Eelmisel leheküljel toodud esimene tabel näitab teataval määral, kes on meie kaubandusettevõtete tarvitajaiks. Kõige raskemini selgitatav on see küsimus kahel viimasel juhul meie tabelis (järjekorra nr. 13 ja 14); sellepärast ongi siin näidatud ainuüksi meie linn.

Nii siis toimetavad meie kaubandusettevõtted kaupade jällemüümist, mis nad muretsenud eeskätt omas linnas koha peal (1152 ettev.), selle järele mujalt siseriigist (561), siis Tallinnast (179) ja lõppeks muil juhtudel, nagu näitavad meie tabeli kokkuvõtted, välismaalt. Venemaalt — kõige vähem; ja ka välja veetakse sinna ainult pottsepatooteid, mis kahtlemata talupoegade valmistatud, mitte aga vabrikutoodangust pärit.

Ettevõtete välispidine tegevus kaupade levitamise suhtes. Ülalpool näitasime, et hulgimüügikaupluste arv ulatub Tartus ligi 3%-ni kõigist äriettevõtteist; seda pole kuigi palju. Seda meie otsust kinnitab ka veel see kaalutlus, et ankeedikküsimusele, kas on kaubandusettevõtteil abiseadeid osakonnina, suurkauplusina jne., on kõigil juhtudel, peale ühe äriharu, saadud eitavad vastused. Selleks ainsaks on noodi- ja raamatukaupluste äriharu. Siin on andmed, millede järele on olemas ühel juhul osakond samas Tartus, teisel aga Tallinnas. Edasi, on olemas ka esindused — kokku 5 — Tartus, Tallinnas ja mujal siseriigis. Kõigest sellest võime teha järelduse, et abinõud, mida kasutatakse kaupade levitamiseks, ei avalda erilist intensiivsust, omapärasust ega leidlikkust. Selle nähtuse põhjusi tuleb otsida Tartu elanikkude alles õieti arenema hakkavast tööstuslikust ja kaubanduslikust tegevusest, peale üleelatud sõja- ja revolutsioonivapustusi. Meie nähes teostuvad muutused kõnelevad sellest, et meie oludes edasijõudvad ettevõtted on samal ajal seadmas oma äritegevust soliidseile aluseile, kasutades abinõusid selleks, et äratada eneste vastu ostjapubliku usaldust, ja lõppeks mitte suutes jääda huvita igal pool äritegelikkuses ostjate juurdemeelitamiseks väljatöötatavate viiside vastu soodsaimate hindade ja kõrgeväärtuslikuima kauba abil. Nagu teada, on viimased tingimused teostatavad üksnes äriettevõtete suuris käibeis. Meie uuring näitab, et me seisame sellise kaubandusliku tegevuse arenemise alul. — Kaubandusettevõtete n. n. soliidsusküsimusega on vastuvaidlematult seotud ka

Kaubandusharu Branche commerciale	Ettevõtete arv Nombre des établissements		
	peategevuse järele selon leur activité principale	kõrvaltegevuse järele selon leur activité secondaire	Kõrvaltegevuse %% peategev. Relation de l'activité secondaire et principale en %
1. Aiandusärid	11	—	—
2. Majaasjade- ja mööblikauplused	31	1	3
3. Riide-, jalanõude- ja puhastusvahendite-kauplused	205	2	1
4. Metallasjade-kauplused	45	2	4
5. Söögi-, joogi- ja maitseainete- ning tubakasaad. kpl.	790	11	1
6. Keemiasaaduste- ja rohukauplused	31	3	10
7. Ehitusmaterjali- ja kütteainete-kauplused	8	—	—
8. Raamatu-, noodi- ja muusikariistade-kauplused	52	3	6
9. Talurahva- ja segakauplused	41	—	—
10. Restoranid, söögimajad jne.	92	7	7
11. Vahetalitusbürood ja komisjonikontorid	2	2	100
12. Vanakraamikauplused	104	2	2
13. Transport- ja sideärid	8	5	60
14. Pangad ja kindlustusseltsid	14	1	7

Tartu, lk. 528