

Prof. D.J. Viljoen

'n ONTLEDING VAN DIE
GERMISTONSE MUNISIPALE MARK

deur

WILLEM ABRAHAM CRONJÉ, B.A., HONS. B.COM.

Skripsie aangebied

ter gedeeltelike voldoening

aan die vereistes vir die graad

MAGISTER COMMERCII (EKONOMIE-BEDRYFSEKONOMIE)

aan die

P.U. vir C.H.O.

onder leiding van

prof. D.J. Viljoen.

DESEMBER 1966.

VOORWOORD.

My hartlike dank en waardering aan:

die Germistonse Stadsraad vir goedgunstige toestemming om
die studie te onderneem en beskikbaarstelling van gegewens,

mnr. T.G. Kruger, markmeester, vir al die tyd wat hy aan my
afgestaan het en vir daadwerklike hulp by die versameling van
gegewens,

die markpersoneel vir ure se werk om my taak te vergemaklik,

prof. D.J. Viljoen, dekaan van die fakulteit Ekonomiese Weten-
skappe aan die P.U. vir C.H.O. vir inspirasie en kritiese
leiding,

Cora vir die moeilikste werk - die tikwerk.

W.A. CRONJÉ.

Desember 1966.

--oOo--

I N H O U D S O P G A W E

HOOFSTUK 1

Bladsy

INLEIDING

A. Algemeen	1
B. Publikasies oor munisipale marke	4
C. Onderwerp, doel, benaderingsmetode en omvang van hierdie studie	5
D. Bronne van gegewens	7

HOOFSTUK 2

MUNISIPALE MARKE: 'n ALGEMENE BESKOUING

A. Inleiding	8
B. Ontstaan en ontwikkeling	8
C. Die regsposisie van munisipale marke	15
D. Die markpersoneel	22
E. Markagente	27
F. Samevatting	29

HOOFSTUK 3

MUNISIPALE MARKE: 'n ALGEMENE BESKOUING (VERVOLG)

A. Inleiding	32
B. Die funksionering van munisipale marke	32
C. Botsende beskouinge	47
D. Leemtes in die munisipale markstelsel	49
E. Toekomsblik	53
F. Samevatting	59

HOOFSTUK 4

Bladsy

DIE ONTSTAAN EN ONTWIKKELING VAN DIE GERMISTON- SE MUNISIPALE MARK

A. Inleiding	60
B. Voorgeskiedenis	60
C. Die mark onder die kontrakstelsel	60
D. Oorname van die mark deur die Stadsraad	63
E. Verdere ontwikkeling, 1917 tot 1933	68
F. Samevatting	72

HOOFSTUK 5

DIE BEHEER EN KONTROLE VAN DIE GERMISTONSE MU- NISIPALE MARK

A. Inleiding	73
B. Die verskillende aspekte van beheer en kontrole	73
C. Samevatting	86

HOOFSTUK 6

DIE ORGANISASIE EN WERKING VAN DIE GERMISTONSE MARK

A. Inleiding	88
B. Die organisasie van die mark	88
C. Samevatting	99

HOOFSTUK 7

DIE FINANSIËLE STELSEL VAN DIE GERMISTONSE MARK

A. Inleiding	100
B. Die behartiging van finansiële sake	100
C. Samevatting	106

HOOFSTUK 8

Bladsy

'n STATISTIESE ONTLEDING VAN DIE GERMISTONSE MUNISIPALE MARK

A. Inleiding	107
B. Verhouding tussen kontant- en kredietverkope (alle produkte) in 1960 en in 1964	107
C. Verhouding tussen kontant- en kredietverkope van verskillende groepe produkte	109
D. Vergelyking van relatiewe belangrikheid van kontant- en kredietverkope by verskillende groepe produkte in 1964	112
E. Die bydrae van verskillende groepe produkte tot die totale omset in 1960 en in 1964	113
F. Groepe produkte en totale omset in 1960 en in 1964 ontleed volgens provinsie van herkoms	119
G. 'n Ontleding van die totale jaarlikse omset en omsetneigings vir die 17 jare van 1 Julie 1949 tot 30 Junie 1966	123
H. 'n Ontleding van die finansiële state van die Germistonse mark vir die finansiële jare van 1949/50 tot 1964/65	141
I. Samevatting	152

HOOFSTUK 9

SAMEVATTING EN AANBEVELINGS

A. Inleiding	153
B. Algemeen	153
C. Die Germistonse mark	155
D. Slot	157

AN ANALYSIS OF THE GERMISTON MUNICIPAL MAR- KET: ENGLISH SUMMARY	159
---	-----

BYLAAG 1 (a)

Bladsy

BEREKENING VAN DIE VERGELYKING VAN DIE NEIGINGS- LYN (REGRESSIELYN) VOLGENS WERKLIKE OMSETSYFERS VAN DIE GERMISTONSE MARK VIR DIE 17 JAAR 1949/'50 TOT 1965/'66 OP DIE METODE VAN KLEIN- STE KWADRATE	161
---	-----

BYLAAG 1 (b)

BEREKENING VAN DIE VERGELYKING VAN DIE NEIGINGS- LYN (REGRESSIELYN) VOLGENS GEDEFLEERDE OMSETSYFERS VAN DIE GERMISTONSE MARK VIR DIE 17 JAAR 1949/'50 TOT 1965/'66 OP DIE METODE VAN KLEIN- STE KWADRATE	162
--	-----

BYLAAG 2

BEREKENING VAN 'n SEISOENSINDEKS VIR DIE GERMIS- TONSE MARK UIT DIE MAANDELIKSE OMSETSYFERS VIR DIE SES JAAR VAN JANUARIE 1960 TOT DESEMBER 1965 MET BEHULP VAN DIE BEWEGENDE GEMIDDELDE- VERHOUDINGMETODE	163
--	-----

BYLAAG 3

AFSKRIFTE VAN OORSPRONKLIKE INKOMSTE- EN UITGAWE- REKENINGE VAN DIE GERMISTONSE MUNISIPALE MARK ...	167
--	-----

BIBLIOGRAFIE

A. Boeke en verhandelings	178
B. Gepubliseerde verslae en pamflette	178
C. Tydskrifte en koerante	179
D. Referate gelewer op kongresse van die Instituut van Markmeesters van Suid-Afrika	180

HOOFSTUK 1.INLEIDING.A. Algemeen.

Daar kan sonder vrees van teëspreek beweer word dat die belangrikheid van bemarking in die landbousektor van die Suid-Afrikaanse volkshuishouding nog nooit voorheen so prominent vertoon het as wat tans die geval is nie. Die geweldige bevolkingsvermeerdering in die Republiek van Suid-Afrika sedert die begin van die twintigste eeu gepaard met 'n toename in die nasionale inkome tot 'n rekordhoogte, die bevolkingstrek na die myn- en industriële gebiede, toenemende verbruikersvraag weens die stygende lewenstandaard - alles dra by tot die hedendaagse belangrikheid van die bemarkingsvraagstuk. As verder in gedagte gehou word dat die produksieproses van landbouprodukte tred gehou het met die toenemende verbruikersvraag, terwyl die bemarkingsproses nie voortdurend in al sy vertakkinge gerasionaliseer is nie, kan verstaan word waarom tans van 'n bemarkingsvraagstuk gepraat word.

Die probleem van die bemarking van landbouprodukte het vroeg in die Suid-Afrikaanse geskiedenis reeds tevoorskyn gekom en die vroegste omvangryke manifestasie daarvan was miskien die bekende stryd tussen die Vryburgers en goewerneur Willem Adriaan van der Stel. Sedertdien het die probleem altyd in 'n mindere of meerdere mate bestaan en voortgeskry. Die probleem tree veral weer baie duidelik op die voorgrond na die ontdekking van diamante en in die besonder na die ontdekking van goud in die Transvaal weens die verstedeliking wat daarmee gepaard gegaan het. Daar was 'n toenemende getal dorpsbewoners wat deur 'n relatief steeds kleinerwordende groepie produsente van lewensmiddele voorsien

moes word. Hoe verder verstedeliking ontwikkel het en hoe meer die produksie-eenhede oor die hele uitgestrekte land versprei geraak het, hoe groter het die probleem van bemarking geword.

Gedurende die eerste helfte van hierdie eeu is die bemarking van sekere nie-bederfbare landbouprodukte in Suid-Afrika op 'n min of meer bevredigende grondslag gereël, eerstens deur die koöperatiewe beweging onder produsente en tweedens deur die aanneme van die Bemarkingswet (Nr. 26 van 1937) wat voorsiening maak vir die beheerde bemarking van landbouprodukte soos onder andere mielies en koring. Wat die bemarking van bederfbare landbouprodukte betref, is die toestand minder gunstig, soos uit die aanhaling blyk: "Allerweë word die bemarking van bederfbare produkte in Suid-Afrika as onbevredigend beskou. Die produsent kla dat hy min of geen wins maak op sy produkte nie; die gemiddelde stedelike verbruiker kla dat hy buitensporige hoë pryse moet betaal vir groente wat dikwels so verlep en oud is dat dit ongeskik is vir menslike verbruik; die middelman staan daarop dat die hantering van bederfbare produkte gewaagd is en dat hy hoë prystoevoegings moet maak om 'n wins te maak om te kan lewe.

Reaksie begin aangroei " ¹⁾.

Dit is 'n onderwerp wat steeds die ernstige aandag van landbou-organisasies geniet. Die Transvaalse Landbou-unie het byvoorbeeld etlike jare gelede 'n spesiale studiekomitee aangestel om die hele probleem te ondersoek. Dié komitee moedig produsente aan om soos een man op die modernisering van die Republiek se hoofmarke aan te dring en beweer dat die algemene houding van produsente is dat die nasionale marke vir die produsente en verbruikers 'n las geword het en dat dit tyd geword

1) Georganiseerde Landbou, Februarie 1963, p. 8.

het om rewolusionêr te dink en op te tree ¹⁾.

Die studiekomitee se aanbevelings het uitgeloop op die formulering van 'n beleid wat deur die Suid-Afrikaanse Landbou-unie aanvaar is en in terme waarvan die Varsbemarkingskomitee van die Suid-Afrikaanse Landbou-unie hom daarvoor beywer om sowel op die kort- as die langtermyn die proses van groente- en vrugtebemarking ingrypend te verander en te rasionaliseer ²⁾. Dit word as beleid gestel dat alle produkte wat nie koöperatief bemark word of deur produsente vir hulle eie groentewinkels gekweek word nie, op die veilingsmarke aangebied moet word. Dit is belangwekkend dat die komitee ook besluit het dat die landbou-organisasies hulle moet beywer vir die oorname van munisipale veilingsmarke deur die Staat en dat hierdie marke daarna beheer moet word deur 'n regulerende liggaam waarop produsente 'n meerderheidstem moet hê ³⁾.

Die feit dat dit volgens 'n brosjure van 1934 toe reeds die beleid van die Suid-Afrikaanse Landbou-unie was om aan te dring op onmiddellike stappe vir die verbetering van toestande waaronder landbouprodukte op munisipale marke verkoop word om te verseker dat die belange van boereleweransiers doeltreffend beskerm word, dui daarop dat dit 'n ou probleem is wat nie maklik oplosbaar is nie ⁴⁾.

Ook van owerheidsweë geniet die probleem aandag. Op 27 April 1965 het die Minister van Landbou-ekonomie en -bemarking byvoorbeeld in die Senaat aangekondig dat vanweë die

1) Georganiseerde Landbou, Junie 1963, p. 10.

2) Id., Augustus 1964, p. 29.

3) Loc. cit.

4) Vergelyk Georganiseerde Landbou, November 1963, p. 7.

moeilike probleem van bevredigende bemarking van bederfbare produkte en nuwe rigtings in die bemarkingswese, hy kort tevore 'n kommissie van ondersoek aangestel het om dié sake te ondersoek ¹⁾.

Die Departement van Landbou-ekonomie en -bemarking hou hom ook besig met bemarkingsnavorsing wat hy soos volg omskryf: "Bemarkingsnavorsing, met die oog op bevordering van die doeltreffendheid van bemarking, behels 'n studie van die bemarkingstelsel in sy geheel, die bemarkingsfunksies wat verrig word, die prosedures en metodes wat gevolg word by die uitvoering van hierdie funksies en ook die organisasies wat daardie funksies vervul" ²⁾.

Laastens kan in hierdie verband genoem word dat daar ook deur markowerhede gewerk word in die rigting van rasionalisering van munisipale marke. In 1965 het die Johannesburgse Stadsraad byvoorbeeld amptenare oorsee gestuur om 'n studie te maak van die bemarking van vars produkte, alvorens 'n nuwe mark operig word.

Bostaande voorbeelde bewys onteenseglik dat ten spyte van alles wat reeds gedoen is, daar nog steeds 'n behoefte is aan navorsing in verband met die bemarking van bederfbare landbouprodukte.

B. Publikasies oor munisipale marke.

1. Verhandelings.

(a) An economic analysis of the supply and distribution of fruit and vegetables at four terminal markets in the Union of South Africa 1947/48, 'n D.Sc.-proefskrif deur S.H. Fischer.

1) Die Transvaler, 28 April 1965, p. 1.

2) Verslag van die Sekretaris van Landbou-ekonomie en -bemarking, 1961/62, p. 67.

(b) Die tegniese uitleg van munisipale markte, 'n M.Com-skripsie, 1964, deur F.B. du Plessis.

2. Verskillende verslae deur amptenare van die Departement van Landbou-ekonomie en -bemarking oor die bemarking van verskillende bederfbare produkte.

3. Verslae van kommissies en sendings.

(a) Verslag van die Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939.

(b) Verslag van die Suid-Afrikaanse Oorsese Sending insake die Bemarking van Vrugte en Groente, 1956.

(c) Verslag van die Munisipale Marke-ondersoekkomitee, 1953.

(d) Verslag van die Buitelandse Marksending van Johannesburg, 1965.

4. Verslae wat nie direk op munisipale marke betrekking het nie, soos onder andere:

(a) Verslag van die Bemarkingswetkommissie, 1947.

(b) Verslae van die Kommissie insake Distribusiekoste.

(c) Jaarverslae van die Sekretaris van Landbou-ekonomie en -bemarking.

(d) Verslae van die Nasionale Bemarkingsraad oor Bemarkingsrade.

G. Onderwerp, doel, benaderingsmetode en omvang van hierdie studie.

Soos blyk uit voorgaande lys van publikasies, is daar nog geen intensiewe studie van die Germistonse munisipale mark gemaak nie. Daarom is dié mark as onderwerp gekies. Vir agtergrond sal noodwendig na verskillende aspekte van munisipale bemarking in die algemeen ook verwys moet word.

Die doel van die studie is drieërlei, naamlik

1. om 'n bydraë te lewer tot die kennis van die omstan-

dighele waaronder bederfbare landbouprodukte bemark word;

2. om lig te werp op die onderskeidende kenmerke van hierdie bemarkingsproses (soos seisoensverskynsels) en

3. om die probleme eie aan hierdie bemarkingsproses - vir sover dit op 'n bepaalde munisipale mark tot openbaring kom - te omlin en te ontleed en om aanbevelings te maak wat kan lei tot die rasionalisasie van die bemarking van bederfbare landbouprodukte.

Daar word gebruik gemaak van die institusionele benaderingsmetode ¹⁾. Dié spesifieke mark as instelling vir die bemarking van bederfbare landbouprodukte word ontleed - 'n uiterst beperkte institusionele benadering dus.

Wat die omvang van die studie betref, die volgende:

In hoofstukke 2 en 3 word die agtergrond van munisipale bemarking in die algemeen - waarteen die Germistonse mark ontleed gaan word - in oënskou geneem.

In hoofstuk 4 word die ontstaan en ontwikkelingsgeskiedenis van die Germistonse munisipale mark nagegaan tot ongeveer 1933 toe dit reeds min of meer sy huidige beslag gehad het.

Hoofstuk 5 word gewy aan 'n ontleding van die markverordeninge van die Germistonse Stadsraad en aan ander aspekte van beheer van die mark.

Die organisasie en funksionering van die mark word in hoofstuk 6 aan die orde gestel en besondere aandag word gegee aan aspekte soos personeelvoorsiening, afslaers en die veilingstelsel van verkopings.

In hoofstuk 7 word die finansiële stelsel van die mark ontleed - 'n studie van die rekeningkundige verantwoording van marksake dus.

Hoofstuk 8 bevat 'n statistiese ontleding van die Germis-

1) Kyk Phillips en Duncan. Marketing: Principles and Methods, p. 3, vir verskillende benaderingsmoontlikhede.

tonse mark en maak die belangrikste deel van die studie uit. Daar word onder meer aandag geskenk aan sake soos die verhouding tussen kontant- en krediettransaksies op die mark vir die jare 1960 en 1964 (in totaal en vir verskillende produkte); herkoms van produkte waaruit aanbod bestaan; 'n ontleding van die totale jaarlikse omset en omsetneigings vir die 17 jare van 1 Julie 1949 tot 30 Junie 1966; die vasstelling van 'n seisoensindeks vir die mark en 'n ontleding van die inkomste- en uitgaweposte van die mark.

In hoofstuk 9 word die hoofmomente van die studie saamgevat en word sekere gevolgtrekkings en aanbevelings wat uit die studie voortvloei, gemaak.

D. Bronne van gegewens.

Die gegewens met betrekking tot die geskiedenis en ontwikkeling van die Germistonse munisipale mark is uit jaarboeke en ander argiefstukke van die stad Germiston en uit onderhoude met lede van die Germistonse Stadsraad verkry.

Gegewens met betrekking tot die beheer en organisasie van die mark is uit die gepubliseerde markverordeninge van die Germistonse Stadsraad, uit onderhoude met die markmeester en markboekhouer en deur persoonlike waarneming op die mark opgedaag, verkry.

Die statistiese gegewens wat in hoofstuk 8 gebruik word, is verkry uit die rekeningkundige boeke, faktuurafskrifte en ander rekords van die mark wat tot my beskikking gestel is. Ek sou graag omsetsyfers vir langer as 17 jaar wou gebruik, maar dit is ongelukkig nie beskikbaar nie. Verder sou ek graag 'n vergelykende studie wou maak van twee jare wat verder van mekaar lê as 1960 en 1964, maar faktuurafskrifte van voor 1960 is nie meer beskikbaar nie en die studie is reeds in 1965 begin.

HOOFSTUK 2.MUNISIPALE MARKE: 'n ALGEMENE BESKOUING.A. Inleiding.

In hierdie hoofstuk word agtereenvolgens aandag geskenk aan die ontstaan en ontwikkeling van munisipale marke, die regsposisie van munisipale marke, die markpersoneel en die rol van agente op die munisipale marke. Hierdie onderwerpe vorm saam met dié wat in hoofstuk 3 behandel word die agtergrond waarteen die Germistonse mark in die latere hoofstukke ontleed word.

B. Ontstaan en ontwikkeling.1. Voorgeskiedenis.

In Europa sowel as in dié dele van suidelike Afrika wat deur blankes bewoon is, was die oorspronklike opvatting van 'n produkte-mark dat dit 'n plek van samekoms was waarheen boere en tuiniers hulle produkte vir verkoop kon bring en waar dorpsbewoners hulle benodigdhede kon koop het. Hierdie byeenkomste het op gesette tye plaasgevind onder toesig van 'n openbare gesag (of van persone aan wie die reg deur die openbare gesag verleen is)¹⁾. Die boere en tuiniers waarvan hier sprake is, was weens die primitiewe vervoermiddele en beperkte vraag slegs uit die onmiddellike omgewing van die bymarkomplek afkomstig en het hulle produkte persoonlik aangebied. Vandag bestaan dié ou tradisionele vorm van die stads- of dorpsmark waar daar persoonlike onderhandeling tussen die verbruiker en produsent plaasvind, feitlik nie meer

1) Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939. Verslag, par. 20.

nie. Elke gebied waar 'n konsentrasie van verbruikers is, ontvang tans die meeste van sy varsprodukte per spoor van afgeleë produksiegebiede, dikwels in ander provinsies en honderde myle ver.

Tog is hierdie tradisionele stads- of dorpsmarke die prototipe van wat ons tans ken as die munisipale mark, en dit is uit hierdie marke wat die hoogs georganiseerde munisipale produktemarke wat deur reglemente van plaaslike besture en wetgewing van owerheidsweë beheer word, ontstaan het.

2. Faktore wat daartoe gelei het dat stads- of dorpsmarke tot munisipale produktemarke ontwikkel het.

a. Uitbreiding van stadsgebiede. Die opkoms van stede gedurende die vroeg-twintigste eeu in Suid-Afrika, word duidelik weerspieël deur onderstaande statistiese gegewens.

TABEL 2.1. DIE BEVOLKINGSVERDELING (BLANKES) TUSSEN STEDE EN DIE PLATTELAND VAN SUID-AFRIKA, TUSSEN DIE JARE 1904 en 1936¹.

Jaar	Stadsgebied Totaal	Platteland Totaal	Persentasieverhouding	
			Stads- gebied	Platte- land
1904	590,926	525,880	52.91	47.09
1911	658,286	617,956	51.70	48.30
1913	766,849	654,932	53.94	46.06
1921	847,508	671,980	55.78	44.22
1926	975,235	701,425	58.17	41.83
1931	1,119,848	708,327	61.25	38.75
1936	1,307,386	696,471	65.24	34.76

Uit bostaande gegewens is dit duidelik dat gedurende die 32 jaar die blanke bevolking van stadsgebiede meer as verdubbeld het, terwyl die plattelandse bevolking met minder as een derde toegeneem het. Hierdie groei in die blanke

1) Saamgestel uit Offisiële Jaarboeke van die Unie van Suid-Afrika: Nr. 10, 1927-28 en Nr. 19, 1938.

bevolking van stadsgebiede kan aan verskeie oorsake toegeskryf word. Dit is 'n sosio-ekonomiese manifestasie van ons hele samelewing dat namate die land ontwikkel, die bevolking na die stede beweeg. Dit is ook 'n verskynsel in ander lande. Die groei in stedelike bevolkingsgetalle moet dus nie slegs aan natuurlike aanwassing of immigrasie toegeskryf word nie, maar ook aan wins op die platteland¹⁾.

Tot omstreeks die einde van die negentiende eeu kon produsente uit die onmiddellike omgewing van stede en dorpe nog ruimskoots in die behoeftes van die dorpsbewoners aan bederfbare plaasprodukte, voorsien. Namate die stedelike bevolkings egter toegeneem het, moes voorrade ook van ander gebiede waar die produksie die aanvraag oortref het, verkry word. Vir die eerste keer was die produsent weens die geografiese verwydering nie in staat om in persoonlike kontak met die verbruiker te kom nie en was hy verplig om van ander instansies as skakel tussen hom en die verbruiker gebruik te maak. Dis duidelik dat die tradisionele stads- of dorpsmark se wesenskenmerk hierdeur in die gedrang gekom het en dat in die plek daarvan deur evolusie 'n instelling moes kom wat die verwyderde produsent se produk en die stedelike verbruiker by mekaar kon uitbring en wat terselfdertyd op so 'n wyse georganiseer is dat dit die vertroue van die produsente in soverre sou geniet dat hulle gewillig sou wees om hulle produkte daaraan toe te vertrou. Op hierdie wyse het produkte marke (wat onder die beheer van munisipaliteite gekom het) noodsaaklike instellings geword om as skakel tussen produsent en verbruiker te dien.

1) Vergelyk ook Samevatting van die verslag van die Kommissie vir die Sosio-ekonomiese ontwikkeling van die Bantoegebiede binne die Unie van Suid-Afrika, par. 19.

Vervolgens moet in gedagte gehou word dat die dorpsbewoners, uit 'n gesondheidsoogpunt, behoorlik gevoed moet word. Om die groter konsentrasie van mense op ordelike wyse van bederfbare landbouprodukte te kan voorsien, is behoorlike fasiliteite waar die uiteindelijke funksie van koop en verkoop plaasvind, noodsaaklik. Ook dit het daartoe gelei dat die produktemark in sy huidige gedaante tevoorschyn gekom het.

Dit is ook so dat die instansies wat te doen het met die ontwikkeling en uitbreiding van dorpe 'n plig teenoor die inwoners het om fasiliteite beskikbaar te stel vir die aankoop van vars plaasprodukte. Terreine vir dié doel is dan ook gewoonlik op sentrale plekke beskikbaar gestel en van die nodige geboue en personeel voorsien - 'n produktemark dus in sy moderne vorm.

b. Toenemende besef van die waarde van vars voedsel van dierlike en plantaardige oorsprong. Die waarde van vars voedsel vir die gesondheid van die mens het gedurende die huidige eeu sterk op die voorgrond getree deur die werksaamhede van dieetkundiges en dit het daartoe gelei dat die verbruiker al hoe meer vrugte- en groentebewas geword het, met die gevolg dat die mark as belangrike verspreidingspunt 'n veel groter rol begin speel het.

c. Ontwikkeling van toegepaste landbou in afgeleë gebiede en kommersialisering van boerdery. Die eerste helfte van die twintigste eeu was getuie van groot uitbreidings aan die boerderyfront in Suid-Afrika. Die hele grondgebied van die Republiek van Suid-Afrika is ontgin en in sommige afgeleë gebiede waar vroeër natuurbosse gegroei het, is tans boorde en groentelande. Die boere het begin spesialiseer volgens die ryk-geskakeerde klimaat en bodem-

1) Vergelyk Schultz. The economic organization of agriculture, deel I.

gesteldheid van die land en die produkte wat die beste aard is gekies en geproduseer "vir die mark". Hiermee het die selfonderhoudende karakter van die boerdery van die vorige eeu verander na een wat op wins ingestel is. Die boer moes 'n skakel vind met die verbruiker - hy was nie meer in staat om die resultaat van sy grootskaalse produksie persoonlik te bemark nie weens voor die handliggende redes en vir die verbruiker was dit eweneens onmoontlik om produkte direk van die produsent te bekom. Nog 'n sterk stimulus dus vir die ontwikkeling van 'n instelling wat aan hierdie nuwe behoefte kon voldoen waarteenoor die ou dorpsmark magteloos sou staan.

d. Verbetering van vervoergeriewe. Sonder die nodige vervoergeriewe om die verspreide produsente se produkte na die stedelike markte te voer, sou die invloed van die bogenoemde drie oorsake van die groei van produkte markte gering wees. Die kernprobleme by die bemaking van bederfbare landbouprodukte hang saam met die bederfbare aard van die produkte. Om sodanige produkte doeltreffend te kan bemark, is vinninge, betroubare vervoergeriewe noodsaaklik.

In Suid-Afrika het die uitbreiding van vervoergeriewe dan ook nie agterweë gebly nie. In die eerste plek word gedink aan spoorvervoer. Volgens artikel 127 van die Uniewet is bepaal dat terwyl die Suid-Afrikaanse Spoorweë op besigheidsgrondslag geadministreer moet word "due regard shall be had to agricultural and industrial development within the Union and promotion, by means of cheap transport, of the settlement of an agricultural and industrial population in the inland portions of all provinces of the Union". Teen hierdie tyd was die gebied noord en oos van Kaapstad byvoorbeeld nog leeuwêreld en 'n koorsstreek. Die opstelling van die spoorlynverbindings na Louis Trichardt en van Tzaneen

na Soekmekaar in 1913 en 1915 onderskeidelik, het egter 'n nuwe era vir dié gebied ingelui, want voortaan kon boere in dié gebied ook hulle produkte op die munisipale markte van Pretoria en Johannesburg bemark¹⁾.

Teen 1929 het die swaar-motorvoertuig tot so 'n mate ontwikkel dat voortaan nie meer suiwer "ontginningspoorlyne" gebou sou word nie, maar dat die Spoorwê motorvervoer in alle gebiede sou onderneem tot tyd en wyl die goedereverkeer 'n spoorlyn sou regverdig. Hierdie dienste, wat ook seisoensaan-gepas is, het vandag nog 'n goeie naam as gevolg van die hoë standaard van uitrusting en doeltreffende dienslewering²⁾.

Om toe te sien dat voldoende trokke by laaiplekke beskikbaar is, dat treine volgens skedule loop, dat wanneer trokke bevattende groente en vrugte by bestemmingstasies aankom hulle dadelik by aflaaiplekke geplaas word, vereis doerlikse organisasie en met dié doel het die S.A.S.-Administrasie selfs 'n pos van koördinerende amptenaar met die aanstelling Superintendent (lewende hawe en bederfbare produkte) geskep met die spesifieke opdrag om doeltreffende beheer oor die deurvoer van lewende hawe en bederfbare vervoer oor die hele land uit te oefen³⁾. Benewens die aanstelling van hierdie senior amptenaar is by die hoofkantoor van elke Spoorwegafdeling 'n spesiale organisasie in die lower geroep om gedurig in voeling te bly met die loop van treine wat groente, vrugte en

1) Joubert. "Conveyance of perishable produce to municipal markets by road transportation", referaat, p.4.

2) Id., p.5.

3) Joubert. "Stappe deur die Spoorwegdepartement gedoen om die vervoer van vrugte, groente en ander bederfbare produkte versend na munisipale markte te verbeter na aanleiding van die ondersoek en aanbevelings van die Komitee wat gedurende 1954 en 1955 ondersoek ingestel het", referaat, p.3.

lewende hawe vervoer en om sodanige verkeer te bespoedig. Waar dit in bedryfskantore nie moontlik gevind is of met die bestaande personeel die bykomende werk te verrig nie, is selfs magtigings verleen tot die aanstelling van bykomstige klerke¹⁾.

Verder maak die S.A.S. voorsiening vir spesiale "marktreine", koeltrokke, oorlaailoodse vir bederfbare produkte (byvoorbeeld by Ladanna) en geriewe vir die beskutting van groente en vrugte wat op afsending per spoor op laanplekke wag²⁾.

In onlangse jare is padvoertuie wat met verkoelingseenhede toegerus is ook ontwikkel met die oog op langafstandvervoer van bederfbare produkte, en daar word nog steeds navorsing gedoen in verband met die koelvervoer van bederfbare produkte per spoor en pad³⁾.

Ook privaatvervoer het fenomenaal ontwikkel. Die uitbreiding van gemaakte paaie en selfs teerpaaie tot elke geweste van die land en die ontwikkeling van die motorvoertuie het daartoe bygedra dat die produsent self ook baie beter daartoe in staat was om sy produk by die stedelike mark te lewer. Die Motortransportwet van 1930 sou die gebruik van private vervoer in mededinging met die Suid-Afrikaanse Spoorweë aan bande lê, maar keer op keer is die beperkinge tydelik versag, sodat private vervoer in so 'n mate toegeneem het, dat die Kommissie van Onderzoek na Padmotorvervoer (Ragokommissie), 1945, bevind het dat boere ongeveer 'n derde van alle motorvoertuie wat vir padvervoer gebruik word, besit en gebruik.

1) Joubert. "Stappe deur die Spoorwegdepartement sedert", p.4.

2) Id., p.7.

3) Joubert. "Conveyance of perishable produce", p.26.

Bogenoemde vier faktore was verantwoordelik vir die groei en ontwikkeling van munisipale marke soos deur onderstaande omsetsyfers weerspieël.

TABEL 2.2. DIE OMSET IN VARS PRODUKTE OP ENKELE BELANGRIKE MUNISIPALE MARKE IN SUID AFRIKA IN 1938/39, 1949/50 EN 1962/63 (R,000) ¹⁾.

Mark	1938/39	1949/50	1962/63
Johannesburg	R2,186	R9,208	R15,159
Kaapstad	994	4,398	8,101
Durban	798	2,662	5,206
Pretoria	488	1,960	3,341
Port Elizabeth	396	922	1,921
Oos Londen	298	644	1,116
Pietermaritzburg	294	856	1,429
Bloemfontein	206	776	1,168

C. Die regsposisie van munisipale marke.

1. 'n Mark uit 'n regsoogpunt.

Voordat vervolgens die regsposisie van munisipale marke in oënskou geneem word, is dit nodig om die vraag te beantwoord: Wat is 'n mark uit 'n regsoogpunt? Toe hierdie vraag behandel is in Johannesburg City Council v. Farrell Bros. (1940 A.D. 113, pp. 121 en 122), het die Hof twee moontlikhede oorweeg, naamlik eerstens, dat dit 'n plek is waarheen die publiek of 'n groot gedeelte van die publiek, gewoonlik uitgenooi word om goedere vir verkoop te stuur en waarheen die publiek in die algemeen genooi word om te kom koop, en waar op hierdie uitnodiging gereageer word; tweedens dat dit 'n samekoms van mense is vir die koop en verkoop van voedselware op 'n vasgestelde plek en tyd. Die Hof, terwyl dit laasgenoemde siening verkies het sonder om dit as 'n volledige

1) Gegewens is verstrek deur die Afdeling Landbou-ekonomiese Navorsing van die Departement van Landbou-ekonomie en -bemaking.

defenisie te aanvaar, het beslis dat 'n mark die wesenskenmerke het van 'n concorsus van mense vir die koop en verkoop van die aangebode goedere op 'n spesifieke plek en tyd en dat daar een of ander doeltreffende vorm van mededinging moet wees om pryse te bepaal. Die Hof het gevolglik besluit dat aangesien die verweerder se saak nie hierdie kenmerke gehad het nie, dit nie 'n mark was nie.

* 2 . Voor Uniewording.

Oorspronklik is markmeesters in Suid-Afrika direk deur die sentrale gesag aangestel en het hulle amp onder beheer van die regering uitgeoefen. Hulle het onder toesig van die "Landdrost" of (waar dit ingestel was) van die "dorpsbestuur" gestaan. In die Transvaalse Volksraadsnotules word byvoorbeeld van markmeesters as "Landdrosten-klerken" gepraat, terwyl die Volksraad hulle salarisse oorweeg¹⁾. Dit is ook duidelik dat die Transvaalse Republikeinse Wetgewing byvoorbeeld uitgegaan het van die opvatting dat marke onder regeringsbeheer val en dat marke 'n inkomste vir die staat lewer²⁾.

Uiteindelik is alle marke van die Suid-Afrikaanse Republiek ooreenkomstig Wet Nr. 8 van 1888 beheer. Wet Nr. 10 van 1886 (op de stadsraden voor de Z.A. Republiek) het egter reeds die oordrag van die beheer oor marke aan stadsrade beoog, waar en wanneer hulle ook al ingestel is en indien hulle regulasies ten opsigte van marke sou uitgevaardig het. Artikel 35 van hierdie wet lui soos volg: "De stadsraad wordt gemagtigd tot het oprigten van markten en schutkralen, onder

1) S.A. Argiefstukke, Transvaal Nr. 5. Volksraadsnotule. Deel V, 1864-1866, Art. 112 en 117, 27 Sept. 1864 en punt 24 van bylaag 34, 26 Sept. 1864.

2) Id., punt 2 van bylaag 34, 26 Sept. 1864.

zulke regulation als daaromtrent door de stemgeregtigde huishouders zullen zijn goedgekeurd en door den Uitvoerende Raad bekrachtigd".

3. Na Uniewording.

Na Uniewording het die Provinsiale Rade hulle wetgewende mag in die algemeen ontleen aan Artikel 85 van die Suid-Afrikawet, regstreeks (art. 85(i)-(xii)) of onregstreeks by wyse van 'n Uniewet (art. 85(xiii)), of (binne die grense gestel deur art. 13 van Wet Nr. 38 van 1945, soos gewysig), by wyse van 'n regeringsproklamasie. Met betrekking tot munisipaliteite en munisipale sake in die besonder, is die toepaslike wetgewing art. 85 (vi), (ix), (xii) en (xiii). Hier word onder andere bepaal dat onderworpe aan die bepalinge van die Suid-Afrikawet en die toestemming van die Goewerneur-Generaal-in-Rade, Provinsiale Rade die mag het om ordonnansies te maak met betrekking tot markte.

Provinsiale Rade het egter nie van hierdie reg gebruik gemaak nie, maar hulle reg weer aan plaaslike owerhede gedelegeer. So byvoorbeeld het die Transvaalse Provinsiale Raad by sy "Plaaslike Bestuur Ordonnansie" van 1912 aan plaaslike besture die reg gegee om marke op te rig en te dryf en om verordeninge ten opsigte van sodanige marke uit te vaardig. Hierdie Ordonnansie sowel as dié van 1926 is herroep en tans geld die Ordonnansie op Plaaslike Bestuur, Nr. 17 van 1939 waarvan art. 4 (3) soos volg lui: "die bepalinge van Wet Nr. 8 van 1888 is nie van toepassing op enige mark ingestel of bestuur deur 'n plaaslike bestuur sodra verordeninge of regulasies wat op sodanige mark betrekking het, in werking getree het nie". Stadsrade stel dus self markverordeninge op wat hulle aan die Administrateur vir goedkeuring voorlê.

Die feitelike posisie is dus dat die wetlike bepalinge

wat die werksaamhede van 'n produktemark beïnvloed, tweërlei van aard is. In die eerste plek is daar die bywette wat 'n plaaslike bestuur mag opstel met betrekking tot sy eie mark.

"A council may make regulations --

(i) for regulating public markets and public sales thereon, and for imposing and recovering market dues, storage charges, portorage charges, vehicle charges and weighing charges in respect of articles brought on the market, and agency charges on articles consigned to the market master or superintendent for sale, commission on articles sold by or through the market master or superintendent and for the payment of licence fees by market agents and for fixing the amount of such licence fees.

(ii) for regulating fish markets

(iii) for requiring and regulating the cleansing, cleanliness, scavenging, sanitation and good order of markets and places used for public sale and barter, and the cleanliness, purity and wholesomeness of any goods or articles exposed for sale therein" ¹⁾.

Indien 'n plaaslike owerheid sy ordonnansies met betrekking tot marksake wil verander, word dit aan die Nasionale Marke-Adviesraad voorgelê wat dit in ooreenstemming bring met 'n stel standaardregulasies wat in beginsel deur die vier Administrateurs goedgekeur is. Dit lei tot eenvormigheid indien plaaslike besture hierdie liggaam se aanbevelings sou aanvaar. Die Provinsiale Administrasie sorg verder, veral deur middel van gereelde ouditerings deur provinsiale ouditeurs, dat plaaslike besture hulle eie ordonnansies met betrekking tot

1) Van Winsen e.a. Municipal Law -- with special reference to the Cape Province (Statutes amended up to end of 1951), p.43.

die mark se geldsake uitvoer en dat die belange van belastingbetalers gehandhaaf word.

Tweedens is daar wette van die sentrale regering wat op markte betrekking het en wat deur die Departement van Landbou-ekonomie en -bemarking geadministreer word. Wet Nr. 22 van 1925, die "Publieke veilingen en transakties in levende hawe en landbouwvoortbrengselen wet", bevat byvoorbeeld regulasies betreffende die verkoop van lewende hawe en landbouprodukte by publieke veiling. Hierdie wet is later vervang deur Wet Nr. 37 van 1956, die "Wet op die verkoping van lewende hawe en produkte", wat meer spesifiek afsonderlike regulasies met betrekking tot die twee groepe produkte bevat. 'n Uitvloeisel van hierdie wet is die baie belangrike Wet Nr. 2 van 1961, die "Wet op die verkoop van bederfbare landbouprodukte" (soos gewysig deur die Wysigingswet op die verkoop van bederfbare landbouprodukte, 1962), wat Wet Nr. 37 van 1956 herroep vir sover dit betrekking het op kommissie-agente, en wat baie spesifieke en streng bepalinge bevat in verband met kommissie-agente, makelaars of handelaars wat betrokke is by die verkoop van bederfbare landbouprodukte. Dit maak onder andere voorsiening vir die verpligte registrasie van hierdie persone by die Departement van Landbou-ekonomie en -bemarking, registrasie van verkoopsmanne in diens van hierdie persone, boekhouding, sekuriteitstelling, hou van trustrekeninge, verslae aan prinsipale en persoonlike aankope deur kommissie-agente, aanstelling van inspekteurs van die sake en persone van agente, ens., misdrywe, strawwe, aanspreeklikheid van dié persone en maksimumgelde deur hulle gehef. Die agentskap van die markmeester is egter nie onder die bepalinge van hierdie wet ingesluit nie. By wyse van regulasie R427 van 18 Augustus 1961 het die Staatspresident vervolgens kragte van bestaande Wet

regulasies uitgevaardig wat genoemde sake in besonderhede reël.

Die vraag ontstaan of die reg wat 'n plaaslike bestuur besit om 'n mark op te rig, 'n eksklusiewe reg is, dit wil sê of enige persoon 'n mark mag oprig in kompetisie met die munisipale mark. Dit is 'n moeilike vraag waarop nog nie uitsluit¹⁾ sel gegee is deur die hof nie. In die Engelse Reg is die reg om 'n mark toe te staan die prerogatief van die Kroon wat dit aan 'n plaaslike gesag mag verleen by wyse van 'n wet of 'n oktrooi. Sodanige vergunning het aan die ontvanger 'n eksklusiewe reg verleen om 'n mark op te rig²⁾. In Van der Merwe v. Webb (3 E.D.C., pp.109 en 110) en in Corporation of Pietermaritzburg v. Lister (10 N.L.R. 36) het die Hof bevind dat die reg om 'n mark op te rig 'n prerogatief van die Kroon is en dat die vergunning daarvan aan 'n munisipaliteit aan laasgenoemde 'n eksklusiewe reg gee om binne sy gebied 'n mark te hou. Die posisie is weer oorweeg in Port Elizabeth Municipality v. Alliance Warehouse Co. (1923 J.D.R. 139), maar daar is nie uitsluit sel gegee nie.

Dit word tans erken dat wanneer hierdie vraag beslis word, die Romeins-Hollandse Reg geld. Volgens hierdie Reg was die oprigting van sekere tipes markte (die nundinae) die reg van die princeps. Vir ander markte van mindere status (genoem mercatus) was hierdie verlof nie nodig nie. Baie Romeins-Hollandse gesaghebbendes onderskei nou tussen die groter marke (of nundinae) vir die hou waarvan die princeps se toestemming nodig was en die mercatus waarvoor dit nie nodig was nie. As munisipale marke nou mindere marke is wat deur

1) Van Winsen e.a., op.cit., p.43.

2) Loc. cit.

private persone gehou kan word, dan is die reg wat aan munisipaliteite oorgedra word, nie eksklusief nie. Indien munisipale marke egter in die kategorie van die nundinae val, sou die reg van munisipaliteite om marke op te rig, eksklusief wees ¹⁾.

In die saak Johannesburg City Council v. Farrell Bros. ²⁾ het die Hof bevind dat dit intra vires die magte van 'n Provinsiale Raad is om die reg om marke op te rig aan munisipaliteite te deleger en dat 'n ordonnansie te dien effekte geldig is, mits dit nie in stryd is met 'n wet van die sentrale regering nie.

In hierdie verband kan die slotsom van die Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, ook genoem word, naamlik: "Op geskiedkundige en wetlike gronde asook om praktiese redes, glo u kommissie dat plaaslike besture die alleenreg het en moet hê om produkte-marke binne hul regsgebied op te rig en te dryf; en u kommissie beveel derhalwe aan dat die nodige maatreëls getref word om hierdie beginsel wetlik te bestendig, en om die hou van private marke te verbied" ³⁾. Die Kommissie beveel dan aan dat die beheer in die hande van plaaslike besture gelaat moet word ⁴⁾.

Die feitelike posisie is dus tans dat daar geen wetgewing bestaan wat private instansies verbied om marke op te rig in mededinging met munisipale marke nie. Munisipaliteite het egter die mag om self die oprigting van sodanige marke te verbied

1) Van Winsen e.a., op. cit., p. 43.

2) 1939 W.L.D. - nie gerapporteer in amptelike verslae nie, maar 'n uittreksel van die toepaslike deel van die uitspraak is aangehaal in 1940 A.D. verslae, p. 113. Kyk ook Van Winsen e.a., op. cit., p. 433.

3) Op. cit., par. 47.

4) Id., par. 46.

by wyse van plaaslike verordeninge.

Die Hof het ook beslis dat die mag om 'n mark te hou, die reg insluit om smouse te verbied om op die mark te verkoop (Ishingiti v. Johannesburg Municipality, 1928, T.P.D. 333) en om die verskaffing van verversings op 'n mark deur enigiemand anders as die huurder van 'n kafee op die mark, te verbied.

Die Kaapse Hoërhof het in Municipality of Willowmore v. Matthews (8 s.c. 20) tot die gevolgtrekking gekom dat 'n munisipaliteit deur 'n gewone besluit 'n markmeester kan beveel om botte te reël. Hierdie beslissing moet gelees word as onderworpe aan die Volksraadswette hoërop genoem.

Nadat die wetlike posisie van 'n munisipale mark nou ontleed is, is dit nodig om aandag te gee aan die rol wat verskillende persone speel in die werking van 'n mark. Dit word onder punte D en E gedoen.

D. Die markpersoneel.

1. Algemeen.

Die plaaslike owerheid verskaf die perseel waarop en die geboue waarin die markbedrywighede plaasvind. Aan die hoof van die mark staan die markmeester, wat, onder huidige wetgewing, deur die plaaslike owerheid aangestel word en aan wie hy verantwoording verskuldig is. Die magte en pligte van die markmeester word by regulasie voorgeskryf en sy wetlike verhouding met die koper en verkoper hang van die bevoording van die regulasies af. Na aanleiding van die bevoording van die regulasies van die Johannesburgse Munisipaliteit, het die Hof byvoorbeeld in Dinner v. Versenut Bros. (1922 T.P.D. 115, p.119) beslis dat die markmeester nie die agent was van die koper of verkoper nie, maar 'n publieke amptenaar.

2. Pligte van die markmeester.

Die pligte wat gewoonlik deur plaaslike bestuursliggame aan 'n markmeester opgedra word, sluit die volgende in: Hy is verantwoordelik vir die ordelikheid en netheid van die mark; hy moet toesien dat markure nagekom word, dat alle gelde wat die markowerhede toekom, korrek gevorder word en dat alle onderhandelings behoorlik geskied. Verder moet hy toesig hou oor die afslaers wat alleenlik of met behulp van 'n kontroleklerk aanspreeklik gehou word vir die juistheid van elke verkoping. Die markmeester moet toesien dat elke koper die korrekte bedrag betaal en dat elke verkoper (of sy agent) die juiste bedrag wat hom toekom, ontvang (na aftrekking van markgelde en ander toelaatbare aftrekkings) tesame met die markbriewe wat die besonderhede van elke aparte onderhandeling aandui.

Die markmeester is in die eerste plek dus daar om die verkoping self te reël en te beheer en om die markverordeninge en die algemene markbeleid van sy Stadsraad uit te voer. Die Raad moet wel op hom kan steun vir aanbevelings en advies, maar dit lyk nie asof van hom verwag kan word om beleidsveranderinge of hervormings teweeg te bring nie. Die Raad moet self duidelik weet wat hy wil hê en moet self sy markbeleid en die algemene praktiese prosedure vaslê en dan die markmeester oor die algemeen vryheid gee om op eie verantwoordelikheid te handel. Die markmeester moet by magte wees om sonder aansien des persoons die belange van die mark te dien. Dit beteken ook dat hy die mag moet hê, waar praktiese omstandighede dit vereis, om die letterlike strengheid van 'n regulasie te versag¹⁾, en hy moet verseker wees dat hy volle amptelike

1) Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, op. cit., par. 133.

ondersteuning geniet by die toepassing van alle verordeninge¹⁾. As sy Raad (of Markkomitee) nie genoeg vertroue in hom het om hierdie wye selfstandigheid aan hom toe te vertrou nie, dan het die Raad nie die regte man aangestel nie, en moet die Raad die skuld daarvan dra²⁾. Verder is dit belangrik dat 'n Raad nie enige verantwoordelike of senior amptenaar in dié pos sal aanstel nie, maar dat die kandidate behoorlik gekleur word en dat 'n persoon uit 'n ander stad of dorp aangestel moet word indien plaaslik nie 'n honderdpersent geskikte persoon beskikbaar is nie³⁾. Dit is so dat die suksesvolle werking van 'n mark grotendeels afhanklik van die persoonlikheid en bekwaamheid van die markmeester is.

Behalwe die pligte wat deur plaaslike regulasies aan die markmeester opgedra mag word, word sekere wetlike pligte ook vir hom voorgeskryf, veral deur Wet Nr. 22 van 1925, wat later deur Wet Nr. 37 van 1956 hernieu is. Wanneer die markmeester as afslaer van landbouprodukte optree, moet hy dadelik na afloop van die veiling 'n verkoopbrief opstel en aan elke koper oorhandig of stuur wat byvoorbeeld besonderhede moet bevat aangaande hoeveelheid verkoop, prys behaal, koper, aftrekkings en netto bedrag verskuldig. Die gee van geheime rabatte, die weiering van botte (tensy met goeie grond, waarvan die bewyslas op hom rus), die verkoping aan homself of aan persone met wie hy tesame sake doen en die aftrekking van ander as die voorgeskrewe aftrekkings van die opbrengs, word verbied.

'n Ander uiters belangrike funksie van 'n markmeester

1) Kommissie op Munisipale Marke, Tvl., 1939, op. cit., par. 138.

2) Id., par. 81.

3) Id., par. 82.

is om op te tree as agent van afwesige produsente wie se produkte hy vir verkoop ontvang, oor wie se belange hy moet waak en aan wie hy die netto opbrengs uit verkopings stuur. Waar die markmeester aldus as agent van die verkoper optree, moet behalwe die markgeld ook agentskapgeld deur die produsent betaal word. Die markmeester se agentskap kan van groot waarde vir 'n mark wees en behoort volgens behoorlike handelsbeginsels georganiseer te wees. Uitvoerige advies omtrent verkopings en die betaling daarvoor moet sonder versuim aan produsente gestuur word¹⁾. Op die kleiner stedelike marke en op alle plattelandse marke word alle verwyderde produsente se besittings deur die markmeester as agent behartig. Die markmeester is vrygestel daarvan om die sekuriteit te stel wat gewoonweg deur die wet van agente of afslaers wat landbouprodukte verkop, vereis word (wet nr. 2 van 1961, art. 18); ook hoef hy nie as agent geregistreer te word kragtens wet nr. 2 van 1961 nie(art 2(i)).

Die markmeester skakel ook met verskeie statutêre liggame en Rade teenoor wie hy verantwoordelikhede het. Hier kan kortliks genoem word die Ertappel-, Eier-, Droëbone- en Uiebeheerrade, die Sagtevrugteraad, die Afdeling Kommoditeitsdienste, die Direkteur van Natuurbewaring en die Departement van Landbou-ekonomie en -bemarking.

3. Kwalifikasies van die markmeester.

Die Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, het tot die slotsom gekom dat stadsrade die markbeampies min of meer in dieselfde lig beskou as wat stadstesouriers of stadsingenieurs gewoonlik beskou word, dit wil sê as persone wat sekere bepaalde kwalifikasies moet besit; maar hulle het tot

1) Vergelyk Kommissie op Munisipale Marke, Tvl., 1939, op. cit., par.126, 137.

die oortuiging geraak in die loop van hulle ondersoek dat die beste papierkwalifikasies nie noodwendig 'n waarborg is van bevoegdheid as markmeester nie¹⁾. Behalwe deeglike kennis en ervaaring van die probleme van produkte marke, lyk dit asof natuurlike aanleg vir die werk, gevatheid, beslistheid en 'n slag met mense, die belangrikste kwalifikasies vir markmeesters (en hulle meer verantwoordelike assistente) is²⁾.

4. Die Instituut van Markmeesters van Suid-Afrika (Geïnkorporeer).

Die doel van hierdie organisasie is om doeltreffendheid van munisipale marke en by bemarking te bevorder. Die doel word hoofsaaklik nagestreef deur die hou van jaarlikse kongresse, waar referate oor aktuele onderwerpe deur deskundige persone uit eie geledere of van buite, gelewer word; deur die verspreiding van inligting in verband met munisipale marke en bemarking na buite, deur die afneem van eksamens vir toelating tot die Instituut, deur die toekenning van studiebeurse en deur die verskaffing van 'n forum vir gedagtewisseling oor sake rakende bemarking.

5. Afslaers, klerke, kruiers.

Soos hierbo terloops gemeld, word die markmeester bygestaan deur afslaers en /of klerke (afhangende van die grootte van die mark) en kruiers wat vir die uitstalling en rondkariwei van produkte op die markvloer moet sorg. Al hierdie persone se pligte word deur die markmeester gereël en hulle staan onder sy direkte beheer. Veral die afslaers beklee 'n belangrike pos, aangesien hulle direk met die kopers in verbinding is en sodoende die beeld van die mark na buite kan

1) Op. cit., par. 81.

2) Loc. cit.

beïnvloed. Met elke afslaer behoort 'n junior boekklerk saam te werk wat die transaksies aanteken - dit is 'n groot hulp aan die afslaer, bespoedig veilings en verskaf terselfdertyd aan die junior uitstekende opleiding as toekomstige afslaer¹⁾.

E. Markagente.

Op die groter marke, wat hoofsaaklik groothandelmarke geword het, is die agentskapwerk van die markmeester in 'n groot mate deur beroepsmatige markagente oorgeneem. Hierdie agente se registrasie en werksaamhede word deur die Wet op Verkoop van Bederfbare Produkte, 1961 gereël en plaaslik bevat munisipaliteite se markregulasies gewoonlik ook bepalinge wat op markagente van toepassing is. Die werksaamhede van die agente het ontstaan uit die feit dat die verwyderde produsent behoefte daaraan het dat iemand sy belange op die mark sal behartig.

1. Funksies van markagente.

Die hoof funksie van die markagent is om toe te sien dat alle produkte wat deur produsente aan hom gestuur word vir verkoping, so op die mark uitgestal word dat dit die aandag van voornemende kopers sal trek en dat die hoogs-moontlike pryse onder heersende omstandighede daarvoor behaal word. Om aan hierdie funksie uitvoering te gee neem die agent ook verkoopsmanne in diens wat op die markvloer optree. Die agent ontvang 'n vaste persentasie kommissie op verkope en hoe hoër die pryse is wat behaal word, hoe meer is sy kommissie en hoe meer tevrede is die produsent. (Produsente behandel die agent se aftrekkings en die markgeld as 'n deel van hulle bedryfskoste). Die agent is in die eerste plek dus nie gemoeid met die verbruiker se belange nie. "So we now have it that the main

1) Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, op. cit., par. 87,111.

function of the Agent was to obtain the highest possible price for the producer client¹⁾.

Benewens hierdie hoof funksie lewer die agent ook ander of hulpdienste aan die produsent²⁾, naamlik:

a. Herversending. Wanneer 'n bepaalde mark oorvoer is met 'n bepaalde soort produk en pryse deal, versend agente soms, met die produsent se toestemming, besendings na ander marke waar pryse gunstiger mag wees. Hierdie werksaamhede neig om pryse te nivelleer.

b. Uitvoering van plattelandse bestellings. Agente voer ook soms bestellings van plattelandse handelaars in vrugte en groente uit en voorsien boere van saadaartappels teen betaling van 'n kommissie op die inkoopprys. Die teoretiese regverdiging hiervoor bestaan daarin dat dit die vraag op die mark stimuleer en dus ook daartoe bydra dat hulle hulle hoof funksie doeltreffender kan uitvoer.

c. Kontantvoorskotte aan produsente. Dit is algemene praktyk onder agente om kontantlenings aan kliënte toe te staan vir lone, kapitale verbeterings, aankoop van implemente, saad en kunsmis, voertuie en selfs grond. Agente vorder gewoonlik nie rente op dié lenings nie en die lenings word gewoonlik gedelg by wyse van aftrekkings van die opbrengs van besendings wat aan die agent versend word.

d. Voorsien plaasbenodigdhede. In baie gevalle word agente deur hulle kliënte gevra om saad, misstowwe, verpak-

1) Cape Town Market Agents Association. "Marketing of fresh produce on the Cape Town municipal market through the medium of market agents", referaat, p.3.

2) Fischer. An economic analysis of the supply and distribution of fruit and vegetables at four terminal markets in the Union of South-Africa, 1947/48, p.110.

hingenmateriaal en selfs gereedskap en huislike benodigdhede vir hulle te koop. Dikwels kom hierdie transaksies ook daarop neer dat die agent korttermynkrediet aan die produsent toestaan.

Daar kan dus goeie rede bestaan waarom produsente liever van die dienste van markagente as van die agentskapswerk van die markmeester gebruik maak. Die agente lewer oor die algemeen nuttige werk en die Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, het ook geen rede gesien waarom dié stelsel afgeskaf moet word nie¹⁾.

Nietemin is dit 'n feit dat die gees van agterdog wat by baie produsente teenoor agente heers, nie heeltemal ongegrond is nie. Daar het byvoorbeeld gevalle van werklike misbruike deur agente onder die aandag van ondersoekkomitees gekom en dié wanpraktyke was dikwels die gevolg van die feit dat daar nie behoorlike uitvoering aan die betrokke wette en regulasies gegee is nie. In die jongste tyd veral het 'n reeks bankrotskappe onder agente, wat produsente groot geldelike verliese berokken het, opnuut die produsente se vertroue geskok.

2. Die Instituut van Markagente van Suid-Afrika (Geïnkorporeer).

Hierdie liggaam is in 1945 geregistreer en bestaan uit die ledegroep-agente by die verskillende eindpuntmarke. Die liggaam het streng reëls aangaande die professionele gedrag van lede en 'n hoë standaard van integriteit word van lede en hulle werknemers vereis.

F. Samevatting.

Marke staan in Suid-Afrika onder die direkte beheer van plaaslike owerhede soos stadsrade, munisipaliteite en gesondheidskomitees, maar hierdie owerhede is hierin ook onderhewig aan kontrole van die Provinsiale Raad. Dit kom in hoofsaak

1) Op. cit., par. 231.

daarop neer dat die Provinsiale Raad alle regulasies wat onder andere in verband met markaangeleenthede deur plaaslike besture opgestel word, moet goedkeur. Die teenstrydigheid is egter dat die Provinsiale Administrasie, in teenstelling met plaaslike besture, oor geen ervare en opgeleide markpersoneel beskik nie. Hoe kan die Provinsiale Administrasie plaaslike owerhede dan adviseer in verband met belangrike markaangeleenthede? Die Provinsiale Administrasie is nie daartoe opgewasse om die geskikste metode van organisasie te bepaal of om leiding te gee oor hoe 'n mark gehou moet word om die algemene belang die beste te dien nie.

Daarom bestaan daar na aanleiding van die Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, se aanbevelings¹⁾, tans, met menige uitsonderings, by die groter marke Markadvieskomitees waarop produsente, verbruikers en markowerhede sitting het. Hierdie komitees werk in noue voeling met die betrokke plaaslike besture.

Verder het die Munisipale Marke-ondersoekkomitee tot die oortuiging geraak dat aangesien die Minister van Landbou verantwoordelik was vir die bepaling van beleid ten opsigte van die produksie en bemarking van bederfbare plaasprodukte en weens die feit "dat die bemarking van bederfbare plaasprodukte beslissende eienskappe aangeneem het"²⁾, daar 'n ernstige behoefte by produsente, munisipaliteite en verbruikers aan koördinering van hulle gemeenskaplike belange bestaan het. Met dié doel voor oë is die daarstelling van 'n Uniale Adviseerende Markeraad sterk aanbeveel - 'n raad waarop alle belanghebbende instansies verteenwoordiging moes hê. Die gevolg

1) Op. cit., par. 39.

2) Verslag (1953), par. 56.

hiervan is dat daar tans 'n Nasionale Marke-Adviesraad bestaan wat plaaslike besture in 'n raadgewende hoedanigheid met betrekking tot marksake, namens belanghebbende partye, bystaan. Nie die Markadvieskomitees of die Nasionale Marke-adviesraad besit meer as adviserende magte nie en skakel gevolglik nie alle probleme wat uit die Provinsiale beheer spruit, uit nie.

--oOo--

HOOFSTUK 3.MUNISIPALE MARKE: 'n ALGEMENE BESKOUING (VERVOLG).A. Inleiding.

In hierdie hoofstuk word die agtergrondstudie van munisipale marke voortgesit deur agtereenvolgens die aandag te bepaal by die funksionering van die marke, botsende beskouinge oor munisipale marke en leemtes in munisipale bemerking uit die oogpunt van die markpersoneel en van produsente. Ten slotte word 'n toekomsblik oor munisipale marke gegee.

B. Die funksionering van munisipale marke.1. Markfasiliteite.

Die instelling waarna in die algemene spraakgebruik as die "munisipale mark" verwys word, bestaan gewoonlik uit verskeie vertakkings of fasiliteite wat kopers en verkopers in staat stel om in landbouprodukte handel te dryf. 'n Munisipale mark kan uit die volgende fasiliteite bestaan:

(a) Die boeremark.

(b) Die veilingsmark.

(c) Winkels, stalletjies en kantore wat deel van die markgeboue uitmaak en wat aan buitestaanders verhuur word teen 'n vasgestelde maandelikse huur en die sake waarvan nie onder toesig van die markmeester staan nie; terwyl die huur 'n inkomste vir die mark verteenwoordig. Die huurders van die winkels en stalletjies verkoop vars produkte by die kleinmaat, maar sommige doen sake in 'n groot verskeidenheid produkte soos vleis, vis, kruideniersware, saad en selfs ysterware. Wat die soort sake betref, het hierdie winkels en stalletjies somtyds dus weinig in gemeen met die munisipale mark.

(d) Kantore vir die gebruik van die markpersoneel en parkeerruimte en op- en aflaaiplekke vir kopers en verkopers

wat die mark besoek.

Vervolgens sal die boeremark en die veilingsmark in meer besonderhede behandel word.

2. Die boeremark.

(a) Uit-die-handverkope: algemeen. Alhoewel die veilings ongetwyfeld die belangrikste deel uitmaak van die sake op munisipale marke, verskaf die meeste marke ook geleentheid vir verkopings uit die hand deur produsente - vandaar die benaming "boeremark". Hierdie vorm van verkoop dagteken uit vroeër bedelinge toe produsente of handelaars hulle goedere persoonlik na 'n mark gebring het en toegelaat is om dit aan die stadsbewoners te verkoop teen betaling van 'n markgeld aan die markgesag. So betaal produsente wat hulle produkte persoonlik na die mark bring ongeag die opbrengs 'n vaste bedrag per voertuig, of vir die gebruik van 'n sekere ruimte op die mark of op tafels wat spesiaal verskaf word, of 'n sekere persentasie van die opbrengs, en het hulle die reg om te verkoop soos en aan wie hulle wil. Gereelde leweransiers huur soms tafels of ander ruimte per maand, maar vanweë die seisoensgeaardheid van landbouproduksie is sodanige persone soms verplig om buitenseisoense produkte te koop as hulle gedurig op die mark wil sake doen.

Oor die algemeen verskil die produkte wat uit die hand verkoop word ietwat van dié wat gereeld in die veilingsafdeling verkoop word. Dit is gewoonlik vars produkte, veral groente en blomme, wat uit voorstedelike tuine of van plase in die onmiddellike omgewing van die stad bemark word. Wanneer 'n kweker wat op dié wyse uit die hand verkoop, taamlik groot hoeveelhede verhandel, kom sy markgeld op baie minder te staan as wat die kommissie wat op persentasiebasis in die veilingsafdeling gevorder word, bedra.

In die dae van dierevervoer het die produsent naby die mark wat hoofsaaklik uit die hand verkoop het, die gewoonte gehad om in die nag of baie vroeg in die oggend na die mark te reis. Mededinging onder produsente sowel as kopers om die eerste kans te kry, was waarskynlik die rede waarom verkopings al vroeër begin het. Ook was dit vir voorstedelike venters wat hulle produkte van die mark verkry, belangrik om hulle produkte vroeg te bekom. Om verkoop buite die mark te voorkom, wat verlies aan inkomste sou meebring, moes die markowerheid 'n vroeë uur vir die opening van die mark vasstel. Die Kommissie het egter die beginsel neergelê ¹⁾ dat alle produsente gelyke behandeling en gelyke voorregte op 'n openbare mark kan eis, en hoewel hy nie ten gunste is van die afskaffing van die ou gevestigde regte tot verkopings uit die hand wat bona fide produsente geniet wat hulle eie produkte na die mark bring nie, het die Kommissie tog besluit dat produsente wat die veilingsafdeling van produkte voorsien, nie as gevolg van hierdie stelsel in 'n minder gunstige posisie geplaas moet word nie. Derhalwe het die Kommissie aanbeveel dat verkopings uit die hand en per veiling gelyktydig moes begin ²⁾.

(b) Uit-die-handverkope deur kopers. Behalwe hierdie tradisionele en gewettigde manier van verkoping uit die hand is daar egter 'n ander vorm van uit-die-handverkope wat allereens streng afgekeur word. Dit is naamlik die praktyk op sekere markte dat groot kopers hele besendings produkte opkoop (omdat daar nie behoorlik voorsiening gemaak is vir die kleinhandelaar nie, volgens laasgenoemde se eie bewering) en dit dan weer eenheidsgewys op die markvloer teen 'n groot wins aan die

1) Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, op.cit. par. 119.

2) Loc. cit.

verbruiker verkoop, somtyds terwyl die veiling nog aan die gang is. Hierdie gebruik het tot gevolg dat verbruikers en produsente hulle vertroue in die mark verloor en Fischer haal ook verskeie ander redes aan ¹⁾ waarom dit 'n ongesonde toestand van sake is, te wete:

1. Dit verminder die aantal kopers wat die veiling bywoon en mededinging ly daaronder.

2. Spekulasie word aangemoedig want die koper kan teen betaling van 'n geringe fooi onverkoopte goedere laat oorstaan en dit die volgende dag op die veiling plaas.

3. Goedere wat oornag op die vloer gelaat word, neem ruimte in beslag wat nuwe besendings kon gehuisves het.

4. Verkoopte besendings wat op die markvloer gelaat word, gee 'n wanindruk van die beskikbare hoeveelhede en neig om pryse af te dwing.

5. Onverkoopte goedere wat die volgende dag weer aangebied word op die veiling, beding baiekeer 'n voordeliger uitstallingsposisie ten koste van nuwe besendings.

6. Onverkoopte goedere van 'n lae gehalte wat die volgende dag weer aangebied word, wek by kopers die indruk dat die aanbod van 'n swak gehalte is, en dit laat pryse daal.

7. Kopers wat op die mark verkoop, het 'n onbillike voorsprong op groothandelkopers wie se sakepersone elders is. Eersgenoemde se bokoste is aansienlik laer en hulle trek voordeel uit die konsentrasie van kopers op die mark.

8. Twee pryse wat mededingend teenoor mekaar staan, ontstaan soms op so 'n mark indien die veilingspryse skerp sou styg op 'n volgende dag.

1) Op. cit., p. 87.

(c) Uit-die-handverkope deur agente. Markagente verkoop soms uit die hand op die veilingvloer van sommige markte ¹⁾ (selfs waar die markverordeninge dit belet) en wel om die volgende redes:

1. Kopers is nie in staat om veilings wat gelyktydig gehou word by te woon nie en die agent wat hiervan bewus is, hou die produkte in om dit later voordeliger uit die hand te verkoop aan kopers wat hy in gedagte het.

2. Kopers kom laat op die mark aan en het min tyd; om nie 'n kans op 'n verkoping te mis nie, verkoop agente dan onverkoopte goedere uit die hand.

Teen uit-die-handverkope deur agente, kan, indien dit 'n aansienlike omvang aanneem, dieselfde beswaar geopper word as wat die Kommissie teen onderhandse verkopings op private marke inbring ²⁾ (en wat trouens teen enige vorm van uit-die-handverkope gehou kan word) naamlik dat dit lei tot desentralisasie van aanbod en mededinging tussen verkopers in plaas van tussen kopers laat ontstaan.

3. Die veilingmark.

(a) Algemeen. Verkopings per publieke veiling is die gebruikelike verkoopsmetode op munisipale marke in Suid-Afrika. Die markmeester of sy ondergeskikte amptenare is die amptelike afslaers wat verantwoordelik is vir die funksionering van die veilingstelsel. Die stelsel van publieke veiling bied 'n groot mate van veiligheid aan sowel produsent as koper en dit is die enigste stelsel waarvolgens die verhouding tussen vraag en aanbod met juistheid in die prys uitdrukking vind ³⁾.

1) Fischer, op. cit., p. 87.

2) Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, op. cit., par. 89.

3) Vergelyk ook Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, op. cit., par. 88; en Van Muiswinkel, Handel, Markt en Beurs, p. 128 - 39.

Die prosedure by die veiling van landbouprodukte word tans deur Wet nr. 37 van 1956 gereël. Daar is byvoorbeeld bepaal dat die goedere van elke produsent apart verkoop moet word tensy die produsent anders gelas; die veilingsprosedure word gereël en dit word gemeld dat indien 'n koper se bod as die hoogste aanvaar word, hy soveel eenhede kan neem as wat hy verkies, selfs die hele besending. Wanneer die afslaer geen botte ontvang nie, kan hy meer as een eenheid tegelyk opveil. Die Wet bepaal verder dat die afslaer van die voorgeskrewe prosedure mag afwyk as hy daartoe gelas word deur die eienaar van die produkte of deur sy agent. Wettiglik kan die produsent of sy agent die afslaer dus gelas om nie botte vir enkele eenhede aan te neem nie, of om nie botte onder 'n sekere prys vir enkele eenhede aan te neem nie of om glad nie te verkoop nie. Daar mag dus 'n reserweprys gestel word. Om ophoping te voorkom, bevat markregulasies gewoonlik bepalinge te dien effekte dat onverkoopte produkte onmiddellik na die veiling van die markvloer verwyder moet word, so nie kan bergingsgeld gevorder word; of daar word 'n heffing weens "nie-verkoop" op goedere wat ingehou word, geplaas.

Die nuttigheid van veilings, veral uit die oogpunt van produsente wat nie teenwoordig is nie, hang hoofsaaklik af van die veilings se vermoë om die grootste moontlike egte kompetisie tussen kopers daar te stel. Dit wil sê, die prys moet 'n juiste weergawe van die verhouding tussen vraag en aanbod wees. Aangesien die produsent oor die algemeen - veral ook weens die bederfbaarheid van die produkte - die swakste party is, behoort hy die versekering te hê dat die kopers werklik verplig is om teen mekaar te bide, en dat hulle nie in 'n posisie is om verkopers (deur hulle agente) teen mekaar af te speel nie.

(b) Voordele verbonde aan veilingstelsel: Die metode van verkoping deur publieke veiling maak aanspraak op verskeie welbekende voordele naamlik ¹⁾:

i. Openbare veilings skep vertroue omdat kopers en verwyderde verkopers weet watter pryse behaal word.

ii. Groot hoeveelhede produkte vind vinniger hul weg na verbruikers as wat deur private verkopings die geval sou wees.

iii. Deurdat vraag en aanbod teenoor mekaar gestel word, ontstaan 'n prys waarteen die produkte afgeset word.

iv. Die veilingskoper moet op besendings soortgelyk aan dié wat hy gekoop het, bly ten einde sy belange te beskerm.

v. Beskikbare voorrade word dag vir dag alles verkoop en dis op die langtermyn die voordeligste.

vi. Kleinhandelaars weet wat groothandelaars betaal het en kan sodoende laasgenoemde se wins beperk.

vii. Minder verkoopsmanne is nodig as by private verkopings.

viii. 'n Wye keuse word aan die verbruiker gebied.

ix. Behaalde pryse kan maklik en presies gerapporteer word.

(c) Kritiek op die veilingstelsel: Die Komitee van Onderzoek na Markagente (1956) koester bedenkinge teen die huidige werking van die veilingstelsel op munisipale markte. In die Komitee se verslag (gepubliseer in April 1957), word onder andere die volgende gemeld: Die doeltreffendheid van veilings as 'n verkoopmetode van bederfbare landbouprodukte hang grotendeels af van die mate waarin dit mededinging

1) Fischer, op. cit., p. 90.

tussen kopers bewerkstellig. Op sommige marke gebeur dit dat slegs een of twee kopers uit 'n groep wat die verkoping bywoon, bly, terwyl transaksies in ander gevalle plaasvind waar net een of twee kopers aanwesig is, met die gevolg dat die primêre vereiste van 'n suksesvolle veiling ontbreek. Soms word pryse selfs bepaal deur persoonlike bedinging tussen verkoopsmanne en kopers wat prakties gesien, feitlik op 'n verkoping uit die hand neerkom. Getuies voor die Komitee het daarop gewys dat daar volgens hulle oordeel soms groter mededinging onder die agente se verkoopsmanne as onder die kopers self is.

'n Ander gebruik wat volgens bogenoemde Komitee meewerk om die mededinging onder kopers te beperk en in 'n sekere sin as ringvorming bestempel kan word, is die gebruik wat op sommige marke voorkom (hoewel dit deur die markregulasies verbied word) dat een groter koper 'n groot hoeveelheid van die produk koop en dit daarna op die markterrein weer aan kopers verkoop. Hierdie praktyk onderstreep die feit dat daar by sommige kopers die neiging bestaan om, hoewel hulle almal op die mark teenwoordig is, dit aan een koper oor te laat om die besondere produk wat hulle nodig het, te koop. Die rede of voorwendsel wat gewoonlik hiervoor aangevoer word, is dat die klein koper nie oor die nodige kontant beskik nie en dat die groot koper dan die nodige uitstel vir betaling aan die kleineres gee. 'n Ander moontlike oorweging mag wees dat konkurrensie doelbewus op dié wyse beperk word. Selfs indien die gebruik op 'n mark deur strenger toesig voorkom sou word, sou dit nie noodwendig verhoed dat dit nog toegepas word nie, gesien die onderverdeling eenvoudig buite die markterrein kan plaasvind.

Die kritiek op die publieke veiling as verkoopmetode van

bederfbare landbouprodukte, kan vervolgens soos volg opgesom word ¹⁾:

i. Kopers wat moet wag vir die veiling van die produkte waarin hulle belangstel, verkwis tyd.

ii. Die veiling mag as dumpingsplek vir goedere van lae gehalte gebruik word en dit het 'n neerdrukkende invloed op pryse.

iii. Op klein marke geniet veilings nie die nodige ondersteuning nie en dit mag lei tot lae pryse.

iv. Deur die verkoping oor 'n paar dae te verleng, mag op 'n private mark of verkoping beter pryse behaal word.

v. Die stelsel van publieke veiling lei tot 'n kopersmark aangesien die kopers goed ingelig is aangaande die beskikbare voorraad.

vi. Deur ringvorming mag kopers in staat wees om pryse te beheer of te beïnvloed.

(d) Vereistes vir die doeltreffende funksionering van die veilingstelsel.

Die Suid-Afrikaanse Oorsese Sending insake die Bemarking van Vrugte en Groente het op grond van sy waarnemings en inligting wat hy tydens sy ondersoek ingewin het, tot die gevolgtrekking gekom dat, wat die groothandelverkope van vrugte en groente betref, die volgende toestande moet heers, voordat verkoop per veiling aanbeveel kan word ²⁾:

i. 'n Voldoende aantal kopers moet deurentyd die veiling ondersteun en sodanige die nodige nededinging meebreng om te verseker dat die pryse wat behaal word, 'n juiste weergawe van die vraag is.

1) Fischer, op. cit., p. 91.

2) Die Suid-Afrikaanse Oorsese Sending insake die Bemarking van Vrugte en Groente, 1956. Verslag, par. 568.

ii. Ten einde die blywende belangstelling en ondersteuning van 'n groot aantal kopers te verseker, is dit noodsaaklik dat 'n groot genoeg volume goedere van die gehalte wat deur die kopers benodig word, op so 'n wyse vir verkoop aangebied word dat kopers nie onnodig tyd hoef te bestee in hulle pogings om die produkte wat hulle benodig, te verkry nie.

iii. Ten einde laasgenoemde toestand te bewerkstellig, is dit noodsaaklik dat bieëry op die veiling gou en glad sal verloop deur gebruikmaking van ervare afslaers of meganiese metodes, soos die Hollandse "klok"-stelsel.

iv. Ten einde die laasgenoemde toestand te verseker, is dit noodsaaklik

a. dat die kopers bekwaam en ervare moet wees en in staat om vinnig besluite te neem.

b. dat geen kontant tydens veilings hanteer moet word nie, aangesien dit die transaksies sal vertraag.

c. dat die veilingsowerheid gevolglik verantwoordelikheid teenoor die verkopers ten opsigte van uitbetalings aanvaar, en

d. dat as gevolg hiervan slegs kopers wat in goeie aansien by die veilingsowerheid is, toegelaat moet word om te bie en te koop.

Getoets aan hierdie vereistes (veral 2-4), skiet die Suid-Afrikaanse markte ver te kort en dit stel die probleem van kleinhandel teenoor groothandel op veilingsmarke aan die orde.

(e) Kleinhandel of groothandel? "Een van die grootste vraagstukke wat u Kommissie moes behandel, was die moelikheid om by veilings op munisipale markte die belange van

die koper vir huisverbruik en dié van die handelskoper te versoen" ¹⁾. "..... een van die vernaamste probleme wat markowerhede moet bekamp, (is) die versoening tussen die belange van kopers van voorrade vir huisgebruik en kopers wat handel dryf" ²⁾.

Hierdie twee aanhalings wat uit 1939 en 1964 onderskeidelik dateer, dui duidelik op 'n onopgeloste probleem. Verbruikers meen dat die gangbare verkoopsprosedures hulle nie 'n redelike geleentheid gee om voorrade aan te skaf op die veilingsmark, waarin hulle as belastingbetalers deel het, nie. Baie produsente reken ook dat verbruikers gewillig sal wees om meer vir hulle produkte te betaal as handelaars, indien veilings gereël sou word om in die behoeftes van die verbruikers te voorsien. Aan die ander kant betoog persone met 'n meer kommersiële kyk op sake (waaronder produsente en beamptes van die Departement van Landbou) ³⁾ dat sodra groot voorrade op 'n mark afgeset moet word, vinnige verkoop noodsaaklik word, aangesien handelskopers wat groter hoeveelhede as die private huishouer nodig het, nie kan bekostig om al die tyd te wag wat nodig sal wees wanneer private kopers, wat traag bie, die eerste kans om te koop moet kry nie.

'n Onderzoek wat gedurende 1958/59 deur die Departement Handel van die Witwatersrandse Universiteit op die

- 1) Kommissie op Munisipale Marke, Tvl., 1939, op. cit., par. 90.
- 2) Churchill. "Geriewe vir die aankoop van die klein hoeveelhede op ons Nasionale Markte en die uitwerking daarvan op grootmaataankope", referaat, par.1..
- 3) Kommissie op Munisipale Marke, Tvl., 1939, op. cit., par. 90.

Johannesburgse mark uitgevoer is op versoek van die Stadsraad, beklemtoon ook die noodsaaklikheid van die bespoediging van veilings. In die verslag word naamlik onder andere tot die slotsom gekom dat aangesien pryse deur 'n wisselwerking van vraag en aanbod bepaal word, en aangesien vraag en aanbod selfs in die baie kort termyn aansienlik mag wissel op 'n munisipale mark, dit 'n voorvereiste vir die doeltreffende werking van 'n mark is dat verkopings in 'n kort tydsebestek gekonsentreer word.

Dit is so dat kopers van klein hoeveelhede aarselende kopers is omdat hulle nie die handelswaarde van produkte besef nie. As hierdie kopers, wat slegs 'n baie klein gedeelte van 'n groot besending kan koop, éérs bevredig moet word, kan dit 'n baie nadelige uitwerking hê op die uiteindelijke gemiddelde prys wat vir 'n groot besending behaal word. Wanneer die voorrade op 'n mark groot afmetings aanneem, word die groothandelverkope op so 'n mark gevolglik van oorwegende betekenis. Selfs indien verbruikers in groot getalle die mark op een of meer dae per week sou besoek om produkte direk aan te koop, sou dit nog onmoontlik wees om groot voorrade af te set deur enkele eenhede aan te bied soos benodig deur verbruikers - buitendien sou dit 'n onredelike lang tyd neem en meer afslaaers sou nodig wees. "Die huidige munisipale mark is dus, kortliks gestel, nie meer in die eerste plek 'n plek waar die besige huisvrou 'n bossie wortels of 'n dosyn eiers van die boer wat net buite die dorp woon, kan koop nie. Die munisipale mark is hoofsaaklik 'n plek waar grootmaatvoorrade wat per spoor of per vragmotor uit verskillende dele van die land ontvang word, van eienaar verwissel" ¹⁾.

1) Thurgood. "Enige opmerkings oor die verskil in die produsente - en verbruikerspryse van vrugte en groente", referaat, par. 24.

Dit wil nie sê dat kleinhandeltransaksies nie op die veilingsmark kan plaasvind nie. Dit kán gebeur, en gebeur wel, maar op die groter marke is dit een van die oorsake van verdragings tydens die veilings; terwyl dit ook nie kan beweër word dat verbruikers gereelde en entoesiastiese kopers op veilingsmarke is nie, selfs al word spesiale aandag aan hulle besondere behoeftes gegee. Die munisipale mark het dus slegs in die kleiner dorpe en stede met minder as 20,000 blanke inwoners, 'n oorwegend kleinhandelsfunksie ¹⁾.

In hierdie stadium mag gevra word wat die gevolg sal wees indien gesinskopers afwesig sou wees van die mark. Ten antwoord word aangevoer dat hulle afwesigheid op die lang duur tot gevolg sal hê, veral deur bespoediging van veilings, dat meer aktiewe mededinging met veilings tussen handelaars sal plaasvind. Die teenwoordigheid van die gesinskoper skep net oppervlakkige mededinging, die mark ly daaronder en die ervare beroepskoper word bevoordeel.

Om die probleem op te los, is aanbeveel ²⁾ dat op die groter veilingsmarke voorsiening gemaak moes word vir groot- en kleinhandelsafdelings, dit wil sê afdelings waar aan die handel en die gesinskoper onderskeidelik verkoop word. "Waar die stelsel egter ook al op die proef gestel is, (het) dit nie sukses afgewerp nie, eerstens omdat dit moeilik en onprakties is om produkte te verdeel, tweedens omdat huisvroue nogtans die reg wil behou om groothandelsafdelings te besoek en derdens omdat huisvroue en enkelkopers baie graag bier. Dit is twyfelagtig of dieselfde pryse ooit op 'n klein-

1) Thurgood, op. cit., par. 25.

2) Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, op. cit., par. 109.

handelsafdeling behaal sal word as op 'n groothandelsmark"¹⁾.

Miskien lê die oplossing in die voorstelle van die Suid-Afrikaanse Oorsese Sending insake die Bemarking van Vrugte en Groente wat daarop wys dat in die geval van die grotere marke dit noodsaaklik is om die funksies van die groot- en kleinhandels- (of verbruikers-) mark duidelik te skei, om die marke apart te bestuur en selfs op afsonderlike terreine op te rig ²⁾. In die geval waar 'n stad . groot genoeg is om 'n groothandelsmark te regverdig, mag daar meer as een kleinhandelsmark geregverdig wees. Die gerief van verbruikers behoort as die vernaamste oorweging te geld by die beslissing van die aantal, ligging, uitleg, grootte en aard van die kleinhandelsproduktemarke ³⁾. " 'n Kleinhandelsmark behoort binne loopafstand van huis-houers en gerieflik ten opsigte van openbare vervoer geleë te wees" ⁴⁾. Verder beveel die Sending aan dat oorweging geskenk word aan die wenslikheid van die instelling van maatreëls waarvolgens die verkoop van produkte anderhands moontlik gemaak sal word (soos dit oorsse algemene gebruik is) ⁵⁾.

Op "die beste mark in Afrika", soos die nuwe Kaapstadse mark te Epping deur 'n afvaardiging van die Suid-Afrikaanse Landbou-Unie se Groente- en Vrughtekomitee bestempel is ⁶⁾, is daar getrag om sover moontlik aan alle

1) Churchill, op. cit., par. 39.

2) Op. cit., par. 562.

3) Id., par. 573.

4) Id., par. 575.

5) Id., par. 567.

6) Georganiseerde Landbou, Maart 1964, p. 9.

groepe se eise te voldoen. Die belangrikste kenmerk van die mark is dat daar volle beheer oor die produkte is van- dat dit die mark bereik totdat dit die mark as verkoop verlaat. Die beplanning is ingestel op die uitskakeling van kopersringe. Uit-die-handverkope onder die markmeester se toesig maak dit vir elke huisvrou moontlik om haar inkope daar te gaan doen. 'n Minimum getal agente word toegelaat en hulle mag geen ander sake doen as slegs op hulle toegekende persele nie. Elke agent bied 'n verskeidenheid produkte aan sodat die huisvrou nie ure hoef te bestee om haar produkte by die veilings te koop nie. Geen smousery word toegelaat nie en produkte mag nie herverkoop word nie. Waar veilings plaasvind, geskied dit volgens die klokstelsel sodat die afslaer behoorlike beheer oor die veiling het.

Die volgende verklaring van mnr. R. F. Thurgood, Johannesburg se markmeester, som die huidige gevoel van markowerhede teenoor die veilingstelsel op die groter (ou) marke in Suid-Afrika miskien raak op: "..... die ou verkoopstelsel in Suid-Afrikaanse markte (is) baie verouderd.

Terwyl die ou veilingstelsel, waar van die laagste na die hoogste prys gebie word, nog algemeen in Suid-Afrika se munisipale marke in gebruik is, word die stelsel van uit-die-hand verkoop met veel groter sukses in die Westers lande toegepas.

Waar die veilingstelsel nog in Wes-Duitsland en Nederland in gebruik is, is die opset heel anders as in die Republiek. Alle groente en vrugte word gegradeer, slegs monsters van die gegradeerde produkte word in 'n moderne auditorium vir inspeksie geplaas, en daar word met 'n elektriese klokkestelsel van die hoogste prys na die laagste prys gebie.

Albei hierdie metodes is vinniger en doeltreffender

.....

Vir die verouderde veilingstelsel is 'n groot saal, wat sowat 16 acres beslaan, nodig. Vir die stelsel van uit-die-hand verkoop, is verskillende geboue nodig en vir die klokkestelsel is 'n ouditorium nodig"¹⁾. Die Johannesburgse markowerheid wil met verskillende stelsels eksperimenteer alvorens die nuwe mark opgerig word.

Uit voorgaande is dit duidelik dat daar 'n behoefte is aan ernstige besinning ten opsigte van die funksionering van munisipale marke.

C. Botsende beskouinge.

Afgesien van die strydende belange wat op die veilingemark aanwesig is (vgl. supra), is daar ook botsende elemente in verskillende belangegroepes se beskouings van die basiese doel van die munisipale mark in die distribusieproses.

Die Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, gaan byvoorbeeld van die standpunt uit dat munisipale marke "in die eerste plek gedryf (word) om aan stadsbewoners 'n gereelde versorging met bederfbare voedingsmiddels wat 'n hoë voedings- en gesondheidswaarde besit, te waarborg"²⁾. Die belange van die verbruikers word dus primêr deur die Kommissie gestel en natuurlik ook deur die stedelike verbruikers as groep self. Die uitgangspunt van die plaaslike bestuure, daarenteen, is dikwels dat die mark 'n besigheds-onderneming is wat aan die plaaslike bestuur 'n inkomste moet besorg. Die produsent, aan die ander kant, beweer.

1) Die Transvaler, 10 Augustus 1965, p. 6.

2) Op. cit., par. 7.

"Dit is tyd dat die munisipaliteite moet besef dat veilingssmarke produsentemarke is en dat ons gesamentlik in aksie moet gaan om marktoestande waar nodig te verbeter. Ons is dankbaar vir die toenemende mate van erkenning van ons produsente, maar dring aan op daadwerklike optrede ten opsigte van beloofde uitbreidings, verplasinge en verbeterings" ¹⁾.

Die Kommissie neem die gebalanseerde standpunt in dat alhoewel die verbruiker se belange primêr op die mark is, daar ook baie sorgvuldig ag geslaan moet word op die belange en behoeftes van die boere van wie verwag word dat hulle hierdie mark sal voorsien en voorts dat alleen waar daar tussen die belange van die koper en van produsent die allerbillikste ewewig gehandhaaf word, die bestuur van 'n mark werklik 'n blywende sukses kan verseker ²⁾. Verder sien die Kommissie se houding in soverre met dié van die produsente, wie se eise as "soms oordrewe" bestempel word, ooreen dat dit toegee dat alhoewel dit nie van stedelike belastingbetalers verwag kan word om die mark te subsidiëer nie, dit ook nie 'n bron van inkomste vir die plaaslike owerheid behoort te vorm nie, maar dat alle winste gebruik moet word om die bestaande fasiliteite te verbeter, of so nie moet markgelde verminder word ³⁾.

Die Kommissie van Onderzoek na die Bemaking van

- 1) Deacon. "Gereguleerde toevoer van Vars Plaasprodukte na Munisipale marke", referaat, p. 11.
- 2) Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939, op. cit., par. 8.
- 3) Id., par. 155.

Bederfbare Produkte het in hierdie verband die mening uitgespreek dat alle nasionale veilingsmarke deur die Staat oorgeneem behoort te word en verder dat die ver- naamste swakheid van die huidige stelsel van beheer ge- soek moet word in die opvatting dat munisipale veilings- marke vir die uitsluitlike belang van die stedelike be- lastingbetalers vir hulleself deur hulleself opgerig word.

D. Leemtes in die munisipale markstelsel.

Die probleme wat munisipale marke se funksionering bemoeilik en algemene klagtes teen dié marke - uitgeson- derd dié wat reeds in hoofstuk 2 genoem is - word vervol- gens opsommenderwys aan die orde gestel, gesien uit die oogpunt van die markmeester en uit die oogpunt van die produsente.

1. Leemtes uit die oogpunt van die markmeester.

(a) Ontoereikendheid van bestaande markgeboue*. Dit is 'n knaende probleem waarmee die meeste marke te kampe het. Terwyl die sake op die marke toegeneem het, het daar geen ooreenkomstige uitbreiding van die geboue plaasgevind nie. Op Springs is byvoorbeeld in 1939 'n markgebou opgerig en die omset van die eerste markjaar was R144,000. Een-en-twintig jaar later, dit is 1960, was die jaar se omset R512,000 - meer as verdrievoudig dus - maar intussen is geen veranderings of verbeterings tot bevordering van sake aan die gebou aangebring nie ¹⁾. 'n Opname het aan die lig gebring dat die gemiddelde ouder- dom van die vyf kleinere Randse marke (Springs, Brakpan, Benoni, Germiston en Krugersdorp) 32 jaar is ²⁾.

1) Markmeesters van die vyf kleiner Randse markte.
Referaat, p. 2.

2) Loc. cit.

(b) Ontoereikende fasiliteite wat betref parkeer-ruimte en spoorwegsylyne: Dis 'n algemene klagte waarop hier nie verder ingegaan word nie.

(c) Onbetroubare spoorwegdienste: Die laat-aflewering van besendings en die verlepte of gekneusde toestand waarin goedere afgelewer word - die redes waarvoor die Spoorweë nie altyd te blameer is nie - skep moeilik oplosbare probleme op die marke ¹⁾.

(d) Gebrek aan kredietfasiliteite: Die kleiner marke ly as gevolg van die feit dat hulle nog tot kredietverlening uiters beperk is. Dit lei daartoe dat groothandelkopers wat krediet nodig het, hulle na die groter marke wend waar agente kredietfasiliteite verskaf.

(e) Gebrek aan gradering en gestandaardiseerde verpakking: Daar heers op die marke 'n babelse verwarring as gevolg van gebrek aan gradering by feitlik alle produkte en as gevolg van geen eenvormigheid in die verpakking van produkte nie. Hierdie aspek word as een van die grootste probleme raakgesien deur elke student of kommissie wat die be-merking van bederfbare landbouprodukte ondersoek.

(f) Ongekoördineerde bemerking: Dit is 'n algemene verskynsel dat 'n mark op een dag 'n groot hoeveelheid hoogs-bederfbare produkte ontvang wat kwalik teen lonende pryse afgeset kan word, terwyl dit op 'n ander dag weer 'n groot tekort aan dieselfde produk ondervind.

(g) Gebrek aan koelopberggeriewe: By die bemerking van bederfbare landbouprodukte is die beskikbaarheid van so-danige geriewe onontbeerlik om oorskotvoorrade oor te hou en

1) Markmeesters van die vyf kleiner Randse markte.
Referaat, p. 7.

om seisoensproduksie te oorbrug.

(h) Gebrek aan inspeksie- en voorligtingsdienste op marke deur beamptes van die Departement Landbou-ekonomie en -bemarking.

(i) Probleme, soos tydverkwisting, wat geskep word deur die stelsel van klein- en groothandelverkope op die veilings.

(j) Personeelprobleme: 'n Tekort aan bekwame afslaaers skep soms chaos op 'n mark en kan veilings in die wicle ry.

(k) Algemene stiefmoederlike behandeling deur plaaslike besture.

2. Leemtes uit die oogpunt van die produsente.

(a) Plaaslike besture kry feitlik al hul inkomste vir die administrasie van marke uit hoffings en fooie wat georder word van produsente wat nie belastingbetalers is nie en dus ook nie verteenwoordiging op die plaaslike bestuur het nie. "Hierdie ondemokratiese wyse waarop produkte bemark word wat vir produsente miljoene pond per jaar werd is, is een van die grootste redes waarom produsente nie met toestande op plaaslike marke tevrede is nie. Onder die bestaande stelsel kan produsente by nóg die Sentrale Regering, nóg die Provinsiale Rade, nóg plaaslike besture bevrediging kry en is daar 'n algemene gevoel van frustrasie"¹⁾.

(b) Vervoerprobleme: Produsente ondervind aansienlike probleme om hulle produkte in 'n goeie toestand op die marke te lewer, veral weens stadige en ongereelde vervoer, gebrek aan op- en aflaaigeriewe en sorgelose hantering van produkte.

1) Munisipale Marke-ondersoekkomitee, op. cit., par. 36.

(c) Gebrek aan mededinging: Produsente beweer dat daar ringvorming deur handelaars op die marke plaasvind waardeur pryse afgedwing word.

(d) Wanpraktyke deur agente: Produsente verdink agente soms van wanpraktyke soos ooreenkomste met handelaars ten koste van die produsent.

(e) Ongekoördineerde bemaking: As gevolg van die gebrek aan 'n sentrale koördinerende liggaam wat die toevoer na marke reël, vind oorvoering van sommige marke plaas, terwyl ander op dieselfde tydstip 'n tekort ondervind. Die individuele produsent kan nie intelligent op markverslae - selfs waar dié nuttig kon wees - reageer nie aangesien hy nie weet wat die reaksie van ander produsente van dieselfde produk gaan wees nie.

(f) Gebrek aan ruimte op die marke: By die groter marke is dit 'n algemene klagte dat daar nie genoeg tafels of stalletjies beskikbaar is vir uit-die-hand-verkope deur die produsent nie.

(g) Gebrek aan opgeleide markpersoneel: Produsente beweer dat hulle soms finansiële verliese ly as gevolg van die onbeholpe optrede van afslaaers.

(h) Gebrek aan parkeerplek by die marke en omlaai-ruimte vir groot besendings.

(i) 'n Populêre klag van produsente is dat selfs met die oorgrote meerderheid van die produkte wat op die munisipale marke bemark word, dit die geval is dat daar 'n baie groot verskil is tussen die prys wat die verbruiker betaal en die bedrag wat die produsent ontvang. Dit is volgens die produsente toe te skryf aan die feit dat die marke slegs vir die belange van die handelaars voorsiening maak.

(j) Afwykings in die stelsels en prosedures wat op

verskillende marke in werking is, is vir die produsent verwarrend en steurend.

E. Toekomsblik.

Nadat die funksionering van munisipale marke van naderby beskou is en daar veral gelet is op die leemtes van die veilingstelsel en op klagtes in verband met die munisipale mark as sodanig, is dit nodig om die vraag te beantwoord of die munisipale mark dan nog 'n toekoms het.

Dr. B. J. Dippenaar, hoof van die Afdeling Kommoditeitsdienste, Departement van Landbou-ekonomie en -bemarking, het die omsetneigings op munisipale marke en totale produksiesyfers statisties ontleed vir die dekade 1952 tot 1962 en tot die volgende gevolgtrekkings gekom ¹⁾: Die belangrikheid van die munisipale mark by die bemarking van vrugte en groente het gedurende die 10 jaar beslis toegeneem ten spyte van die feit dat daar 'n baie duidelike afname was in die persentasie van die totale bruto waarde by aartappels in 1957 en 1962 vergeleke met dié van 1952. Hy gaan voort om die bevolkingsaanwas in die agt grootste munisipale gebiede statisties te ontloed en kom dan tot die belangwekkende gevolgtrekking dat indien die bevolkingsaanwas gestel word teenoor die totale bruto waarde van vars vrugte en groente deur die munisipale marke na dié stede gevoer, dit duidelik is dat die varsvoedseltoevoer met 100% toegeneem het, terwyl die bevolkings met 28% vermeerder het.

S. J. J. de Swardt kom tot soortgelyke gevolgtrekkings na 'n soortgelyke statistiese ontleding vir die seisoen van

1) Dippenaar. "Die plek van die Munisipale Mark in die Ekonomiese Struktuur van ons land"; referaat p. 7.

1953/'54 tot 1963/'64 ¹⁾. Daar kan dus geen aanduiding gevind word dat die munisipale mark in Suid-Afrika enigsins veld verloor het nie ten spyte van velerlei gebreke en kritiek uit verskillende oorde. Die Komitee van Onderzoek insake Markagente (1956) het dan ook, alhoewel hy op gevaartekens gewys het, tot die slotsom gekom dat die munisipale bemarkingstelsel 'n gesonde stelsel is, wat, in sy geheel bekyk, nog bevredigend werk.

Met die geweldige toename in die volume van groente en vrugte wat in die groot bevolkingsentra van ons land bemark word, het gelyktydig 'n aantal verwikkelinge plaasgevind waarmee rekening gehou moet word indien bemarkingsbelegings begryp wil word. Die vernaamste is ²⁾:

(a) Vinniger vervoer, veral per pad, maar ook per spoor, en oor langer afstande na en van die mark.

(b) Beter gradering van produkte en groter gebruikmaking van standaardverpakking.

(c) Toename in spesialisasie in die hantering van bederfbare landbouprodukte.

Wanneer hierdie faktore as 'n geheel geneem word, het hulle die uitwerking dat kopers en verkopers haastige mense word. Hulle weet wat hulle wil hê en vind gou uit waar hulle dit kan kry. Is die mark nie bevredigend nie, word dit eenvoudig uitgeskakel.

Die Suid-Afrikaanse Oorsese Sending insake die Bemarking van Vrugte en Groente (1956) wou nie 'n besliste alternatiewe stelsel van bemarking voorstel nie, maar het tog die

1) "Stedelike produktemarke by die kruispad"; referaat.

2) Loc. cit.

aandag gevestig op die voordele verbonde aan die nie-winsgewonde openbare utiliteitsmark ¹⁾; op die wenslikheid van aparte klein- en groothandelsmarke ²⁾. Die Sending het ook aanbeveel dat by die oorweging van die verbetering van Suid-Afrika se munisipale marke, aandag geskenk behoort te word aan die wenslikheid van 'n stelsel van onderhandse verkopings ³⁾ en dat daar terselfdertyd wetlike voorsiening gemaak sal word vir (a) "'n self-geadministreerde etiese besigheidsgedragkode vir kommissie-agente, groothandelaars, groot kleinhandelaars en makelaars en inderdaad vir al diegene betrokke by die koop en verkoop van sulke produkte" en (b) masjinerie vir die registrasie van alle persone wat handel in vars vrugte en groente bokant 'n voorgeskrewe hoeveelheid, gemaak word, vir die administratiewe beslegting van geskille tussen sodanige persone en vir die nagaan van twyfelagtige transaksies ⁴⁾.

Die onlangse Buitelandse Marksending van die Johannesburgse Stadsraad berig dat die veilingstelsel oorsed as geheel en al verouderd beskou word aangesien dit te veel tyd in beslag neem. Voorts is die Sending daarvan oortuig dat Johannesburg so gou doenlik die buitelandse metode van verkope uit die hand moet aanvaar en die nuwe markgebou wat opgerig gaan word daarvolgens moet beplan ⁵⁾.

Landbouverenigings is nie ten gunste van die uitskakeling van die veilingstelsel nie, maar het tog groot verande-

1) Op. cit., par. 570.

2) Id., par. 562.

3) Id., par. 567.

4) Id., par. 561.

5) Johannesburg. Verslag van die Buitelandse Marksending, 1965, inleiding, p. 2.

rings in gedagte. Die huidige beleid van die Suid-Afrikaanse Landbou-unie ten opsigte van die bemarking van bederfbare landboupprodukte, is soos volg ¹⁾:

(a) Alle produkte wat nie koöperatief of deur produsente se eie winkels bemark word nie, moet op die veilingsmark aangebied word.

(b) Koöperatiewe bemarkingsorganisasies moet in groot stede gestig word om verspreiding regstreeks waar te neem.

(c) Standaardverpakking en gradering van alle bederfbare landboupprodukte moet so gou moontlik in werking gestel word.

(d) Alle geboue en geriewe van munisipale veilingsmarke moet dadelik deur die Staat oorgeneem word en, ten einde eenvormigheid en ordelikheid te verkry, hierdie marke moet daarna beheer word deur 'n regulerende liggaam waarop produsente die meerderheidstem sal hê.

Die implikasies van hierdie bemarkingsbeleid is onder andere:

(a) Die meerderheidseggenskap op veilingsmarke moet statutêr vir Georganiseerde Landbou verkry word.

(b) Die middelman word uitgeskakel deur middel van produsentekoöperasies wat direk met verbruikersorganisasies skakel.

(c) Koöperasies word nie beperk tot die doeltreffende vlak van markagentskap nie, maar die volle veld van distribusie en markontwikkeling word vir sy lede oopgestel.

(d) Deur samebinding van alle bestaande koöperasies in die bedryf, word 'n magtige sentrale liggaam gevorm waardeur beplanning en ordelikheid in aanbidding en verspreiding teweeggebring kan word.

1) Georganiseerde Landbou, Augustus 1964, p. 29.

(e) Die ordelike en gekoördineerde toevoer na veilingsmarke.

(f) Verpligte gradering en standaardverpakking sal die uitwerking hê dat die aanbieding van produkte van swak gehalte - die oorsaak van prysincenstortings van produkte van goeie gehalte - uitgeskakel word.

Boeremarke en stedelike huisvroumarke in medewerking met Georganiseerde Landbou, funksioneer reeds op verskillende plokke, byvoorbeeld Lyttelton, Windhoek, Rustenburg en Potchefstroom, en die stigting van verderes in die Witwatersrandse en Pretoriase gebiede word beplan.

Reeds in 1963 het die Natalse Landboukoöperasie die takke van die insolvente Suid-Afrikaanse Produsente en Distribuerders te Durban en Pietermaritzburg oorgeneem ten einde markagente uit te skakel en die bemarking van lede se produkte waar te neem. In Pretoria is in Augustus 1964 'n Varsbemarkingskoöperasie gestig met die doel om lede se produkte op die munisipale marke, maar ook op enige ander doeltreffende wyse, te bemark.

Die houding van die markowerhede is, in teenstelling met die rewolusionêre houding van die Suid-Afrikaanse Landbou-Unie, dat met die nodige aanpassings en hervormings die bestaande markstelsel tog die groter produkteverkeer doeltreffend kan behartig. Daar word gemeen dat indien byvoorbeeld aan die volgende vereistes voldoen sou word, die markstelsel bevredigend kan werk ¹⁾:

(a) Moderne markgeboue moet opgerig word sodat alle produkte behoorlik uitgestal en gehanteer kan word.

(b) Produkte moet behoorlik gegradeer, gewerk en in

1) Thurgood e.a. "Eenkanalibemarking van vrugte en groente", referaat, par. 14.

standaardhouers verpak word.

(c) Produkte moet doeltreffend vervoer word.

(d) Produsente moet adviesbriewe, waarin hoeveelhede en grade vermeld word, saam met besendings aanstuur.

(e) Alle voorrade, hetsy deur 'n bemarkingskema beheer of nie, moet deur die sentrale marke gaan ten einde die doeltreffende werking van vraag en aanbod te verseker.

(f) Verkopings moet op so 'n wyse georganiseer word dat sowel groothandel- as kleinhandelkopers hul benodigdhede met die minste vertraging kan verkry.

(g) Aflewerings, verkopings en verwydering van die mark af, en alle sake wat daarmee in verband staan, moet doeltreffend beheer word.

(h) Eenvormige werkwyses, met inagnome van plaaslike gebruike en omstandighede, moet op die verskillende marke ingevoer word.

(i) Markinligting moet só versprei word dat dit aan die produsente se behoeftes voldoen.

(j) Markagente moet hulle bedrywighede koördineer, veral met betrekking tot die vrystelling van verslae en berigte aan produsente.

'n Bemarkingstegniek by sekere bederfbare landbouprodukte wat gedurende die afgelope dekade tot aansienlike ont-plooiing gekom het en wat die toevoer na munisipale marke nadelig mag beïnvloed, is dié van voorverpakking en die self-bedieningstelsel van verkope deur kleinhandelskettingwinkels en supermarke. Dis voorasnog egter onwaarskynlik dat dit die rol van munisipale marke merkbaar sal beïnvloed.

Daar moet verder steeds in gedagte gehou word dat produkte wat enigsins kan opgeberg word, in 'n groot mate van die munisipale marke verdwyn het en dat dié marke tens

hoofsaaklik verantwoordelik is vir die bemerking van die produkte wat die grootste probleme skep, naamlik bederfbare landbouprodukte. By die beoordeling van munisipale marke moet hierdie feit deeglik in ag geneem word en daar moet besef word dat niemand 'n prys vir 'n hoogs-bederfbare produk kan waarborg nie.

F. Samevatting.

In hierdie hoofstuk is 'n ontleding gemaak van die munisipale mark as bemerkingskanaal van vars vrugte en groente. Wat die veiling as verkoopstegniek betref, is bevind dat alhoewel sekere praktiese aspekte (soos byvoorbeeld verkwisting van tyd en ringvorming) gekritiseer word, die meeste instansies die veilingstelsel tog wil behou al is dit naas ander stelsels of met sekere wysigings. Daar is ook 'n sterk neiging tot uitbreiding van uit-die-handverkope van vrugte en groente, met uitskakeling van munisipale marke, veral op inisiatief van produsente-organisasies. Aan die ander kant werk markowerhede en roegeringskomitees in die rigting van uit-die-handverkope op munisipale marke.

Alhoewel daar botsende beskouinge oor die plek van die munisipale mark in die distribusiestelsel is en verskillende belangegroepe op leemtes in die werking van die marke wys, is dit so dat munisipale marke 'n nuttige funksie vervul en dat hulle voortbestaan voorasnog verseker is al moet die bestuur en organisasie miskien drastiese veranderinge ondergaan.

HOOFSTUK 4.

DIE ONTSTAAN EN GESKIEDENIS VAN DIE GERMISTONSE MUNISIPALE MARK.

A. Inleiding.

In hierdie hoofstuk word 'n oorsig gegee van die ontstaan van die Germistonse munisipale mark en die ontwikkelingsgeskiedenis daarvan totdat dit min of meer sy huidige beslag verkry het in die vroeë dertigerjare van hierdie eeu. Die gegewens is versamel uit die lêers in die argief van die Germistonse Stadsraad. Waar die bron 'n enkele identifiseerbare dokument is, word dit genoem, maar groot dele van die hoofstuk is uit die aard van die saak 'n geheelbeeld wat uit 'n groot hoeveelheid korrespondensie en ander dokumente waarna kwalik sinvol verwys kan word, saamgestel is.

B. Voorgeskiedenis.

Die eerste mark en produkte-agentskap in Germiston is, vir sover vasgestel kan word, in Augustus 1897 begin deur J. E. Maybery. Dit was 'n private onderneming en behalwe markmeester was die heer Maybery ook algemene afslaer en regeringstaksateur, eiendoms- en algemene kommissie-agent en agent vir die South British Fire and Marine Insurance Co. Vir meer as vyf jaar was dit die Germistonse "mark".

C. Die mark onder die kontrakstelsel.

Intussen het die Germistonse Stadsraad tot stand gekom. Teen die einde van 1902 het die Stadsraad tenders gevra vir die pos van markmeester onder toesig van die Stadsraad. J. E. Maybery was die suksesvolle applikant. Voortaan sou die mark geadministreer word in terme van 'n kontrak wat aangegaan is tussen die Stadsraad en Maybery. Die terme van die kontrak het onder andere die volgende bepalinge ingesluit:

Die Stadsraad verskaf die geboue, vaste uitrusting, skale, ens., wat nodig is, terwyl die markmeester kantoormeubels, skryfbehoeftes en ander kantoorbenedigdhede voorsien (art. 5).

Die markmeester is self verantwoordelik vir die voorsiening van die nodige werksmense, maar die Stadsraad sal alle afval kosteloos verwyder en ook sorg vir sanitêre geriewe by die mark (art.6).

Die aanstelling as markmeester is persoonlik en kan nie sonder die uitdruklike goedkeuring van die Stadsraad aan 'n ander persoon oorgedra word nie (art.8).

Alle boeke, rekeninge, ens., is oop vir inspeksie deur die Stadsraad wat ook optree as tesourier van die mark; sodanige boeke, rekeninge, ens., bly die eiendom van die Stadsraad en die Stadsraad sal by kansellasie of beëindiging van die kontrak, onmiddellik die boeke, rekeninge, ens., in besit neem (art.9).

Alle markgelde sal soos volg verdeel word: 60 persent gaan aan die markmeester en 40 persent aan die Stadsraad. Dit sluit nie die huurgeld van markstalletjies in wat in totaal aan die Stadsraad gaan nie (art. 10 en 11).

Die markmeester mag as markagent optree vir sy eie rekening (art.12).

Die termyn van die kontrak is onbepaald en volgens die "Additional Memorandum of Agreement" van 9 Mei 1913 kan dit deur enigeen van die partye met ses maande kennisgewing opgesê word.

Die eerste mark in die nuwe bedeling is in Januarie 1903 gehou en die opbrengs was £26. Teen hierdie tyd was daar nog nie marke op Boksburg, Benoni en Springs nie en ten spyte van die feit dat op hierdie dorpe later ook marke opgerig is, het die Germistonse mark 'n gestadige groei gehandhaaf.

Gedurende hierdie tyd waarin die mark op die kontrakstel-

sel gefunksioneer het, was dit tog onderhewig aan die Stadsraad se markregulasies wat soortgelyke bepalings as die hendaagse regulasies bevat het ten opsigte van byvoorbeeld markure, uit-die-handverkope, ens.

Alle produkte is op die veilingstelsel verhandel, behalwe die kleinhandelshoeveelhede wat deur die produsente persoonlik uit-die-hand verkoop is van tafels af wat vir dié doel in die marksaal beskikbaar gestel is. Ruimtes van 3 vt. by 3 vt. is op die tafels teen 1 sjieling per dag aan verkopers verhuur. Tafelruimte is egter nie vir langer tydperke vas verhuur nie (art.25). Geen ander vorm van uit-die-handverkope is toegelaat nie. Alle verkopings buite die marksaal op die markterrein sou deur veiling geskied.

Die markgelde was 5 persent van die eerste £10 van die opbrengs en $2\frac{1}{2}$ persent van alle verdere bedrae. Volgens Art. 36 van die markregulasies mag niemand as 'n verkoper se agent vir die verkoop van produkte op die mark optree nie, tensy die Raad sy toestemming daartoe sou gee. Enige verkopersagent wat nie in besit van 'n regeringslisensie as kommissieagent was nie, moes aan die Raad 'n registrasiefooi van £5 per jaar betaal. Oor die algemeen is die private markagent ontmoedig en is produsente aangemoedig om direk met die markmeester te handel sodat die agent of middelman heeltemal uitgeskakel is.

Die markmeester het, volgens briefwisseling tussen hom en die stadsklerk, blykbaar moeilikheid ondervind om die markure wat deur die regulasies neergelê is, te handhaaf, aangesien sommige uit-die-handverkopers hulle nie daaraan gesteur het nie, en sy standpunt was: "I have no power to stop this practice, it is essentially the duty of the Inspectors" (Brief van 21/12/'16).

Behalwe die ruimte vir veilings en die tafelruimte

wat aan produsente verhuur is, was daar aan die mark ook 'n aantal stalletjies verkonde, naamlik 'n vleis-, vis-, groente en vrugte- en verversingstalletjie. Volgens art. 32 van die Raad se markregulasies is hierdie stalletjies periodiek per publieke veiling aan die hoogste bieder verhuur wat dan daar onafhanklik sake gedoen het. Die dorp se weegbrug het ook onder toesig van die markmeester gestaan.

Toe die markmeester self 'n mark wou oprig in kompetisie met die munisipale mark het die Stadsraad sy markregulasies by wyse van 'n kennisgeving in terme van art. 97 van die "Local Government Ordinance, 1912", soos volg aangevul: "No person shall establish and carry on within the area of the Council any market without the written permission of the Council first had and obtained". In terme van hierdie klousule was die Stadsraad sedertdien in staat om mededingende marke binne die Germistonse munisipale gebied uit te skakel.

D. Oorname van die mark deur die Stadsraad.

In 1916 is 'n begin gemaak met die beplanning van ingrypende veranderings in die administrasie van die mark. Die Publieke Gesondheidskomitee het naamlik van die Stadsraad opdrag ontvang om die administrasie van die mark te ondersoek en om 'n volledige verslag aan die Stadsraad voor te lê met die oog op oorname. Die opdrag is uitgevoer en op 1 Augustus 1916 is die verslag ter tafel gelê by geleentheid van die Stadsraad se elfde vergadering van 1916.

Die Komitee het behalwe aan die kontrak met die markmeester veral ook aandag geskenk aan die finansiële aspek van die mark vir die vorige finansiële jaar en ook 'n vooruitskating van resultate na oorname gemaak. Die finansiële posisie vir die jaar wat op 30 Junie 1916 geëindig het, was soos volg.

Markgelde: 40%	£510
Huur: markstalletjies	<u>£197</u>
	£707
Uitgawes: Onderhoud	£151

Vir die lopende finansiële jaar was die Komitee se rekening soos volg:

Markgelde: 40%	£520
Huur: Markstalletjies	<u>£200</u>
	£720
Uitgawes: Onderhoud	£ 95

Die £95 was vir reparasies, water en tesouriersvoordinge.

Uitgaande van die veronderstelling dat die mark van 1 Januarie 1917 deur die Raad self gedryf sou word, het die Komitee vir die volgende addisionele uitgawes vir die laaste ses maande van die finansiële jaar voorsiening gemaak:

Markmeester, 6 maande se salaris	£210
Klerk, 6 maande se salaris	£120

Die Komitee was ook in verbinding met die munisipaliteite van Krugersdorp, Boksburg, Ladysmith, Benoni en Bloemfontein wat volgens die Komitee die grootste ooreenkoms met Germiston se posisie vertoon het. Uit hierdie munisipaliteite se antwoorde was dit duidelik dat al die marke as suiwer munisipale marke bestuur was, met amptenare wat deur die Stadsraad aangestel en besoldig was en wat verantwoording aan die Rade verskuldig was - en al hierdie marke was suksesvol. Die Komitee het dan ook tot die slotsom gekom dat die korrekte rigting om in te slaan was om 'n voltydse markmeester aan te stel met 'n vasgestelde salaris wat by die posisie moes pas, aangesien daar genoeg werk was om so 'n amptenaar voltyds besig te hou, terwyl die indiensname van ander amptenare en hulp deur ander departemente sake was wat oorweeg sou moes word soos die mark ontwikkel.

Volgens die Komitee kon verwag word dat die oorsake-ling met 'n mate van ontwrigting gepaard sou gaan, maar die

Komitee was nogtans van mening dat indien besluit sou word om die mark oor te neem, dit hoe gouer hoe beter vir alle betrokke partye sou wees.

Die Komitee het verder 'n begroting uitgewerk vir die tydperk Februarie tot Junie 1917 (aangesien die mark nie voor 1 Februarie 1917 oorgeneem sou kon word nie) deur die syfers vir die ooreenstemmende maande van 1916 te neem en voorsiening te maak vir die ekstra uitgawes wat oorname sou meebring en deur toe te laat vir ontwrigting met oorname deur 10 persent van die inkomste af te trek en 10 persent by die uitgawes te tel. Dit sou 'n netto wins van £175 laat.

Indien die mark oorgeneem sou word, sou dieselfde markregulasies en die verskillende boeke, rekeningvorms, ens., wat die eiendom van die Raad was, van krag bly, alhoewel dit nodig sou wees om mettertyd wysigings aan te bring.

Die Komitee was ook van mening dat indien 'n voltydse markmeester aangestel sou word, hy, na die voorbeeld van Boksburg, kosteloos agentskapswerk vir produsente moes verrig.

Ten besluite het die Komitee aanbeveel:

"(a) That the present Market Master be given six months' notice to terminate his contract in terms of the Additional Memorandum of Agreement entered into between the present Market Master and the Council on the 9th May, 1913.

(b) That the Council approve of the principle of the Market Master acting as Market Agent as detailed in the report"

Die Finansiële Komitee van die Stadsraad het die aanbevelings oorweeg en dit vanuit 'n finansiële oogpunt goedgekeur en per slot van sake is die aanbevelings deur die Stadsraad aangeneem op 1 Augustus 1916. Op 2 Augustus 1916 het die Stadsklerk vervolgens die volgende brief aan die markmeester gerig: "I am directed by the Council to give you,

as I hereby do, ~~six months~~ notice to terminate your contract.."

Verskillende instansies sou egter nie die Stadsraad se besluite gelate aanvaar nie. Die markmeester, J. Maybery, het baie sterk en skerp gereageer. In 'n brief aan die stadsklerk, gedateer 9 Augustus 1916, wys hy daarop dat hy die posisie van markmeester beklee het sedert die konstitusie-nering van die Germistonse Stadsraad en dat daar nooit enige gegronde klagte teen sy administrasie van die mark was nie. Hy stel dit dat die posisie vir hom ~~nooit~~ baie betalend was nie, maar dat dit aan die ander kant die winsgewendste mark in Transvaal was en dat terwyl ander munisipaliteite soos Johannesburg, Boksburg, Krugersdorp, Benoni en Springs almal by tye probleme in die administrasie van hulle marke gehad het, alleen Germiston geen probleme ondervind het nie. Hy be-weer ook dat die bewerings van raadslid McMenamin dat die Germistonse mark stagnant was terwyl ander marke gegroei het, foutief was, soos die winste wat die mark afgewerp het, bewys het. Vir 'n aantal jare het hy ook reeds feitlik alle aandag aan sy ander sakebelange onttrek ten einde al sy tyd en aan-dag aan die mark te kon wy. Hy wys ook daarop dat die mark tog geheel en al onder toesig van die Raad gefunksioneer het. Hy neem ook in die besonder eksepsie teen die feit dat die markmeester ook as markagent sou moes optree, aangesien dit hom van sy hele private besigheid sou beroof. Hierdie brief is voor die Raad gelê op 4 September 1916.

Op 24 November '16 neem die "Germiston Chamber of Commerce" 'n resoluëie aan wat aan die Stadsraad gestuur is op 4 Desember '16 en wat voor die Stadsraad gedien het op 5 Desember '16, waarin die besluit van die Stadsraad as ongewens en nie in die beste belang van Germiston nie, be-stempel word. Die volgende redes vir die besluit is aangegee:

1. Tot op daardie stadium het die Raad 'n goeie inkom-

ste van die mark onder die kontrakstelsel geniet - sonder enige risiko.

2. Na die beste wete van die Kamer was daar geen klagte van produsente of kopers dat die mark nie bevredigend gefunksioneer het nie, inteendeel,

3. uit alle oorde is goeie rapporte ontvang ten opsigte van die ou reëling.

"For the foregoing reasons this Chamber is opposed to the decisions of the Council to run the Market departmentally and trusts the matter will be reconsidered with a view to a continuance of the present system".

Op 5 Desember 1916 oorhandig C. Coldbeck 'n petisie aan die Stadsraad, onderteken deur 290 boere, tuiniers, belastingbetalers en ondersteuners van die mark, waarin die Raad ernstig versoek word om hulle besluit in heroorweging te neem met inagnam van die volgende argumente:

1. Die huidige markmeester het die mark vir meer as negentien jaar op die ou stelsel gedryf en geniet die vertroue van die hele gemeenskap en gee algemene bevrediging aan kopers en verkopers.

2. Die mark kan nie departementeel so ekonomies gedryf word as hy wyse van private onderneming nie.

3. Die Raad maak meer as £500 wins per jaar onder die huidige reëling.

4. Die markmeester se bruto inkomste uit die mark was ongeveer £750 per jaar.

5. Die personeel wat nodig sou wies om die mark te dryf, was twee verkoopsmanne en 'n klerk wat nie minder as £900 p.j. sou kos nie en dit sou nie naturellesone, huur, skryfbehoeftes, rente op kapitaal en slegte skulde insluit nie.

Die besware het egter geen vrugte afgewerp nie en die

beswaarmakers het die volgende antwoord van die stadsklerk ontvang, gedateer 7 Des. '16: ".....Resolutions:- (a) That the Public Health Committee be authorised to call for applications and fill the appointment of Market Master at a salary of £35 a month.

(b) That the Public Health Committee be authorized to make the necessary appointments, when required, for auctioneers and clerks."

Die oorname deur die Stadsraad was hiermee 'n voldonge feit en die pos van markmeester is geadverteer - o.a. in "The Star" van 7 Desember '16. 'n Hele aantal aansoeke is ontvang en as eerste munisipale markmeester is aangestel die ontslane markmeester Joseph E. Maybery, wat die pos tot aan die begin van 1932 sou beklee.

E. Verdere ontwikkeling, 1917 tot 1933.

Die Raad het voor die oorname op 1 Feb. '17 reeds deur middel van omsendbriewe en advertensies probeer om meer sake vir die mark te trek. In die advertensies is onder andere gewys op Germiston se sentrale posisie en groeiende bevolking, ervare markmeester en die vrye agentskapsdienste deur die markmeester. Die Raad sou voorts bereid wees om kapitaal te belê om die mark te ontwikkel, op 'n wyse wat vir 'n private persoon nie lonend sou wees nie. Daar is ook aangetoon dat produktehandelaars, hoteleienaars, mynlosieshuise, ens., vroeër hulle voorrade elders moes bekom, aangesien die toevoer na die Germistonse mark nie voldoende was nie. Marke sou, soos voorheen, op Dinsdae, Donderdae en Saterdag gehou word.

Teen die begin van 1921 is begin met die beplanning en oprigting van nuwe markgeboue op die standplaas waar die mark tans nog is. Die nuwe planne het voorsiening gemaak vir:

1. 'n ruim marksaal waarin produkte in verskillende afdelings verkoop kan word,

2. 'n voerskuur, 3. kantore, 4. koffiewinkel,
5. slaghuis, 6. eier- en botterstalletjie,
7. groentewinkel, 8. publieke sanitêre geriewe,
9. krale vir lewende hawe en

10. die voorsiening van warm water vir produsente wat gedurende die nag sou opdaag.

Op 8 Desember 1924 is die nuwe markgeboue, wat £25,000 gekos het en wat tans nog in gebruik is, amptelik geopen deur die toenmalige Minister van Landbou, genl. Kemp. Die opening het gepaard gegaan met 'n tentoonstelling van markprodukte op die mark en 'n spesiale veiling.

'n Verdere noemenswaardige ontwikkeling in die administrasie van die mark, was die instelling van agentskapsgelde vir die agentskapsdienste van die markmeester. Op 12 Des. 1921 het die markmeester 'n brief aan die hoofgesondheidsinspekteur gerig waarin hy die heffing van agentskapsgelde bepleit het. Hy het daarop gewys dat die agentskapsafdeling van die mark vinnig aan die uitbrei was en dat die mark reeds 'n vaste klandisiekering gehad het, sodat die mark nie klante sou verloor nie. Hy het ook die feit genoem dat op die Johannesburgse mark 5 persent agentskapsgelde op alle produkte betaalbaar was met die uitsondering van graan, voer en aartappels in groot besendings, wanneer $2\frac{1}{2}$ persent gevra was. Hy het dus voorgestel dat $2\frac{1}{2}$ persent agentskapsgeld gehef word, met 'n minimum van 1 sjieling, van 1 Februarie '22 af. Hierdie aanbevelings is deur die Stadsraad aanvaar op 26 Januarie '22.

In 1926 is 'n afleweringsdiens van produkte wat op die mark verkoop is, ingestel, maar dit het op 'n mislukking uitgeloop en binne 10 maande het die diens £200 verlies gely.

In 'n brief wat die markmeester op 29 Januarie 1930

aan die stadsklerk gerig het, is 'n saak aangeroer wat tans nog op verskillende marke van belang is. Die ouditeure het naamlik in hulle rapport gemeld dat die mark die vorige jaar 'n verlies van £1100 getoon het. In die brief het die markmeester dit heftig ontken en daarop gewys dat die mark in werklikheid 'n mooi wins getoon het, maar dat dit verteer was deur bokoste soos rente en delging wat meer as £2000 beloop het. Die markmeester vervolg: "I admit the market is over-capitalized, this being mainly due to the exorbitant price the Council was compelled to pay for ground for the present buildings, after having given the major part of the Market square away to the Carnegie Trust, free gratis and for nothing, and for which the market should have been credited, I have argued on this matter before, but I still maintain that I should receive credit for the old site, I would then show a credit instead of a loss as at present shown by book-keeping. Advertising of the loss does not do the Market any good, and is most unfair to me" Ook wys hy daarop dat die verlies verder voortvloei uit die feit dat hy vir 'n aantal jare reeds gedwing was om blankearbeid in diens te neem, terwyl Bantoes dieselfde werk goedkoper kon verrig. Interessant is die laaste paragraaf van sy brief: "The forage market is gradually falling away, horse drawn vehicles, etc., have and are being fastly replaced by motors, but the vegetable and fruit section is being very well supplied and prices fair. The inside market is being very well supported by the public, on Saturday mornings the hall is absolutely packed with buyers"

Die statistiese gegewens in tabel 4.1 bevestig in 'n sekere sin die markmeester se beredenering.

TABEL 4.1. WINSTE EN VERLIESE VAN DIE GERMISTONSE MARK
VIR DIE 22 JAAR EINDIGEND 30 JUNIE 1931.

Jaar eindigend		Verliese	Winste
30 Junie 1910	Kontrakstelsel		£724 12 3
11			513 16 4
12			585 17 0
13			522 17 8
14			614 0 0
15			615 7 0
16			591 13 11
17	Oorgeneem deur Stadsraad		739 18 1
18			1196 18 10
19			946 16 8
20			1407 19 3
21			1143 19 3
22			962 3 5
23			1456 3 8
24			1084 12 9
25	Nuwe gebou be- trek	£172 15 6	
26		562 4 4	
27		1124 14 0	
28		1070 4 10	
29		1097 7 8	
30		691 18 4	
31		807 5 3	
	Saldo	7580 16 2	
		13107 6 1	13107 6 1
	Surplus vir die 22 jaar		7580 16 2

Uit die tabel is dit duidelik dat die oorname van die mark deur die Raad in 1917 nie die mark benadeel het nie, die teendeel mag eerder waar wees (dit is volgens die winsgewendheid geoordeel). Sedert die nuwe geboue in gebruik geneem is, het die mark egter vir die eerste keer gereeld 'n verlies getoon wat na alle waarskynlikheid toe te skryf is aan die hoë kapitaaldelging wat teen die mark gevorder is.

In opdrag van die stadsklerk is alle kredietverlening, in ooreenstemming met die markregulasies, op 12 Oktober 1931 gestaak. Wanneer die markmeester die toestaan van krediet verdedig, doen hy dit aan die hand van die volgende gegewens:

TABEL 4.2. DIE INKOMSTE VAN DIE GERMISTONSE MARK UIT
 VERSKILLENDEN BRONNE VIR DIE LAASTE DRIE
 MAANDE VAN VERSKILLENDEN JARE (NAASTE £).

	1927	1928	1929	1930	1931
Kommissie	496	470	497	473	429
Agentskapsgeld	135	135	158	124	127
Weegbrug	-	11	7	9	7
Totale	631	616	662	606	563

Volgens die markmeester is die daling van die kommissie-inkomste in 1931 'n direkte gevolg van die feit dat alle krediet op 12 Oktober 1931 gestaak is.

Ten slotte gee onderstaande tabel 'n beeld van die groei van die mark tussen die jare 1913 en 1933 (en dan moet in gedagte gehou word dat sake in laasgenoemde jaar moontlik nog nie na normaal teruggekeer het na die depressie nie).

TABEL 4.3. MAANDELIKSE OMSET VAN DIE GERMISTONSE MARK
 VIR DIE JARE 1913 EN 1933 (NAASTE £10).

	1913	1933
Januarie	1590	2030
Februarie	1280	1770
Maart	1170	1920
April	1280	2310
Mei	1370	2270
Junie	1410	2750
Julie	1750	3080
Augustus	2180	2680
September	1710	2600
Oktober	2030	2360
November	2110	2180
Desember	2070	2970
Totale	19,950	28,920

F. Samevatting.

Met die ontwikkeling wat tot dusver beskryf is, het die Germistonse mark sy huidige beslag verkry en het dit reeds op min of meer hedendaagse wyse gefunksioneer. Daarom word daar in hierdie verband nie verdere aandag geskenk aan die gedurende kleinere veranderinge in die markregulasies, organisasie en werking van die mark nie.

HOOFSTUK 5.DIE BEHEER EN KONTROLE VAN DIE GERMISTONSE MUNISIPALEMARK.A. Inleiding.

Nadat in die vorige hoofstuk aandag gegee is aan die ontstaan en wordingsjare van dié mark en aan die vroegste vorms van beheer oor die mark, gaan die aandag in hierdie hoofstuk by die verskillende aspekte van beheer en kontrole waaraan die mark tans onderwerp is, bepaal word.¹⁾

B. Die verskillende aspekte van beheer en kontrole.1. Die markregulasies van die Stadsraad.

In die eerste en vernaamste plek funksioneer die mark onderworpe aan die markverordeninge van die Stadsraad. By wyse van Administrateurskennisgewing no. 1079 van 12 Des. 1951 is die vorige markverordeninge van die Stadsraad herroep en tegelykertyd vervang met verordeninge wat tans nog geldig is. Hierdie verordeninge is sodertdien gewysig by wyse van Administrateurskennisgewings no. 165 van 5 Maart 1958, no. 600 van 16 Augustus 1961 en no. 142 van 27 Februarie 1963. Geeneen van die wysigings was van 'n ingrypende aard nie en die oorspronklike verordeninge is grotendeels behou. Die markverordeninge verskil nie wesenlik van dié van ander dorpe nie; maar is min of meer standaard. Hier volg nou 'n opsomming van die vernaamste bepalings van die verordeninge.

Niemand mag sonder die toestemming van die Stadsraad 'n mark binne die munisipale gebied oprig nie; en op die munisipale mark word alle sake deur die markmeester ooreenkomstig

1) Alle gegewens in hierdie hoofstuk is verkry uit die gepubliseerde markverordeninge van die Germistonse Stadsraad en uit onderhoude met die huidige markmeester.

die Stadsraad se verordeninge wat op daardie tydstop van krag is, verrig (artikels 2 en 3).

Behalwe op sodanige marke of gedeeltes van marke as wat opsy gesit is vir die uitsluitlike gebruik van naturelle, Asiate of kleurlinge, mag niemand wat sake van watter vorm ook al op die mark dryf (behalwe die bediening van verversings) enige ander persoon as 'n blanke in sy diens neem om as 'n verkoper of assistent by verkopings op te tree of om die publiek te bedien nie; en alleenlik behoorlik aangestelde kruiers mag dié marke of gedeeltes van die marke binnegaan wat vir die ander rasse opsy gesit is (artikels 4 en 5). Niemand mag die beroep van kruier op die mark beoefen nie, tensy hy behoorlik as kruier gelisensieer is ingevolge die Stadsraad se verordeninge betreffende Lisensies en Beheer oor Besighede en tensy hy toestemming van die markmeester verkry het om sy beroep binne die gebied onder die beheer van die markmeester uit te oefen. Alle kruiers moet die voorgeskrewe genoemde kentekens dra en wanneer 'n kruier nie gehuur is nie, mag hy op geen gedeelte van die mark wees nie, behalwe dié wat vir kruiers afgesonder is. Geen kruier mag deur te skreeu of te roep klante probeer lok nie. Die markmeester het ook die reg om na goeddunke die magtiging aan kruiers om op die mark op te tree, te herroep (artikel 7(a) - (e)). Die bepalinge in verband met kruiers het nog geen praktiese betekenis vir die mark gehad nie, aangesien daar geen kruiers op die mark diens doen nie.

Die Stadsraad kan winkels, krame en tafels op die mark aan goedgekeurde huurders verhuur onderworpe aan voorwaardes wat van tyd tot tyd vasgestel word. Sodanige huurkontrak is persoonlik en nie oordraagbaar sonder die voorafverkreë skriftelike toestemming van die markmeester nie en elke huurder moet persoonlik sy sake van sodanige winkel, kraam of tafel-

ruimte af behartig. Markkraampies en tafelruimtes word teen pryse wat deur die Raad vasgestel is vir verhuur geadverteer wanneer hulle beskikbaar raak en word deur die Raad na sy uitsluitlike goeëdunke en op sy eie voorwaardes, aan aansoekers toegewys. Die Raad mag weier om huurooreenkomste te hernieu en mag ooreenkomste kanselleer indien die huurder die verordeninge sou oortree. Niemand mag enige ruimte op die mark gebruik nie, tensy dit behoorlik aan hom verhuur of toegewys is nie (artikels 8 en 9). Vroër was die kraampies en tafelruimtes per publieke veiling verhuur. Dit het tot gevolg gehad dat huurders soms buitensporige hoë pryse betaal het vir die fasiliteite, met die gevolg dat hulle nie hulle verpligtinge teenoor die Stadsraad kon nakom nie en na 'n paar maande moes ander huurders met behulp van 'n veiling gekry word. Om hierdie toestand die hoof te bied, is oorgeskakel na die huidige stelsel wat gelci het tot groter bestendigheid.

Enige artikel wat die basis van 'n wetlike handelstransaksie kan vorm, mag op die mark gebring word. Alle verkopings, behalwe onderstaande, geskied per openbare veiling:-

(a) Verkopings in 'n kleinhandelsafdeling deur die Raad ingestel en gedryf.

(b) Verkopings van die tafels in die marksaal af wat deur die Raad vir dié doel opsy gesit is.

(c) Verkopings van lewendige pluimvee uit die pluimveekratte in die mark wat daarvoor afgesonder is.

(d) Verkopings uit winkels en kramme wat verhuur word. Die tyd waarop verkopings mag plaasvind, word van tyd tot tyd deur die Raad vasgestel; terwyl die luid van 'n klok die begin en einde van verkopings moet aandui (artikels 10, 11, 12 en 13). Die uit - die - handverkope van pluimvee uit die

kratte wat daarvoor bedoel is, kom daarop neer dat die produsent hierdie kratte huur (soos tafelruimtes) en dan sy eie verkope waarneem. Tans vind dit egter nie meer plaas nie.

Artikels wat vir verkoop op die mark gebring word, moet volgens die markmeester se opdragte gerangskik word. Voertuie wat produkte bevat wat op markverkopings daaruit verkoop moet word, moet opeenvolgend stilhou en die goedere moet in dieselfde volgorde verkoop word. In die praktyk gebeur dit byvoorbeeld soms dat produkte waarvan daar reeds 'n baie groot aanbod is, nie afgelaai word nie, maar op die spoorweg- of ander vragmotors verkoop word sodat dit direk by die koper afgelewer kan word. Hierdeur word dan heelwat hanteerwerk uitgeskakel. Geen artikel wat aan persone versend was vir verkoop buite die mark, mag op die mark aangebied word sonder die toestemming van die markmeester nie. Artikels wat op die mark gebring word, mag slegs later vir herverkoop op die mark aangebied word (nieteenstaande enige ander bepaling van die verordeninge) indien die markmeester of die Raad (indien die markmeester geweier het) verlof daartoe verleen (artikels 14, 15 en 16).

Die markmeester kan enige artikel wat regstreeks aan hom vir verkoop gestuur word, op die mark verkoop, of laat verkoop, onderworpe aan die markverordeninge. Artikels wat op die mark gebring word of daar bly, is geheel en al op risiko van die verkopers of kopers (soos die geval mag wees) tensy die markmeester aangestel is as markagent vir sodanige artikel en 'n kwitansie daarvoor gegoe is (artikels 17 en 18).

Artikels wat nie te koop aangebied is nie of wat op versoek van die verkoper as onverkoop verklaar is, mag nie sonder die verlof van die markmeester van die mark verwyder word nie. Geen sodanige onverkoopte artikel mag na

enige ander ruimte in die afdeling waar verkopings aan die gang is, verwyder word nie, tensy die markmeester sy verlof daartoe gee. Waar die markmeester sy verlof gee dat onverkoopte goedere van die mark verwyder mag word, of waar 'n verkoping gekanselleer word weens die verkeerde beskrywing van die hoeveelheid of kwaliteit van enige artikel wat te koop aangebied is, is $2\frac{1}{2}\%$ van die waarde as bergingsgeld deur die verkoper betaalbaar. Indien die markmeester egter artikels sou terughou wanneer die prys te laag is, is hierdie koste nie betaalbaar nie (art. 19). Die eerste deel van hierdie artikel is net bedoel om die markmeester volle beheer oor die verwydering van produkte van die mark te gee; in die praktyk is dit egter van weinig betekenis. Die $2\frac{1}{2}\%$ bergingsgeld speel insgelyks omtrent geen rol in die praktyk nie. Onopgeëiste artikels op die mark sal na 24 uur verkoop word en die netto opbrengs moet voor die verstryking van 30 dae opgeëis word (artikel 20).

Alle artikels wat per openbare veiling op die mark verkoop word, word geag aan die hoogste bieder verkoop te wees sodra die afslaer die woorde "vir die laaste maal" of "verkoop" ten opsigte van sodanige artikel uitspreek, mits die koper aan alle toepaslike vereistes voldoen en die koopprys betaal. Indien die markmeester in twyfel verkeer insake die hoogste bieder, moet die artikel weer opgeveil word. Die beslissing van die markmeester aangaande die hoogste bieder of in enige geskil aangaande botte, is finaal. Die verkoper mag die artikel as onverkoop laat verklaar of die markmeester mag dit self doen, indien hy reken dat die prys wat aangebied is, te laag is, voordat die woorde "vir die laaste maal" of "verkoop" uitspreek is (artikels 21 en 22).

Waar daar wetlike bepalinge bestaan met betrekking tot

die prys van enige artikel wat op die mark aangebied word en die maksimumprys, voorgeskryf deur sodanige wet of regulasie, word aangebied, moet die artikel verkoop word aan die persoon wat die eerste die maksimumprys aangebied het en geen verkoper mag weier om teen dié prys te verkoop nie (artikel 23). Daar was byvoorbeeld vir periodes in die verlede maksimumpryse vasgestel vir sitrusprodukte en eiers. Dan het dit gebeur dat wanneer die maksimumprys op 'n veiling behaal was, die markmeester die goedere moes verkoop al sou kopers bereid gewees het om meer te betaal. Die markmeester het dan sover doenlik die goedere tussen die persone wat bereid was om die maksimumprys te betaal, verdeel.

Indien die markmeester goeie rede het om te glo dat die aangebode artikel nie die wettige eiendom van die verkoper is nie, kan hy weier om sodanige artikel vir verkoop aan te bied of hy mag dit aanbied op voorwaarde dat die opbrengs teruggehou word tot tyd en wyl hy tevrede gestel is aangaande die eiendomsreg van sodanige artikel; en die markmeester of die Raad is in geen geval aanspreeklik vir skade of verlies nie (artikel 24).

Alle artikels moet verkoop word volgens netto gewig, aantal of hoeveelhede soos voorgeskryf in bylae 1 van die verordeninge. (Bylae 1 skryf die wyse waarop verskillende produkte te koop aangebied moet word, voor, byvoorbeeld per pond, dosyn, kisse, baal, krat, ens.). Artikels waarvoor bylae 1 nie bepalinge bevat nie, moet verkoop word volgens die markmeester se beslissing; met dien verstande ook dat die markmeester van tyd tot tyd artikels in hoeveelhede mag verkoop wat aan die gerief van kopers voldoen. Eiers moet verkoop word ooreenkomstig statutêre bepalinge ten opsigte van beskrywing en gradering (artikel 25).

Niemand mag op markverkopings enige artikel te koop aanbied of uitstal in houters waarop die gewig, aantal, hoeveelheid en kwaliteit van die inhoud nie leesbaar gemerk is nie indien bylae 1 voorskrifte met betrekking tot sodanige artikel sou bevat, behalwe waar die markmeester spesiale magtiging verleen om andersins te verkoop (artikel 26).

Waar artikels in houters verkoop word, word die houters ingesluit by die koopprys, behalwe wanneer die markmeester in opdrag van die verkoper verklaar dat die houters teruggestuur moet word of waar die houters gemerk is dat dit aan die afsonder teruggestuur moet word. Terugbesorging van houters deur kopers moet binne 24 uur plaasvind. Die markmeester is geregtig om van die koper 'n deposito te eis op sodanige houters en dié mag verbeurd verklaar word aan die verkoper in geval die koper nie die houters binne die voorgeskrywe tyd sou terugbesorg nie. Die verkoper moet sorg dat sodanige houters sy naam en adres leesbaar vertoon voor hulle na die mark gebring word, anders is die markmeester nie verplig om 'n deposito te vorder nie. Hantcerkoste is betaalbaar (artikels 27 en 41).

Indien die markmeester dit verlang, moet die verkoper vooraf by hom 'n behoorlike monster deponeer van die artikel wat verkoop moet word. Verkopers mag hierdie monsters binne 24 uur terugvorder en alle monsters wat nie teruggevorder word nie, word deur die markmeester as onopgevraagde goedere volgens artikel 20 verkoop. In alle gevalle waar nie monsters verlang word nie, moet 'n gedeelte van die artikel sigbaar wees en word die sigbare gedeelte beskou as 'n monster van die geheel. Waar die monster of sigbare gedeelte nie teenwoordigend van die geheel is nie, is die eienaar en verkopers skuldig aan 'n misdryf kragtens die verordeninge. Geen koper is verplig om 'n artikel te aanvaar wat minder-

waardig is teenoor die monster nie, mits hy die markmeester onmiddellik na die verkoping daarvan in kennis stel voordat sodanige artikel verwyder is. Die beslissing van die markmeester is finaal (artikels 28 en 29). In die praktyk geskied verkope van bv. tamaties en aartappels gewoonlik volgens monster - die inhoud van een kisse of sakkie word naamlik uitgestal. Dan gebeur dit soms dat kopers nie tevrede is met hulke aankope nie en wanneer die klagte eg is, laat die markmeester selfs toe dat die goedere, nadat dit verwyder was, teruggebring word binne 24 uur en kanselleer die transaksie.

Alle verkope op die mark is teen kontant, maar die markmeester mag na goeëddunke 'n koper toelaat om te koop teen sekuriteit deur hom goedgekeur en by hom ingedien voor of ten tye van die verkoping. Indien betaling nie gedoen of sekuriteit gestel word nie, kan die markmeester die artikel as onverkoop verklaar en die artikel moet dan weer opgeveil word. Die koper moet die juiste bedrag vir die veroffening van die koopprys verskaf (artikel 30).

Tydens elke verkoping deur die markmeester moet 'n markbrief in triplikaat opgestel word. Sodanige markbrief moet die volgende inligting bevat:

- (a) Die naam van die verkoper.
- (b) Die naam van die koper wanneer die koopsom teen hom in rekening gebring moet word; maar die markmeester kan ook gelas dat die name van alle kopers getoon moet word.
- (c) 'n Beskrywing van die verkoopte goedere.
- (d) Die gewig of hoeveelheid van die verkoopte goedere.
- (e) Die prys.
- (f) Enige besonderhede wat die Raad mag vereis.

Die markmeester het die reg om regstreeks aan enige prins-

paal of produsent kopieë te verskaf van enige markbrief in verband met goedere wat deur 'n markagent namens sodanige prinsipaal of produsent verkoop is (artikels 31 en 32).

Alle verkoopte goedere moet onverwyld aan die koper oorhandig en van die mark verwyder word. Die koper mag versoek dat enige artikel wat per gewig verkoop word in sy teenwoordigheid geweeg en die gewig op die markbrief aangeteken word, of dit mag geskied in opdrag van die markmeester. Die markmeester mag toestemming verleen dat verkoopte goedere op die mark kan bly, maar op alle goedere wat met of sonder toestemming op die mark gelaat word, is $2\frac{1}{2}$ persent berggeld per 24 uur betaalbaar. (Dit geld nie vir goedere wat die markmeester uit eie beweging as onverkoop verklaar het nie). Die Raad is nie verantwoordelik of aanspreeklik vir lewering van enige artikel wat op die mark verkoop word nie en nòg die Raad, nòg die markmeester is aanspreeklik vir enige fout in die beskrywing, hoeveelheid of kwaliteit van enige artikel op die mark verkoop. Geskille in verband met die gewig van goedere moet deur die markmeester besleg word. Indien die beslissing teen die verkoper is, moet die artikel weer opgeveil word, maar indien die beslissing teen die koper is en hy weier nog om die artikel in ontvangs te neem, mag die markmeester die prys aan die verkoper uitbetaal en die artikel bly dan op risiko van die koper op die mark terwyl die koper vir die prys en enige koste teenoor die markmeester aanspreeklik is (artikels 33-36).

So spoedig moontlik na die afsluiting van markverkopinge moet die markmeester 'n lys van die pryse wat behaal is, vir publikasie in die plaaslike pers, opstel (artikel 37). Tans word op Dinsdae 'n opsomming van die markposisie aan die plaaslike koerant vir publikasie verstrek.

Op die koopprys van alle goedere namens hom verkoop,

moet die verkoper 5% kommissie betaal. Hierdie kommissie moet deur die markmeester afgetrek word van die bruto bedrag verskuldig aan verkopers voordat enige uitbetalings aan hulle geskied. Benewens die gewone markgelde moet die eienaar of versender in die geval van produkte wat regstreeks aan die markmeester vir verkoping versend word 'n agentskaps-geld van $2\frac{1}{2}\%$ van die opbrengs van sodanige goedere betaal (artikels 38 en 39).

Indien ruimte (uitgesonderd koelkamergeriewe) op die mark beskikbaar is, kan verkopers vry bēreplek toegelaat word vir drie dae. Na die eerste drie markdae, is die volgende tarief betaalbaar:

- (a) Vir alle goedere in sakke: 1 sent per sak per dag.
- (b) Vir alle ander pakkette, ens.: $\frac{1}{2}$ sent per pakket per dag.

Geen goedere mag egter vir langer as 14 dae gebēre word nie. Waar goedere na drie markdae verwyder of verkoop word, is bēreplektariewe betaalbaar vir die volle tydperk wat sodanige goedere gebēre was, insluitende die eerste drie dae. Verkopers kan, op voorwaarde dat ruimte beskikbaar is, ook toegelaat word om koelkamergeriewe op die mark te gebruik teen betaling van 'n geringe vasgestelde geld (artikel 40).

Die markmeester kan enige verskuldigde bedrag van kopers eis en invorder en waar iemand weier om te betaal, kan die markmeester sodanige bedrag aftrek van enige gelde in sy besit wat aan sodanige persoon behoort (artikel 42).

'n Heffing van $2\frac{1}{2}$ sent is betaalbaar ten opsigte van elke weging op die Raad se skale op die mark en dit moet as 'n aftrekking op elke betrokke markbrief getoon word. Vir elke afweging op die weegbrug word 'n bedrag van 10 sent gevorder en sodanige weegbruggeld word op elk van die betrokke markbriewe as 'n aftrekking getoon (artikel 43). Die heffing

van 2½ sent ten opsigte van die gebruik van die skale is van geen praktiese betekenis nie en die weegbrug word in werklikheid nooit in verband met marksake gebruik nie - dit word feitlik uitsluitlik deur die motorhandel gebruik.

Enige persoon wat 'n winkel, kraam of ruimte binne die mark huur of andersins okkupeer, moet sorg vir die sindelikeheid daarvan (artikel 44 en 45).

Artikel 46 bevat diverse bepalings ten opsigte van die algemene netheid en sindelikeheid van die mark en artikel 47 maak voorsiening vir inspeksie deur die markmeester of gesondheidsinspekteur van enige plek of ruimte waarin produkte op die mark gehou of bewaar word en dit bepaal dat die markmeester enige artikel wat op die mark gebring word, vir verkoop mag afkeur indien dit nie aan die sindelikeheidsstandaarde voldoen nie en sodanige artikel moet onverwyld deur die verkoper verwyder word.

Artikel 49 bevat voorskrifte in verband met die versorging en hantering van lewendige pluimvee op die mark.

In artikels 51-53 word sake soos die plasing en berging van houe op die mark met betrekking tot die doeltreffende werking van die mark en die reël van die verkeer op die markterrein, behandel.

Niemand mag enige artikel vir verkoop op die mark smous of ronddra nie. Die markmeester kan egter toestemming verleen tot die lewering van verversings vir verbruik op die mark (artikel 54).

Die laaste artikels (54-64) bevat bepalings ten opsigte van aangeleenthede soos die bring van diere, voertuie en stootkarretjies op die mark, dobbel, rook, diefstal en verwydering van monsters, liederlike taal, aanspreeklikheid ten opsigte van misdrywe en voortdurende misdrywe, strafbepalings en herroeping van vorige verordeninge.

2. Ander aspekte van beheer en kontrole. Behalwe die statutêre beheer van die mark deur die Stadsraad se markverordeninge, kan ook 'n aantal ander aspekte van beheer en kontrole genoem word, naamlik:

(a) Wette van die sentrale regering en regulasies van statutêre liggame soos Beheerrade ingevolge die Bemarkingswet van 1937. Soos in hoofstuk 2 aangetoon, bestaan daar wette van die sentrale regering (byvoorbeeld ten opsigte van veilings en agentskapswerk) waaraan enige veilingsmark onderworpe is. Beheerrade (soos die Oliesadebeheerraad of Aartappelbeheerraad) vaardig ook regulasies uit (kragtens hulle bevoegdheid as statutêre liggame) waaraan uitvoering gegee moet word by die bemarking van produkte wat onder hulle sorg ressorteer.

(b) Ouditerings. Markboeke word maandeliks deur die Stadsraad se interne ouditeurs nagegaan en hulle doen aan die Hoofkontrolebeampte van die Stadsraad verslag, wat op sy beurt weer verantwoording verskuldig is aan die Bestuurskomitee en die Stadsraad.

Die markboeke word ook jaarliks onderwerp aan 'n audit deur 'n firma van eksterne ouditeurs wat deur die Stadsraad aangestel word.

(c) Rapporte. Deur die weeklikse, maandelikse en jaarlikse verslae wat die markmeester aan verskillende instansies moet lewer, vind ook 'n mate van kontrole oor die markbedrywigheid plaas.

(i) Maandelikse verslae deur die markmeester aan die Bestuurskomitee. Hierdie verslae bevat byvoorbeeld vergelykende omsatstysfers vir die afgelope maand en die ooreenstemmende maand van die vorige jaar en 'n opsomming van die voorraadposisie op die mark met moontlike verklarings van die heersende toestand (bv. ryp, hael, droogte).

Benewens hierdie gegewens wat ter kennisname in die verslag opgeneem word, bevat die verslag ook gegewens wat ter bekragtiging in die verslag gemeld word, byvoorbeeld die opening van 'n rekening deur 'n klant.

(ii) Verslae aan verskillende Rade en instansies. Daar moet maandeliks vorms voltooi word vir die Aartappelraad met betrekking tot die hoeveelheid aartappels van elke graad gedurende die maand op die mark verkoop. Die voltooide vorms moet tesame met die heffing van 1 sent per $37\frac{1}{2}$ pond aan die Aartappelraad gestuur word.

Wekliks moet opgawes aan die Eierbeheerraad gestuur word ten opsigte van die hoeveelheid eiers verkoop, en maandeliks moet voltooide vorms, wat die verkope vir die maand in grade opsom, tesame met die heffing van 3 sent per dosyn, aan die Eierbeheerraad gestuur word.

Jaarliks na afloop van die jagseisoen moet aan die Direkteur van Natuurbewaring verslag gedoen word met betrekking tot die hoeveelheid wild wat op die mark verkoop is.

Maandeliks moet verslae aan die Droëbonebeheerraad gelewer word ten opsigte van droë bone verkoop.

Wekliks word verslae aan die Suid-Afrikaanse Koöperatiewe Sitrusbeurs gelewer, terwyl die Beurs soms ook addisionele inligting verlang.

Aan die Afdeling Kommoditeitsdienste van die Departement van Landbou-ekonomie en -bemarking moet die jaarlikse markomset op hulle vraelys verskaf word.

(d) Begroting. Vir markuitgawes vir die jaar moet vooruit begroot word en gedurende die jaar dien die begroting as 'n kontrolemiddel oor die markbedrywighede. Die begroting word deur die markmeester in samewerking met die stadstoesourier opgestel en dit moet behalwe vir normale uitgawes soos salarisse, ook voorsiening maak vir buitengewone sake soos aanbouings,

instandhoudingskoste, ens. Dit word ook deur die Stadsraad behandel en bekragtig nadat hulle miskien hier en daar besnoei het.

(e) Finale rekeninge. Die mark se jaarlikse inkomste- en uitgawerekoning word deur die Stadsraad se tesouriersafdeling opgestel uit gegewens wat van die markboekhouer verkry is. Hierdie inkomste- en uitgawerekoning word aan die Stadsraad voorgelê vir oorweging en bied aan die Raad die geleentheid om marksake te kontroleer.

(f) Inspeksies. Die mark word gereeld geïnspekteer deur:

(i) 'n Amptenaar van die Departement van Landbou-ekonomie en -bemarking. Hierdie inspeksie vind op Dinsdae plaas en staan in verband met die nakoming van graderings-, gewigs-, verpakkings- en merkvereistes van produkte ten opsigte waarvan sodanige vereistes neergelê is deur die betrokke beheerraad of deur een of ander wet van die sentrale of provinsiale owerheid.

(ii) Plaaslike gesondheidsinspekteurs. Hierdie inspekteur besoek die mark gereeld en ondersoek produkte en die mark uit 'n gesondheidsoogpunt.

(g) Die markmeester. In die laaste instansie dra die markmeester volle verantwoordelikheid vir die doeltreffende beheer en kontrole van die mark en vir die uitvoering van alle wette en verordeninge wat op die mark betrekking het. By hierdie mark bestaan geen adviserende produsente- of verbruikerskomitees wat deur die markmeester geraadpleeg moet word nie en ook geen spesiale markkomitee van die Stadsraad nie.

C. Samenvatting.

Uit voorgaande is dit duidelik dat elke aspek van die mark behoorlik gereël is deur die markverordeninge wat min of meer standaard is. In die praktyk blyk die verordeninge uitvoerbaar te wees en word hulle toegepas - indien nie altyd na

die letter nie, dan wel na die gees. Daar is van die verordeninge wat tans geen praktiese toepassing het nie, maar uit die aard van die saak moet markverordeninge ook voorsiening maak vir sake wat mag opduik.

In die laaste instansie dra ook aspekte soos landswette, inspeksies, begrotings, verpligte rapporte, boekhouling, ouditerings en algemene verantwoordelikhedsposisie van die markmeester by tot die behoorlike beheer en kontrole van die mark.

--oOo--

HOOFSTUK 6.

DIE ORGANISASIE EN WERKING VAN DIE GERMISTONSE MARK.

A. Inleiding.

Terwyl die algemene beheer- en kontroleaspekte van die mark in hoofstuk 4 verduidelik is, word die aandag in hierdie hoofstuk gewy aan die praktiese funksionering en interne organisasie van die mark binne die raamwerk van die genoemde beheer en kontrole¹⁾.

B. Die organisasie van die mark.

1. Die markpersoneel.

Die voltydse blanke markpersoneel bestaan tans uit die markmeester, vier klerke (wat ook as afslaers diens doen), 'n boekhouer en 'n staatsgesubsidieerde arbeider (wat hoofsaaklik verantwoordelik is vir die sindelikheid van die saal waarin die verhuurde kraampies gehuisves is). Hierbenewens is daar vyf nie-blankes in diens wat hoofsaaklik verantwoordelik is vir die hantering van produkte op die mark en vir die uitvoering van diverse pligte soos die skoonhou van die marksaal.

2. Die markgeboue.

Die markgeboue bestaan uit drie parallelle losstaande geboue. Die een gebou bevat winkels en kantore wat verhuur word en 'n saal waarin kleinhandelverkope van produkte deur die huurders van kraampies plaasvind. Die bedrywighede in hierdie gebou staan nie onder die jurisdiksie van die markmeester nie en die markmeester is slegs verantwoordelik vir

1) All gegewens in hierdie hoofstuk is verkry in onderhoude met die markmeester en deur persoonlike waarneming op die mark.

die sindelikheid van die saal waarin die verhuurde kraampies gehuisves is. Die tweede gebou huisves die veilingsmark en in die derde is die markpersoneel se kantore, bergplek en rypmaakkamers (waarin ook ruimte deur kraampie-huurders gehuur word), 'n lokaal wat deur die Gesondheidsafdeling van die Stadsraad gebruik word en lokale wat deur die Christelike Maatskaplike Raad gehuur word.

3. Inrigting van die mark.

Plaasprodukte (soos dit genoem word en waaronder bedoel word vars groente wat deur produsente na die mark gebring word), ander groente wat per trein kom (hoofsaaklik tamaties), produkte in sakkies (soos aartappels en uie), sitrus, pluim-vee, suiwelprodukte (soos botter, kaas, room en geslagte pluim-vee) en vrugte word min of meer apart uitgestal in die veiling-saal op sementtafels en in houters wat vir die doel voorsien mag wees. Daar is ook voorsiening gemaak vir afsonderlike beweegruike vir blanke en nie-blanke markgangers. Die aflaai-perrons is, soos dit voorkom, gerieflik en voldoende en so ook die parkeerplek op die markterrein.

4. Voorrade.

Voorrade wat per trein na die mark gestuur word (on-geveer 60 persent van die omset word hierdeur verteenwoordig), word deur die Suid-Afrikaanse Spoorweë by die mark afgelewer en welks geval die markpersoneel die ontvangende produkte met die vragbriewe kontroleer. Indien daar enige tekort is of die produkte weens die nalatigheid van die Spoorweë beskade is, stel die markmeester namens die produsent 'n eis teen die Spoorweë in - die opbrengs waarvan na aftrekking van kommissie aan die produsent oorbetaal word.

Van goedere wat deur die produsente persoonlik op die mark gebring word, word deur 'n ontvangsklerk 'n opname gemaak

en 'n kwitansie word vir die ontvangse goedere uitgereik. Hierdie goedere verteenwoordig ongeveer 40 persent van die omset en in die jongste tyd veral bestaan dit grotendeels uit groente wat afkomstig is uit die tuine van Portugese tuiniers wat aan die buitewyke van die stad boer.

'n Groot persentasie van die produkte word op inisiatief van die produsente na die mark gestuur, maar dit gebeur ook dat die markmeester voorrade werf deur met gereelde leweransiers te skakel wanneer pryse goed en voorrade beperk is. Om voorrade te werf, word verder van omsendbriewe wat volgens produksieseisoene aan produsente uitgestuur word en waarin hulle genooi word om produkte na die mark te stuur, gebruik gemaak. Verder adverteer die mark maandeliks in "Die Landbouweekblad" en in "The Farmer's Weekly" en etikette vir verskillende produkte (soos aartappels en uie) met die markmeester se adres en die graad en standaardgewig daarop, word gratis aan voornemende leweransiers verskaf. Op die mark word ook papierhousers aan veral vrugteprodusente verkoop om hulle in staat te stel om hulle produkte behoorlik uit te stal.

Dis ook 'n algemene praktyk dat produsente die markmeester skakel in verband met die voorraadposisie op die mark alvorens hulle produkte na die mark versend. Sommige produsente verlang ook dat die markmeester hulle skakel of telegrafeer sodra vorige besendings verkoop is, sodat hulle kan besluit in verband met verdere besendings. Voorgaande is gesonde prosedures aangesien dit aan die markmeester die geleentheid bied om oervoering van die mark te verhoed en op hierdie wyse kan die mark 'n prestige vir goeie pryse by produsente opbou.

Vorrade op die mark wat deur die gesondheidsinspekteur as nie geskik vir menslike gebruik nie beskou word, word deur hom gekonfiskeer en verwyder. Hy reik 'n bewys vir sodanige

voorrade uit en die markmeester stuur die bewys en die leë sak-
kies of ander bruikbare houters aan die produsente terug. In
hierdie geval word gewoonlik slegs die spoorvrag van die pro-
dusent gevorder.

Alle produkte waarvoor daar graderingsregulasies bestaan,
maar wat die mark as ongegradeerd bereik, word deur die mark-
personeel gegradeer en van die nodige etikette voorsien. Dit
mag selfs gebeur dat produkte wat nie in die korrekte houters
verpak is nie, herverpak word; of dat produkte in belang van
die produsente hersorteer word.

5. Marktye.

Produkte word daagliks van 6 vm. af op die mark ontvang
en verkopings op die mark vind plaas op Dinsdae (van 7.45 vm.
af), Donderdae (van 7.45 vm. af), Vrydae (van 2 nm. af) en
Saterdag (van 7.45 vm. af). Die verkopings eindig nie op 'n
vasgestelde tyd nie, maar duur voort totdat alle produkte on-
der die hamer was. Oggendveilings is gewoonlik teen 11.30 vm.
afgehandel en middagveilings teen 4.30 nm. Die feit dat daar
slegs op sekere dae van die week veilings gehou word, is in
ooreenstemming met die gebruik op die ander kleiner Randse mar-
ke. Uit die mark se oogpunt is dit nie doenlik om elke dag 'n
veiling te hou nie omdat die aanbod dit normaalweg nie regver-
dig nie en omdat daar nie juis 'n behoefte daaraan is nie.
Ondervinding het ook geleer dat Maandae en veral Woensdae swak
markdae is (selfs op groot marke); en op Germiston is die
treindiens op Maandae en Woensdae blykbaar ook nie juis bevor-
delik vir 'n mark op dié dae nie.

6. Winkelmark.

Die veiling wat op Vrydagmiddae plaasvind, is oorspronk-
lik ingestel om in die behoeftes van die gesinskoper te voor-
sien, en dit is ook die "huishvrouensmark" genoem. Mettertyd

het dit egter ook die karakter van die gewone mark begin aanneem in dié sin dat dit tans hoofsaaklik 'n mark is waar handelaars voorrade aankoop, en die Saterdagoggendmark eintlik in 'n groter mate die gesinsmark is as die Vrydagmiddagmark. Hierdie verandering is blykbaar 'n gevolg van die feit dat handelaars dit gerieflik vind om op Vrydagmiddae hulle voorrade vir die naweek aan te koop, terwyl huisvrouens weer oor die algemeen hulle naweekaankope op Saterdagoggende doen. Die middagmark word in die organisasie van die mark beskou as 'n deel van die Saterdagoggendmark. Die gesinsmark is 'n verskynsel wat op die meeste groter dorpe aangetref word. Op sommige plekke geskied verkopings egter uit die hand.

7. Metode van verkoop.

Alle verkopings op die mark geskied deur middel van die veilingstelsel by wyse van opbot. Dit is die enigste veilingstelsel wat nog gebruik is. Die lui van 'n klok kondig die begin van veilings aan en die afslaers beweeg op die ry af soos die produkte uitgestal is. Waar goedere van so 'n aard is, word hulle eers opgeveil om een of meer eenhede te neem. Indien die hoogste bieder nie al die eenhede neem nie, kry ander klante die geleentheid om teen dieselfde prys ook enkele eenhede of soveel as wat hulle verlang, te neem.

Die oorblywende eenhede word dan opgeveil om sê vyf of meer eenhede te neem en dieselfde prosedure soos by enkele eenhede word verder gevolg. Daarna word die balans met 'n enkele veiling verkoop.

Hierdie prosedure is bedoel om aan die gesinskoper die geleentheid te gee om in klein hoeveelhede vir gebruik aan te koop, en om ook voorsiening te maak vir die behoeftes van die handelskoper, sonder om die veilings onnodig te vertraag. Gewoonlik is die prys vir enkele eenhede hoër as byvoorbeeld

dié vir vyf of meer of die balans. Dit kan miskien toegeskryf word aan die feit dat voornemende kopers nie weet of die hoogste bieder nie dalk die hele aanbod gaan neem, sonder dat hulle ook 'n kans kry om in hulle behoeftes te voorsien nie - dit dwing voornemende kopers dan om self ook te bid. Die wesenlike gevaar bestaan egter - veral indien daar slegs gesinskopers op die mark sou wees - dat kopers nie teen mekaar sal bid nie in die hoop om op dié wyse tog eenhede teen 'n baie lae prys te bekom en sodoende 'n groot "verbruikersurplus" te realiseer. Die teenwoordigheid van handelskopers op die mark dien egter as 'n teenwrig vir hierdie praktyk - en gelukkig is daar altyd handelskopers teenwoordig.

Wanneer die aanvraag na 'n produk relatief groot is in vergelyking met die aanbod - soos wanneer die eerste of laaste produkte van 'n seisoen bemark word of wanneer klimaatomstandighede die aanbod beperk - het sterk mededinging ook die gevolg dat die verbruikersurplus in die prys opgevang word. Indien die aanbod egter relatief groot is in vergelyking met die vraag, kan trae bidëry daartoe lei dat afnemers pryse betaal wat aansienlik laer is as die pryse wat hulle gewillig sou wees om te betaal liever as om sonder die produk te gaan - dan ontstaan dus 'n groot verbruikersurplus. Die ander moontlike veilingsstelsel, naamlik by wyse van afslag, sluit egter ook nie hierdie moontlikheid uit nie¹⁾.

8. Uit-die-handverkope.

Daar word geen uit-die-handverkope van watter aard ook al op die mark toegelaat nie. Die vroeëre praktyk om tafelreel aan produsente te verhuur waar hulle hul eie produkte uit die hand kan verkoop, bestaan nie meer nie. Die rede hiervoor is

1) Van Nuiswinkel, op. cit., p. 133-5.

die feit dat uit-die-handverkope deur produsente parallel met die veilings 'n spekulatiewe goes op die mark skep en dat dit aanbod sowel as aanvraag verdeel en die vereistes vir gesonde mededinging dus verlore gaan.

Dit gebeur wel soms dat die markmeester aan klante wat laat opdaag produkte wat oorgebly het uit-die-hand verkoop teen die heersende veilingspryse.

9. Afslaers.

Die afslaers is voltydse markamptenare. Enigiets van een tot vier afslaers veil gelyktydig op - afhangende van die hoeveelheid produkte op die mark. Elke afslaer word bygestaan deur 'n boekklerk wat die markbriewe uitmaak terwyl die veiling plaasvind. Wanneer vier afslaers verkoop, word soms bykomstige personeel van die munisipaliteit verkry om as klerke diens te doen, maar dit gebeur ook dat 'n afslaer sy eie boekwerk doen.

Wanneer meer as een afslaer optree, veil elke afslaer 'n ander produk op. Een begin byvoorbeeld met aartappels en met tussenposes van sê vyftien minute, begin die ander met plaaslike groente, suiwel en sitrus onderskeidelik. Hierdie prosedure mag probleme skep vir dié klante wat verskillende produkte wil koop wat nou gelyktydig opgeveil word. Die vyftien minute wat verloop tussen die begin van veilings deur verskillende afslaers, bied egter aan verbruikers 'n geleentheid om hulle aankope van verskillende produkte te maak. Verder word die hele aanbod van 'n produk ook nie agtereenvolgens opgeveil nie - die veiling van verskillende besendings tamaties word byvoorbeeld afgewissel met die veiling van groenboontjies, aartappels, en dergelike meer, sodat kopers miskien tog van alle produkte kan bekom al kan hulle nie alle veilings gelyktydig bywoon nie. In die laaste instansie besoek handelskopers tog die mark op verskillende dae van die week en hulle kan hulle aankope van ver-

skillende produkte daarvolgens beplan.

Die voordeel van dié stelsel is dat veilings vinnig afgehandel word - en dit is belangrik. As nadeel word genoem dat die vraag by een of ander tafel verminder mag word en dat pryse sodoende nie 'n getroue weergawe van vraag en aanbod sou wees nie. Dit is egter so dat oor 'n week-siklus die volle vraag tog uitgeoefen word en dit kan dus gestel word dat die werklike vraag na elke produk op daardie tydstop tog op elke markdag volledig uitgeoefen word.

Die alternatiewe stelsel, naamlik waar verskillende afslaaers gelyktydig dieselfde produksorte opveil, stel kopers wel in staat om al hulle benodigdhede agtereenvolgens by een plek te koop, maar dit sou mank gaan aan die volgende gebreke: In die eerste plek sou so 'n stelsel tydrowend wees en die doel waarvoor meerdere afslaaers gebruik word, grotendeels veryd. Tweedens sou dit kon gebeur dat op so 'n wyse op dieselfde mark op dieselfde tydstop verskillende pryse vir dieselfde produk kan tot stand kom - dit skep onsekerheid by leweransiers en afnemers en is nie bevorderlik vir die ordelike funksionering van die mark nie. Dordens sou so 'n stelsel die werklike vraag na 'n produk op 'n spesifieke tydstop verdeel en sodoende een van die bestaansgronde van die veiling, naamlik vraagkonsentrasie¹⁾, vernietig.

Alles in ag genome, wil dit voorkom asof die stelsel wat in gebruik is wanneer meer as een afslaer optree, in die beste belang van die produsent en koper is, en dat met die huidige markfasiliteite dit die enigste praktiese stelsel is.

10. Verkopings.

Verkopings geskied vir kontant of op krediet. Waar

1) Van Huiswinkel, op. cit., p. 135.

verkopings vir kontant plaasvind, moet die toepaslike bedrag onmiddellik aan die afslaer oorhandig word. Kredietverkope geskied alleenlik aan goedgekeurde klante wat vooraf die nodige sekuriteit gedeponeer het¹⁾. Die afslaer (en nie sy boekklerk nie) is verantwoordelik vir die opbrengs van die produkte en vir verkopings. Alle verkoopte goedere moet onmiddellik van die mark verwyder word.

11. Terughou van goedere.

Wanneer die hoogste bot op goedere waarvoor die markmeester agent is laer is as wat hy as 'n billike prys beskou onder heersende vraag- en aanbodtoestande, dan gebeur dit dat die markmeester 'n minimumprys vir die goedere stel. Indien kopers nie bereid is om hierdie prys te betaal nie, word die goedere oorgehou vir 'n volgende veiling. Dit mag byvoorbeeld gebeur dat die hoogste bot vir 'n besending aartappels R1.20 per sakkie is. Die markmeester mag dan weier om teen daardie prys te verkoop en 'n minimumprys van sê R1.50 per sakkie noem - waarteen die aartappels dan verkoop word indien die kopers bereid is om dit te betaal. Op hierdie wyse lewer die markmeester 'n groot bydrae om onder andere die nadelige gevolge van 'n kunsmatig-beperkte vraag en van ongekoördineerde bemerking uit te skakel. In sy beslissing laat die markmeester hom veral lei deur die verwagte vraag en aanbod en die gehalte en bederfbaarheid van die produk.

Waar die produsent self op die mark aanwesig is wanneer sy produkte opgeveil word, mag hy self die goedere terughou en 'n minimumprys stel wanneer die goedere opgeveil is. Geen produkte wat op die mark gebring is, mag egter van die mark verwyder word sonder toestemming van die markmeester nie - as

1) Kontant- en kredietverkope word in hoofstuk 3 verder ontleed.

verkoop of onverkoop - indien dit nie opgeveil is nie.

12. Inkope deur die markmeester.

Dis 'n algemene praktyk dat die markmeester by veilings namens sekere instansies aankope maak deur soos enige ander koper te bide. Hy koop byvoorbeeld gereeld voorrade aan vir die Gesondheidsafdeling van die Stadsraad en vir die Stadsraad se kampong. Dit gebeur ook dat hy vir instansies soos koshuise of losieshuise produkte aankoop op hulle versoek.

13. Agente.

Daar is tans geen kommissie-agent wat op die mark optree nie en die markmeester verrig alle agentskapwerk self. Dit gebeur soms dat Johannesburgse kommissie-agente produkte oorstuur na die Germistonse mark nadat dit op die Johannesburgse mark teruggehou is of deur die agent vir eie rekening ingekoop is. Die huidige markmeester ontmoedig hierdie praktyk egter sover moontlik en volgens artikel 15 van die markverordeninge mag hy dit verbied. Sy argument is dat produkte wat op hierdie wyse op die mark kom, nie meer vars is nie en dat die Germistonse mark op dié wyse sy goeie naam kan verloor deurdat dit 'n dumpingsplek vir Johannesburg se oorskotvoorrade kan word. Verder kan dit spekulاسie deur die agent ten koste van die produsent, aanmoedig.

14. Bergruimte.

Bergruimte op die mark is voldoende en die markverordeninge ten opsigte van bergingsgeld word nie streng toegepas nie, mits produsente en kopers nie misbruik van dié vergunning maak nie.

15. Verhouding tot verhuurde krame.

Die kraamhuurders koop 'n groot persentasie van hulle produkte op die mark, maar kry ook voorrade van elders af. Sover vasgestel kan word, het die kraampies geen nadelige

invloed op die mark nie, intendeel, die kraampies dien as afnemers vir baie oorskotprodukte en weens die feit dat kopers nog altyd by die digby-geleë kraampies in hulle behoeftes kan voorsien indien hulle nie by die mark geholpe raak nie, is hulle meer geneë om die mark te besoek. Die kraampies help dus om 'n toeloop van kopers te veroorsaak. Dit is dan ook so dat op 'n dag wanneer die mark goed sake doen, die kraampies ook goed sake doen, en andersom.

16. Probleme.

(a) Die grootste probleem is steeds dat kopers (en veral gesinskopers) nie geneig is om aan die biederij deel te neem nie, en hierteenoor staan die markmeester magteloos. Die gevolg is dat wanneer 'n handelaar die hoogste bieder is, maar die prys nog baie billik is en hy die hele voorraad teen dié prys neem reeds by die veiling van een of meer, dan is die verbruikers ontevrede en kla dat hulle belange verontagsaam word op die mark. Die gesinskopers besef nie dat uit die aard van die risiko's wat die handelaar neem en die dienste wat hy lewer, dit 'n ekonomiese noodsaaklikheid is dat hy goedkoper sal koop as die verbruiker nie. Hy moet dus bereid wees om by die eerste veiling hoër te bide om te verhoed dat die handelaar met die hele voorraad wegstap.

(b) Goedere wat per spoor kom en wat te laat afgelewer word vir die veiling waarvoor dit bedoel is, skep ook probleme. Produkte wat byvoorbeeld 'n uur laat kom vir Dinsdag se veiling, moet oorlê tot Donderdag, met die klaarblyklike nadelige gevolge wat betref varsheid. Dit lei ook daartoe dat Dinsdag se aanbod abnormaal laag is, maar Donderdag syne abnormaal hoog met die gepaardgaande nadelige uitwerking op pryse.

(c) Ongekoördineerde bemarking is nog een van die hoofprobleme wat ondervind word. Die feit dat die mark op een dag

oorvoer word met 'n sekere produk, terwyl op 'n ander dag 'n tekort ondervind word, maak dit uiters moeilik om bestendige pryse te behaal, veral ook weens die bederfbaarheid van die produkte.

(d) In die verlede was dit ook 'n aktuele probleem dat produsente hulle swakker of ongegradeerde produkte na die Germistonse mark gestuur het, terwyl die beter produkte na die groter sentrale marke gestuur is. Die markpersoneel beweer hulle egter daarvoor om beter produkte te trek vir die Germistonse mark. Daar word gewys op die feit dat verbruikers (en selfs die groeiende aantal Bantoes wat markprodukte koop) eerder 'n goeie produk teen 'n hoë prys as 'n swak produk teen 'n lae prys koop. Hierdie probleem is gelukkig beseig om te verdwyn.

C. Samenvatting.

Daar kan met groot vrymoedigheid gekonstateer word dat die Germistonse mark doeltreffend georganiseer en geadministreer word indien dit uit 'n diensleweringsoogpunt beoordeel word. Die gees wat op die mark heers, is besonder aangenaam en die persoonlike omgang van die markpersoneel met kopers en verkopers dra by tot gesonde menslike verhoudinge. Laasgenoemde lei weer tot doeltreffende funksionering van die mark.

HOOFSTUK 7.DIE FINANSIËLE STELSEL VAN DIE GERMISTONSE MARK.A. Inleiding.

'n Verdere aspek van die mark wat tuishoort naas beheer, kontrole en organisasie (wat in die voorafgaande twee hoofstukke bespreek is), is dié van die behartiging van die finansiële sake van die mark. In hierdie hoofstuk word die aandag voorts op hierdie aspek toegespits ¹⁾.

B. Die behartiging van finansiële sake.1. Algemeen.

Aangesien die mark 'n afdeling van die Stadsraad se bedrywighede is, is die mark ook wat finansiële aangeleenthede betref onderhorig aan die Stadsraad en alle winste of verliese van die mark is per slot van rekening winste of verliese van die Stadsraad. Vir die Stadsraad is die instandhouding van die mark tans in die vernaamste plek 'n manier van dienslewering aan die stad se inwoners. Dit kan byvoorbeeld afgelei word van die feit dat die mark vir die afgelope 15 jaar in totaal teen 'n netto verlies gefunksioneer het ²⁾.

2. Eie stel boeke.

Die mark is die enigste afdeling van die Stadsraad wat onafhanklik 'n volledige stel boeke (van die gebruiklike boeke van eerste inskrywing tot by die proefbalans) daarop nahou. Verder het die mark sy eie voltydse boekhouer wat verantwoor-

1) Alle gegewens in hierdie hoofstuk is verkry deur onderhoude met die markmeester en boekhouer van die mark en deur persoonlike ondersoek van die boeke en rekeninge van die mark.

2) In hoofstuk 8 word besonderhede ocr winste en verliese verstrek.

deur die mark die karakteristieke toewysing van transaksies en wat terselfdertyd optree as kassier van die mark. Uit 'n kontrole-oogpunt is dit nie die beste stelsel nie; maar weens die klein getal personeellede is dit miskien die enigste praktiese uitweg op hierdie mark. Die markboekhouer stel egter nie die mark se eindrekeninge op nie en is ook nie daartoe in staat nie, aangesien die meeste van die markuitgawes deur die stadstresourier hanteer word en nie deur die markboeke gaan nie 1).

3. Eie bankrekening.

Die mark behartig sy eie bankrekening en om die boekhouer in staat te stel om uitbetalings aan produsente stiptelik te maak ten spyte van kredietverlening aan kopers, maak die stadstresourier 'n voorskot van R2000 aan die mark.

4. Prosedure by verkopings.

By alle verkopings word die markbriewe ten tye van die veiling in triplikaat uitgemaak deur die boekklerk. Die drie afskrifte bestaan uit 'n geel, wit en groen kopié. Die geel kopié bly in die boekie en word in die argief opgeberg, terwyl die groen en wit kopiëë uitgestuur en na die veiling alfabeties (volgens verkopers) in hokkies gerangskik word. Na verkopings maak elke afslaer 'n ontleding van die markbriewe van sy verkope vir die dag volgens nommers op 'n dagstaat. Die dagstaat het onder andere kolomme vir verkope (verdeel in kontant en krediet), totaal, vir toewysings soos kommissie, agentskapgeld, vendusiebelasting (wat afgeskaf is sedert 1 Oktober 1965), spoorvrag, telegramme, aartappelheffing, ens., en diverse krediteure, en dan kolomme vir uitbetalings

1) In hoofstuk 8 word die uitgawes in besonderhede ontleed.

in kontant en per tjek wat deur die boekhouer voltooi word. Die boekhouer maak weer 'n maandelikse opsomming van die dagstate van die afslaers.

Verkopings geskied vir kontant of op krediet en uitbetalings geskied in kontant of per tjek. Dit stel vier aangeleenthede daar wat afsonderlik verduidelik sal word.

(a) Verkopings.

(i) Kontantverkopings. Kopers wat vir kontant koop, moet onmiddellik na die transaksie die koopsom aan die afslaer oorhandig. Na afloop van die veiling oorhandig die afslaer weer sy totale kontantontvangste, wat moet klop met die totaal van die kontantverkope-kolom van sy dagstaat, aan die boekhouer. Die ouditeure sien toe dat die totaal van die kontantverkopekolom klop met die kontantmarkbricwe. Op hierdie wyse is daar doeltreffende interne kontrole wat ontvangte kontant betref.

(ii) Kredietverkopings. Kopers wat op krediet wil koop, moet vooraf reëlins daartoe tref. Krediet word op die mark alleenlik toegestaan aan goedgekeurde klante wat vooraf 'n bedrag deponeer, en hierdie bedrag stel ook sodanige klant se kredietgrens daar. Die deposito's word deur die stadstresourier hanteer en word slegs aan die mark oorbetaal indien die koper nie sy verpligtinge teenoor die mark nakom nie. Wat die mark betref, is hierdie kopers dus gewone debiteure wat periodiek hulle rekenings ten volle moet vereffen. Die deposito mag natuurlik te enigertyd deur klante wie se rekenings vereffen is, onttrek word, maar dan verloor hulle verdere kredietgeriewe. Die enigste voordeel van dié stelsel vir die kopers is dat hulle nie gedurig gold op die mark hoef te betaal nie, maar slegs wekliks of maandeliks hulle totale rekenings moet vereffen.

Die kredietkolom op die dagstaat toon die totale krediet-

verkope per afslaer vir die veiling. Na die veiling word van die markbriewe af ook rekeningvorme vir elke debiteur in duplikaat deur die afslaer uitgemaak, wat die debiteur se totale krediet aankope vir die dag (by die spesifieke afslaer) aantoon. Die totale van al hierdie rekeningvorme moet klop met die totaal van die kredietverkopekolom van die dagstaat en ook met die totaal van die krediet-markbriewe. Die wit kopieë van die rekeningvorme vergesel die rekeninge wat periodiek aan debiteure gestuur word, terwyl die geel kopieë deur die boekhouer gebruik word om die debiteursrekeninge op te skryf nadat hulle weekliks volgens kopers opgesom is. Die totaal van al hierdie opgesomde rekeninge moet weer klop met die totaal van die kredietverkopekolom in die maandelikse opsomming van dagstate.

(b) Uitbetalings. Die bedrae wat moet uitbetaal word, word deur die afslaers op die dagstaat bereken. Die diverse krediteurekolom gee naamlik ten opsigte van elke markbrief die netto bedrag wat aan die verkoper uitbetaal moet word.

(i) In kontant. Na afloop van die veiling, maak die boekhouer uitbetalings in kontant aan produsente wat persoonlik teenwoordig is. Dit mag van die produsent verwag word om sy kwitansie (kyk hoofstuk 6,B4) te toon alvorens geld aan hom uitbetaal sal word. Wanneer die geld uitbetaal word, moet hy die wit afskrif van die markbrief teken en seël en dit dien dan as kwitansie vir die boekhouer. Die groen kopie van die markbrief word aan die produsent saam met die geld oorhandig.

Alle bedrae wat in kontant uitbetaal word, word in 'n "kontantuitbetalingsboek" opgesom en die totaal van hierdie boek moet te enigertyd klop met die totaal van die wit gekwierteerde markbriewe. Alle uitbetalings word ook deur die boekhouer op die dagstaat teenoor die betrokke markbrief in die

kontantuitbetalingskolom aangeteken, sodat onmiddellik op die dagstaat gesien kan word watter markbriewe nog betaal moet word.

(ii) Per tjek. Alle ander uitbetalings geskied per tjek (hoofsaaklik op Maandae vir die voorafgaande week) en word aan produsente ge-pos. Saam met die tjeks word die groen kopieë van markbriewe ge-pos. Op die wit kopieë word die tjeknommers aangeteken en die markbriefnommers verskyn op die tjekteenblad. Alle tjeks word ook opgesom in 'n "tjekuitbetalingsboek" en word op die dagstaat teenoor die betrokke markbrief in die tjekuitbetalingskolom aangeteken. Die totaal van die "tjekuitbetalingsboek" moet te enigertyd klop met die wit markbriewe wat met tjeknommers geëndosseer is. Wanneer die bankstaat kom, word die gewisselde tjeks in hierdie boek afgemerk, sodat verkopers se navrae in verband met tjeks onverwyld beantwoord kan word en vasgestel kan word of tjeks in die pos verlore geraak het.

Sommige tjekbetalings geskied eers maande na die verko-ping. Dit kan daaraan te wyte wees dat produsente die boekhouer versoek om slegs een keer in sê 3 maande aan hulle uit te betaal of dit kan daaraan te wyte wees dat die boekhouer baie keer nie oor die produsent se korrekte adres beskik nie en dan moet wag op navrae deur die produsent.

(c) Kasboek. Die kasboek word in analisevorm volgens gewone rekeningkundige beginsels gehou. Die kredittkant bevat ontledingskolomme vir byvoorbeeld spoorvrag, aartappelheffing, kommissie, agentskapsgeeld en krediteure (in kolomme vir huidige en vorige maande ontleed). Kreditinskrywings vir uitbetalings word in totaal gedoen volgens die kontanten tjekuitbetalingsboeke. Debetinskrywings in die kontantkolom word in totaal gedoen volgens die totale van die kontantverkoopkolomme op die dagstate, terwyl die debetkant van

die bankkolom uit die bankdepositoboek opgeskryf word.

(d) Grootboek. 'n Volledige stel grootboekrekeninge vir debiteure, kommissie, agentskapgelde, heffings, ens., word gehou en volgens gewone rekeningkundige beginsels opgeskryf. Uit die aard van die saak moet vir debiteure individuele rekeninge gehou word en hulle word gedebiteer volgens die totale van die weeklikse opsomming wat van die geel kopieë van die rekeningvorme gemaak is en gekrediteer volgens betalings wat hulle op hulle rekenings maak (soos in die kwitantieboek aangeteken). Rekeninge soos kommissie en heffings word met die totale uit die dagstate gekrediteer en met die totale van die betrokke ontledingskolomme aan die kredittkant van die kasboek gedebiteer. Die rekeninge sal dus aantoon of al hierdie gelde aan die betrokke instansies oorbetal is.

(e) Kontrolerekeninge. Wat krediteure betref, word slegs 'n kontroler rekening gehou, die saldo waarvan die saldo van uitstaande krediteure aantoon, en wat moet ooreenstem met die onafgemerkte items op die dagstate. Die kontrolerekening word gekrediteer met die totaal van die krediteurekolom uit die maandelikse opsomming van dagstate en gedebiteer met die totaal van die krediteurekolom aan die kredittkant van die kasboek.

Die debiteurskontrolerekening word gedebiteer met die totaal van die kredietverkoopkolom uit die maandelikse opsomming van die maandstate en gekrediteer met die totale ontvangste van debiteure volgens die debetkant van die kasboek. Die saldo van die debiteurskontrolerekening moet natuurlik ooreenstem met die totaal van die debetsaldo's van die debiteure-rekenings.

(f) Oorbetalings aan stadstesourier. Alle markinkomste uit kommissie en agentskapgeld sowel as aftrekkings vir telegramme word maandeliks aan die stadstesourier per tjek

oorbetaal, vergesel van 'n opsomming daarvan onder die toepaslike hoofde. Telegramkoste word later weer van die stadstesourier terug ontvang op inlewering van opsommingstate van telegramme wat uitgestuur is. Die markboekhouer is ook verantwoordelik vir die invordering van huurgelde van alle huurders in die markgeboue en vir die maandelikse oorbetaling van die huurgelde aan die stadstesourier.

(g) Rol van die stadstesourier. Alle uitgawes van die mark, soos salarisse en herstellingskoste, word deur die stadstesourier behartig en gaan nie deur die markboeke nie. Teen die einde van die finansiële jaar is die stadstesourier verantwoordelik vir die opstelling van die mark se inkomste- en - uitgawerekening volgens die gegewens wat in die loop van die jaar van die markboekhouer ontvang is en uit dié wat uit die stadstesourier se eie betalings ten opsigte van marksake vloei.

(h) Samevatting. Die finansiële stelsel wat op die mark in werking is, maak voorsiening vir 'n gesonde toepassing van die beginsels van interne kontrole: daar is 'n mate van verdeling tussen die funksies van verkoop en boekhouding, behoorlike dokumentasie vind plaas en op verskillende punte vind kontrole plaas ^{deur} die vergelyking van totale.

HOOFSTUK 8.'n STATISTIESE ONTLEDING VAN DIE GERMISTONSE MUNISI-
PALE MARK.A. Inleiding.

In hierdie hoofstuk word 'n statistiese ontleding van die funksionering van die Germistonse mark gemaak. Daar word hoofsaaklik gebruik gemaak van

1. maandelikse omsetsyfers vir die 17 jaar van 1 Julie 1949 tot 30 Junie 1966 ¹⁾,

2. inkomste- en uitgawerekeninge van die mark vir die 16 jaar van 1 Julie 1949 tot 30 Junie 1965 ²⁾, en

3. 'n ontleding van daaglikse verkope vir die jare 1960 en 1964 in 4 groepe produkte, naamlik sagtevrugte (appels, perskes, pere, ens., gelewer deur die Sagtevrugte-raad), aartappels, sitrus (hoofsaaklik gelewer deur die Suid-Afrikaanse Koöperatiewe Sitrusbeurs) en gemeng (hoofsaaklik groente, maar dit sluit ook alle produkte in wat nie in die eerste drie groepe val nie) - elke groep verder ontleed volgens provinsie van herkoms en in kontant- en kredietverkope ³⁾.

B. Verhouding tussen kontant- en kredietverkope (alle produkte) in 1960 en in 1964.

Tabel 8.1 verskaf die betrokke gegewens tot die naaste rand.

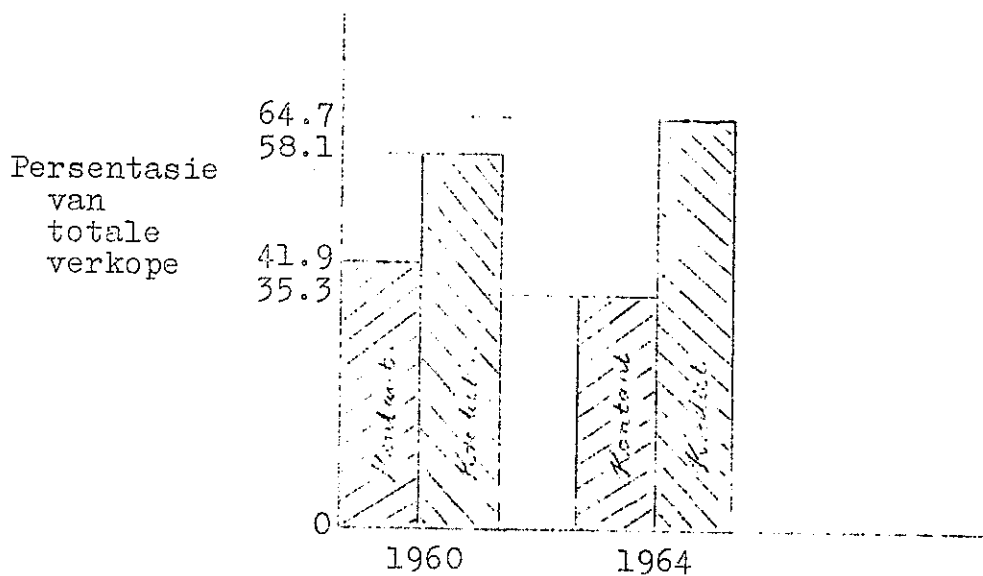
-
- 1) Hierdie syfers is deur die markmeester verskaf.
 - 2) Afskrifte van die oorspronklike inkomste- en uitgawerekeninge is deur die stadsklerk verskaf.
 - 3) Die ontleding van daaglikse verkope is verkry deur alle faktuurafskrifte vir die twee jare te ondersoek.

TABEL 3.1. TOTALE OMSET VAN DIE GERMISTONSE MARK,
VERDEEL II. KONTANT- EN KREDIETVERKOPE,
VIR 1960 EN VIR 1964.

Jaar	Kontant		Krediet		Totaal	
	R	%	R	%	R	%
1960	69,747	41.9	96,605	58.1	166,352	100
1964	55,095	35.3	100,968	64.7	156,063	100

In diagram 8.1 word bostaande gegewens aanskoulik voorgestel.

DIAGRAM 8.1. DIE VERHOUDING TUSSEN TOTALE KONTANT-
EN KREDIETVERKOPE OP DIE GERMISTONSE
MARK IN 1960 EN IN 1964.



Uit bostaande afbeelding kan onder andere die volgende afleidings gemaak word ten opsigte van die Germistonse mark:

1. Kredietverkope speel 'n groter rol op die mark as kontantverkope.
2. In 1964 was daar 'n duidelike toename in kredietverkope (ten opsigte van 1960) ten koste van kontantverkope.

Dit wil dus voorkom dat waar kredietverkope reeds die

belangrikste onsetrol op die mark speel, die neiging tans is dat dit nog in belangrikheid toeneem ten koste van kontantverkope. Hierdie neiging is nie veroorsaak deur 'n verandering in markbeleid nie, maar hang eerder saam met die ontwikkeling in die rigting van groothandelverkope; en met die toenemende voorkeur wat handelaars aan kredietverkope gee.

C. Verhouding tussen kontant- en kredietverkope van verskillende groepe produkte.

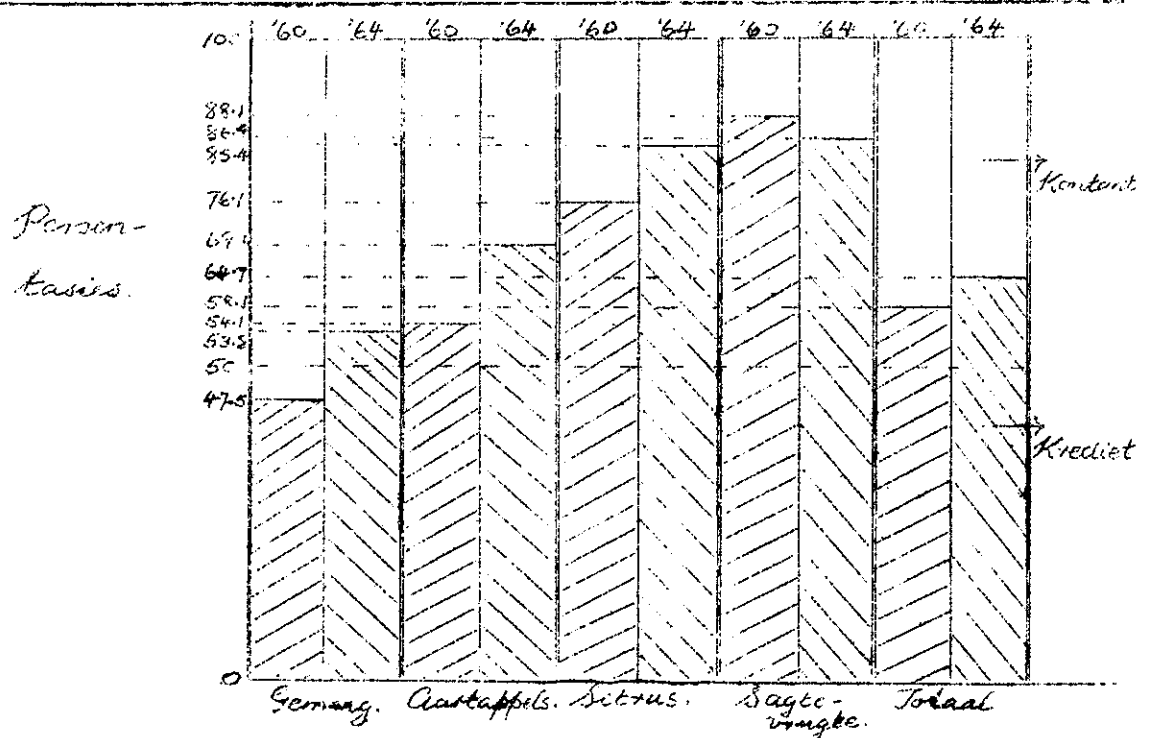
'n Ontleding van kontant- en kredietverkope word hieronder in tabel 8.2 vir elk van die vier groepe produkte gemaak vir 1960 en vir 1964.

TABEL 8.2. KONTANT- EN KREDIETVERKOPE VAN VIER GROEPE PRODUKTE OP DIE GERMISTONSE MARK IN 1960 EN IN 1964.

	1960					
	Kontant		Krediet		Totaal	
	R	%	R	%	R	%
Sagtevrugte	1,589	11.9	11,793	88.1	13,382	100
Aartappels	13,640	45.9	15,947	54.1	29,587	100
Sitrus	3,635	23.9	27,336	76.1	35,971	100
Gemeng	45,883	52.5	41,529	47.5	87,412	100
1964						
Sagtevrugte	1,245	13.1	8,215	86.9	9,460	100
Aartappels	9,506	30.9	21,154	69.1	30,660	100
Sitrus	4,311	14.6	25,057	85.4	29,368	100
Gemeng	40,031	46.2	46,541	53.8	86,572	100

'n Vlugge inspeksie van die gegewens in tabel 8.2 dui daarop dat die verhouding tussen kontant- en kredietverkope aansienlik verskil by die verskillende produkte-groepe en dat die verhoudings veranderings getoon het van 1960 na 1964.

DIAGRAM 8.2. DIE VERHOUDING TUSSEN KONTANT- EN KREDIETVERKOPE VAN VIEF GROEPE PRODUKTE OF DIE GERMISTONSE MARK IN 1960 EN IN 1964.



1. Sagtevrugte. By sagtevrugte speel kredietverkope 'n heeltemal oorheersende rol in albei jare onder bespreking - soos diagram 8.2 dit ook aanskoulik voorstel.

Alhoewel die verhouding tussen kontant- en kredietverkope van alle produkte in totaal in die guns van kredietverkope beweeg het (vergelyk supra) het daar volgens bestaande gegewens by sagtevrugte, afsonderlik geneem, nie 'n dergelike neiging bestaan nie; intendeel: kontantverkope het hier toegeneem van 11.9% in 1960 tot 13.1% in 1964.

2. Aartappels. Wat aartappels betref, is, in albei jare onder bespreking, kredietverkope ook van groter omvang as kontantverkope, maar nie so oorwegend soos by sagtevrugte nie.

Uit diagram 8.2 is dit duidelik dat terwyl kredietverkope in albei jare onder bespreking 'n groter deel van

die omset uitgemaak het as kontantverkope, dit in 1964 van nog groter belang was as in 1960. 'n Beweging dus in die rigting van kredietverkope - in dieselfde rigting as totale omsetsyfers.

3. Sitrus. Ook hier speel kredietverkope 'n oorheersende rol in albei jare onder bespreking - byna in dieselfde mate as by sagtevrugte.

Diagram 8.2 toon verder duidelik dat die rol wat kredietverkope gespeel het, aansienlik toegeneem het van 1960 tot 1964, naamlik van 76.1% in 1960 tot 85.4% in 1964 - 'n beweging in dieselfde rigting as die by totale omsetsyfers dus.

4. Gemeng. By dié groep produkte speel kredietverkope nie so 'n oorheersende rol as by die ander groepe nie. Trouens, in 1960 het kontantverkope 'n belangriker rol gespeel as kredietverkope.

Uit diagram 8.2 is dit duidelik dat hoewel kontantverkope in 1960 vir die grootste persentasie van die omset in dié groep verantwoordelik was, die bordjies in 1964 verhang is. Kredietverkope het naamlik toegeneem van 47.5% in 1960 tot 53.8% in 1964. Dit wil dus voorkom asof kredietverkope hier ook relatief toeneem soos dit ook die neiging is wat die totale omset betref.

Samevattend kan gekonstateer word dat dit wil voorkom asof daar 'n algemene neiging is tot kredietverkope en dat hierdie neiging nie net in totale verkope merkbaar is nie, maar ook in individuele produkte (aartappels) of groepe produkte. Sagtevrugte was in dié twee jare die uitsondering - kontantverkope het 'n geringe styging getoon, maar kredietverkope maak in elk geval meer as 35% van die omset van dié produkgroep uit en dié produkgroep speel buitendien nie 'n

groot rol op die mark nie (vergelyk p. 114).

D. Vergelyking van relatiewe belangrikheid van kontant- en kredietverkope by verskillende groepe produkte in 1964.

Uit diagram 8.2 is dit duidelik dat daar in 1964 oor die vier groepe produkte 'n aansienlike verskil was in die persentasiebydrae van kredietverkope tot die totale omset van die produk - naamlik van 53.8% by gemeng tot 86.9% by sagtevrugte, met die bydrae by aartappels 69.1% en by sitrus 85.4%.

Moontlike verklarings vir die verskil in die verhouding tussen kontant- en kredietverkope by verskillende groepe produkte.

Die verhoudings word verklaar aan die hand van die gegewens in tabel 8.3.

TABEL 8.3. PERSENTASIES VAN TOTALE OMSET VIR KONTANT EN KREDIET VERKOOP EN AAN VERBRUIKERS EN DIE HANDEL VERKOOP OP DIE GERMISTONSE MARK IN 1964.

Totale verkope		Totale verkope ¹⁾	
Kontant	Krediet	Verbruikers	Handel
35.3%	64.7%	20%	80%

Oor die algemeen is dit so dat die handelaar of ander koper wat in groot maat op die Germistonse mark koop, hoofsaaklik op krediet koop, terwyl die verbruiker wat in klein hoeveelhede koop, vir kontant koop - en dit verklaar die

1) Die verhouding verbruikers/handel is deur die markmeester geskat.

kontant/kredietpatroon vir verskillende produkte. Die items waarby kredietverkope oorwegend is (sagtevrugte en sitrus) word volgens die markmeester feitlik uitsluitlik aan die handel of anier groot kopers (hotelle, losieshuise, ensovoorts) verkoop. Daarteenoor speel kontantverkope 'n groter rol by aartappels (30.9% in 1964) en veral by gemeng (46.2% in 1964) - en dit is die twee items waarby verkope aan die verbruiker wat in klein maat koop, 'n aansienlike deel van die totaal uitmaak. Veral by gemeng speel verkope direk aan die verbruiker 'n groot rol.

Word die persentasies vir totale kontant- en kredietverkope (tabel 8.3) vergelyk met die persentasies van verkope direk aan verbruikers en aan die handel, volg die gevolgtrekking dat in 1964 ongeveer 15% (dit is 35%-20%) van alle verkope kontant aan die handel was, 20% vir kontant aan verbruikers en 65% op krediet aan die handel. Hierdie syfers is in ooreenstemming met voorgaande verklaring van die kontant/kredietpatroon by verskillende produkte.

Die toenemende kredietverkope op die mark hang myns insiens ook saam met die neiging, wat allerwêë opgemerk word, dat die munisipale mark in toenemende mate 'n aankoopmark vir die handelaar word, en dat verkope in klein maat aan die verbruiker 'n al hoe meer ondergeskikte plek begin inneem. Dan is dit ook vanselfsprekend dat indien hierdie neiging nie by alle produkte ewe ver gevorder het nie, die kontant/kredietverhouding nie by alle produkte dieselfde sal wees nie.

B. Die bydrae van verskillende groepe produkte tot die totale omset in 1960 en in 1964.

Die bydrae van elke groep produkte tot die totale omset word in tabel 8.4 opgesom.

TABEL 8.4. DIE BYDRAE VAN VERSKILLENDSE PRODUKTE TOT DIE TOTALE OMSET VAN DIE GERMISTONSE MARK IN 1960 EN IN 1964.

	1960		1964	
	R	%	R	%
Sagtevrugte	13,382	8.1	9,461	6.1
Aartappels	29,587	17.8	30,661	19.7
Sitrus	35,971	21.6	29,363	18.8
Gemeng	87,412	52.5	86,573	55.4
Totaal	166,352	100	156,063	100

Uit tabel 8.4 is die volgende duidelik: Wat 'n enkele produk of produktegroep betref, was "gemeng" in albei jare verreweg die belangrikste, naamlik met 'n markbydrae van 52.5% in 1960 en 55.4% in 1964. Dit blyk dus dat die verkope van 'n verskeidenheid ongedefinieerde produkte, die totaal van elk waarvan maar relatief klein is en die aanbieding waarvan eintlik geen vaste reëls volg nie, meer as die helfte van die sake op die mark uitmaak en dat die persentasiebydrae daarvan selfs toeneem het van 1960 na 1964.

In 1960 was die tweede belangrikste groep produkte sitrus, met 'n marktaandeel van 21.6%, gevolg deur aartappels met 'n aandeel van 17.8% en sagtevrugte met 'n aandeel van 8.1%.

Hierdie rangorde het ietwat, dog seensins ingrypend nie, verander in 1964. In hierdie jaar het aartappels die plek na "gemeng" ingeneem met 'n bydrae van 19.7% - 'n relatiewe toename van 1.7% op 1960 dus - terwyl sitrus in die derde plek was met 'n omsetsaandeel van 18.8% - 'n relatiewe afname dus van 2.8%. Sagtevrugte het weer die vierde plek gevul met 'n marktaandeel van 6.1% laer, dit wil sê van 8.1%.

4.4.4.

Dit is ook duidelik dat die enkele produk wat die grootste rol op die mark speel, aartappels is, naamlik 17.8% en 19.7% markbydrae in 1960 en in 1964 onderskeidelik. Aartappels is dus verantwoordelik vir bykans 'n vyfde van die marksake.

1. Afleidings wat gemaak kan word uit die produktesamestelling van die totale omset van die mark.

Die feit dat aartappels en gemeng saam jaarliks vir ongeveer 70% van die markbesigheid verantwoordelik is, oefen myns insiens 'n stabiliserende invloed op die markbedrywighede uit en wel om die volgende redes:

(a) Omdat aartappels oor groot dele van Transvaal verbou word, is die totale aanbod relatief konstant. Die meeste aartappels word byvoorbeeld in Sentraal-Transvaal en op die Oos-Transvaalse hoëveld verbou - 'n gebied met 'n relatief hoë gemiddelde reënval. Verder word aartappels in die laeveld onder besproeiing verbou waar die opbrengs ook relatief konstant is. Die wisselvallige opbrengs in die Vrystaat kan buite beskouing gelaat word aangesien dié mark baie min aartappels van buite Transvaal vir verkoop ontvang (vergelykp.120). Indien daar dan 'n mate van konstantheid in die totale produksie van aartappels is, kan aangeneem word dat die aandeel van die Germistonse mark ook relatief konstant sal wees.

(b) Aartappels is 'n stapelvoedsel en as sodanig is die vraag daarna in 'n min of meer gevestigde gemeenskap redelik konstant.

(c) Die groep "gemeng" sluit produkte van bykans enige beskrywing in, produkte waarvan die produksieproses en produksieplek geen noodwendige verband het nie. Dit is dus onwaarskynlik dat die totale produksie in hierdie groep in 'n besondere jaar aansienlik beïnvloed sal word deur

produsentebesluite of klimaatomstandighede. Die totale aanbod van hierdie groep produkte kan dus as relatief konstant beskou word (met 'n groeiende tendens op die langtermyn) en daar is geen rede waarom die aandeel van die Germistense mark in die totale aanbod nie ook relatief konstant sal wees nie.

(d) Dit kan ook aangetoon word dat die totale vraag na so 'n heterogene groep produkte as "gemeng" min of meer konstant is op die korttermyn en dat juis dié groep produkte 'n besondere aanpasbaarheid by veranderde verbruiks- of vraagpatrone het - 'n produk kan maklik uitgeskakel word of 'n nuwe bygebring word na aanleiding van veranderde vraagpatrone sonder dat die totale aanbod in die groep noemenswaardig beïnvloed word. Dit alles lei tot bestendigheid op die mark.

(e) Die aanbod van 'n groep produkte soos "gemeng", wat uit enigiets van geslagte hoenders, slag-kuikens tot uie of blaarslaai mag bestaan, hoef ook geen noodwendige seisoenspatroon te vertoon nie (verrelyk werklike syfers op p.140) of indien dit 'n seisoenspatroon vertoon, val dit moontlik nie saam met die algemene patroon by landbouprodukte nie. In hierdie verband kan dit dus ook 'n stabiliserende invloed op die mark wees.

Ook het die aanbod van aartappels, volgens die beskikbare gegewens, nie 'n besonder skerp seisoenskarakter vertoon nie (vergeelyk p.140) en negatiewe seisoensinvloede van aartappels hoef dus nie veel afbreuk te doen aan die algemene stabiliserende invloed van die groot aandeel van aartappels nie.

Aan die ander kant is sommige van die produkte in die gemengde groep hoogs bederfbaar (byvoorbeeld aarbeie, vars

groentes, tamaties, ensovoorts) en indien dié produkte 'n aansienlike persentasie van die groep sou uitmaak (wat wel die geval is), sou dit 'n onelastiese element tot die mark voeg wat die werking van die mark sou bemoeilik en wat handhawing van min of meer bestendige pryse in gevalle van ongekoördineerde toevoeër buite die kwessie sou maak. Die totale daaglikse aanbod van dié hoogs bederfbare produkte moet naamlik op die eerste markdag van die hand gesit word en dit mag pryse afdwing. By hoogs bederfbare produkte is dit by uitstek waar dat die pryse indirek eweredig met die aanbod is. Hier is nie sprake van die verspreiding van die aanbod oor verskillende markdae deur die markpersoneel soos by onder andere aartappels en sitrus wat minder bederfbaar is nie, om sodoende aanbod en pryse min of meer konstant te hou nie. Dit is veral ook so weens die gebrek aan koelkamergeriewe by dié mark. Die feit dat "gemeng" so 'n groot bydrae tot die omset lewer, bemoeilik dus in hierdie sin die werking van die mark aansienlik.

Aartappels en sitrus se gesamentlike bydrae tot die omset van bykans 40% het myns insiens ook 'n stabiliserende invloed op die werking van die mark weens die feit dat hierdie produkte nie hoogs bederfbaar is nie. Aangesien hierdie produkte vir 'n paar dae oor gehou kan word, hoef eenmalige besondere groot besittings nie die pryse af te dwing nie omdat die markpersoneel die aanbod oor een of twee weke kan versprei - sodoende skommel pryse nie skielik en wyd nie. Wanneer die aanbod egter aanhoudend die normale vraag oorskry, kan die markpersoneel weinig doen om pryse te stabiliseer en moet dalende pryse beskou word as 'n normale seisoensverskynsel of miskien as 'n teken van oorproduksie indien dit van 'n langdurige aard is.

Van die vraagkant gesien is die min of meer een-vyfde wat sitrus tot omset bydra 'n relatief konstante element, maar van die aanbodkant gesien, kan die aansienlike aandeel van sitrus probleme veroorsaak weens die sterk seisoenspatroon van die aanbod en ook miskien weens wisselvallige aanbod omdat dit nie oor baie groot gebiede geproduseer word nie en die aanbod dus gevoelig is vir klimaatsomstandighede. Die feit dat sitrus hoofsaaklik deur die Sitrusbeurs gelower word, en toevoer dus in 'n mate gereël kan word, werk egter stabiliserend.

Die toevoer van sagtevrugte is, in teenstelling met die ander produkte, gekoördineerd, aangesien dit deur die Transvaalse verteenwoordiger van die Sagtevrugteraad in ooreenleg met die plaaslike markmeester gereël word en die seisoensaaard van die aanbod en die bederfbaarheid van dié produkte hoef dus nie besondere probleme vir die mark te skep nie - ook vanweë die feit dat dit 'n geringe rol op die mark speel: 8.1% van die omset in 1960 en 6.1% in 1964.

2. Samevatting.

Die besondere produksamestelling van die omset het die volgende implikasies vir die mark:

(a) Aartappels en "geneng" se gesamentlike bydrae van ongeveer 70%: Konstante vraag en aanbod van dié produkte laat 'n vaste patroon ontstaan wat stabiliserend werk.

(b) Aartappels en sitrus se gesamentlike bydrae van 40%: Die nie-hoogs bederfbare aard van die produkte lei daartoe dat skielike groot prysveranderinge in 'n mate voorkom kan word - dus 'n stabiliserende invloed op die mark. Seisoenskommelinge speel hier egter 'n rol en kan nie uitgeskakel word nie.

(c) Die hoogs bederfbare komponent van "geneng" ver-

oorsaak probleme.

(d) "Gemeng" skakel seisoenskommeling uit.

(e) Konstante vraag na sitrus werk stabiliserend, maar die aanbod van sitrus bevat onstabiele elemente - die Sitrusbeurs werk egter koördinerend.

(f) Sagtevrugte se toevoer is gekoördineerd en ten spyte van die hoogs bederfbare aard daarvan en seisoensaanbod hoef dit nie probleme te skep nie.

(g) Die besondere produksamestelling van die omset van die Germistonse mark vergemaklik die werking van die mark so wat dit sou wees indien die hele omset sou bestaan het uit onbekende en hoogs bederfbare produkte.

F. Groepe produkte en totale omset in 1960 en in 1964 ontleed volgens provinsie van herkoms.

In hierdie paragraaf word 'n ontleding gemaak van die herkoms van die groepe produkte (soos vroeër omskryf) volgens provinsie en ook van die totale omset in 1960 en in 1964. Tabel 3.5 gee die betrokke gegewens.

TABEL 8.5. DIE AANDEEL VAN VERSKILLENDE PROVINSIËS IN DIE AANBOD VAN VERSKILLENDE GROE-
PE PRODUCTE OP DIE GERMISTOUSE MARK IN 1960 EN IN 1964.

	Tvl.		Fatal		Karp		O.V.S.		Totaal	
	R	%	R	%	R	%	R	%	R	%
1960										
Sagtevrugte	29,587	100			13,382	100			13,382	100
Aartappels	35,439	98.5			532	1.5			29,587	100
Sitrus	76,998	83.1			9,083	10.4	1,331	1.5	35,971	100
Gemeng									87,412	100
Totaal	142,024	85.3			22,997	13.8	1,331	0.9	166,352	100
1964										
Sagtevrugte	30,661	100			9,461	100			9,461	100
Aartappels	29,216	99.5	130	0.4	22	0.1			30,661	100
Sitrus	75,559	87.3	133	0.1	8,204	9.5	2,677	3.1	29,368	100
Gemeng									86,573	100
Totaal	135,436	86.8	263	0.2	17,687	11.3	2,677	1.7	156,063	100

1. Die herkoms van individuele produkte en groepe produkte.

(a) Sartevrugte.

Uit die aard van die omskrywing van dié groep is dit 100% uit die Kaapprovinsie afkomstig - soos tabel 8.5 dit ook bevestig vir sowel 1960 as vir 1964.

(b) Aartappels.

Al die aartappels wat op die mark verhandel is, is in sowel 1960 as in 1964 uit die Transvaal afkomstig.

(c) Sitrus.

Wat sitrus betref, speel Transvaal 'n oorweldigende rol wat herkoms betref naamlik 98.5% in 1960 en in 1964 selfs nog meer naamlik 99.5%. In 1960 was 1.5% van die sitrus uit die Kaapprovinsie afkomstig, maar in 1964 het dit afgeneem tot 0.1%. In 1960 het Natal geen sitrus aan die mark gelever nie en in 1964 het die sitrus uit Natal afkomstig slegs 0.4% van die sitrusomset uitmaak. In geeneen van die jare was daar enige sitrus uit die O.V.S. op die mark aangebied nie - soos te verwagte.

(d) Geneng.

Ook wat dié groep produkte betref, speel Transvaal 'n oorheersende rol naamlik 88.1% in 1960 en 87.3% in 1964. Daarna volg die Kaapprovinsie met 'n bydrae van 10.4% in 1960 en 9.5% in 1964. Die O.V.S. beklee die derde posisie met 'n bydrae van 1.5% in 1960 en teen 'n styging na 3.1% in 1964. In 1960 het Natal geen bydrae gelever nie en in 1964 was dit 0.1%.

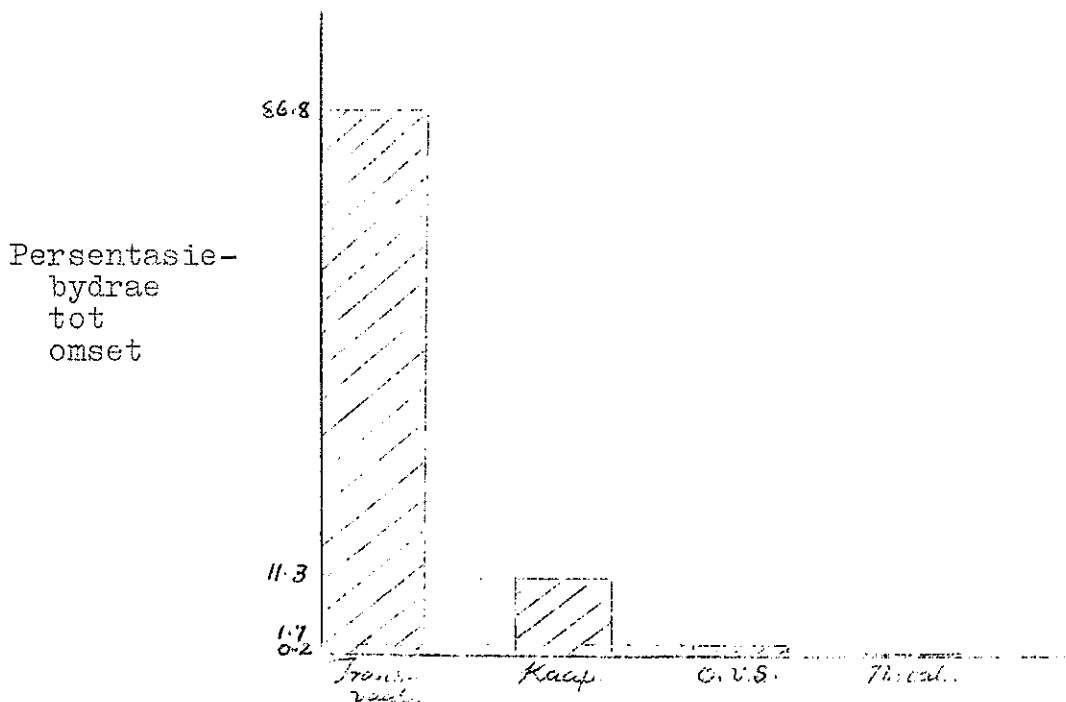
(e) Totaal.

In totaal was 85.3% van die produkte wat op die mark aangebied is in 1960 uit Transvaal afkomstig; en in 1964 was die syfer selfs nog hoër naamlik 86.3%.

Daarna volg die Kaapprovinsie met 'n bydrae van 13.8% in 1960; maar teen 'n afname na 11.3% in 1964. Die Oranje Vrystaat vul die derde plek met 'n bydrae van 0.9% in 1960 en 1.7% in 1964. In 1960 was geen produkte uit Natal afkomstig nie en in 1964 0.2% van die aanbod.

Diagram 8.3 stel hierdie besonderhede vir 1964 aanskoulik voor.

DIAGRAM 8.3. DIE BELANGRIKHEID VAN ELKE PROVINSIE AS LEVERANSIER OP DIE GERMISTONSE MARK IN 1964.



2. Gevolgtrekkinge met betrekking tot die herkomsopbreng van die aanbod op die Germistonse Mark.

Wat hulle bydrae tot die mark betref, kan Natal en die Oranje Vrystaat geïgnoreer word aangesien dit minimaal is. Die Kaapprovinsie lewer 'n beduidende bydrae (11.3% in 1964) meer as die helfte waarvan uit sagtevrugte bestaan, en 'n groot deel uit pynappels (by "geneng" ingesluit). Origens is dit duidelik dat die eintlike gebied waarvan die mark afhanklik is vir produkte die Transvaal is - en die

syfers vir 1960 en 1964 gee geen aanduiding dat hierdie stand van sake besig is om te verander nie. Dis ook te verstane indien in gedagte gehou word dat die aanbod op die mark wissel van hoogs bederfbare tot bederfbare produkte en dat afstand en vervoergeriewe dus 'n belangrike rol speel naas vervoerkoste wanneer die produsent 'n mark kies. Die afstandsaspek werk begrypklikerwys in Transvaal se guns en dus ook vervoerkoste. Verder is daar spesiale treindienste van die vernaamste Transvaalse produksiegebiede na die belangrikste Transvaalse marke - iets wat nie ten opsigte van die ander provinsies bestaan nie en wat dus ook Transvaal bevoordeel.

Dit is dus duidelik dat die lot van die Germistonse mark ten nouste verweef is met produksietoestande en -seisoene in Transvaal en dat by die vaslegging van markbeleid en by alle markreëlings die toestande in Transvaal en die Transvaalse produsente - waar toepaslik - die belangrikste rol behoort te speel.

G. 'n Ontleding van die totale jaarlikse omset en omset-
neigings vir die 17 jare van 1 Julie 1949 tot
30 Junie 1966.

In hierdie afdeling word gepoog om met behulp van die jaarlikse omsetsyfers vir die 17 jare van 1949/50 tot 1965/66 afleidings te maak in verband met die funksionering van die mark en moontlike toekomstige neigings. Die gegewens word op twee vlakke benader - die werklike omsetsyfers word ontleed en vertolk en dan word die omsetsyfers ook gedefleer volgens die indeks in tabel 8.6 en daarna ontleed. Omdat die verandering in omsetsyfers wat toe te skryf is aan 'n verandering in die pryse van produkte by hierdie gedefleerde omsetsyfers uitgeskakel is, kan aangeneem word

dat die gedefleerde omsetsyfers 'n redelike weergawe is van die verandering in die volume (of hoeveelheid) produkte wat op die mark aangebied is. Die werklike markbedrywighede word dus weerspieël deur die gedefleerde omsetsyfers.

TABEL 8.6. INDEKS VAN PRYSE BEHAAL VIR VRUGTE EN GROENTE OP MUNISIPALE MARKE IN DIE REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA. (1947/48 - 1949/50 = 100) ¹⁾.

	Vrugte	Groente	Gekombineerd
Gewigte	40	60	100
1949/50	108.9	101.8	104.6
1950/51	114.6	94.2	102.4
1951/52	118.8	140.4	131.8
1952/53	139.2	141.4	140.5
1953/54	119.5	120.4	120.0
1954/55	121.0	151.2	139.1
1955/56	130.2	145.3	139.3
1956/57	133.4	136.3	135.1
1957/58	116.5	137.4	129.0
1958/59	139.4	138.3	138.7
1959/60	130.9	128.9	129.7
1960/61	113.6	138.5	128.5
1961/62	131.7	127.8	129.4
1962/63	139.5	128.4	132.8
1963/64	124.6	142.2	135.2
1964/65	142.9	151.7	148.2
1965/66	143.7 ²⁾	154.6	150.2

Die omsetsyfers vir die 17 jaar onder bespreking word in tabel 8.7 as "oorspronklik" en "gedefleerd" weergegee.

1) Die indeks is saamgestel uit gegewens verkry van die Afdeling Landbou-ekonomiese Navorsing van die Departement van Landbou-ekonomie en -benutting.

2) Gedeeltelik 'n geskatte syfer omdat die presiese syfer vir sagtevrugte nog nie beskikbaar was nie.

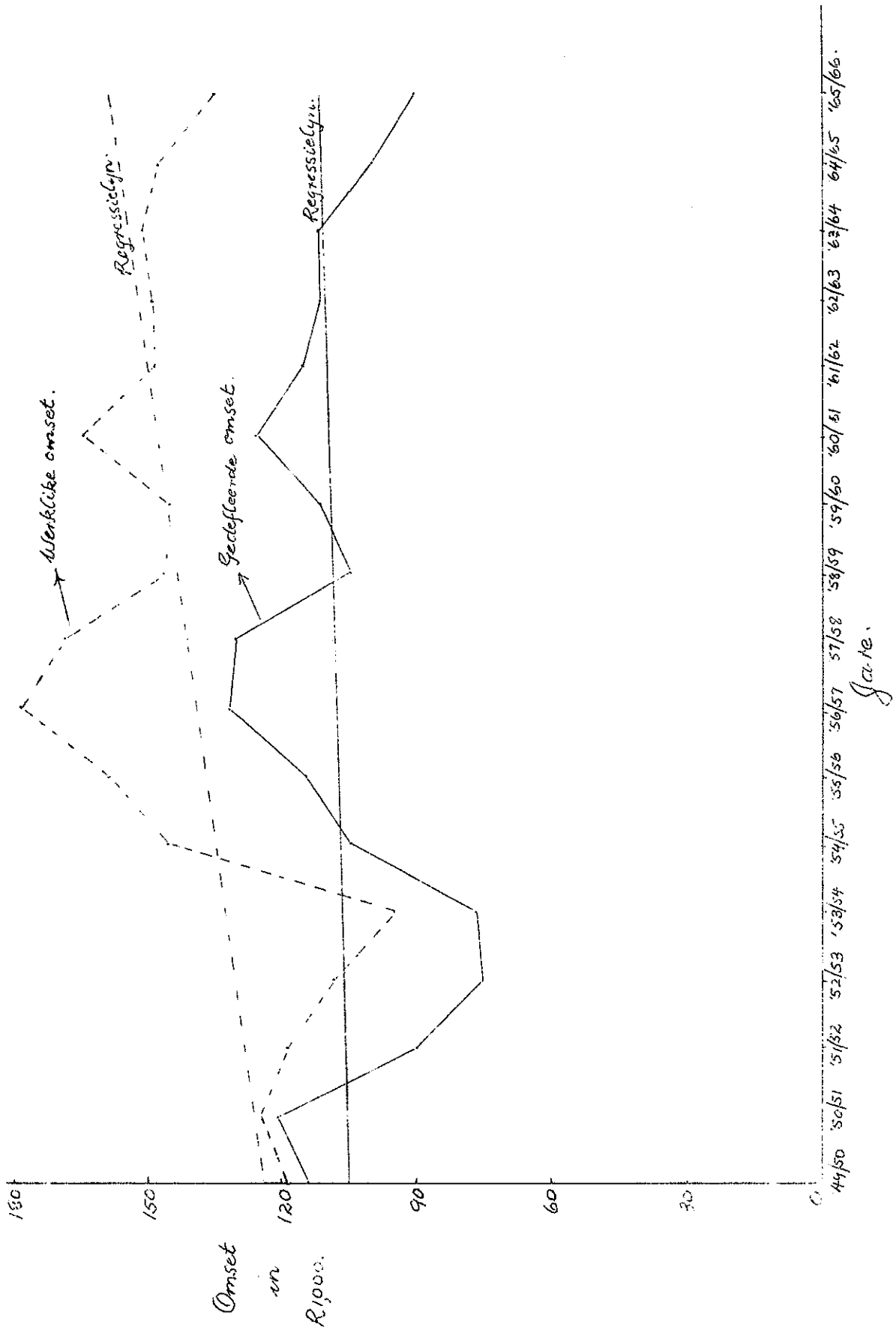
TABEL 8.7. TOTALE JAARLIKSE OMSET VAN DIE GERMISTON-
SE MARK VIR DIE 17 JAAR VAN 1 JULIE 1949
(TOT NAASTE R100) EN DIE GEMIDDELDE JAAR-
LIKSE OMSET VIR DIE 17 JAAR.

	Oorspronklik	Gedefleerd
1949/50	119,700	114,000
50/51	125,200	122,800
51/52	118,800	90,000
52/53	108,200	77,200
53/54	94,500	78,800
54/55	146,800	105,600
55/56	159,700	124,900
56/57	178,100	131,900
57/58	168,500	130,600
58/59	146,000	105,000
59/60	145,600	112,000
60/61	164,800	127,800
61/62	148,300	115,000
62/63	149,200	112,200
63/64	151,700	112,400
64/65	147,800	99,900
65/66	135,600	90,400
Gemiddeld	141,700	108,300

1. Jaarlikse skommeling in omset.

Uit tabel 8.7 en grafiek 8.1 is dit duidelik dat die mark te kampe het met aansienlike veranderinge in die omset van jaar tot jaar. Eers die werklike omsetsyfers (in die grafiek voorgestel deur die stippelgrafiek): Die gemiddelde werklike jaarlikse omset oor die 17 jaar was R141,700. In 6 van die jare was die omset laer as die rekenkundige gemiddeld en in 11 jare was dit bo die gemiddeld. Hieruit is dit reeds duidelik dat die mark veral te kampe het met besonder lae laagtepunte in die omset - soos bewys deur die feit dat 6 onder-gemiddelde omsette net seker in totaal van die gemiddelde afwyk as 11 bo-gemiddelde omsette. Die laagste omset (dié van 1953/54) is slegs 66.7% van die gemiddeld, terwyl die hoogste omset slegs drie jaar later in 1956/57 125.7% van die gemiddeld is - 'n skommeling van 59.0% onder gemiddeld dus tot 25.7% bo gemiddeld in 'n bestek van

GRAFIEK 3.1. GRAFIESE VOORSTELLING VAN DIE WERKLIKE OMSETSYFERS EN GEDEFLEERDE OMSETSYFERS VAN DIE GERMISTONSE MARK VIR DIE JARE 1949/50 TOT 1965/66 EN DIE REGRESSIE-LYNE GEBASEER OP HIERDIE GEGEWENS.



4 jaar. Of anders gestel: die omset was in 1953/54 slegs 53.1% van wat dit in 1956/57 was - byna 'n verdubbeling dus. Hierdie syfers gee egter nie 'n getroue beeld van die verhouding van fisiese hoeveelhede produkte wat van jaar tot jaar deur die mark hanteer is nie en kan dus nie lig werp op organisatoriese probleme soos arbeidsbenutting nie, aangesien die hoeveelheid werk volgens volume produkte wissel en nie soseer volgens omset in geldwaardes nie. Hierdie skommeling gee wel 'n beeld van die wisseling van markinkomste uit kommissie en agentskap wat persentasies van omset is. Hieroor later meer.

Om 'n beeld te kry van die jaarlikse skommeling in die hoeveelheid produkte gehanteer, word aandag geskenk aan die gedefleerde omsetsyfers (in grafiek 8.1 voorgestel deur die soliedolyngrafiek). Die gemiddelde gedefleerde jaarlikse omset oor die 17 jaar was R108,300. In 7 van die jare was die omset laer as die rekonkundige gemiddeld en in 10 jare was dit hoër as die gemiddeld. Die feit dat die 7 laer omsette in totaal net soveel van die gemiddeld afwyk as die 10 hoër omsette, dui daarop dat die mark (nou wat hoeveelheid produkte gehanteer, betref) te kanse gehad het met besonder lae laagtepunte. Die laagste omset (dié van 1952/53) is slegs 71.4% van die gemiddelde omset, terwyl die hoogste omset slegs vier jaar later (in 1956/57) 121.8% van die gemiddeld is. 'n Skommeling dus van 28.6% onder gemiddeld tot 21.8% bo gemiddeld in 'n bestek van vyf jaar. Of anders gesien: In 1952/53 is slegs 58.6% van die hoeveelheid produkte hanteer wat in 1956/57 hanteer is.

In 'n poging om die jaarlikse skommeling in omset te verklaar, word aandag gegee aan die produksie-indeks van alle landbouprodukte en van tuinbouprodukte in die Republiek van Suid-Afrika in tabel 8.8.

TABEL 8.8. INDEKS VAN PRODUKSIE IN DIE REPUBLIEK
VAN SUID-AFRIKA VAN ALLE LANDBOUPRODUKTE
EN VAN TUINBOUPPRODUKTE VIR DIE JARE 1)
1949/50 TOT 1965/66 (1947/48 - 1949/50=100)

	Alle produkte	Tuinbouprodukte
1949/50	103	106
50/51	111	109
51/52	104	105
52/53	118	122
53/54	125	131
54/55	128	141
55/56	136	152
56/57	143	161
57/58	138	161
58/59	145	167
59/60	151	185
60/61	161	189
61/62	174	206
62/63	176	209
63/64	170	233
64/65	178	245
65/66	178	245

Bostaande produksie-indeks toon in die produksie van alle landbouprodukte 'n toename van 75% oor die 17 jaar en in die produksie van tuinbouprodukte 'n toename van 139%. Produkte wat op munisipale marke verhandel word, is hoofsaaklik tuinbouprodukte en daarom sou verwag kon word dat indien 'n proporsionele deel van tuinbouproduksie altyd op munisipale marke aangebied word, die volume produkte op munisipale marke verhandel 'n soortgelyke toename met soortgelyke skommelinge sou toon. Die verloop van die aanbo op die Germistonse mark toon egter geen ooreenkoms met dié indeks nie. Maar die indeks 'n aansienlike volgehoue toename toon met slegs in 1951/52 'n daling, toon die Germistonse mark 'n baie geringe, minimale styging (kyk p.132 vir meer hieroor) met

1) Gegewens is verstrek deur die Afdeling Landbou-
ekonomiese Navorsing van die Departement van
Landbou-ekonomie en -bemarking, Pretoria.

delings in 9 van die sewentien jare.

Die skommeling in die aanbod op die Germistense mark kan dus nie toegeskryf word aan produsente-besluite nie, want die invloed van sodanige besluite sou dan ook in die produksie-indekse merkbaar moes wees. (Dis ondenkbaar dat alleenlik produsente wat vir die Germistense mark produseer sekere besluite sou neem!) Hierdie gevolgtrekking is ook in ooreenstemming met die bevindings van navorsers in die Verenigde State van Amerika. Bishop en Toussaint, byvoorbeeld, het vasgestel dat in 29 van die jare tussen 1910 en 1954 die verandering in die totale landbouproduksie in die Verenigde State minder as 5% was en dat die gemiddelde jaarlikse verandering in nywerheidsproduksie ongeveer $2\frac{1}{2}$ keer so groot was as die gemiddelde jaarlikse verandering in landbouproduksie ¹⁾. Meer afdoende nog spreek Schultz se bevindings waar hy die aanwending van produksiefaktore in die landbou ontleed. Hy kom tot die gevolgtrekking dat indien die stadig-stygende tendens uitgeskakel word, die aanwending van produksiefaktore in die landbou oor die jare 1910 t t 1950 'n gemiddelde jaarlikse verandering van ongeveer 1% getoon het ²⁾. Sy slotsom is onder andere dat "any instability that exists in the production of farm products as a whole is not the consequence of planned changes by farmers of the quantity of inputs which they commit to the production of farm products from one year to the next" ³⁾. Indekse vir

1) Introduction to Agricultural Economic analysis, p. 173-4.

2) The Economic Organization of agriculture, p. 210.

3) Schultz, op. cit., p. 214.

die aanwending van produksiefaktore is ongelukkig nie vir die Suid-Afrikaanse landbou beskikbaar nie.

Die enigste verklaring vir die groot skommeling in omset op die Germistonse mark wat in die lig van bestaande gangbaar sou wees, is dat terwyl die totale produksie van tuinbouprodukte 'n min of meer konstante stygende neiging getoon het, die produksie in 'n enkele gebied weens weersomstandighede geweldige groot skommeling kan toon. Hierdie skommeling veroorsaak dan die groot veranderinge in omset op dié marke wat hulle aanbod uit dié spesifieke produksiegebied kry. Dit is dan terloops ook duidelik dat hoe groter, meer gedifferensieerd, die gebied is waaruit 'n mark sy aanbod trek, hoe kleiner sal die skommeling op die mark wees.

Die groot skommeling in omset op die Germistonse mark kan voor die handliggende knelpunte veroorsaak het. Daar is die probleem van permanente personeel wat nie na willekeur ontslaan en in diens geneem kan word soos omset wissel nie - en uit die aard van die saak moet personeelsterkte voorsiening maak vir die doeltreffende hantering ook van die "boom"-jaar, sodat in onder gemiddelde jare die markpersoneel moontlik onvolledig beset mag wees. Hierdie onvolledige besetting kan aan die hand van voorgaande syfers persentasiegewys uitgebruik word, maar sodanige syfers mag misleidend wees (byvoorbeeld weens die feit dat sommige markaktiwiteite nie direk eweredig met volume produkte hanteer wissel nie) en word dus agterweë gelaat. Feit bly staan dat die skommeling in volume produkte hanteer 'n belangrike oorsaak kan wees andersyds van ondoeltreffende arbeidsbenutting in onder-normale jare, of andersyds van ondoeltreffende hantering van produkte in bo-normale jare.

Daar mag gepoog word om dié probleem die hoof te bied deur van slegs 'n permanente kern in die personeel gebruik te maak en verder tydelike hulp volgens behoefte in diens te neem en te ontslaan. Aangesien die meeste blankes op die mark egter gespesialiseerde take het waarin ervaring 'n rol speel (soos afslaers), bied tydelike werknemers nie 'n oplossing nie. Die oplossing sou miskien wees dat die Stadsraad klerke aan die mark "leen" (wat mettertyd ervare sal raak) indien dit by die res van die Stadsraad se aktiwiteite kan ingeskakel word en indien klerke daarvoor te vinde sou wees.

Soos dit is, wil dit voorkom asof die markpersoneel die toestand gelate in 'n goeie gees aanvaar en maar doen wat hul le hand vind om te doen - al is dit die een jaar meer en die ander jaar minder, dan is die gemiddeld tog min of meer bevredigend (hoe bevredigend is moeilik te beoordeel).

Die verskaffing van behoorlike fasiliteite kan onder gemelde omstandighede ook probleme oplewer. Indien voorsiening gemaak word vir die jare met die grootste toevoer van produkte, mag dit gebeur dat daar in jare met 'n onder-normale aanbod oortollige kapasiteit is wat 'n ekonomiese las vir die mark word, en vice versa: Indien slegs voorsiening gemaak sou word vir die jare met 'n minimum aanbod sou die produktetoevoer in "boom"-jare kwalik doeltreffend hanteer kon word.

Die groot onewewigtigheid in produktetoevoer bemoeilik in die algemeen die beplanningsaspek van die mark aanresien daar geen sekerheid bestaan oor inkomste, personeelbehoefte en benodigde fasiliteite in die toekoms nie. Om die probleem van beplanning in die breë enigsins op te klaar, word daar vervolgens gepoog om 'n ontwikkelingslyn vir die mark vas te stel op grond van die omsetgegevens van die voorafgaande 17 jaar.

2. Toekomsverwagting op grond van die omsetneiging in die afgelope 17 jaar.

Uitgaande van die gegewens in tabel 3.7 kan met behulp van statistiese tegnieke 'n neigingslyn bereken word vir werklike markomset en vir gedefleerde markomset - laasgenoemde sou dan 'n weerspieëling wees van die neiging in produktetoevvoer. Die neigingslyne (regressielyne) in grafiek 8.1 is uit die omsetsyfers bereken volgens die metode van kleinste kwadrate ¹⁾.

Die stippelreguitlyn is die regressielyn van werklike omset - dit is die lyn $y = 141, 576 + 2197.8x$ waar y die jaarlikse omset en $x = 0$ die jaar 1957/58 voorstel. Hiervolgens is dit duidelik dat die jaarlikse omset gemiddeld met ongeveer R2,200 sal toeneem indien die neiging van die verlede gehandhaaf sou word. Dit sê egter niks van die jaarlikse skommelinge wat nog voorkom nie - dit dui slegs 'n langtermyn ontwikkelingsrigting aan. Hierdie lyn mag van nut wees ten opsigte van die berekening van die gemiddelde markinkomste uit kommissie en agentskapsgelde in toekomstige jare.

Die soliede reguitlyn in grafiek 8.1, is die regressielyn gebaseer op die gedefleerde omsetsyfers en gee dus 'n aanduiding van die neiging wat betref die fisiese aanbod op die mark. Die reguitlyn word weergegee deur $y = 108, 253 + 340.7x$, waar y die gedefleerde omset is en $x = 0$ die jaar 1957/58 voorstel. Hierdie regressielyn se helling is minder as 'n sesde van dié van die regressielyn gebaseer op werklike omsetsyfers en skilder dus 'n minder optimistiese beeld. Hiervolgens neem die omset jaarliks

1) Die werklike berekening kan gevind word in bylae 1(a) en 1(b).

met slegs R340.7 toe, dit wil sê 0.31% op die gemiddelde gedefleerde omset vir die 17 jaar. Oftewel: die volume produkte op die mark aangebied, het in die 17 jaar 'n gemiddelde jaarlikse toename van 0.31% op die gemiddeld vir die 17 jaar getoon. Die mark toon dus 'n uiters stadige groeitempo ($\frac{31}{10,000}$ van die jaarlikse gemiddeld per jaar) wat volume produkte betref. Hieruit is dit duidelik dat indien huidige personeel en fasiliteite voldoende is, en indien verwag word dat alle ander faktore min of meer konstant sal bly, daar beslis nie in die nabye toekoms gedink moet word aan die uitbreiding van personeel en fasiliteite nie.

Die vraag ontstaan waarom die Germistense mark nie dieselfde groeitempo getoon het as die totale produksie van tuinbouprodukte nie (vergelyk tabel 8.8 op p. 128). Die stadige tempo van uitbreiding van dié mark kan hoofsaaklik toegeskryf word aan die nabyheid van die Johannesburgse mark en aan die toename in produksie deur omstedelike (Portugese) tuiniers. Alhoewel geen syfers beskikbaar is nie, kan aangeneem word dat produksie deur hierdie tuiniers fenomenaal toegeneem het gedurende die afgelope twee dekades en die manier waarop hierdie tuiniers te werk gaan beslis 'n mark soos dié van Germiston benadeel. Hierdie tuiniers bemerk naamlik 'n groot deel van hulle produkte self deur hulle eie groentewinkels of -stalletjies en trek voldoende vraag van die munisipale mark weg. Hulle oorskotprodukte word wel op munisipale markte bemark waar hulle ook weer produkte wat hulle nie self produseer nie, aankoop vir hulle groentewinkels. Omdat die Johannesburgse mark so naby dié van Germiston geleë is, trek laagsgendeende baie min van hierdie aanbod van tuiniers en ook van hulle vraag. Dit is

naamlik algemene praktyk by tuiniers in die Germistonse omgewing om produkte wat hulle nie sonder die tussenkoms van 'n munisipale mark kan bemark nie, per vragmotor na die Johannesburgse mark te vervoer waar hulle dan ook weer, uit die groter verskeidenheid en aanbod as op die Germistonse mark, produkte aankoop vir hulle winkels en stalletjies.

Weens die feit dat onstedelike landbougrond tans reeds byna ten volle benut word, kan verwag word dat die werksaamhede van dié tuiniers nie aanmerklik sal uitbrei nie en dat indien vraag na tuinprodukte in die toekomst sou uitbrei, dit ook 'n mark soos dié van Germiston te goeie sal kon¹⁾.

Die nabyheid van die Johannesburgse mark belonmer ook in dié sin die groei van die Germistonse mark, dat groot Germistonse kopers graag van die kredietgeriewe wat deur agente op Johannesburgse mark beskikbaar gestel word, gebruik maak en dus hulle aankope daar maak. Aangesien daar op die Germistonse mark geen agente optree nie, is dergelike kredietgeriewe natuurlik nie daar beskikbaar nie.

3. Seisoenskommeling.

Die maandelikse omsetsyfers vir die ses jare van 1960 tot 1965 is gebruik om 'n seisoensindeks te bereken met behulp van die bewegende gemiddelde-verhoudingmetode ("ratio-to-moving average method")²⁾. Hierdie metode het dié vandeel dat dit toevallige skommeling asook sekulêre skommeling en neiging elimineer en dus 'n getroue beeld van die

1) Die argument in die voorgaande twee paragrawe is hoofsaaklik dié van die markmeester van die Germistonse mark en myns insiens is dit korrek. Miskien sou die rol van die tuiniers 'n vrugbare veld van ondersoek kon uitmaak.

2) Die werklike berekening kan gevind word in bylae 2.

werklike seisoenskommelinge gee. In tabel 8.9 word die berekende seisoensindeks weergegee in die vorm van maandelikse omset.

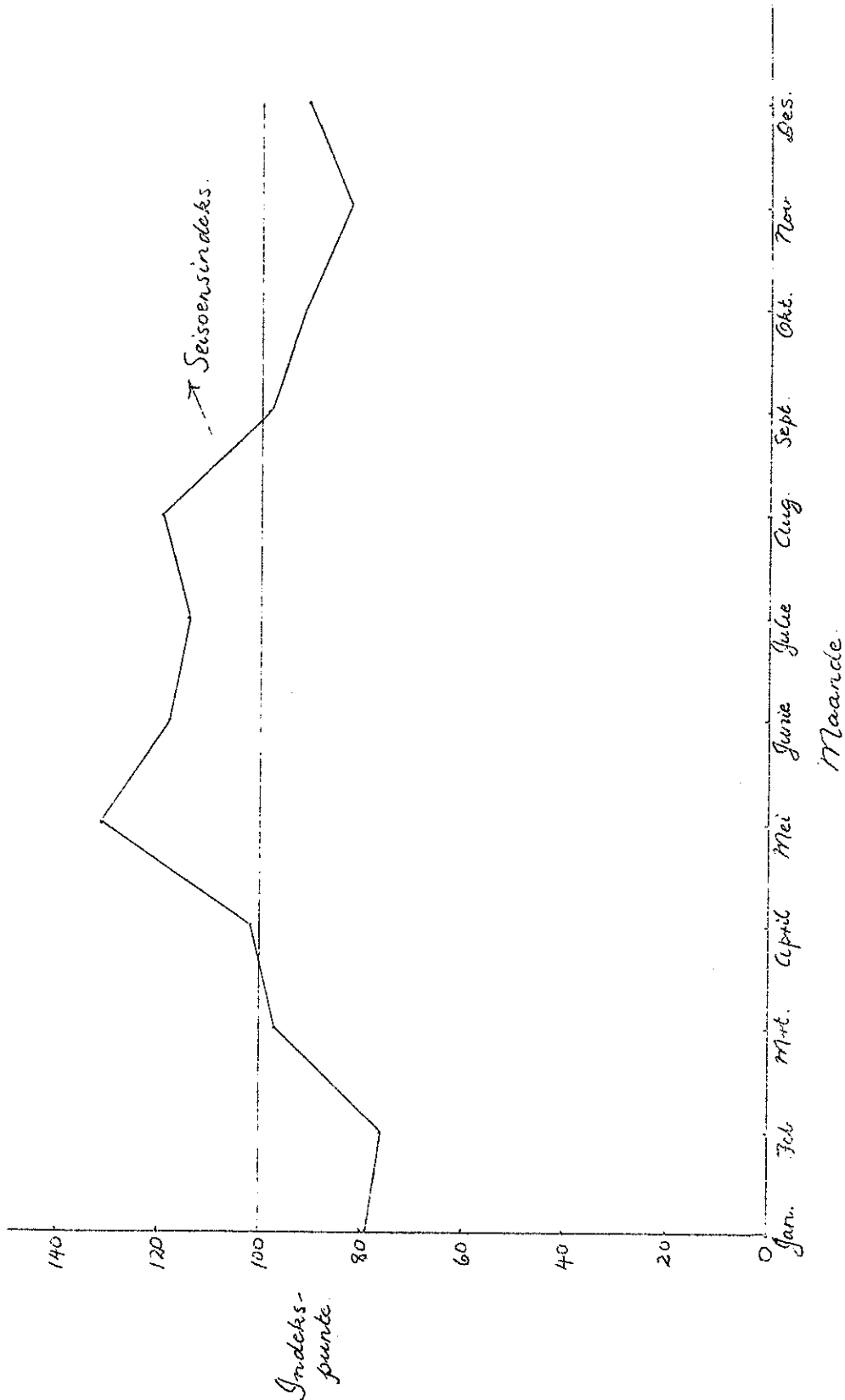
TABEL 8.9. MAANDELIKSE OMSETINDEKS VAN DIE GERMISTONSE MARK, BEREKEN VOLGENS DIE BEWEGENDE GEMIDDELDE-VERHOUDINGMETODE, OOR DIE SES JAAR VAN 1960 TOT 1965.

Maand	Indeks
Januarie	79.6
Februarie	77.2
Maart	97.2
April	102.0
Mei	130.6
Junie	118.2
Julie	114.4
Augustus	119.0
September	98.9
Oktober	90.4
November	82.3
Desember	90.2
	1200.0

In grafiek 8.2 word hierdie indeks grafies voorgestel. Die 100-lyn dui aan dat die maandelikse indekssyfers persentasies gee van die gemiddelde maandelikse omset.

Uit die grafiek en tabel 8.9 is dit duidelik dat daar 'n baie opmerklike seisoenspatroon op die mark bestaan. Gedurende die somermaande Oktober, November, Desember, Januarie en Februarie is die maandelikse omset op die mark 90% of minder van die gemiddelde maandelikse omset. Die laagtepunt word in Februarie bereik wanneer die omset slegs 77.2% van die gemiddelde maandelikse omset is. Met die wisseling van die seisoene in Maart, April en September is die maandelikse omset na aan die gemiddelde maandelikse omset naamlik 97.2%, 102.0% en 98.9% daarvan onderskeidelik. Gedurende die wintermaande Mei, Junie, Julie en Augustus is die omset heelwat bo die gemiddelde maandelikse omset. Die hoogtepunt word in Mei bereik met 130.6% van die gemiddelde

GRAFIEK 8.2. GRAFIESE VOORSTELLING VAN DIE MAANDE-
LIKSE OMSETINDEKS VAN DIE GERMISTONST
MARK BEREKEN VOLGENS DIE BEWEGENDE
GEMIDDELDE-VERHOUDINGSMETODE.



maandelikse omset; in Junie en Julie daal dit (tot 114.4% in Julie), maar styg weer in Augustus tot 119.0% om dan skerp te daal in September.

Die omset wissel dus van 'n indeks van 77.2 in Februarie tot 130.6 drie maande later in Mei - 'n skommeling van 53.4 indekspunte. Hierdie patroon verskil aansienlik van dié wat Fischer ¹⁾ vir die jare van 1945 tot 1949 vir die markte van Johannesburg, Kaapstad, Pretoria en Bloemfontein vasgestel het.

Op die Johannesburgse mark was die omset ook in Februarie die laagste met 'n indeks van 84.3, maar die hoogste omset was in Oktober met 'n indeks van 126.3.

Die Kaapstadse mark het veel kleiner skommeling getoon met 'n laagtepunt in Mei (indeks 92.5) en hoogtepunt in Desember (indeks 113.6).

Op die Pretoriase mark is die laagtepunt in Februarie bereik (indeks 88.1) en die hoogtepunt in Oktober (indeks 114.0).

Die Bloemfonteinse mark bereik 'n laagtepunt in April (indeks 89.4) en 'n hoogtepunt in November (indeks 117.4).

Hierdie gegewens is nie vergelykbaar met dié van Germiston nie, aangesien dit 16 jaar vroeër bereken is en daar van die eenvoudige gemiddelde-metode gebruik gemaak is en buitengewone en sekulêre skommeling en neiging dus nie uitgeskakel is nie. Tog is dit interessant om daarop te let dat die Germistonse mark sy laagtepunt in dieselfde maand bereik het as wat Johannesburg en Pretoria dit volgens dié gegewens bereik het, naamlik Februarie; en Germiston bereik sy hoogtepunt in Mei wanneer Kaapstad sy laagtepunt bereik. Hierdie verskynsel is noontlik toe te skryf aan die feit dat

1) Fischer, op. cit., p.119.

Germiston in dieselfde gebied as Johannesburg en Pretoria geleë is en dat die mark hoofsaaklik voorsien word uit dieselfde produksiegebiede wat die meeste produkte op die Johannesburgse en Pretoriase marke lewer. Kaapstad, daarenteen, is in 'n winterreënvalstreek geleë sodat die produksieseisoene en produkte verbou in die gebied wat die meeste produkte op die mark lewer, geen ooreenstemming hoef te toon met dié in Transvaal nie. Verder is dit opvallend dat hierdie marke 'n veel kleiner seisoenskommeling ondervind het as wat die Germistonse mark tans ondervind. Die rede hiervoor mag miskien wees dat dié groter marke hulle produkte uit 'n groter, meer gedifferensieerde gebied trek as Germiston en dat die invloed van seisoensproduksie in 'n bepaalde gebied dus relatief kleiner is op dié marke. Dit mag ook wees dat produsente skaars produkte liever na groter marke as na kleiner marke stuur in die hoop om besonder hoë pryse te behaal weens die groot vraagkonsentrasie; terwyl hulle besendings van volop produkte tussen die groot en klein marke verdeel. Hierdie manier van doen sou ook die seisoenskommelinge op kleiner marke aksentueer in vergelyking met groter marke.

Gewoonlik word die seisoenskommelinge beskou as 'n oorsaak van probleme by arbeidsbenutting. Fischer het byvoorbeeld opgemerk: "The variation in the volume of supplies arriving at the market makes the efficient employment of staff a delicate task " ¹⁾. Indien die markpersoneel aangepas is by die gemiddelde maandelikse omset, is daar 'n betreffende arbeidsbesetting in buiteseisoensmaande en 'n tekort aan arbeiders in seisoensmaande. Afdankings en indiensneminge volgens seisoene kan buite rekening gelaat word as 'n oplossing weens die rol wat ervaring moet speel. Indien daar 'n arbeidsprobleem ontstaan, sou die enigste oplossing blykbaar

1) Fischer, op. cit., p. 119.

wees die verskaffing van deeltydse hulp deur ander afdelings van die Stadsraad wat nie gelyke seisoenskommelinge ondervind nie en wat die geskikte personeel het. 'n Verandering van markure in druk tye (sonder om personeel te wissel) kan ook miskien in 'n beperkte mate toegepas word om die probleem te verlig.

In die praktyk gebeur dit op die Germistonse mark dat op besondere druk dae meer afslaers optree, deurdat klerke wat andersins as afslaersassistente optree, dan diens doen as afslaers terwyl elke afslaer sy eie verkope aanteken. In uitsonderlike gevalle help die boekhoudkundige personeel selfs met afslaerswerk.

Indien die stelsel van uit-die-handverkope wat tans op die groter markte ingevoer word, verder ontwikkel en later selfs op 'n mark soos dié van Germiston, waar nie daaglikse veilings is nie, toegepas word, kan dit ook help om seisoens-arbeidsprobleme op te los (indien hulle sou bestaan). Op nie-markdae kan uit-die-handverkope dan nog plaasvind om 'n ophoping van werk op markdae te voorkom. Dit raak egter nie die kern van die saak nie.

Dit is nyns insiens egter geensins 'n uitgemaakte saak dat die blote seisoenssaad van die aanbod op die mark die hoeveelheid werk wat gedoen moet word ook 'n seisoenskarakter sal gee nie. Dit is so dat alle produkte nie ewe veel arbeid op die mark verg nie. So byvoorbeeld neem dit onbegryplike redes minder arbeid om R1000 se aartappels of sitrus op die mark aan te bied as om R1000 se produkte wat as "gemeng" geklassifiseer word, aan te bied. Indien dit nou byvoorbeeld so sou wees dat die gemengde groep 'n laagtepunt toon wanneer die totale markomset 'n hoogtepunt toon, kan dit maklik wees dat die hoër omset geensins meer arbeid vereis

as 'n laer omset waarvan gemeng 'n groter persentasie uitmaak nie.

Die gegewens in tabel 8.10 sal dié punt verder toelig. In dié tabel word die maandgemiddeldes van die omset van elke produktegroep in 1960 en 1964 weergegee en die syfers gee dus rofweg 'n aanduiding van die seisoensaard van die aanbod van verskillende produkte.

TABEL 8.10. MAANDELIKSE AANBOD VAN VERSKILLENDE GROEPE PRODUKTE - GEMIDDELDDES VAN 1960 EN 1964 - OP DIE GERMISTONSE MARK (TOT NAASTE R1).

	Gemeng	Sitrus	Sagte- vrugte	Aartap- pels	Totaal
Januarie	7,355	266	802	2,370	10,793
Februarie	7,110	392	3,531	1,945	12,978
Maart	6,513	362	2,918	2,119	11,912
April	6,548	2,105	2,388	1,789	12,631
Mei	5,979	6,266	1,782	2,110	16,137
Junie	7,296	5,674		2,581	15,551
Julie	9,146	4,031		3,093	16,275
Augustus	7,205	4,718		3,503	15,426
September	7,761	4,572		2,385	14,718
Oktober	6,975	3,402		2,808	13,185
November	6,891	577		2,308	9,776
Desember	8,403	303		3,106	11,817
Totaal	86,982	32,668	11,421	30,122	161,199

Alhoewel die seisoenspatroon wat uit bostaande tabel blyk nie presies dieselfde is as dié wat in tabel 8.9 weergegee is nie, stem dit tog grootliks ooreen. Nou is dit uit tabel 8.10 duidelik dat "gemeng" - wat in totaal meer as die helfte van die omset verteenwoordig - in Mei (die maand waarin die totale omset 'n hoogtepunt toon, vergelyk ook tabel 8.9) 'n laagtepunt toon. Dit is dus die ander groepe produkte - wat volgens getuienis van die markmeester nie soveel werk verg per R1000 omset nie - wat vir die hoogtepunt in Mei verantwoordelik is. Dit mag dus maklik moontlik wees dat as gevolg van hierdie verskynsel die werk wat verrig moet word nie dieselfde seisoensaard sal toon as die omset nie. Voordat uitspraak gelewer kan word oor die seisoensarbeidsprobleme op

em 1964/65 in besonderhede ontleed en dan word onder andere weer aandag geskenk aan die koste van die mark vir die belastingbetalers.

2. 'n Ontleding van inkomste- en uitgaweposte.

Elke inkomste- en uitgawepos is vir elke onderhewige jaar uitgedruk as 'n persentasie van die totale inkomstes en uitgawes onderskeidelik; en elke inkomste- en uitgawepos vir elke jaar is ook uitgedruk as 'n persentasie van die totale omset vir die jaar. Die resultate word in onderstaande tabelle weergegee. Die betrokke inkomste- en uitgawerokeninge verskyn as 'n bylaag.

TABEL 8.12. VERSKILLENDE INKOMSTEPOSTE AS PERSENTASIES VAN OMSET VAN DIE GERMISTONSE MARK VIR DIE JARE SOOS GENOEM.

	Jaar eindigend 30 Junie					Gemiddeld
	1950	1954	1958	1961	1965	
Kommissie	4.5	5.5	5.0	7.7	4.9	5.5
Agentskap	1.7	1.4	3.5	2.5	4.8	2.8
Sub-totaal	6.2	6.9	8.5	10.2	9.7	8.3
Skaalgelde	0.2	1.1	0.6	0.7	1.3	0.8
Huur:						
Tafels	1.3	2.3	1.1	1.3	1.5	1.6
Winkels	2.2	6.1	3.5	4.0	4.7	4.1
Diverse	0.1	0.1	1.1	0.1	0.2	0.3
Sub-totaal	4.3	9.6	6.3	6.1	7.7	6.8
Totaal	10.5	16.5	14.8	16.3	17.4	15.1

TABEL 8.13. INKOMSTEPOSTE AS 'n PERSENTASIE VAN TOTALE INKOMSTE VIR DIE JARE GENOEM.

	Jaar eindigend 30 Junie					Gemiddeld
	1950	1954	1958	1961	1965	
Kommissie	48.9	33.3	33.8	47.2	28.2	37.1
Agentskap	15.3	8.5	23.6	15.3	27.6	18.2
Sub-totaal	58.7	41.8	57.4	62.5	55.8	55.3
Skaalgelde	2.1	6.7	4.1	4.3	7.5	4.9
Huur: Tafels	16.9	13.9	7.4	8.0	8.6	11.0
Winkels	20.6	36.9	23.6	24.5	27.0	26.5
Diverse	1.7	0.7	7.5	0.7	1.1	2.3
Sub-totaal	41.3	58.2	42.6	37.5	44.2	44.7
Totaal	100	100	100	100	100	100

TABEL 8.14. VERSKILLENDIGE UITGAWEPOSTE AS PERSENTASIES VAN OMSAT VAN DIE GERMISTOMSE MARK VIR DIE JARE SOOS GENOEM.

	Jaar eindigend 30 Junie					Gemiddeld
	1950	1954	1958	1961	1965	
Salarisse en Lone	7.3	11.5	8.4	9.1	12.4	9.7
Alg. uitgawes	0.8	1.6	1.8	2.0	3.9	2.0
Reparasies	0.2	0.4	0.9	0.6	4.1	1.2
Lening	2.3	2.5	1.4	1.1	2.1	1.9
Buitengewoon	2.9	1.1	3.2	0.2	0.1	1.5
Totaal	13.5	17.1	15.7	13.0	22.6	15.3

TABEL 8.15. UITGAWEPOSTE AS PERSENTASIES VAN TOTALE UITGAVES VIR DIE JARE GENOEM.

	Jaar eindigend 30 Junie					Gemiddeld
	1950	1954	1958	1961	1965	
Salarisse en Lone	54.1	67.2	53.5	70	54.9	60.0
Alg. uitgawes	5.2	9.3	11.5	15.4	17.2	11.9
Reparasies	1.5	2.3	5.7	4.6	10.1	6.4
Lening	17.0	14.6	8.9	8.5	9.3	11.6
Buitengewoon	21.5	6.6	20.4	1.5	0.5	10.1
Totaal	100	100	100	100	100	100

(a) Ontleding van inkomste.

(i) Direkte markinkomste: Dit bestaan uit kommissie en agentskapgelde.

Kommissie: Uit tabel 8.13 blyk dit dat kommissie die belangrikste inkomste-item van die mark was - sowel gemiddeld vir die 5 jare onder bespreking as vir elke afsonderlike jaar. Die jaarlikse persentasiebydrae tot inkomste was 42.9% in 1949/50, 33.3% in 1953/54, 33.8% in 1957/58, 47.2% in 1960/61 en 28.2% in 1964/65. Hierdie wisselende persentasiebydrae van kommissie tot totale inkomste, is hoofsaaklik aan drie oorsake toe te skryf. In die eerste plek is die persentasie kommissie wat gevorder is van tyd tot tyd verander, soos deur tabel 8.12 weerspieël. Kommissie as 'n persentasie van omset het naemlik soos volg verander 4.5%, 5.5%, 5%, 7.7% en 4.9% in die vyf jare respektiewelik, met 'n gemiddeld van 5.5%. In werklikheid is (sover vasgestel kan word) óf 5% kommissie gevorder (blykbaar in elk van die 5 jare behalwe 1960/61) óf 7½% (onder andere in 1960/61) en die afwykings van hierdie persentasies moet toegeskryf word aan verskille wat in die teboekstellingsproses en as gevolg van benaderings by uitwerkings ingesluit het. Tweedens is die skommelende persentasiebydrae te wyte aan die wisselende omset - aangesien kommissie 'n persentasie van omset is. In 1953/54 byvoorbeeld toe kommissie se bydrae tot inkomste slegs 33.3% was, was die omset die laagste in die 17 jaar van 1949/50 tot 1965/66. Derdens wissel kommissie se persentasiebydrae natuurlik as gevolg van die feit dat ander inkomsteposte wissel.

Agentskap: Die ander inkomste wat direk uit markbedrywighede vloei, is agentskapgeld. Die persentasiebydrae van agentskapgeld was kronologies oor die 5 jaar soos volg: 15.8%, 8.5%, 23.6%, 15.3% en 27.6%. Die redes vir die skommeling is, soos by kommissie, drieërlei. Eerstens: Die

persentasie gevorder is van tyd tot tyd verander. In 1960/61 was dit byvoorbeeld $2\frac{1}{2}\%$ (toe kommissie $7\frac{1}{2}\%$ was), maar is later onder andere op aanbeveling van die Instituut van Markmeesters, om eenvormigheid op marke te verkry, verander na 5% , soos in 1964/65 (toe kommissie ook 5% was). Die persentasiebydrae wissel tweedens volgens omset (in 1953/54 was dit byvoorbeeld slegs 8.5%) en in die tydperk September 1954 tot September 1956 toe daar 'n markagent aan die mark opgetree het, sou dié persentasiebydrae ook laag gewees het as gevolg van die feit dat die agent 'n groot deel van die aanbod hanteer het. Derdens hang die persentasiebydrae natuurlik ook af van die ander inkomste-items.

Dit is verder insiggewend om die totale bydrae van die mark, dit is kommissie plus agentskap, tot die markinkomste te beskou. In die vyf jare onder bespreking het dit gewissel van 'n maksimum van 62.5% in 1960/61 (toe die omset van die hoogste was) tot heelwat minder as die helfte, naamlik 41.8% in 1953/54 toe die omset die laagste in die 17 jaar was. In 4 van die vyf jare was die bydrae egter meer as 50% .

(ii) Nie-markinkomste: Hieronder word verstaan inkomstes wat geen verband hou met die markbedrywighede nie.

Winkelhuur: Dit is inkomste verkry uit die verhuur van winkels en kantore in die markgebou. Dit vorm een van die belangrikste bronne van markinkomste naamlik meer as 20% in elke van die 5 jare. Hierdie huur is in ooreenstemming met heersende huurgelde en die persentasies wat dit van omset is, hang dus eintlik af van heersende huurgelde en die omsetsyfer en het eintlik nie veel betekenis nie.

Tafelhuur: Dit is inkomste verkry uit die verhuur van tafels en stalletjies in die een markgebou aan selfstandige handelaars. Dit hou geen verband met die markwerk-saamhede nie en lewer 'n aansienlike bydrae van gemiddeld

ongeveer 11% tot die markinkomste.

Weeggelde: Die weegbrug is onder toesig van die markpersoneel en die inkomste bestaan uit weegfooie (hoofsaaklik van die motorhandel verkry). Die gemiddelde bydrae vir die 5 jaar is 4.9% van inkomste.

Allerlei: Items soos onopgeëiste gelde, op 'n keer kommissie op verkoop van grond, en ander ongeklassifiseerde items lewer 'n bydrae van ongeveer 2% tot markinkomste.

Die totale aandeel van nie-markinkomste in die totale inkomste het gewissel van 'n hoogtepunt van 53.2% in 1953/54 tot 'n laagtepunt van 37.5% in 1960/61. Die feit dat nie-markinkomste so 'n aansienlike bydrae (gemiddeld 44.7% vir die 5 jaar) tot markinkomste maak, is belangwekkend.

Dit dui onder andere op 'n bestendige element wat die inkomste-aspek van die mark betref. Hier is 'n groot deel van die inkomste wat nie deur die omset beïnvloed word nie en dus nie direk afhanklik is van klimaatomstandighede en ander aanbod- en vraagfaktore van markprodukte nie. Dit bring mee dat markinkomste vooruit minder onberekenbaar is en nie so drasties skommel as wanneer die hele inkomste byvoorbeeld deur markbedrywighede gelewer sou word nie. Die mark is gevolglik meer selfstandig en miskien minder onderworpe aan kritiek deur ontevrede belastingbetalers. Dit is veral ook goed in die lig van die feit dat daar ook vaste koste-elemente is wat nie volgens omset wissel nie.

Die totale inkomste as 'n persentasie van omset het in 1964/65 'n hoogtepunt bereik, naamlik 17.4%. Oor die algemeen wil dit voorkom asof hierdie persentasie oor die jare gestyg het (in 1949/50 was dit byvoorbeeld 10.5%), maar die feit dat dit 'n persentasie is van 'n vryelik wisselende bedrag (omset) maak gevolgtrekkings oor 'n tydreeks 'n gewaagde onderneming. Vergelykings met ander marke vir dieselfde jaar sou miskien

meer sin hê.

Inkomste as persentasie van omset in 1947/48 vir die marke van Johannesburg, Kaapstad, Pretoria en Bloemfontein word deur Fischer verskaf ¹⁾. Alhoewel syfers vir 1947/48 nie sonder meer met dié van 1949/50 van Germiston vergelykbaar is nie, mag dit tog interessant wees. Tabel 8.16 bevat die gegewens.

TABEL 8.16. INKOMSTE UIT HUUR EN TOTALE INKOMSTE AS PERSENTASIES VAN OMSET VIR DIE MARKE VAN JOHANNESBURG, KAAPSTAD, PRETORIA EN BLOEMFONTEIN (1947/48) EN GERMISTON (1949/50).

	Huur	Totale Inkomste
Johannesburg	0.2	3.0
Kaapstad	0.2	4.5
Pretoria	0.9	4.6
Bloemfontein	0.9	7.8
Germiston	4.0	10.5

Die aansienlike groter persentasie wat totale inkomste van omset uitgemaak het op die Germistonse mark, beklemtoon miskien die bydrae wat agentskap en huur tot die inkomste van dié mark lewer in teëstelling met die ander marke waar agente optree en huur 'n geringe rol speel (veral Johannesburg en Kaapstad).

(b) Ontleding van uitgawes.

Die markuitgawes word ontleed onder die hoofde salarisse en toelaes, algemene uitgawes, reparasies, lening (dit sluit rente en delging in) en buitengewone uitgawes. Die ontleding geskied volgens die gegewens in tabelle 8.14 en 8.15.

(i) Salarisse en toelaes: Dit was elke jaar die vernameste uitgawepos van die mark en sluit benewens gewone salarisse en loon sake soos uniformtoelaes en siekefondasbydraes

1) Fischer, op. cit., p. 122.

in. Dit het in elk van die 5 jaar meer as 50% van markuitgawes uitgemaak. Die syfers was soos volg: 54.1% (1949/50), 67.2% (1953/54), 53.5% (1957/58), 70% (1960/61) en 54.9% (1964/65), met 'n gemiddeld van 60%. Die groot wisseling in die persentasie is veral toe te skryf aan buitengewoon hoë ander poste soos buitengewone uitgawes in 1953/54 (21.5%) en in 1957/58 (20.4%), terwyl die gemiddeld vir dié pos 10.1% was; en reparasies 18.1% in 1964/65.

Die werklike bedrag aan salarisse uitbetaal het deur die jare 1949/50 tot 1964/65 'n konstante styging getoon (van R8,658.02 in 1949/50 tot R18,400.94 in 1964/65), en alhoewel die toename in produkte hanteer maar klein was, werp dit geen lig op die doeltreffendheid van arbeid nie, aangesien die toename in salarisse uitbetaal maar net 'n weerspieëling kan wees van die algemene styging in salarispeile (lewensduurte) in dié tyd.

Die feit dat salarisse in jare met 'n hoë omset 'n relatief lae persentasie van omset is, en andersom - soos in 1960/61 (hoë omset) 9.1%, en in 1953/54 (lae omset) 11.5%, kyk tabel 8.14 - illustreer die feit dat salarisse 'n relatief vaste koste-item is wat nie aanpasbaar by korttermyn-omsetskommeling is nie. (Trouens, die omset gee ook geen presiese aanduiding van die hoeveelheid produkte hanteer en dus van arbeid vereis nie, weens die wisseling in produktepryse).

Aangesien salarisse so 'n hoë persentasie van koste uitmaak, is arbeid 'n gebied waar veral aandag gegee moet word aan doeltreffendheid en volledige besetting met die oog op besparing.

(ii) Algemene uitgawes: Dit sluit items in soos advertensie, departementele heffing deur die statstesourier, drukwerk, eiendomsbelasting, elektrisiteit, posgeld, sanitasie,

telefoon, veiligheid, versekering en water.

Dit is 'n belangrike uitgawepos en neem steeds 'n belangriker plek in. Die persentasiebydrae tot uitgawes het gestyg van 5.9% in 1949/50 tot 17.2% in 1964/65. Die eiendomsbelasting wat die vernaamste enkele item in dié groep is, is in 1961/62 vir die eerste keer betaal en dra dus by tot die hoë persentasie van 1964/65. Die tweede belangrikste item in dié groep is die departementele heffing vir die diens- te wat die stadstesourier in verband met die mark verrig.

Die items onder hierdie hoof is dus hoofsaaklik van 'n vaste karakter en die markpersoneel kan dit kwalik beïnvloed omdat die meeste deur die Stadsraad vasgestel word. Dit sou dus ook daartoe lei dat in jare met 'n lae omset uitgawes 'n groter persentasie van omset sal uitmaak.

(iii) Herstelwerk, instandhouding en hernuwings: Dié item spreek vir homself en het gemiddeld 6.4% van uitgawes uitgemaak oor die 5 jaar, met groot skommeling van jaar tot jaar. Ook hierdie pos is feitlik onafhanklik van omset.

(iv) Lening: Dit is 'n vordering wat jaarliks aan die Stadsraad betaalbaar is ten opsigte van oorspronklike kapitaalbelegging. Dit hou geen verband met markaktiwiteite nie en het 'n gemiddelde aandeel van 11.6% in uitgawes gehad.

(v) Buitengewone uitgawes: Die hoë persentasiebydrae hiervan tot uitgawes (byvoorbeeld 21.5% in 1949/50), is hoofsaaklik te wyte aan uitgawes van 'n kapitaal aard wat hieronder gegroepeer is (soos die aanbring van veilingstafels), maar in die jongste jare het dit 'n minimale bydrae (0.5% in 1961/65) tot totale uitgawes gelewer.

Uit voorgaande is dit duidelik dat 'n baie klein persentasie van uitgawes, indien enige, as veranderlik beskou kan word in dié sin dat dit sou wissel volgens omset. (Selfs salarisse moet weens die onsekerheidselement van produkte-

aanbod as relatief vas beskou word). Die persentasie wat uitgawes van omset uitmaak, is dus nie van veel betekenis nie en is vir vergelykingsdoeleindes feitlik nutteloos omdat omset gedurig wissel.

Dit kan miskien tog 'n doel dien om die uitgawes as 'n persentasie van omset van die Germistonse mark te vergelyk met dié van Johannesburg, Kaapstad, Pretoria en Bloemfontein - indien daar relatief groot verskille sou wees. Soos by inkomstes is die gegewens nie vir dieselfde jaar nie en die resultate is daarom des te meer onbetroubaar.

TABEL 8.17. SALARISSE, LENING EN TOTALE MARKUITGAWES AS PERSENTASIES VAN OMSET OP DIE MARKE VAN JOHANNESBURG, KAAPSTAD, PRETORIA EN BLOEMFONTEIN (1947/48)¹⁾ EN GERMISTON (1949/50).

	Salarisse	Lening	Totale uitgawes
Johannesburg	2.2	0.01	2.9
Kaapstad	2.3	0.006	3.9
Pretoria	2.5	0.013	3.6
Bloemfontein	4.6	0.095	6.4
Germiston	7.5	2.3	13.5

Uit bostaande tabel moet dit duidelik wees dat op die Germistonse mark die uitgawes as persentasie van omset meer as 2 keer die op Bloemfontein was en meer as 4 keer dié op Johannesburg. Dieselfde neiging is ook aanwesig by die belangrikste individuele poste soos kapitaalleening en salarisse.

Fischer het reeds opgemerk ²⁾ dat die mark met die grootste omset die laagste persentasie uitgawes getoon het en andersom - en, alhoewel sy syfers ook nie sonder meer

1) Fischer, op. cit., p. 116, gegewens aangepas.

2) Id., p. 118.

gebruik kan word nie weens die vaste aard van uitgawes en wisselende aard van omset en "toevallige" hoë of lae omsette dus 'n groot rol speel, wil dit tog voorkom asof dit die patroon is en verklaar dit miskien die posisie van die Germistonse mark. Dié stand van sake is onder andere te wyte aan die feit dat die kleiner marke meer werknemers per R1000 omset het as die groter marke (soos ook meer aangedui deur die salarispersentasies). Dit wil dus voorkom asof die "bedryfs-optimum" van produkte marke by 'n baie hoë omset lê en uit dié oogpunt gesien behoort die Germistonse mark beslis ook 'n hoër omset na te streef.

Die insluiting van leningsdelging en belastinge by markuitgawes is soms 'n steen des aanstoets vir markpersoneel. Daarteenoor moet onthou word dat die opbrengs van huur as markinkomste gereken word alhoewel dit nie voortvloei uit markwerkzaamhede nie. In die geval van die Germistonse mark vergoed laasgenoemde meer as vir eersgenoemde en dra by tot die delging van suiwer markuitgawes. Die markinkomste- en uitgawerekening moet myns insiens dus in perspektief gesien word as 'n deel van die rekeningkundige verantwoording van Stadsraadsake en die resultaat nie soseer as 'n opgawe van wat die mark die belastingbetaler kos nie - hierdie syfer kan uiteraard misleidend wees - miskien kos dit hom meer! Die Stadsraad behoort ook die mark te sien as 'n openbare diens en moet nie in die eerste plek geïnteresseerd wees in die resultaat van die inkomste- en uitgawerekening nie.

3. Koste van bemarking.

Die koste van bemarking vir die produsent bestaan op die Germistonse mark uit die items kommissie en agentskap en het soos volg verloop (uitgedruk as 'n persentasie van opbrengs): 6.2% in 1949/50, 6.9% in 1953/54, 8.5% in 1957/58, 10.2% in 1960/61 en 9.7% in 1964/65. Dit wil dus voorkom

asof daar 'n stygende neiging in die koste oor die vyftien jaar was. (Heffings tans betaalbaar op eiers teen 3 c per dosyn en op aartappels teen 1 c per $37\frac{1}{2}$ lb. is hier buite rekening gelaat asook die vroeëre vendusiebelasting van 1%). Hierdie persentasies is egter uitdruklik vasgestel en het weinig direkte verband met die doeltreffende werking al dan nie van die mark.

I. Samevatting.

Die vernaamste feitelike bevindings van hierdie hoofstuk kan soos volg saamgevat word:

- (a) Kredietverkope speel 'n oorwegende rol op die mark en volgens beskikbare getuienis neem dit in belangrikheid toe. Die rol wat kredietverkope speel, verskil egter van produk tot produk - afhangende van wie die vernaamste kopers is.
- (b) Die enkele produk wat die grootste bydrae tot omset lewer, is aartappels; die groep produkte wat die grootste bydrae lewer, is "gemeng".
- (c) Ongeveer 85% van die produkte wat op die mark aangebied word, is uit Transvaal afkomstig.
- (d) Die mark ondervind groot jaarlikse skommeling in omset en die totale omsetsyfers het 'n sterk seisoenskarakter.
- (e) Die ontwikkelingslyn van die mark wat vasgestel is op grond van die afgelope 17 jaar se omsetsyfers toon 'n minimele gemiddelde reële groei.
- (f) Inkomstes sowel as uitgawes maak relatief hoë persentasies van omset uit en 'n besondere groot komponent van inkomste sowel as van uitgawes wissel nie volgens markbedrywighede nie.

HOOFSTUK 9.SAMEVATTING EN AANBEVELINGS.A. Inleiding.

In hierdie hoofstuk word ten besluite 'n samevatting gegee van die vernaamste bevindings wat in die studie na vore gekom het en word sekere aanbevelings gemaak ten opsigte van die rigting van navorsing in verband met die bemarking van verderfbare landbouprodukte. Die bevindings en aanbevelings word nie onder afsonderlike opskrifte behandel nie, aangesien die bevindings telkens uitloop op aanbevelings in verband met verdere navorsing.

B. Algemeen.

Uit die agtergrondstudie in verband met munisipale marke is dit duidelik dat, ten spyte van sekere leentes, hierdie marke die vernaamste bemarkingskanaal van vars vrugte en groente uitmaak en veral van dié wat deur afgeleë produsente geproduseer word en kwalik deur hulle persoonlik afgeset kan word. Alhoewel daar in die toekoms aansienlike veranderings in die organisasie en die verkoopsprosedures verwag kan word, en miskien ook in beheeraspekte, is daar voorasnog geen rede om aan te neem dat die omvang van die rol wat munisipale marke speel as sodanig enige ingrypende verandering sal ondergaan nie.

Die vernaamste leentes wat in die munisipale marke gevind is en wat beslis verdere studie en navorsing vereis, is eerstens leentes wat verband hou met die beheer van munisipale marke. Die posisie dat Provinsiale Rade eintlik verantwoordelik is vir wetgewing met betrekking tot munisipale marke - 'n mag wat in die praktyk deurgaans aan plaaslike besture gelegeer word - word allerweë as ongesond en onhoudbaar beskou. Studie in verband met alternatiewe, meer praktiese beheervorme is noodsaaklik. Vrae wat aandag verdien, is onder

andere: Wat behoort die aandeel van produsente in die beheer van produkte marke te wees? Behoort die mag van plaaslike bestuurs met betrekking tot munisipale marke ingekort te word deur die instelling van iets soos 'n Sentrale Markraad, 'n regeringsliggaam, wat eenvormige reëlins tref met betrekking tot plaaslike produkte marke? Of is plaaslike omstandighede so uiteenlopend dat so iets nie doenlik is nie? Wanneer alternatiewe beheervorme oorweeg word, moet die (soms botsende) beskouinge van verskillende belangegroepes in verband met munisipale marke ook deeglik in gedagte gehou word.

Tweedens is daar leemtes met betrekking tot die organisasie van die marke. Hier word veral sake rakende die metode van verkoop genoem. Die algemene metode - die veiling by wyse van opbot - gaan mank aan talle gebreke. Algemene klagtes is ringvorming deur kopers, agente wat dié metode misbruik ten koste van klante, en veral tydverkwisting deur dié "verouderde" stelsel. Dit het tyd geword dat daar ernstige studie en aandag gewy word aan alternatiewe veilingstegnieke soos by wyse van afslag en /of deur gebruikmaking van meganiese apparate wat veilings bespoedig en wanpraktyke uitskakel. Die hele kwessie van uit-die-handverkope op produkte marke behoort in heroorweging te word in die lig van die feit dat dit die algemeen-aanvaarde stelsel van verkoop oorsig is. Die rol wat agente op die marke speel en die kwessie van klein- en /of groothandelverkope is ook netelige probleme wat op 'n oplossing wag.

Derdens is daar probleme van 'n algemene aard wat die funksionering van munisipale marke bemoeilik. Hieronder val veral die probleme geskep deur ongekoördineerde toevoer van hoogs-bederfbare produkte. Produsente-organisasies wat toevoer na marke reël enersyds en behoorlike koelopbergingsgeriewe op die marke andersyds, kan hierdie probleem miskien verlig. Probleme in verband met die vervoer van produkte en die aflaai- en

uitstalgeriewe kom ook meermale voor.

C. Die Germistonse mark.

Wat dié mark betref, is bevind dat dit in die breë dieselfde trekke vertoon as munisipale marke in die algemeen. Sy ontstaan is te danke aan 'n werklike behoefte aan 'n plaaslike produkte-mark (teen die einde van die vorige eeu het daar byvoorbeeld hongersnood gedreig in dié dorp as gevolg van die snel-toenemende bevolking), en dit vervul tans nog 'n wesenlike rol in die behoorlike voeding van die dorpsbewoners.

Die beheeraspekte van dié mark is in ooreenstemming met dié van ander munisipale marke en die markverordeninge en ander kontrole-vorme is min of meer standaard. Die organisasie en funksionering vertoon geen unieke kenmerke nie en onder die huidige opset is dit min of meer bevredigend.

'n Statistiese ontleding van die mark het gelei tot sekere belangwekkende gevolgtrekkings. Uit onsetgegewens is dit duidelik dat kredietverkope 'n steeds belangriker rol op die mark speel. Daarom is dit myns insiens noodsaaklik om 'n studie te maak van die kredietbehoefte van groente- en vrugtekoopers en van maniere om op die mees doelmatige wyse in hierdie behoeftes te voorsien. Dit is interessant om daarop te let dat die kontant/kredietpatroon verskil van produk tot produk - blykbaar afhangende van die rol wat verbruikers of die handel onderskeidelik in die aankope van 'n spesifieke produk het.

Wat die herkomsgebiede van die aanbod betref, is vasgestel dat Transvaal 'n oorheersende rol speel. Die feit dat 'n studie van die jaarlikse omset vir die afgelope sewentien jare geweldige skommelings van jaar tot jaar toon (wat dalings - soms baie groot - in nege van die jare insluit) terwyl totale produksie van tuinbouprodukte 'n konstante aansienlike toename getoon het met slegs in een jaar 'n daling, laat miskien saam met die beperkte loweransiersgebied van die mark. Ongunstige

weersomstandighede in dié gebied word naamlik direk op die mark geprojekteer. Dit sou miskien die moeite loon om 'n vergelykende studie te maak van weersomstandighede, totale produksie en die aanbod op 'n mark in 'n spesifieke gebied om vas te stel in hoeverre omset van weersomstandighede afhanklik is en of dit op die korttermyn ook geraak word deur produsente-besluite op grond van konjunkturoorwegings - wat op hierdie stadium onwaarskynlik lyk. Daar is vasgestel dat wisselende omset personeelprobleme kan veroorsaak.

Die uiters stadige groeitempo van die Germistonse mark het die rol van die omstedelike (Portugese) tuiniers aan die orde gestel. Daar is min bekend oor die rol wat dié tuiniers in die aanbod, aanvraag en bemarking van vars vrugte en groente speel, en dit bied miskien 'n vrugbare gebied vir navorsing.

'n Ontleding van maandelikse omsetsyfers van die mark vir ses jare, het 'n baie duidelike, skerp seisoenskommeling in die aanbod geopenbaar. Die aanbod skommel naamlik van 'n laagtepunt van 77.2 indekspunte in Februarie tot 130.6 indekspunte in Mei - met 'n onreëlmatige verloop tussenin. Dit kan nie sonder meer beweer word dat die besondere seisoensverloop enige personeelprobleme oplewer nie. Dit wil naamlik voorkom asof die produktegroep "gemeng" wat relatief die meeste arbeid vereis en wat meer as vyftig persent van die aanbod op die mark verteenwoordig, juis in Februarie - die seisoenslaagtepunt - 'n hoogtepunt toon, sodat dit heeltemal moontlik is dat die hoeveelheid arbeid vereis nie in dié maand 'n laagtepunt toon nie. Alhoewel enige gevolgtrekkings gemaak kan word in verband met die probleme wat die seisoenskommelinge op die personeelfront veroorsaak, is dit nodig om 'n studie van die aanbiddenspatroon en die arbeidsintensiteit van verskillende produkte te maak.

'n Vergelykende studie toon dat die seisoenspatroon oor-

eenstem met dié patroon wat vir Johannesburg en Pretoria vasgestel is en dat dit min of meer die teenoorgestelde is van dié van Kaapstad. Die rede vir die besondere skerp seisoens-troon, is miskien die beperkte, min-gedifferensieerde leweransiersgebied sodat daar min nivelleringsinvloede bestaan.

'n Ontleding van die inkomste- en uitgawerekeninge van die mark toon dat die mark oor die afgelope vyftien jare in totaal teen 'n verlies gefunksioneer het. Daar kan egter nie veel waarde aan dié syfers geheg word nie aangesien dié rekenings heelwat items bevat wat nie 'n suiwer markkarakter het nie. Inkomstes sowel as uitgawes maak relatief hoë persentasies van omset uit. Enersyds is dit te wyte aan die feit dat dié poste 'n groot persentasie nie-markitems (soos huur) insluit. Verder bestaan die vermoede dat die "bedryfsoptimum" van 'n munisipale mark by 'n baie hoë omset geleë is en dat 'n hoër omset dus nagestreef behoort te word. Soortgelyke gegewens vir groter marke (soos dié van Johannesburg) versterk hierdie vermoede. Die besondere groot komponent van die mark se inkomstes en uitgawes wat nie volgens markbedrywighele wissel nie, verteenwoordig 'n onelastiese element waarmee rekening gehou moet word by enige beplanning. 'n Vergelykende studie (waarby alle toevallighede uitgeskakel is) van die inkomste- en uitgawestruktuur van verskillende marke behoort nuttige inligting op te lewer in verband met die finansiële aspek van munisipale marke.

D. Slot.

Aangesien die Germistonse mark volgens alle getuienis nie minder doeltreffend funksioneer as ander munisipale marke nie, sou dit onder die huidige algemene gegewe soos beheer, verkoopstelsel, markfasiliteite en kredietvoorsiening nie enige doel dien om allerhande klein veranderings op die mark aan te beveel of te maak nie. Waaraan daar wel 'n behoefte is -

soos by alle ander marke, en soos trouens by die hele bemarkingstelsel van bederfbare groente en vrugte - is ingrypende, selfs rewolusionêre, denke wat die hele stelsel sal rasionaliseer met betrekking tot beheer, organisasie, voorraadtoevoer en metode van oordrag van eiendomsreg.

--oOo--

AN ANALYSIS OF THE GERMISTON MUNICIPAL MARKET:
ENGLISH SUMMARY.

In the second and third chapters of this dissertation attention was paid to municipal markets in general to serve as a background for an analysis of the Germiston market in the subsequent chapters. First an analysis was made of the origin of municipal markets and thereafter of the legal position and functioning of these markets. It has been established that while the Provincial Councils are actually responsible for legislation concerning markets, in practice this authority is delegated to local governments. The power local governments thus acquire, however, does not give them explicitly an exclusive right to operate markets.

An analysis of the present system of public auctions showed that it is gradually losing its appeal due to the waste of time involved. After considering the conflicting views of several interested parties regarding municipal markets and analysing the more important defects of these markets, the background study was concluded with the statement that the municipal market still has a future but in a modified form.

An analysis of the origin and development of the Germiston market revealed that the methods of control of this market correspond to those of other markets. There are no unique characteristics in the organisation and functioning and under present circumstances these are more or less satisfactory.

According to the annual turnover figures for the past seventeen years the market turnover fluctuated to a great extent. The deflated turnover revealed decreases in nine of these years while the growth rate was very small - probably because of the activities of market gardeners. Sales were mostly on a credit basis. The monthly turnover figures for

six years showed that the market turnover has a strong seasonal character.

Over the past seventeen years the market incurred a total loss. Income as well as expenditure constitutes a relatively high percentage of the turnover, which can be attributed to the inclusion of non-market items, such as rent received. The presumption is further that the optimum scale of produce markets can only be found in a high turnover.

In conclusion, it has been found (according to all available evidence) that the Germiston market does not function less effectively than municipal markets in general.

--oOo--

BYLAAG I (a)

BEREKENING VAN DIE VERGELYKING VAN DIE NEIGINGSLYN (REGRESSI-
 ELYN) VOLGENS WERKLIKE OMSETSYFERS VAN DIE GERMISTONSE
 MARK VIR DIE 17 JAAR 1949/'50 TOT 1965/'66 OP DIE METODE
 VAN KLEINSTE KWADRATE.

Jaar	Omset(y)	x	x ²	xy
	R			
1949/50	119,700	- 8	64	- 957,600
50/51	125,200	- 7	49	- 876,400
51/52	118,800	- 6	36	- 712,800
52/53	108,200	- 5	25	- 541,000
53/54	94,500	- 4	16	- 378,000
54/55	146,800	- 3	9	- 440,400
55/56	159,700	- 2	4	- 319,400
56/57	178,100	- 1	1	- 178,100
57/58	168,500	0	0	0
58/59	146,000	1	1	146,000
59/60	145,600	2	4	291,200
60/61	164,800	3	9	494,400
61/62	148,300	4	16	593,200
62/63	149,200	5	25	746,000
63/64	151,700	6	36	910,200
64/65	147,800	7	49	1,034,600
65/66	135,600	8	64	1,084,800
	2,408,500	0	408	896,700

Die regressielyn is $y = a - bx$ wanneer :

$$y = na - b \sum x \dots (1)$$

$$\text{en } xy = a \sum x - b \sum x^2 \dots (2)$$

$$\text{Uit (1): } 2,408,500 = 17a - 0$$

$$\therefore a = 141,676$$

$$\text{Uit (2): } 896,700 = 408 b$$

$$\therefore b = 2197.8$$

Die regressielyn is dus die reguitlyn:

$$y = 141,676 - 2197.8 x$$

B Y L A A G I (b)

BEREKENING VAN DIE VERGELYKING VAN DIE NEIGINGSLYN (REGRESSI-
 ELYN) VOLGENS GEDEFLEERDE OMSETSYFERS VAN DIE
 GERMISTONSE MARK VIR DIE 17 JAAR 1949/50 TOT 1965/66 OP DIE
 METODE VAN KLEINSTE KWADRATE.

Jaar	Omset(y)	x	x ²	xy
	R			
1949/50	114,000	- 8	64	- 912,000
50/51	122,800	- 7	49	- 859,600
51/52	90,000	- 6	36	- 540,000
52/53	77,200	- 5	25	- 386,000
53/54	78,800	- 4	16	- 315,200
54/55	105,600	- 3	9	- 316,800
55/56	114,900	- 2	4	- 229,800
56/57	131,900	- 1	1	- 131,900
57/58	130,600	0	0	0
58/59	105,000	1	1	105,000
59/60	112,000	2	4	224,000
60/61	127,800	3	9	383,400
61/62	115,000	4	16	460,000
62/63	112,200	5	25	561,000
63/64	112,400	6	36	674,400
64/65	99,200	7	49	699,300
65/66	90,400	8	64	723,200
	1,840,500	0	408	139,000

Die regressielyn is $y = a - bx$ wanneer

$$y = na - b \ x \dots\dots (1)$$

$$\text{en } xy = a \ x - b \ x^2 \dots\dots (2)$$

$$\text{Uit (1): } 1,840,500 = 17a - 0$$

$$\therefore a = 108,253$$

$$\text{Uit (2): } 139,000 = 0 - 408b$$

$$\therefore b = 340.7$$

Die regressielyn is dus die reguitlyn

$$\underline{y = 108,253 - 340.7 \ x}$$

B Y L A A G II

BEREKENING VAN 'N SEISOENSINDEKS VIR DIE GERMISTONSE MARK
UIT DIE MAANDELIKSE OMSETSYFERS VIR DIE SES JAAR VAN
JANUARIE 1960 TOT DESEMBER 1965 MET BEHULP VAN DIE BEWEGEN-
DE GEMIDDELDE-VERHOUDINGMETODE.

Jaar	Maand	Maande- likse Omset	12 maand bewegende totaal	Gesentreer- de 12 maand bewegende ge- middelde	% van 12 maand bewegen- de gem.
1960	Januarie	10,600			
	Februarie	13,200			
	Maart	13,600			
	April	11,200			
	Mei	15,700			
	Junie	15,700	163,700		
	Julie	13,800	163,100	13,617	101.5
	Augustus	16,100	160,500	13,483	119.3
	September	17,200	160,400	13,371	128.4
	Oktober	14,900	164,000	13,517	110.4
	November	9,900	165,200	13,717	72.3
	Desember	11,800	164,800	13,750	85.5
1961	Januarie	10,000	165,800	13,775	72.5
	Februarie	10,600	162,900	13,696	77.4
	Maart	13,500	157,900	13,367	100.7
	April	14,800	154,600	13,021	113.8
	Mei	16,900	155,100	12,904	131.0
	Junie	15,300	154,600	12,904	118.6
	Julie	14,800	155,300	12,912	114.7
	Augustus	13,200	155,900	12,967	101.5
	September	12,200	155,700	12,992	93.8
	Oktober	11,600	150,800	12,771	90.6

1962	November	10,400		12,562	82.5
	Desember	11,300	150,700	12,462	90.4
	Januarie	10,700	148,400	12,342	86.9
	Februarie	11,200	147,800	12,442	90.3
	Maart	13,300	150,800	12,567	105.6
	April	9,900	150,800	12,542	79.2
	Mei	16,800	150,200	12,525	134.4
	Junie	13,000	150,400	12,564	103.2
	Julie	14,200	151,100	12,558	112.7
	Augustus	16,200	150,300	12,442	130.6
	September	12,200	148,300	12,300	99.2
	Oktober	11,000	146,900	12,317	89.4
1963	November	10,600	148,700	12,342	86.2
	Desember	12,000	147,500	12,358	96.8
	Januarie	9,900	149,100	12,421	79.8
	Februarie	9,200	149,000	12,317	74.8
	Maart	11,900	146,600	12,200	97.5
	April	11,700	146,200	12,275	95.1
	Mei	15,600	148,400	12,367	125.8
	Junie	14,600	148,400	12,242	119.7
	Julie	14,100	145,400	12,162	115.6
	Augustus	13,800	146,500	12,358	111.3
	September	11,800	150,100	12,433	95.2
	Oktober	13,200	148,300	12,421	106.5
1964	November	10,600	149,800	12,525	84.1
	Desember	9,000	150,800	12,604	71.4
	Januarie	11,000	151,700	12,733	86.6
	Februarie	12,800	153,900	12,879	99.2
	Maart	10,100	155,200	12,962	77.7
	April	13,200	155,900	12,912	102.3
	Mei	16,600	154,000	12,783	129.7
			152,800		

1965	Junie	15,500		12,850	120.2
	Julie	16,300	155,600	12,888	126.4
	Augustus	15,100	153,700	12,629	119.8
	September	12,500	149,400	12,462	100.0
	Oktober	11,300	149,700	12,500	90.4
	November	9,400	150,300	12,521	75.2
	Desember	11,800	150,200	12,408	95.2
	Januarie	9,100	147,600	12,125	75.2
	Februarie	8,500	143,400	11,838	72.0
	Maart	10,400	140,700	11,650	88.8
	April	13,800	138,900	11,472	120.0
	Mei	16,500	136,200	11,338	146.0
	Junie	12,900	135,900	11,250	114.2
	Julie	12,100	134,100		
	Augustus	12,400			
	September	10,700			
	Oktober	8,600			
	November	9,100			
	Desember	10,000			

BYLAAG 3

AFSKRIFTE VAN OORSPRONKLIKE INKOMSTE- EN UITGAWE-
REKENINGE VAN DIE GERMISTONSE MUNISIPALE MARK

FOR THE YEAR ENDED 30TH JUNE, 1950

EXPENDITURE						
	£	s.	d.	£	s.	d.
To SALARIES AND WAGES				4,432	7	10
Market Staff	3,515	11	4			
Treasury Departmental Charge	120	0	0			
Native Labour	292	7	0			
Subsidised Labour	<u>504</u>	<u>9</u>	<u>6</u>			
To GENERAL MAINTENANCE				406	6	1
Sanitation and Sewerage ..	100	0	0			
Water	8	8	0			
Light	57	18	3			
Printing and Stationery ..	52	3	0			
Telephones	32	14	6			
Stamps and Telegrams	22	0	0			
Sundries	44	16	10			
Advertising	71	13	1			
Overalls	<u>16</u>	<u>12</u>	<u>5</u>			
To REPAIRS, MAINTENANCE AND RENEWALS				100	6	6
Repairs General	61	6	6			
Renewals Fund	<u>39</u>	<u>0</u>	<u>0</u>			
To LOAN CHARGES				1,379	17	9
Interest	1,115	18	6			
Redemption	<u>263</u>	<u>19</u>	<u>3</u>			
To EXTRAORDINARY EXPENDITURE				1,759	14	10
Tables - Auction	412	12	8			
Addition Market Building .	191	9	4			
Alteration old Traffic Office	218	7	3			
Extension Cafeteria	244	9	9			
Sundry Alterations	360	16	3			
Erection Slabs Indian Market	-	-	-			
Painting and Renovations .	258	17	4			
Patching Floor	-	-	-			
Wall - Traffic Office	<u>73</u>	<u>2</u>	<u>3</u>			
				<u>£8,078</u>	<u>13</u>	<u>0</u>

REVENUE						
	£	s.	d.	£	s.	d.
By MARKET FEES				4,904	1	6
Commission on Sales	2,703	0	2			
Agency Fees	993	2	10			
Table Spaces	1,071	9	0			
Scale Fees	<u>136</u>	<u>9</u>	<u>6</u>			
By RENTALS				1,301	14	0
Market Shops	1,301	14	0			
Ground Rents	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>			
By SUNDRY REVENUE				98	15	5
Sundries	98	15	5			
Unclaimed Sales Notes	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>			
By BALANCE - Loss transferred to General Revenue and Expenditure Account				1,774	2	1

£8,078 13 0

FOR THE YEAR ENDED 30TH JUNE, 1954

	EXPENDITURE					
	£	s.	d.	£	s.	d.
To SALARIES AND WAGES				5,687	13	8
Market Staff	4,505	15	0			
Treasury Departmental Charge	240	0	0			
Native Labour	659	15	7			
Subsidised Labour	<u>282</u>	<u>3</u>	<u>1</u>			
To GENERAL MAINTENANCE				518	9	5
Sanitation and Sewerage ...	163	16	0			
Water	14	9	9			
Light	45	4	4			
Printing and Stationery ...	125	8	10			
Telephones	56	2	7			
Stamps and Telegrams	37	11	5			
Sundries	29	18	1			
Advertising	8	10	9			
Overalls	20	8	3			
Furniture	<u>16</u>	<u>19</u>	<u>5</u>			
To REPAIRS, MAINTENANCE AND RENEWALS				206	18	2
Repairs General	90	18	2			
Renewals Fund	<u>116</u>	<u>0</u>	<u>0</u>			
To LOAN CHARGES				1,156	14	1
Interest	892	14	7			
Redemption	<u>263</u>	<u>19</u>	<u>6</u>			
To EXTRAORDINARY EXPENDITURE				514	8	11
Alterations Stalls	204	14	0			
Banana Rooms	<u>309</u>	<u>14</u>	<u>11</u>			
				£8,084	4	3

		REVENUE					
		£	s.	d.	£	s.	d.
By MARKET FEES					4,865	4	10
Commission on Sales	2,594	7	4				
Agency Fees	655	17	0				
Table Spaces	1,078	2	6				
Scale Fees	536	18	0				
By RENTALS					2,877	0	0
Market Shops	2,877	0	0				
By SUNDRY REVENUE					80	17	0
Sundries	80	17	0				
Unclaimed Sales Notes	-	-	-				
By Balance - LOSS TRANSFERRED TO GENERAL REVENUE AND EXPENDITURE ACCOUNT					261	2	5

 £8,084 4 3

VIR DIE JAAR GEËINDIG 30 JUNIE 1958

	UITGAWE					
	£	s.	d.	£	s.	d.
SALARISSE EN LONE				7,580	13	5
Markpersoneel	5,753	3	7			
Tesourie Departement Heffing	540	0	0			
Naturelleslone	935	7	6			
Onderstandsarbeid	352	2	4			
ALGEMENE INSTANDHOUDING				963	6	0
Sanitasie en Riolering ...	251	2	0			
Water	10	15	6			
Elektrisiteit	128	8	1			
Drukwerk en Skryfbehoeftes	264	13	0			
Telefone	89	17	8			
Seëls en Telegramme	53	0	9			
Diverse	71	17	4			
Advertensies	38	19	6			
Oorpakke	4	12	4 Cr.			
Meubels	59	4	6			
HERSTELLINGS, INSTANDHOUDING EN HERNUWINGS				792	0	9
Herstellings Algemeen	539	0	9			
Hernuwingsfonds	253	0	0			
LENINGSHEFFINGS				1,156	14	1
BUITENGEWONE UITGAWE				2,696	0	0
SALDO - WINS OORGEDRA NA ALGEMENE INKOMSTE EN UITGAWE-REKENING				-	-	-
				<u>£13,188</u>	<u>14</u>	<u>3</u>

INKOMSTE						
	£	s.	d.	£	s.	d.
MARKGELDE				9,511	15	9
Kommissie op Verkope	4,178	1	8			
Agentskapgelde	2,949	18	1			
Tafelhuurgelde	962	4	6			
Skaalgelde	490	18	6			
Kommissie - Verkoop van grond	<u>930</u>	<u>12</u>	<u>9</u>			
HUURGELDE				2,945	0	0
Mark - Winkels	<u>2,945</u>	<u>0</u>	<u>0</u>			
DIVERSE INKOMSTE				29	13	11
Diverse	<u>29</u>	<u>13</u>	<u>11</u>			
SALDO - VERLIES OORGEDRA NA AL- GEMENE INKOMSTE EN UITGAWEREKE- NING				702	4	7

£13,188 14 3

VIR DIE JAAR GEËINDIG 30 JUNIE 1961

	UITGAWES			
	R	c.	R	c.
SALARISSE EN LONE			16,060	09
Markpersoneel	12,537	60		
Tesourie Departement Hef- fing	1,080	00		
Naturelle lone	1,789	87		
Onderstandsarbeid	618	18		
Oorpakke	34	44		
ALGEMENE UITGAWES			2,213	49
Sanitasie en Riolering ...	759	60		
Water	29	55		
Elektrisiteit	330	69		
Drukwerk en Skryfbehoeftes	464	25		
Telefone	307	62		
Seëls en Telegramme	122	98		
Diverse	156	26		
Advertensies	42	54		
HERSTELLING, INSTANDHOUDING EN HERNUWINGS			1,012	27
Herstellings Algemeen	592	27		
Hernuwingsfonds	420	00		
LENINGSHEFFINGS			1,785	97
BUITENGEWONE UITGAWES			345	78
SALDO - WINS OORGEDRA NA AL- GEMENE INKOMSTE- EN UITGAWES- REKENING			5,431	66
			<u>R26,849</u>	<u>26</u>

INKOMSTE				
	R	c.	R	c.
MARKGELDE			20,124	03
Kommissie op Verkope	12,734	95		
Agentskapgelde	4,174	83		
Tafelhuurgelde	2,158	80		
Skaalgelde	1,055	45		
HUURGELDE			6,644	02
Mark - Winkels	5,644	02		
DIVERSE INKOMSTE			81	21
Diverse	31	21		

R26,849 26

VIR DIE JAAR GEËINDIG 30 JUNIE 1965.

	UITGAWE			
	R	c	R	c
SALARISSE, LONE EN TOELAES ..			18,400	94
Blanke Salarisse en Lone ..	15,765	17		
Onderstandsarbeid	575	88		
Bantoelone	1,974	58		
Uniforms en Oorpakke	37	31		
Siekfonds	48	00		
ALLERLEI UITGAWES			5,798	33
Advertensies	37	70		
Allerlei	63	27		
Departementele Heffing — Stadstesourier	1,128	00		
Drukwerk en Skryfbehoeftes	523	69		
Eiendomsbelasting	2,005	20		
Elektrisiteit	335	42		
Kontant- af haal	110	00		
Posgeld en Seëls	88	00		
Sanitasie en Riolering	759	60		
Telefone1.....	216	07		
Veiligheid	410	53		
Versekering	66	80		
Water	54	05		
HERSTELWERK, INSTANDHOUDING EN HERNUWINGS			6,068	20
Algemeen	5,668	20		
Instandhoudingsfonds Bydrae	400	00		
LENINGSHEFFINGS			3,137	96
BUITENGEWONE UITGAWES			20	60
Meubels en Toerusting	20	60		
			<u>R33,426</u>	<u>03</u>

INKOMSTE			
	R	c	R c
Agentskapgelde	7,087	38	
Allerlei	312	88	
Kommissie	7,350	89	
Skaalgelde	1,865	65	
Tafelhuur	2,181	80	
Winkelhuur	<u>6,874</u>	<u>00</u>	
			25,672 60
NETTO TEKORT NA AANWENDINGSREKENING			7,753 43

R33,425 03

BIBLIOGRAFIE.A. BOEKE EN VERHANDELINGS.

1. Bishop, C.E. & Toussaint, W.D. Agricultural economic analysis; 2 nd ed. New York, John Wiley, 1962.
2. Chown, W.F. & Hopper, W.C. The wholesale marketing of fresh fruit and vegetables in the city of Toronto. Publication 673, Department of Agriculture, Canada, 1940.
3. Du Plessis, F.B. Die tegniese uitleg van munisipale markte. M.Com-skripsie, Universiteit van Pretoria, 1964.
4. Fischer, S.H. An economic analysis of the supply and distribution of fruit and vegetables at four terminal markets in the Union of South Africa 1947/48. D.Sc-proefskrif, Universiteit van Pretoria, 1950.
5. Freund, J.E. & Williams, F.J. Modern business statistics; 1963 ed. London, Sir Isaac Pitman.
6. Phillips, C.F. & Duncan, D.J. Marketing: Principles and methods; 4 th ed. Homewood, Richard Irwin, 1960.
7. Schultz, T.W. The economic organization of agriculture. New York, Mc Graw-Hill, 1953.
8. Van Muiswinkel, F.L. De handelsonderneming; derde druk. Amsterdam, N.V. Noord-Hollandsche Uitgewersmaatskappy, 1964.
9. Van Muiswinkel, F.L. Handel, markt en beurs; vyfde druk. Amsterdam, N.V. Noord-Hollandsche Uitgewersmaatskappy, 1964.
10. Van Winsen, L.de V., e.a. Municipal law - with special reference to the Cape Province (statutes amended up to end of 1951). Kaapstad, Juta, 1953.

B. GEPUBLISEERDE VERSLAE EN PAMFLETTE.

1. Bester, J.B. 'n Verslag oor die ondersoek na die koste van kommissie-agente geregistreer kragtens wet nr. 21 van 1961. Pretoria, Departement van Landbou-ekonomie en -bemarking, Afdeling Landbou-ekonomiese Navorsing, Augustus 1963.
2. Bester, J.B. Verslag oor 'n ondersoek na die bemarking van groenbone afkomstig uit die Kaapmuidengebied, op die verspreidingsmark van Pretoria. Departement van Landbou-ekonomie en -bemarking, 1961.
3. Bester, J.B. Verspreidingskoste van vrugte en groente. Agrekon, April 1963.

4. Jaarverslag van die Sekretaris van Landbou-ekonomie en -bemarking vir die tydperk 1 Julie 1961 tot 30 Junie 1962. Pretoria, Staatsdrukker, R.P. 27/'63.
5. Jaarverslag van die Sekretaris van Landbou-ekonomie en -bemarking vir die tydperk 1 Julie 1963 tot 30 Junie 1964. Pretoria, Staatsdrukker, R.P. 13/'65.
6. Johannesburg. Verslag van die buitelandse marksending, 1965. Augustus 1965.
7. Konsepbemarkingskema vir geregleerde toevoer van vrugte en groente vir varsbemarking na munisipale markte. Transvaalse Landbou-unie, November 1958.
8. The changing role of the fruit auctions. Marketing Research Report No. 331, U.S. Department of Agriculture, Agricultural Marketing Service, Marketing Research Division.
9. The structure of wholesale produce markets. Agricultural Economic Report No. 45, United States Department of Agriculture, Economic Research Service, Marketing Economics Division; April '64.
10. Verslag van die Bemarkingswetkommissie (1947). Pretoria Staatsdrukker, U.G. No. 48/1949.
11. Verslag van die Distribusiekoste-kommissie in sake die heersende stelsel van distribusie in die Unie, met besondere verwysing na noodsaaklike voedselware en die beginsels van Staatsbeheerde bemarking; tweede verslag. Pretoria, Staatsdrukker, U.G. 28/1947.
12. Verslag van die Kommissie op Munisipale Marke, Transvaal, 1939. Pretoria, Staatsdrukker, T.P.1, 1940.
13. Verslag van die Munisipale Marke-ondersoekkomitee. Pretoria, Staatsdrukker, U.G. No. 22/1953.
14. Verslag van die Nasionale Bemarkingsraad oor die Bemarkingsrade 1949 tot 1950. Pretoria, Staatsdrukker, U.G. 44/1951.
15. Verslag van die Suid-Afrikaanse Oorsese Sending Insake die Bemarking van Vrugte en Groente, 1956. Pretoria Staatsdrukker.

C. TYDSKRIFTE EN KOERANTE.

1. Die Transvaler, Nasionale Pers Bpk., Johannesburg, 28 April 1965 en 10 Augustus 1965.
2. Die Vaderland, Voortrekkerpers Bpk., Johannesburg, 24 Augustus 1965.
3. Verskillende nommers van Georganiseerde Landbou, orgaan van die Suid-Afrikaanse Landbou-unie en van die Koöperatiewe Landboubeweging; uitgegee deur die Koöperasiepers van S.A., Bpk, Pretoria.

D. REFERATE GELEWER OP KONGRESSE VAN DIE INSTITUUT
VAN MARKMEESTERS VAN SUID-AFRIKA.

1. Bestbier, N.A.B. The historical background and development of deciduous fruit marketing in S.A., with special reference to the marketing policy of the Deciduous Fruit Board as it affects municipal markets. Kaapstad, Mei '57.
2. Carr, W.J.P. Markgeriewe vir Bantoes. 1964.
3. Cape Town Market Agents' Association. Marketing of fresh produce on the Cape Town municipal market through the medium of market agents. 1958.
4. Churchill, M.A. Geriewe vir die aankoop van die klein hoeveelhede op ons nasionale markte en die uitwerking daarvan op grootmaat-aankope. 1964.
5. Deacon, N.J. Gereguleerde toevoer van vars plaasprodukte na munisipale marke. Tzaneen, Mei '58.
6. De Swardt, S.J.J. Stedelike produktemarke by die kruispad. 1965.
7. Dippenaar, B.J. Die plek van die munisipale mark in die ekonomiese struktuur van ons land. Maart '64.
8. Du Plessis, F.B. Die ontwikkeling van die georganiseerde munisipale mark in S.A. 1965.
9. Du Toit, D.P. Enige personeelprobleme by die produkte-mark. 1959.
10. Du Toit, P.G.D. The economic relationship between corrugated packaging and produce marketing. Vereeniging, 1961.
11. Gesamentlike referaat deur die markmeesters van die vyf kleiner Randse marke; ongetiteld. 1962.
12. Ginsburg, L. Die belangrike plek van koelopberging in die bemarking van vars vrugte en groente in S.A. Bloemfontein, Maart '64.
13. Joubert, P.G. Conveyance of perishable produce to municipal markets by road transportation. Salisbury, Mei '57.
14. Joubert, P.G. Stappe deur die Spoorwegdepartement gedoen om die vervoer van vrugte, groente en ander bederfbare produkte versend na munisipale marke te behartig na aanleiding van die ondersoek en aanbevelings van die komitee wat gedurende 1954 en '55 ondersoek ingestel het. Tzaneen, Mei '58.
15. Radloff, G. Die bemarking van piesangs. Bloemfontein, Maart '64.

16. Thurgood, R.F., e.a. Eenkanaal-bemarking van vrugte en groente. Tzaneen, Mei '58.
17. Thurgood, R.F. Enige opmerkings oor die verskil in die produsente- en verbruikerspryse van vrugte en groente. Oktober '59.
18. Van der Merwe, D.P. The marketing mechanism as a prime factor in national stability. Salisbury, Mei '57.
19. Venter, P.W. Die ontstaan van die produktemark. Paarl, Maart '60.