

C 528

15.

ZADRUŽNA KNJIŽNICA

UREJUJE ANTON KRISTAN
XV. ZVEZEK



K. & P.:

Zadružna liga

Namen in pravila.

Cena Din 2.—

1928

Založila v komisiji Zadruž. založba v Ljubljani.
Tiskala: „Ljudska tiskarna d. d. v Mariboru“.

Zadružna banka v Ljubljani

obrestuje najugodnejše hranilne vloge, izvršuje vse finančne transakcije v Jugoslaviji in Evropi ter v Ameriki.

♦♦♦♦

V Zjedinjenih državah ameriških ima zelo dobre zveze tako z najvažnejšimi slovenskimi in jugoslovanskimi delavskimi organizacijami kakor tudi z delavskimi ameriški denarnimi zavodi. —

Prodaja: Srečke drž. razredne loterije

in vse podobne vrednostne listine (vojno škodo, obveznice in obligacije) po ugodnih pogojih.

Naslov: Zadružna banka v Ljubljani, Aleksandrova c. 5.

Zadružna banka v Ljubljani razpisuje V. emisijo delnic.

Zvišala je po sklepu izrednega občnega zbora z dne 12. septembra 1927 svoj delniški kapital od Din 4,000.000.— na Din 5,000.000.— s tem, da izda 10.000 novih delnic.

Vsa pojasnila podaje radovoljno ravnateljstvo.

№ 19. XI, 1949/5045

Zadružna liga.

Na inicijativo Zveze gospodarskih zadrug za Jugoslavijo s sedežem v Ljubljani vršila se je 2. oktobra t. l. v Ljubljani konferenca zadrugarjev iz Ljubljane in okolice, ki se je pečala z današnjim stanjem zadružnega gibanja v Ljubljani in bližnji okolici. Poročevalec o tem predmetu — zadr. Anton Kristan — je obrazložil stanje Konzumnega društva za Slovenijo v Ljubljani z ozirom na njegove prodajalne, ki so v Ljubljani in bližnji okolici. V Ljubljani so štiri — v Šiški, v sodni ulici, v Vodmatu, v Krakovem — ena pa je v ljubljanski okolici na Glincah. »Produkcija« vzdržuje tudi eno specerijsko in eno manufakturno prodajalno na Tržaški cesti. Če pogledamo pa število zadrugarjev, ki so vpisani samo v Konzumno društvo za Slovenijo v Ljubljani in na Viču, vidimo število, ki nas preseneča. Po statistiki je bilo včlanjenih v teh petih prodajalnah **1852**; povračilne znamke pa je oddalo le 324 članov. Še 20 odstotkov članstva tedaj ni oddalo dokazov svojega nakupa!

Prodaja v vseh petih prodajalnah od 1. julija 1926 do 30. junija 1927 pa je znašala **Din 3,206.711**. Če delimo to s številom vpisanih članov, pride na enega okrog **1742 dinarjev** na leto, kar je zelo malo. Ako pa vzamemo število onih, ki so oddali povračilne listke, tedaj pa pride na člana okrog **9890 Din**.

I. delavska pekarna v Ljubljani ne more porabiti polne svoje kapacitete, ker ni dovolj odjema. Njen odjem bi se moral povečati še najmanj za četrtno.

Občekoristna stavbna in kreditna zadruga Stan in Dom si je načrtala ob ustanovitvi velik in lep program: 2000 članov po 10 deležev in deleži po 250 Din — kapital 5,000.000 Din bi bil zbran; na tak kapital bi se dobilo istotako posojilo. Zgradilo bi se s tem denarjem in z garancijo občin za večino zadružnikov prepotrebna stanovanja. Izostali pa so — člani in deleži; mesto 5 milijonov, se je zbralo komaj 150.00 Din — in danes eto, vse polno družin v šotorih in barakah.

Enako pesem bi zapele še ostale zadruge, ki večinoma vrše z vso pridnostjo svojo nalogo.

Manjka nečesa, kar bi zopet vzbudilo vero v združno delo, obudilo agilnost med pristaši združne misli ter usmerilo udejstvovanje zadrugarjev v povzdigo celotnega združnega pokreta.

Zveza gospodarskih zadrug je zadruga v zmislu združnega zakona, ki združuje zadruge v svrhu izvrševanja postavnih revizij; ker ima za člane le zadruge, ji te odredajo delokrog. Kot zadruga se mora držati striktno svojih pravil, kot zveza zadrug pa je finančno omejena na prispevke v svrhu revizij in na deleže, ki so bolj formalnega značaja. Zato se je porodila misel, da se osnuje pomožna organizacija

Združna liga

kot društvo, ki bo poskušala s svojim delom izpolniti tisto vrzel, ki jo prebridko doslej občutimo v našem združnem gibanju.

Ta izvajanja zadr. A. Kristana so izzvala obširno in stvarno diskusijo, ki je izzvenela:

da je treba kakor v prvih početkih našega združnega gibanja iznova začeti z vso požrtvovalno propagando za gospodarsko skupnost,

da je odstraniti mlačnost pri članih,

da je pridobivati nove člane in jih vzgojiti za dobre zadrugarje.

Čas velikih gospodarskih kriz zahteva, da se združimo danes še vse bolj kot kedaj preje v močne gospodarske organizacije, da se čim bolj osamosvojimo in gospodarsko ojačimo.

Ustanovi naj se tedaj **Združna liga** — kot organizacija zadrugarjev, ki bodo z vso svojo delavnostjo podpirali delo naših zadrug in storili vse, kar bo v njihovi moči.

KAKŠNO BODI DELO ZADRUŽNE LIGE?

Organizacija brez jasnega delovnega programa je enaka stroju brez gonilne sile. Enoten delovni program bo seveda postavil centralni odbor, ki tudi porazdeljuje delo med centralne in krajevne odseke, ti pa zopet v roke sposobnih ljudi. Vsakomur je delo odmeriti po njegovem znanju in sposobnosti ter samo toliko, kolikor bo zmožel. Prekomerna zaposlitev posameznih

oseb ne rodi dobrih uspehov. Vsak odsek naj ima določen delokrog. Centralni odseki naj bi bili:

izobraževalni, agitacijski, reklamni, strokovni, evidenčni in splošni odsek.

Predvidno delo posameznih odsekov:

1. I z o b r a ž e v a l n i o d s e k .

Predvsm je treba ljudi izobraziti za združno delo. Koliko je še danes zadrugarjev, ki še ne vedo, kakšen namen ima združna ideja! Koliko imamo danes zadrugarjev na vodilnih mestih, ki niso večji knjigovodstva, korespondence, niti nimajo pravega organizatoričnega duha, niti nimajo prave podlage za moderno in uspešno prodajanje blaga. Kdo bi jim to tudi zameril? Izšli so iz delavskih vrst na vodilna mesta združnih organizacij vsled svoje agilnosti kot samouki, vendar pa marsikdo izmed njih ni mogel vsled prevelike poznejše zaposlenosti hoditi isto pot z modernim duhom časa. Izobraziti je treba tudi združne prodajalce, in pripraviti **naraščaj dobrih poslovodij**. Danes zahtevajo vse združne organizacije po vsem svetu sposobnih ljudi. Naj navedemo nekaj izvajanj Stanley-a Brockes-a v angleškem združnem listu »Producer«, ki pravi:

Sposobnost prodajalca je odločilna za vse in vsako trgovino. Trgovski pogoji rastejo neprenehoma v svoji raznoličnosti in konkurenca je hujša in hujša. Če hočemo naše gibanje vzdrževati na isti višini, tedaj mora biti naše znanje, naša vpljudnost in naša postrežljivost najmanj tako velika, kakor našega konkurenta, če ne večja.

Dober prodajalec se le tu pa tam rodi, v največ slučajih je pa treba prodajalce še-le oblikovati in jih izobraziti. Če ima tudi kakršnokoli naravno podlago, vendar so potrebne temeljite priprave in vaje za njegove naloge. Vprašanje dobrih prodajalcev mora navzeti forme študija in opazovanja. Veliko je ljudi, ki zanikajo dobrote teorije in ki trde, da odločuje za zmožnost samo praktična izkušnost. Vendar pa je potrebno študija in opazovanja, če hočemo, da dobi izkušnost splošno vrednost.

V prvi vrsti moramo biti predmet študija mi sami, potem kupujoči član, dalje blago, trgovski zakoni, navade in pravila dobrega in uspešnega prodajanja. Osebnost in zunanost prodajalca je veliko večje važnosti, kakor si pa sami to predstavljamo. Ako hočemo delati z uspehom, potem moramo gledati v prvi

vrsti nase. Če hočemo napraviti na ljudi dober utis, moramo imeti prijetno zunanost in moramo paziti tudi na malenkosti, kakor na snažno obleko, čisto prodajalniško haljo, dobro počesane lase, na največjo snažnost in tudi prijetnega zvoka glasu ne smemo prezreti.

Lepo vedenje je za prodajalca največje važnosti. Isto je začetek uspeha in veliko važnejše kakor pa poznavanje blaga in drugih tehničnih trgovskih ved.

Neobhodno je potrebno, da si s primerno vzgojo in podukom pridobimo takt in vljudnost. Vljuden biti samo radi tega, da napravimo trgovski posel, je priliznjenost in nenaravno. Prodajalec mora biti povsem naravno vljuden, neprisiljeno vljuden pa posebno v trgovini. Beseda »takt« vsebuje vse dobre lastnosti, katere je zahtevati od prodajalca. Takt mu omogoča, da se daje tak kakoršen je, da obdrži občutek enakosti, da postreže na enako vljuden način postreščka ali pa imenitnika. Na vsak način je vsaka stranka naj si je revna ali bogata, za prodajalca vedno enako vredna.

Neobhodno potrebno je čim boljše zdravje, kajti noben človek ne more dobro delati, če ni zdrav. Zdravje pripomore k vselemu razpoloženju, ki zvišuje osebno privlačnost.

Prodajalec mora biti dober poznavalec ljudi. Nekateri imajo naraven dar, da kupca na prvi pogled precenijo. To pa je omogočeno pridobiti tudi potom študija.

Študij ljudi je človek sam. Tudi je to proučevanje zanimivo in poceni. Proučite razne tipe vaših lastnih kupcev. Zapomnite si njih posebnosti, njih simpatije in antipatije; v kratkem času boste po njih vedenju natančno spoznali in ugotovili kaj stranka želi in kaj bo rekla. Po takem proučevanju in opazovanju pridobite veliko zaupanje v lastno spretnost; izkušnja vas bo izučila, kako taktno jo morate postreči, da boste imeli uspeh. Med prodajalcem in kupovalcem morajo vladati prisrčni odnošaji. Prodajalec mora natančno poznati materijelne razmere kupca, njegove navade, slabosti in želje. Le na ta način more kupca zadovoljivo postreči. Kupcu ne sme blago vsiljevati, temveč mora blago ponuditi na nevsiljiv način.

Prodajalec mora imeti popolno poznavanje onega blaga, ki ga prodaja, ker je v nasprotnem slučaju samo oddajalec paketov. Blago mora do dobra poznati od početka do konca; kako raste, kako se producira, način pakovanja, metode shranjevanja, kdaj se

blago uporabljaja, za katere namene in posamezne koristi blaga do kupca-konzumenta. Neobhodno je potrebno, da je prodajalec točno podučen o vsem novem blagu, ki pride na trg, jeli to novo blago dobro in priporočljivo ali ne. Ako hoče imeti prodajalec uspeh, mora hoditi s časom. Kupovalec pričakuje vse to znanje od prodajalca. Prodajalec mora biti svetovalec kupca-konzumenta, ga mora podpirati s svojim znanjem, mu mora natančno razložiti posebnosti in dobrote blaga, kajti prodajalec dobi za to svoje delo plačilo in mora biti tedaj pomočnik kupca in ne samo prodajalec zadružne trgovine. Če prodajalec ne more postreči kupca, če mu ne more — ali iz komodnosti noče dati uljudnega odgovora, tedaj ne spada med zadružne prodajalce. Prodajalec ne sme nikdar dajati stranki lahkomiselnih odgovorov; ako česa ne ve, naj se informira in potem stranki pri prihodnji priliki objasni.

Za uspeh je vedno dobro, če se kupcu pravilno raztolmači prednosti posameznih vrst blaga. Nikdar se ne sme odpraviti stranko z besedami »to ni nič vredno« ali »to je izvrstno«; tako priporočilo ne prepriča nobenega človeka.

Največja prodajalčeva napaka je, če dela med kupci izjeme in enega raje in hitreje postreže kakor druge. V trgovini so vsi enaki brez razlike stanov. Le v nujnih slučajih se sme napraviti izjemo, ki pa jo je pri čakajočih opravičiti.

Edino na ta način bodo zadružniki zadovoljni in radi zahajali v zadružne prodajalne ter še druge dovajali v naše vrste. Le z brezprimerno vslužnostjo, taktom, s postrežljivostjo, s pravilnim priporočanjem blaga in z razumevanjem kupovalčevih želja, si more pridobiti zadružna prodajalna čim večje število kupovalcev.

Tako izobraževanje zadržarjev za organizatorična dela, za trgovsko usposobljenost, za knjigovodstvo, korespondenco in izobraževanje naraščaja za vodstvo zadružnih podružnic, se mora vršiti v vseh delavskih centrih z večernimi tečajji, kjer pa to ni mogoče, pa potom zadružne dopisne šole, ki naj bi vsak teden poslala po pošti predavanja, katerih naloge bi izvršili člani doma, koncem leta bi se jim pa omogočilo polaganje izpitov pred tozadevno komisijo.

To izobraževalno delo naj bi vodil izobraževalni odsek, ki naj bi tudi širil še vsakršne druge publikacije poučljive vsebine.

2. Agitacijski odsek.

Potrebna je splošna agitacija, še bolj pa agitacija od delavca do delavca. V prvi vrsti je obiskati na domu vse stare člane, poizvedeti pri njih kako so zadovoljni s konzumnimi prodajalnami in z lastnimi izdelki, imajo li kake želje ali pritožbe; povprašati jih je: zakaj se je njih odjem blaga skrčil in jih naprositi, da pomagajo pri nabiranju novih članov. V drugi vrsti bi bilo obiskati vse one člane, ki so iz kateregakoli vzroka prenehali s kupovanjem v konzumnih prodajalnah.

Lahko mirno trdimo, da bo večina teh članov vesela obiskov, ker bodo videli, da se je pričela nova doba zadružnega gibanja, ki bo prinesla več življenja v sedanji zastoj zadružnega organizma. Potožili bodo lahko svoje težnje, povedali bodo vzroke zakaj so prenehali s kupovanjem v konzumnih prodajalnah in zaupali bodo morebitno nezadovoljnost, ki jo sedaj raznašajo na nepristojnem mestu.

Osebni razgovor bo marsikako pogrško in veliko nezadovoljnosti odpravil, kajti s primernim pojasnjenjem bo večina starih članov zopet pričela z nakupovanjem v konzumnih prodajalnah. Obljubiti jim je treba, da se bodo upravičene pritožbe upoštevale in da bodo v bodoče v vseh prodajalnah pritožne knjige, v katere naj vsak član zapiše svoje težnje ali nezadovoljnost.

Obiskavanje na domu je treba napraviti sistematično po dobro proučenem načrtu.

Velikokrat se ne posreči, da bi že takoj pri prvem obisku pridobili člana za zopetni nakup v konzumnih prodajalnah. Pred vsem se ne sme izgubiti veselja do takih obiskov, temveč moramo ostati vztrajni ter ponovno poizkusiti z obiskom. Res je, da to ni lahko niti prijetno delo, pa vendar mora biti izvršeno. Če bomo to agitacijo od moža do moža, od žene do žene pravilno sistematično izvršili, bomo imeli uspeh, ki ga danes nihče ne pričakuje. Le v vztrajnosti in močni volji pridemo do cilja.

3. Reklamni odsek.

Ta odsek je istotako velike važnosti za pridobivanje kupcev. Naloga tega odseka bi bila, da bi kontroliral posamezne prodajalne glede notranje prireditve, glede snažnosti lokalov in glede dobre kvalitete blaga, **kajti dobro blago in absolutna snažnost sta najboljša reklama.** Odsek pa bi imel še posebno nalogo,

t. j. priredba izložb in razstava blaga. Opažati je, da razne združne prodajalne ne posvečajo izložbi blaga in izložbam sploh one pazljivosti, ki je za reklamo neobhodno potrebna. V tem pogledu se ne hodi z duhom časa. Kupce se mora privabiti na najcenejši način. Moramo vsakega zainteresirati za predmete, ki jih prodajamo, vzbuditi moramo zanimanje za eno ali drugo blago. Izložbe, ki mesece in mesece niso preurejene, ne vzbujajo nobene pozornosti, nasprotno so celo odvratne s svojim prahom in včasih z neukusnim aranžiranjem.

Vabljenje z lepimi okusnimi izložbami ne smemo zametavati niti z njim prenehati. Izložbe morajo biti najmanj enkrat na mesec preurejene, najbolje vedno en in isti dan. Priporočljivo bi bilo, da bi se izložbe preurejevale za vse konzumne prodajalne naenkrat in po možnosti vse enako z istim blagom, in istimi aranžmaji. V to svrho naj bi odsek vsak mesec napravil nove skice za izložbe in določil, kaj naj se razstavi, na kak način in kako. Pri tem je gledati na primerno nočno razsvetljavo, kajti primerno osvetljenje blaga, je tudi velik del reklamnega efekta. Kjer je omogočeno upeljati električno razsvetljavo za primerne reflektorje, je to nujno priporočljivo, kajti luč je danes že važen reklamni faktor.

Kdor reklamo ne upošteva, ta ne gre z duhom časa.

Kar velja za izložbe, to velja tudi za notranjo izlogo blaga. Kjer je blago razmetano po raznih predalih, kjer je nered, kjer je vse zaprašeno, zamazano in nesnažno, tja ne hodijo radi kupci in si kaj hitro poiščejo boljše, lepšo in čistejšo prodajalno.

Kjer je omogočeno in kjer ni zvezano s prevelikimi stroški se priporoča, da se napravi v zimskem času svetlobne transparente. Tako železno ogrodje, ki ne more biti toliko drago, bi lahko napravila Jugometalija, na steklo se pa naslika naslov in primerno reklamo. Seveda so taki transparenti na mestu samo tam, kjer je zvečer promet.

Istovčasno z preureditvijo izložb naj bi se izdajali majhni reklamni letaki o lastnih proizvodih (event. smešne vsebine za otroke), dalje razobesili primerni letaki, kar bi sigurno povzdignilo odjem lastnih izdelkov v konzumnih prodajalnah.

Reklamni odsek naj bi takoj pričel z izvršitvijo ideje filmovanja naših podjetij, naših prodajalen, naših obratov in poslopij.

Kdor pa misli, da bo dosegel večje uspehe samo s sklicevanjem na našo združno zavest, ta se silno moti. Seveda je treba tudi to, ali združno zavest je še podpreti z vsem, kar je na razpolago.

Če bo kupec dobil nesnažno in zaprašeno blago, mogoče tudi vsled malomarnosti poslovodje in prodajalcev celo pokvarjeno ali črvivo, tega ne pripravi in ne prisili nihče, da bo jemal nerabljivo blago, čeprav se ga stokrat opozori na njegovo združno zavest. Pritožne knjige v konzumne prodajalne in pa stroga kontrola po odjemalcih samih, in sigurno bo odpadla nezadovoljnost z blagom. Izgovorov, da dobi pri konkurentu boljše blago, potem ne bo več.

4. Strokovni odsek.

Mi imamo že skoro v vseh gospodarskih panogah svoja združna podjetja. Zgodi se tu pa tam, da se te zadruge ne podpirajo medsebojno. Tudi osebna nasprotstva so kriva marsikateremu nesporazumljenju. Največkrat pa odkloni ena ali druga zadruga svojo pomoč drugemu združnemu podjetju vsled nepoznanja in komodnosti. Temu je napraviti konec. Za to je neobhodno potreben tak strokoven odsek, ki bo izravnal morebitna nasprotstva in izpeljal tako, da bo služilo vsem v korist.

Tudi v svrhu skupne reklamne akcije je tak strokovni odsek potreben, da bo lahko zastopal vse stroke. Istotako je pri specialnih željah posameznih zadrug, ki zahtevajo od drugih podjetij eno ali drugo uslugo.

Strokovni odsek naj bi bil pa obenem tudi posvetovalni organ in naj bi v to svrhu stopil v stik s podobnimi združnimi podjetji v tu in inozemstvu.

Obenem naj bi preskrboval potrebno strokovno literaturo in vzel v svoj delokrog tudi preskrbo ofertov za stroje, blago itd.

5. Evidenčni odsek.

Da se ugotove posamezne pogrške v taktiki in organizaciji, posebno kar se tiče agitacijskega dela, je neobhodno potrebna statistika in evidenca. Ta odsek naj vodi točno evidenco vseh članov posameznih zadrug, dalje evidenco delavnosti posameznih zadrugarjev, uspehe združnih funkcionarjev in evidenco krajevnih odsekov. Potrebno je, da se more ugotoviti koliko, v katerem kraju in zakaj napredujemo. Važen je ta odsek speci-

jalno zaradi razširjenja lastnih izdelkov, kakor oni vseh ostalih produktivnih zadrug ter kruha in peciva Zadrुžnih pekaren ter tiskovin naših tiskaren.

Evidenca porabe med delavskimi konzumenti je velik predpogoj za možnost razširjenja istih!

6. Splošni odsek.

Kar ne spada v delokrog prej navedenih odsekov, to naj bi izvrševal splošni odsek, posebno pa dajal pojasnila, vodil korespondenco, vzdrževal zvezo s posameznimi zadrugami in sploh vodil celo administracijo Zadrुžne lige. Na splošni odsek naj bi se tudi pošiljali s strani vseh zadrugarjev nasveti, predlogi, želje in pritožbe, ki naj se po možnosti uvažujejo. Veliko je ljudi, ki imajo mnogo praktičnega smisla in veselje do dela in takim je odpreti možnost, da pomagajo s svojimi idejami in delom pri našem skupnem delu.

Krajevni odseki.

Poleg pravkar označenih odsekov, ki bi vsi skupaj dejansko tvorili **glavni odbor**, naj bi krajevni odseki delovali v vseh večjih delavskih centrih. Delo se potem porazdeli v več rok in ga je lažje zmagovati. Čim bolj prepustimo izvršitev detajlnega dela posameznim odsekom, tem hitreje bomo prišli do cilja. Tudi bodo člani krajevnih odsekov bolje poznali razmere in ljudi ter bodo poverjeno delo lažje izvršili, kakor pa ljudje iz centralnih odsekov.

Povdarjati je, da se ne sme prezreti velike vloge zadrुžnih poslovodij in prodajalcev, od katerih je takorekoč vse odvisno. Kjer ti ne bodo sodelovali, tam tudi Liga ne bo imela pravih uspehov.

Zato je nujno priporočati, da je treba predvsem pridobiti poslovodje in prodajalce konzumnih prodajalen in zadrुžnih delavnic, dalje poslovodje posameznih zadrug za Zadrुžno Ligo. Ti naj prevzamejo inicijativo v svojem okraju, kajti uspeh Lige bo prišel prav veliko tudi njim v prid.

Vsi oni, ki se zanimajo za to delo v prid našega zadrुžnega pokreta, naj se obrnejo po informacije na Pripravljalni odbor Zadrुžne Lige, ki je v Zvezi gospodarskih zadrug v Ljubljani VII. Zadrुžni dom.

PRAVILA

Zadružne Lige v Ljubljani.

§ 1.

Zadružna Liga v Ljubljani je nepolitično društvo. Sedež je v Ljubljani. Delokrog se razteza po ljubljanski in mariborski oblasti.

§ 2.

Namen Zadružne Lige je:

a) nabirati člane za propagando zadružne ideje in prirejati poučne tečaje, sestanke, predavanja, shode in pomen zadružništva;

b) vršiti izobraževalno delo z večernimi tečaji v vseh delavskih centrih v Sloveniji;

c) ustanavljati dopisne šole in druge izobraževalne inštitucije;

d) izdajati lastno glasilo in publikacije poučne vsebine;

e) ustanavljati odseke Zadružne Lige v in izven Ljubljane za organizatorične svrhe;

f) ustanavljati organizacije karitativnega in podpornega značaja;

g) ustanavljati vsakovrstna podjetja, kakor reklamna podjetja in drugo, ki so v zvezi z zadružnim gibanjem;

h) voditi štatistiko o zadružnem gibanju;

i) pridobivati za zgornje namene potrebne koncesije in oblastna dovoljenja.

§ 3.

V dosego boljšega izvajanja namena lahko ustanavlja poleg odsekov še podružnice po ljubljanski in mariborski oblasti.

§ 4.

Sredstva v dosego namena so:

- a) pristopnine;
- b) redni mesečni prispevki;
- c) darila in volila.

§ 5.

Član postane lahko vsak moški in vsaka ženska, ki sme biti sploh član nepolitičnih društev, to je po izpolnjenem 14. letu. Pristop se izvrši s podpisom pristopne izjave in plačanjem pristopnine.

Pristopnino in letni prispevek določi vsako leto občni zbor. O sprejemu odloča vodstvo v svojih sejah.

Proti odloku vodstva je pritožba na občni zbor.

Vodstvo sme tudi člana, ki se pregreši zoper namene Lige izključiti. Pritožba proti izključitvi je mogoča na občnem zboru; predložiti jo je pri vodstvu 14 dni pred občnim zborom.

§ 6.

Organi Zadružne Lige so: vodstvo, nadzorstvo, občni zbor, razsodišče.

§ 7.

Vodstvo sestoji iz 5—27 članov, kakor pač vsakokratni občni zbor določi. Funkcijska doba traja tri leta; vsako leto izstopa potom žreba ena tretjina. Izžrebani se lahko volijo.

Na čelu so: predsednik in eden ali dva podpredsednika.

Tajništvo vodi tajnik in osebje tajništva, ki je lahko tudi nastavljeno in honorirano.

Blagajnik vodi vse blagajniške posle.

Vodstvo izmed svojih članov lahko izvoli več odsekov; kakor je to navedeno v § 2. Vodstvo rešuje svoje posle v sejah.

Sklepčnost je, če je polovica odbornikov navzoča. Odloča se po principu večine. — Obvezno podpisujeta za Ligo predsednik in tajnik, oz. 1 član vodstva. Če je predsednik zadržan, ga nadomešča en podpredsednik.

§ 8.

Nadzorstvo sestoji iz 5—27 oseb, kakor pač vsakokratni občni zbor določi. Nadzorstvo pregleduje poslovanje Lige in poroča občnemu zboru.

Nadzorstvo izbere iz svoje srede predsednika in tajnika. Nadzorstvo se vsako leto voli; ponovna volitev je dopustna. V

slučaju izstopa kakega člana med letom, lahko nadzorstvo kooptira novega člana.

§ 9.

Občni zbor se vrši vsako leto do konca meseca marca z dnevnim redom:

1. poročilo vodstva o izvršenem delu in podelitev odveze;
2. potrditev poročila računov;
3. prememba pravil;
4. določitev dela za bodoče leto;
5. volitev v načelstvo, nadzorstvo in razsodišče;
6. reševanje predlogov, pritožb, prošenj in občnemu zboru sporočenih zahtev.

§ 10.

Na občnem zboru ima vsak član, ki je že eno leto član, aktivno in pasivno volilno pravico.

§ 11.

Izredni občni zbor se skliče, če to sklene ali načelstvo z večino glasov, ali nadzorstvo soglasno, ali če ena tretjina članov to sklicanje želi.

Na izrednem občnem zboru se razpravljajo samo predmeti, ki jih predlože upravičeni sklicatelji.

§ 12.

Pri glasovanju in volitvah odločuje navadna večina glasov; le za izpremembo in razpust Lige je treba dvetretjinske večine, če je bil predlog postavljen na dnevni red.

Enakost glasov velja kot odklonitev.

§ 13.

Uradnike Zadružne Lige namešča vodstvo. O vseh namestitvah je obvestiti nadzorstvo in občni zbor.

§ 14.

V razsodišče se voli na občnem zboru pet članov, ki funkcionirajo kot zadnja inštanca v sporih, ki bi jih ne moglo rešiti vodstvo ali občni zbor.

§ 15.

Če Liga preneha, pripade vse njeno imetje Zvezi gospodarskih zadrug za Jugoslavijo v Ljubljani r. z. z o. z., ki ga naj upravlja, dokler se ne ustanovi novo društvo z enakim namenom.

Kakšen mora biti prodajalec.

»Der freie Genossenschafter« je prinesel članek, kakšen naj bo združni trgovski pomočnik.

Sposoben prodajalec mora biti:

godbenik, da lahko najde pri občevanju s kupovalci pravi ton,

elektrotehnik, da lahko postavi pred kupovalcem blago v pravo luč,

slikar, da lahko stranki dobrote blaga naslika,

zdravnik, da lahko da stranki v slučaju bolezni dijetično blago,

odvetnik, da lahko zastopa interese svojih klientov,

svetovalec, da kupcu pravilno svetuje,

zavarovalni agent, da lahko stranko zavaruje pred nakupom slabega blaga,

arhitekt, da lahko napravi stranki nakupovalni načrt,

čarovnik, ki lahko napravi, da vsi kupčevi pomisleki izginejo,

lekarnar, ki grenkobo plačevanja osladi,

igrallec, ki pripravi stranko do ovacije in zadovoljnosti z blagom,

strateg, ki se bojuje tako dolgo, da se nasprotnik vda,

avtomobilist, ki doseže svoj cilj,

umetnik-vseznanal, ki vse ve in vse zna in ki ne pride nikdar v zadrego.

VARČUJTE OB PRAVEM ČASU Z NAŠIMI DOMAČIMI HRANILNIKI!

Vi plačate 2.— Din na dan!

Zavarovalnica Zora Vam pa zato izplača:

V slučaju smrti od 10.000.— Din do 17.200.— Din. Če umrjete vsled nezgode, se izplača poleg zgornje zavarovalnine še 10.000.— Din. V slučaju polne delanezmožnosti preneha vplačevanje in se zavarovalnina vseeno izplača v polni višini. Zahtevajte brezplačna pojasnila od **Splošne zavarovalne družbe r. z. z o. z., Ljubljana, Sv. Petra cesta 24.**



Zadružna knjižnica:

Urejuje Anton Kristan.

Cena Din

1. X.: **Jubilej dela.** Ob petindvajsetletnici Konzumnega društva za Slovenijo 2.—
2. Historicus: **Delav. zadružno gibanje na Slovenskem** 2.—
3. Cv. Kristan: **Velenakupna družba angleških konzumnih društev** 1.50
4. Prof. Wildbrandt - Historicus: **Praktični socializem** . 1.50
5. Dr. Totomianz - C. K.: **O početku zadrugarskega gibanja; Mrs Sidney Webb - C. K.: Politični razvoj britanskega zadružnega gibanja** 2.—
6. **Stan in dom.** Uredilo načelstvo občne koristne stavbene in kreditne zadruge »Stan in dom« v Ljubljani, Aleksandrova cesta 5. Cena Din 1.50. Razprodano.
7. Prof. dr. Totomianz - C. K.: **Prehodniki in pionirji zadružnega gibanja** 2.—
8. **Žena in zadruga.** Posvečeno slovenskim gospodinjam in materam-zadruharicam 2.—
9. **Delavsko-kmečka vzajemna zavarovalnica na življenje v Ljubljani** 2.—
10. E. Podkrajšek: **Zgradba stanovanjskih hiš** 2.—
11. **Delavsko-kmečka prosvetna in podporna jednota (Program in pravila)** 1.50
12. E. Podkrajšek: **Namen »Stan in Doma«** 2.—
13. R. Golouh: **Zveza gospodar, zadrug za Jugoslavijo** 2.—
14. E. Podkrajšek: **Pomen zavarovanja** 2.50
15. K. & P.: **Zadružna liga (Namen in pravila)** 2.—

Naročajte:

»**POD LIPO.**« IV. letnik. Leposlovna, poljudno znanstvena in politična revija, ki začne s 1. januarjem 1928 zopet izhajati. Naročnina Din 46.— na leto. Naroči se pri Zadružni založbi v Ljubljani, Aleksandrova cesta.