājam bija jāmaksā līguma sods: 50 kr., ja ar līgumu pirktā mazāka galošu partija, un 500 kr., ja pirktā lielāka partija, un bez tam kartelis turpmāk vainīgam uzņēmumam vairs nepiegādāja preces. Šinī līgumā kartelis paredzēja pat siktirdzniecības cenas, par kādām galošas drīkstēja tālāk pārdot. Ja galošas pārdeva vairumā, tad līguma slēdzējs tirgotājs nedrīkstēja aplēst pircējam lielāku par līgumā paredzēto rabatu un pie tam no pircēja bija jāņem atkal paraksts par karteļa norādīto cenu ievērošanu, apņemties pretējā gadījumā maksāt sodu. Tālāk, ja pircējs līdz sezonas beigām neizņēma no fabrikas visu to galošu daudzumu, ko tas pircis ar parakstīto līgumu, tad atlikušo daudzumu fabrikām pašām bija tiesība piesūtīt tirgotājam, pie kam šinī gadījumā galošu kvalitātes un samēru izvēle piekrita fabrikantam. Fabrikantam pašam, tur-

³²⁹ Galoschkartellen. Av Thorsten Odhe. „Kooperatören“ 1926., 229. lpp.

pretim, tiesības lauzt līgumu kā forces majeure, tā „arī citos gadījumos, kas apgrūtina galošu piegādi³³⁰“.

Lai raudzītu pazemināt augstās galošu cenas, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības pilna biedru sapulce 1926. gadā nolēma celt savu galošu fabriku. Pēc šā lēmuma Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība pieprasīja, lai galošu fabriku kartelis pazemina cenas galošām, jo citādi savienība pati stāšoties pie galošu ražošanas. Kartelis ievēroja savienības prasību un pazemināja cenas par 2 kronām pāri. Savienība atzina šo pazeminājumu par nepietiekošu un pieprasīja, lai cenas pazemina vēl vismaz par vienu kronu pāri. Kartelis tam nepiekrita, un pēc tam savienība nopirka Gislavedas galošu fabrikas akciju vairākumu. Tā kā Gislavedas galošu fabrika bija saistījies ar karteļa līgumu līdz 1927. g. 1. augustam, tad arī savienība līdz šim termiņam bija spiesta ievērot karteļa noteikto cenu. Pēc karteļa līguma notecēšanas savienība tūdaļ galošu cenas pazemināja³³¹. Pēc tam galošu cena Zviedrijā arvienu kritās; viena pāra vīriešu galošu cena Zviedrijā ir bijusi³³²:

1925. g.	Kr. 8,50
1926. g.	„ 6,50
1927. g.	„ 4,90
1928. g.	„ 4,65
1929. g.	„ 4,50
1930. g.	„ 4,25
1931. g.	„ 3,75
1932. g.	„ 3,50

Pirmo cenu pazeminājumu 1926. gadā par Kr. 6,50 pāri izdarīja kartelis pēc savienības pieprasījumu pazemināt cenas. Nākošo cenu pazeminājumu 1927. gadā par Kr. 4,90 izdarīja Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, līdz ko bija notecējis nopirktās galošu fabrikas līgums ar karteli. Arī tālākos cenu pazeminājumus ir panākusi savienība, galvenā kārtā modernizējot ražošanas tehniku savā jauniegūtā galošu fabrikā.

Cik liels saimnieciskais „īpatnējais svars“, ja tā drīkstētu teikt, jau 1926. gadā ir bijis Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībai,

³³⁰ Turpat — 230. un 231. lpp.

³³¹ „Kooperatören“ 1927., 230. un 231. lpp.

³³² „Vår Tidning“ 1932., Nr. 8, 117. lpp.

to starp citu rāda tas jau augstāk minētais apstāklis, ka galošu fabriku kartelis, kas bija viens no visspēcīgākiem karteliem Zviedrijā, pēc savienības pieprasījuma tūdaļ ievērojami pazemināja savas galošu cenas (no Kr. 8,50 līdz Kr. 6,50 par pāri). Te jāņem vērā, ka jēlgumija šinī laikā maksāja 1 kg Kr. 3,40—3,50. Turpretim 1922. gadā, kad 1 kg jēlgumijas maksāja tikai Kr. 1,20, kartela galošu cenas bija Kr. 7,50 par pāri³³³.

Kādā mērā šais nedaudzos gados Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir tālāk attīstījusi savu darbību, liecina sekojošie skaitļi³³⁴:

G a d s	R a ž o t s		Darbinieku skaits
	gumijas apavu pāļu skaits	automobiļu riepu skaits	
1928.	1.133.000	10.708	693
1929.	1.296.000	17.416	820
1930.	1.344.000	33.618	948
1931.	1.690.000	46.555	924
1932.	1.607.000	53.456	1.131

Ekspluatēdama savu galošu fabriku, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir lūkojusi netikvien pazemināt ražojumu cenas, bet ir arī raudzījusi uzlabot fabrikā nodarbināto strādnieku stāvokli. Tas redzams no tā, ka 1926. gadā fabrika izmaksāja algās apm. pus miliona kronu, bet 1930. gadā jau apmēram divi miljoni kronu. Algu summa ir lielā mērā pieaugusi sakarā ar to, ka šinī laikā strādnieku skaits ir pieaudzis apm. no 300 līdz 950, bet tomēr arī tāpēc, ka algas paaugstinātas par apm. 20%. Vasaras atvaļinājuma laiks pagarināts strādniekiem no 4 līdz 10 dienām. Fabrikas iekārta modernizēta, lai atvieglinātu strādniekiem darbu. Tiem strādniekiem un kalpotājiem, kas vēlas celt paši savus namus, fabrika izsniedz aizdevumus ar izdevīgiem noteikumiem³³⁵.

³³³ Konsumentkooperationen som industriföretagare. Av Thorsten Odhe. „Kooperatören“ Jubileumsnummer 1931. g., 330. lpp.

³³⁴ Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorernas berättelser 1929., 51. lpp. — Turpat par 1930. g. 55. lpp. — Turpat par 1931. g. 56. lpp. — „Kooperatören“ 1933. g., 180. lpp.

³³⁵ „Konsumentbladet“ 1931., Nr. 46., 3. lpp.

Pazeminātās galošu cenas ir atstājušas visai svētīgu ietekmi uz Zviedrijas gumijas izstrādājumu eksportu, kas ir bijis šāds³³⁶:

1920. gadā	205.249 kg
1924. „	869.923 „
1925. „	774.777 „
1926. „	819.572 „
1927. „	972.102 „
1928. „	1.245.378 „
1929. „	1.337.519 „

Tādā kārtā no 1926. gada, kad Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība pirmo reizi piespieda galošu fabriku karteli pazemināt savas cenas, līdz 1929. gadam eksports pieaudzis par vairāk kā 60%.

1933. gadā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ieguva savā īpašumā arī vēl otru gumijas fabriku Viskaforsā. Šī fabrika nopirkta tāpēc, ka Gislavedas fabrika izrādījusies par nepietiekamu tehnisko gumijas preču ražošanai. Tāpēc savienībai ir bijis jāizvēlas: vai nu paplašināt Gislavedas fabriku vai arī iegūt otru, jaunu fabriku. Ja savienība izvēlētos pirmo ceļu, tad Viskaforsas fabrikai nāktos pārtraukt savu darbību, no kā valstij rastos tautsaimniecisks zaudējums, jo fabrikā ieguldītais kapitāls zaudētu savu vērtību. Tāpēc savienība izšķīrās par Viskaforsas fabrikas pirkšanu³³⁷. 1935. gadā šī fabrika pārdevusi dažādus gumijas ražojumus, neieskaitot galošas, par 1.602.810 kronām, pie kam eksportēts par 22.760 kronām. Fabrika nodarbina 490 personu³³⁸.

Viena no jaunākajām ražošanas nozarēm, pie kuņas ir ķērusies Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība — šoreiz gan kopā ar citām Skandināvijas valstīm — ir elektrisko spuldžu ražošana.

Lai saprastu šā jaunā pasākuma nozīmi, jāņem vērā, ka 1924./25. gadā ir nodibinājies ļoti spēcīgs elektrisko spuldžu fabriku starptautisks kartelis, kas saucas „Phoebus S. A. Compagnie In-

³³⁶ Statistisk årsbok för Sverige 1931. Utgiven av Statistiska centralbyran Stockholm, 1931., 140. lpp.

³³⁷ Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934., 89. lpp.

³³⁸ Kooperativa Förbundets förvaltnings- och revisionsberättelser för år 1935., 76. lpp.

dustrielle pour le Développement de l'Eclairage", ko saīsinājumā mēdz saukt vienkārši par „Phoebus“ un kuŗa sēdeklis atrodas Žeņēvā. Šinī kartelī ir apvienojušās Vācijas firmas: Osram, Bergmann Elektrizitätswerke, Julius Pintsch un Radium; Holandes: Philips un Pope, kā arī dažas mazākas firmas; Francijas: Compagnie des Lampes, un visas tās Anglijas elektrisko spuldžu fabrikas, kas apvienotas Anglijas kartelī Elma. No pārējām Eiropas zemēm vēl piedalās Itālijas un Skandināvijas fabrikas. No Āreiropas zemēm piedalās Japāna, kas ir attīstījusi ievērojamu spuldžu eksportu, un Amerika. Tā kā saskaņā ar Amerikas savienoto valšķu likumiem, kuŗu nolūks ierobežot karteļu darbību, firma General Electric pati tieši piedalīties kartelī nevar, tad piedalīšanās izdarīta netieši ar šās firmas Parīzē dibināta uzņēmuma International General Electric palīdzību. Tādā kārtā šis starptautiskais kartelis apvieno 18 zemju elektrisko spuldžu fabrikas³³⁹.

Lai labāk saprastu šā starptautiskā karteļa spēku, īsos vārdos raksturošu dažas šinī kartelī ietilpstošās firmas.

Vācijas elektrisko spuldžu fabrika Osram radās 1919. gadā, savienojoties A. E. G. (Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft), Siemens'a un Auera sabiedrības fabriku elektrisko spuldžu ražošanas nodaļām. Tādā kārtā fabrika Osram kļuva par lielāko fabriku Eiropā. Kad 1929. gadā Amerikas firma General Electric ieguva apmēram vienu trešo daļu no A. E. G. akcijām, tā ieguva arī daļu no Osrama akcijām. Tādā kārtā viena trešā daļa no Osrama akciju kapitāla, kas pēdējā laikā ir 40 milj. marku liels, pieder A. E. G., viena trešā daļa Siemens'am un pārējā trešā daļa Auera sabiedrībai (Kopel & Co.) un amerikāņiem. Tā ir arī viena no modernāk iekārtotām Eiropas spuldžu fabrikām, kas ražo apm. 80% no visas Vācijas elektrisko spuldžu produkcijas. Šai firmai pieder spuldžu fabrikas arī dažās citās valstīs³⁴⁰.

Philips ir otra no lielākajām Eiropas elektrisko spuldžu fabrikām. Šai firmai pieder nevien liela fabrika Holandē, kas nodarbina ap 20.000 strādnieku, bet arī vesela rinda citu fabriku citās zemēs, kur arī kopskaitā nodarbināti ap 20.000 strādnieku. Šī firma visvairāk ir augusi pēdējos gados, it sevišķi sakarā ar radiopiederumu

³³⁹ Anders Hedberg. Vārldsmonopolet i glädlampor. Andra upplagan. Stockholm, 1930., 74. lpp.

³⁴⁰ Turpat — 63.—71. lpp.

ražošanu, kas ir bijusi ļoti izdevīga. Arī šo fabriku gribēja nopirkt General Electric, bet mēģinājums neizdevās³⁴¹.

Francijas firma „Compagnie des Lampes“ dibināta 1921. gadā, saplūstot kopā dažām citām firmām. Šās jaunās firmas kodolā iegāja Thomson-Houston sabiedrība, kas piederēja Amerikas firmai General Electric, pēc kuņas metodēm tad arī ir iekārtota jaunā uzņēmuma ražošana: vispirms no agrākajiem 114 spuldžu tipiem izveidoti tikai 6 standarta tipi. „Compagnie des Lampes“ ražo ap 70—80% no visas Francijas elektrisko spuldžu ražas. Tā arī eksportē samērā daudz spuldžu, īpaši uz Balkānu valstīm³⁴².

Lielbritānijas elektrisko spuldžu fabriku kartelis „Elma“ (Electric Lamp Manufacturers Association) skaita savu sākumu jau no pirmskara laikiem. Vēlāk tas izveidojās arvien plašāks, līdz pēdējā laikā tas apvieno fabrikas ar 95% no visas Lielbritānijas elektrisko spuldžu ražas. Šinī kartelī galveno kodolu sastāda British Thomson-Houston (Mazda spuldzes), kas pieder Amerikas firmai General Electric un Lielbritānijas General Electric, pie kam šī pēdējā ir tīra angļu firma. Kartelis noteica katrai fabrikai, cik daudz tā drīkst ražot, kā arī fiksēja pārdošanas cenas kā fabrikām, tā lietotājiem. Cenu pārbaudei karteļa rīcībā ir privātie detektīvi³⁴³. Oficiālā angļu pētījumā „Findings and decisions of a sub-committee appointed by the standing committee on trusts to enquire into the existence of any trust or trade combine in the Electric Lamp Industry. London 1920.“ par šo karteli teikts sekojošais³⁴⁴:

„The Electrical Lamp Manufacturers Association (Elma) dibināta galvenā kārtā triju firmu interesēs — The British Thomson-Houston Company, The General Electric Company un Messrs. Siemens Brothers. Šie uzņēmumi uzspiež citām apvienībā ietilpstošām firmām apgrūtinājošus noteikumus, piemēram, ierobežojot ražošanu ar licenču palīdzību un noteikumu, ka to patentus nedrīkst apstrīdēt.“

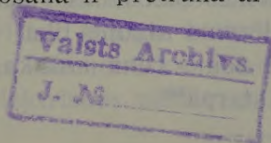
„Licenču īpašnieku ražošanas ierobežošana ir pretrunā ar rūpniecības un patērētāju interesēm.“

³⁴¹ Turpat — 24.—29. lpp.

³⁴² Turpat — 39.—42. lpp.

³⁴³ Turpat — 56.—61. lpp.

³⁴⁴ Citēts pēc tā paša autora, 62. lpp.



„Tā kā lielākā no Elmā dominējošām trim firmām atrodas viena Amerikas elektriskā koncerna skaidri redzamā kontrolē, ir zināmas briesmas, ka Lielbritānijas spuldžu rūpniecība var tikt pakļauta Amerikas interesēm.“

Beidzot Amerikas firma General Electric ir dominējošais elektrisko spuldžu uzņēmums Amerikā. Šā uzņēmuma priekšgalā atrodas Awer. D. Young, kas bija Amerikas savienoto valšņu valdības pārstāvis, kad 1929. gadā grozīja Vācijas reparāciju maksājumu plānu (Janga plāns). Šis uzņēmums ar savām spuldzēm apmierina gandrīz vai pilnīgi visas Amerikas savienoto valšņu vajadzības, kas 1929. gadā aplēstas līdz 344 miljoni spuldžu. Jādomā, ka tas ir apmēram puse no visa pasaules spuldžu patēriņa. Otrās puses lielāko daļu patērē Eiropa, bet arī šās spuldžu daļas ražošanā, kā to redzējām, ievērojama loma ir Amerikas firmai General Electric³⁴⁵.

No apskatītā redzam, ka starptautiskajam elektrisko spuldžu fabriku kartelim „Phoebus“ ir gandrīz neaprobežota vara par visu pasauli, un ka dominējošās tanī ir amerikāņu intereses.

Phoebus'a mērķis ir vispirms dot iespēju visām kartelī ietilpstošām firmām par zināmu atlīdzību izmantot visus tos jaunatradumus un piedzīvojumus, kas pieder atsevišķiem kartelī apvienotiem uzņēmumiem. Kā šis, tā arī ražojumu standartizēšanas darbs, gar kuŗu strādā kartelis, nāk tiešām vispārībai tikai par svētību. Bet kartelim ir arī citi uzdevumi. Vispirms kartelis ir noteicis katram apvienotam uzņēmumam zināmu kvotu, ko tas drīkst ražot, un bez tam ir sadalījis tirgu arī starp atsevišķiem uzņēmumiem. Tādā kārtā Vācijas tirgus ir atstāts vienīgi tikai Vācijas fabrikām. Līdzīgi noteikumi attiecas arī uz Ameriku, Holandi, Franciju un Lielbritāniju. Pārējās zemēs var pārdot savus ražojumus visi pārējie uzņēmumi. Ja kāds uzņēmums ražo vairāk par tam noteikto kvotu, tad tam jāmaksā tik liela „kompensācija“, ka galīgi pazūd saimnieciska interese pavairot savu ražošanu. Sakarā ar šiem karteļa nosacījumiem dažā labā zemē aizsargu muitas lielā mērā zaudē iekšzemes ražošanas veicinātāju nozīmi. Attiecoties uz cenām karteļa līgums atzīmē tikai vispārējos principus, saskaņā ar kuŗiem katrā zemē cenu nosaka ieinteresētie uzņēmumi, vienojoties paši savā starpā³⁴⁶.

³⁴⁵ Turpat — 33.—38. lpp.

³⁴⁶ Turpat — 76.—78. lpp.

Lai varētu kontrolēt, kā karteļa līgumu pilda, visām fabrikām uzlikts par pienākumu iesūtīt galvenajam birojam Ženēvā visu faktūru norakstus, kas izrakstītas atkalpārdevējiem. Lai pārbaudītu, vai rabati nav doti apslēptā veidā, kartelis pārbauda arī savu biedru reklāmas izmaksas un reprezentācijas izmaksu lēsumus, kā arī vispār visu grāmatvedību. Lai izšķirtu karteļa biedru starpā radušos pārpratumus, Ženēvā noorganizēta īpaša privāta tiesa ar plašām tiesībām, pie kam šīs tiesas lēmumi nav pārsūdzami. Šī tiesa piespriež maksāt kompensācijas, atlīdzināt zaudējumus, kā arī uzliek sodus. Pēdējos uzliek, ja kāds karteļa biedrs nepilda savus pienākumus, piemēram, neiesūta kārtīgi faktūru norakstus, neuzrāda grāmatas vai arī nepilda priekšrakstus samazināt spuldžu degšanas ilguma spējas (!) ... Karteļa līgums notecēja 1934. gadā un, jādomā, ir pagarināts, un tiks arī tālāk pagarināts, kamēr varbūt kādreiz kartelī apvienotie uzņēmumi nesakusīs vienā milzīgā starptautiskā trestā³⁴⁷.

Zviedrijā darbojas divas lielākas elektrisko spuldžu fabrikas, kas arī ir Phoebus'a biedri. Tās ir Skandināviska glōdlampsfabriken Nykōping'ā, no kuŗas puse akciju pieder Holandes firmai Philips, un A. B. Elektraverken (Kungslampan) Stokholmā, kas pieder Vācijas uzņēmumam Osram. Šīs fabrikas kopā ar citām mazākām Zviedrijas spuldžu fabrikām jau no 1903. gada ir apvienojušās iekšzemes kartelī. Pateicoties spēcīgai organizācijai, karteļa pārstāvis ievācā vēl ap 1929. un 1930. gadu no spuldžu lieltirgotājiem parakstus, ka tie pārdos vienīgi tikai kartelī apvienoto fabriku spuldzes par karteļa noteiktām cenām un piešķirs pircējiem tikai karteļa noteiktos rabatus. Līguma nepildīšanas gadījumā kartelim tiesība iekasēt lielus līguma sodus. Šais noteikumos duŗas acīs tas, ka kartelī ietilpstošās fabrikas piešķir ļoti lielus rabatus atkalpārdevējiem — lielākajiem pat līdz 40%. Tā tad vairāk kā trešā daļa no spuldžu cenas nāk starpnieku rokās.

Zviedrijā bija tikai divas sabiedrības, kas neparakstīja līgumus ar karteli, un kartelis arī bez tiem piešķīra tām lieltirgotāja rabatus. Viena no tām bija Zviedrijas elektrisko staciju kooperatīvā sabiedrība „Svenska Elektricitetsverken ekonomiska fōrening“, kuŗas mērķis bija apgādāt patērētājiem elektriskos piederumus. Šī

³⁴⁷ Turpat — 82.—88. lpp.

sabiedrība dibināta 1919. gadā, un no tā laika tā ir ilgas un sīvas cīņas stāvoklī ar karteli, kuŗas palika arvienu grūtākas, jo arvienu mazāk Eiropā atlika ārpus Phoebus'a esošu uzņēmumu, kur būtu iespējams iepirkt spuldzes tad, kad kartelī apvienotās fabrikas atteicas aplēst attiecīgu rabatu. Otrā organizācija bija Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība³⁴⁸.

Ievācot ziņas par karteļa noteiktām cenām un izdarot rūpīgu kalkulāciju, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība noskaidroja, ka spuldžu cenas ir ļoti augstas. Tā, piemēram, noskaidrojās, ka 1928. gada septembrī siktirdzniecības cena par vienu 25 vatu vakuma spuldzi Vācijā un Holandē bija gandrīz vienāda (pirmā M. 1,20 un otrā 0,70 guldena). Lielbritaniā turpretim cenas bija augstākas, apmēram 180%, Norveģijā 130%, Zviedrijā 125%, Dānijā 95%, Beļģijā 85%, Lietuvā 75% u. t. t. no Vācijas un Holandes cenām. Zviedrijā šāda spuldze maksāja Kr. 1,35, bet Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības pieaicinātie lietpratēji izkalkulēja, ka šo pašu spuldzi iespējams pārdot par 85 öram un pie tam vēl ar zināmu peļņu³⁴⁹.

Nemot to vērā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības padome pēc valdes priekšlikuma 1928. gada septembrī nolēma celt savu elektrisko spuldžu fabriku, paziņojot šo lēmumu presē. Kartelis, uzzinājis šo lēmumu, piesolīja savienībai sevišķus rabatus, bet savienība no sava lēmuma vairs neatteicās. Lai šinī darbā piesaistītu arī patērētāju kooperatīvus un radītu tanīs interesi par fabriku, savienība izlaida īpašas „spuldžu obligācijas“ 2 milj. kronu apmērā, maksājot par tām 5,5% gadā. Šīs obligācijas nav uzskāmas 10 gadu laikā, bet savienība patur tiesības izpirkt tās arī agrāk. Savienība griezās pie patērētāju kooperatīviem un to biedriem ar uzaicinājumu saziņēt šo aizņēmumu. Par jauno fabriku bija radusies tik liela interese, ka attiecīgo summu saziņēja īsā laikā³⁵⁰.

Protams, būtu bijis daudz drošāk un pareizāk, ja pret šo spēcīgo starptautisko karteli uzstātos nevis tikai viena pati Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, bet gan vairāku zemju patērētāju kooperatīvu savienības kopīgi. Šis jautājums vairākus gadus no

³⁴⁸ Turpat — 89.—122. lpp.

³⁴⁹ Turpat — 79., 80. un 123. lpp.

³⁵⁰ Turpat — 132.—135. lpp.

vietas ir pārrunāts Starptautiskās kooperatīvu savienības aprindās. Šinīs pārrunās noskaidrojās divējādi viedokļi. Viens viedoklis bija tāds, ka starptautiskā patērētāju kooperācijas saimnieciskā kopdarbība jānoorganizē tādējādi, ka katras zemes lieltirdzniecības savienība attīsta tādu rūpniecību, kāda šinī zemē izdevīgāka, un tad eksportē saražotās preces uz citām zemēm. Tādā kārtā, piemēram, C. W. S. (Anglijas lieltirdzniecības savienība) ražotu audumus tādos apmēros, ka tos varētu piegādāt arī citu zemju patērētāju kooperatīvu savienībām. Otrs virziens turpretīm šādu tirdzniecības veidu atzina par nekooperatīvu. Tas aizrādīja, ka tā pati minētā C. W. S., līdz ko tā uzsāks ražot eksportam, darīs to pavisam aiz citām interesēm, nekā tā to darīja agrāk, kamēr tā vēl ražoja apvienoto patērētāju kooperatīvu biedru patēriņam. Šī savienība kļūs par vienkāršu uzņēmēju, kuŗa mērķis bus iegūt pēc iespējas augstākas cenas un lielāku peļņu. Šis otrais virziens bija tādos ieskaatos, ka, līdzīgi tam, kā paši pirmās pakāpes patērētāju kooperatīvi ir apvienojušies savās saimnieciskās savienībās savas valsts robežās, lai šīs savienības apgādātu un vajadzības gadījumā arī ražotu tiem vajadzīgās preces, tā uz tiem pašiem pamatiem arī atsevišķu zemju patērētāju kooperatīvu savienības var dibināt savas saimnieciskas savienības, kuŗu uzdevums atrisināt tos pašus jautājumus, bet tikai starptautiskos apmēros. Šim virzienam, kuŗu izvirzīja un visvairāk aizstāvēja Zviedrijas kooperātori, bija izšķirēja nozīme elektrisko spuldžu fabrikas dibināšanā. Spuldzes bija tāda prece, kuŗu ražošana ar moderniem tehnikas paņēmieniem prasīja tādus apmērus, kādus nebija lāgā iespējams patērēt nevienai no Skandināvijas valstīm vienai pašai, jo vajadzēja uzsākt cīņu ar starptautisko karteli.

Lai nekavētu velti laiku ilgās apspriedēs ar citu zemju patērētāju kooperatīvu savienībām, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, kā jau redzējām, ķērās pie darba sākumā viena pati un 1928. gadā dibināja elektrisko spuldžu fabrikas celšanai īpašu akciju sabiedrību (tā tad pēc tā paša parauga, kā tā bija organizējusi arī citus savus uzņēmumus), kuŗu nosauca Glödlamps A. B. „Kullen“ un kuŗas visas akcijas savienība paturēja pati savā portfeli. Šī sabiedrība uzcēla Stokholmā savu elektrisko spuldžu fabriku. Pa fabrikas celšanas laiku turpinājās sarunas ar patērētāju kooperatīvu savienībām Dānijā, Norveģijā un Somijā. Šo sarunu rezultātā

1931. gada 28. maijā Kopenhagenā dibināja īpašu savienību — Kooperatīva Lumaförbundet —, kurai par sēdekli noteica Stokholmu un kurā apvienojās Zviedrijas, Dānijas, Norveģijas un abas Somijas patērētāju kooperatīvu savienības, kā arī Somijas lauksaimniecības piederumu kopiepirkšanas savienība Hankkija. Jaunā savienība pārņēma spuldžu ražošanu savās rokās. Tas notika tādā veidā, ka savienība nopirka visas kādas mazas jau dibinātas akciju sabiedrības „A. B. Hammarbylampan“ akcijas, un tad šī sabiedrība nonomāja jauncelto elektrisko spuldžu fabriku no savienības „Glödlamps A. B. Kullen“. Šo sarežģīto manevru izdarīja aiz dažiem tīri formāli-juridiskiem iemesliem. Rezultāts tagad tas, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir spuldžu fabrikas būves financētāja un arī tās pašreizējā īpašniece, kamēr Lumaförbundet vada pašu ražošanu.

Par biedriem savienībā var būt tikai kooperatīvu centrālās organizācijas un tām līdzīgas organizācijas. Katrs biedrs var piedalīties vismaz ar vienu paju 1000 kronu apmērā. Pajus var uzkrāt arī no iepirkumu prēmijām. Pilnās sapulcēs katru biedru var reprezentēt 1 līdz 10 pārstāvju, no kuriem katram tikai viena balss. Savienības padomē ir biedru pārstāvji, pa vienam no katra biedra, un bez tam vēl papildpārstāvji, kuŗu kopskaits ir par 2 mazāks nekā biedru skaits. Šis papildpārstāvju skaits sadalāms starp biedriem proporcionāli tiem skaitļiem, ko iegūst, saskaitot kopā procentus, kas rāda, kādu daļu no savienības paju kapitāla katrs biedrs iemaksājis un kāda daļa no savienības apgrozījuma iepriekšējā gadā ir katra biedra iepirkumi savienībā. Valdē jābūt mazākais vienam un augstākais 5 locekļiem, ko ievēl padome. No tīrā atlikuma, kas paliek pēc tam, kad aplēsti 5% par pajiem, vismaz 10% katru gadu pieskaitāmi rezerves kapitālam. Var izdarīt atskaitījumus arī īpašā amortizācijas fondā, kuŗu var samazināt tikai izdarot attiecīgus norakstījumus no aktīvā uzrādītajām vērtībām. Pārējā tīrā atlikuma daļa sadalāma starp biedriem samērā ar to, cik lielā mērā katrs biedrs ir piedalījies šā atlikuma sagādāšanā. Šis noteikums šādā formulējumā ievests tāpēc, ka sakarā ar muitas apstākļiem un starptautiskā karteļa darbību var iznākt, ka cenas katram biedram ir jāapleš ar savādāku uzcenojumu³⁵¹.

³⁵¹ Lumas födelse. Av Anders Hedberg. „Kooperatören“ 1932., 3.—9. lpp.

Jau 1928. gadā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība paziņoja, ka projektētā spuldžu fabrika pārdos 25 vatu vakuma spuldzes, kuŗām kartelis bija noteicis cenu 1,35 kr. gabalā, sīktirdzniecībā par 85 öŗām, t. i. par 50 öŗām lētāk. 1930. gada 1. jūnijā, kad jaunajai fabrikai jau drīz vajadzēja nākt gatavai, kartelis savas cenas par šo pašu spuldzi pazemināja līdz 1,25 kr., 1931. gada 8. janvārī līdz 1,10 kr., 1931. g. 10. aprīlī, kad jaunās fabrikas ražojumi jau sāka nākt tirgū, līdz 95 öŗām, bet 1931. gada 3. septembrī pat līdz 85 öŗām, t. i. līdz jaunās fabrikas cenām. Tā kā Zviedrijā patērē apmēram 10 miljonu spuldžu gadā, tad, pateicoties kooperatīvai spuldžu fabrikai, Zviedrijas patērētājiem ir radusies iespēja ietaupīt gadā 10 milj. reiz 50 öŗas jeb ap 5 miljoni kronu³⁵².

1932. gadā jaunā fabrika ir pazeminājusi vēl savu cenu līdz 80 öŗām par spuldzi³⁵³.

Atsakoties Zviedrijai no zelta bāzes un samazinoties kronas vērtībai, kartelis paaugstināja savu spuldžu cenas, izņemot tās šķirnes, ko ražoja Luma savienības fabrika. 1932. gada maija mēnesī, kad savienības fabrika sāka ierīkot jaunas mašīnas, lai varētu ražot arī automobiļu spuldzes, kartelis tūdaļ pazemināja šo spuldžu cenu par 20%. Tā kā Zviedrijā patērē ap 1,2 milj. auto spuldžu gadā un katrai spuldzei pirms pazemināšanas karteļa cena bija 4 kronas, tad atkal patērētājiem radās ievērojams ietaupījums³⁵⁴.

Savienības jaunā spuldžu fabrika ir moderni ierīkota, un tās produkcija ir ap 20.000 spuldžu dienā. Fabrikas rīcībā ir arī plaši ierīkota zinātniska laboratorija, kur pastāvīgi pārbauda kā pašu ražoto, tā arī salīdzināšanas labad citu fabriku ražojumus. Sevišķu vērību jaunā fabrika piegriež tam, lai pagarinātu savu spuldžu degšanas ilgumu, kas tagad ir jau daudz lielāks nekā kartelī ietilpstošo fabriku ražotām spuldzēm³⁵⁵.

1933. gadā starptautiskais kartelis iesūdzēja savienības fabriku tiesā par to, ka tā it kā esot aizskārusi karteļa patentus. Izrādās, ka šis ir viens no parastiem līdzekļiem, kā karteli rauga apkarot

³⁵² „Konsumentbladet“ 1931., Nr. 37., 3. un 9. lpp.

³⁵³ Turpat par 1932. g. Nr. 37., 14. lpp.

³⁵⁴ Turpat par 1932. g. Nr. 20., 3. lpp.

³⁵⁵ Turpat — Nr. 37., 10. lpl.

ārpus tā atrodošās spuldžu fabrikas³⁵⁶. Savienība šo prāvu, ko iztiesāja 1935. gadā, tomēr vinnēja. Tādā kārtā šī prāva tikai padarīja Luma savienības spuldžu fabriku daudz populārāku Zviedrijā, jo kooperatīvās organizācijas šo sūdzību ir izmantojušas kā propagandas līdzekli.

1933. gadā spuldžu fabrika ir pārdevusi 2.725.845 spuldzes, no kurām ir pārdots:

Zviedrijas patērētāju kooperatīviem	1.355.034	spuldzes
Dānijas patērētāju kooperatīvu savienībai	391.317	„
Norveģijas patērētāju kooperatīvu savienībai	359.760	„
Somijas patērētāju kooperatīvu savienībai (OTK)	33.260	„
Citiem pircējiem	586.474	„
	<hr/>	
	2.725.845	spuldzes.

Tā tad Zviedrijas pašas patērētāju kooperatīvi ir noņēmuši apmēram pusi no visām pārdotām spuldzēm, citu zemju patērētāju kooperatīvu savienības apmēram vienu trešo daļu, bet atlikumu dažādi citi lielnoņēmēji: valsts un pašvaldības iestādes, rūpniecības uzņēmumi u. c.³⁵⁷.

Starptautiskā kopdarbība elektrisko spuldžu ražošanas laukā, ko ierosināja Zviedrijas patērētāju kooperācija, ir pašā pēdējā laikā atradusi atbalsi arī citās zemēs. 1936. gada sākumā Skotijā ir dibināta īpaša sabiedrība „British Luma“, kuŗas dalībnieki ir Skotijas patērētāju kooperatīvu lieltirdzniecības savienība (S.C. W. S.) un Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, pie kam dibinātāji tic, ka drīzumā būs arī citas lieltirdzniecības savienības, kas piebiedrosies šai sabiedrībai. Jaunās sabiedrības darbība, kā domā dibinātāji, jo cieši sadarbosies ar Skandināvijas „Luma“ savienību, izmantojot pēdējās patentus, kopā uzturot izmēģinājumu un pētīšanas laboratorijas u. t. t.³⁵⁸.

No pārējiem Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības rūpniecības pasākumiem varētu minēt vispirms superfosfāta fabriku, ko savienība nopirka 1929. gadā Gäddviken'ā. Šo fabriku savienība

³⁵⁶ Turpat — Nr. 43., 3. lpp. — Turpat par 1933. g., Nr. 11., 10. lpp. — Anders Hedberg. Världsmonopolet i glödlampor. Andra upplagan. Stockholm 1920., 29., 43.—46., 54.—56. un 137. lpp.

³⁵⁷ Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934., 96. lpp.

³⁵⁸ „Konsumentbladet“ 1936., Nr. 15., 3. lpp.

nopirka īpaši tāpēc, lai iegūtu šās fabrikas zemi, kas bija vajadzīga, lai varētu ievilkt salā „Kvarnholmen“, kur, kā to redzējām, atrodas vesela rinda svarīgu savienības rūpniecības uzņēmumu, dzelzceļa sliedes. Šo superfosfāta fabriku pašu Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienībai bija grūti nodarbināt, jo fabrika ražoja vairāk nekā savienībai bija iespējams pārdot caur patērētāju kooperatīviem, un bez tam no vienas pašas fabrikas ir ārkārtīgi grūti apgādāt visu Zviedriju lielo attālumu dēļ, kas ievērojami sadārdzina pārsūtīšanu. Tāpēc Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir iznomājusi šo fabriku tālāk Zviedrijas lauksaimniecības kooperatīvu savienībai³⁵⁹.

1932. gadā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir uzsākusi ražot arī kases kontroles aparātus, kuņus līdz tam laikam diezgan ievērojamos daudzumos importēja Zviedrijā no citām zemēm. Atsevišķās šo aparātu daļas pasūtina dažādās speciālās fabrikās, bet savienības fabrika nodarbojās galvenā kārtā ar montāžas darbiem. Pašu ražotie aparāti iznāk apmēram uz pusi lētāki par importētiem. Lielākie šo aparātu noņēmēji ir savienībā apvienotie patērētāju kooperatīvi³⁶⁰.

Zviedrija patērē lielus daudzumus kafijas. Sakarā ar to Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir ierīkojusi modernas kafijas grauzdētavas sekojošās vietās: Malmō, Jēteborjā, Kristinehamn, Gävle, Sundsvall, Luleå un Stokholmā. 1933. gadā tanīs ir sagatavoti 6,4 miljona kg kafijas³⁶¹.

Pašā pēdējā laikā savienība iekārto plašu mākslīgā zīda un celofana fabriku Norčepingā³⁶².

No apskatītā redzams, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība, organizējot savu rūpniecību, ievēro starp citu sekojošus principus, kuņus vienā no savām grāmatām ir formulējis Anderss Hedbergs³⁶³:

³⁵⁹ Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934., 103. un 104. lpp.

³⁶⁰ Turpat 90. lpp.

³⁶¹ Turpat 91. lpp.

³⁶² „Kooperatören“ 1935., 422. lpp.

³⁶³ Svenska hem i samverkan av Anders Hedberg. 1935., 70. lpp.

1. Savienības ražošanas uzņēmumi financējami ar patērētāju kooperācijas pašas sagādātiem līdzekļiem.

2. Labāk pagaidām atturēties no ražošanas uzņēmumu dibināšanas vai pirkšanas, nekā šinī nolūkā taisīt parādus pie ārpus patērētāju kooperācijas stāvošām personām un iestādēm.

3. Tas apstākļi vien, ka savienība pārdod kādu vienu preci tik lielos vairumos, ka būtu iespējams uzsākt ražošanu, vēl nav pietiekams iemesls, lai savienība ražošanu arī uzsāktu.

4. Savienība drīkst dibināt pati savus ražošanas uzņēmumus tikai tādās ražošanas nozarēs, kur kooperācijai ir izredzes tūdaļ ierīkot tādu uzņēmumu, kas ir vismaz tikpat konkurencei spējīgs un tikpat tehniski pilnīgs kā labākie no līdz tam pastāvējušiem uzņēmumiem Zviedrijā. Ar citiem vārdiem sakot, savienības ražošanas uzņēmumiem jāatrodas modernās tehnikas augstumos.

5. Savienībai savu ražošanas uzņēmumu izveidošanā arvien jāsakopo visi iespējamie spēki tikai viena uzdevuma atrisināšanai vienā un tanī pašā reizē. Tikai tādā ceļā ir iespējams panākt visas patērētāju kooperācijas ciešu kopdarbību un arī drošību par to, ka ražošana dos zināmus panākumus un šie panākumi arī pastāvēs. Ir daudz labāk, ja savienība nodarbina tikai vienu rūpniecības uzņēmumu, bet tad arī tā, lai tas būtu pārāks par privātiem uzņēmumiem, kas darbojas tanī pašā nozarē, nekā ja savienība saskalda savus spēkus pa daudzām nozarēm un katrā no tām gūst tikai vidējus panākumus.

6. Savienībai galvenā kārtā jāražo tādas preces, ko patērē plašas biedru aprindas un kuŗām ir samērā liela loma biedru mājturībā.

7. Ir labāk, ja savienība savos rūpniecības uzņēmumos ražo nedaudzas preces plašām biedru aprindām nekā ļoti daudzas preces visai nedaudziem biedriem.

Attiecībā uz 1. un 2. no šiem principiem aina kļūs vēl skaidrāka, ja apskatīsim Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības un tai piederošo uzņēmumu bilanču kopsavilkumu, kas rāda sekojošo³⁶⁴:

³⁶⁴ Kooperativa Förbundetets förvaltnings- och revisionsberättelser för år 1931., 99.—103. lpp. — Turpat par 1935. gadu, 100.—108. lpp.

A k t ī v s	Tūkstošos kronu			
	1935. g. beigās	1930. g. beigās		
Kasē	70	62		
Bankās	4.910	14.912		
Obligācijas	30.401	28.436		
Prasības	16.481	5.112		
Izsniegtie aizdevumi	45.029	16.485		
Preces krājumā	17.113	15.914		
Nekustami īpašumi	45.005	26.705		
Inventārs un mašīnas	14.578	6.289		
Garantijas kapitāli uzņēmumos	1.054	1.345		
Akcijas	7.797	3.272		
Dažādi aktīvi	—	156		
Kopā	182.438	118.686		
<i>Pasīvs (tūkstošos kronu).</i>	1935. g. beigās	1930. g. beigās		
Paju un akciju kapitāli	51.666	34.421		
Rezerves kapitāli	38.027	17.942		
Ražošanas fonds	389	—		
Pētišanas fonds	396	—		
Izglītības fonds	853	—		
Tīrais atlikums	6.673	4.958		
Kopā	98.003	57.321		
Atskaitot pašas uzņēmumu akcijas	37.183	60.820	28.271	29.050
Ražošanas garantijas fonds	—	4.399	—	4.075
Spuldžu ražošanas fonds	—	—	—	2.000
Rūpniecības fonds	—	5.136	—	7.524
Rezerves nodokļiem	—	822	—	822
Amortizācijas fonds	—	13.480	—	4.320
Darbinieku krājkaše	—	555	—	191
Pensiju fondi	—	200	—	72
Noguldījumi	—	76.294	—	64.407
Preču un citi kreditori	—	17.754	—	5.582
% uz pajiem	—	1.079	—	643
Aizņēmumi, ilgtermiņa	—	1.899	—	—
Kopā	—	182.438	—	118.686

No šās kopbilances redzam, ka ievērojama daļa no tās ir pašas savienības kapitāli, kas uzkrāti gan nedalāmo kapitālu veidā, gan arī apvienoto patērētāju kooperatīvu iemaksāti paju veidā un savienības speciālos kapitālos. Attiecībā uz ražošanas garantijas un spuldžu fondiem, kas iegūti izlaižot starp biedriem obligācijas, jāpiezīmē, ka 1934. g. Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība

ir šīs obligācijas uzteikusi un sākusi tās izpirkt, jo tai pietiek pašai savu līdzekļu ko ieguldīt minētos uzņēmumos³⁶⁵.

Tālāk redzams, ka savienība ievērojamas summas glabā arī viegli reālizējamu līdzekļu veidā. Tas darīts, lai, pirmkārt, būtu zināma rezerve noguldījumu atprasišanas gadījumam un, otrkārt, šīs rezerves dod savienībai zināmu spēku tanī ziņā, ka savienībai kaut kurā acumirkli iespējams uzsākt ražošanu vienā vai otrā jaunā nozarē, kur kāda monopolistiska apvienība diktē savas cenas patērētājiem pārāk nepieņemamā virzienā. Balstoties tikai uz šīm rezervēm savienības vārds iegūst to maģisko spēku, ka tās prasību priekšā, kā to redzējām šīnī nodaļā, piekāpjas pat visai spēcīgas monopolistiskas apvienības.

Pie 4. un 5. no augstāk atzīmētajiem principiem piebilstams vēl sekojošais.

No aprakstītā redzējām, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība cenšas savu ražošanu un vispār savu, kā arī apvienoto patērētāju kooperatīvu darbību nostādīt pēc iespējas racionālāk un modernāk, lietājot visu to, ko spēj dot modernā tehnika. Lai būtu lielāka iespēja darboties šīnī virzienā, savienība 1931. gadā grozīja savus statūtus, ievēdot tais noteikumu, ka dibināms īpašs pētīšanas fonds, kuram katru gadu pieskaitāma tāda summa, kas līdzinātos 0,05% no iepriekšējā gada savienības apgrozījuma. Fonda uzkrāšanu var pārtraukt, ja augļi no tā ir sasnieguši 2% no savienības iepriekšējā gada apgrozījuma. Pētīšanas mērķiem izlietājami šā fonda augļi, ne pats kapitāls.

Motivējot šo priekšlikumu savienības sapulcei, speciāla komisija, kurai bija uzdots izpētīt jautājumu par kapitālu krāšanu kooperācijā, starp citu aizrādīja, ka Zviedrijas patērētāju kooperācija pēdējā laikā ir sasniegusi ļoti lielus panākumus, kas uzliek tai arī pienākumu rūpēties par zinātnes un tehnikas tālāko attīstību dažādās nozarēs. Šis pētīšanas darbs, kā tas bijis jau arī līdz šim, notikšot galvenā kārtā savienības pašas laborātorijās, bet pēdējās esot tā apkrautas ar speciāliem uzdevumiem, ka atliekot samērā maz laika un iespējas izdarīt kādus speciālus pētījumus. Fonds radīts, lai dotu iespēju izdarīt šos pētījumus neatkarīgi no tā, kādā mērā to atļaujot savienības ikdienas darbs.

Tā kā ienākumi no fonda izlietājami jaunu pētījumu izdarīša-

³⁶⁶ Batåkande rörande Kooperationens fasta kapital. Stockholm, 1931.,

nai, kas nereti ir konfidenciālas dabas, tad par fonda ienākumu izlietāšanu nelemj pilna sapulce, un tā arī sīkumos nezina, kādam nolūkam īsti šie ienākumi izlietāti. Sapulcei ziņo tikai izlietāto summu un revīzijas komisijas atsauksmi, vai fonda līdzekļi tiešām izlietāti tādiem nolūkiem, kādiem tie paredzēti³⁶⁶.

Visbeidzot vēl jāpiezīmē, ka, respektējot augstāk minētos principus, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība pēdējā laikā ir nonākusi pie visai interesantas problēmas. Šī problēma īsumā ir sekojoša.

Kā redzējām, savienība ir atzinusi par nepieciešamu uzsākt tikai tādus ražošanas uzņēmumus, kas ražo patērētāju kooperatīvos apvienotiem biedriem nepieciešamās preces, un pie tam tikai tādās nozarēs, kur savienības uzņēmumi tehniskā un saimnieciskā ziņā var būt pārāki par privātiem uzņēmumiem. Šis atzinums lielā mērā ierobežo savienības ražošanas uzņēmumu darbības lauku. Savienība pēdējā laikā ir jau nonākusi savā attīstībā tik tālu, ka visās tanīs nozarēs, kur tās jaundibināmie ražošanas pasākumi varētu kļūt par ievērojamiem cenas rēgulētājiem faktoriem, savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu apgrozījumi ir par maziem, lai šos uzņēmumus varētu racionāli iekārtot. Bez tam arī dažos savienības ražošanas uzņēmumos rodas blakus produkti, kas neatrod noņēmējus savienībā apvienotos patērētāju kooperatīvos. Šādi blakus produkti rodas, piemēram, savienības dzirnavās kliju un taml. produktu veidā, kā arī savienības eļļas fabrikā, kur kā blakus produktus radušos raušus nākas pat plašos apmēros eksportēt. Tādā kārtā savienībai nākas zināmā mērā jau atkāpties no principa, ka tā savus uzņēmumus nodarbina *vienīgi tikai* apvienoto patērētāju kooperatīvu vajadzību apmierināšanai. Apskatot šo problēmu tuvāk, īpaša komisija, ko savienība bija izraudzījusi šās problēmas pētīšanai, ir atzinusi, ka atkāpšanās zināmos gadījumos no principa, ka savienība ražo vienīgi apvienoto patērētāju kooperatīvu vajadzībām, pieļaujama. Tomēr apvienoto patērētāju kooperatīvu vajadzībām un interesēm arvienu jāpaliek dominējošām un tirdzniecība ar ārpus patērētāju kooperācijas stāvošām aprindām nav *izdarāma peļņas* nolūkos³⁶⁷.

³⁶⁶ Betäkande rörande Kooperationens fasta kapital. Stockholm, 1931., 40.—44. lpp.

³⁶⁷ Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934., 110.—119. lpp.

Kopsavilkumā varētu teikt, ka Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienības ražošanas pasākumi ražo galvenā kārtā apvienoto patērētāju kooperatīvu un tā tad tais apvienoto biedru vajadzību apmierināšanai. Savus ražošanas pasākumus savienība cenšas ierīkot tādās nozarēs, kur monopolistiskās uzņēmumu apvienības uztur augstas, patērētājiem neizdevīgas cenas. Uzstājoties pret šādu monopolistisko apvienību cenu politiku un iekārtojot savus ražošanas pasākumus saskaņā ar modernām tehnikas prasībām, savienība sagādā ievērojamus ietaupījumus kā patērētāju kooperatīvos apvienotiem biedriem, tā arī visiem pārējiem Zviedrijas patērētājiem.

X. SLĒDZIENS.

Patērētāju kooperācija šā darba izpratnē ir ņemta kā īpatnēju saimniecisku veidojumu komplekss. Šie īpatnējie veidojumi ir patērētāju kooperatīvi un to savienības. Noskaidrojot šo veidojumu tautsaimniecisko būtību, izrādījās, ka patērētāju kooperatīvi ir mājturību apvienības, bet patērētāju kooperatīvu savienības — mājturību apvienību apvienības. Patērētāju kooperatīvs raksturīgs: 1) ar savu mērķi un 2) ar saviem uzbūves un darbības principiem.

Patērētāju kooperatīva mērķis — apgādāt apvienotām mājturībām nepieciešamos labas kvalitātes patēriņa un lietāšanas priekšmetus par iespējami izdevīgākām cenām.

Patērētāju kooperatīva uzbūves un darbības principi pašreizējā saimnieciskā iekārtā raksturojami šādi:

1. Patērētāju kooperatīvam vajadzīgs kapitāls kā biedriem nepieciešamo patēriņa un lietāšanas priekšmetu ražošanai, tā arī šo priekšmetu krājumu ierīkošanai. Šo kapitālu patērētāju kooperatīvs sagādā vai nu vienā no sekojošiem veidiem, vai arī kombinējot kopā dažus no šiem veidiem vai, beidzot, lietājot visus šos veidus kopā: A) izdarot aizņēmumus uz ilgāku vai īsāku laiku no biedriem vai ārpus kooperatīva stāvošām personām vai uzņēmumiem; B) savācot nepieciešamos līdzekļus no biedriem, a) biedru paju veidā un b) nedalāmu kapitālu veidā. Vismaz daļa no patērētāju kooperatīvam nepieciešamā kapitāla jāuzkrāj biedru paju veidā, pie kam par biedru pajiem maksājami procenti, bet ne augstāki par parasto kredīta tirgus procenta normu.

2. Patērētāju kooperatīvam nepieciešams darba spēks, kas jāmeklē darba tirgū un jāalgo uz tādiem pamatiem, kādi darba tirgū pastāv.

3. Patērētāju kooperatīvā apvienotie biedri ir ieinteresēti pievilkt kooperatīvā par biedriem pēc iespējas lielāku personu skaitu, neierobežojot savu biedru skaitu vienīgi tikai ar personām ar vienādiem pasaules uzskatiem, vienādu ticību, vienādu tautību, vienādu politisku pārliecību, vienādu nodarbošanos u. t. t. Patērētāju kooperatīvs ir ieinteresēts paplašināt savu darbību vienīgi uz biedru un nevis nebiedru konta. Patēriņa un lietāšanas priekšmetu apgādāšana nebiedriem notiek vienīgi tikai jaunu biedru pievilkšanas nolūkos. Kā iestāšanās patērētāju kooperatīvā par biedru, tā arī izstāšanās no tā ir brīvprātīga.

4. Patērētāju kooperatīva pārvalde atrodas pašu biedru rokās, pie kam katram biedram ir tikai viena balss. Kooperatīvs rūpējas par biedru kooperatīvo un tautsaimniecisko izglītību un audzināšanu.

5. Tiro atlikumu patērētāju kooperatīvs sadala starp biedriem samērā ar pēdējo iepirkumiem kooperatīvā. Šā apstākļa dēļ iznāk, ka patērētāju kooperatīvs apgādā apvienotām mājturībām patēriņa un lietāšanas priekšmetus par caurmēra pašcenu. Jo patērētāju kooperatīvs labāk noorganizēts un labāk vadīts, jo mazāka būs šī pašcena un jo izdevīgāka būs apvienotām mājturībām patēriņa un lietāšanas priekšmetu apgādāšana ar patērētāju kooperatīva palīdzību.

Ņemot vērā sacīto, cenas, ko patērētāju kooperatīvs apleš apvienotām mājturībām nododot katru reizi patēriņa un lietāšanas priekšmetus, uzskatāmas par provīzorišķām cenām, kuŗas tiek vēlāk koriģētas ar prēmijām par iepirkumiem, tādā kārtā norēgulējot tās līdz patērētāju kooperatīva caurmēra pašcenām.

Kamēr patērētāju kooperatīvs mazs un vājš, tas, noteicot savas provīzorišķās cenas, pieturas pie vidējām tirgus cenām. Kad patērētāju kooperatīvs kļūst spēcīgāks, tam ir sava pilnīgi patstāvīga cenu politika apvienoto mājturību interesēs. Tādā gadījumā patērētāju kooperatīva cenas atstāj ietekmi arī uz tirgus cenām.

6. Patērētāju kooperatīvs neapgādā apvienotām mājturībām patēriņa kreditu.

Viss par patērētāju kooperatīvu teiktais mutatis mutandis attiecas arī uz patērētāju kooperatīvu savienībām.

Uzskatot patērētāju kooperāciju par saimniecisku veidojumu kompleksu, kas būvēts pēc īpatnējiem principiem, un pie tam pieņemot, ka šīnī kompleksā ietilpstošie saimnieciskie veidojumi ir patērētāju kooperatīvi un to savienības, kas būvēti un organizēti saskaņā ar tikko minēto raksturojumu, varam, ņemot vērā pastāvošās saimnieciskās iekārtas apstākļus, secināt sekojošo:

Patērētāju kooperācija, organizējot plānveidīgu patēriņu un lietāšanas priekšmetu apgādi apvienotām mājturībām, cenšas samazināt šo priekšmetu ražošanas un vispār apgādes izmaksas. Kur patērētāju kooperācija apvieno tautsaimnieciski kaut cik nozīmīgu mājturību skaitu un kur patērētāju kooperācijai ir izdevies nostādīt savu ražošanas un preču apgādes darbību saskaņā ar modernās tehnikas prasībām, tur patērētāju kooperācija ar to pašu jau kļūst par ievērojamu tautsaimniecisku faktoru, atturot tirgus cenu celšanos uz apgādājamiem priekšmetiem nesamērīgi tālu virs racionāli nostādītas ražošanas un preču apgādes faktiskās izmaksas. Ja visu to uzņēmumu sistēmu, kas darbojas, lai ārējā dabā atrodamos priekšmetus pārveidotu par saimnieciskiem labumiem, t. i. pielāgotu tos cilvēku vajadzību apmierināšanai, nosauktu par tautsaimniecisko aparātu, tad varētu teikt, ka *patērētāju kooperācija cenšas racionālizēt tautsaimniecisko aparātu, pieskaņojot to visas saimniecotājas sabiedrības kā veselā interesēm. Cik tālu patērētāju kooperācijai tas izdodas, tā ceļ apvienoto mājturību locekļu dzīves standartu un veicina krāšanu. Reizē ar to patērētāju kooperācija veic arī tautas saimnieciskās audzināšanas darbu.*

Tas ir tas tautsaimnieciskais efekts, ko reālizē patērētāju kooperācija, un reizē ar to arī tās pastāvēšanas attaisnojums. Tāpēc nākotnē patērētāju kooperācijai izredzes pastāvēt ir tikai tik ilgi, kamēr tā būs spējīga šo tautsaimniecisko efektu uzturēt. Bet šis pēdējais apstāklis ir galvenā kārtā atkarīgs no tā, cik daudz būs patērētāju kooperatīvos apvienoto mājturību pārstāvjiem zināšanu un saprāta, lai racionāli nostādītu savas organizācijas un atrastu tām piemērotus vadītājus. Tas sakāms par to nākotnes periodu, kamēr pastāvēs pašreizējā saimnieciskā iekārta.

Lai šo slēdzienu pārbaudītu ar tiešiem novērojumiem un faktiem, kas ņemti no saimniecības dzīves, šā darba otrā daļā tuvāk apskatīta patērētāju kooperācija Zviedrijā.

Iepazīstoties ar patērētāju kooperāciju Zviedrijā, vispirms nācās konstatēt, ka tās attīstība Zviedrijā ir sākusies pag. gadsimta sešdesmitajos gados. Bet vajadzēja paiet 40—50 gadiem, iekams patērētāju kooperācija paspēja kaut cik nostiprināties. Šis starplaiks pilns dažādu neveiksmju, kam lielā mērā par iemeslu ir bijušas dažādas kļūdas šo kooperatīvu vadībā, kā arī daži tīri ārējas dabas iemesli (piem. kooperatīvā likuma trūkums). Ar laiku tomēr šos daudzus trūkumus ir izdevies novērst. Pēdējā laikā patērētāju kooperatīvi Zviedrijā pēc savas uzbūves un darbības principiem cieši tuvojas patērētāju kooperatīva ideāltipam. Reizē ar to Zviedrijas patērētāju kooperācija ir kļuvusi par plašu un ievērojamu kustību, kas apvieno vienu trešo daļu no visas Zviedrijas mājturībām un kuŗas attīstība arvienu vēl uzrāda augošu tendenci.

Zviedrijas patērētāju kooperatīvi un to savienība sevišķu vērtību piegriež biedru kooperatīvai un tautsaimnieciskai izglītībai un audzināšanai. Šādā ceļā iegūtās biedru zināšanas un īpašības palīdz viņiem: 1) sekmīgāk vadīt savu kooperatīvu un 2) līdzsvarot un sapratīgāk vadīt savu pašu mājturību.

Zviedrijas patērētāju kooperatīvu attīstība pēdējā laikā iet divus virzienus:

1. Atsevišķie patērētāju kooperatīvi aug biedru skaita un apgrozījumu ziņā un pakāpeniski veidojas par lieliem pasākumiem sīktirdzniecībā, kas dod tiem arvienu lielāku iespēju nostādīt savu darbību uz racionāliem pamatiem. Šo attīstību veicina Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība „Kooperativa Förbundet“, kas pieliek daudz pūļu, lai atsevišķos patērētāju kooperatīvus saimnieciski nostiprinātu un uzturētu tos konkurencei spējīgus ar nekooperatīviem uzņēmumiem sīktirdzniecībā.

2. Savas savienības vadībā Zviedrijas patērētāju kooperatīvi cenšas vispār racionālizēt sīktirdzniecību: a) nostādot priekšzīmīgi savas pārdošanas, kas atvieglina apvienotām mājturībām apgādāto patēriņu un lietāšanas priekšmetu izdalīšanas darbu, ir apmeklētājiem ērti pārskatāmas un respektē visas modernās higiēnas prasības, b) izlasot krietnākos un spējīgākos darbiniekus un tos labi sagatavojot un c) cenšoties vispār panākt pēc iespējas lielāku saim-

niecisku efektu ar iespējami mazāk darba un kapitāla. Šis saimnieciskais efekts, pēc kuŗa cenšas Zviedrijas patērētāju kooperātīvi, ir labu un neviltotu patēriņa un lietāšanas priekšmetu apgādāšana apvienotām mājturībām par iespējami izdevīgākām cenām.

Darbodamās šinī virzienā, Zviedrijas patērētāju kooperācija ietaupa apvienotām mājturībām ievērojamas summas izdevīgāku cenu veidā, pie kam daļu no šādā veidā ietaupītām summām patērētāju kooperātīvi uzkrāj tīrā atlikuma veidā, no kuŗa lielākā daļa nāk atpakaļ apvienotām mājturībām kā prēmijas par iepirkumiem. Šīs prēmijas biedri izlietā gan savu paju papildināšanai patērētāju kooperatīvā, gan uzkrāj noguldījumu veidā, gan arī izlietā tās savu tekošo vajadzību apmierināšanai.

Ar savu racionāli nostādīto darbību Zviedrijas patērētāju kooperātīvi vispār ir kļuvuši par ievērojamu siktirdzniecības cenas rēgulētāju faktoru mājturību interešu virzienā. Šis apstāklis dod iespēju nevien patērētāju kooperatīvos apvienotiem biedriem, bet zināmā mērā arī pārējiem Zviedrijas patērētājiem apmierināt vienas un tās pašas vajadzības ar mazāku daļu no saviem ienākumiem nekā tas būtu bijis bez patērētāju kooperācijas, nemainoties visiem pārējiem apstākļiem. Tas savukārt dod iespēju patērētāju kooperatīvā apvienotām un tāpat zināmā mērā arī neapvienotām mājturībām pilnīgāk un vispusīgāk apmierināt savas vajadzības, lielāku vērību piegriežot ērtības sagādātājam un kultūras vajadzībām. Tādā kārtā Zviedrijas patērētāju kooperācija ceļ šo mājturību locekļu dzīves standartu.

Lai patērētāju kooperātīvi savā darbā varētu uzrādīt pēc iespējas lielāku saimniecisku efektu, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība cenšas pēc iespējas pilnīgāk noorganizēt tanī apvienotiem patērētāju kooperatīviem nepieciešamo preču apgādāšanu vairumā uz tādiem pamatiem, lai šī apgāde būtu izdevīga patērētāju kooperatīviem labas preču kvalitātes, samērā mazo tirdzniecības izmaksu, cenu u. t. t. ziņā. Darbodamās šinī virzienā, savienība savā līdzšinējā darbā ir jau uzrādījusi lielus panākumus. Šie panākumi rezultējas savienībā apvienoto patērētāju kooperatīvu saimnieciskā efektā, jo savienības tirdzniecības operācijas ir galvenā kārtā ar apvienotiem patērētāju kooperatīviem.

Tanī pašā nolūkā Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir stājusies arī pie apvienotiem kooperatīviem nepieciešamo priekšmetu ražošanas. Savienībai piederošie ražošanas uzņēmumi, kaut

P Ē C V Ā R D I.

Šo darbu uzrakstīju jau 1933. g., un tagad īsi pirms iespēšanas to papildināju ar jaunākiem faktiem un skaitliskiem datiem, cik tālu šis materiāls bija pieejams. Skaitliskos datus daudzos gadījumos esmu aplēsis pats, lai dabūtu tos tādā veidā, kādā tie šinī darbā man šķita noderīgi. Tādos gadījumos notas zem svītras rāda tikai avotus, no kuriem ņemti izejas materiāli aplēsumiem.

Par šā darba ierosinājumu man jāpateicas manam skolotājam profesoram V. Kosinska kungam. Tāpat lai atļauts šeit pateikties arī profesoram T. Celma kungam par ierosinājumiem attiecībā uz darbā lietātām metodēm, un Zviedrijas patērētāju kooperācijas vadītājiem kā par materiāliem, tā arī par laipnu atļauju vairākkārt apmeklēt viņu pasākumus, lai iepazītos ar to organizāciju un darbību tieši dzīvē.

Rīgā, 1936. gada oktobrī.

Lai patērētāju kooperācija savā darbā varētu uzrādīt pēc iespējas lielāku sabiedrisku efektu, Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība cenšas pēc iespējas pilnīgāk organizēt tautsaimniecības un patērētāju kooperatīvu darbību, lai šādas būtu izdevīga patērētāju kooperatīvu darbības proču kvantitātes, samērā mazs izdevības izmaksu, cenu u. t. t. ziņā. Darbojamās šinī virzienā, savienība savā līdzšinējā darbā ir jau uzrādījusi lielus panākumus. Šie panākumi rezultējas savienības apvienoto patērētāju kooperatīvu saimnieciskā efekta, jo savienības izdevības enerģijas ir galvenā kārtā ar apvienotiem patērētāju kooperatīviem.

Tāpat pašā noīkta Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība ir atļūkusies arī pēc apvienotiem kooperatīviem nepieciešamo priekšmetu ražošanas. Savienībai piederošie ražošanas uzņēmumi, kam

Izlietātās literatūras saraksts.

1. Prof. Dr. **V. A. Kosinskis**. Politiskās ekonomijas pamati (manuskriptā).
2. **Eduards Šprangers**. Jaunatnes psiholoģija. Tulkojusi M. Liepiņa. Rīgā, 1929. g.
3. „Kopdarbība“. 1923., 1931. gads.
4. C. s. „Konzums“ izdotie patērētāju biedrību parauga statūti. 1934. g. izdevums.
5. Latvijas patērētāju biedrību savienības izdotie patērētāju biedrību parauga statūti. 2. izdevums. 1930. g.
6. Проф. **В. А. Косинский**. Учреждения для мелкого кредита в Германии. Томъ I-ый. Москва 1901.
7. Проф. **В. А. Косинский**. Точное знание и обществовѣдѣніе. Рига 1902.
8. Проф. **В. А. Косинский**. Лекціи по теоріи политической экономіи, читанныя на Русскомъ юридическомъ факультетѣ вь Прагѣ. Лѣтній семестръ 1922 г. Прага 1923.
9. Проф. **В. А. Косинский**. Основанія политической экономіи. Томъ II. Теорія цѣнности и цѣны. Прага 1928.
10. Проф. **М. И. Туганъ-Барановский**. Соціальныя основы кооперации. Москва 1919.
11. **J. Conrad**. Grundriß der politischen Ökonomie. I. Teil. Nationalökonomie. Jena, 1923.
12. **J. Conrad**. Grundriß der politischen Ökonomie. II. Teil. Volkswirtschaftspolitik. Jena, 1923.
13. Die Unternehmungsformen. Von Prof. Dr. **Robert Liefman**. Stuttgart, 1928.
14. Grundzüge der theoretischen Nationalökonomie von **Enrico Barone**. Bonn, 1927.
15. Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Von **W. Gelesnoff**. Leipzig, 1928.
16. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Von Dr. **J. Hellauer**. Berlin, 1928.
17. Allgemeine Handelbetriebslehre von Dr. hon. c. **Johann Friedrich Schär**. Leipzig, 1923.
18. Handbuch des Einzelhandels, herausgegeben von Prof. Dr. **Rudolf Seyffert**. Stuttgart, 1932.
19. Dr. **Karl Hildebrand**. Die betriebswirtschaftlichen Grundlagen der genossenschaftlichen Unternehmung. Halberstad, 1927.
20. **Werner Sombart**. Das europäische Wirtschaftsleben im Zeitalter des Frühkapitalismus. Erster Halbband. München und Leipzig, 1928.
21. **Werner Sombart**. Die drei Nationalökonomien. München und Leipzig, 1930.

22. **Max Weber.** Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen, 1922.
23. Die Rückvergütung der Konsumvereine. Von Dr. **Reinhold Henzler.** Berlin, 1929.
24. Umriss einer genossenschaftlichen Ideengeschichte von Dr. **Henry Faucherre.** Erster Teil. Basel, 1925.
25. **Heinrich Kaufmann.** Grundsätze der Konsumgenossenschaftlichen Praxis. Hamburg, 1927.
26. Die Rückvergütung im System der genossenschaftlichen Organisation von Dr. **Henry Faucherre.** Basel, 1916.
27. Die Konsumvereinsbewegung in Großbritannien. Von **Theodor O. Cassau.** München und Leipzig, 1915.
28. Internationales Handwörterbuch des Genossenschaftswesens. Herausgegeben von Prof. Dr. **V. Totomianz,** 1928.
29. **J. Fr. Schär.** Genossenschaftliche Reden und Schriften. Basel, 1920.
30. Internationale Statistik der Genossenschaften von Dr. **Karl Ihrig.** Berlin, 1928.
31. Die Umsatzenschwankungen des Einzelhandels als Problem der Betriebspolitik. Von Diplomvolkswirt **Heinz Grünbaum.** „Vierteljahrsheft zur Konjunkturforschung“ Sonderheft 10. Berlin, 1928.
32. Die Lebenshaltung von 2000 Arbeiter-, Angestellten- und Beamtenhaushaltungen, Erhebungen von Wirtschaftsrechnungen im Deutschen Reich vom Jahre 1927/29. Teil I. Einzelschriften zur Statistik des Deutschen Reiches Nr. 22¹. Berlin, 1932.
33. **Holyoake.** Geschichte der Rochdaler Pioniere. Deutsch von Robert Schlösser. Köln, 1928.
34. Bericht über die Verhandlungen des dreizehnten Kongresses des Internationalen Genossenschaftsbundes im Wien vom 25. bis 28. August 1930.
35. Bericht über die Verhandlungen des zwölften Kongresses des Internationalen Genossenschaftsbundes in Stockholm vom 15. bis 18. August 1927.
36. Verlauf und Ergebnis der Internationalen Wirtschafts-Konferenz des Völkerbundes zu Genf. Zusammengestellt von Konsul Dr. **E. Respondek.** Berlin, 1927.
37. Österreich und seine Genossenschaften. Den Delegierten zum XIII. Internationalen Genossenschaftskongreß gewidmet. Wien, 1930.
38. Die „Produktion“ im Jahre 1927.
39. Führer durch den Allgemeinen Consum-Verein beider Basel.
40. Allgemeiner Consumverein beider Basel. Jahresbericht und Rechnung über das 65. Geschäftsjahr 1930.
41. „Weltwirtschaftliches Archiv“ 1932.
42. „Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik“ 1932.
43. „Konsumgenossenschaftliche Praxis“ 1930.
44. „Genossenschaftliche Mitteilungen“ 1928. Internationales Arbeitsamt, Genf.
45. „Internationale Genossenschaftliche Rundschau“ 1929., 1930., 1932. und 1935.

46. Vierteljahrsschrift für „Genossenschaftswesen“. Herausgegeben von Prof. Dr. **Ernst Grünfeld**. 1930.
47. „Internationales Genossenschafts-Bulletin“ 1927., 1928.
48. „Genossenschafts-Korrespondenz“. Herausgegeben von Prof. Dr. **Ernst Grünfeld**. 1925.
49. Elfte Internationale Genossenschaftsschule im genossenschaftlichen Seminar Fredorf bei Basel vom 4. bis 18. Juli 1931. Vortrag über das schweizerische Genossenschaftswesen von Dr. **Henry Faucherre**.
50. Zehnte Internationale Genossenschaftsschule in der „Konsular-Akademie“. Wien, vom 16. bis 23. August 1930. Vortrag über die Rochdaler Prinzipien von Prof. **Charles Gide**.
51. Zentralverband deutscher Konsumvereine: Statut der Konsum- und Spargenossenschaft für... und Umgegend.
52. Satzungen der Konsum-Genossenschaft Berlin und Umgegend. 1929.
53. The History of the Rochdale Pioneers by **George Jacob Holyoake**. Tenth edition.
54. Wholesale Co-operation in Scotland by **James A. Flanagan**. Glasgow, 1920.
55. The Economics of Instalment Selling by **Edwin R. A. Seligman**, LL. D. Volume one. New York, 1927.
56. Handbook for Members of Co-operative Committees by **F. Hall**, M. A., B. Com. Manchester 1928.
57. Co-operation in Sweden by **Axel Gjöres**. Manchester, 1927.
58. The Co-operative Union, Co-operative Statistics for the Year 1930.
59. The Economic Advance of British Co-operation, 1913. to 1931. By **H. J. Twigg**. C. H. D. Manchester 1931.
60. The People's Year Book. Prepared by the Co-operative Press Agency. 1932., 1933. un 1936.
61. Some Lessons of the World Depression by **Johan Åkerman** Ph. D. Stockholm, 1931.
62. "Stockholm 1927". Paper for the delegates and visitors of the twelfth International Co-operative Congress.
63. The Co-operative Review 1932, and 1933.
64. Laws and Objects of the Rochdale Society of Equitable Pioneers, Rochdale 1844. Reprinted from the "Co-operative Educator" 1925.
65. General Rules for an Industrial Provident Society. Form 6. Issued by the Co-operative Union Limited Manchester.
66. Le coopératisme par **Charles Gide**. 1929.
67. Les Sociétés coopératives de consommation par **Charles Gide**. Paris, 1904.
68. Manuel du coopérateur socialiste par **Maurice Lauzel**. Paris, 1910.
69. La coopération en Belgique. L'Office Coopératif Belge aux membres du XI. Congrès de L'Alliance Coopérative Internationale à Gand 1924.
70. Société des nations. — Bureau international du travail. Conférence économique internationale. Genève, le 4. mai 1927. Résultats de quelques-unes

des enquêtes etablissant la comparaison entre les prix de détail du commerce privé et ceux des sociétés cooperatives de consommation. Genève, 1926.

71. **Abraham Rundbäck**. Avhandling om Konsumtionsföreningar med inledning av Axel Gjöres. Stockholm, 1929.

72. Svensk Kooperation före åttioalet av **Axel Gjöres**. Stockholm, 1919.

73. **Anders Hedberg**, Dansk bondekooperation. Andra upplagan. Stockholm, 1929.

74. **Thorsten Odhe**. Kooperationen i Finland. Stockholm, 1929.

75. **Thorsten Odhe**. Det Moderna trust- och kartellväsendet. Tredje upplagan. Stockholm, 1932.

76. Svenska hem i samverkan av **Anders Hedberg**. Stockholm, 1932. un 1935.

77. Föreningarnas ekonomi av **Ernst Persson**. Stockholm, 1932.

78. **Anders Örne**. Kooperativa ideer och spörsmål. Stockholm, 1924.

79. **Anders Hedberg**. Världsmonopolet i Glädlampor. Andra upplagan. Stockholm, 1930.

80. Trustlagstiftningskommitteens betänkande. Förslag till lag om vissa åtgärder beträffande monopolistiska företag och sammanslutningar. Uppsala, 1921.

81. Kooperativ verksamhet i Sverige av K. Socialstyrelsen åren 1908—1910, 1911—1913, 1914—1916, 1917—1919, 1920—1922, 1923, 1924, 1925, 1926, 1927, 1928, 1929, 1930, 1931, 1932, 1933.

82. Statistisk Årsbok för Sverige adertonde årgången 1931. Utgiven av Statistiska Centralbyrån. Stockholm, 1931. Arī par 1935. gadu.

83. Levnadskostnaderna i städer och industrieorter omkring år 1923 av K. Socialstyrelsen. 1929.

84. Kooperativ upplysning och utbildning. Stockholm, 1931.

85. Några riktlinjer för utvecklingen inom Svensk Kooperation. Stockholm, 1924.

86. Betänkande rörande Kooperationens fasta kapital. Stockholm, 1931.

87. Berättelser över Kooperativa förbundets kongresser åren 1899—1906. Stockholm, 1912.

88. Kooperativa Förbundet. Förvaltningsrådets, styrelsens och revisorerens berättelser 1923, 1924, 1925, 1926, 1927, 1928, 1929, 1930, 1931, 1932, 1933, 1934, 1935.

89. Konsum verksamhets berättelser 1926, 1927, 1928, 1929, 1930, 1931, 1932, 1933, 1934, 1935.

90. Festskrift med anledning av Kooperativa kvinnogillesförbundets 5-årsjubileum. Stockholm, 1912.

91. „Kooperatören“, utgiven av Kooperativa Förbundet. No 1915. līdz 1936. gada gājumam.

92. „Konsumentbladet“ 1929.—1936. gada gājumam.

93. „Vår Tidning“ 1931., 1932.

94. „Hem och hushåll“, utgiven av Föreningen för rationell hushållning och Kooperativa Förbundet. Stockholm, 1923.

95. K. F:s mönsterstadgar för konsumtionsföreningar. Typ D3.
 96. Stadgar för Kooperativa Förbundet 1926.
 97. Stadgar för kooperativa kvinnogillet.
 98. Brugsföreningsstatistik 1931. 4. Beretning fra F. D. B:s Statistikudvalg.
 1932.
 99. Nordisk Andelsforbunds Aarsberetning 1928, 1929, 1930, 1931.
 100. Kooperationens ställning inom svenskt näringsliv. 1934.
 101. Statistiska tabeller över till Kooperativa förbundet auslutua förenin-
 gars verksamhet 1935, Stockholm 1936.

ALFABÉTISKAIS RĀDITĀJS.

- Akciju sabiedrības forma 279—280, 303, 370, 391.
 Allg. Consumverein b. Basel 219—222, 248—249.
 Austrijas patērētāju kooper. 218, 219.
 Balsstiesība patērētāju kooperatīvā 227.
 Beļģijas patērētāju kooper. 218, 224.
 Biedru izglītība 228, 299, 304—316.
 Boikots 298—300, 360, 379—381.
 Bouvin's, Svens 354.
 Brīvprātīga apvienošanās 225—226, 304—305.
 Celms, Teodors 418.
 Cēloni, sabiedrisku parādību 209—210.
 Cenas:
 definītvā caurm. pašcena 232—235, 259, 261.
 kartelētās un nekartelētās 258, 384.
 pašcenas 229—232.
 provīzorisks cenas 232—235.
 rēgulēšana, cenu 260—261, 287, 344—352, 359—360, 366, 379—411.
 tirgus cenas, teorija 252—262.
 vidējās tirgus cenas 233—234, 359—360.
 Centrālizētie patēr. kooper. 222—223, 317—322, 324—327, 344;
 skat. arī Stokholmas pat. kooper.
 Dahl's, G. W. 284.
 Dānijas patērētāju kooper. 219, 220, 226, 235, 260—261, 322, 373—374.
 Darba spēka algošana 222, 300, 396.
 Darbinieku sagatavošana 276, 280, 285, 287, 330—333.
 Dzīves standarts 265, 353—355.
 Efektivitāte, pat. koop. 273, 276, 324, 334—352.
 Erickson's, K. 283.
 Gjöres, Axel's 280, 282.
 Genētiskā definīcija 206.
 Hedberg's, Anders 407.
 Hellauer's, J. 275.

Hellström's, C. 243.
 Heyman's, Hugo 345, 346, 350.
 Hirsch's, Julius 228.
 Holyoake's 237, 272.
 Ideāltips 206—213.
 Izmaksas 222—223, 319—324, 375—377.
 Ienākumu veidi 241.
 Ietaupījumi 240—242, 264—265, 266—268, 344—366;
 skat. arī Krāšana un Taupība.
 Johansson's, Albins 315, 318, 359, 373.

Kapitāla sagādāšanas veidi patērētāju kooperatīvā:

aizņēmumi 216, 220.
 akcijas 279—280.
 biedru noguldījumi 216, 220, 360—362.
 nedalāmie kapitāli 216, 220, 242, 245, 338, 355—357, 363—366, 378.
 paji 216—222, 338, 340, 362—366.
 preču kredīts 217, 336—338.
 procenti par pajiem 217—219, 242, 244—245, 355, 357, 363, 378.

Kooperācija:

kā īpatnēju saimn. veid. komplekss 197—200.
 kā kopdarbība 196.
 kā kooperācijas ideja 196—197.
 kā kooperatīvs 200.
 kā kustība 198—200.

Kooperatīvais likums 282.

Kosinskis, V. 195, 209, 245, 246, 265, 267, 418.
 Krāšana 214—215, 266—268, 360—363.
 Krīze un patēr. kooper. 305, 315—316, 336, 338, 368, 382.
 Kursi, kooperācijas 331—332.
 Kvazimonopōls 256—257.
 Laikraksti, kooperācijas 284, 306—307, 311, 312, 332.
 Leroy-Beaulieu 247.
 Liefmann's, R. 245, 274, 275.

Literatūra:

izlietotā šinī darbā 419—423.
 Zviedrijas koop. organ. izdotā 299, 307—308.
 Liebritānijas patēr. kooper. 223, 226, 234—235, 238, 267, 276, 298, 322.
 Lieltirdzniecība un patēr. kooper. 366—379.
 Luma savienība 403—406.
 Mācības vēstules 308—309, 331.
 Maizes ceptuves 324—325, 392.
 Mājturība 240, 245—246, 252, 253, 353—355, 360.
 Mājturības budžets 263, 268—271, 353—355.
 Mājturību apvienība 245—249, 258—262, 333.

Mērķi:

- gala mērķi 198—200, 224.
- patērētāju kooperatīva 211—212, 214—215.
- specifiskie 198.

Metodes 201—213:

- deduktīvā m. 213.
- ideāltipa m. 206—213.
- induktīvā m. 213.
- ģenerālizētāja m. 203—204.

Monopōla apvienības 255—258, 274, 350, 351, 352, 379—411.

Neierobežots biedru skaits 222—226.

Neutrālītātes princips 224, 303, 318.

Neveiksmes Zviedrijas patēr. kooper. 280—284, 298, 339, 340—342.

Norveģijas patērētāju kooper. 322, 373—374.

Odhe, Thorsten's 360, 381.

Oligopoli 256—257.

Ūrne, Anders 199, 246, 287, 305, 344.

Pārdošana un pirkšana uz parāda 235—237, 268—272, 280, 283, 298, 302, 310, 313—316, 334—337.

Pārvaldīšana, patēr. kooperatīvu 226—228, 302—303, 304.

Pasaules karš un pat. koop. 287, 373, 381.

Pašmācības pulciņi 308—310, 312.

Patērētāju kooperācija 197—199, 201:

- izredzes nākotnē 272—276.

- ko tā dod mājturībām 262—272, 343—366, 381, 383—384, 391—392, 395—396, 402, 405.

Patērētāju kooperatīvs:

- ideāltips 208—213.

- mērķis 211—212, 214—215, 238, 246.

- raksturojums 214—239.

- tautsaimnieciskā būtība 240—249.

- uzbūves un darbības principi 239;

- skat. arī Kapitāla veidi pat. kooper. un Zviedrijas patēr. kooper.

Pēcvārdi 418.

Preču sortiments 264—265, 371.

Prēmijas par iepirkumiem 233—235, 242—244, 340, 355—360, 362—365, 378.

Privātsaimnieciskā interese 275.

Priekšlasījumi 306, 311.

Problēma 193—201.

Racionālā schēma 207—208, 213.

Rēgulēšana, saimniecības dzīves 195.

Rēgulēšana, cenu — skat. Cenas.

Revīzijas 333—334.

Robežjēdziens 206.

Ročdeles godīgo pionieru biedrība 203, 217, 233, 237—238, 318, 359.

- Rundbäck's, Abrahams 277.
 Rūpniecība, patērētāju kooperācijas 379—412.
 Saimniecotāja sabiedrība 252.
 Savienības, patērētāju kooperatīvu 250—251;
 skat. arī Zviedrijas patērētāju kooper. savienība.
 Schär's, J. Fr. 275.
 Seligman's, E. 266, 271.
 Siktirdzniecība un kooperācija 316—366.
 Silverstolpe, G. Westin 262.
 Sieviešu kooperatīvās ģildes 309—311.
 Sieviešu kooperatīvs 298—299.
 Skandināvijas valšķu lieltirdzniec. savienība 373—375.
 Skotijas lieltirdzniecības savienība 238.
 Slēdzieni 412—417.
 Smith's, L. O. 281.
 Sociāl. Padomju Krievijas patēr. kooperāt. 193, 235.
 Sombart's, Verners 204, 207, 208, 210, 213.
 Somijas patērētāju kooper. 235, 261, 264, 374.
 Starptautiskā kooper. savienība 322.
 Starptautiskās lieltirdzniec. savien. problēma 403.
 Stokholmas patērētāju kooperatīvs:
 apgrozījumi 302.
 biedru izglītības veicināšana 311—312.
 biedru skaits 302.
 cenas 325, 345—349.
 darbinieku algas 321.
 izmaksas 322—323.
 kapitāli 302.
 pārdotavu skaits 301.
 pārvalde 302—303.
 preču apgroz. ātrums 327.
 ražošanas uzņēmumi 301—302, 325.
 tapšana 297—301, 318.
 tīrais atlikums 302.
 Strādnieku biedrības 277—281.
 Strādnieku ringi 281.
 Struktūra 201—202.
 Sundell's, Mārtiņš 284, 309.
 Šveices patērētāju kooperatīvi 216, 218—222, 226, 235, 247, 248, 322.
 Šprangers, Eduards 201.
 Taupība 214—215.
 Tautsaimn. aparāts 262, 275.
 Tirdzniecība ar nebiedriem 224—226, 356, 359.
 Tīrais atlikums 232—235, 242—245, 279, 339, 355—358, 377—378.
 Ungārijas patērētāju kooper. 322.
 Uzņēmums 240—245, 252, 454—455.

Vācijas patērētāju kooperatīvi 218, 226, 235, 248, 322, 327.

Vajadzību grupas 262—265, 354—355.

Vājākā vieta patērētāju kooperatīvā 227—228, 276.

Valsts uzņēmumi 273—275.

Vienādformības 210.

Webb's, Sidney's 235.

Weber's, Maksis 206, 208, 209, 213.

Wohlin's, Nils 388, 391.

Zviedrijas patērētāju kooperatīvi:

apavu tirdzniecība 370—373.

apgroz. ātrums 325—327.

bilances 293, 294, 336—338.

biedru izglītības veicināšana 304—316.

biedru skaits 288—290.

biedru sociālais stāvoklis 291, 292.

darbin. sagatav. un izlase 330—333.

darbinieku skaits 292, 323.

izmaksas 319—324.

iepirkumi savienībā 343.

ietekme uz cenām 287, 344—352, 359—360.

jaunu kooperatīvu organizēšana 341—342, 344.

kapitāli 279—280, 283—284, 287, 297, 338, 340, 355, 362—366.

kooperatīvu skaits 282, 288, 289, 293.

lauku patērētāju kooperatīvi 290—294.

likviditāte 334—337.

neapvienotie kooperatīvi 288—289, 293—294, 313—314, 339, 358—359, 365—366.

noguldījumi 360—362.

pārdošana uz parāda 280, 283, 302, 313—315.

pārdotavu iekārta 327—329.

pārdotavu skaits 292.

pārdots preču 295—296, 317—318, 323.

pārvalde 302—303.

pircēju apkalpošana 329—330.

preču kvalitāte 343—344.

revīzijas 333—334.

sieviešu kooperatīvs 298—299.

slimo kooperatīvu ārstēšana 340—342.

statūti 211, 336, 338, 355—356, 362—363.

tapšana 277—285.

tīrais atlikums un tā dalīšana 297, 298, 339, 355—360, 362—365;

skat. arī Stokholmas patērētāju kooperatīvs.

Zviedrijas patērētāju kooperatīvu savienība:

apavu tirdzniecība un rūpniecība 368, 370—373.

apvienoto kooperatīvu skaits 286.

bilance 286, 409—410.

- darbinieku sagatavošana un izlase 330—333, 377.
 elektrisko spuldžu rūpniecība 397—406.
 gumijas rūpniecība 392—397.
 idejiskā darbība 304—316.
 izglītības fonds 332.
 izmaksas 375—377.
 kafijas grauzdētavas 407.
 kapitāli 286, 378, 380, 409—410.
 kases kontroles aparātu fabrika 407.
 koloniju preču tirdzniecība 373—374.
 kooperatīvu iepirkumi 344.
 krājķase 360—362, 380.
 lieldzirnavas 386—392.
 lieltirdzniecība 366—378.
 maizes fabrikas 324, 392.
 makaronu fabrika 392.
 margarīna rūpniecība 379—386.
 nodokļi 370, 377.
 pārdots preču 286, 368—370.
 pētīšanas fonds 409—411.
 revīzijas, kooperatīvu 333—334, 377.
 rūpniecības organiz. principi 407—408.
 rūpniecības pasākumu forma 370, 391.
 superfosfāta fabrika 406—407.
 tapšana, savienības 280—285.
 tirdznieciskās darbības organizācija 366—367, 370—373.
 tirais atlikums 286, 377, 378.
 turpmākās darbības problēma 411.
 uzbūve 285—287.
 Žids (Gide), Šarls 227, 237, 247, 268.

A treatise on consumers' co-operation as an economic agent; based mainly on the facts derived from Swedish consumers' co-operation.

By *Arnolds P. Aizsilnieks.*

An extract.

The problem.

At the present day consumers' co-operation can be found in almost every country. The number of consumers' co-operative societies in various countries amounts to several tens of thousands and the number of the members united in those societies amounts to several tens of millions. In spite of this advance of consumers' co-operation the science of economics has up to the present time paid little attention to it. One can easily understand this if one remembers that consumers' co-operation is a comparatively new economic development which has accomplished the greatest part of its achievements only after the World War.

During the last few years the governments in different countries have been striving to form and to regulate to a very high degree the economic life of their countries. This, apparently, can be explained by the conditions caused by the economic depression of the last few years. But in order to achieve the aims pursued by those regulations it is necessary to choose means in conformity to the principles worked out by economics.

In its task of moulding the economic life of the nation the government often deals with the consumers' co-operation, too, sometimes to promote and sometimes to check it. To make the economic policy more conscious and more effective it is necessary to have a clear conception of consumers' co-operation. It is especially important to understand clearly what is the significance of consumers' co-operation as an economic agent, viz. as a cause of economic results. In other words, it is necessary to investigate:

1. whether or not consumers' co-operation is a cause of any economic events; and

2. if it is, then what are those economic results which can be caused by consumers' co-operation.

The attempt to solve these two problems is the object of this treatise.

The term „consumers' co-operation“ has been used in this treatise only in order to designate by it a complex of peculiar economic formations, organized according to their own specific principles and known under the denomination „consumers' co-operative societies“, and of the federations of these formations as well.

The method.

In order to solve the aforementioned problems it is necessary first to comprehend the economic nature and to conceive the characteristic traits of consumers' co-operation. In this connection it is necessary first to find out whether this complex, known as consumers' co-operation, must be studied as a whole, as a structure, or only as a simple mechanical sum of several more or less independent economic formations? In the first case it would be necessary to try to comprehend the single consumers' co-operative society by investigation of consumers' co-operation as a whole. In the second case, on the other hand, it would be necessary to try to understand consumers' co-operation by investigation of the solitary consumers' co-operative societies as separate units of which consumers' co-operation consists. After a detailed examination of this problem the author comes to the conclusion that consumers' co-operation must be looked at rather as a sum complex and therefore the research work must be started by investigation of the single consumers' co-operative societies as more or less separate units.

If this is true, then in order to comprehend the nature and the characteristic traits of consumers' co-operation, it seems to be the most adequate way of research to go straight to reality, to the existing consumers' co-operative societies in order to study them. And yet after some reflection one has to recognize that this way of approaching the problem conceals in itself a great many difficulties which are caused by the fact that in real life, especially in

the economic field, there exist not only the pure and typical formations but side by side with them a great number of deformed, hybrid and degenerate ones, too, which in practical life bear the same name as the typical ones. How would it be possible to pick out of them the characteristic and the typical ones if the characteristic traits are just what we are seeking after?

For this reason there cannot be applied the method of generalization by help of which one selects the traits which are common to all the objects of investigation, because this method provides no guarantee that just the typical traits will be selected. Nor can there be used the method popular among co-operators according to which they strive to find the characteristic traits of the consumers' co-operative society by studying the first consumers' co-operative society at the moment it was established. In other words they study for this purpose the Rochdale Society of Equitable Pioneers in 1844. This method can be seriously questioned. As a matter of fact, in the moment of their birth social phenomena do not harden in a firm and immutable shape as does the metal at the moment of casting in the mould. On the contrary social phenomena change their form as time elapses; they develop. During this process of development or evolution some characteristic traits may disappear and also other ones may appear, which have been up to this moment in a latent state.

At last the author comes to the ideal-type-method as the fittest for this kind of investigation. In this method the ideal type does not mean any ideal in the sense of a value. It is applied only as a conception of an ideal limit (standard) with which it is possible to compare and consequently to measure the reality in order to comprehend the most important parts in the empirical structure of this reality¹.

To construct an ideal type of the consumers' co-operative society means to get such a type or construction, into which would tend to convert itself in its consequences any consumers' co-operative society in actual existence. Therefore the characteristic traits of this ideal type will be found in more or less distinct form in every consumers' co-operative society which actually exists. The phenomena that could be caused in economic life by the ideal type of consumers' co-operative society will be in a more or less distinct causal relationship to those consumers' co-

operative societies which actually exist. Whether this relationship will be more or less pronounced, depends upon how closely the given consumers' co-operative society will correspond to the ideal type. In other words, if we carefully examine the ideal type of the consumers' co-operative society, it will provide us with a possibility to forecast to some extent the results which can be caused in certain conditions by a consumers' co-operative society or by all consumers' co-operation in general.

Now, how to construct the ideal type of consumers' co-operative society?

To construct ideal types is, obviously, possible only because there exist some uniformities in economic events. In other words, it is only due to those uniformities that the ideal-type-method has some theoretical significance.

On the question: why do such uniformities in economic life exist, Werner Sombart gives the following explanation: "In order to get the answer to this question let us look at the two parts of which a social event consists: the activity of the people, their motives and aims, this means: the "motive power", on one side, and the conditions under which the action occurs, on the other side, or, which has the same meaning, the *Causa causans* and the *Causae occasionalis*, the *Potentia* and the *Complementa possibilitatis* in the Aristotelean way of expressing it²."

That means: if we are going to construct the ideal type of the consumers' co-operative society or, in other words, to fix the uniformity into which the economic formations we call consumers' co-operative societies, tend to fall, — then the two following starting elements will be needed because they form this uniformity:

1. The objective, for which the consumers organize the co-operative societies as well as participate in them.

2. The conditions according to which this activity goes on.

As to the first of these two elements, the observation of the author is that all consumers' co-operative societies have the same objective although they have expressed it in more or less clear and distinct terms. This objective has a purely economic character and can be formulated as follows: to procure for the members consumable as well as usable goods of a good quality at an advantageous price. This objective can be observed if we, for

instance, examine the by-laws of consumers' co-operative societies in different countries³.

As to the second, there can be pointed out that the conditions according to which this economic activity can proceed will be found in the tendencies studied in economics. Therefore for them one has to consult economics.

Those then are the elements used by the author in the next part of this treatise in order to construct the ideal type of the consumers' co-operative society as well as to solve the main problem of this treatise.

In order to test the results obtained in this deductive way Swedish consumers' co-operation has been examined in the second part of this treatise. Swedish consumers' co-operation has been chosen because 1) it was possible to find in printed form more material needed for this problem, and 2) during recent years the Swedish consumers' co-operative societies have been developing very rapidly and have approached, as we shall see, to a very great extent the ideal type of the consumers' co-operative society. The facts about consumers' co-operation in other countries have been used only in the first part of this treatise and only as some examples from real life which will prove or help us to understand better some of the deductive conclusions.

Thus there has been used in this treatise: 1) the method of constructive deduction (the ideal type of the consumers' co-operative society has been constructed and applied for further deductions) and 2) the conclusions obtained in this way have been tested by inductive methods, particularly by studying Swedish consumers' co-operation according to these methods.

The consumers' co-operative society, its general characteristics and economic nature.

It is possible to describe the ideal type of the consumers' co-operative society by its objective as well as by its principles of organization and working rules. The latter can be deduced from the objective and from the conditions for economic activity. Thus in order to achieve its objective the following principles and working rules for a consumers' co-operative society of the present capitalistic system will be necessary:

1. The consumers' co-operative society needs some capital, at least a part of which must be obtained in the form of shares paid in by its members. For those shares as well as for loans the co-operative society has to pay interest but not higher than the usual rate at the given time and place.

2. The consumers' co-operative society needs labour which has to be contracted in the labour market and must be paid for on the basis which exists in this market.

3. The members of the consumers' co-operative society are interested in increasing their number. Therefore the consumers' co-operative society must not limit the number of members by giving admission only to those who have the same occupation or the same nationality or the same political conviction or the same religion, etc. Again the consumers' co-operative society is interested in increasing its turnover mainly on account of its members. The distribution of goods among the non-members must be made only in order to attract new members. The membership of the consumers' co-operative society must be voluntary, not compulsory.

4. The administration of the consumers' co-operative society belongs to its members. Every member has only one vote. To secure an efficient administration the consumers' co-operative society has to take a very intensive care of the economic and co-operative education of its members.

5. The net earnings or the balance which may be available for distribution ("net profit") must be divided among the members as patronage dividend, viz. according to their purchases in the society. That means that the consumers' co-operative society charges for the goods distributed the average cost-plus price. The more efficient the management of the consumers' co-operative society is, the lower will be the costs and thus the purchasing of goods by help of the consumers' co-operative society will be more advantageous for the members.

Therefore the prices the members have to pay at the moment they get the goods must be considered as provisional prices which will be adjusted later by the patronage dividends in order to make the definite price the members thus have to pay for the goods equal to the average cost-plus price.

As long as the consumers' co-operative society is a small and a weak one it sets its provisional prices at the level of the usual market-price. As soon as the consumers' co-operative society becomes stronger it conducts an independent price policy of its own according to the interests of its members. Then the consumers' co-operative society influences the market-price.

6. The consumers' co-operative society does not furnish its members with credit for consumption purposes.

If we look now at the aforementioned principles and working rules we see that with a few exceptions they coincide with the ones that in co-operative literature are known as the principles of the Rochdale Pioneers. This gives a good explanation why the latter have found such a world-wide application in consumers' co-operative societies.

All that has been said about the consumers' co-operative society is applicable *mutatis mutandis* to the wholesale societies of consumers' co-operative societies as well.

What is then the economic nature of the consumers' co-operative society?

There are only two basic types of economic formations of which all economic society consists: the enterprise and the household. To which of these two types does the consumers' co-operative society belong? After a careful investigation into this problem one has to come to the conclusion that the consumers' co-operative society does not have the essential traits of an enterprise. On the contrary, one can find there mainly the characteristic features of the household. Therefore the consumers' co-operative society, as to its economic nature, must be regarded as a federation of households. This conclusion makes it possible to explain some points in the behaviour of the consumers' co-operative society which otherwise are very difficult to understand, for instance: why the consumers' co-operative societies in some countries expel those members who do not make their purchases in the society, or why some societies (for instance, in Switzerland) allow only one person in every family to acquire membership?

The rôle of consumers' co-operation in economic life.

Concerning consumers' co-operation as an economic factor in the conditions of the existing economic order the following conclusions can now be made.

There is active in the economic society of today a strong tendency among enterprises to exclude competition in order to raise the prices of their commodities by help of different monopolistic organizations, such as cartels, syndicates and trusts. Consumers' co-operation as a system of united households, on the other hand is striving to reduce the costs of distribution and production and consequently the prices for the goods needed by the affiliated households. Where the consumers' co-operation unites a more or less considerable number of households and where it has organized the production and the distribution of the goods according to the modern principles of scientific business management, — there consumers' co-operation becomes a very important economic agent. It keeps the market-price of the distributed goods from rising above the average cost-plus price of an effective production and distribution of those goods. If we give the name, "the economic apparatus", to all the intricate system of enterprises which exist in economic society in order to transform the things furnished by nature into economic goods (that is to say, to provide them with utility), then we could say that consumers' co-operation is striving to make it more efficient by adjusting it more and more to the interests of economic society as a whole. By doing this consumers' co-operation increases the purchasing power and thus improves the standard of living of the members of the united households and incites them to a rational household management as well. At the same time consumers' co-operation carries on the very important task of the economic education of their members as well as of society as a whole.

This is the economic effect produced by consumers' co-operation and at the same time the economic „raison d'être“ of it, too. Therefore consumers' co-operation has some prospects for the future only as long as it will be able to produce this effect. But this ability depends mainly on how much knowledge and intellectual ability the representatives of the united households have to make

them competent to organize their society as well as to choose efficient managers. So much can be said at least for that period of the future in which the contemporary capitalistic system will continue to exist.

Consumers' co-operation in Sweden.

In order to test by help of direct observations and facts the conclusions arrived at in the preceding chapters Swedish consumers' co-operation has been studied in the second part of the treatise.

The beginnings of consumers' co-operation in Sweden can be traced to the sixties of the last century. But it was necessary for about forty or fifty years to elapse before consumers' co-operation succeeded and acquired some strength. This period of time was full of failures, the causes of which consisted partly in the inadequate form of organization (the form of the stock-company was widely chosen because of the absence of a special co-operative law), partly in the different defects in the management and partly in some external circumstances. In their further development the consumers' co-operative societies have gradually abandoned the inadequate form of organization as well as corrected the defects in their management so that they have step by step approached the ideal type described in the previous part of this treatise. Due to this, consumers' co-operation in Sweden, in spite of the failures in the earlier period, has during recent years become a very powerful economic agent, while its development still has a well-marked tendency to advance. Almost all of the Swedish consumers' co-operative societies are now united in a federation — „Koopera-tiva Förbundet“.

The Swedish consumers' co-operative societies and their federation pay very great attention to the economic and co-operative education of their members. The knowledge acquired in this way helps them to administer more successfully their society as well as to manage more intelligently their own household. The president of „Koopera-tiva Förbundet“, Albin Johansson, has declared that “such an economic and democratic movement as co-operation cannot be guided by men ignorant of economics”.

The development of Swedish consumers' co-operation during recent times has gone on in two directions:

1. The consumers' co-operative societies are growing in respect to the number of members as well as to the turnover and are gradually becoming large units in the retail trade. This gives them an increasing possibility to organize their activity on a more and more effective basis. Their federation, „Kooperativa Förbundet“, promotes this development by paying much attention to all the possible ways and means of strengthening its societies in order to make them more able to compete with non-co-operative enterprises in the retail trade.

2. Guided by their federation, the societies are striving to make the retail trade more efficient a) by a better arrangement of their retail stores in order to facilitate the distribution of goods as well as to comply with the requirements of modern hygiene; b) by a very careful selection and education of the employees and managers of their stores and other establishments, and c) in general by striving to obtain greater and better economic effects with less labour and less capital. The economic effect the Swedish consumers' co-operative societies are striving at is — to procure for the members goods of a good quality and at an advantageous price.

Acting in this way, Swedish consumers' co-operation increases the purchasing power of its members. A part of this additional purchasing power has been accumulated by the consumers' co-operative societies in the form of the net earnings (“net profit”) the larger part of which comes back to the united households as patronage dividends. The latter have been used by the members partly to increase their shares in the society, partly as deposits in the society or in the bank, and partly for the satisfaction of some additional wants.

The investigations made in Sweden show that the prices of the consumers' co-operative societies are comparatively below the prices of the competing retail stores. That means that the prices would be much higher if there were no consumers' co-operation. Due to this, the united households, as well as to some degree even the outside ones, gain an additional purchasing power and thus the possibility to satisfy more completely the wants of their members by paying meantime more attention to the wants of culture and comfort. One can say that Swedish consumers'

co-operation raises the standard of life not only for the members of the united households but indirectly even for all Sweden.

In order to increase the economic effects of the consumers' co-operative societies, their federation, „Kooperativa Förbundet“ provides the societies with goods wholesale. The federation is anxious to accomplish this as efficiently as possible in respect to the quality of the goods as well as to the costs of distribution, prices etc. The achievements of the federation increase the efficiency of the societies.

For the same reason the federation has started the production of some goods needed by the consumers' co-operative societies. Thus the federation opposes the tendencies to secure a high price level by the monopolistic organizations (cartels etc.) of the business enterprises. The prices of goods produced in its factories tend to approach costs of production of an efficient plant. This means additional purchasing power for the consumers' co-operative societies, and in the last analysis again to the members of the united households.

Conclusion.

Swedish consumers' co-operation, which has been examined in the second part of this treatise, wholly confirms the conclusions arrived at in the first part: consumers' co-operation is a very important economic agent in that it strives towards the efficiency of the economic apparatus (economic system) and thus towards an increased standard of life for the members of households united in the consumers' co-operation.

¹ Max Weber. Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen. 1922. Page 190—199.

² Werner Sombart. Die drei Nationalökonomien, 1930. Page 265.

³ See also Anders Örne, Kooperationens ändamål. „Kooperatören“ 1927.

co-operation raises the standard of life not only for the members of the united households but indirectly even for all Sweden. The farmer to increase the economic effects of the consumers' co-operative societies their federations (Köoperativa förbundet) provides the societies with the necessary financial resources. It is possible to accomplish this as efficiently as possible in respect to

S A T U R S.

	Lpp.
I. Problēma un metodes	193
1. Problēma	193
2. Metodes	201

PIRMĀ DAĻA.

Patērētāju kooperācijas vispārīgais raksturojums.

II. Patērētāju kooperācijas tautsaimnieciskā būtība	214
1. Patērētāju kooperatīva raksturojums	214
2. Patērētāju kooperatīva tautsaimnieciskā būtība	240
3. Patērētāju kooperatīvu savienības	250
III. Patērētāju kooperācijas nozīme saimniecības dzīvē	252
1. Patērētāju kooperācija cenšas racionālizēt tautsaimn. aparātu	252
2. Ko patērētāju kooperācija var dot apvienotām mājturībām	262
3. Patērētāju kooperācijas izredzes nākotnē	272

OTRĀ DAĻA.

Patērētāju kooperācija Zviedrijā.

IV. Zviedrijas patērētāju kooperācijas izcelšanās un attīstība	277
V. Patērētāju kooperācija kā tautas saimnieciskā audzinātāja	304
VI. Patērētāju kooperācijas ietekme sīktirdzniecībā	316
VII. Šīs ietekmes rezultāts	343
VIII. Patērētāju kooperācijas ietekme lieltirdzniecībā	366
IX. Patērētāju kooperācijas ietekme rūpniecībā	379
X. Slēdziens	412
Pēcvārdi	418
Izlietotās literatūras saraksts	419
Alfabētiskais rādītājs	423
Kopsavilkums angļu valodā	429

LATVIJAS NACIONĀLA BIBLIOTEKA



0307080200

C. 30,



Rigā, L. Maskavas ielā 11.