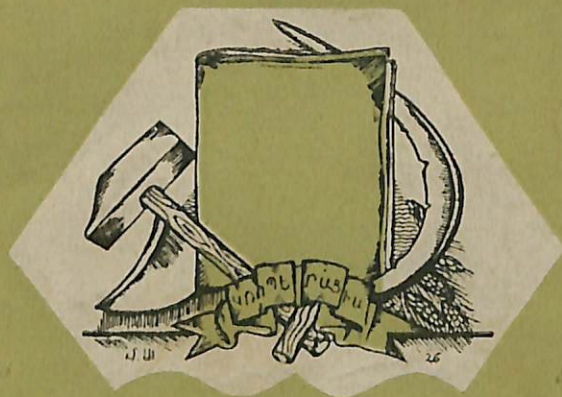


38

Ա - 38

ԱԿԿՈՂՈՒՄ

ԻՆՉՊԵՍ ՊԵՏՔ Ե ԱՌԵՎՏՈՒՐ ԱՆԵԼ



ՀՐԱՏԱՐԱԿՈՒԹՅՈՒՆ «ՀԱՅԿՈՐՊ»-Ի

ՅԵՐԵՎԱՆ

1926

06 APR 2006

Պրովետարներ բոլոր յերկրների, միացե՛ք.

38
U-38

uy

Ի. Ա. ԱԿՈՂՈՒՍ

ԻՆՉՊԵՍ ՊԻՏԻ ԱՌԵՎՏՈՒՐ ԱՆԵԼ

ՍՊԱՌԿՈՈՊԵՐԻ ԱՌԵՎՏՐԱԿԱՆ ԲԱՂԱԲԱԿԱՆՈՒ-
ԹՅԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ

1003
10934

Թարգ. Գ. ՆԱԶԱՐԵԱՆ



ՀՐԱՏԱՐԱԿՈՒԹՅՈՒՆ ՀԱՅԿՈՊԻ

ՅԵՐԵՎԱՆ

1926

05 FEB 2013
08 37A 80

1. ԱՊՐԱՆԲԱՇՐՋԱՆԱՌՈՒԹՅՈՒՆԸ ՅԵՎ ԿՈՈՊԵՐԱՑԻԱՆ

Սպառողական կոոպերացիան ժողովրդական տնտեսության շրջանակներում համար մղվող կռիվի մեջ ելակալ դեր է խաղում: Յեթե արդյունաբերության գործն է անհրաժեշտ ապրանքների արտադրումը, ապա առևտրական կազմակերպությունները գործն են հանցնել այդ ապրանքները սպառողին: Իսկ այդ պիտի աշխատել անել միջոցների ամենաքիչ մասնումով և սպառողի համար ամենամեծ հարմարությունը: 1922—23 տնտեսական տարում սպառողական կոոպերացիան ամբողջ Սոցիալիստիկ Միության սահմաններում անմիջականորեն սպառողին է ծախել 420 միլիոն ուլերով ապրանքներ: 1923—24 տնտեսական տարին այդ թիվը հասնում է 1,100 միլիոնի՝ այդպիսով գերազանցելով 1918 թիվի ամենամեծ շրջանառությունը՝ 700 միլիոն ուլերին: ավելի քան 50 տոկոսով:

Սպառողական կոոպերացիայի գերը պետական արդյունաբերության հիմնական ապրանքների վաճառահանման գործում շատ նշանավոր է. կոոպերացիան վաճառում է այդ ապրանքներից՝ շաքարի 80⁰/₀, աղի 76-ից 80⁰/₀, ժանուֆակտուրայի 60⁰/₀, նավթի 47 48⁰/₀:

Մանրածախս առևտրի մեջ սպառողական կոոպերացիայի մասնակցությունը 1922—23 թվին բնդհանուր շրջանառության 15⁰/₀-ն է կազմել: 1923—24-ին նրա դերը ավելի մեծացել է՝ հասնելով բնդհանուր շրջանառության 23⁰/₀-ին: Ներքին առևտրի ժողովրդական կոմիտեի ավելի ավելի տվյալներից յերևում է, թե կոոպերացիայի մանրածախս առևտրի նշանակությունը խորհրդային Միության զանազան շրջաններում փոփոխություն է կենթարկվում և հասնում է — ուրիշակ Լենինգրադի գյուղական շրջաններում 50⁰/₀, Սիբիրում—50⁰/₀, Նիժեգորոդի նահանգում—73⁰/₀, Կուրսկի նահանգում—42¹/₀, Հյուսիսային կովկասում—40⁰/₀, Տվերսկի նահանգում—18⁰/₀: Ոգեսայի նահանգում 6¹/₂⁰/₀:

Այստեղից հասկանալի չէ, թե ինչքան կարևոր է, վեր

ՏՐԵՍՏԻ ԱՌԱՋԻՆ ՏՊԱՐԱՆ

կոոպերացիայի գործնական աշխատանքը, ինչպես նաև առևտրական քաղաքականությունը, դրվի այնպիսի հիմունքների վրա, վոր նա համապատասխանի մեր յերկրի ապրանքաշրջանառության մեջ կոոպերացիայի ունեցած դերին: Այդ դերն ավելի ևս պատասխանատու չե դառնում շնորհիվ այն դիրքի, վոր գրավում ե կոոպերացիան քաղաքի և գյուղի փոխհարաբերությունների մեջ: Քաղաքի արդյունաբերությունից ապրանքները գյուղ հասցնելով և գյուղի ապրանքները վաճառքի հանելով քաղաքում, կոոպերացիան կանգնած ե նրանց մեջ (на стыке): Այդ մտքով, նայած թե կոոպերացիան վորքան կանոնավոր կգնի իր աշխատանքը, կոոպերացիայից մեծ չափով կախված ե գյուղի և քաղաքի փոխադարձ կապի ամրանալը:

Այդ անհրաժեշտ և մասնավոր աշխատանք, յերբ մասնավոր առևտուրն ուժեղացնում ե իր աշխատանքը: Հաղթելով յն արդյոք կոոպերացիան մասնավոր առևտրին թե՛, կենսունակ չլինելով, կավի դաշտը նրան ե գիջելու—այդ հարցը կոոպերացիայի առևտրական աշխատանքի հարցն ե: Յեթե մրցակից չկա կողքիդ—պարզ ե, վոր շատ ել դժվար չե առևտուր անելը: Բայց մասնավոր առևտրի ներկայությունը ստիպում ե կոոպերացիային իր ուժերը հավաքել՝ դեռույթյամբ և ուշադիր աշխատանքի անցնելու համար:

Մեր դժբախտությունն այն ե, վոր կոոպերացիան առևտրական աշխատանքն իմացող շատ քիչ մարդիկ ունի: Պիտի մի անգամից վերջ տալ այն նախապաշարմունքին՝ իբր թե առևտուր անելը հեշտ բան ե: Յեվ իսկապես թվում ե, թե շատ հեշտ բան ե ապրանք գնելը, մասնավոր յեթե այն ապագիկ ես տալիս, սակայն յերբ դուրս ե գալիս, վոր հասարակական փողերը կերված են և ոգուտների փոխարեն պարտատերերի պահանջներն են յերևան յեկել—միայն այս դեպքում ե հասկանալի դառնում, վոր առևտուր անելը շատ բարդ աշխատանք ե:

1923—24 տնտեսական տարվա ընթացքում շուկան մի շարք ցնցումներ և տարիլ: 1923 թվի հոկտեմբերին տեղի ունեցած ապրանքների գների իջեցումը կոոպերացիային բավականին մեծ վնաս սվեց: Շատ քիչ կոոպերատիվներ իրենց 1924 թվի հաշվեկշիռները առանց փաստի փակեցին: 1924 թվի մարտի հետեյալ գների իջեցումը նորից կոոպերացիային հանկարծակի բերեց: Կոոպերացիան ստիպված յեղավ ապրանքների հաշվից փաստների հաշվին շատ մեծ գումարներ զրել: Նրան հետևեց մին-

չև հուլիսը շուկայում տեղ համեմատաբար հանգիստ դրությունը: յերբ տարվա բերքը հավաքվում եր գյուղացիական շուկայի հսկայական պահանջը ապրանքային սովի բնույթ եր կրում: Պահանջվող ապրանքների պակասությունը առաջացնում ե անուսմանի որեցոր վատացող պայմաններ: Սրան անշուշտ հետևելու չե նորից գյուղացիության գնորդական ունակության պակասումը և առևտրական շրջանառության կրճատումը: *)

Այսպիսի պայմաններում միայն զգուշ աշխատելը բավական չե: Բացի առևտուր անել իմանալը, պիտի լարված ուշադրությամբ հետևել թե ինչ ապրանքների պահանջ կա, ինչ առաջարկներ կան, աշխատանքի իսկ ընդհանուր պայմաններ—միայն այս կերպ կարելի չե խնդիրը լուծել: Պետք ե վոչ միայն առևտրական հեշտ նախագիծներ ու ծրագրներ մշակել, այլ ե պետք ե կարողանալ աշխատալ ընթացքում, հանգամանքների փոփոխությունը համաձայնեցնելով ձևափոխել այդ ծրագրներն ու նախագիծը:

Սպառողական ընկերությունները պիտի ճիշտ հիմունքների վրա դնեն իրենց գործնական առևտրական աշխատանքը և միաժամանակ ճշգրիտ կերպով վորոշեն իրենց առևտրական քաղաքականությունը:

II. ԻՆՉ ԱՊՐԱՆՔՆԵՐ ԳՆԵԼ

Սպառողական ընկերությունները՝ համաձայն իրենց աշխատանքի պայմաններին՝ ստիպված են առեվտուր անել ամեն տեսակ ապրանքներով: Մի կողմից հաճախ ե պատահում, վոր գյուղում վոյ մի խաճուր չկա և ազգաբնակչությունը պահանջում ե, վոր կոոպերատիվում իրեն հարկավոր ամեն մի ապրանք լինի, մյուս կողմից ել ապրանքների զանազան տեսակների բաշխումը կոոպերացիայի զանազան ձևերի, գլխավորապես գյուղատնտեսական ու սպառողականի միջև այժմ չի իրականացված: Մինչև այժմ ել դեռ գյուղատնտեսական ընկերությունները հոգ են տանում մանուֆակտուրա ձևը բերել, իսկ սպառողական ընկե-

*) Մեր սպառողական կոոպերացիան ևս 1923—24 թ. տնտեսական տարում անց ե կացրել նույն շրջանները, միայն վոչ թե հուլիսին, այլ մեր տնտեսական տարվա վերջին՝ սեպտեմբեր—հոկտեմբեր ամիսներին: Այստեղ խոսքը Ռուսաստանին ե վերաբերում:

Թարգմ.

բությունը ծախում է միս, յերկաթեղեն, գյուղատնտեսական գործիքներ և մեքենաներ:

Անկասկած է, վոր պետք է աշխատանքի սահմանավորում լինի: Այդ ողորակար կլինի թե գյուղատնտեսական, թե սպառողական կոոպերացիան: Յեւ վորքան շուտ՝ այնքան լավ թե մեկի թե մյուսի համար: Բայց քանի վոր իրերի աշխատանքը թյունը շարունակվում է՝ այն հաշվի հաշնել չի կարելի:

Յեթե լավ նայենք, թե միջին սպառողական ընկերությունը ինչ տեսակի ապրանքների առևտուր է անում, մենք կնկատենք, վոր այդ ապրանքները յոթ զանազան խմբերի կարելի է բաժանել:

1. խմբում—մանուֆակտուրա
2. » — գալանտերեյա
3. » — կաշվեղեն, կոշիկեղեն
4. » — բակալեյա—լարադային ապրանքներ
5. » — թուղթ և գրենական պիտույքներ
6. » — յերկաթեղեն, ամանեղեն
7. » — փայտեղեն (տախտակ փայտ և այլն)

Ապա յեթե հետևելու լինենք, թե ինչ հարաբերություն մեջ են գտնվում այդ առաջին խմբերի ապրանքները կոոպերացիայի առևտրի մեջ՝ Հյուսիսային Կովկասի գյուղական ցանցի համար կլոր թվերով մենք կունենանք հետևյալ պատկերը:

1. Մանուֆակտուրա 50⁰/₀
2. Գալանտերեյա 7⁰/₀
3. Կաշվեղեն կոշիկեղեն 10⁰/₀
4. Բակալեյա-լարադային 15⁰/₀
5. Թուղթ և գրենական պիտույքներ 3⁰/₀
6. Յերկաթեղեն, ամանեղեն 10⁰/₀
7. Փայտեղեն 5⁰/₀*)

100⁰/₀

*) Մանոբուրուհ.—Հայաստանի սպառողական կոոպերացիան ևս համարյա նույն ապրանքներովն է առևտուր անում, յացի վերջին (փայտեղեն) խմբից: Հարցը լրիվ չե ուսումնասիրված, սակայն մի քանի տիպիկ կոոպերատիվների շրջանառություն մեջ մանուֆակտուրան կադմում և շրջանառության 50—65⁰/₀, գալանտերեյան 3—5⁰/₀, բակալեյա ու բակալեյին ապրանքները 10—18⁰/₀:

Այս տախտակի վրա հարկավոր է մի քիչ կանգ առնել: Ամենից առաջ մենք տեսնում ենք, վոր գյուղական կոոպերատիվներն ամենից շատ ուշք են դարձնում մանուֆակտուրայի վրա: Պարզ է, վոր այդ յերևույթը ամենից առաջ հետևանք է այդ ապրանքի համար շուկայում յեղած մեծ պահանջի, բայց անկասկած է նաև այն, վոր կան մի շարք այլ պատճառներ, վորոնք վորոշում են մանուֆակտուրայի տեղում գերը կոոպերատիվ սկզբնական ցանցի ապրանքների տեսակների շարքում: Սպառողական ընկերությունները հաճախ գնում են ամենահեշտ գծով՝ բավականին ուշք չդարձնելով, իրենց կարծիքով, ավելի ծանր ապրանքներին, վորոնց հետ իրենք գործ են ունենում: Պիտի ընդունել, վոր սպառողական ցանցի հիմնական ապրանքները պիտի համարվեն մասսայական գործածություն ապրանքները, ինչպիսին են աղը, նավթը, շաքարը, փսոկիթը, մի քանի շրջաններում բացի այդ ալյուրը, յուղը: Ամենամեծ ուշադրությունը պիտի դարձրվեր բակալեյա-լարադային խմբին և ապա այլ խմբերի ապրանքներին: Յեւ յեթե մենք հակառակ յերևույթ ենք տեսնում, այդ բացատրվում է նրանով, վոր մանուֆակտուրայի հետ գործ ունենալը հեշտ է: Այդ ապրանքը հեշտ գնացող է, վոր պակասում, վոր չորանում, վոր էլ փշրվում է:

Մենք կարծում ենք, վոր այստրվա մանուֆակտուրայի առևտուրը կոոպերատիվներում՝ ժամանակավոր յերևույթ է և բացատրվում է ազգաբնակչության մեծ պահանջով: Բնական ընթացքով սկզբնական կոոպերատիվների ապրանքների խմբավորումները աստիճանաբար փոփոխություն են յենթարկվելու և ծանրություն կենտրոնը լինելու յի բակալեյա-լարադային խումբը:

Ապա, «գալանտերեյա» խմբի վերաբերմամբ պիտի ասել, վոր նրա հետ աշխատանքը շատ դժվարությունների հետ է կապված: Այդ ապրանքը պահանջում է մեծ փորձնականություն և մանրակրկիտ ընտրություն (շուկել): Հենց այս խմբի ապրանքներն են մեծ սխալներով գնվում և կոոպերատիվը շատ հեշտությամբ գալանտերեյայով է «ապրանքակոխ» դառնում: Գալանտերեյա խումբը հարյուրավոր անուններ ու տեսակներ ունի, վորոնցից յուրաքանչյուրը բավարարում է հատուկ պահանջ: Այստեղ մասնագետ է հարկավոր, յեթե կոոպերատիվն ուզում է գալանտերեյի լայն առևտուր ունենալ: Հենց այդ պատճառով

կաշվեղենը 3-8⁰/₀, յերկաթեղենը և այլ խմբերը շրջանառության չնչին տոկոսներն են կազմում:

գալանտերեյի առևտուրը պիտի տանել շատ կրճատված սահմաններում, տեսակների և սահմանների ամենանեղ շրջանում՝ յերբեք նրա դերը չլայնացնելով այլ ապրանքային խմբերի մեջ, վերջապես, պիտի ուշք դարձնել յերկաթեղեն ու ամանեղեն ապրանքային խմբերին: Ծիշտ ե, այդ ապրանքների առևտուրը կարծեք սեղոնային ե՛ կապված տարվա վորոշ լեղանակներին (գարնան ու աշնան) հետ, սակայն հենց սեղոնին այդ ներքի (գարնան ու աշնան) հետ, սակայն հենց սեղոնին այդ ապրանքները շատ ձեռնադուր յեն և լավ են ծախվում: Մենք յենթադրում ենք, վոր դրանց նշանակությունը, վոր վերջին տարիներս շատ ընկած եր, աստիճանաբար մեծանալու յե գյուղական տնտեսության վերականգնման ընդհանուր պրոցեսսի հետ միասին: Յեվ հենց այդ պատճառով հիշյալ ապրանքների տեղն ու դերը կոոպերատիվ առևտրում պիտի բարձրանա: Նույնը կարելի յե ասել տախտակեղենի ու փայտեղենի վերաբերմամբ: Այս ապրանքը պիտի սկզբնական ցանցի ուշադրությունն ալիլի գրավի՝ գյուղի շինարարություն աստիճանական ու ժեղացման պատճառով:*)

Մոտիկ ապագայի համար մենք նպատակահարմար ենք համարում մեր ստորին ցանցի համար ապրանքների տեսակների մոտավորապես այսպիսի խմբավորում և $\frac{0}{100}$ $\frac{0}{100}$:

1. Մանուֆակտուրա— 30 $\frac{0}{100}$
2. Գալանտերեյա 5 $\frac{0}{100}$
3. Կաշվեղեն կոշիկեղեն 10 $\frac{0}{100}$
4. Թուղթ, գրենական պիտույքներ 5 $\frac{0}{100}$
5. Բակալեյա, լարազային ապրանքներ 30 $\frac{0}{100}$
6. Յերկաթեղեն, ամանեղեն 15 $\frac{0}{100}$
7. Տախտակեղեն, գերաններ 5 $\frac{0}{100}$ **)

100 $\frac{0}{100}$

*) Հեղինակը հատկապես շեշտում ե այս, վորովհետև առևտրական գյուղերում տները շինվում են փայտից: Տախտակն ու գերանները շինարարության մեջ շատ մեծ տեղ են ընդունում: Պարզ ե, վոր մեր յերկրի պայմաններն այլ են:

**) Մենք ղեկավարանում ենք Հայաստանի գյուղական ցանցին տալ ապրանքների գնումների նման մի ցուցակ: Պարզ ե, վոր մեր յերկրի ամենաառաջին կարիքներն են

Առանձին խմբերի առանձին ապրանքները վորոշվում են ամենից առաջ այդ ապրանքների վերաբերմամբ յեղած պահանջով: Մեծ սխալ կլինի, յեթե մենք տանելու լինենք այնպիսի քաղաքականություն, վոր բավարարվի հատ-հատ ապրանքների կարիքը, վորոնք շատ հազիվ դեպքերում են պահանջվում: Որինակ՝ գյուղական սպառողական կոոպերատիվից ել կարող են մի-մի անգամ հարցնել քաղաքի ձեռի կոշիկներ, սակայն կոոպերատիվի շրջանառությունը պիտի հիմնել գյուղական իսկապես պահանջի վրա:

Ամերիկական վորե և առևտրական տուն, վոր մտադիր ե կոշիկեղենի առևտրով ղրաղվել, իր գնումների ծրագիրը կազմելիս մեծ աշխատանք ե կատարում՝ նախորոք ուսումնասիրելով շուկան: Նա սկզբից ե յեթ պարզում ե, թե ինչ ձեռի կոշիկներ են հարկավոր, ինչ տոկոս տրամադրական, կանանց և մանուկների կոշիկների պահանջ կա—և ապա միայն՝ գնումներ ե կատարում և առևտուր սկսում: Այսպիսով նա շուկա յե գուրս գալիս դիմված շուկայի մասին հարկավոր տեղեկություններով, նա գուշակություններ չի անում, նա կուրորեն—շոշափելով ու անսխալ չի գործի անցնում, այլ խիստ ու նախորոք կատարված հաշվառով և հենց այդ պատճառով նա շատ քիչ դեպքերում ե սխալվում:

Մենք առևտրական գործի նման կազմակերպում չունենք, այդ մեր ույծերից ու մեր միջոցներից վեր ե: Սակայն միշտ ել կարելի յե ավելի հասարակ հաշվառում կատարել, և առևտրի ա-մեն մի գործակատար, վոր ապրանք ե բաց թողնում, կարող ե լավ հետևել, թե ինչ ե պահանջվում և կարող ե հաշվել, թե ինչքան ե պահանջվում: Հաշվապահի ամեն ամսվա հաշիվներին պիտի կցել տեղեկություններ, թե կոոպերատիվը ամսվա ընթացքում ինչ տեսակ ապրանքներից (առանձին խմբերով) ինչքան ե ծախել: Այդ տվյալները նյութ կտան, վոր կոոպերատիվի վարչությունը իմանա, թե ազգաբնակչությունը ինչ ապ-

մանուֆակտուրան, աղը, շաքարը, նավթը, լուցկին և կաշվեղենը: Բայց մեր վորոշ գավառներում հացամթերեցների առևտուրը և օրհարաբնական նյութերի մատակարարումը (հատկապես կործանված—քանդված ու վերաշինվող գյուղերում)—պիտի կոոպերատիվի ուշադրություն կենտրոնում լինի:

Թարգմ.

րանքի կարիք ունի և ինչ ապրանքներ պետք է գնել: Ամեն մի սպառողական ընկերություն շատ լավ է իմանում, թե ինչ նշանակություն ունեն իր համար այսպես ասած՝ «ծանր», «դանդաղ գնացող» սեզոնային» ապրանքները: Անկախ այն բանից, վեր դա հետևանք է հարկադրական աստորտիմենտի (վոր մինչև այժմ էլ կիրառվում է պետ-արդյունաբերությունից), — պարզ է, վոր այդ ապրանքները գնվել են ու խառնվել լցվել այն պատճառով, վոր կոոպերատիվի վարչությունը ուշադիր կերպով չի ուսումնասիրել պահանջը և ըստ այնմ չի կատարել իր գնումները: Յեվ այդպես աստիճանաբար, այդ «ծանր», «չգնացող» ապրանքները կուտակվել են կոոպերատիվում՝ խանգարելով նրա շրջանառության արագացմանը: Մեզ հայտնի յեռ դեպքեր, յերբ կոոպերատիվները մեծ գումարի պատրաստի հագուստեղեն, պատրաստի սպիտակեղեն, սիրտց, անձրևակալներ և նման ապրանքներ գնելով, ստիպված են յեղել իրենց ժամկետային վճարումները դադարեցնել, վորովհետև այդ ապրանքները «դժվար են գնում», իսկ մուրհակները, վճարելու ժամկետները վրա յեն հասնում: Նման դեպքերի հետևանքը շատ վատ է լինում կոոպերատիվի համար:

Յեվ մասնավոր առևտրականները շատ լավ միջոցի յեն դիմում՝ ամեն տարվա վերջում, այսպես ասած, «եծան վաճառքներ» կազմակերպելով: Բացի այն, վոր այդ միջոցով նրանք ազատվում են «քնած ապրանքներից», միաժամանակ նրանք շրջանառությանն են վերադարձնում իրենց դրամական միջոցների մի զգալի մասը: «Քնած» ու «ծանր գնացող» ապրանքների նմանորինակ «զտում» մենք խորհուրդ ենք տալիս կատարել նաև մեր ստորին կոոպերատիվ ցանցին: Այդ միջոցը մի—մի անգամ կիրառելով՝ մենք կաշխուժացնենք շրջանառությունը, կավատենք մեր «քնած» միջոցները և մեր հաշվեկշիռը կառողջացնենք:

Այսպես ուրեմն՝ «ինչ ապրանքներ գնել» հարցին պիտի պատասխանել.

— Բացի շուկայի ընդհանուր դրությունը հետևելուց, ուսումնասիրեցեք, թե ինչ ապրանքներ են պահանջվում, հաշվի առեք այդ պահանջը և գնեցեք միայն այն ապրանքները, վոր հեշտությամբ եք ծախելու:

III. ԻՆՉՔԱՆ ԳՆԵԼ

Յերկրորդ հարցը, վոր առևտրական աշխատանքի ծրագիրը կաշվելիս ծագելու յի ընականաբար՝ այն հարցն է, թե ինչքան գնել:

Այդ հարցին մենք կարող ենք պատասխանել՝ յեթե մենք ուսումնասիրենք ապրանքի շրջանառության արագությունը, նախապատերազմյան շրջանում՝ ապրանքաշրջանառության միջին տեղությունը մանրածախսի մեջ հավասար իր մոտավորապես մեկ ու կես ամսվա (7—8 անգամ տարեկան): Վերջին ժամանակներս կոոպերացիայի աշխատանքը ընդհանրապես և մասնավորապես Հյուսիսային կովկասում՝ տալիս է 40—45 որ միջին ապրանքաշրջանառություն *): Այստեղից պիտի յեղրակացնել, վոր ապրանքների մոտավորապես մեկ ու կես ամսվա պաշար սպառողական ընկերության համար նորմալ պիտի համարել:

Ավելի շատ պաշար ունենալ խանութում՝ նշանակում է «ապրանքակուլ» լինել, դանդաղ շրջանառություն ունենալ, շրջանառության միջոցների մեծ մասը անշարժ դրություն մեջ պահել—իսկ այդ բոլորի հետևանքը ժամկետային վճարումների անկանոնությունն է լինում և դրա հետ կապված այլ դժվարություններ:

Բայց ապրանքների միջին շրջանառության 40—45 որյա արագության դեպքում՝ առանձին ապրանքները տարբեր արագությամբ են «շրջվում»: Յեվ յեթե մի կոոպերատիվ ուզում է իր առևտուրը լավ հիմքերի վրա դնել, նա չի կարող չուսումնասիրել, թե այս կամ այն ապրանքը ինչ արագությամբ է «շրջվում»: Վորոշ ժամանակ ուշադիր դիտելով առևտրական շրջանառությանը՝ ամեն մի կոոպերատիվի վարչություն կարող է նկատել, թե որինակ՝ մանուֆակտուրայի շրջանառության արագությունը 15—20 որ է, յերկաթեղենինը 60 որ, կաշվեղեն ապրանքներինը 40 որ, լուցկին 25 և այլն: Այստեղից հեշտ է

*) Իհարկե, ապրանքաշրջանառության արագության համար մեծ նշանակություն ունի հաղորդակցության միջոցները: Այնտեղ, վորտեղ յերկաթեղեն է ապրանքների տեղափոխության միջոցը—ապրանքաշրջանառությունը միշտ ավելի արագ կլինի, քան թե ջորիներով և ուղտերով տեղափոխություն կատարելիս:

քեզրակացնել, թե ամեն ապրանքից ինչ պաշար պիտի ունենալ և ինչքան պիտի գնել:

Յեվ ինչքան մի ապրանքից ծախվում է, պիտի միաժամանակ նրա անհրաժեշտ պաշարը լրացնել: Այդ լրացումը պիտի կանոնավոր կատարել—այնպես վոր, յերեւել առետրի մեջ այդ ապրանքը չպակասի: Պիտի այնպես անել, վոր վորոշ ապրանքների քանակութիւնը շարունակ վորոշ նորմաներից չպակասի—նայած թե արդ ապրանքը շրջանառութիւն մեջ ինչ տեղ ունի և ինչ արագութեամբ է շրջվում: Ապրանքաշրջանառութիւնը արագութեամբ միաժամանակ ցույց է տալիս շուկայի տարողութիւնը: Մանուֆակտուրայի մեծ պահանջը նշանակում է, վոր սպառողների մեջ այդ ապրանքներից ավելի շատ կարելի չի թաշխել, սպառել: Հենց այդ պատճառով պահանջի ուսումնասիրութիւնն ճշտեղ էլ մեծ դեր պիտի խաղաւ Վերջապես՝ մեծ նշանակութիւն ունի նաև այն, թե ինչ պայմաններով է այդ ապրանքը գնվում: Պարզ է, վոր յիթե՛ն ապրանքը գնելիս կոոպերատիվին 30 որ ժամկետ են տալիս, պիտի այնքան ապրանք գնել, վոր ժամկետն անցնելուց առաջ դուք կարողանաք ծախել այդ ապրանքը: Այս մոմենտը մեծ ու լծակաւն դեր է կատարում մանավանդ այն կոոպերատիվներում, վորոնք սեփական միջոցներ քիչ ունեն և աշխատում են գլխավորապես վարկերով:

Յեթե մի շարք ապրանքների պահանջը մշտական բնույթի է կրում և միայն վորոշ ժամանակամիջոցներում պակասում ու ավելանում է (մանուֆակտուրա, գալանտերեյա)—պարզ է, վոր այդ ապրանքների մշտական վորոշ պաշար պիտի ունենալ ամբողջ տարվա ընթացքում: Ուրիշ բան են սեզոնային ապրանքները. սրանց գնումները այլ կերպ պիտի կատարել: Որինակ տանիքներ ծածկելու թիթեղը յեթե գնենք մեծ քանակութեամբ աշնան շինարարական սեզոնին մի մասը կը ծախվի, իսկ մյուս մասը «կմնա» մինչև գարուն. ուրիշ խոսքով ասած՝ այդ ապրանքի արժեքը շրջանառութիւնից դուրս կնկնի՝ ամբողջ վեց ամսվա ընթացքում: Սեզոնային բնույթ ունեցող ապրանքի քանակը ամբողջովին կախված է այն բանից, թե վճար ժամանակ և ինչքան ժամանակին է գնված ապրանքը:

Կոոպերատիվի հաշվապահը գործն այնպես պիտի տանի, վոր վարչութիւնն համար պարզ լինի ապրանքի շրջանառութիւնն ամբողջ հաջորդականութիւնը: Յեթե վարչութիւնը գիտե, թե այս կամ այն ապրանքը խանութում յերբ է պահանջ-

վում, ինչքան, ինչ արագութեամբ է ծախվում, նա կարող կը լինի իր շրջանառութիւնն միջոցները նպատակահարմար կերպով տեղավորել:

IV՝ ՎՈՐՏԵՆ ԳՆԵԼ

Գնումների ծրագիր կազմելուց հետո՝ սպառողական ընկերութիւնն համար յերրորդ հարցն է առաջ գալիս.—վճարող գնել: Այստեղ՝ նա ամենից առաջ հիշելու չէ, վոր նա միայն հասարակ առևտրական կազմակերպութիւն չէ, այլ կոոպերատիվ կազմակերպութիւն է: Նրա ամբողջ գործնելիութիւնը պիտի ներշնչված լինի այդ մտքով և սպառողական ընկերութիւնն այդ տեսակետի վրա պիտի հիմնի իր առևտրական աշխատանքը: Բնական է, վոր ապրանքների համար սպառողական ընկերութիւնը ամենից առաջ պիտի դիմի իր միութեանը: Յեթե սպառողական ընկերութիւնը շահագրգռված է կոոպերատիվ աշխատանքով, սպառողի կազմակերպման գործով, ահա հենց սրանով՝ նա շահագրգռված պետք է լինի իր միութեան գոյութեամբ և նրա աշխատանքով: Յեվ ընդհակառակը՝ միութեանը շահագրգռված է, վոր ինքն ավելի ամուր կապի սպառողական ընկերութեան կյանքի ու աշխատանքի հետ: Միութեանը չի կարող սկզբնական կոոպերատիվ ցանցում տանել կազմակերպչական աշխատանքներ, միաժամանակ չտանելով նաև տնտեսական-առևտրական աշխատանք: Այս վերջին կապը ամենակենդանի կապն է և միայն նա չէ ընդունակ կազմակերպչական կանոնավոր ու սերտ աշխատանքի հող ստեղծելու համար:

Վերջին տարին մենք տեսանք, վոր սկզբնական կոոպերատիվները՝ վորոշ չափով կտրվելով իրենց Միութեանից, ուժեղացրել էին իրենց աշխատանքը պետական առևտրի որդանեն, ի հետ: Մենք մանրամասն այս հարցի մասին չենք խոսելու: Մի բան բոլորովին պարզ է, վոր վորքան խնդիրը վերաբերում է ցանցի կանոնավոր ու պլանաչափ ապրանքամատակարարման գործին, պետական առևտուրն այդ չկարողացավ հաջողութեամբ լուծել: Շահագրգռված չլինելով ամբողջ ստորին ցանցի աշխատանքի հաջողութեամբ՝ նա գործ էր տեսնում միայն այն սպառողական ընկերութիւնների հետ, վորոնց հետ նա առևտրական տեսակետից ձեռնտու չէր գտնում գործ ունենալ: Մինչդեռ, բոլորովին պարզ է, վոր ամեն մի սպառողական ընկերու-

թյուն կարող է իր պարտավորությունները կատարել համապատասխան պայմաններում: Այդ պայմանները գլխավորապես կանոնավոր ու պլանաչափ ապրանքամատակարարման պայմաններն են: Ընկերությունը նպատակ ունի և շահագրգռված է բացառապես կանոնավոր աշխատանք տանելու գործում: Յեվ պետական առևտրի փորձը—կապվելու կոոպերատիվ ստորին ցանցի հետ—անհաջող անցավ հենց այն պատճառով, վոր նա չկարողացավ այդ ցանցի համար կանոնավոր ու պլանաչափ ապրանքամատակարարման պայմաններ ստեղծել: Մյուս կողմից, խընդրին մոտենալով գուտ առևտրական տեսակետից՝ պետական առևտուրը, ոգտվելով շուկայում ունեցած մենաշնորհ (մոնոպոլ) դիրքից՝ հաճախ կոոպերացիային առաջադրում է այնպիսի պահանջներ, վորոնք ցանցի աշխատանքին ձեռնտու չէլին: Այսպես էր, որինակ՝ յերբ կոոպերացիային հարկադրական աստորտիվներ էլին առաջադրում և կոոպերատիվներից շատերը, մի փոքր պարտիյա ապրանք գնելիս՝ ստիպված էլին լինում 40%⁰ բամբակեղենի ու չթեղենի հետ վերցնել 60%⁰ քաթանեղեն ու բրդեղեն ապրանքների և դրա հետևանքն այն էր լինում, վոր կոոպերացիայի «ծանր գնացող» ապրանքները շատանում էլին ու ժամկետային վճարումների պարտավորությունները խախտվում: Բացի այդ՝ տրեստներն ու սինդիկատները ապրանքների հաշվեվճարման շատ ծանր պայմաններ էլին առաջարկում: Յեվ, իհարկե, մի փոքր կոոպերատիվ, այն էլ պատահական գնորդի դերի մեջ, վիճել չիր կարողանում: Նա ստիպված էր լինում կամ ընդունել այդ ծանր պայմաններն ու իր վրա տանել ուժից վեր պատասխանատվություն՝ փոխադարձ հաշիվների ծանր պայմաններին համաձայնելով, կամ չընդունել այդ պայմանները և առանց ապրանքի մնալ: Վերջապես՝ ելի մի հանգամանք, վորը մոռացություն տալ չի կարելի: Կոոպերատիվ միության մեջ սպառողական ընկերությունն իրեն տեր ու տիրական է և զգում, իսկ սինդիկատի պահեստում նա մի պատահական ու քիչ նկատելի գնորդ է: Սպառողական ընկերության ներկայացուցիչը մի անկարգ բան նկատելով միության մեջ՝ բողոքելու իրավունք ունի և պահանջում է դեպի իրեն ավելի մեծ ուշադրություն, իսկ սինդիկատում—խնդիրն այլ կերպ է դրված: Նա այնտեղ ոտար է և անանձին ուշադրություն պահանջել չի էլ կարող:

Ապրանքամատակարարման կանոնավոր ու պլանաչափ լի-

նելը սպառողական ընկերությունը կարող է իրականացնել միայն իր միության մեջ և միության միջոցով: Հենց այդ պատճառով նրա առաջին ու հիմնական հայթհայթողը միությունը պիտի լինի:

Բայց կարող է պատահել, վոր միության պահեստում տրվալ մոմենտին այս կամ այն ապրանքը չկա: Յեթե այդ բանի մեջ մեղավոր է միությունը, նրա անփութ լի և անուշադիր լինելը, ապա պիտի հարց դնել միության ապագա տի բարելավման մասին: Բայց լինում են դեպքեր, յերբ միությունն այս կամ այն պատճառով հնարավորություն չի ունենում այդ ապրանքը ձեռք բերելու: Բնական է, վոր սպառողական ընկերությունն այսպիսի դեպքերում ստիպված է լինում պահանջվող ապրանքը փնտրել միությունից դուրս:

Այսպիսի կանոն պիտի ընդունել. ամենից առաջ պահանջվող ապրանքը պիտի գնել միությունից և միայն այն դեպքում, յերբ վերջինում չկան պահանջվող ապրանքները՝ դիմել կողմնակի հայթհայթողների:

Այս դեպքում հատկապես պիտի զգուշանալ մասնավոր անձնավորություններից գնումներ կատարելուց: Կոոպերատիվները վերջերս մասնավորներից գնումներ են անում 10-12%⁰ *) Բացի այն, վոր կոոպերացիային, վորպես մասնավոր առևտրի դեմ մրցողի, չի սազում մասնավորից գնումներ կատարելը, պիտի առել, վոր մասնավորների հետ գործ ունենալը մի շարք թյուրիմացությունների տեղիք է տալիս: Այստեղ բացի խաբեբայությունից սովորական դեպքերից (չափի, քաշի և այլն խաբեբայություն), կարևոր է, վոր ապրանքներ գնողն ունենա մեծ հաստատակամություն և անձնվիրություն, վոր վաղ թե ուշ գնումներ ժամանակ յերևան չրեր իր անձնական շահագրգռությունը: Ով վոր ծանոթ է մեր կոոպերատիվների կյանքին, նա շատ լավ գիտե, թե ինչպես այս դեպքերը մեր սպառողական ընկերություններին մեծ վնասներ են հասցնում:

Հենց այդ պատճառով՝ իբր կանոն պիտի ընդունել՝ մասնավոր անձերից գնումներ կատարելուց ամեն կերպ խուսա տալը: Յեթե ապրանքը միությունից չի կարելի գնել, ապա պի-

*) Բարեբախտաբար մեր կոոպերատիվները մասնավորներից գնումներ են կատարում շատ չնչին տոկոս (1—5 $\frac{1}{2}$ %)

տի դիմել սինդիկատին կամ տրեստին, Այսպիսի գնումը թե-
շատ ժամանակ և թե մեծ ծախսեր և պահանջում: Յեւ յեթե
միությունը ֆինանսական կամ այլ նկատառումներով հնարա-
վորություն չունի հարկավոր տեսակի ապրանքներն ունենալու,
շատ լավ կլինի, վոր միությունից պահանջվի, վորպեսզի վեր-
ջինս սկզբնական կոողերատիվ ցանցի համար կոմիսսիոն հի-
մուռներով գնումներ կազմակերպի: Այսպիսով սպառողական
ընկերությունը շատ միջոցներ կտնտեսի և ավելորդ ծախսեր
չի անի իր գնորդին կենտրոնական քաղաքներն ուղարկելու
համար: Բացի այդ՝ շատ պարզ է, վոր այն գնորդը, վոր լավ չի
ճանաչում շուկան, գնումների պայմանները, շատ հաճախույն-
իսկ գնելիք ապրանքները, չի կարող այնպես հաջողությամբ
խնդիրը լուծել, ինչպես այդ կանի միությունը, վորն ունի լավ
ապրանքագետներ, վորոնք իրենց գործը շատ լավ հասկանում
են: Այսպես ուրեմն ամեն մի սպառողական ընկերություն թող
լավ մտածի միությանը կոմիսսիոն հանձնարարություններն տու-
յալ մասին:

Սպառողական ընկերությունները սովորաբար ապրանքների գնման են գնում Մոսկվա, Խարկով, Բոստով, Բաթում և այլն 1924 թվի Նիժեգորոդյան տոնավաճառին հավաքվել եյին ավելի քան 200 սպառողական կոոպերատիվների ապրանք զնոդներ, Յեթե հաշվի առնենք, թե այդ 200 հոգին ինչքան ծախսեր են արել, ինչքան որապահիկ են ստացել, ինչ մեծ տարածություններ են կտրել և ինչ փոքր գումարների գնումներ են կատարել, այս մեզ համար պարզ կըլինի, *) թե վորքան հասարակա-

*) Յեւլ միթէն նույնը չե մեկ մոտ, յերբ մի փոքր կո-
ռպերատիւ, Դիլիջանի կամ Լոռի-Փամբակի գնումներ ե
կատարում թիֆլիսի կամ Բագվի շուկայում, մի կոռպերա-
տիւ, Եջմիածնի կամ Յերևանի դավառներից, թողնելով
Յերեվանը գործուղումներ ե կատարում ավելի լայն
շուկաներից ապրանքներ բերելու համար։ Միւրթարական
ե, վոր առևտրական անհաշոգությունների տված խրատը,
այլ ե կոռպերատիւ դաստիարակչական աշխատանքը տա-
տիճանաբար այդ յերևույթներին վերջ են տալիս։

þær qđ.

կան միջոցներ են ծախսվել, գուցե վոչ չար դիտավորությաժբ, սակայն ճշգրիտ հաշիվ տեսնելու անկարողություններ:

ՎԻՆՉՊԵՍ ԳՆԵԼ

Յեթե ուշադրությամբ հետեւենք, թե ինչ պայմաններով են զնումները կատարվում, մենք կ'իկատենք մի շատ հետաքրքիր գիծ, վորը կոոպերատիվի առևտրահան պլանը կազմելու աշխատանքի վրա հյական ազդեցութիւնն է թողնում: Ապրանքի գնման պայմանները վորոշվում են հետեյալ յերկու հանգամանքներով. ա) թե ինչքան է այդ ապրանքից առաջարկվում և թե ինչքան պահանջ կա նույն ապրանքի համար:

Արտասահմանից մենք շատ քիչ ապրանք ենք ստանում, այն ել դիտավորապես մի քանի գաղութային ապրանքներ՝ (պղդպեղ, լիմոնի թթվուտ, լեղակ, բրինձ, այս տարի նաև մի քիչ շաքար)։ Սպառողական նշանակություն ունեցող հիմնական ապրանքները արտադրում եմք պետական արդյունաբերությունը։ Ինչքան ել նրա վերականգնումը արագ ե կատարվում, այնուամենայնիվ, նա մոտավորապես նախապատերազմյանի արտադրություն 50 % ե կարողանում արտադրել։ Մինչդեռ հիմնական սպառող մասսան՝ մեր գյուղացիությունը, ալ դեն տնտեսագիտ վերակենդանանում ե ե աստիճանաբար ավելի ու ավելի յե ապրանքահր պահանջում։ 1924 թվի ոգոստոսից մինչև դեկտեմբեր ամիսներն այդ պահանջը ապրանքային սովի բռնույթ ուներ։ Այս մի պատճառ ե, վորի շնորհիվ ապրանքների գնման պայմաններն ավելի ու ավելի ծանրանում եյին։ Բացի այդ՝ յեթե նախկին տարիներում մեր արդյունաբերությունը պետությունից զրամական հատկացումներ եր ստանում (որինալ՝ 1923-ին 178 միլիոն ոտրի) ե դրա շնորհիվ կարողանում եր առևտրական կազմակերպություններին վարկավորել իր ապրանքները վերջիններին տալով, ապա այժմ, ինչպես ե 1924 թ. դրությունը շատ ե փոխվել։ Պետությունն այլ ես զրամական հատկացումներ չի անում, կամ այդ հատկացումները շատ կըրճատել ե ե արդյունաբերությունն անցիլ ե առևտրական հաշվառման սկզբունքներով աշխատելուն։ Այս ել յերկրորդ պատճառն եր, վորի շնորհիվ պետական արդյունաբերության արտադրած ապրանքների գնման պատճառներն ավելի յեն ծանրացել։



Այսպես որինակ՝ մանուֆակտուրան 1923 թվին բայց երթողնվում ապառիկ 105 որ ժամկետով, ըստ վորում՝ սկզբին վոչինչ չեր վճարվում. կաշվեղեն ապրանքները նույնպես առանց կանխավճարների 90 որով, ամանեղենը՝ ապառիկ 120 որով, բակալեյան ապառիկ 75-120 որով և այլն: 1924-ից այդ պայմանները շատ են ծանրացել: Մանուֆակտուրան գնելու համար հաճախ 100 0/0 կանխիկ են պահանջում, կաշվեղենը՝ 30 0/0 կանխիկ, մնացածն ապառիկ 45 որ ժամկետով, բակալեյան գնելիս պիտի վճարել 30-50 0/0 կանխիկ, իսկ մնացածը ապառիկ վոչ սկզբին քան 45 որ ժամկետով և այլն և այլն:

Այս ել պիտի ասել, վոր ապրանքների գնման պայմաններին ծանրանալը դեռ ևս չի կարելի վերջացած համարել: Ավելի շատ հարկավոր և յնթադրել, վոր այդ պայմանները դեռ ևս վերջնականապես չեն ձևակերպվել և վոր մոտիկ ապագան այդ պայմանների լավացման համար միտթարական շատ քիչ բան և խոստանում: Մենք որեցոր ավելի հաճախ ենք տեսնում նախորոք վաճառման դեպքեր, յերբ մանվածային սինդիկատը և տրեստները իրենց արտադրությունը 3-4 ամիս առաջուց արդեն ծախած են լինում: Ըստ վորում, այդպիսի գործարքները կնքելիս, գնորդը մտցնում և ապրանքի արժեքի 50 տոկոսը կանխավճար: Այսպիսով՝ ստեղծվում են այնպիսի պայմաններ, վորոնց շնորհիվ ապրանք ունենալու համար մի քանի ամիս առաջ պիտի կանխիկ միջոցները ծախսել՝ նրանց կենդանի շրջանառությունից դուրս շարտելով:

Այս բոլորը միասին վեր բաժ՝ պիտի ստիպեն սպառողական ընկերությունը լուրջ մտածել այն մասին, թե ինչպես պիտի իր առևտրական գործարքներին դրամ հայթայթի:

Յեւ այստեղից առաջին յեղրակացությունը պիտի հետևյալը լինի:

Սպառողական ընկերությունը պիտի մեծացնի իր օրջառուրյան միջոցները: Այն յերևույթը, վոր հաճախ մեր կոոպերատիվները վոչ միայն սեփական, այլ և փխառու միջոցներով անշարժ ու ծանր ապրանքներ են ձեռք բերում կամ անշարժ ու շարժական գույք են գնում, պիտի համարել առորյա աշխատանքի մեջ կոպիտ սխալ: Առևտրական շրջանառությունից դուրս մնացած յուրաքանչյուր կոպիկը աշխատանքի թուլացում և նշանակում:

Ապա մի ուրիշ հարց և ծագում: Ինչպե՞ս այդ միջոցները

գործի դնել: Յեթե արդյունաբերական որգանները կրճատում են վարկերը, պարզ և, վոր կոոպերատիվներին միությունն էլ նույնը պիտի անի, վորովհետև միությունը չի կարող կոպերատիվներին գնման ավելի ձեռնտու պայմաններ առաջարկել, քան այն, ինչ վոր նա պետադրյունաբերությունից և ստանում: Վերջապես բանկային հիմնարկներն էլ են իրենց վարկերը սահմանափակում, ըստ վորում, հաճախ այդ կատարվում է միջոցները հավաքելու նպատակով և այնպիսի տեղացի արագություն, վոր վարկավորվող կապալեկերպություն աշխատանքներին մեծ վնաս և հասցնում:

Բացի այդ՝ փոխառու միջոցները շատ թանկ արժեն: Փորձը ցույց և տվել վոր այն կազմակերպությունները, վորոնք փխառու միջոցներով են աշխատում՝ վարկավորվելով բանկերում, առկոսների վճարումը կոմիսիոն վարձատրությունն ու այլ ծախսերը կազմում են նրանց շրջանառության 2-2 1/2 0/0, այլինքն ձիշտ այնքան վորքան վոր նորմալ ամեն մի կազմակերպություն պիտի ծախսեր իր ամբողջ ապարատի վրան: Միայն մի յերբ կա՝ այն, վոր կոոպերատիվները կրճատեն փոխառու միջոցներով աշխատանքը և շատացնեն իրենց սեփական միջոցները առաջին հերթին՝ փայտադրամագրությամբ:

Միաժամանակ պիտի առևտրական շրջանառության մեջն առնել ազգաբնակչության միջոցները ավանդների նպատակավոր կանխույթների (целевые авансы) և փոխառությունների ձևով:

Յեւ վերջապես գնումների պայմաններն ի նկատի առած առևտրական ընկերություններն իրենց առևտրական ծրագրերը կազմելիս պետք է ամենամեծ ուշադրությունը դարձնեն այն ապրանքներին, վորոնք շատ են վաճառվում, այդ ապրանքները մասնաշաղկան գործածություն ապրանքներն են:

Այս բոլորը վերջում մի անգամ ևս պիտի հիշել, վոր միջին սպառողական ընկերության համար շատ դժվար և չուկայում ինքնուրույն դուրս գալը: Յեթե հնարավոր է գնումներ կատարել ավելի թեթև պայմաններով, ապա այդ հնարավոր է միայն այն դեպքում, յերբ մեծաքանակ գնումներ են կատարվում և սպառնալուրդ հետ լավ փոխհարաբերություններ են ստեղծված: Այսպեղ տեղին և կրկին հիշել, վոր այս մաքով միության միջոցով կոմիսիոն հիմունքներով ապրանքներ գնելը ամենից ավելի ձեռնտու յեղանակն է առևտրական քաղաքակա-

նության համար, քան անկախ ու ինքնուրույն գնումներ կատարելը մեծ քաղաքներում ու մայրաքաղաքի կենտրոնական շուկաներում:

VI. ՈՒՄԸ ԾԱԽԵԼ

Բայց և այնպես, գնումների պայմանների վատացումը ստիպում է սպառողական ընկերություններին շրջանառությունը հիմնականում 1924-ի նոյեմբերը մեղ ցույց տվեց, վոր Հյուսիսային Կովկասում կոոպերատիվ առևտուրը 23 տոկոսով իջել է: Շրջանառության այդպիսի կրճատում մենք ունեցել ենք խորհրդային միության սպառողական կոոպերացիայի բոլոր հանրապետությունների ցանցի մեջ:

Խնդիրն այն է, վոր այժմ կոոպերացիան դեմոկրատիկ կանգնած է այն հակասական դրությունը, վոր ստեղծվել է մի կողմից շուկային տիրանալու և այն կանոնավորելու պահանջից և մյուս կողմից—շրջանառության բավարար միջոցների բացակայությունից: Իր սեփական դրամագլուխները բավական չեն, փոխառու միջոցների դերն էլ ընկնում է՝ շնորհիվ նրանց կրճատման—և այս պայմաններում կոոպերացիան հարց է դնում, վոր անհնարին է շուկային տիրանալու խնդիրը լուծել:

Յեվ հենց այդ պատճառով տեղին ու անհրաժեշտ է, վոր կոոպերացիան ծառայի կոոպերացման յենթարկված սպառողներին: Որ առաջ անհրաժեշտ է, վոր կոոպերացիան, վիրը հիշած հակասության պայմաններում, հրաժարվի շուկային տիրանալու ուժից վիր ու պատասխանատու խնդիրը լուծելուց, նպատակ դնելով լուծել ավելի համեստ ու հեշտ խնդիրը՝ ծառայել ու բավարարել իր անդամ փայտերներին:

Դեպի այդ գործնականության հրում կոոպերացիային ամենից առաջ հենց առևտրական աշխատանքի ֆինանսական աստավը: Յեվ իսկապես՝ մի ընդհանուր պատկերացմանը այն դրությունը, յիրը կոոպերատիվը բացառապես իր անդամների համար է աշխատում:

Յենթադրենք 5 ուրբիանոց փայլ, վորին պիտի ինչ էլ վոր լինի հասցենք ամեն տեղ, լրիվ զանձված: Ապրանքի շրջանառությունը 42 որվա արագությամբ (իսկ դա միջին արագություն պիտի համարել) սպառողական ընկերությունը կարող էր այդ 5 ուրբ. ութ անգամ շրջեցնել, այսինքն՝ նրանցով կարող է տարեկան

40 ուրբու շրջանառություն անել: Հյուսիսային Կովկասի յուրաքանչյուր տնտեսությունը սպառողական տարածությունը 40-ից 70 ուրբլի յի: Այսպիսով՝ միայն փայլվածքը թույլ կտար սպառողական ընկերությանը, վոր նա այդ տնտեսության պահանջը բավարարող ապրանքի ալոթեքի 65-70 % կանխիկ վճարի իր սեփական միջոցներից: Կպահանջվել մի փոքր վարկ միությունից կամ բանկից, վորպեսզի սպառողական ընկերությունը կարողանար բավարարել իր անդամներին, մինչև անդամ այն դեպքում, յեթե պետական արդյունաբերությունը իր ապրանքը ամբողջությամբ կանխիկ վաճառեր կոոպերատիվին:

Մյուս կողմից՝ ընկերության համար իր աշխատանքի հեռանկարները շատ պարզ կլինեն: Նա, բոլորովին ճշգրիտ կերպով հաշվի առնելով իր անդամների պահանջները՝ նրանց կարող կլինել բավարարել իր խանութներին հայթայթելով հարկավոր քանակությամբ ապրանքներ: Այլ ևս «ապրանքակիր» լինելու դեպքեր չեյին կարող լինել, քանի վոր պահանջի հաշվառման հետևանքով ավելորդ ապրանքներ չեյին գնվի:

Ահա թե ինչու «համը ծախել» հարցին մենք պատասխանում ենք:—Ստեղծված դրությունը մեջ՝ սպառողական ընկերությունը պիտի իր անդամ փայտերներին ծառայի՝ գանձելով նրանց փայլվածքներն ու այլ միջոցները: Այս չի նշանակում, իհարկե, վոր կոոպերատիվը իր դռները պիտի փակի մնացած ազգաբնակչության առաջ, իհարկե, վոր: Սակայն շատ պահանջվող ապրանքը, այն էլ յեթե կոոպերատիվում քիչ կա, այդ ապրանքից պիտի վաճառել բացառապես կոոպերատիվի անդամներին:

Հյուսիսային Կովկասի մասին թվական տվյալներն ասում են, վոր կոոպերատիվ առևտրի միայն 30 % է անդամների հետ, մնացած 70 %-ը ազգաբնակչության չկոոպերացված մասի հետ է: Մյուս կողմից կոոպերատիվ ցանցը 1923 ին տիրացել էր շուկայի առևտրի 31 %-ին, իսկ 1924 ին այդ տոկոսը հասել էր 40-ի: Պարզ է, վոր յեթե կոոպերացիան միայն իր անդամների հետ առևտուր անի, նրա առևտրական շրջանառությունը բոլորովին էլ չի պակասի: Ընդհակառակը, անկասկած է, վոր այդ շրջանառությունը պիտի բարձրանա, քանի վոր ազգաբնակչությունը դրդապատճառներ կունենար կոոպերատիվին անդամագրվելու:

VII. ԻՆՉՊԵՍ ԾԱԽԵԼ

Յերբ հարց ե տուա՞լ գալիս, թե ապրանքներն ազգաբնակչությանը ծախելու համար ինչպես ծախել, ապա լավ էլինի, յեթե հիշենք հին կոտորածների սկզբունքը: Ապրանքը վաճառի՞ր ռուկայի միջին գներով՝ վերջին ավալները սպառողներին աշխատանքի վերաբերմամբ ցույց են տալիս, վոր ապրանքների ինքնարժեքին հավելում ե արվել քաղաքներում 20%: Իսկ գյուղերում 29% *): Հյուսիսային Կովկասի մասին տվյալներն ասում են, վոր միջին հավելման տոկոսները 20—21 % են կազմում:

Դրանքի ճիշտ քաղաքականություն տանելու համար՝ պիտի հիշել մի շարք մոմենտներ:

Նախ հաշվի պիտի առնել ծախսերը: Հյուսիսային Կովկասի մասին նույն տվյալները ցույց են տալիս, վոր գյուղական ցանցի ընդհանուր վաճառքի 11—12%-ը կազմում են նրա ծախսերը: Այդ գումարի մեջ են մտնում նաև ապրանքների տեղափոխության համար արված ծախսերը: Ընթացիկ ծախսերի այդպիսի տոկոս ունենալու դեպքում 20% հավելում անելը մենք բոլորովին նորմալ ենք գտնում, վորովհետև կարևոր ե վորոշ ոգուտի կուտակում՝ կոտորածներից, ապահովելու համար հնարավոր կորուստներից, վորոշք կարող են լինել գները իջեցումից, կամ այլ վնասներից **): Հենց ոգուտների բացակայության պատճառով եր, վոր 1923 թվի հոկտեմբերի ե 1924 թ. մարտի գների իջեցման շրջանում շատ կոտորածների վնասները խախտվեցին ե շատ մասնակ եր հարկավոր այն կրկին պերականացնելու համար:

*) Այս 0/0 0/0 այսոր արդեն չափազանց բարձր պիտի համարել: Հայաստանի կոտորածներից աշխատանքների հավելում ե անում 12—20%: Թարգմ.

**) Մենք այդպիսի բարձր հավելումը բոլորովին թույլատրելի չենք համարում: Բողհանուր շրջանառության 4—5 % յեթե ոգուտի կուտակում ե, մենք այդ արդեն կոտորածների համար նորմալ ենք համարում: Ավելի հավելումների դեպքում կոտորածից հազիվ թե իր մո՞ծ ու պատասխանատու դերը կատարել կարողանա, այն ե շուկայի գները կանոնավորի ու մասնավոր առևտրի հետ մրցի: Թարգմ.

Հավելումների մեծությունը վորոշող չերկրորդ մոմենտը՝ պիտի համարել շրջանառության մեծությունը ու արագությունը: Առևտրական գործնական ու նպատակահարմար քաղաքականությունը պահանջում ե վոչ թե բարձր ու մեծ վերադրեր, այլ արագ շրջանառություն: 100 փութ շաքարի վաճառքը փութին 1 բութի հաշվելով կա ու նույն հետևանքը, ինչպիսի հետևանք տալիս ե 200 փութի վաճառքը, փութին 50-ական կոպեկ հաշվելով: Նայած թե շաքարը ինչպիսի արագությունը ե վաճառվում: Հենց այդ պատճառով՝ լավ աշխատող սպառողական կոտորածներից պիտի ձգտել վոչ թե բարձր հավելումներ (վերադրեր) անել, այլ պիտի ձգտել մեծացնելու ե արագացնելու շրջանառությունը, ի հարկե, նորմալ հավելումների քաղաքականություն վարելով:

Հավելումներն անհափ մեծացնելը, բացի առևտրական գործնական պատճառներից անհնարին ե ե շատ ուրիշ պատճառներով: Կոտորածներից զերբը գյուղում, նրա հասարակական նշանակությունը, նրա դերը, քաղաքի արտադրած ապրանքները գյուղին հասցնելու խնդրում — այդ բոլորը ստիպում են կոտորածներից զյուղում վոչ միայն վաշխառուական քաղաքականություն չը տանել, այլ ե ընդհակառակը, կատարել գյուղական շուկայի գների կանոնավորողի դեր: Ի հարկե, չի կարելի մի ծայրահեղությունից մյուսին անցել: Ապրանքների հավելումները պիտի նորմալ տոկոսների սահմանից չանցնեն, վոչ ել շատ ցածր լինեն:

Այստեղ կարևոր ե հիշել ես մի մոմենտ, վոր շատ կարևոր ե կոտորածներից գործնական աշխատանքների համար: Դա այսպես ասած զեղչերի խնդիրն ե: Բոլորովին կարիք չկա այդքան հաճախ կիրառվող զեղչերը անել կոտորածներից հաստատուն գներից: Բացի այն՝ վոր այդ զեղչերը խառնում ու խճճում են կոտորածների հաշիվներն, այդ զեղչերի քաղաքականությունը չի կարելի սովոր կերպով մինչև վերջը տանել: Կոտորածների անդամների գնումներին տարեկան մի կամ յերկու անգամ պարզեցանելու սխտեման, (պրեմիա տալը) կոտորածի մասնաճիւղի պահանջներին ավելի յե համապատասխանում ե ավելի նպատակահարմար ե կիրառել:

Սակայն պիտի կարողանալ առանձին ապրանքների հավելումներն այնպես անել, վոր հավելումների միջին տոկոսը անփոփոխ ու մշտական լինի: Դժբախտաբար մեր կոտորածներից

Եները ապրանքների գնահատման ժամանակ բոլորովին կամա-
 յակա՛ն քաղաքականություն են վարում: Պարզ է, վոր այդպիսի
 քաղաքականությունից լավ հետևանքներ չի կարելի սպասել:
 Մասնավոր առևտրականը լավ է հասկանում, վոր յեթե մի ապ-
 րանք կարելի յե քնստով վաճառել, մի ուրիշ ապրանքի վրան
 կօրելի յե կարգին հավելում ա՛նել—ստացվում է, իհարկե, շատ
 նորմալ հետևանք: Յեթե շաքարը, նալթը, աղը պահանջում են
 շատ չնչին հավելումներ անել, ապա գալանտերիյի նկատմամբ
 թույլատրում են հավելումների ավելի մեծ տոկոսներ: Ընդհա-
 նուր առմամբ հավելումների խնդրում ամեն մի ապրանքի առան-
 ձին վերաբերմունքով պիտի մոտենալ:

Հեռակալ խնդիրը — վաճառքի գների միատեսակութունն և բոլոր գնորդների համար: Անհրաժեշտ է, վոր խառութի վարիչը ձեռքի տակ ունենա ապրանքների գների հաստատուն ցուցակ: Գնորդի կասկածը, վոր նրան ապրանքը կարող են ավելի բարձր գներով ծախել, առևտրին շատ մեծ վնաս է տալիս: Գնելի ցուցակը կուպերատիվում պիտի գոյութուն ունենա վորպես մի անվիճելի կանոն և խառութի կառավարիչը իր առևտուրը տանելու լի համաձայն այդ ցուցակի մեջ նշանակված գների:

Կոռպեր ստիվ առևտրի գործնական խնդիրները շարքում չը պիտի մոռանալ մի մոմենտ ևս: Կոռպերատիվների բալանսները (հաշվեկ:իւնները) ցույց են տալիս, վոր կոռպերատիվների միջոցների մի զգալի տոկոսը շարունակ ցրված ու փռվիացած դրու-թյան մեջ ե գտնվում զանազան անձանց ու հիմնարկություննե-րի մոտ: Ապառիկ առևտրի այժմ գոյություն ունեցող սիստեմը վոչ մի դեպքում չի կարելի հանդուրեկ: Յեթե քաղաքներում վաճառականները և արհեստագործները թույլատրելի կարելի չե համարել, բանվորական վարկավորումը թույլատրելի կարելի չե համարել, քանի վոր վարկերը ապահոված են բանվոր երի ու ծառայողնե-րի աշխատանքի հիմնարկի կողմից, — գյուղերում այդ քաղաքա-կանությանը ամենավճռական ձևով պիտի վերջ տալ: Նույն իսկ քաղաքներում վարկավորման քաղաքականությունը կոռպերա-ցիային խոշոր] ֆասսներ ե տվել, իսկ գյուղական գործնական աշխատանքը] ցույց ե տալիս, վոր վարկավորումը գյուղում տևողական բնույթ ունի և ասպարիկները գանձելը շատ դժվար ե:

Այս խնդրում պիտի առաջնորդվել հետեյալ հիմնական կանոնով: Առևտուրը պիտի անել բացառապես կանխիկ հաշվով: Շատ քիչ ժամանակ է հարկավոր, վոր ազգաբնակչությունը ըմբռնի, թե նման քաղաքականությունը տարվում է հասարակա-

կան գործի շահի տեսակետից. և այլ ևս դադարի կոոպերատի-
վին այս մասին վոր և ե պահանջ առաջադրելուց:

ՅԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ

Յեթե մեր շուրջը նայելու լինենք և կյանքին ուշադիր դիտենք, յեթե ուշադիր լսեք, թե ինչի մասին ե աղմկում ու Խկկոծում մեր յերկիրը, չի կարելի չգարմանալ, թե ինչպես նա հսկայական ույժ ու ձգտում ե գործ դնում տնտեսական շինարարության համար, չի կարելի չհավատալ, վոր նա առողջանում ե, կանգնում ե և նոր կենցաղի, նոր ձևերի մեջ առողջ տնտեսական ույժ ե լցնում:

Յեզ հենց այս պատճառով մեղինից յուրաքանչյուրի դերը — վոր աշխատանք ենք տանում տնտեսական շինարարության մեջ — ավելի պատասխանատու յե: Կանգ առնել ժեր այսորվա նվաճումների վրա — կնշանակի շարժման ընդհանուր ալիքի մեջ խեղդվել, կնշանակի չհասկանալ կո: պերատիվ շարժման անելիքներն ու ապագա հեռանկարները: Պիտի շնորհք ունենալ բոլոր ուժերը լարելու, պիտի կիրառել անցյալի ամբողջ փորձը և գիտությունը, վորպեսզի հնարավորին հավաքաբար ու հնարավորին հավաք լրիվ իրականացնենք ու լուծենք այն խնդիրները, վորոնք կյանքի կողմից մեզ են առաջադրվում և իրենց անհապաղ լուծումն են պահանջում:



ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

I. Ապրանքաշրջանառությունը և կոտակերպիան	3
II. Ի՞նչ ապրանքներ գնել	5
III. Ի՞նչ քանք գնել	11
IV. Վ՛րտեղ գնել	13
V. Ի՞նչ պես գնել	17
VI. Ո՞ւմ ծախել	20
VII. Ի՞նչ պես ծախել	22
Ցեղրակացություն	25

ՀՀ Ազգային գրադարան



NL0236167

54. 825

ԳԻՆՆ Ե 25 ԿՈՊ.