Հայկական գիտահետազոտական հանգույց
Armenian Research & Academic Repository

Սույն աշխատանքն արտոնագրված է «Ստեղծագործական համայնքներ ոչ առևտրային իրավասություն 3.0» արտոնագրով

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonComercial 3.0 Unported (CC BY-NC 3.0) **license.**

Դու կարող ես.

պատճենել և տարածել նյութը ցանկացած ձևաչափով կամ կրիչով

ձևափոխել կամ օգտագործել առկա նյութը ստեղծելու համար նորը

You are free to:

Share — copy and redistribute the material in any medium or format

Adapt — remix, transform, and build upon the material

25.906

Մ. ՑԵ. ԱՆԻՆ

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒՄՆ ՈՒ ԳՈՐԾՆԱԿԱՆԸ

Զ Ա Կ Կ Ն Ի Գ Ա

334-5
Ա-58

334.5
Ա-58

15 JAN 2010

Մ. ՅԵ. ԱՆԻՆ

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒՄՆ ՈՒ ԳՈՐԾՆԱԿԱՆԸ

(Հեղինակի նոր թարգմանությամբ)

Թարգմանություն ռուսերենից

ԳԵՎՈՐԳ ՆԱԶԱՐՅԵԱՆԻ

■ ■ ■ ■

ԹԻՖԼԻՍ

14748-57

12 FEB 2013

М. Е. АНИН

Организация и практика потребит. обществ

ЗАККНИГА

Թիֆլիս, Ժ. Տ. Փ. Հ. Պոլիգրաֆտրեստի 1-ին տպ., Պլեխանյան պր. № 91.
Պատվեր № 695. Տիրաժ 1000. Գրաւեպ. 229:

1928

ԱՌԱՋԻՆ ՄԱՍ

ԿՈՈՊԵՐԱՏԻՎ ՇԻՆԱՐԱՐՈՒԹՅԱՆ ԻՐԱՎԱԿԱՆ ՆՈՐՄԱՆԵՐԸ

ԳԼՈՒԽ I.

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԿՈՈՊԵՐԱՑԻԱՅԻ ՄԱՍԻՆ ԽՈՐՀՐԴԱՅԻՆ ՕՐԵՆՍԴՐՈՒԹՅՈՒՆԸ

1. Կոոպերատիվ օրենսդրության էությունն ու ձևերը

Կոոպերատիվ միության մեջ, նայած թե նա ինչ նպատակներ է յուր առաջ դնում և աշխատանքի ինչ յեղանակներ ունի, նրա մասնակիցների միջև առաջ են գալիս յուրահատուկ փոխհարաբերություններ: Միաժամանակ կոոպերատիվ միությունը արտաքին աշխարհի հետ բոլորովին տարբեր հարաբերություն ունի և վերջինս բոլորովին նման չէ առանձին մարդկանց կամ այլ միությունների միջև գոյություն ունեցող հարաբերությանը: Հենց այդ պատճառով է, որ պետությունը մշակում է հատուկ իրավական նորմաներ (կանոններ, օրենքներ), վորոնք վորոշում են թե կոոպերատիվ կազմակերպությունների մասնակցողների իրար հետ ունենալիք հարաբերությունները և թե նրանց փոխհարաբերությունները արտաքին աշխարհի հետ:

Յուր աշխատանքները կատարելու համար կոոպերատիվը հիմնում է զանազան ձեռնարկներ, վարձում է ծառայողներ և այլն: Այստեղ նա առանձին մարդկանց, նրանց միությունների ու պետական մարմինների հետ մտնում է այնպիսի հարաբերությունների մեջ, վորոնք հատուկ են վոչ միայն կոոպերատիվ, այլև ուրիշ կազմակերպությունների համար:

Այս դեպքերում կոոպերացիան հպատակվում է բոլոր օրենքներին՝ մնացած տնտեսական կազմակերպություններին հավասար հիմունքներով:

2. Խորհրդային կոոպերատիվ օրենսդրության զարգացման էտապները

Խորհրդային իշխանության հաստատումից հետո կոոպերացիայի զարգացման ուղիները նախորոշող հիմնական օրենքներն են 1918 *թվի ապրիլի 12-ի և նոյեմբերի 20-ի* դեկրետները:

Այդ դեկրետների նպատակն էր վերակառուցել կոոպերացիան Հոկտեմբերյան հեղափոխության կողմից առաջադրված խնդիրներին համապատասխան և տիրանալ կոոպերատիվ ապարատին:

Այս նպատակին ամենակարճ ժամանակում հասնելու միակ ուղին ընկած էր կոոպերացիայի շերտավորման վրա — բանվորական կոոպերատիվների առանձնացումով: Այդ պատճառով 1918 թվի ապրիլի 12-ի դեկրետը քաղաքներում առաջ է բերում *երկու կոոպերատիվների — բանվորական և ընդհանուր քաղաքացիական — սիստեման*:

Բացի այդ, նույն դեկրետը, նպատակ դնելով կոոպերացիան ղեկավարելու գործից հեռացնելու Խորհրդային իշխանության ամենաթշնամի տարրերին, *արգելում է վարչության անդամ ընտրել այն քաղաքացիներին, վորոնք տեր են կամ ղեկավար առևտրա-արդյունաբերական մասնավոր ձեռնարկությունների*:

Կոոպերատիվ սիստեմայի ղեկավարությունը պետության ձեռքում կենտրոնացնելու ուղղությամբ ավելի հեռու գնաց 1918 թվի նոյեմբերի 20-ի դեկրետը, վորն *իրավունք էր տալիս Պարենավորման Ժողովրդական Կոմիսարիատին յուր ներկայացուցիչները մտցնել ավելի խոշոր կոոպերատիվ կազմակերպությունների վարչական կազմերի մեջ*: Հետագայում հնարավոր դարձավ տիրանալ ամբողջ սպառողական կոոպերացիայի ղեկավարության գործին: Այդ բանն իրականացավ 1918 թվի դեկտեմբերին կայացած բանվորական կոոպերացիայի Համառուսական Համագումարի վորոշմամբ, համաձայն վորի Ցենտրոսոյուզի Վարչության կազմի մեջ մտնում են՝ բանվորական կոոպերացիայի ներկայացուցիչները Վարչության անդամների ընդհանուր թվի յերկու-յերրորդի կազմով:

Ռազմական կոմմունիզմի ժամանակաշրջանը յուր արտահայտությունն է գտել 1919 թվի մարտի 20-ին հրատարակված դեկրետի մեջ «սպառողական կոմմունաների մասին» կամ «միասնական սպառողական ընկերությունների մասին»: Համաձայն այդ դեկրետի՝ կոոպերացիան մտնում է ազգաբնակչության կենտրոնացած պետական մատակարարման սիստեմայի մեջ և վերակառուցվում է ապրանքների բաշխող ապարատի, վորը գործում է համաձայն Պարենավորման Ժողովրդական Կոմիսարիատի հրահանգների: Ապրանքների ինքնուրույն պատրաստումները բոլորովին դադարում են: Կոոպերատիվները բացառապես զբաղված են Պարենժողկոմատից ստացած ապրանքների բաշխման գործով:

Ամբողջ ազգաբնակչության ապրանքամատակարարման գործը կոոպերացիային հանձնելը առաջ է բերում ընդհանուր անդամագրություն. վերջինս պարտադիր էր: Բոլոր քաղաքացիները պիտի անդամագրվեին կոոպերացիային, հակառակ դեպքում՝ նրանք զրկվում են պարենավորման մթերքներ ստանալու հնարավորությունից: Անդամագրությունը սակայն վոչ մուտքի վճարի, վոչ էլ փայավճարի մուծումը պարտադիր չէր դարձնում: Բոլոր տեսակի մուծումները վերացված էյին:

Բաշխման կենտրոնացումը անհրաժեշտորեն առաջ բերեց *պարտադիր կոոպ. ցանցի* կազմակերպում: Այդ նշանակում էր, վոր յուրաքանչյուր քաղաքում կամ գյուղական շրջանում կարող է գոյություն ունենալ միայն մի «միասնական սպառողական ընկերություն» («Միասկոոպ»), վորին զուգահեռ յերկու կամ ավելի ընկերությունների գոյությունը արգելվում էր: Կոոպերատիվ միությունների սիստեման էլ պարտադիր ձևի կառուցում ուներ, և յուրաքանչյուր «Միասկոոպ» պարտավոր էր պատկանել համապատասխան միությանը: Ճիշտ նույն ձևով պարտադիր էր, վոր յուրաքանչյուր միություն «Ցենտրոսոյուզի» կազմի մեջ մտներ:

Նոր տնտեսական քաղաքականության (Նեպին) անցումի հետ է կապված 1921 թվի ապրիլի 7-ի դեկրետի հրատարակումը:

Մասնավոր առևտրի վերականգնման ու ազգաբնակչության պետական մատակարարման աստիճանական դադարեցման հետևանքով 1921 թվի ապրիլի 7-ին դեկրետը սպառողական կոոպերացիային է վերադարձնում *ինքնուրույն պատրաստումների իրավունքը*: Բաշխման (և այդ բառով բնորոշվող «բաշխողական») շրջանին փոխարինում է կոոպերատիվ առևտրի շրջանը:

Միաժամանակ դեկրետը մեծ փոփոխություններ է մտցնում կոոպերացիայի կազմակերպչական կառուցվածքի մեջ: Դեկրետը պահպանում է միասնական սպառողական ընկերությունների սիստեման, պահպանում է ամբողջ ազգաբնակչության մատակարարման պարտադիր լինելը, այլև ընդհանուր պարտադիր անդամագրությունը, սակայն միաժամանակ թույլ է տալիս «Միասկոոպների» ներսում և «Միասկոոպների» ընդհանուր ղեկավարու-

թյամբ ստեղծել խմբական (համաձայն արհեստակցական, աշխատանքի վայրի տերրիտորիայի և այլն նշանների) սպառողական ընկերություններ՝ կամավոր անդամագրության հիմունքներով։ Հենց այստեղից էլ առաջանում է նրանց անունը «Կամկոոպներ» (կամավոր սպառողական ընկերություններ)։ Միաժամանակ դեկրետը Միակոոպներին իրենց է վերապահում քաղաքացիներից կամավոր դրամական մուծումներ ընդունելը և այդ անձանց (այսինքն ակտիվ անդամների) վերաբերմամբ հատուկ արտոնությունների կիրառման իրավունքը։

ՀՍԽՀ-ում սպառողական կոոպերացիայի ինքնուրույնության վերականգնումը տեղի յե ունեցել 1921 թվի հունիս 3-ի դեկրետի հրատարակությամբ։

3. Սպառողական կոոպերացիայի մասին ներկայումս գործող օրենքը

Կոոպերացիային պարտադիր անդամագրվելը և պարտադիր կոոպերատիվ ցանցի կազմակերպումը վերջնականապես վերացված է Համամիութենական Կենտգործկոմի 1923 թվի. դեկտեմբերի 28-ի հրատարակած վորոշումով։ Վորպես զարգացում այդ վորոշման՝ հրատարակված է ներկայումս գործող օրենքը ՍԽՀՄ Կենտգործկոմի ու Ժողկոմխորհի սպառողական կոոպերացիայի մասին դեկրետը 1924 թվի մայիսի 20-ից։

Այդ դեկրետը վերջնականապես հաստատեց կոոպերատիվ ցանցի կազմակերպման, այլև կոոպերացիային անդամագրվելու կամավորության սկզբունքները։ Համաձայն դեկրետի առաջին յերկու հոդվածների՝ աշխատավոր (աշխատող) քաղաքացիները կարող են հիմնել ըստ իրենց հայեցողության սպառողական ընկերություններ։ Կոոպերատիվ ցանցը կառուցվում է ազատ և ինքնուրույն կերպով ստեղծվող կազմակերպություններից։ Դեկրետը միայն պահանջում է, վոր ընկերության սոցիալական կազմը համապատասխանի աշխատանքային նշանին և ընկերության քանակական կազմը համապատասխանի անդամների այն ամենափոքր թվին, վոր հնարավոր է դարձնում ընկերության առաջ գալն ու գոյությունը։ Վերջին պահանջը մտնում է 5-րդ հոդվածի մեջ, համաձայն վորի անդամների ամենափոքր թիվը, վորով հնարավոր է կազմակերպել սպառողական ընկերություններ, վորոշում է տեղական սպառողական ընկերությունների միությունը, սակայն այդ թիվը 30-ից պակաս չի կարող լինել։

4. Սպառողական ընկերություններին անդամագրվելու իրավունք ունեցող քաղաքացիների մասին

Սպառողական ընկերություններ կազմելու և նրանց անդամագրվելու իրավունքը պատկանում է միայն այն քաղաքացիներին, վորոնք Խորհուրդների ընտրության ձայնի իրավունքից ոգտվում են։ Նախորդ դեկրետներն իրենց մեջ նման պահանջ չունեյին։ Քաղաքացիականորեն իրավազուրկ քաղաքացիների համար (այսինքն ձայնազուրկների համար) միայն գոյություն ուներ ընկերության անդամների ընդհանուր ժողովում և կոոպերատիվ կազմակերպության վարչական մարմինների ընտրության ժամանակ ձայնից ոգտվելու իրավունքի սահմանափակում։

Հարկավոր է առանձնապես նկատել, վոր 1924 թվի մայիսի 20-ի դեկրետին վորպես լրացում՝ 1925 թվի սեպտեմբերի 25-ին հրատարակվեց մի վորոշում, համաձայն վորի սպառողական ընկերություններին թույլատրվում է իրենց կազմի մեջ ընդունել նաև 16-ից—18 տարեկան աշխատավորներ, սակայն վերջիններս ընկերության գործերում ձայնի իրավունքից չեն ոգտվում։

5. Մուտքի վճարներ ու փայավճարներ

Դեկրետը սպառողական ընկնրության անդամագրվելը կապում է պարտադիր դրամական մուծումների՝ մուտքի վճարի ու փայավճարի հետ, սակայն նպատակ դնելով ազգաբնակության ավելի չքավոր մասի համար անդամագրությունը մատչելի դարձնել՝ դեկրետը սահման է դնում մուտքի վճարի համար 50 կոպ. և փայավճարի համար 5 ր., վորից բարձր մուծումները թույլատրելի չեն։ (Դեկրետի 7-րդ հոդվածը)։

Համամիութենական Ժողկոմխորհի նորերս հրատարակած վորոշման համաձայն՝ փայավճարի չափը բարձրացած է մինչև 15 ռուբլի այն սպառողական ընկերությունների համար, վորոնք գործում են քաղաքներում ու գործարանային վայրերում, և մինչև 10 ռուբլի՝ այն ընկերությունների համար, վորոնք գործում են գյուղական բնակավայրերում։ Սակայն Միութենական Հանրապետությունները օրենսդրական կարգով այդ նորմաները կարող են իջեցնել։

6. Ի՞նչ պիտի անեն սպառողական ընկերությունները

Սպառողական կոոպերատիվների գործունեության շրջանը, գործարքների այն ձևերը, վորով նրանք կարող են զբաղվել, դեկ-

մեջի 3-րդ հոդ. վորոշումով շատ լայն ու բազմազան է. սպառողական ընկերություններն իրավունք ունեն.— ա) ձեռք բերել ու վաճառել գյուղատնտեսության, տնայնագործության արհեստի ու գործարանային արդյունագործության արտադրանքները. բ) ազգաբնակության մեջ կոմիսիոն հիմունքներով տարածել պետական ու կոոպերատիվ արդյունաբերության ապրանքները. գ) հիմնել ֆերմաներ, ցուցակայաններ ու այլ նման հիմնարկություններ. դ) զբաղվել հում նյութեր հավաքելով ու վերամշակելով. յե) զբաղվել սպառողական ընկերությունների իսկական անդամների, այլև մոտակա բանվորա-գյուղացիական ազգաբնակության սպառողական կարիքների բավարարման համար գյուղատնտեսական մթերքներ, արհեստավորական ու գործարանային արդյունաբերության ապրանքներ պատրաստելով. զ) կատարել առևտրամիջնորդական ու կոմիսիոն գործարքներ յուր անդամների աշխատանքի արտադրանքները վաճառահանելու, այլև յուր անդամների տնտեսության մեջ պահանջվող գործիքներ ու նյութեր մատակարարելու համար. է) կատարել վարկային գործարքներ՝ դրա համար բանալով հատուկ վարկային բաժիններ, վորոնք գործում են գոյություն ունեցող որենքների հիման վրա. ը) տանել լուսավորական աշխատանք՝ կոոպերացիայի գաղափարների ու նրա խնդիրների ժողովրդականացման համար, մանավանդ գյուղական ազգաբնակության մեջ — համապատասխան Միութենական Հանրապետությունների Լուսավորության Ժողովրդական Կոմիսարիատների հսկողության տակ:

7. Ինքնավարություն յեվ միություններ կազմակերպելու իրավունքը

Դեկրետը կոոպերատիվները դիտում է վորպես խիստ ինքնավար կազմակերպություններ, վորոնք ղեկավարվում են իրենց անդամների ու նրանց կողմից ընտրված մարմինների կողմից:

Սպառողական ընկերություններն իրենց նպատակներն ավելի լրիվ կերպով իրականացնելու համար՝ իրավասու յեն իրենց միությունները կազմակերպելու:

Սրանով դեկրետի բովանդակությունը չի սպառվում, վորովհետև ցանկանալով տալ գործող որենքի ընհանուր բնույթագրերը, մենք այդ որենքի հիմնական դրություններով միայն սահմանափակվեցինք:

Դեկրետի առանձին մասերին մենք հետագա գլուխներում ելի յենք դառնալու՝ սպառողական ընկերությունների շինարարության ու գործունեյության առանձին կողմերը վերլուծելիս:

ԳԼՈՒԽ II.

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԿՈՈՊԵՐԱՏԻՎԸ ՎՈՐՊԵՍ ԿԱՆՈՆԱԴՐԱԿԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆ

1. Կանոնադրություն յեվ պայմանագիր

Տնտեսական միությունները, վորոնց թվին կոոպերատիվներից բացի, պատկանում են խորհրդային որենքներով թույլատրվող զանազան անուններ ունեցող այլ ընկերություններ (բաժնետիրական ընկերություններ, սինդիկատներ և այլն),— կարող են, նայած որենքի պահանջին, իրենց հիմքում ունենալ կամ մասնակիցների մեջ կնքված պայմանագիր, կամ կանոնադրություն: Բոլոր կոոպերատիվ կազմակերպությունները գործում են կանոնադրության հիման վրա:

2. Նորմալ կանոնադրություն

Սակայն յեթե ամեն մի սպառողական ընկերություն ունենար յուր կանոնադրությունը, վոր նման այլ կազմակերպությունների կանոնադրությանը բոլորովին նման չե, կոոպերատիվ ցանցի մեջ առաջ կգային այդ կոոպերատիվների գործունեյությանը խանգարող խիստ տարբերություններ: Բացի այդ, խորհրդային սպառողական կոոպերացիայի մասնակիցները կարիք ունեն՝ կանոնադրություններ կազմելիս՝ ձեռքի տակ ունենալ մի որինակելի կանոնադրություն, վորն ստուգված է համապատասխան որենքներով: Այդ նպատակով, այլև կանոնադրություններին հնարավոր միօրինակություն տալու համար՝ 1924 թվի մայիս 20-ի դեկրետը (հոդված 13-րդ) նախատեսում է Միութենական Հանրապետությունների Ժողկոմխորհների կողմից հաստատված որինակելի կանոնադրությունների հրատարակում: Այդ կանոնադրությունները մշակվում և համապատասխան Ժողկոմխորհների հաստատությանն են ներկայացվում սպառողական ընկերությունների միությունների կողմից:

3. Նորմալ կանոնադրության պարտադիր լինելու աստիճանը

Սակայն պարտավո՞ր են արդյոք կոոպերատիվ կազմակերպություններն իրենց կանոնադրությունների մշակման ժամանակ խիստ կերպով հետևել նորմալ կանոնադրությանը՝ թույլ չտալով վոչ մի փոփոխություն:

Այդ հարցը, մեր կարծիքով, պետք է վճռել բացասական մտքով: Այլապես՝ կանոնադրություն կազմելն ու ընդունելը կը

դառնար նորմալ կանոնադրությունը արտագրելու մի պարզ գործողություն։ Իսկ այս դեպքում կանոնադրությունն ինքը՝ կանոնադրության օրինակը՝ յուր մեջ չէր անդրադարձնի վոչ տեղական առանձնահատուկ պայմանները, վոչ էլ տեղի ազգաբնակության հատուկ ձգտումները։

Հենց դրա համար մենք կարծում ենք, վոր ղեկավարվելով նորմալ կանոնադրությամբ, կոնկրետ կանոնադրություններ կազմելիս՝ կարելի յե, համաձայն ընկերության անդամների ցանկության և տեղական առանձնահատուկ պայմանների, մտցնել այս կամ այն փոփոխությունները ու լրացումները, միայն թե վերջինները չհակասեն օրենքին։

4. Կանոնադրության կառուցվածքը

Ինչ վերաբերում է կանոնադրության կառուցվածքին ամբողջությամբ, ապա այն բաժանվում է առանձին գլուխների ու հոդվածների։ Գլուխների թիվը սովորաբար 9-10 է, վորոնք դասավորվում են հետևյալ կարգով։

Գլուխ I «Ընդհանուր կանոններ» բովանդակում է այն հոդվածները, վորոնցում վորոշված է կոոպերատիվի անունը, վարչության բնակատեղին, կոոպերատիվի նպատակներն ու խնդիրները, այլև նրա, վորպես իրավական անձի, իրավունքները։

Գլուխ II «Գործունեյության շրջանը, կոոպերատիվի անդամների կազմը, նրանց իրավունքներն ու պարտականությունները». մի շարք հոդվածներում հետևողաբար վորոշվում է, թե կոոպերատիվը ինչ շրջան է ընդգրկում, անդամների կազմը, այսինքն թե ում է կոոպերատիվը անդամագրելու իրեն, ընդունելության պայմաններն ու կարգը, վճարումների չափը, անդամների պատասխանատվությունը կոոպերատիվի գործերի համար, անդամների հեռանալու և հեռացնելու կարգը, հեռացող կամ հեռացվող անդամների դրամական մուծումները վերադարձնելու կարգը և այլն։

Գլուխ III «Ընկերության միջոցները» ցույց է տալիս կոոպերատիվի դրամագլուխների կազմակերպման ու ծախսելու կարգը։

Գլուխ IV «Ընկերության գործերի վարումը»—վորոշում է, թե յերբ պիտի հրավիրվեն (ինչ ժամկետների) ընկերության անդամների ընդհանուր ժողովները կամ լիազորական ժողովները, մասնակցողների օրինական թիվը, ժողովներին քննվելիք հարցերի ցուցակը, հարցերը վորոշելու կարգը, այլև խորհրդի ընտրության կարգը (յեթե վերջինս գոյություն ունի), վերջինիս լիազորու-

թյան ծավալն ու ժամկետները և, վերջապես, վարչության ընտրության կարգը, նրա իրավունքներն ու պարտականությունները և լիազորության ժամկետը։

Գլուխ V «Ընկերության գործերի ստուգումը»—նախատեսում է Վերստուգիչ Հանձնաժողովի ընտրության կարգը, նրա լիազորությունների ժամկետն ու ծավալը։

Գլուխ VI «Հաշվապահություն և հաշվետվություն»—բովանդակում է այն հիմնական կանոնները, վորոնց հիման վրա տարվում է ընկերության հաշվապահությունը և կազմվում են նրա գործունեյության մասին հաշվետվություններ։

Գլուխ VII «Մաքուր օգուտն ու վնասը»—վորոշում է օգուտների բաշխման կարգը, այլև կոոպերատիվի վնասները ծածկելու կարգը։

Գլուխ VIII «Ընկերության գործերի դադարումը»—հաստատում է, թե ինչ պատճառներով կարող է լուծարքի յենթարկվել ընկերությունը և ինչպես պիտի իրականացնել այդ լուծարքը։

Գլուխ IX «Ընկերության միացումը այլ ընկերությունների հետ»—վորոշում է, թե ինչ կարգով ընկերությունը կարող է միանալ կամ ձուլվել այլ ընկերությունների հետ։

Այս ինը գլուխներից բացի, այն սպառողական ընկերությունները, վորոնք ղեկավարվում են լիազորների ժողովի կողմից, իրենց կանոնադրության մեջ ավելացնում են ևս մի գլուխ, վորի մեջ ցույց է տրվում շրջանային ժողովներ հրավիրելու կարգը, այդ ժողովների ժամկետները և իրավասության սահմանները։

5. Կոոպերատիվի իրավաբանական ձևակերպումը

Կոոպերատիվ կազմակերպությունը, նախ քան աշխատանքներին անցնելը, պիտի յուր գոյությունը օրինական կարգով ձևակերպի։ Դրա հետ է կապված կազմակերպության իրավաբանական անձի իրավունքներ ձեռք բերելու խնդիրը։

Յերբ կազմակերպությունը կամ հիմնարկը դառնում է իրավաբանական անձ,—այդ նշանակում է, վոր նա ընդունակ է տիրանալ ունեցվածքային իրավունքների, այլև լինել ունեցվածքային պարտավորությունների մեջ. բացի այդ, ընդունակ է յուր սեփական գործողություններով ձեռք բերել կամ վաճառել ունեցվածքներ, ընդունել ուրիշներից պարտավորություններ և յուր վրա պարտավորություններ հանձն առնել ուրիշ անձանց ու հիմնարկությունների վերաբերմամբ։

Սակայն յեթե ամեն մի կազմակերպություն յուր կազմակերպվելուց անմիջապես դառնար իրավաբանական անձ, ապա

պետությունը և ազգաբնակության լայն մասսաները չեյին կարող իմանալ, թե ինչպես ե տվյալ կազմակերպությունը կառավարվում. արդյոք նա կատարում ե գոյություն ունեցող օրենքները, ինչ միջոցներով ե նա յուր նպատակներին ձգտում։ Հենց այդ պատճառով ե, վոր կազմակերպությունը օրենքով իրավաբանական անձ ե համարվում, յերբ նա կատարում ե վորոշ պայմաններ։

Այս տեսակետից օրենքը յերկու տեսակի կարգ ե հաստատել. վորոշ կազմակերպությունների համար հայտարարական-գրանցման կարգ, մի շարք այլ կազմակերպությունների համար՝ թույլտվական-գրանցման կարգ (կոնցեսսիոն)։ Հայտարարական-գրանցման կարգի եյությունն այն ե, վոր կազմակերպությունը յուր կանոնադրությունը պետք ե միայն գրանցման յենթարկի համապատասխան մարմնում (կամ օրգանում), իսկ թույլտվական-գրանցման կարգը, բացի այդ, պարտավորություն ե դնում, վոր գրանցվող կազմակերպությունը յուր կանոնադրությունը նախորոք հաստատման ներկայացնի, ըստ վորում կանոնադրություն հաստատող մարմինը (օրգանը) հետազոտում ու պարզում ե տվյալ կազմակերպության ստեղծվելու նպատակահարմարությունը։

6. Սպառողական կոոպերատիվ կազմակերպությունների գրանցման կարգը

Կոոպերատիվ կազմակերպությունների՝ սպառողական ընկերությունների և նրանց միությունների համար օրենքով հաստատված ե հայտարարական-գրանցման կարգը (1924 թվի մայիսի 20-ի դեկրետի 14-րդ հոդվածը)։ Բացառություն են կազմում միայն հանրապետական միությունները և համամիութենական միությունը (Ցենտրոսոյուզը), վորոնց կանոնադրությունները հաստատում են համապատասխան հանրապետությունների Ժողկոմխորհները և ՍԽՀՄ Ժողկոմխորհը։ (Դեկրետի 22 և 23 հոդվածները)։

Սպառողական կոոպերատիվ կազմակերպությունների գրանցման կարգը վորոշվում ե Միութենական հանրապետությունների օրենսդրությամբ (13-րդ հոդված)։ Տարբեր հանրապետություններում ներկայումս գոյություն ունեցող կարգերը տարբեր են։ Ամենից առաջ պետք ե նկատել, վոր գրանցող օրգանները միևնույնը չեն։ ՌԽՖՍՀ-յան, այլ և Ուզբեկիստանում և Թուրքմենիստանում, գրանցման պարտականությունը դրված ե Ներքին Առևտրի Ժողովրդական Կոմիսարիատին կից հատուկ հանձնաժողովների վրա։ Ուկրայինայում գրանցումը կատարում են նահանգական գործկոմներին կից կոոպերատիվ հանձնաժողովները և Ուկրայինայի Կենտգործկոմին կից գլխավոր կոոպերատիվ կոմիտեն։ Բելոռուսիայում գրանցումը բացառապես կատարում են ԲԽՍՀ-յան Ներքառժողկոմի կենտրոնական մարմինները։ Անդրկովկասում — Հայաստանում և Ադրբեջանում — գրանցումը կատարվում ե սպառողական կոոպերացիայի հանրապետական միությունների կողմից, իսկ Վրաստանում — Տնտեսական Խորհրդին կից կոոպերատիվ գործերի վարչության կողմից։

Առանձին հանրապետություններ բոլորը միատեսակ հետևողականորեն չեն կիրառում հայտարարական-գրանցման սկզբունքը։ Տեղ-տեղ դեռ ևս պահպանվել են թույլտվական կարգի տարրերը։ Իրերի այս դրությունն ե Ուկրայինայում, Բելոռուսիայում և Անդրկովկասում։ Այդ բանն արտահայտվում ե նրանով, վոր գրանցման համար տրված կանոնադրության քննության ժամանակ հաշվի յե առնվում, թե տվյալ կազմակերպության գոյությունը վորքան նպատակահարմար ե։

Ամենակատարելագործված ու սպառկոոպերացիայի Համամիութենական դեկրետին համապատասխանողը պետք համարել այն կարգը, վորը հաստատված ե ՌԽՖՍՀ-յան մեջ՝ վերջինիս Ժողկոմխորհի 1924 թվի նոյեմբեր 21-ի վորոշմամբ։

Սպառողական ընկերությունների ու նրանց միությունների գրանցման համար գոյություն ունեն հանձնաժողովներ — տեղական հանձնաժողովներ՝ ներքին առևտրի նահանգական ու շրջանային օրգաններին կից, այլև ինքնավար Հանրապետությունների ներքին առևտրի Ժողովրդական Կոմիսարիատներին կից և Կենտրոնական Հանձնաժողով՝ ՌՍՖԽՀ-յան Ներքառժողկոմատին կից։

Տեղական հանձնաժողովների կազմի մեջ մտնում են նախագահը, վորը նշանակվում ե ներքին առևտրի տեղական օրգանի կողմից և յերկու անդամներ — մեկը՝ սպառողական ընկերությունների միության և մյուսը՝ Արհմիությունների Խորհրդի կամ Բյուրոյի ընտրությամբ։ Կենտրոնական Հանձնաժողովի կազմի մեջ մտնում են՝ նախագահը ՌՍՖԽՀ-յան Ներքառժողկոմատի կողմից (նշանակվում ե) և յերկու անդամներ — մեկը՝ Ցենտրոսոյուզից, մյուսը՝ Համարհմիխորհից։

1924 թվի նոյեմբերի 21-ի վորոշման 6-րդ հոդվածի համաձայն գրանցման մերժում կարող է տեղի ունենալ միայն այն դեպքում, յերբ կազմակերպութեան կանոնադրությունը կամ սպառողական ընկերության հիմնադիրների սոցիալական կազմը գոյություն ունեցող օրենքներին չեն համապատասխանում կամ յեթե սպառողական ընկերության անդամների քանակը չի համապատասխանում այն նորմաներին, վորոնք հաստատված են սպառողական ընկերությունների տեղական միության կողմից։

Նոր կազմակերպվող սպառողական ընկերությունը, վորպեսզի հեշտացնի յուր օրինական լինելու ստուգման գործը, գրանցող հանձնաժողովին պարտավոր է ներկայացնել, բացի յուր կանոնադրությունից (3 օրինակ), նաև տեղեկանք վերադաս միութենական կազմակերպությունից այն մասին, վոր նրա անդամների թիվը համապատասխանում է 1924 թվի մայիս 20-ի դեկրետի 5-րդ հոդվածի պահանջին։ Նման տեղեկանք պահանջելը միությունից անկենսունակ ու աննպատակահարմար կազմակերպությունների ծագելու հնարավորության մասին բոլոր տեսակի կասկածները վերջնականապես վերացնում է։ Առանձին շրջանների ու բնակիչների համար անդամների քանակական նորմաներ հաստատելով՝ միությունները հենց դրանով հաշվի յեն առնում սպառողական ընկերությունների ցանցի նորմալ զարգացման բոլոր անհրաժեշտ պայմանները։

Ճիշտ այն կարգով, ինչ կարգով գրանցվում են կանոնադրությունները, գործող կազմակերպությունները գրանցման են յենթարկում նաև այդ կանոնադրություններին վերաբերող ամեն մի լրացում և փոփոխություն։

Սույն տարվա հունիսին Զակսոյուզին կից կայացած Անդրկովկասյան Կազմակերպչական Խորհրդակցությունը արտահայտվել է այն մտքով, վոր մեզ մոտ Անդրկովկասում սպառողական ընկերությունների կանոնադրությունների գրանցված նույնպիսի կարգ հաստատվի։

ՅԵՐԿՐՈՐԴ ՄԱՍ

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՆՈՐՄԱԼ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՊԱՅՄԱՆՆԵՐՆ ՈՒ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՉԱԿԱՆ ՏԻՊԵՐԸ. ՆՈՐ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ԿԱՐԳԸ

ԳԼՈՒԽ III.

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՄԱՆ ՆԱԽԱՊԱՅՄԱՆՆԵՐԸ

1. Սպառողական ընկերության գործունեության նորմալ պայմանները

Սպառողական ընկերության կազմակերպման ու զարգացման համար անհրաժեշտ են վորոշ պայմաններ։ Սպառողական ընկերությունը հասարակական և միաժամանակ տնտեսական (մեծ մասամբ առևտրական) կազմակերպություն է։ Հենց դրա համար էլ սպառողական ընկերութան կազմակերպման անհրաժեշտ պայմաններն են՝ մի կողմից այն, վոր ապահովված լինի նրա առևտրական գործունեությունը և մյուս կողմից, վոր հնարավորություն լինի տվյալ շրջանի ազգաբնակությանը յուր աշխատանքին ու գործունեությանը մասնակից անել։

Կոոպերատիվը, վորպես առևտրական կազմակերպություն, պիտի ունենա յուր առևտրական շրջանառությունն ապահովող բավարար պայմաններ։ Այս հիմնական պայմանի բացակայության դեպքում վոչ մի փորձ չպիտի անել կոոպերատիվ ստեղծելու, վորովհետև այդպիսի փորձից վոչինչ կենսունակ բան չի դուրս գա։

Ի՞նչ պայմաններում է կարող կոոպերատիվն ստանալ բավականին շրջանառություն։

Միանգամայն ակնհայտնի յե, վոր կոոպերատիվը պիտի բանալ այնպիսի շրջանում, վորն ունի մեծաքանակ ազգաբնակություն՝ վորոշ գնողական ունակությամբ, ազգաբնակություն, վորն

առաջադրում է շուկային ապրանքներին յուր վճարունակ պահանջը։ Քաղաքն այդ պահանջին միշտ բավարարում է, գյուղը՝ վոչ միշտ։

2. Սպառողական ընկերությունը քաղաքում

Ինչպես քաղաքներում մեծաքանակ ազգաբնակություն է լինում, վորը յուր բոլոր պահանջները բավարարում է համարյա թե բացառապես շուկային ապրանքներով։ Քաղաքի ազգաբնակության յեկամուտները դրամական յեկամուտներ են։ Հենց այդ հանգամանքը քաղաքներում հիմք է ստեղծում շուկային ապրանքներին միշտ վճարունակ պահանջ առաջադրել։ Բայց այստեղ էլ նոր կազմակերպվող ընկերությունը պիտի հաշվի, թե վորպիսի սպառողական-գնողական ունակություն ունի ազգաբնակության այն շերտը, վորին նա հաշվի յէ առնում և վորին նա սպասարկելու յէ։ Ծառայողների ու բանվորների սպառողական գնորդական ունակության ընդհանուր չափը կազմում է նրանց ստացած աշխատավարձի 80%-ից վոչ պակաս գումարը՝ ի նկատի առնելով, վոր նախ նրանց ամբողջ աշխատանքային յեկամուտը համարյա լրիվ կերպով ծախսվում է կենսամթերքների ու ապրուստի համար և յերկրորդ, վոր նրանց վոչ սպառողական կարիքների համար կատարելիք ծախսերը աշխատավարձի 20%-ից չեն անցնում։

3. Սպառողական ընկերությունները գյուղում

Խնդիրն ավելի բարդ է գյուղում։ Ազգաբնակության չնչին խտությունը, բնական յեկամուտների զգալի չափով գերազանցումը դրամական յեկամուտներից և, վոր ամենագլխավորն է, բնական յեկամուտի մեծագույն մասի (բերք և այլն) մսխումը գյուղացիների անձնական ու տնտեսական սպառողական կարիքների վրա, — այդ բոլորն ստիպում են առանձին ուշադրությամբ կըշռադատել գյուղական կոոպերացիայի հնարավորությունները։

Դրա համար յուրաքանչյուր առանձին դեպքում պիտի վորոշել, թե տվյալ գյուղի կամ շրջանի գյուղական տնտեսությունների ամբողջ արտադրանքի գումարն ինչքան է, այդ արտադրանքի վո՞ր մասը գյուղացիք վաճառում են, բացի այդ, ունե՞ն նրանք վորևե արհեստ կամ մշտական յեկամուտի այլ աղբյուր և ինչպիսի մոտավոր յեկամուտներ են ստանում դրանցից։ Այս ձևով ստացած ազգաբնակության յեկամուտների ընդհանուր գումարը ցույց կտա, թե նա (ազգաբնակությունը) շուկային ապրանքներին ինչպիսի վճարունակ պահանջ կարող է առաջադրել։ Սակայն այդ

գումարը միայն մոտավոր կերպով ցույց կտա ազգաբնակության գնորդական ունակությունը և վոչ թե նրա գնումների իրական չափը։ Այս վերջինը մենք կարող կլինենք վորոշել, յեթե յեկամուտների ընդհանուր գումարից հանենք այդ յեկամուտների այն մասը, վորը գյուղացիությունը յուր մոտ է թողնում կուտակման նպատակների համար և այն մասը, վոր նա վճարում է պետությանը վորպես հարկեր։

Սակայն այս էլ մեզ համար կարող է վերջնական չլինել։ Վորպես ընդհանուր կանոն՝ սպառողական ընկերությունների նպատակն է՝ գյուղացիությանը մատակարարել անձնական գործածության ապրանքներ, թողնելով գյուղատնտեսական ընկերություններին գյուղացիության արտադրական-տնտեսական պահանջների բավարարումը։ Դրա համար վերջնական յեզրակացությունների հանգելու նպատակով մենք պետք է ապրանքների գնման համար ծավելիք գումարից հանենք այդ գումարի այն մասը, վոր գյուղացին մսխում է գյուղատնտեսական գործիքների ու այլ արտադրական նշանակություն ունեցող առարկաներ գնելու համար.— այս կերպ ստացված գումարն է միայն շրջանի գյուղացիության սպառողական-գնորդական ունակությունը ցույց տվող գումարը։

Բացատրենք այդ հետևյալ որինակով։ Յենթադրենք, թե գյուղի տարեկան ամբողջ արտադրանքը արժե 15.000 ռուբլի. արտադրանքի վաճառելիք մասը—3000 ռուբլի յէ, վորի չմսխվելիք մասը (կուտակումը) 300 ռ. յէ. կողմնակի վոչ մի յեկամուտ գյուղը չունի։ Այսպիսով ընդհանրապես բոլոր տեսակի ապրանքների գնման համար մնում է 2700 ռուբլի։ Ապա յենթադրենք, թե գյուղացիությունը յուր արտադրության համար գնում է զանազան գործիքներ ու նյութեր 600 ռուբլու։ Հետևապես գյուղի սպառողական-գնորդական տարողությունը կարտահայտվի 2100 ռ. գումարով։ Դա այն ամենամեծ շրջանառությունն է, վորպիսին կարող է տվյալ պայմաններում ունենալ սպառողական ընկերությունը։ Պետք է հաշվի առնել նաև այն, վոր գյուղացիությունը յուր գնումների մի վորոշ մասը կատարում է քաղաքներում, մոտակա շուկաներում և տոնավաճառներում։

4. Ֆունկցիաների միացումը

Այն դեպքերում, յերբ գյուղում՝ շնորհիվ ազգաբնակության ցածր գնորդական ունակության՝ սպառողական ընկերությունների հնարավոր առևտրական շրջանառությունը շատ չնչին է, պետք է յելք փնտրել մեծացնելու ընկերության շրջանառությունը ի հաշիվ այնպիսի գործարքների, վորոնք նորմալ պայմաններում վորպես

14748-57

որենք կատարվում են կոոպերացիայի այլ տեսակների (որին. գյուղատնտեսական) կողմից:

Այն որինակից, վոր մենք վերը բերեցինք, յերևում է, վոր վոչ մի կազմակերպություն՝ վոչ սպառողական ընկերությունը, վոչ գյուղատնտեսականը, սահմանափակվելով այն ֆունկցիաներով, վորոնք նրան են պատկանում ըստ որենքի,—չեն կարող ունենալ իրենց գոյությունն ապահովող կարողության (նագրուզկայի) անհրաժեշտ մինիմումը, (ամենափոքր չափը): Իսկ յեթե սպառողական ընկերության աշխատանքի մեջ մտցնելու լինենք սպառողական ապրանքների վաճառքի հետ միասին նաև ազգաբնակությանը արտադրական-տնտեսական գործիքների ու նյութերի մատակարարումը, այլև գյուղատնտեսական մթերքների վաճառահանումը, ապա սպառողական ընկերության շրջանառությունն զգալի մեծ գումարներով կարտահայտվեր: 2100 ր. սպառողական ապրանքների վաճառքը, 600 ր. արտադրական նշանակություն ունեցող առարկաների վաճառքը և 3000 ռուբլի յել գյուղատնտեսական մթերքների վաճառահանումի շրջանառությունը սպառողական ընկերությանը հնարավորություն կտան՝ յուր շրջանառությունը հասցնել 5700 ռուբլու:

Ինչարկե դա շրջանառության այն ամենամեծ գումարն է, վոր կարող է ունենալ սպառողական ընկերությունն, ընդգրկելով գյուղի ապրանքաշրջանառությունն ամբողջությամբ:

5. Մի քանի գյուղերի միացումը

Սպառողական ընկերության աշխատանքի համար բարենպաստ պայմաններ ստեղծելու խնդիրը կարող է լուծվել նաև մի քանի հարևան գյուղերի միացման ճանապարհով: Այս դեպքում ընկերության գործունեության համար բացվում է ավելի լայն ասպարեզ, ստեղծվում են առևտրական մեծ հնարավորություններ: Սակայն բոլորովին ակնհայտ է, վոր մի քանի գյուղեր միացնելը բոլոր դեպքերում հնարավոր չէ. դրա համար անհրաժեշտ են մի շարք պայմաններ: Մենք այստեղ չենք պարզի այդ անհրաժեշտ պայմանների էությունը, վորովհետև այդ անելու յենք հետևյալ գլխում:

6. Անդամների կորիզը (ядро), փայադրամագլուխը յեվ ընկերության ղեկավարները

Կոոպերատիվի գոյության անհրաժեշտ յերկրորդ հիմնական նախապայմանը—դա անդամների կորիզի գոյությունն է: Կոոպերատիվը մարդկանց միություն է և, առանց բավականաչափ

անդամներ ունենալու, կոոպերատիվը մի քայլ անգամ չի կարող անել: Յեվ այս հարցն այնքան էական է, վոր որենքն էլ է նրան հատուկ ուշադրություն դարձրել: Համաձայն որենքի՝ սպառողական ընկերությունների համար անհրաժեշտ անդամների ամենափոքր քանակը (մինիմում նորման) վորոշում են սպառողական ընկերությունների միությունները: Նորմաները կարող են հաստատվել կամ մի շրջանի համար (ընդհանուր նորմա), կամ տարբեր (կոնկրետ նորմա) առանձին ընկերությունների համար: Այդ նորմաների չափն ամբողջովին կախված է տեղական պայմաններից: Որենքը միայն վորոշում է անդամների այն ամենափոքր թիվը, վորից քիչ թիվ անդամներ չեն կարող սպառողական ընկերություններ կազմակերպել. այդ ամենափոքր թիվը 30-ն է: Այդ թվից պակաս անդամներ ունեցող ընկերությունները չեն կարող գրանցման յենթարկվել:

Պարզ է, վոր քաղաքի ու գյուղի նորմաները միատեսակ լինել չեն կարող: Այդ նորմաները վորոշելիս՝ պիտի յելնել շրջանի ընդհանուր տնտեսա-կենցաղային պայմանների հաշվառումից, կոոպերացման յենթակա ազգաբնակության թվից, կոոպերացման յենթարկվածների փաստական տոկոսից, շրջանի կոոպերատիվ ընկերությունների ու նրանց խանութային ցանցի խտությունից: Հասկանալի յե, վոր վերոհիշյալ բոլոր պայմանների տեսակետից քաղաքի համար նորմաներն զգալի չափով բարձր պիտի լինեն, քան գյուղի համար:

Շրջանի ազգաբնակությունը յուր շահագրգռված լինելը սպառողական ընկերություն ունենալու գործում պիտի հաստատի վոչ միայն ձևական անդամագրությամբ, այլև փայավճարի մուծումներ կատարելով՝ հենց դրանով հիմք դնելով կոոպերատիվի տնտեսության ֆինանսներին: Ընկերությունը հիմնելիս՝ պիտի անդամներից կեսի լրիվ փայավճարները հավաքված լինեն:

Ընկերության արդյունավետ գործունեության անհրաժեշտ պայմաններից մեկն էլ ազգաբնակության կազմի մեջ ընդունակ ու պատրաստված մարդկանց ներկայությունն է, վորոնք կարող կը լինեն գործի ղեկավարությունը հանձն առնել: Յեթե այդպիսի մարդիկ բացակայում են, տվյալ շրջանում սպառողական ընկերություն կազմակերպելուց պիտի ձեռնպահ մնալ:

7. Տվյալներ կոոպերատիվ շինարարության մասին

Նոր ընկերությունների կազմակերպության խնդիրները շատ էական խնդիրներ են: Չնայած կոոպերատիվ ցանցի հսկայական

աճմանը ՍՍՀՄ-ում՝ դեռ ևս կան շատ մեծ տարածություններ առանց կոոպերատիվների, այսպես կոչված «կոոպերատիվ անապատներ»:

Այդ բանում մենք համոզվում ենք, յերբ համեմատության ենք դնում առանձին հանրապետությունների սպառողական ընկերությունների ցանցի ճյուղավորության մասին յեղած տվյալները, այլև այն, թե վորքան են կոոպերացման յենթարկված այդ հանրապետությունների մեջ բանվորա-գյուղացիական մասսաները:

1925 թվի հոկտեմբերի 1-ին մի ընկերությանն ընկնում եր ՌՍՖՍՀ-յան մեջ 17,9 գյուղական վայր և 1,138 քառ. կիլոմետր տարածություն: Ուկրայինայում համապատասխան թվերը 5,0 և 65 կիլոմետրի, Անդրկովկասում — 22 և 430, Բելոռուսիայում — 46,7 և 211:

Ավելի զարմանալի յեն այն տվյալները, վոր մենք ունենք մի խանութի վերաբերմամբ. ՌՍՖՍՀ-յան մեջ մի խանութին ընկնում է 11,2 գյուղական վայր և 712 քառակուսի կիլոմետր, Ուկրայինայում — 4,1 գյուղական վայր ու 54 քառ. կիլոմետր, Անդրկովկասում համապատասխան 10,2 և 199, Բելոռուսիայում — 19,8 և 90, Ուզբեկիստանում և Թուրքմենստանում — մի ընկերությունը ընկնում է 7,244 ք. կիլոմետրին:

Առանձին հանրապետությունների ներսում ևս տատանումների սահմանները շատ մեծ են: ՌՍՖՍՀ Հանրապետության մեջ մի խանութին ընկնող բնակության տեղերի թիվը տատանվում է 4,3 — ից մինչև 27,5-ը, և մի խանութի ազդեցության յենթարկվող տարածությունը տատանվում է 67-ից մինչև 4000 քառակ. կիլոմետր:

ԳԼՈՒԽ IV.

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԳՈՐԾՈՒՆԵՅՈՒԹՅԱՆ ՇՐՋԱՆՆ ՈՒ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՉԱԿԱՆ ՁԵՎԵՐԸ

1. Գործունեյության շրջանը վորոշելու անհրաժեշտությունը

Յուրաքանչյուր սպառողական ընկերություն պիտի ունենա վորոշ, յուր կանոնադրության մեջ նշանակված, գործունեյության շրջան: Ուրիշ խոսքով՝ յուրաքանչյուր ընկերություն պիտի ճշգրիտ վորոշի, թե ինչ աշխարհագրական սահմաններում է նա տանելու յուր հիմնական աշխատանքը՝ ազգաբնակության կոոպերացման ու ապրանքամատակարարման ասպարեզներում: Ուղիղ

կերպով վորոշել այդ սահմանները — դա այն կարևոր խնդիրներից մեկն է, վորը պիտի լուծվի հենց նոր ընկերության հիմնադրման օրից:

2. Գործունեյության շրջանը տարբեր տիպի սպառողական ընկերություններում

Քաղաքային բանվորական տիպի ընկերությունների գործունեյության շրջանը սովորաբար բաղկացած է լինում մի խոշոր, խիտ բնակեցված կետից՝ քաղաքից ու նրա արվարձաններից: Յուրահատուկ կազմակերպչական բնույթ ունեն յերկաթուղային ու ջրային տրանսպորտի բանվորական կոոպերատիվների գործունեյության շրջանները. վերջիններս վորոշվում են վոչ թե առանձին բնակատեղիներով, այլ յերկաթուղային ու ջրային հաղորդակցության ճանապարհների ուղղությամբ:

Գյուղական սպառողական ընկերությունները կամ իրենց գործունեյության շրջան են ընտրում մի մեծ գյուղ յուր շրջապատի փոքր գյուղերովը (այս տիպի ընկերությունները մեծ թիվ են կազմում մեր գյուղական սպառողական ընկերությունների ցանցում), կամ թե իրենց շրջանի մեջ են առնում մի շարք գյուղեր, վորոնք շատ հաճախ ցրված են և իրարից հեռու՝ մեծ տարածության վրա:

3. Սպառողական ընկերությունների կազմակերպչական շինարարության ձևերը

Գործունեյության շրջանի, նրա տիպի ու տարածության հետ անմիջական կապ ունեն սպառողական ընկերությունների կազմակերպչական շինարարության ձևերը:

Հիմնական ձևերն են՝ միախանութային և բազմախանութային ընկերություններն, ըստ վորում վերջիններս իրենց հերթին լինում են՝ ներքին-բազմախանութային և շրջանային-բազմախանութային ընկերություններ:

Միախանութային սպառողական ընկերություն կամ միախանութ է կոչվում այն ընկերությունը, վոր սպասարկում է յուր շրջանի ազգաբնակությանը մի խանութի միջոցով: Պարզ է, վոր այս կարգի ընկերությունը պիտի ունենա գործունեյության վոչ մեծ շրջան՝ ազգաբնակության համեմատաբար վոչ մեծ քանակով:

Ընդհակառակը, բազմախանութային ընկերությունները կամ բազմախանութներն առևտուր են անում մի քանի առևտրական կետերից (խանութ, բաժանմունք) և բնական է, վոր ընդգրկում են ավելի խոշոր շրջան՝ ավելի մեծ ազգաբնակությամբ:

Այն դեպքում, երբ բազմախանութն աշխատում է մի խոշոր, խիտ բնակեցրած վայրում և վերջինիս ներսում է տարածում յուր բաժանմունքները, մենք խոսում ենք ներքին տիպի բազմախանութի մասին: Բանվորական - քաղաքային սպառողական ընկերությունների սովորական տիպն է այս: Իսկ այն դեպքերում, երբ բազմախանութն աշխատում է մի շարք բնակավայրերում (գյուղեր, ավաններ և այլն), վերջիններում բաց անելով յուր բաժանմունքներն ու ձեռնարկները, ապա մեր առաջ բազմախանութի շրջանային տիպն է:

Տնտեսական-ֆինանսական տեսակետից բազմախանութ ընկերությունը միախանութի համեմատությամբ ունի մի շարք առավելություններ: Այդ առավելություններն այն են, որ բազմախանութը յուր ձեռքում կենտրոնացնում է շրջանառու ավելի մեծ միջոցներ, անում է ավելի մեծ շրջանառություն, ապրանքները գնում է ավելի խոշոր քանակություններով, հետեւաբար և ավելի եժան, աշխատում է ավելի քիչ վերադիր ու կազմակերպչական ծախսերով, որի հետեւանքով և միախանութից ավելի եժան է առևտուր անում:

Խոշորանալու ձգտումը, ձգտումն կազմակերպել ավելի ու ավելի բազմախանութներ, կոոպերացիայի զարգացման ընթացքում բնական երևույթ է, որը քանի գնա՝ ավելի մեծ ուժով է դրսևորվելու: Խոշորանալու ձգտումը կոոպերացիայում ծագում է տնտեսական շինարարության բոլոր ձևերին ու ճյուղերին հատուկ ընդհանուր օրենքից: Բազմախանութները քաղաքներում արդեն այժմ ստացել են ամենալայն տարածում, սակայն գյուղերում ել վերջերս բացորոշ կերպով նկատելի յե բազմախանութային ընկերությունների զարգացում:

Այսպես օրինակ ՌԽՖՍՀ-յան քսան շրջանային միությունների (որոնք չեն մտնում խոշոր շրջանային կազմակերպությունների մեջ) տվյալները ցույց են տալիս, որ միախանութները, որոնք առաջներում գյուղական ցանցի $63^{0}/_{0}$-ն եյին կազմում, 1926 թվի հոկտեմբերի 1-ին իջել են $57^{0}/_{0}$-ի, իսկ բազմախանութները շատացել են և տոկոսային հարաբերությամբ բարձրացել 34-ից $43^{0}/_{0}$-ի: Ուրալում բազմախանութների թիվը սպառողական ցանցում կազմում է $54^{0}/_{0}$, Հյուս. Կովկասում—$50^{0}/_{0}$:

Սակայն չպիտի մոռանալ բազմախանութի նաև ստվերային (բացասական) կողմերը:

Որպես խոշոր ու բարդ ձեռնարկ՝ բազմախանութը պահանջում է ավելի փորձված ղեկավարներ: Բազմախանութի գործերը տանելու համար անհրաժեշտ է որակյալ աշխատողների

ժամանդակ անձնական կազմ: Իսկ ծվ չգիտե, որ մեր գյուղն աղքատ է այդպիսի աշխատողներով: Հենց դրանով է բացատրվում այն, որ գյուղում գործող լավ և իրենց արդարացնող շատ բազմախանութ ընկերությունների կողքին կան և այնպիսիները, որոնց աշխատանքի արդյունքը հաճախ միախանութից ել վատ է: Միախանութների գործը բոլորովին պարզ է, մինչդեռ բազմախանութներում, մանավանդ երբ նրանց բաժանմունքները ցրված են մեծ տարածության վրա և շատ մանր խնդիրներ կան, որ անփորձ ղեկավարները ժամանակին չեն կարող նկատել, և համապատասխան միջոցների դիմել. գործի ղեկավարությունն ավելի դժվար է, քանի որ հենց այդ մանր խնդիրների ճիշտ լուծումից է կախված գործի հաջող կամ անհաջող ընթացքը:

Մյուս բացասական կողմը բազմախանութ ընկերության ավելի կարված լինելն է մասսայից, քան միախանութի մեջ: Գյուղում, որտեղ հասարակական ավելի պակաս զարգացած սովորույթներ կան, այս բանը իրեն շատ է զգալ տալիս:

4. Բազմախանութի գործունեության շրջանը

Վերին աստիճանի կարևոր խնդիր է գյուղական բազմախանութի գործունեության շրջանի ճիշտ կառուցվածքը որոշելու խնդիրը: Մենք չենք խոսում քաղաքային բազմախանութի մասին, որովհետև վերջինս, ինչպես մենք ասացինք, սովորաբար յուր գործունեությունը տարածում է մի խոշոր խիտ բնակեցված կետի վրա. մինչդեռ գյուղական բազմախանութի շրջանի մեջ մի շարք գյուղեր են մտնում:

Հիմնական այն պահանջը, որ պիտի այս դեպքերում առաջադրել որոշելիք գործունեության շրջանին, այն է, որ վերջինիս մեջ մտնեն այնպիսի գյուղեր, որոնց մեջ գոյություն ունի տնտեսական կապ, որ պահպանվում է քիչ թե շատ հարմար հաղորդակցության ճանապարհներով: Հակառակ դեպքում՝ գործունեության շրջանը ամբողջական չի լինի և նրա բաղկացուցիչ մասերի մեջ չի լինի այն միաձուլությունը, որն անհրաժեշտ է կոոպերատիվի նորմալ զարգացման համար:

Այդ կապը սովորաբար արտայտվում է նրանով, որ որոշ տարածության վրա գտնվող գյուղերը հակումն ունեն տնտեսապես կախումն ունենալու մի կենտրոնական գյուղից, որտեղ սովորաբար գյուղական շուկան է (базар). այդ գյուղը շրջանի առևտրի հանգույցն է: Հենց այսպիսի գյուղն ել պետք ընտրել բազմախանութ ընկերության կենտրոն:

Բազմախանութների գործունեության շրջանի կառուցման վերաբերմամբ Ցենտրոսոյուզի Խորհրդի XVIII-րդ նստաշրջանը հետևյալ ցուցումներն է տվել: Այն բազմախանութը, որ միացնում է մի քանի բնակատեղիներ, վորպես կանոն՝ պիտի ունենա վոչ խոշոր գավառակի (շրջանի—ВОЛОСТЬ — գյուղախումբ) շրջան, 10-15 վերստ շառավիղով, 5-6 բաժանմունքից վոչ ավելի՝ կենտրոնացնելով յուր վարչական ու տնտեսական ղեկավարությունը այնտեղ, վորտեղ գտնվում են տեղական տնտեսական-վարչական հիմնարկությունները: Կենտրոնական խանութի ապրանքային ասսորտիմենտը պիտի ավելի լրիվ լինի, իսկ բաժանմունքներում՝ ավելի պարզ ու կրճատված:

Բազմախանութի զարգացման նորմալ ճանապարհները հետևյալներն են. 1) շատ թե քիչ առողջ, ցրված միախանութների մի ձուլումը. 2) միախանութ ընկերության ստիճանական ծավալումը և բազմախանութի վերածվելը՝ այնպես, վոր նրա գործունեության շրջանն են մտնում վորոշ հետևողականությամբ նորանոր շրջաններ ու գյուղեր:

5. Սպառողական ընկերությունների նորմալ ցանցը

Պետք է նկատել, վոր ամեն տեղ վաղուց է առաջադրվել այն հարցը, վորպեսզի միությունները տեղական կոոպերատորների աջակցությամբ յուրաքանչյուր շրջանի, գավառի և այլն համար մշակեն սպառողական ընկերությունների յենթադրական նորմալ ցանց: Այնտեղ, վորտեղ այդ աշխատանքը կատարված է, նոր սպառողական ընկերությունների հիմնադիրները պիտի հաշվի առնեն այն՝ ընկերության թե՛ կառուցվածքի տիպը, թե՛ գործունեության շրջանը վորոշելիս:

Կոոպերատիվ շինարարության ընթացքի ու սպառողական կոոպերատիվների խոշորանալու ընդհանուր պրոցեսի մասին վկայում են Ցենտրոսոյուզի հետևյալ տվյալները:

	1924 հոկտ. 1.		1925 հոկտ. 1.		1926 հոկտ. 1.	
	Բացարձակ թիվը	%%-ով	Բացարձակ թիվը	%%-ով	Բացարձակ թիվը	%%-ով
Սպառող. ընկ. թիվը .	22.641	100	25.536	112,8	28.656	125,5
Անդամների թիվը .	7.104.831	100	9.347.908	131,6	12.456.985	175,3
Խանութների թիվը .	37.069	100	50.961	137,5	62.730	160,9

1924-25 տնտեսական տարում խանութների թիվն աճել է 3 անգամ, փայատերերի թիվն աճել է $2^1/_2$ անգամ ավելի արագ, քան նոր ընկերությունների թիվը: Նույն պատկերն ենք տեսնում նաև 1925-26 տնտ. տարում:

Վերը բերված սպառողական ընկերությունների ընդհանուր թվից քաղաքային-բանվորական տիպի կոոպերատիվների թիվը 1926 թվի հոկտեմբերի 1-ին 1476 է՝ 15.415 խանութներով ու 4.476.172 անդամներով, յերկաթուղայինների կոոպերատիվների թիվը—38 է՝ 2021 խանութներով և 720.537 անդամներով և վերջապես գյուղական ընկերությունների թիվը 27.142 է՝ 45.294 խանութներով ու 7.260.276 անդամներով:

Հայաստանում սպառողական ընկերությունների ընդհանուր թիվը 1925 թ. հոկտեմբերի 1-ին 68-ից բարձրացել է 81-ի առ 1-ն հոկտեմբերի 1926 թիվ—կամ աճել է 19,1%-ով: — Այդ թվից 69 կոոպերատիվ գյուղական են, 12-ը՝ քաղաքային:

Կոոպերացված ազգաբնակության թիվը աճել է նույն ժամանակաշրջանում 45.903-ից (վոր կազմում է ՀՍԽՀ տնտեսությունների 25,8%-ը) մինչև 65.750 (տնտեսությունների 37%): Մի տարվա աճումն արտահայտվում է 43,2%-ով:

Խանութների թիվը 1926 թվի հոկտեմբերի 1-ին 309 է յեղել, վոր 1925 թվի հոկտեմբերի 1-ի թվից ավելի յե 33-ով կամ 12%-ով:

Ինչպես մենք տեսնում ենք այդ թվերից՝ կոոպերացման աճումը ընկերությունների թվից զգալի չափով առաջ է գնացել, մինչդեռ խանութային ցանցի աճումը նրանից հետ է մնում: Իսկապես Հայաստանի կոոպերացիան ներկայումս ցույց է տալիս ձգտումն դեպի միախանութները, դեպի խոշոր բազմախանութների բաժան-բաժան լինելու կողմը. մի յերևույթ, վոր բացատրվում է գյուղական ազգաբնակության շատ ցրվածությամբ:

ԳԼՈՒԽ V.

ՆՈՐ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊԵԼՈՒ ԿԱՐԳԸ

1. Նախաձեռնող խումբ

Նոր սպառողական ընկերություն կազմակերպելիս՝ ամենից առաջ ստեղծվում է նախաձեռնող խումբ, վորի մեջ մտնում են տեղական, հասարակական ու խորհրդային կազմակերպությունների ներկայացուցիչները, ավելի առաջավոր ու ակտիվ գյուղացիները, այլև տեղական ինտելիգենցիայի ներկայացուցիչները՝ ուսուցիչը, գյուղատնտեսը, բժիշկը:

Նախաձեռնող խմբի առաջին անելիքն է՝ ամենից առաջ պարզել կոոպերատիվի կազմակերպման բոլոր պայմանները և հատկապես, թե կոոպերատիվը տվյալ պայմաններում ինչ տարածություն է ընդգրկելու, ինչ շրջանում է գործելու։ Այս տեսակետից, ինչպես և մի շարք այլ խնդիրներում, միութենական հրահանգչի ոգնությունը, նրա ցուցումներն ու խորհուրդները նախաձեռնող խմբի աշխատանքն զգալի չափով կարող են հեշտացնել ։ Հենց այդ պատճառով անպայման անհրաժեշտ է դիմել միության ոգնությանը։

Նախաձեռնող խմբի աշխատանքի ծանրության կենտրոնը ազգաբնակության մեջ ընկերության ոգտին ագիտացիա տանելն է։ Հանրամատչելի ձևով ազգաբնակությանը պիտի բացատրել, թե կոոպերացիան ինչ նշանակություն ունի, ինչ ոգուտ է բերում, ինչ ոգուտ կարող է բերել՝ նայած տեղական պայմաններին։ Չը պետք է սահմանափակվել ճառերով ու բանաձևերով։ Պետք է իսկույն և յեթ ձեռք զարկել անդամ-հիմնադիրների ցուցակագրության գործին։

Միաժամանակ նախաձեռնող խումբը մշակում է կոոպերատիվի կանոնադրության նախագիծը։ Այս դեպքում նա պիտի ղեկավարվի նորմալ կանոնադրությամբ։ Յեվ յեթե նորմալ կանոնադրությունից տեղական պայմանների համաձայն մեծ շեղումներ կատարելու կարիք չի զգացվում, ապա նախաձեռնող խմբի անելիքը լինելու յե միայն նորմալ կանոնադրության մի քանի բացերի լրացումը։ Այդ բացերը կանոնադրության հետևյալ գլուխներին են վերաբերում։

1. Վերնագրում «Կանոնադրություն» բառից հետո պիտի ավելացնել ընկերության անունը։

2. Առաջին հոդվածում նույնպես ավելացվում է այն, ինչ վոր վերնագրի մեջ։

3. Այն հոդվածում, վոր վերաբերում է վարչության բնակատեղիին, ցույց պիտի տալ այն քաղաքի, գյուղի, կայարանի անունը, վորտեղ գտնվելու յե կոոպերատիվի վարչությունը։

4. Կոոպերատիվի գործունեության շրջանին վերաբերող հոդվածում պիտի ճշգրիտ կերպով նշանակել այն քաղաքը, շրջանը, գավառակը, գյուղերը, վորտեղ ընկերությունը մտադիր է աշխատել։ Յեթե գործունեության շրջանի մեջ մտնում են մի քանի բնակեցված տեղեր,— պետք է կանոնադրության մեջ մեկ-մեկ թվել բոլոր տեղերի անունները։

5. Կանոնադրության համապատասխան հոդվածում պիտի ցույց տալ միության կողմից հաստատված ընկերության անդամների այն ամենափոքր քանակը (մինիմումը), վորից պակաս թիվ ունենալով՝ ընկերությունը չի կարող աշխատել։

6. Մուտքի վճարի ու փայավճարի հոդվածում պիտի բառերով գրել ընկերության անդամների մուտքի ու փայավճարի չափերը։

7. Այն հոդվածում, ուր գրված է ընկերության անդամների լրացուցիչ պատասխանատվության մասին, պետք է գրել, թե այդ լրացուցիչ պատասխանատվությունն ինչ չափ ունի կամ քանի՞ անգամ փայավճարից բարձր է։

8. Վարչությանը վերաբերող հոդվածում պիտի ցույց տալ, թե վարչության քանի՞ անդամ պիտի ընտրել կամ պետք է գրել, թե այսքան թվից վոչ պակաս անդամներ պիտի ընտրել։

Այն դեպքերում, յերբ նախաձեռնող խումբը՝ ծանոթանալով նորմալ կանոնադրության հետ՝ անհրաժեշտ է գտնում նրա մեջ մտցնել այս կամ այն փոփոխությունները, նա պետք է մշակի այդ փոփոխությունները՝ հատկապես ուշադրություն դարձնելով, վոր այդ վերջինները չհակասեն գոյություն ունեցող որենքներին։

Նախաձեռնողների վերջին աշխատանքը ընկերության հիմնադիրների ժողով հրավիրելն է։ Այս ժողովի համար նրանք մշակում են որակարգ, վորի մեջ թվում են այն հարցերը, վորոնք քննվելու յեն ու վճռվելու յեն ժողովում։ Որկարգը պիտի ուղարկել այն բոլորին, վորոնք անդամագրվել են հիմնադիրների ցուցակումը, և բացի այդ, ժողովի տեղի ու ժամանակի մասին հայտարարություն պիտի տալ, վորպեսզի ցանկացողներն անդամագրվեն և հիմնադիրների կազմակերպչական ժողովին մասնակցեն։

3. Հիմնադիրների ժողովը

Հիմնադիրների ժողովում առաջին անգամ հիմնադրող-անդամները հավաքվում են նրա համար, վոր խմբովին ու վերջնականորեն վորոշեն ընկերության կազմակերպման հարցը։

Ժողովը բացում են նախաձեռնողների ներկայացուցիչները կամ հրահանգիչը։ Վերջինիս ներկայությունն այս ժողովում անպայման ցանկալի յե։ Ապա ընտրվում են ժողովի նախագահ ու քարտուղար, հայտարարվում է որակարգը, վորի մեջ սովորաբար հետևյալ հարցերն են լինում.

1. Սպառողական ընկերություն բանալու անհրաժեշտության հարցը:

2. Կանոնադրության ընթերցումն ու հաստատումը:

3. Կազմակերպչական Հանձնաժողովի (ժամանակավոր վարչության) ընտրությունը:

Ընկերության կազմակերպման մասին զեկուցումը պիտի հիմք ծառայի՝ այս մասին վերջնական մի վորոշում ընդունելու համար: Զեկուցողը պիտի հատուկ ուշք դարձնի տեղական այն կարիքներին, վորոնց բավարարումը լուծվելու յե ընկերության բացումով: Նա պիտի ցույց տա այն բոլոր խոչընդոտները, վորոնք ընկերության գործունեյության սկզբում կարող են պատահել, այն դժվարությունները, վորոնք անխուսափելի յեն ամեն մի նոր գործում, մանավանդ կոոպերատիվ գործում:

Առաջին հարցը դրական կերպով լուծելուց հետո՝ ժողովն անցնում է կանոնադրության նախագծի հոդված առ հոդված կարդալուն: Ամեն մի առանձին կետ, վորի շուրջը տեղի յեն ունենում վիճաբանություններ, պետք է առանձին-առանձին քվեարկության դրվի: Այս կերպ առանձին հոդվածներն ընդունելուց հետո՝ քվեարկության է դրվում կանոնադրությունն ամբողջովին: Կանոնադրության վերաբերմամբ ընդունված բոլոր վորոշումները մտցվում են արձանագրության մեջ:

Վերջացնելով կանոնադրության ընթերցումն և ընդունելով այն, ժողովն ընտրում է կազմակերպչական հանձնաժողով (կամ ժամանակավոր վարչություն), վորին հանձնարարում է կ ա ն ո ն ա դ ր ո ւ թ յ ա ն գ ր ա ն ց մ ա ն գ ո ր ծ ը:

3. Կազմակերպչական հանձնաժողովը

Հանձնաժողովը պիտի դիմի յուր շրջանի սպառողական ընկերությունների միությանը՝ խնդրելով, վոր վերջինս տեղեկանք տա այն մասին, թե նոր կազմակերպվող ընկերության թիվը համապատասխանում է միության կողմից հաստատված մ ի ն ի մ ու մ ն ո ր մ ա յ ի ն: Դրա համար պետք է կոոպերատիվ միությանը ներկայացնել հիմնադիրների ժողովի արձանագրությունը և հիմնադիրների ցուցակը: Այն դեպքում, յերբ նորման այս կամ այն չափով չի համապատասխանում որինական մինիմումին, կազմակերպչական հանձնաժողովը պետք է զբաղվի հիմնադիրների լրացուցիչ թիվ անդամագրելով:

Կազմակերպչական հանձնաժողովը պիտի պատրաստի կանոնադրության մի քանի որինակներ՝ ժողովի կողմից ընդունվածի

նման բովանդակությամբ, վորպեսզի հնարավորություն ունենա գրանցող հիմնարկին ներկայացնել այդ կանոնադրության յ ե ր ե ք մ ի ա տ ե ս ա կ ո ր ի ն ա կ ն ե ր ը:

Վերոյիշյալ տեղեկանքն ստանալուց և կանոնադրության անհրաժեշտ քանակությամբ որինակները պատրաստելուց հետո՝ կազմակերպչական հանձնաժողովը հ ա յ տ ա ր ա ր ո ւ թ յ ո ւ ն է կազմում այն հիմնարկի անունով, վորը գրանցման գործն է վարում: Հանձաժողովը կարող է ինքը՝ յուր կողմից կամ վորևէ կողմնակի անձնավորության հանձնարարել ընկերության անունից հայտարարություն տալ և այլ դիմումներ կատարել նույն գործի վերաբերմամբ: Այս մասին վերոհիշյալ հայտարարության մեջ պետք է հիշատակություն լինի:

Հայտարարությանը, բացի միության տեղեկանքից, յերեք կանոնադրությունից, պետք է կցել նաև հիմնադիրների ժողովի արձանագրությունը:

Վորպեսզի հիմնադիրների յերկրորդ ժողով հրավիրելու կարիք չլինի, կանոնադրության մեջ այս կամ այն շեղումն ուղղելու համար՝ համաձայն որենքների պահանջի և գրանցող հիմնարկի առաջարկությանը՝ հիմնադիրների ժողովը կարող է լիազորել կազմակերպչական հանձնաժողովին այդ ուղղումներն ու լրացումները կատարել, յեթե կարիք լինի: Այս մասին ժողովի արձանագրության մեջ անհրաժեշտ է հիշել, և այսպիսի դեպքերում կազմակերպչական հանձնաժողովը, ի նկատի առնելով գրանցման խոչընդոտ այս կամ այն հանգամանքը, ինքն է մտցնում անհրաժեշտ ուղղումներ կանոնադրության մեջ:

Կազմակերպչական հանձնաժողովի պարտականությունների մեջ է մտնում նաև կ ա զ մ ա կ ե ր պ չ ա կ ա ն ժ ո ղ ո վ ի ն ա խ ա պ ա տ ր ա ս տ ո ւ մ ը (առաջին ընդհանուր ժողովը կամ լիազորների ժողովը), վորը հրավիրվում է անմիջապես կանոնադրության գրանցումից հետո:

Վորպես ընդհանուր կանոն՝ կազմակերպչական հանձնաժողովի աշխատանքները դրանով վերջանում են, և նա այլ ևս անելիքներ չունի: Գործի փաստական սկզբնավորության համար պիտի սպասել կազմակերպչական ժողովի: Համենայն դեպս պետք է ի նկատի առնել, վոր ընկերությանը պատճառած վնասների համար կազմակերպչական հանձնաժողովի անդամները կրում են համերաշխ մեկ մեկու համար պատասխանատվություն:

4. Կազմակերպչական ժողովը

Կանոնադրության գրանցման մոմենտից սպառողական ընկերությունը դառնում է իրավաբանական անձ և կարող է սկսել յուր գործունեությունը: Կազմակերպչական ժողովի (ընդհանուր կամ լիազորական առաջին ժողովի) անելիքն այն է, վոր ճշգրիտ կերպով վորոշի, թե ընկերության կազմակերպման համար էլ ինչ անհրաժեշտ ձեռնարկումներ կան, այլև վճռել այն բոլոր գործնական խնդիրները, վորոնք կապ ունեն ընկերության գործունեության սկսելու հետ:

Կազմակերպչական ժողովին հրավիրվում են ընկերության բոլոր անդամները: Օրակարգի մեջ դրվում են հետևյալ հարցերը.

1. Կազմակերպչական հանձնաժողովի զեկուցումը յուր աշխատանքների մասին:

2. Կանոնադրությունից բղխող մի քանի խնդիրների լուծումը:

3. Գործունեության պլանի քննությունը:

4. Նախահաշվի քննությունն ու հաստատումը:

5. Վարչության ու Վերստուգիչ Հանձնաժ. ընտրությունը:

6. Սպառողական ընկերությունների միությանը անդամագրվելու հարցը:

Կազմակերպչական հանձնաժողովը ժողովին զեկուցում է տալիս ընկերության գրանցման հետևանքների մասին: Յեթե գրանցող օրգանի առաջարկությամբ հանձնաժողովը կանոնադրության մեջ մտցրել է այս կամ այն փոփոխությունները, ապա զեկուցողը կազմակերպչական ժողովին պիտի բացատրի այդ փոփոխությունների միտքը և նրանց անհրաժեշտությունը: Բացի այդ, զեկուցման վերջում պիտի հիշատակել, թե քանի՞ նոր անդամներ են մտել ընկերության կազմի մեջ, ինչ փայավճարային դրամագլուխ է հավաքված և, վերջապես, հաշիվ պիտի տալ ընկերության համար կատարված ծախսերի գումարների մասին: Այս զեկուցումը պետք է հաստատվի ժողովի կողմից:

Օրակարգի յերկրորդ կետում քննության են դրվում այն հարցերը, վորոնք կանոնադրության մեջ ուղղակի լուծում չեն ստանում, այլ վորոնց մասին կանոնադրությունը ցույց է տալիս, թե այդ հարցերը պիտի լուծի ինքը՝ ընկերության ընդհանուր ժողովը կամ լիազորների ժողովը: Մինչդեռ այդ հարցերը շատ կարևոր են, և անհրաժեշտ է, վոր ընկերությունը հենց առաջին օրից ունենա այդ հարցերի մասին ղեկավարող ու ճշգրիտ ձևակերպված վորոշումներ:

Այս հարցերի թվին են պատկանում վոչ անդամներին ապրանք վաճառելու պայմանների վորոշումը, ապառիկ առևտրի հարցը, փայավճարների մաս-մաս մուծելու պայմանները, հիմնական դրամագլուխը, վորպես շրջանառու դրամագլուխ օգտագործելու պայմանները, փոխառություններ անելու ընդհանուր պայմանների հաստատումը:

Գործունեության պլանով նախ վորոշվում է կոոպերատիվի աշխատանքը վորոշ ժամանակաշրջանի համար:

Նոր առևտրական ձեռնարկն իհարկե դժվարությամբ կարող է առանց սեփական փորձի, նրա նոր գործի բոլոր հնարավոր ձախողությունները իմանալ, շատ հեռու ապագան տեսնել և պլանի մեջ նախատեսել բոլոր մանրամասնությունները: Սակայն մյուս կողմից անթույլատրելի յե գործը խարխափումներով սկսել: Անհրաժեշտ է հաշվի առնել գործի մոտակա անելիք քայլերը և գոնե մոտիկ ժամանակաշրջանի աշխատանքի մեջ պլանաչափություն մտցնել: Ապրանքների բաշխման թիվն ու նրանց տեղը, ապրանքների ասսորտիմենտը (տեսակները), գնումների չափը և դրանց համար պահանջվող անհրաժեշտ միջոցները, սպասվող շրջանառությունը — ահա պլանի անհրաժեշտ բաղկացուցիչ մասերը: Յեվ այս հաշվական յենթադրություններին հիմք պիտի ընդունել տեղական պահանջի մասին հարցափորձի միջոցով հավաքված տեղեկությունները, գնումների պայմանները՝ միությունից ստացված տեղեկանքների հիման վրա և այլն: Կազմակերպչական ժողովը նորընտիր վարչությանն է հանձնարարում ներկայացված պլանը ճշտել ու լրացնել:

Յեկամուտների և ծախսերի նախահաշիվը պիտի կազմված լինի նույն ժամանակաշրջանի համար, ինչ ժամանակաշրջանի համար կազմված է պլանը: Միաժամանակ հենց պլանն է հիմք ծառայում նախորոշելու, թե առևտրական գործարքներից ինչ յեկամուտներ կարելի է սպասել և ինչ անհրաժեշտ ծախքերի հետ է կապված ընկերության գործերի վարումը:

Վորոշելով վերոհիշյալ բոլոր հարցերը՝ կազմակերպչական ժողովը վճռում է, թե քանի՞ հոգուց ընտրել Վարչություն ու Վերստուգիչ Հանձնաժողով և կատարում է այդ ընտրությունները:

Կազմակերպչական ժողովում պիտի նաև վորոշում կայացնել ընկերության սպառողական կոոպերատիվների միությանը անդամագրվելու մասին:

ՅԵՐՐՈՐԴ ՄԱՍ

ԿԱՌԱՎԱՐՉՈՒԹՅՈՒՆՆ ՈՒ ՀՍԿՈՂՈՒԹՅՈՒՆԸ ՍՊԱՌՈՂԱ-ԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՈՒՄ

ԳԼՈՒԽ VI.

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՄԱՐՄԻՆՆԵՐԸ

1. Ընկերության մարմինների բաժանումը

Գործող սպառողական ընկերությունների աշխատանքի ուսումնասիրությանն անցնելով՝ առաջին հերթին հարկավոր ենք գտնում ծանոթանալ այն մարմինների հետ, վորոնց ոգնությամբ կոոպերատիվը յուր նպատակներն իրականացնում ե։

Սպառողական ընկերություններն ունենում են հետևյալ մարմինները՝

1. Որենսդրական. 2. վերահսկող-ղեկավար. 3. կատարողական-կարգադրչական. 4. վերահսկող-վերստուգողական և 5. ոժանդակ։

Որենսդրական մարմինների թվին են պատկանում ընկերության անդամների ընդհանուր ժողովը կամ լիազորների ժողովը։ Այդ մարմնի այն բոլոր վորոշումները, վորոնք ընդունված են կանոնադրության հիման վրա, ընկերության բոլոր անդամների ու մարմինների համար որենք են։ Այդ մարմնի լիազորությամբ են գործում ընկերության մնացած մարմինները, վորոնց նա տալիս ե կամ հանձնարարում ե տալ յուր իրավունքների ու յուր իշխանության մի մասը։

Վերահսկող-ղեկավարող մարմինների թվին ենք կցում կոոպերատիվներին կից խորհուրդները, վորոնց կազմակերպումը՝ 1924 թվի մայիսի 20-ի որենքի համաձայն՝ հնարավոր ե, սակայն պարտադիր չի։ Խորհուրդը բռնում ե ընդհանուր կամ լիազորական ժողովի ու վարչության մեջ տեղը և այդ ժողովների մեկից մինչև մյուսի ընդմիջումների ընթացքում ղեկավարում ե ընկերության գործերը։

Կատարողական-կարգադրչական մարմիններին ե պատկանում վարչությունը, վորը լիազորների ու ընդհանուր ժողովների բոլոր վորոշումները կյանքի մեջ կիրառում ե և ընկերության բոլոր ընթացիկ աշխատանքների տերն ու տնորենն ե։

Վերահսկող-վերստուգողական մարմիններին ե պատկանում վերստուգիչ հանձնաժողովը, վորն ստուգման ե յենթարկում ընկերության գործերն ու վարչության գործողությունները։

Ոժանդակ մենք անվանում ենք այն մարմիններին, վորոնք ինքնուրույն դեր չեն խաղում, այլ միայն վարչությանն ու վերստուգիչ հանձնաժողովին ոգնում են՝ նրանց վրա դրված աշխատանքը կատարելիս, կամ ընդհանուր (լիազորական) ժողովների հանձնարարությամբ կատարում են այս կամ այն ոժանդակ բնույթ ունեցող աշխատանքները։ Ոժանդակ մարմինների թվին են պատկանում խանութային հանձնաժողովները, զանազան այլ հանձնաժողովներ, սեկցիաներ և այլն։

Բոլորովին այլ դրություն ունեն ընկերության անդամների սկզբնական (շրջանային, գործարանային, ձեռնարկային) ժողովները այն սպառողական ընկերությունների մեջ, վորոնք ղեկավարվում են լիազորների ժողովի կողմից։ Նրանք մի կողմից ընկերության բարձրագույն մարմնի հիմքն են, քանի վոր լիազորներն այդ ժողովներումն են ընտրվում. սակայն մյուս կողմից ընտրելով լիազորներ և սրանց հանձնելով ընկերության գործերի կառավարումը, դառնում են թեև շատ կարևոր, սակայն ոժանդակ բնույթ ունեցող մարմիններ։

2. Պարտադիր յեվ վոչ պարտադիր մարմիններ

Վերը թված բոլոր մարմիններից ընդհանուր ժողովը կամ լիազորների ժողովը, վարչությունն ու վերստուգիչ հանձնաժողովը յուրաքանչյուր սպառողական ընկերության մեջ պարտադիր մարմիններ են։ Վոչ պարտադիր են, ինչպես վերևն ասացինք, խորհուրդների կազմակերպումը, այլև մնացած ոժանդակ մարմինները, բացի շրջանային ժողովներից այն ընկերություններում, վորոնք ղեկավարվում են լիազորների ժողովի կողմից։

ԳԼՈՒԽ VII.

ՈՐԵՆՍԴԻՐ ՄԱՐՄԻՆՆԵՐՆ ՈՒ ՆՐԱՆՑ ԻՐԱՎԱՍՈՒԹՅՈՒՆԸ

1. Ընդհանուր ժողովները կամ լիազորական ժողովները

Սպառողական ընկերության բարձրագույն ժողովը կամ նրա անդամների ընդհանուր ժողովն ե, կամ լիազորների ժողովը։

Ի՞նչ ընկերություններ են ղեկավարվում ընդհանուր ժողովի կողմից և վորո՞նք լիազորների ժողովի կողմից։

Այս առթիվ գոյություն չունի վոչ մի ձևական (ֆորմալ) կանոն, և սպառողական ընկերություններին այս խնդրում տրված է լիակատար ազատություն։ Ընկերությունը կարող է նույնիսկ փոխել յուր մի անգամ ունեցած վորոշումը և ընդհանուր ժողովից անցնել լիազորների ժողովին կամ ընդհակառակը։ Այլ խոսքով ասած՝ ընդհանուր ժողովի ու լիազորների ժողովի մեջ ընտրությունը պիտի կատարել նպատակահարմարության տեսակետից։

2. Ընդհանուր ժողովի առավելությունները

Ըստ էության պետք է ասել հետևյալը. ընդհանուր ժողովն ավելի դեմոկրատական է, քան լիազորների ժողովը, վորովհետև նա ընկերության անդամների անմիջական ինքնավարությունն է իրականացնում, իսկ լիազորների ժողովի դեպքում ընկերությունը՝ ղեկավարվում է վոչ թե անմիջականորեն մասսայի կողմից, այլ վերջինիս ընտրած ներկայացուցիչների կողմից։

Ընկերության մոտիկ լինելը յուր անդամներին, նրանց կարիքներին ավելի լավ տեղյակ լինելը միշտ էլ ընդհանուր ժողովի կողմից ավելի լավ է ապահովված, քան լիազորների ժողովի կողմից։

Ընկերության յուրաքանչյուր շարքային անդամ ընդհանուր ժողովի միջոցով կառավարելով ընկերության գործունեությունը՝ ներշնչվում է այն գիտակցությամբ, վոր ինքը գործի տերն ու կառուցողն է։ Հենց դրանով էլ ընդհանուր գործի համար պատասխանատվության զգացումը բարձրանում է ընկերության անդամների մեջ։

3. Լիազորների ժողովին անցնելու պայմանները

Սակայն աշխատանքի մեջ ստեղծվում են պայմաններ, վորոնք ստիպում են ընկերություններին լիազորների ժողովով ղեկավարվելն ընդունեն կամ նրան անցնեն։ Այդ պայմաններն այն ժամանակ են ավելի զգալի դառնում, յերբ ընկերության անդամների թիվը շատ է աճում կամ ընկերության գործունեությունն ընդունում է մեծ շրջան, ցրված մի քանի իրարից հեռու կետերում։

Անդամների թիվը շատ աճելու դեպքերում ընհանուր ժողով հրավիրելը յերբեմն բոլորովին անհնարին է դառնում, քանի վոր դժվար է գտնել այնպիսի մեծ ժողովարան, վորտեղ տեղավորվել կարողանային ընկերության անդամագրված մասսաները. բացի այդ, շատ բազմամարդ ժողովներում գործնական խնդիրները լուրջ քննության յենթարկել անկարելի յե։

Ընդհանուր ժողովից լիազորականին անցնելը տեղի յե ունենում նաև այն դեպքերում, յերբ ընկերության գործունեության շրջանը մեծ է, և նրա ճյուղերը ցրված են մի քանի իրարից հեռու կետերում։ Այս դեպքերում ընդհանուր ժողովներ հրավիրելու պայմանները դժվարանում են շնորհիվ այն պատճառի, վոր անդամներն՝ ընդհանուր ժողովի հավաքվելու և մասնակցելու համար՝ շատ ժամանակ պիտի կորցնեն և փոխադրության համար էլ փող ծախսեր անեն։ Դրա հետևանքն այն է լինում, վոր ժողովները կրում են պատահական բնույթ. կարող են լինել և ավելի վատ հետևանքներ. ժողովին կգան միայն նրանք, վորոնք ժողովատեղին մոտիկ են ապրում և գործերը կվճռվեն միակողմանիորեն, առանց լուրջ հաշվառնելու նրանց շահերը, վորոնք հեռու յեն ապրում և դրա համարել ժողովին չեն յեկել։

Ահա թե ինչու բանվորական-քաղաքային ընկերությունները, բացի շատ փոքրերից, և այն գյուղական ընկերությունները, վորոնք գործունեության լայն շրջան ու ցրված բաժանմունքներ ունեն, ղեկավարվում են լիազորների ժողովի կողմից։

4. Օրենսդրական մարմինների իրավասությունը

Յուրաքանչյուրն այդ մարմիններից ունի վորոշ իրավունքներ. նա կարող է պարտադիր վորոշումներ ընդունել, կարող է կատարել մի շարք ինքնուրույն գործողություններ և քննության յենթարկել մի շարք հարցեր, վորոնք նրա գործունեությանն են վերաբերում։ Յուրաքանչյուր մարմնի իրավունքների ծավալը նրա իրավասությունն է կոչվում։ Այդ իրավասությունը զանազան մարմինների համար, ինքն ըստ ինքյան հասկանալի յե, զանազան է։

Վորպես կոոպերատիվի բարձրագույն մարմին՝ ընդհանուր ժողովը կամ լիազորների ժողովը քննության է յենթարկում այն հարցերը, վորոնք վերաբերում են կոոպերատիվի գործունեությանը և դրանց վերաբերմամբ վորոշումներ են հանում։ Այդ ժողովները կարող են նաև ընկերության կանոնադրությունը փոխել։ Սակայն յեթե ընդհանուր ժողովը (կամ լիազորների ժողովը) յելնելով բարձրագույն իրավունքների լրիվ իրեն պատկանելուց, կարող է նաև քննության յենթարկել այնպիսի գործեր, վորոնք լուծվում են սովորաբար վարչության կամ վերջինիս ստորադաս մի այլ մարմնի կողմից, ապա դրա հետ միա-

սին կան հարցեր, վորոնք միայն ընդհանուր ժողովի իրավասության են յենթակա և վորոնք կարող են վճռվել միայն այն մարմնի կողմից, վորը յուր մեջ մարմնացնում է անդամների հավաքական կամքը։

Ահա այդպիսի հարցերի շարքն է կազմում ընդհանուր ժողովի կամ լիազորական ժողովի իրավասությունը՝ այդ բառի նեղ մտքով վերցրած։

5. Ժողովի քննության յենթակա առարկաներ

Հետևյալ գործերը քննության են յենթարկվում

Ընդհանուր ժողովում	Լիազորների ժողովում
ա) գործունեության պլանի, նույնպես և յեկամուտների ու ծախսերի նախահաշիվների քննությունն ու հաստատումը.	ա) գործունեության պլանի, նույնպես և յեկամուտների ու ծախսերի նախահաշիվների քննությունն ու հաստատումը.
բ) վարչության հաշվետվությունների քննությունն ու հաստատումը, զուտ ոգուտի բաշխումը և վնասների հանգեցման կարգի վորոշումը.	բ) վարչության հաշվետվությունների քննությունն ու հաստատումը, զուտ ոգուտի բաշխումը և վնասների հանգեցման կարգի վորոշումը.
գ) հանձնաժողովների ու սեկցիաների կազմակերպում, նրանց գործունեության շրջանի (անելիքների) վորոշումը և նրանց ընտրությունը.	գ) հանձնաժողովների ու սեկցիաների կազմակերպում.
դ) մուտքի վճարի ու փայավճարի չափը վորոշելն ու այն փոփոխելը.	դ) մուտքի վճարի ու փայավճարի չափը վորոշելն ու այն փոփոխելը.
ե) ընկերությունից անդամներին հեռացնելը.	ե) փայավճարների մաս-մաս մուծելու պայմանների վորոշումը.
զ) փայավճարների մաս-մաս մուծելու պայմանների վորոշումը.	զ) վոչ անդամներին ապրանք բաց թողնելու պայմանները, նույնպես ապառիկ առևտրի հարցը.
է) վոչ անդամներին ապրանք բաց թողնելու պայմանները, նույնպես ապառիկ առևտրի հարցը.	է) ավանդներ ընդունելու, փոխառություններ կնքելու ընդհանուր պայմանների վորոշումը, այլև փոխառությունների ու ավանդների համար տոկոսներ վճարելու սահմանները.
ը) փոխառություններ կնքելու և ավանդներ ընդունելու պայմանները, այլև ավանդների ու փոխառությունների համար տոկոսներ վճարելու պայմանները.	ը) փոխատվությունների ու նրանց հանգցնելու կարգերի մասին կանոնների քննությունն ու հաստատումը.
թ) փոխատվությունների ու նրանց հանգցնելու կարգերի մասին կանոնների քննությունն ու հաստատումը.	թ) շենքեր ձեռք բերելու, գրավ դնելու և վաճառման, այլ և շենքերի կառուցման պայմանագրեր կնքելու հարցերի քննությունը.
ժ) շենքեր ձեռք բերելու, գրավ դնելու և վաճառելու, այլ և շենքերի կառուցման պայմանագրեր կնքելու հարցերի քննությունը.	ժ) հատուկ դրամագլուխներ կազմելու և ծախսելու կանոնների քննությունն ու հաստատումը.
ժա) հատուկ դրամագլուխներ կազմելու և ծախսելու կանոնների քննությունն ու հաստատումը.	ժա) ընկերությանը այլ կազմակերպություններին անդամագրվելու խնդիրների լուծումը.
ժբ) ընկերությանը այլ կազմակերպությունների անդամագրվելու խնդիրների լուծումը.	ժբ) Վարչության, Վերստուգիչ Հանձնաժողովի ու խորհրդի անդամների ու թեկնածուների ընտրությունն ու մինչժամկետային ազատումը.
ժգ) Վարչության, Վերստուգիչ Հանձնաժողովի անդամների ու նրանց թեկնածուների ընտրությունը, այլև վարչության անդամներին պաշտոնից՝ մինչ նրանց ժամկետը լրանալը՝ հեռացնելը.	ժգ) ընտրովի մարմիններին ռոճիկներ նշանակելու հարցը.
ժդ) ընտրովի մարմիններին ռոճիկներ նշանակելու հարցը.	ժդ) լիազորների ժողովի համար շրջանային ժողովներից լիազորներ ընտրելու նորմաների վորոշումը.
ժե) Վարչության, Վերստուգիչ Հանձնաժողովի ու ընկերության այլ մարմինների վրա	ժե) Վարչության, Վերստուգիչ Հանձնաժողովի, Խորհրդի ու ընկերության այլ մար-

տրված դանգատների քննությունը։

ժզ) Վարչության, Վերստուգիչ Հանձնաժողովի և ընկերության այլ անդամների անփույթ ու սխալ գործողությունների համար պատասխանատու լինելու խնդիրների քննությունը.

ժէ) ընկերության լիազորներ ընտրելու խնդիրները՝ մասնակցելու համար այն ընկերությունների ու կազմակերպությունների լիազորական ժողովներին, վորոնց ընկերությունն անդամագրված է, այլև այլ դեպքերի ներկայացուցչության համար.

ժը) ընկերության կանոնադրության փոփոխության կամ լրացման, ընկերությունն այլ ընկերության հետ ձուլելու կամ յերկու ու ավելի ընկերության բաժանվելու, ընկերության լուծարքման խնդրի քննությունը և լուծումը.

ժթ) ընկերության զանազան մարմինների հրահանգների ու գործարքների կարգի մասին կանոնների հաստատում.

ի) այլ ընկերության գործունեյությունից բղխող խնդիրների քննությունն ու լուծումը.

մինների վրա տրված դանգատների քննությունը.

ժզ) Վարչության, Վերստուգիչ Հանձնաժողովի, Խորհրդի ընկերության, այլև մարմինների անփույթ ու սխալ գործողությունների համար պատասխանատու լինելու խնդիրների քննությունը.

ժէ) ընկերության լիազորներ ընտրելու խնդիրները՝ մասնակցելու համար այն ընկերությունների ու կազմակերպությունների լիազորական ժողովներին, վորոնց ընկերությունն անդամագրված է, այլև այլ դեպքերի ներկայացուցչության համար։

ժը) ընկերության կանոնադրության փոփոխության ու լրացման, ընկերությունն այլ ընկերությունների հետ ձուլելու կամ յերկու ու յերկուսից ավելի ընկերությունների բաժանելու, ընկերության լուծարքման հարցերի քննությունն ու լուծումը.

ժթ) ընկերության զանազան մարմինների հրահանգների ու գործարքների կարգի մասին կանոնների հաստատումը.

ի) անդամներին ընկերությունից հեռացնելը.

իա) ընկերության գործունեյությունից բղխող այլ խնդիրների քննությունն ու լուծումը։

Պետք է ավելացնել, վոր համաձայն կանոնադրական հատուկ վորոշումների՝ ընդհանուր ու լիազորական ժողովների անպայման վճռին են յենթակա նույնպես՝

ա) հիմնական կապիտալի ըստ իրենց նշանակության չծախսված գումարների շրջանառության մեջ դնելու հարցը և

բ) ընկերության անդամների փայավճարներին հասնող տոկոսներից ու գնումներին հասնելիք պրեմիայից (պարգևատրումից) լրացուցիչ փայեր կազմելու հարցը։

5. Ժողովների վորոշումների ուժը

Ժողովների վորոշումների ուժի մասին, այդ վորոշումների պարտադիր լինելը վորոշ շրջանի անձանց համար, անհրաժեշտ է հետևյալն ասել։

Ընդհանուր ժողովի կամ լիազորների ժողովի վորոշումներն օրինական են, յեթե նրանք կանոնադրության վրա յեն հիմնված և նրա պահանջներին չեն հակասում։

Այդ վորոշումները վերջնական են և ուժի մեջ են մտնում նրանց ընդունելուց անմիջապես հետո։ Բացառություն են կազմում այն վորոշումները, վորոնք վերաբերում են ընկերության կանոնադրության փոփոխման ու լրացման հարցերին, ընկերության լուծարքման համար կայացված վորոշմանը, ընկերությունն այլ ընկերության հետ միացնելու կամ ընկերությունը յերկու կամ ավելի ինքնուրույն ընկերությունների բաժանելու հարցերին։

Այդ վորոշումներն ուժի մեջ են մտնում միայն հաստատված կարգով գրանցման յենթարկվելուց հետո։

Ընդհանուր ժողովի ու լիազորների ժողովի վորոշումները պարտադիր են ընկերության բոլոր մարմինների ու անդամների համար։ Մասնավորապես ընդհանուր ժողովի վորոշումները պարտադիր են ընկերության բոլոր անդամների համար՝ անկախ այն հանգամանքից, թե նրանք մասնակցե՞լ են ընդհանուր ժողովին, թե՞ չեն մասնակցել։

ԳԼՈՒԽ VIII.

ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԺՈՂՈՎԻ ՈՒ ԼԻԱԶՈՐՆԵՐԻ ԺՈՂՈՎԻ ԿԱԶՄԸ. ՆՐԱՆՑ ՀՐԱՎԻՐԵԼՈՒ ՈՒ ԱՆՑԿԱՑՆԵԼՈՒ ԿԱՐԳԸ

1. Ընդհանուր ժողովին մասնակցելու իրավունքը

Ընդհանուր ժողովում վճռական ձայնով իրավունք ունեն մասնակցելու բոլոր փայատեր-անդամները։ 18 տարեկանից ցածր հասակ ունեցող անդամները մասնակցում են ընդհանուր ժողովներին առանց վճռական ձայնի իրավունքի։

Ընկերության անդամներն իրենց իրավունքները վոչ վոքի տալ չեն կարող, նույնպես և ժողովներում նրանք վոչ վոքի փոխարինել չեն կարող։ Կոոպերատիվը անձնավորությունների միություն է։ Նշանակում է՝ փոխարինել ուրիշին կամ յուր իրավունքներն ուրիշին տալ կոոպերատիվի վոչ մի անդամ չի կարող։

Ընկերության յուրաքանչյուր անդամ միայն մի ձայն ունի՝ անկախ այն հանգամանքից, թե նա քանի փայ ունի ընկերության մեջ։ Այս էլ բղխում է դարձյալ նույն սկզբունքից, վոր կոոպերատիվը անձնավորությունների միություն է և վոչ դրամագլուխների միություն։

2. Կվորում (որինական թիվ)

Ժողովն որինական լինելու համար՝ պահանջվում է անդամների որինական թվի մասնակցություն։ Կվորում է կոչվում անդամների այն նվազագույն թիվը, վորն իրավունք ունի պարտադիր վորոշումներ հանելու։ Կվորումը սովորաբար վորոշված է լինում կանոնադրությամբ և ընկերության անդամների $^{1}/_{3}$-ին է հավասար (յերբեմն էլ կեսին)։

Կվորումի պահանջը չի կարող կիրառվել բացարձակ ու խիստ ճշտությամբ։ Յեթե այնպես լիներ, վոր՝ ինչ էլ վոր լինի՝ կվորումը պիտի պահպանել և ժողովն՝ ինչ էլ ուզում է լինի՝ պիտի անց կացնել — ապա անդամները անհետաքրքիր կգտնվեն դեպի ընկերության գործերը, և մենք կտեսնենք այն, վոր վոչ մի ժողով չի կարող տեղի ունենալ և ընդհանուր ժողովի ձայնը բոլորովին լսելի չեր լինի։

Հենց այդ պատճառով թույլատրվում է, վոր յեթե առաջին անգամ հրավիրված ժողովը չկայանա՝ անդամների որինական թվի չլինելու պատճառով, հրավիրվի յերկրորդ ժողովը, վորը, անկախ ներկա յեղողների թվից, որինական է։

1. Յերկրորդ ժողովը պիտի հրավիրվի անպայման յերկու շաբաթվա ընթացքում՝ չկայացած ժողովից հետո։

2. Յերկրորդ ժողովի քննելիք հարցերը նույնը պիտի լինեն, ինչ հարցեր վոր դրված են յեղել առաջին (չկայացած) ժողովի որակարգում։

3. Յերկրորդ ժողովի մասին տրված հայտարարության մեջ անդամներին պիտի նախազգուշացնել, վոր ժողովը յերկրորդ անգամն է հրավիրվում և, անկախ ներկա յեղողների թվից, որինական է համարվելու։

Այսպես է ընդհանուր կարգը։ Սակայն մի քանի առանձին կարևորություն ունեցող հարցերի վերաբերմամբ հաստատված են ավելի խիստ պահանջներ։ Նորմալ կանոնադրությունն առանձնացնում է հետևյալ հարցերը. ա) կանոնադրության փոփոխությունն ու լրացումը. բ) անդամների հեռացնելը. գ) ընդհանուր ժողովները լիազորների ժողովի փոխելու հարցը. դ) վարչության ու վերստուգիչ հանձնաժողովին մինչ ժամկետային հեռացում ու նրանց պատասխանատվության յենթարկելը և ընկերության լուծարքը։ Այս հարցերը կարող են վճռվել ժողովականների թվից անկախ միայն այն դեպքերում, յերբ ժողովը հրավիրվել է յերեք անգամ և յերեք անգամ էլ պահանջված կվորումը չի յեղել։ Այլ խոսքերով ասած՝ այդ հարցերն, անկախ ժողովականների թվից, վճռել կարող է վոչ թե յերկրորդ, այլ յերրորդ ժողովը, ըստ վորում պահանջվում է, վոր յուրաքանչյուր հետագա ժողով նշանակվի անցյալ ժողովից վոչ շուտ մի շաբաթվա և վոչ ուշ յերկու շաբաթվա ընթացքում։

3. Ծանուցումներ ընդհանուր ժողովի մասին

Ընդհանուր ժողովի մասին պիտի նախորոք (ըստ կանոնադրության՝ ընդհանուր ժողովից 3 որ առաջ) հայտարարվի ընկերության անդամներին։ Այդ հայտարարությունը պիտի ցուցադրվի ընկերության գրասենյակում, խանութներում և ձեռնարկներում։ Կարող են նաև անվանական ծանուցագրեր ուղարկվել ընկերության անդամներին, և ինչպես փորձը ցույց տվեց, այս ձևի հայտարարությունը լավ հետևանքներ է տալիս։

Թե հայտարարություններում և թե անվանական ծանուցագրերում պետք է ցույց տալ ժողովի տեղն ու ժամանակը, այլև քննելիք հարցերի որակարգը։ Պետք է հիշել, վոր ժողովին կարող են միայն քննվել հայտարարված հարցերը։ Այն հարցերը, վորոնք հարուցվում են ժողովում և չեն բղխում հայտարարված որակարգից, այլ ունեն ինքնուրույն բնույթ, տըվյալ ժողովի մեջ քննության յենթարկվել չեն կարող։

Յեթե ընդհանուր ժողովն սկսի այնպիսի հարցեր քննել, վորոնք հենց ժողովի ընթացքումն են ծագում, և այլ հարցերի վերաբերմամբ վորոշումներ կայացնել, ապա վերջիններս կլինեյին շտապ հանված վորոշումներ, քանի վոր վոչ ընկերության անդամները, վոչ վարչության անդամներն այդ հարցերը նախնական քննության չեն յենթարկել ու կարիքներ չեն մշակել։ Այդպիսի

վորոշումները կոոպերատիվի աշխատանքներին վնաս կհասցնեն և կձգեն ընդհանուր ժողովի հեղինակությունը։

4. Ընկերության անդամների օրենսդրական նախաձեռնությունը

Ընկերության անդամները լիակատար հնարավորություն ունեն հայտաբերել իրենց նախաձեռնությունը՝ իրենց կողմից ժամանակին հարցեր բարձրացնելու և այն մտցնելու ընդհանուր (կամ լիազորական) ժողովների մեջ — նախորոք այդ մասին հաղորդելով Վարչությանը։ Յեթե Ընկերության անդամների կամ լիազորների $^1/_{10}$ մասը Վարչությանը հայտարարություն է տալիս, թե նա մոտակա ընդհանուր (լիազորական) ժողովի որակարգին դնում է վորևե հարց, ապա Վարչությունը պարտավոր է այդ հարցը որակարգի մեջ դնել։

Անհրաժեշտ է նկատել, վոր ընդհանուր (լիազորական) ժողովների քննությանն առաջադրվող ամեն մի հարց, ում կողմից էլ նա մտցվում է որակարգի մեջ, պետք է նախորոք անցնի Վարչության միջոցով, վորպեսզի վերջինս հնարավորություն ունենա տվյալ հարցերի վերաբերմամբ անհրաժեշտ նյութեր հավաքել և ժողովին համապատասխան առաջարկներ անել։

5. Սովորական ու արտակարգ ընդհանուր ժողովներ

Ընդհանուր ժողովները լինում են հերթական (կամ սովորական) և արտակարգ։ Հերթական կոչվում են այն ընդհանուր ժողովները, վորոնք՝ համաձայն կանոնադրության՝ հրավիրվում են տարեկան մի քանի անգամ (ըստ նորմալ կանոնադրության՝ տարեկան չորս անգամ առնվազը)։ Այդ ժողովներից մեկը, վորտեղ լսվում է տարեկան հաշվետվությունը, կոչվում է տարեկան կամ հաշվետու ժողով և պետք է հրավիրվի գործառնական տարին վերջանալուց հետո՝ ամենաուշը յերկու ամսվա ընթացքում։

Հերթական ժողովներ հրավիրելը պիտի նախատեսվի ընկերության ամբողջ աշխատանքային պլանի մեջ, իսկ արտակարգ ժողովները՝ պլանից դուրս, չնախատեսված աշխատանքի մի ձև է, հրավիրվում են այդ ժողովները չնախատեսված (արտակարգ) հանգամանքներում կամ ընկերության կյանքում վորևե անսպասելի բարդությունների դեպքում։

Այսպիսի ժողովները վարչությունը հրավիրում է կամ յուր նախաձեռնությամբ, կամ կողմնակի պահանջի հիման վրա։ Այս

պահանջը վարչությանը կարող են առաջադրել Վերստուգիչ Հանձնաժողովը, ընկերության անդամների $^1/_{10}$-ը կամ այն կոոպերատիվ կենտրոնը, վորի կազմի մեջ է մտնում սպառողական ընկերությունը։

Վարչությունը պարտավոր է այդ պահանջը կատարել յերկու շաբաթվա ընթացքում, հակառակ դեպքում՝ ժողովը հրավիրում է Վերստուգիչ Հանձնաժողովը կամ կոոպերատիվ միությունը։

6. Ժողովն անցկացնելու կարգը

Ընդհանուր ժողովը բաց է անում Վարչության նախագահը կամ նրան փոխարինող վարչության անդամը։ Այն դեպքում, յեթե ժողովը հրավիրված է Վերստուգիչ Հանձնաժողովի կամ միության կողմից, ժողովը բաց է անում վերջիններիս ներկայացուցիչը։

Ժողովի բացումից հետո՝ ժողովը ընտրում է նախագահություն։ Ժողովը բոլորովին անկողմնապահ (օբյեկտիվ) անցկացնելու համար՝ Վարչության, Վերստուգիչ Հանձնաժողովի անդամները, այլև ընկերության ծառայողները չպետք է ընտրվեն ժողովի նախագահ կամ փոխ-նախագահ։

Բոլոր գործերը ժողովներում վճռվում են բաց քվեարկությամբ և բացարձակ մեծամասնությամբ։ Ավելի ուժեղացրած (վորակավոր) մեծամասնություն պահանջվում է (ժողովի մասնակցողների $^2/_3$ մեծամասնությունը) միայն մի խումբ հարցերի համար, այլև կվորումի խնդիրների լուծման ժամանակ. այս մասին մենք խոսեցինք վերը։

Պետք է հիշել, վոր վարչության ու վերստուգիչ հանձնաժողովի անդամները ձայնի իրավունքից չեն կարող օգտվել այն հարցերի քվեարկության ժամանակ, վորոնք անմիջապես նրանց են վերաբերում։ Այդ հարցերն են. նրանց գործունեության գնահատական տալը, նրանց պատասխանատվության յենթարկելը և նրանց վարձատրության չափի վորոշումը։

Ընդհանուր ժողովի բոլոր վորոշումները, նրանց փաստաթղթային ույժ տալու նպատակով, պետք է արձանագրության մեջ մտցնել. վերջինս ստորագրվում է ժողովի նախագահի ու քարտուղարի, վարչության անդամների և ժողովին մասնակցող ընկերության անդամներից առնվազը հինգ հոգու կողմից։

7. Լիազորների ժողովը

Լիազորների ժողովին մասնակցում են ընկերության անդամների կողմից ընտրված ներկայացուցիչները։ Ներկայացուցչության նորման, այսինքն թե քանի հոգի կարող են տալ մի ներկայացուցիչ՝ լիազորների ժողովին, վորոշվում է կանոնադրական կարգով։ Ամենատարածված նորման 25—100 հոգուն մի լիազոր-ներկայացուցիչ ընտրելն է։

Լիազորներին ընտրվում են նաև թեկնածուներ, վորոնք փոխարինում են լիազորներին, յերբ վերջիններս լիազորական ժողովների կազմից հեռանում են։ Լիազորներն ու թեկնածուներն ընտրվում են վորոշ ժամկետով, սովորաբար մի տարով։

Ընտրությունները կատարվում են շրջանային (գործարանային, թաղամասի, հիմնարկի) ժողովներում, վորոնք հրավիրվում են ընկերության անդամների բնակության կամ աշխատանքի վայրերում։

Յուրաքանչյուր լիազոր ոգտվում է մի ձայնի իրավունքից, վորն ուրիշին տալու իրավունք չունի։ Լիազորների հետ ձայնի իրավունք ունին լիազորների ժողովին մասնակցող վարչության, վերստուգիչ հանձնաժողովի ու Խորհրդի անդամները, թեկուզ նրանք լիազորներ ել չլինին ընտրված։

Մնացած խնդիրներում լիազորների ժողովն անց կացնելու կարգը նման է ընդհանուր ժողովներն անցկացնելու կարգերին։ Անհրաժեշտ է միայն նկատել, վոր լիազորների ժողովի որինական լինելու համար պահանջվում է ավելի ուժեղացրած կվորում, քան ընդհանուր ժողովների համար, այն է լիազորների թվի $1/2$ մասից վոչ պակաս։

ԳԼՈՒԽ IX.

ՎԵՐԱՀՍԿԻՉ-ՂԵԿԱՎԱՐ ՄԱՐՄԻՆՆԵՐ. ԽՈՐՀՈՒՐԴ

1. Դեկրետը յեվ կանոնադրությունը Խորհրդի մասին

1924 թվի մայիս 20-ի դեկրետը նախատեսում է Խորհուրդ հիմնելու հնարավորությունը լիազորների ժողովի կամ ընդհանուր ժողովի վորոշմամբ։ Սակայն Խորհուրդը միայն կարող է ստեղծվել և վոչ թե պարտադիր կերպով պիտի հիմնվի, ուրիշ խոսքով ասած՝ Խորհուրդը վոչ պարտադիր (факультатив) մի մարմին է, այլ վոչ թե պարտադիր։

Նորմալ կանոնադրությունները Խորհրդի հիմնումը նախատեսում են միայն այն ընկերությունների համար, վորոնք ղեկավարվում են լիազորների ժողովի կողմից։ Ընդհանուր ժողովի կողմից ղեկավարվող ընկերությունների նորմալ կանոնադրությունը Խորհրդի մասին չի հիշատակում։

2. Ի՞նչ գործեր է վարում Խորհուրդը

Խորհուրդը հետևում է ընկերության գործունեությանը և ղեկավարում է վարչության գործունեությունը լիազորների ժողովների ընդմիջումներում (մի ժողովից մինչև հետևյալ ժողովը) յեղած ժամանակամիջոցում։

Մասնավորապես նրա գործունեության շրջանակի մեջ մտնում են.

ա) Վարչության հաշվետու զեկուցումների ու վերստուգիչ հանձնաժողովի յեզրակացության քննությունը։

բ) Ընկերության գործունեության առաջիկա պլանների ու նախահաշիվների քննությունը։

գ) Նոր ձեռնարկներ կապալելու, ձեռք բերելու կամ կազմակերպման հարցերի, այլև նոր շենքեր ձեռք բերելու և կառուցելու հարցերի քննությունը։

դ) Ընկերության ֆինանսական ձեռնարկումների նախագծերի քննությունը հերթական հաշվական ժամանակաշրջանի համար։

ե) Վարչության կազմի լրացումը (վարչության անդամների հեռանալու կամ հեռացվելու դեպքում) Խորհրդի կողմից, ըստ վորում Խորհրդի անդամը վարչության անդամի պարտականությունները կրելիս՝ ամբողջ ժամանակը չի ոգտվում Խորհրդի անդամի իրավունքներից ու չի կրում նրա պարտականությունները։ (Վարչության անդամը Խորհրդի կողմից կարող է ընտրվել միայն այն դեպքում, յերբ վարչության վոչ մի անդամ կամ թեկնածու չեն մնացել՝ վարչության կազմը լրացնելու համար)։

զ) Ընկերության մարմինների համար ղեկավար կանոնների ու հրահանգների հաստատում լիազորների կողմից ցույց տրված սահմաններում։

է) Լիազորների ժողովի հանձնարարությամբ այլ խնդիրների լուծում։

ը) Վարչության կամ վերստուգիչ հանձնաժողովի կողմից Խորհրդի քննությանը առաջադրված այլ հարցերի քննությունն ու լուծումը։

Պետք է նկատել, որ մեր գործնականում թեև մի շարք քաղաքային բանվորական կոոպերատիվներում գոյություն ունի Խորհուրդ, սակայն նա լայն ժողովրդականություն չի վայելում, և մեր ունեցած փորձը, կարծում ենք, ավելի շատ նրա դեմ, քան թե նրա օգտին է խոսում։

Ըստ էության, ինչպես երևում է Խորհրդի մեր վերը թըված անելիքներից, Խորհուրդը ներկայացնում է մի փոքր լիազորական ժողով։

Այդպիսի Խորհրդի աշխատանքը օգտակար կարող է լինել այնտեղ, որտեղ լիազորների ժողովներ հաճախակի հրավիրելը հնարավոր չէ։ Սկզբնական կոոպերատիվ կազմակերպությունների մասին այս ասել չի կարելի։ Եվ հենց այդ պատճառով Խորհուրդը սպառողական ընկերություններում կամ բոլորովին անօգուտ մի հիմնարկ է, կամ նույնիսկ վնասակար է, որովհետև փոխարինելով լիազորների ժողովին, նա վերջինիս նշանակությունն ու դերը ընկերության գործերում նսեմացնում է։ Իսկ քանի որ լիազորների ժողովն ինքը մի մարմին է, որ որոշ չափով փոխարինում է ընկերության անդամներին, նույն իսկ նրանց բոլորովին заслоняющий, ապա այստեղից բղխող վըտանգը՝ ընկերության անդամներին իրենց կոոպերատիվից կըտրելու խնդրում, — ավելի ևս մեծանում է, երբ գոյություն ունի մի այլ մարմին, որը փոխարինում է լիազորների ժողովին։

ԳԼՈՒԽ X.

ԿԱՏԱՐՈՂԱԿԱՆ-ԿԱՐԳԱԴՐԻՉ ՄԱՐՄԻՆՆԵՐԸ. ՎԱՐՉՈՒԹՅՈՒՆ

1. Վարչության աշխատանքի հիմնական բովանդակությունը

Վարչությունը հանդիսանում է ընկերության կատարողական ու կարգադրիչ մարմինը։ Ընդհանուր ժողովը (լիազորների ժողովը), որին վարչությունն ստորադաս ու հաշվետու յե, հաստատում է աշխատանքի պլան և որոշումներ է կայացնում ամենակարևոր խնդիրների մասին. սակայն այդ ամբողջ աշխատանքի կատարումը, ընկերության ընթացիկ գործունեությանը վերաբերող ամեն տեսակի վճիռներ կայացնելը և կարգադրություններ տալը՝ ամբողջովին վարչության վրա յե ընկնում։

2. Վարչության վրա դրված խնդիրները

Կանոնադրությունը դիտում է վարչությունը, որպես ընկերության օրինական ներկայացուցիչ, որն ընկերության անունից յելույթներ է ունենում և վարում է նրա գործերը, առանց այդ մասին հատուկ հավատարմաթուղթ ունենալու։

Համաձայն կանոնադրության՝ վարչության վրա դրված են հետևյալ խնդիրները.

ա) ապրանքների, հում նյութերի ու տնտեսության առարկաների գնում, պահպանում է վաճառքը, այլև կանոնադրությամբ թույլատրվող այլ գործարքների ու գործողությունների կատարում.

բ) փողի, արժեքների ու գույքի ընդունումը, պահպանումն ու վերադարձը.

գ) ավանդների ընդունելություն, փոխառությունների կատարում և գրավային գործարքների վարում.

դ) մուրհակների տալը, ստանալը, գեղջելը.

ե) ընկերության անունից համաձայնությունների ու պայմանագրերի կնքում, այլև պարտավորությունների տալն ու բատանձնումը.

զ) շենքերի ու այլ գույքի կապալում, գնում և վաճառք, այլև համաձայն ընդհանուր ժողովի (լիազորների ժողովի) որոշման՝ շենքերի կառուցման համար հողամասերի ընդունելությունը։

է) ընկերության շահերի պաշտպանությունը վարչական, հասարակական ու դատական բոլոր հիմնարկներում.

ը) ծառայողների ընդունում և հեռացում.

թ) հավատարմագրեր տալը.

ժ) ընկերության յեկամուտների ու ծախսերի նախահաշվի, գործունեության պլանի, տարեհաշվի ու հաշվետվության կազմելը և վերստուգիչ հանձնաժողովի յեզրակացությամբ ընդհանուր ժողովի (լիազորների ժողովի) հաստատությանը ներկայացնելը.

ժա) հաշվապահության ու գործավարության վարումը.

ժբ) Անդամների ընդունելությունն ու նրանց ցուցակի պահելը, այլև խորհուրդների ընտրությունը ձայնի իրավասությունը կորցրած անդամներին ընկերությունից հեռացնելը.

ժգ) բաժանմունքների, գրասենյակների, պահեստների, արհեստանոցների ու արդյունաբերական ձեռնարկների կազմակերպում՝ համաձայն ընդհանուր ժողովի (լիազորների ժողովի) վո-

բոշումների՝ դրանց կազմակերպման մասին. այլև դրանց ղեկավարումը՝ համաձայն այն պլանների, վորոնք հաստատված են ընդհանուր ժողովի (լիազորների ժողովի) կողմից։

ժգ) այլ գործեր, վորոնք բղխում են ընկերության կանոնադրությունից ու ընդհանուր ժողովի (լիազորների ժողովի) վորոշումներից, և վորոնք բացառապես յենթակա չեն ընդհանուր ժողովի (լիազորների ժողովի) իրավասությանը։

3. Վարչության կառուցվածքի սիստեման

Վարչության կառուցվածքը տարբեր սիստեմների յե լինում։

Հիմնականը, վոր այդ սիստեմները մեկը մյուսից տարբերում է, դա վարչության անդամների ավելի կամ պակաս կապված լինելն է գործող ապարատի հետ, նրանց ավելի կամ պակաս մոտիկությունն է գործող ապարատին։

Առաջին սիստեման։ Վարչության գործունեությունն այնպես կարելի յե կազմակերպել, վոր նրա բոլոր անդամներն անմիջական մասնակցություն ունենան ընկերության ամենորյա աշխատանքների մեջ, ղեկավարելով ընկերության գործունեության առանձին ճյուղերն ու ձեռնարկները՝ դառնալով վերջիններիս անմիջական վարիչներ։ Աշխատանքի այս սիստեմայի դեպքում վարչության կազմը պիտի բազմամարդ լինի։ Վարչության բոլոր անդամները ռոճիկ են ստանում, վորովհետև նրանք ամբողջովին ընկերության գործերով են զբաղվում։

Յերկրորդ սիստեման։ Աշխատանքի մյուս ձևն այն է, վոր վարչության վոչ թե բոլոր անդամները, այլ մի քանիսը կամ միայն մեկն է ընկերության աշխատանքին անմիջական մասնակցություն ունենում, իսկ մնացածները մասնակցում են ընդհանուր ղեկավարության մեջ։

Վարչության փոխարինումը և միանձնյա կարգադրիչ ունենալը։

Վերջապես վարչության անդամների տեղ կարող է ընտրվել մի կարգադրիչ, վորը լիազորվում է վարելու վարչության բոլոր գործերը։

Այսպիսի կարգադրիչին ընդհանուր ժողովի (լիազորների ժողովի) նախագահությունը տալիս է հատուկ հավատարմագիր՝ հետագայում հավատարմագրեր ուրիշներին տալու իրավունքով։

4. Վարչության կառուցվածքը մեր գործնականում

Ինչպես է այս խնդիրը լուծվում մեր գործնական աշխատանքների մեջ։

1925 թվի տվյալների հիման վրա մեր թե գյուղական և թե քաղաքային բանվորական կոոպերատիվներում գերակշռել են բազմամարդ տիպի վարչությունները և, վոր ամենագլխավորն է, ամբողջ կազմով աշխատող վարչությունները։ Այսպես օրինակ՝ Ցենտրոսոյուզի առ 1 հոկտեմբերի 1925 թվի տեղեկությունների իման վրա՝ մոտավորապես 6000 սպառողական ընկերությունների մեջ վարձով աշխատող վարչության անդամների թիվը կազմում է այդ անդամների 89,8%-ը։ Ըստ վորում մի ընկերության ընկնող վարչության անդամների միջին թիվը հավասար եր 4,3-ի. (գյուղական ընկերություններում այդ թիվը տատանվում եր 3—7 հոգու, իսկ քաղաքի-բանվորական ընկերություններում՝ 3—9 հոգու մեջ)։

Սակայն անկասկած է, վոր այդ ժամանակից հետո զգալի փոփոխություններ են յեղել։

Ապպարատների մեջ աշխատող վարչության անդամների թիվը կրճատելու դիրեկտիվ է տրված կոմմունիստական կուսակցության XIV-րդ կոնֆերենցիայի կողմից յուր կոոպերացիայի մասին ընդունած բանաձևի մեջ։

Նմանօրինակ հրահանգներ տրվել են նաև կոոպերատիվ կենտրոնների կողմից։

5. Վարչության կազմակերպումը գյուղական սպառողական ընկերություններում

Բոլորովին անվիճելի յե, վոր գյուղական վոչ մեծ ընկերությունների համար բավական է 3 հոգուց բաղկացած վարչական կազմ. այդ թվից մեկը մշտապես աշխատում է ապպարատում, իսկ մնացած յերկուսը ուղղություն են տալիս առաջնի աշխատանքին։

Գյուղական բազմախանութ կոոպերատիվներում վարչության անդամների, այլև դրանցից մշտապես աշխատողների, թիվը կարող է ավելի մեծ լինել՝ համապատասխանելով տվյալ ընկերության իրական գործունեության ու ղեկավարների ավելի մեծ թվի կարիքին։

Ճիշտ է, վարչության անդամները կարող են անմիջականորեն տեխնիքական աշխատանքներ էլ տանել՝ փոխարինելով

ծառայողներին, սակայն այդ դեպքերը, որ հնարավոր են և նույնիսկ անխուսափելի առանձին բացառիկ դեպքերում, չեն կարող առիթ դառնալ, որ վարձող ապարատի մեջ մեծ թվով վարչության անդամներ աշխատեն: Տեխնիքական աշխատանքը պահանջում է բոլորովին լավ պատրաստված և որակյալ աշխատողներ. մի բան, որ միշտ չեն ունենում վարչության անդամները: Բացի այդ, տեխնիքական աշխատողների կազմը, պիտի ձգտել, որ մշտական ու կայուն լինի. իսկ վարչության անդամները, լինելով ընտրովի, հաճախակի փոփոխվում են և դրա հետևանքով ապարատն էլ հաճախակի փոփոխության է յենթակա:

6. Վարչության կազմակերպումը բանվորական-քաղաքային ընկերությունների մեջ

Քաղաքային-բանվորական ընկերություններն էլ չպիտի ստեղծեն մեծ վարչական կազմեր: Նորմալ թիվ պիտի համարել 3—7 հոգին: Վարչության այդպիսի կազմից 1—3 հոգին ջոկվում են և կազմում աշխատող վարչական ապարատը: Ամենախոշոր ընկերությունների մեջ այդ թիվը կարելի յե հասցնել մինչև 5 հոգու:

ԳԼՈՒԽ XI.

ՎԱՐՉՈՒԹՅԱՆ ԱՇԽԱՏԱՆՔԸ. ՊԱՐՏԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԲԱՇԽՈՒՄԸ ՆՐԱ ԱՆԴԱՄՆԵՐԻ ՄԵՋ

1. Կազմակերպչական ձևը

Վարչությունը յուր անդամների մեջ պարտականությունների բաշխում է կատարում և յուր աշխատանքի կարգի մասին որոշումներ է կայացնում ընտրությունից հետո, հնարավորին չափ կարճ ժամանակում կայացնելով կազմակերչական նիստ: (Այս նիստի ժամկետն ու հրավիրելու կարգը որոշվում է հատուկ հրահանգով): Նույն այդ նիստում վարչության անդամներն իրենց միջից ընտրում են նախագահ ու փոխ-նախագահ և վարչության հերթական նիստերի համար շաբաթվա մեջ որոշ օրեր են նշանակում:

2. Վարչության աշխատանքն ամբողջությամբ

Վարչության նիստերը պիտի տեղի ունենան շաբաթական մի անգամ: Բացի այդ, կարող են լինել նաև արտակարգ ժողով-

ներ, որոնք հրավիրվում են նախագահի հայեցողությամբ կամ վարչության մի անդամի պահանջով:

Վորպեսզի նիստն օրինական համարվի, անհրաժեշտ է վարչության անդամների մեծամասնության ներկայությունը, որոնց թվում պարտադիր կերպով պիտի լինի նախագահը կամ փոխ-նախագահը: Վարչության որոշումներն արվում են ձայների մեծամասնությամբ և մտցվում են արձանագրության մեջ:

Վարչության նիստերում քննվում են ընդհանուր բնույթ ունեցող հարցեր: Զեկուցվում է ընկերության գործերի դրության մասին, առանձին ճյուղերի գործունեության մասին. այն հարցերը, որոնք գերազանցում են վարչության մի անդամի իրավասությունից, այլև այն հարցերը, որոնք վարչության առանձին անդամների հայեցողությամբ մտցվում են քննվող խնդիրների օրակարգի մեջ, բողոքներ վարչության անդամների վրա, վերստուգիչ հանձնաժողովի նկատողություններն ու յեզրակացությունները և վերջապես այն բոլոր հարցերը, որ վարչությունն առաջադրում է ընդհանուր ժողովի (կամ լիազորների ժողովի) քննությանը:

3. Աշխատանքների բաշխումը վարչության անդամների մեջ

Վարչության անդամների մեջ աշխատանքների բաշխման կարգը կախված է ընկերության աշխատող ապարատի ընդհանուր կառուցվածքից և վարչության անդամներից ընկերության մշտական աշխատանքին մասնակցողների թվից: Յերբեմն բացակայում է որևէ աշխատանքի բաշխում, և վարչության բոլոր աշխատանքները վարում է մի անձ միայն: Շատ մեծ տարբերություններ կան նաև վարչության կատարած աշխատանքների բնույթի մեջ: Մի դեպքում այդ աշխատանքը ղեկավարող բնույթ ունի, իսկ տեխնիքական աշխատանքը տանում են վարձու աշխատակիցները, այլ դեպքերում վարչության անդամները իրենք այս կամ այն աշխատանքների տեխնիքական կատարողներն էլ են:

Աշխատանքների բաշխումը վարչության անդամների մեջ արտահայտվում է կոոպերատիվի ուժեղության աստիճանով, իսկ կոոպերատիվի ուժեղության աստիճանը որոշվում է նրա շրջանառության չափով:

4. Աշխատանքների բաշխումը գյուղական սպառողական ընկերություններում

Գյուղական մանր ընկերություններում, ինչպես վերը ցույց տվինք, վարչության ամբողջ ընթացիկ աշխատանքը կարող է դրված լինել վարչության մի անդամի վրա։ Ավելի խոշոր ընկերություններում տեղի ունեն աշխատանքների զանազան տեսակի բաշխում յերկու կամ, յեթե վարձու աշխատողները չեն բավականանում, ավելի թվով վարչության անդամների մեջ։ Վորքան մեծ է ընկերության ծավալը, այնքան նրա գործունեությունը կարելի յե ավելի մանր մասերի բաժանել։ Շատ նպատակահարմար է, վոր աշխատանքի բարդանալու և աճման հետ զուգահեռ, վարչության անդամներն ազատվեյին տեխնիքական պարտականություններ վարելուց՝ աստիճանաբար այդ աշխատանքները հանձնելով վարձու աշխատակիցներին։

Ինչ վերաբերում է վարչության այն անդամներին, վորոնք մշտական աշխատանքներից ազատված են, ապա գյուղական սպառողական ընկերություններում պիտի նախատեսված լինի նրանց աշխատանքներին մասնակից դարձնելը ավելի «կենդանի» ու մեծ առևտրի ժամանակաշրջաններումը և որերին։

5. Աշխատանքների բաշխումը քաղաքային-բանվորական ընկերություններում

Ավելի բարդ բնույթ է ընդունում աշխատանքի բաշխումը խոշոր բանվորական-քաղաքային ընկերություններում։ Սովորաբար այդպիսի կոոպերատիվներն ունենում են մի շարք բաժիններ, վորոնցից յուրաքանչյուրն զբաղվում է վորոշ աշխատանքով, ըստ վորում այդ բաժանմունքները մեկը մյուսից տարբերվում են կամ իրենց կատարած աշխատանքի բովանդակության բնույթով (գործառնական կամ ֆունկցիոնալ աշխատանքների բաշխում), կամ իրենց գործառքների առարկաների տարբերության համաձայն (առարկայական բաշխում)։

Ֆունկցիոնալ աշխատանքների բաշխման դեպքում, որինակ, կարող են գոյություն ունենալ հետևյալ բաժինները. 1. Առևտրական բաժին.—ապրանքների գնումը, պահպանումը և վաճառքը։ 2. Արդյունաբերական բաժին։—Սեփական արտադրությունների կազմակերպումն ու ղեկավարությունը։ 3. Ֆինանսական բաժին,—ընկերության դրամական գործարքների ղեկավարությունը, հաշվապահությունը։ 4. Կազմակերպչական բաժին, վոր վարում

է կազմակերպչական ու կուլտ-լուսավորական աշխատանքները և 5. Ընդհանուր բաժին՝ գրասենյակ և տնտեսական մաս։

Աշխատանքների առարկայական բաշխումը մեր բերած սխեմայի մեջ մտցնում է հետևյալ փոփոխությունները։ Առևտրական ու արդյունաբերական բաժինների մեկ-մեկուց սահմանազծերը (ջոկելը) վերանում է։ Դրանց տեղ յերևան են գալիս զանազան ապրանքների հետ գործ ունեցող առանձին բաժիններ՝ մանուֆակտուրային, հացամթերքների, մթերքների (միս-ձուկ և այլն), բակալեյնի և այլն, վորոնք միաժամանակ վարում են գնումների, պահպանման ու վաճառքի գործը, այլև դրանց վերաբերող բոլոր ոժանդակ ձեռնարկներն են ղեկավարում։ Ֆունկցիոնալ (աշխատանքների բնույթով) բաշխումը միայն ույժի մեջ է մնում զանազան սպասարկումների բաժինների վերաբերմամբ (տնտեսական բաժին, ջումակ, ընդհանուր բաժին)։ Այս սխեմայով վարում են իրենց գործերը ամենախոշոր բանկոոպները. յերկու դեպքերում էլ վարչության անդամների մեջ աշխատանքների բաշխումն արտահայտվում է բաժինների ղեկավարությունը նրանց մեջ բաշխելով, ըստ վորում վարչության մի անդամին կարող է հանձնարարվել և մի քանի բաժինների ղեկավարություն։

6. Վարչության անդամների իրավունքների ծավալը

Վարչության յուրաքանչյուր անդամ իր պարտականությունների սահմաններում տանում է յուր աշխատանքը, և վոչ վոք չպիտի նրա կարգադրություններին միջամտի։ Հասկանալի յե, վոր այստեղ խոսք չի կարող լինել, վոր նա գործի «տերն է»։ Շատ դեպքերում վարչության մի անդամի կատարելիք գործարքները ուղղակի կամ կողմնակի կերպով շոշափում են մյուսի գործարքները։ Այս դեպքում անհրաժեշտ է համաձայնեցրած կարգադրություններ։ Այսպես որինակ՝ ապրանքների գնումը հաշվեհարդարի (расчет) պայմանների վորոշելու մասում պահանջում է համաձայնեցում ֆինանսական բաժնի հետ։ Յեվ ընդհանուր առմամբ վարչության առանձին անդամների լիազորությունները վորոշ կերպով սահմանափակվում են։

Այդ լիազորությունների սահմանները վորոշվում են հատուկ հրահանգներով, և այն բոլոր հարցերն ու ձեռնարկումները, վորոնք նրանց լիազորություններից վեր են, պետք է վճռվեն վարչության նիստերին՝ համաձայն

այն կոնկրետ վորոշումների, վոր ընդունվում են վարչության նիստերին։ Այսպես օրինակ հրահանգի մեջ նախատեսվում է այն ամենաբարձր գումարը, վորի սահմաններում վարչության մի անդամը կարող է գնումներ կատարել և համաձայնություններ ստորագրել։ Դրանից վեր գումարների գնումները և համաձայնությունները պիտի հաստատվեն վարչության կողմից։

7. Վարչության նախագահը

Վարչության նախագահի պարտականությունն է, բացի վարչության նիստերին նախագահելը, վարչության մնացած անդամների գործունեյության ղեկավարումն ու համաձայնեցումը, այլև կազմակերպության անունից ներկայացուցչության իրագործումը։ Խոսք չի կարող լինել նրա բացառիկ և միահեծան իրավունքների մասին։ Կոոպերատիվ կազմակերպություններում նախագահը հավասարների մեջ առաջինն է և միայն այդչափ։

ԳԼՈՒԽ XII.

ՎԱՐՉՈՒԹՅԱՆ ԱՆԴԱՄՆԵՐԻ ԸՆՏՐՈՂԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ, ՀԱՇՎԵՏՈՒ ԼԻՆԵԼԸ ՅԵՎ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆԸ

1. Վարչության անդամների ու թեկնածուների ընտրության կարգը

Վարչությունն ընտրվում է ընդհանուր ժողովի (լիազորների ժողովի) կողմից։ Վարչության անդամների նշանակելու դեպքերը XIV կուսակցական կոնֆերենցիայի կողմից վճռականորեն դատապարտված է։

Վարչության թվական կազմը վորոշվում է ընկերության կանոնադրությամբ։ Համաձայն Ցենտրոսոյուզի ցուցումների՝ գյուղական սպառողական ընկերություններում վարչության անդամների թիվը 3-ից ավելի չպիտի լինի։ Բացի վարչության անդամներից, ընտրվում են նաև թեկնածուներ։ Վերջիններս վարչության անդամներին փոխարինում են այն դեպքերում, յերբ վարչության անդամները վարչության կազմից վերջնականապես հեռանում են (մահվան, բնակատեղին փոխելու կամ վարչության անդամի պաշտոնից հրաժարվելու դեպքերում)։

Վարչության անդամ կամ թեկնածու կարող են ընտրվել բացառապես ընկերության անդամները։ Չեն կարող վարչության կազմի մեջ ընտրվել ամուսինները և մոտիկ ազգա-

կանները (հայր-վորդի, պապը և թոռը), այլև հարազատ յեղբայրներն ու քույրերը։

Վարչությունն ընտրվում է մի տարի ժամանակով և չի կարող ինքնակամ կերպով յերկարացնել յուր լիազորությունների ժամկետը։

Վարչության անդամներին շուտ-շուտ փոխելը նպատակահարմար չէ, այս անվիճելի սկզբունքը չպետք է ուշադրությունից դուրս մնա ընկերության անդամների ընդհանուր ու լիազորական հաշվետու ժողովներում, քանի վոր ընդհանուր ժողովը (լիազորների ժողովը) բոլորովին էլ կապված չէ մի տարի պարտադիր ժամկետով։ Վարչության անդամները կարող են հեռացվել՝ մինչև նրանց լիազորությունների ժամկետը լրանալը, յեթե այս մասին ընդհանուր ժողովը (լիազորների ժողովը) հատուկ վորոշում կկայացնի։

ԳԼՈՒԽ XIII.

ՎԵՐԱՀՍԿՈՂ-ՍՏՈՒԳԻՉ ՄԱՐՄԻՆԸ. ՎԵՐԱՍՏՈՒԳԻՉ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎԸ

1. Ինքնաստուգումը յեվ վերաստուգիչ հանձնաժողովի ստուգումը

Վերաստուգիչ հանձնաժողովի պարտականությունն է հետևել վարչության գործունեյությանը և ստուգել ընկերության գործերը։

Վարչությունն ինքն էլ է ստուգում յուր գործունեյությունը՝ քննության յենթարկելով ընկերության գործերի դրությունը, հետևելով, թե միջոցներն ինչպես են շարժվում, ստուգում է ծառայողների աշխատանքը և այլն։ Ստուգումն անբաժանելի մի մասն է վարչական աշխատանքի. չի կարելի կառավարել առանց ստուգման։

Սակայն ինչքան էլ մարդկանց ինքնաքննադատությունը, ինքնաստուգումը զարգացած լինի—սեփական գործողությունների գնահատման մեջ անխուսափելիորեն ու աննկատելի կերպով ներս կարող է մտնել սուբ՛եկտիվ լինելու (անձնականորեն մոտենալու) փաստը, և բացի այդ, գնահատականի համար անհրաժեշտ նյութերն էլ կարող են մնալ թերի, քանի վոր անկարելի յե նկատել սեփական գործողությունների մեջ բոլոր բացերը։ Հենց այդ պատճառով էլ անհրաժեշտ է, վոր ինքնաստուգման, վարչության սեփական ստուգման, զուգահեռ գոյություն ունենա վերաստուգիչ հանձնաժողովի ստուգումը, մի մարմնի, վորը անմիջական կերպով ըն-

կերության գործերի կառավարչության մեջ չի մասնակցում և այդ իսկ պատճառով կարող է տալ վարչության գործունեության մասին անաչառ գնահատական։

2. Վերաստուգիչ հանձնաժողովի գործունեությունը

Ընկերության գործերի ու վարչության գործունեության գնահատմանը վերաստուգիչ հանձնաժողովը մոտենում է յերկու կողմից՝ ընկերության գործունեության ձ և ա կ ա ն և ը ս տ է յ ո ւ թ յ ա ն կ ո ղ մ ե ր ի ց։

Ձ և ա կ ա ն ք ն ն ո ւ թ յ ա ն նպատակն է ստուգել, թե արդյոք ընկերության մեջ չարաշահություններ չկա՞ն, որենքի ու կանոնադրության, գործարքներ կատարելու համար գոյություն ունեցող կանոնների ու հրահանգների խախտումներ չկա՞ն և արդյոք ընկերության գործերի վարումը, մ ա ն ա վ ա ն դ հ ա շ վ ա ռ մ ա ն գ ո ր ծ ի՝ համապատասխանում է հասարակական միջոցների պահպանման պահանջներին։

Վարչության գործունեության ը ս տ է յ ո ւ թ յ ա ն ք ն ն ո ւ թ յ ո ւ ն ը նպատակ ունի պարզելու, թե ինչպես է աշխատում վարչությունը, տանո՞ւմ է արդյոք նա ընկերության գործերը դեպի զարգացում, վարչությունը յուր աշխատանքի մեջ կիրառո՞ւմ է արդյոք կ ո ո պ ե ր ա տ ի վ ս կ զ բ ո ւ ն ք ն ե ր ը։

Նորմալ կանոնադրությունը վերաստուգիչ հանձնաժողովի վրա դնում է հետևյալ պարտականությունները։

ա) կանխիկ դրամի պարբերական ստուգումները։

բ) ընկերության խանութներում, պահեստներում և ձեռնարկներում ապրանքների, նյութերի և այլ ունեցվածքի ստուգումը՝ պարզելու համար, թե կանխիկ մնացորդները վորքան են համապատասխանում հաշվական գրքերին։ Ստուգումը կատարվում է այն ժամկետներին, վոր ընդհանուր ժողովն (լիազորների ժողովը) է վորոշում կամ վերաստուգիչ հանձնաժողովի հայեցողությամբ, սակայն տարեկան առնվազը մի անգամ։

գ) Վարչության վրա տրված գանգատների քննությունը մինչև ընդհանուր ժողովը (լիազորների ժողովը) և յուր յեզրակացությունների ներկայացնելն այդ գանգատների վերաբերմամբ։

դ) Հաշվետվությունների, հաշվապահական գրքերի ու փաստաթղթերի ստուգումը և տարեկան հաշվետվության, ընկերության գործունեության պլանի ու նախահաշվի վերաբերմամբ յեզրակացություններ տալը, այլև ընկերության գործերի ստուգման արդյունքների զեկուցումը ընդհանուր ժողովին (լիազ. ժող.)։

ե) վարչության կարևոր ձեռնարկումների վերաբերմամբ նախնական քննություն և յեզրակացություններ տալը։

Վերաստուգիչ հանձնաժողովի անելիքների այդ ցուցակը միայն կարող է մոտավոր որինակ համարվել և բոլորովին չի սպառում վերաստուգիչ հանձնաժողովի բոլոր անելիքները։ Փորձենք տալ վերաստուգիչ հանձնաժողովի ստուգողական գործողությունների մանրամասն ցանկը։

1. Դ ր ա մ ա ր կ ղ ի ս տ ո ւ գ ո ւ մ ը նպատակ ունի պարզել, թե արդյոք դրամի ընդունումն ու ծախսումը կատարվո՞ւմ է համապատասխան փաստաթղթերով (որդերներով), կարգին դրության մեջ է գտնվում դրամարկղի գիրքը և արդյոք կանխիկ դրամը համապատասխանո՞ւմ է գրանցումներին ու գրքերի մնացորդներին։

2. Ա պ ր ա ն ք ն ե ր ի ո ւ ն յ ո ւ թ ե ր ի ս տ ո ւ գ ո ւ մ ը նպատակ ունի պարզելու, թե նրանց մնացորդները վորքա՞ն են համապատասխանում գրքերի մեջ կատարված գրանցումներին. Հենց այդ նպատակով ստուգումը կատարվում է մնացորդների փաստական ցուցակագրությամբը։ Զուգահեռ կերպով պարզվում է ապրանքների ընդունելության, պահպանման ու բաց թողնելու պայմանները և առանձնապես ցուցակագրվում են յերևան հանված անպետք ապրանքները։

3. Գ ո ւ յ ք ի ս տ ո ւ գ ո ւ մ ը նպատակ ունի պարզելու, թե գույքի մնացորդը գույքի գրքին (ինվենտարի) համապատասխանում է արդյոք։ Միաժամանակ ուսումնասիրվում է, թե ինչպես է այդ գույքը պահպանվում։

4. Հ ի մ ն ա կ ա ն (լ ր ի վ) ց ո ւ ց ա կ ա գ ր ո ւ թ յ ո ւ ն ը մի անգամից ընկերության բոլոր ունեցվածքի փաստական ստուգումն է և սովորաբար կատարվում է տարեհաշվի փակման ժամանակ։ Այս դեպքում հատուկ ուշադրություն են դարձնում, թե վո՞րքան են փաստական (ցուցակագրության) մնացորդները համապատասխանում գրքերին և բացի այդ, անհրաժեշտ դեպքերում, կատարվո՞ւմ է արժեքների վերագնահատում։

5. Հ ա շ վ ա պ ա հ ո ւ թ յ ա ն ք ն ն ո ւ թ յ ո ւ ն ը։ Վերաստուգիչ հանձնաժողովը պարզում է, թե արդյոք պահվո՞ւմ են բոլոր անհրաժեշտ գրքերը, բոլոր գրանցումները ժամանակի՞ն են հաշվական գրքերում անց կացվում, բոլոր գրանցումները հիմնվա՞ծ են փաստաթղթերի վրա, վերջիններս պահվո՞ւմ են կարգին դրության մեջ և ժամանակի՞ն են կազմվում պահանջվող տեղեկանքներն ու հաշվեկշիռները։

6. Գործավարության քննությունը։ Գործավարության քննության ժամանակ վերստուգիչ հանձնաժողովը ստուգում է գրքերի, արձանագրությունների և ամբողջ գրագրության դրությունը և ձևերը, այլև պարզում է, թե ինչպես են պահվում փաստաթղթերի ույժ ունեցող գրությունները ու գործերը։

7. Հաշվետու անձանց, պարտատերերի և պարտապանների հաշիվների ստուգումը։ Վերստուգիչ հանձնաժողովը հետևում է, թե հաշվետու անձանց վրա ինչ գումարներ են հաշվվում, ժամանակի՞ն են նրանք հաշիվ ներկայացնում, թե ինչ կարգով են հավաքվում ընկերության հասանելիք գումարները և ընկերությունն իր պարտքերն ինչ կարգով է վճարում։

8. Վերագնահատումների ու խոշոր դուրս գրումների մասնակցությունը։ Վերստուգիչ հանձնաժողովը պարտավոր է ներկա լինել բոլոր այն դեպքերում, յերբ ցուցակագրվում է խոշոր գումարի ապրանք՝ այն անպետքության պատճառով դուրս գրելու նպատակով կամ նրանց գների մեջ փոփոխություններ մտցնելու նպատակով։

9. Ընկերության գործերի ընդհանուր դրությանն ու ընթացքին հետևելը։ Վերստուգիչ հանձնաժողովը պետք է իրականացնի յուր մշտական վերահսկողությունը ընկերության գործունեության բոլոր արտահայտությունների վերաբերմամբ՝ պարզելու, թե նրանք վո՞րքան են համապատասխանում կոոպերատիվ սկզբունքներին և թե ինչ հետևանքներ են նրանք ունենում։

10. Տարեկան հաշվի ստուգումը։ Յերբ վարչությունը պատրաստում է տարեկան հաշիվը՝ նախ քան այն ընդհանուր ժողովին (կամ լիազորների ժողովին) ներկայացնելը՝ վերստուգիչ հանձնաժողովը պարտավոր է ստուգում կատարել, թե վո՞րքան այդ հաշիվը գրքերին համապատասխանում է, և տալիս է յուր յեզրակացությունը։

3. Յեզրակացության տալը

Ընդհանրապես յեզրակացություններ տալը վերստուգիչ հանձնաժողովի գործունեության մեջ նշանավոր տեղ է բռնում՝ բղխելով նրա ստուգողական աշխատանքից ու բարդացնելով այն։

Վերստուգիչ հանձնաժողովը յուր յեզրակացություններն է տալիս կամ վարչությանը, կամ ընդհանուր ժողովին (լիազորների ժողովին)։

Վարչության տրվող յեզրակացությունները խորհրդակցական բնույթ ունեն և վերաբերում են սովորաբար այն կարևոր ու խոշոր ձեռնարկումներին, վոր վարչությունը մտադիր է կյանքի մեջ իրականացնել։

Ինչ վերաբերում է ընդհանուր ժողովին (լիազորների ժողովին) տրվող յեզրակացություններին, ապա վերջիններս (վարչության զեկուցման հետ միասին վերցրած) հիմք են ծառայում ընդհանուր ժողովի (լիազորների ժողով) մեջ ըստ էության տեղի ունեցող քննադատությունների համար ա) վարչության դեմ տըրված բողոքների ու բ) տարեկան հաշվետվության, նախահաշիվների ու գործունեության պլանների քննարկման ընթացքում։

4. Վարչության ու վերստուգիչ հանձնաժողովի փոխհարաբերությունները

Վարչությունը չպիտի խանգարի վերստուգիչ հանձնաժողովի աշխատանքին. ընդհակառակը, նա պիտի վերջինիս ներկայացնի բոլոր պահանջվող նյութերն ու բացատրությունները։

Վերստուգիչ հանձնաժողովը յուր կատարած բոլոր հետազոտական ու ստուգողական գործողությունների համար վարչությանն է տալիս յուր վորոշումների պատճենները և յուր յեզրակացությունները, վորոնք արձանագրության ձև պիտի ունենան։

Այստեղ վերստուգիչ հանձնաժողովը վարչության ուշադրությունն է հրավիրում հայտնաբերված բացերի ու պակասությունների վրա և միջոցներ է առաջարկում նրանց վերացնելու համար։ Վարչությունը պիտի այդ բոլորին շատ ուշադիր լինի։

Սակայն արդյոք վերստուգիչ հանձնաժողովի ցուցմունքներն ու առաջարկները ձևական տեսակետից վարչության համար պարտադի՞ր են, և կարո՞ղ է արդյոք վերստուգիչ հանձնաժողովը փոխել և ձևականորեն պնդել, վոր վարչության այս կամ այն վորոշումը ի կատար չածվի։ Յեվ ապա՝ կարո՞ղ է վերստուգիչ հանձնաժողովը ինքը կարգադրություննե՞ր անել ընկերության գործերի վերաբերմամբ։

Այս բոլոր հարցերին պետք է բացասական պատասխան տալ։ Այս հարցի այլ կերպ լուծելը առաջ կբերեր յերկիշխանություն, կստեղծեր ընկերության գործերի մեջ խառնաշփոթու-

թյուն և անվորոշություն, այլև պատասխանատվության բացակայություն:

Վերաստուգիչ հանձնաժողովը անզեն չէ: Այն դեպքերում, երբ վարչությունն անուշադիր է դեպի նրա եյական ցուցմունքներն ու առաջարկները, այն դեպքերում, երբ վարչությունը թերանում է ընկերության բացերն ու պակասությունները վերացնելու աշխատանք տանել, երբ ընկերության գործերում մեծ անկարգություններ ու չարաշահություններ կան—վերաստուգիչ հանձնաժողովը կարող է պահանջել վարչությունից ընդհանուր ժողովի (լիազորների ժողովի) արտակարգ գումարում կամ ինքը կարող է այդ անել, յեթե վարչությունը կանոնադրության պահանջած ժամկետին նրա պահանջը չի կատարի:

ԳԼՈՒԽ XIV

ՎԵՐԱՍՏՈՒԳԻՉ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒՄԸ, ՊԱՐՏԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԲԱՇԽՈՒՄՆ ՈՒ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆԸ

1. Վերաստուգիչ հանձնաժողովի կազմը

Վերաստուգիչ հանձնաժողովն ընտրվում է ընդհանուր ժողովի (լիազորների ժողովի) կողմից մի տարի ժամանակով: Վերաստուգիչ հանձնաժողովի անդամների թիվը վորոշվում է ընկերության կանոնադրությամբ:

Վերաստուգիչ հանձնաժողովի մեջ կարող են ընտրվել միայն ընկերության անդամները և այն էլ նրանք, վորոնք վարչության կազմի մեջ չեն մտնում, այլև ընկերության ծառայողներ չեն: Վերաստուգիչ հանձնաժողովի կազմի մեջ, բացի այդ՝ չեն կարող մտնել իրար հետ, այլև վարչության հետ մոտիկ ազգակցական կապեր ունեցողները:

Ընտրվելուց հետո 5—7 օրվա ընթացքում վերաստուգիչ հանձնաժողովը կազմակերպչական նիստ է գումարում: Այս նիստում վերաստուգիչ հանձնաժողովը յուր կազմից ընտրում է նախագահ, փոխնախագահ և քարտուղար, վորոշում է յուր հերթական նիստերի մշտական տեղն ու ժամկետները, կազմում է յուր գործողությունների պլանը և բաշխում է յուր անդամների մեջ պարտականությունները:

2. Վերաստուգիչ հանձնաժողովի աշխատանքն ամբողջովին

Համաձայն կանոնադրության՝ վերաստուգիչ հանձնաժողովի հերթական նիստերը տեղի յեն ունենում ամսական առնվազը մի անգամ: Արտակարգ նիստերը կարիքի դեպքերում հրավիրում է նախագահը:

Նիստերին քննվում են հանձնաժողովի առանձին անդամների աշխատանքների արդյունքների մասին զեկուցումներ, վարչության պատասխանները նրան տրված հարցերի ու ցուցումների վերաբերմամբ, վարչության կողմից հանձնաժողովի յեզրակացության տված խնդիրները, վարչության դեմ գրված բողոքներ՝ ուղղված վերաստուգիչ հանձնաժողովին կամ ընդհանուր ժողովին (լիազորների ժողովին): Նիստերին խնդիրները վճռվում են հասարակ մեծամասնությամբ և մտցվում են արձանագրությունների գրքի մեջ:

3. Վերաստուգիչ հանձնաժողովի աշխատանքների վարձատրությունը

Վորովհետև վերաստուգիչ հանձնաժողովի վրա բավականին մեծ աշխատանք է դրված, հասկանալի յե, վոր նրա աշխատանքը պիտի վարձատրվի: Այս սկզբունքի ոգտին մի շարք ապացույցներ կարելի յե բերել և ամենից առաջ այն, վոր չվարձատրվող վերաստուգիչ հանձնաժողովները սովորաբար անգործունյա են լինում:

Գ յ ո ւ ղ ա կ ա ն   ս պ ա ռ ո ղ ա կ ա ն   ը ն կ ե ր ո ւ թ յ ո ւ ն ն ե ր ո ւ մ վերաստուգիչ հանձնաժողովների անդամները յուրաքանչյուր փաստորեն աշխատած որի համար պետք է ստանան վարչության անդամի ռոճիկի $1/_{24}$-րդ մասը:

Խոշոր քաղաքային-բանվորական կոոպերատիվներում անհրաժեշտ է վերաստուգիչ հանձնաժողովի մի մշտական աշխատող ունենալ՝ վերջինիս աշխատանքը վարձատրվում է ընդհանուր հիմունքներով:

Վերաստուգիչ հանձնաժողովին (խոշոր ընկերություններում) կարող է անհրաժեշտ լինել ժամանակավոր կամ մշտական աշխատակիցներ հրավիրել՝ տեխնիքական աշխատանքների համար. այս նպատակով պետք է նախահաշվով անհրաժեշտ դրամական հատկացումներ անել: Վերաստուգիչ հանձնաժողովի ապարատը վարչության ապարատի հետ չի ձուլվում, աշխատում է վերջինից անկախ՝ մնալով ամբողջովին վերաստուգիչ հանձնաժողովի կարգադրության տակ:

4. Վերստուգիչ հանձնաժողովի պատասխանատվությունը

Վերստուգիչ հանձնաժողովի անդամները վարչության անդամների նման կոոպերատիվ կազմակերպության պաշտոնատար անձինք են և պատասխանատու յեն ընկերության գործերի համար։ Ընկերության առաջ վերստուգիչ հանձնաժողովը կրում է թե բարոյական-հասարակական և թե նյութական պատասխանատվություն։

Վերստուգիչ հանձնաժողովի այն անդամները, վորոնք իրենց պարտականությունները խախտում են, ինչպես և վարչության անդամները, ընկերության պատճառած վնասների համար պատասխանատու յեն համերաշխորեն։ Ընկերության գործերում նկատված թերությունների ու անկանոնությունների վերաբերմամբ անփույթ լինելու դեպքում՝ նրանք կարող են ստիպված լինել, մեկ-մեկու փոխարեն, պատասխանատու լինելու օրենքի հիման վրա (Круговая ответственность)։ Ընկերության վնասները սեփական միջոցներից ծածկել նույն իսկ յեթե այդ թերությունների ու անկանոնությունները՝ շնորհիվ անփույթ վերաբերմունքի՝ չեն նկատվել կամ, յեթե նկատվել են, սակայն վերստուգիչ հանձնաժողովի կողմից ժամանակին միջոցներ չեն ձեռք առնվել։

Վերստուգիչ հանձնաժողովի առանձին անդամներից վերցվում է պատասխանատվությունը միայն այն դեպքերում, յերբ նրանք համաձայն չլինելով հանձնաժողովի մեծամասնության վորոշումների ու կարծիքի հետ՝ այս մասին իրենց կարծիքը կամ իրենց բողոքն են մտցրել տվյալ նիստի արձանագրության մեջ։

ԳԼՈՒԽ XV

ՈԺԱՆԴԱԿ ՄԱՐՄԻՆՆԵՐ

1. Ոժանդակ մարմինների նշանակությունը

Սպառողական ընկերությունը, բացի վերը հիշած հիմնական մարմիններից, կարող է ունենալ նաև զանազան ոժանդակ մարմիններ։

Այդ մարմիններից շատերը մեծ դեր են կատարում՝ ցույց տալով ընկերության հիմնական մարմիններին նրանց աշխատանքների մեջ եական ոգնություն։

Այդ ոժանդակ մարմինների լրիվ ցուցակը և նրանց գործունեության մանրամասն վերլուծում տալը անկարելի յե

գլխավորապես այն պատճառով, վոր այն ստեղծագործական նախաձեռնությունը և վորոնումները, վորոնք գլխավորապես հետապնդում են ընկերության անդամների ակտիվացման աճումը և դրա համար համապատասխան կազմակերպությունների ստեղծումը, մինչև այժմ դեռ ևս չեն սպառվել և հենց այդ պատճառով մենք ունենք կոոպերատիվ հասարակայնության աճող մարմինների մի շարք—ոժանդակ զանազան մարմիններ։

Մենք կծանոթանանք այդ ոժանդակ մարմիններից միայն ամենակարևորների հետ։

2. Ոժանդակ մարմինները զանազան տիպի սպառողական ընկերություններում

Այն ընկերություններին կից, վորոնք ղեկավարվում են ընդհանուր ժողովի կողմից, (իսկ այդպիսի ընկերություններ են գյուղական միախանութների մեծամասնությունը) ոժանդակ մարմիններն ստեղծվում են այն նպատակով, վորպեսզի փայատեր անդամների ինքնագործունեությունը բարձրացնեն և նրանց հնարավորություն տան ընդհանուր ժողովների միջի ժամանակաշրջաններում (մի ժողովից մինչև մյուսը) վարչության ու վերստուգիչ հանձնաժողովի գործունեության վրա ազդեցություն ունենալ։ Հենվելով այդ մարմինների վրա՝ վարչությունն ու վերստուգիչ հանձնաժողովը կարող են ավելի հաջող կերպով իրականացնել իրենց ձեռնարկումները։

Գյուղական բազմախանութներում, այլև քաղաքային բանվորական ընկերություններում, վորոնք ղեկավարվում են լիազորների ժողովի կողմից, ոժանդակ մարմինների անելիքները կրկնակի շատ է լինում. բացի փայատեր-անդամների ինքնագործունեությունը բարձրացնելուց, նրանք հետապնդում են նաև լիազորների ակտիվության ուժեղացման նպատակները։

3. Ոժանդակ մարմինները միախանութ ընկերություններում

Նախ ծանոթանանք այն ոժանդակ մարմինների հետ, վորոնք կազմակերպվում են վոչ մեծ ընկերություններին կից։

Այդ ոժանդակ մարմիններից են (անդամների) հավաքագրող (вербовочные) հանձնաժողովները, վորոնց կազմի մեջ մտնում են վորոշ թվով ամենագործունյա փայատերեր։

Հանձնաժողովը նպատակ ունի աջակցել վարչությանը նոր անդամների գրավման ու փայավճարների գանձման գործում։ Հանձնաժողովը յուր աշխատանքն իրականացնում է ժողովներում, հավաքույթներում անդամագրություն կատարելով, այլև նույն նպատակով տնետուն ման գալով։

Հանձնաժողովն ընտրում է յուր նախագահությունը, վորոշում է յուր անելիքը և բաշխում է յուր անդամների մեջ հանձնաժողովի պարտականությունները։ Պարբերաբար հավաքվելով՝ հանձնաժողովը լսում է վարչության զեկուցումը ընկերության անդամների թվի ու փայավճարների աճման մասին, յուր անդամների հաշվետվությունները նրանց կատարած աշխատանքի մասին, քննության է յենթարկում կոոպերացման յեղանակները. փայավճարների մաս-մաս գանձելու խնդիրը, փայատերերի զանազան խմբերի համար չքավորների կոոպերացման ֆոնդերի օգտագործման կարգը և այլն։ Հանձնաժողովի բոլոր վորոշումները պետք է հաստատվեն վարչության կողմից։

Ոժանդակ մարմինների մեջ շատ նշանավոր տեղ են բռնում նաև կուլտ-լուսավորական հանձնաժողովները։ Վերջիններս կազմակերպվում են ճիշտ այնպես, ինչպես հավաքագրող հանձնաժողովները և վերցնում են իրենց վրա պատասխանատվություն՝ աջակցել վարչությանը նրա կոոպերատիվ-լուսավորական աշխատանքների մեջ։ Կոոպերատիվ գրականության տարածումը, զրույցների կազմակերպումը, խրճիթ-ընթերցարանում կոոպերատիվ անկյունի կազմակերպումը, ընդհանուր-լուսավորական հիմնարկների հետ կապ պահպանելը, զանազան կոոպերատիվ տոների ու ագիտացիոն կամպանիաների մասնակցություն—ահա այդ հանձնաժողովի անելիքների մոտավոր ցանկը։

Հանձնաժողովի կազմի մեջ պիտի մտցնել գյուղական ինտելիգենցիայի, այլև յերիտասարդության ու կանանց ներկայացուցիչներին։

Առանձին նշանակություն ունեն առևտրական այն խորհրդակցությունները, վոր պարբերաբար հրավիրվում են վարչության կողմից և վորոնց մեջ մասնակցում են՝ վարչության, վերստուգիչ հանձնաժողովի անդամներից ու ծառայողներից բացի՝ նաև հնարավորին չափ մեծ թվով շարքային անդամներ։ Գումարվելով ամսենը մի անգամ՝ այդ խորհրդակցությունները լսում են վարչության զեկուցումները առևտրի ընթացքի մասին, մոտակա առևտրական պլանն են քննության յենթարկում, այլև վարչության ծրագրած խոշոր ձեռնարկումների խնդիրներն են լսում և քննադատում։ Մանավանդ շատ մեծ է

այդ խորհրդակցությունների նշանակությունը ընկերության անդամների պահանջին համապատասխանող ապրանքների տեսակները վորոշելու գործում։

4. Ոժանդակ մարմինները բազմախանութ ընկերություններում

Այն սպառողական ընկերություններում, վորոնք ընդհանուր ժողովը փոխարինել են լիազորների ժողովով, ընկերության անդամները ժողովի յեն հրավիրվում ըստ շրջանների. այդպիսի շրջանային ժողովներ հրավիրվում են պարբերաբար ընկերության անդամների բնակավայրերին մոտ շենքերում կամ ծառայության (հիմնարկի, գործարանի) վայրում։

Ընդհանուր առմամբ այդ շրջանային ժողովների իրավասությանն են յենթակա, համաձայն նորմալ կանոնադրության, հետևյալ խնդիրները.

ա) ընկերության լիազորների ժողովին տվյալ շրջանից ներկայացուցիչների ընտրությունը.

բ) ընկերության վարչության և լիազորների ժողովի անդամ շրջանի ներկայացուցիչների զեկուցումների ու հաշվետվությունների քննությունը.

գ) վարչության գործունեության պլանի քննությունը.
տնտեսական-

դ) տվյալ շրջանի ու ամբողջ ընկերության սպառողական շահերի ու կարիքների քննությունը և այս խնդիրների մասին վարչությանն ու լիազորների ժողովին առաջարկություններ անելը.

ե) տվյալ շրջանի կարիքների ուսումնասիրության համար հանձնաժողովների ընտրությունը և վերջիններիս զեկուցումների քննությունը.

զ) այլ խնդիրների ու հարցերի քննություն, վորոնք բղխում են ընդհանուր հրահանգներից կամ լիազորների ժողովի հատուկ հանձնարարություններից։

Շրջանային ժողովների ցանկությունները ու առաջարկները թեև պարտադիր բնույթ չունեն, սակայն նրանք պետք է ձևականորեն պարտադիր կերպով քննության առնվեն թե լիազորների, և ամենաուշադիր կերպով քննության առնվեն թե լիազորների, թե վարչության ու վերստուգիչ հանձնաժողովի անդամների
կողմից։

Ամենատարածված ոժանդակ մարմինների թվին են պատկանում խանութային հանձնաժողովները։ Խոշոր սպառողական ընկերությունների առօրյա աշխատանքների ընթացքում նրանք որեցոր ձեռք են բերում հեղինակավոր տեղ և նրանց

րանց միջոցով վարչության ու վերստուգիչ հանձնաժողովի աշխատանքը կապվում է անդամների լայն մասսաների հետ։ Այդպիսի կապն անհրաժեշտ է, և այն բղխում է գործնական պահանջներից, քանի որ վարչության համար անհնարին է բոլոր անկյունները նայել ու բոլոր ամենամանր խնդիրները նկատել բազմախանութի մեծ տնտեսության մեջ, և վերստուգիչ հանձնաժողովի համար անհնարին է նկատել ու հայտնաբերել այն բոլոր բացերը, որոնք ցրված են ընկերության բազմաթիվ ձեռնարկների ու խանութների մեջ։

Խանութային հանձնաժողովների անելիքներն են.

ա) հետևել խանութների աշխատանքի ընթացքին, ապրանքների ու խանութի արտաքին ու ներքին սարք ու կարգին, պահպանման ու մաքրության.

բ) հետևել, որ ապրանքները ժամանակին ստացվեն և տեսակներով ու որակով գնորդների պահանջներին համապատասխան լինեն։

գ) Հետևել, որ ապրանքները վաճառվեն վարչության նշանակած գներով.

դ) հետևել չափ ու կշիռների, նույնպես և կշռաքարերի կանոնավոր լինելուն.

ե) հետևել, որ ընկերության անդամների համար որոշված արտոնությունները ճշտությամբ կիրառվեն.

զ) հետևել, որ խանութի աշխատակիցները քաղաքավարի վերաբերվեն ընկերության անդամներին և ընդհանրապես բոլոր գնորդներին.

է) ընդունել գնորդներից գանգատներ ու բողոքներ.

ը) պարզել, թե որքան են համապատասխանում անդամների կարիքներին ու պահանջներին խանութների տեղը, աշխատանքի ժամերը, ապրանքների տեսակները և այլն, և այս մասին յուր յենթադրություններն ու առաջարկները ներկայացնել վարչության հայեցողությանը.

թ) կատարել վարչության կամ վերստուգիչ հանձնաժողովի առանձին ստուգողական հանձնարարությունները (ապրանքների ցուցակագրում, գների ստուգում և այլն).

ժ) աջակցել նոր անդամների ընդունելության գործին։

Գյուղական բազմախանութների անելիքներին կարելի յե ավելացնել նաև ապրանքների ընդունելության մասնակցելը և գյուղատնտեսական մթերքների պատրաստման գործին հետևելը այնտեղ, որտեղ այդ տեղի ունի։

Բոլոր անկարգությունները, բացերն ու խախտումները, որոնք խանութի վարիչի կողմից չեն վերացվում, այլև գործի մեջ բարելավումներ ու փոփոխություններ մտցնելու բոլոր առաջարկները,—խանութային հանձնաժողովը հաղորդում է վարչությանը։ Հանձնաժողովները կարող են և պարտավոր են բոլոր մատչելի միջոցներով աշխատել կյանքի մեջ իրականացնելու իրենց ցանկություններն ու առաջարկները, սակայն իրենց կողմից կարգադրություններ անել չեն կարող, նույնպես և իրավունք չունեն վարչության կարգադրությունները փոփոխել։

Ժամանակ առ ժամանակ հրավիրվում են խանութային հանձնաժողովների խորհրդակցություններ (կոնֆերենցիաներ) կամ պլենումներ՝ վարչության զեկուցումները լսելու և ընդհանուր խնդիրների քննության համար։

Խանութային հանձնաժողովներն ընտրվում են ընկերության առանձին ամեն մի ձեռնարկին կամ խանութին կից այդ նույն շրջանի անդամների թվից՝ վերջինների առաջ էլ հաշվետու և պատասխանատու լինելով։ Խանութային հանձնաժողովների կազմի մեջ կարող են մտնել նաև լիազորները։

Ցանկալի յե խանութային հանձնաժողովներում կանանց (պատգամավորուհիների, տնային տնտեսուհիների) լայն մասնակցությունը։

Խանութային հանձնաժողովների նման որպես վերահսկող մարմիններ, այլև վարչությանը յենթակա հասարակական սննդամատակարարման գործին աջակցելու համար կազմակերպվում են ճաշարանային հանձնաժողովներ։

Գյուղական ընկերություններին կից կարող են կազմակերպվել տնտեսական սեկցիաներ։ Այսպիսի սեկցիաների ստեղծումը օգտակար է այն դեպքերում, յերբ սպառողական ընկերությունն սպասավորում է յուր անդամների առանձին խմբերի տնտեսական կարիքներին՝ գնելով նրանց համար հատուկ ապրանքներ, վաճառահանելով նրանց աշխատանքի արտադրանքը և այլն։ Տնտեսական սեկցիաներն օժանդակում են այդ կարիքների հաշվառման ու ավելի կանոնավոր բավարարման գործին։

5. Հատուկ օժանդակ մարմիններ քաղաքային ընկերություններում

Բանվորական-քաղաքային ընկերություններում անհրաժեշտ է լինում առանձին ուշադրություն դարձնել կոոպերատիվ

ակտիվ ստեղծել արտադրության վայրերում։ Այդ նպատակով ձեռնարկներում և հիմնարկներում ստեղծվում են կոոպերատիվ բջիջներ, խմբեր, հանձնաժողովներ, կոլեկտիվներ, առաջ են քաշվում կոոպերատոր-կազմակերպիչներ, վորոնք տանում են նոր անդամագրություն, հավաքում են փայավճարները, պարզաբանում են զանազան կոոպերատիվ խնդիրներ և այլն։ Այդ կոոպերատիվ ակտիվի աշխատանքները համաձայնեցվում են հիմնարկային կամ գործարանային տեղկոմների հետ։

Ինչ վերաբերում է լիազորների մեջ տարվելիք աշխատանքներին, ապա փորձը ցույց է տալիս, վոր նրանց ակտիվության արտահայտության ամենալավ ձևը լիազորների սեկցիաներն են։ Վերջինները ստեղծվում են կոոպերատիվի աշխատանքների տարբեր բնույթներին ու բովանդակության համապատասխան (առևտրական, կազմակերպչական, ֆինանսական, կուլտ-կրթական, վերահսկողական և այլն)։ Լիազորներից յուրաքանչյուրն ըստ յուր հայեցողության ընտրում է այս կամ այն սեկցիան, վորի մեջ և աշխատում է։ Սեկցիաները հավաքվում են պարբերաբար և ծանոթանում համապատասխան բաժնի կամ բաժանմունքների աշխատանքների բնագավառում վարչության անելիքների հետ յուրաքանչյուր առանձին բաժնում և այլն։

ՉՈՐՐՈՐԴ ՄԱՍ

ՍՊԱՌՈՂԱԿ. ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԱՆԴԱՄՆԵՐԸ. ՆՐԱՆՑ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐՆ ՈՒ ՊԱՐՏԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

ԳԼՈՒԽ XVI.

ՈՒ՞ՄԸ ՅԵՎ Ի՞ՆՉՊԵՍ ԿՈՈՊԵՐԱՑՄԱՆ ՅԵՆԹԱՐԿԵԼ

1. Ազգաբնակության լրիվ կոոպերացումը—սպառողական ընկերության խնդիրն է

Սպառողական ընկերությունը պետք է շարունակ հոգ տանի նոր անդամներ ընդունելու մասին։ Վորքան բազմամարդ է ընկերությանն անդամագրված մասսան, վորքան ազգաբնակության մեծ մասն է ընկերության հետ կապված, այնքան վերջինս հաջող կերպով կզարգացնե յուր գործունեյությունը։

Ազգաբնակության կոոպերացման մասին թվական տվյալներից յերևում է, վոր թեև սպառողական ընկերությունների անդամների թիվը 12 միլիոնից անցել է, սակայն կոոպերացման տոկոսը, մանավանդ գյուղում, շատ ցած է և հավասարվում է $30^{0}/_{0}$. քաղաքներում այդ տոկոսը $44^{0}/_{0}$ է. արհեստակցական միությունների մեջ կազմակերպված մասսաներից կոոպերացված են $64^{0}/_{0}$-ը.

2. Ով կարող է ընկերության անդամ լինել

Գոյություն ունեցող օրենքներով սպառողական ընկերությունն իրավունք ունի կոոպերացման յենթարկել այն բոլոր քաղաքացիներին, վորոնք Խորհուրդների ընտրության մասնակցելու իրավունք ունեն։ Թույլատրվում է նաև ընդունել ընկերության մեջ 16—18 տարեկան յերիտասարդներին, սակայն վերջինները ընկերության գործերում ձայնատվության և ընտրության իրավունք չունեն։ Սպառողական ընկերության անդամ լինել չեն կարող իրավաբանական անձինք (արտելները, ընկերությունները, կոմմունաները և այլն)։

3. Միանդամություն և բազմանդամություն

Կոոպերացման աշխատանքների ժամանակ մենք հաճախ ենք պատահում այնպիսի դեպքերի, վոր միևնույն անձնավորությունը անդամագրվում է յերկու կամ ավելի սպառողական ընկերությունների, վորո՞նք գտնվում են մի կամ մի քանի բնակավայրերում։

Ձևականորեն այդ թույլատրելի՛ յե, վորովհետև անդամությունը կամավոր է և անդամներին այս կամ այն ընկերությանն ամրացնելու մասին խոսք անգամ լինել չի կարող։ Սակայն ըստ էության միաժամանակ մի քանի ընկերություններին մեջ անդամ լինելուն պետք է բացասական վերաբերմունք ունենալ, վորովհետև անդամության հետ կապված է անդամի կողմից ընկերության գործերի վերաբերմամբ վորոշ ակտիվություն հայտնաբերելը. քաղաքացիներին կոոպերացման յենթարկելով՝ մենք ձգտում ենք նրանց մասնակից անել ընկերության գործերի ղեկավարությանը՝ ընկերության նյութական դրության ամրացմանը զարկ տալով։ Մյուս կողմից պետք է հաշվի առնել և այն, վոր ընկերությունը յուր գործունեությունը հիմնում է՝ յուր անդամների կարիքներից յելնելով։ Յեվ այն քաղաքացիները, վորոնք մի քանի ընկերություններում են անդամագրված, պարզ է, վոր ամեն տեղ չեն կարող ակտիվ մասնակից լինել ընկերությունների գործերին և միաժամանակ այս վերջինների տնտեսական-ֆինանսական յենթադրությունները խախտում են։ Այդ պատճառներով է, վոր ազգաբնակության կոոպերացման աշխատանքներում պետք է անց կացնել միանդամության սկզբունքը։

4. Կոոպերացման յեղանակները (մեթոդները)

Ի՞նչ յեղանակով պիտի ընկերության համար նոր անդամներ հավաքագրել։

Կոոպերացման մեթոդների մեջ ամենագլխավոր դերը խաղում է ագիտացիան։

Յուր բովանդակությամբ ագիտացիան պետք է ոգնի սպառողներին՝ ճիշտ կերպով ըմբռնել իրենց շահերը, պարզել նրանց ընկերության նպատակներն ու անելիքները և նրանց մեջ առաջացնել ձգտում՝ ընկերությանն անդամագրվելու։

Ագիտացիայի ձևերը չափազանց բազմազան են ու բազմաթիվ։ Սակայն այդ բազմազան ու հարուստ ձևերից պետք է առանձին ուշադրություն դարձնել ագիտացիայի յերկու հիմնական ձևերին. 1) ագիտացիա գործով և 2) ագիտացիա խոսքով։

Գործով ագիտացիա ասելով՝ մենք հասկանում ենք այն ամենը, ինչ վոր անմիջական կենդանի աշխատանքով դեպի ինքն է քաշում անդամների նորանոր մասսաներ։ Պետք է կոոպերատիվի գործերն այնպես դնել, վոր ազգաբնակության մեջ տարածված այն կարծիքը, թե կոոպերատիվը մի հասարակ, անդամների մասսաների հետ վոչ մի կապ չունեցող և նրանցից անկախ մի ձեռնարկ է, վոր այդ կարծիքը հիմնովին հերքվի։ Պետք է որինակներով ապացուցել ու ներշնչել ազգաբնակությանը, թե ընկերության իսկական տերերը նրա անդամներն են, իսկ ընկերության համար այդ դժվար չե ապացուցել, յեթե նա առաջնորդվում է կանոնադրությամբ և խստորեն կիրառում է ընտրականության սկզբունքը։

Բայց դրա համար էլ անհրաժեշտ է, վոր ընկերությունը յուր ամբողջ տնտեսական աշխատանքը տանի ամենամեծ չափով և գլխավորապես անդամ-փայատերերի կարիքները բավարարելու ուղղությամբ։ Հաշվի առնել գլխավորապես փայատերերին—թե պլանային յենթադրությունների մեջ, թե այդ պլաններն իրականացնելու—ահա կոոպերացման իսկական լավագույն մեթոդներից մեկը։

Ազգաբնակության կոոպերացման զարկ տալու համար պիտի ուժեղացնել նաև անդամների նյութական շահագրգռումը։

Փորձը ցույց է տվել, վոր կոոպերատիվի նշանակությունն ու դերը ազգաբնակության մեջ շատ է մեծանում, յերբ նրա աշխատանքի շուրջն ստեղծվում է լայն իրական հասարակայնություն, յերբ ընկերության զանազան մարմինների մեջ աշխատանքի յեն քաշվում շարքային անդամների հնարավոր չափով մեծ թիվ։

Առանձնապես նպաստավոր պայմաններ պիտի ստեղծել ընկերությանը չքավորության ու կանանց անդամագրումըն հեշտացնելու համար։

Գյուղական ընկերությունների կողմից կիրառվող կարևոր միջոցներից մեկն է չքավոր գյուղացիությանը կոոպերացման գործը հեշտացնելու նպատակով հատուկ չքավորների կոոպերացման փոխատու ֆոնդերի հիմնումը։ Այդ ֆոնդերը կազմվում են ամեն տարի ոգուտներից վորոշ տոկոսի և գյուղական փոխադարձ ոգնության կոմիտեների, կոոպերատիվ կենտրոնների հատկացումներից։ Այդ ֆոնդերից չքավորների դրամական

վո՛րներին կոոպերացիային անդամագրվելու համար փոխառություններ են տալիս յերեք տարի ժամկետով:

Չքավորների կոոպերացման գործը պետք է հեշտացնել նաև այլ միջոցներով: Դրանց մեջ պետք է յիշել. ա) փայի վճարումը գնումներին տրվելիք պարգևի (պրեմիայի) գումարներից. բ) չքավորներին հնարավորություն տալ փա՛յի դիմաց կոոպերատիվի համար այս կամ այն աշխատանքը կատա՛րելու:

Նույն յեղանակներով, այլև փայավճարը յերկար ժամանակով մաս-մաս վճարելու արտոնություններ տալով, պետք է հեշտացնել կանանց ու յերիտասարդության կոոպերացման գործը:

Կանանց ու յերիտասարդության կոոպերացման աշխատանքների ընթացքում մենք գործ ենք ունենում ընտանիքի յերկրորդ անդամների կոոպերացման խնդրի հետ: Վորպեսզի կոոպերացման յենթարկենք տնային այն տնտեսուհիներին, վորոնց ամուսինները կոոպերատիվին անդամագրված են, անհրաժեշտ է տնտեսուհիների անդամագրության համար հատուկ արտոնություններ ստեղծել: Փորձը ցույց է տալիս, վոր այս ասպարեզում լավագույն արդյունքներ են տալիս կոոպերատիվի այն աշխատանքները, վորոնք փայատերերի կենցաղի բարելավման, կանանց տնային ծանր աշխատանքներից ազատագրելու և այլն նպատակներ են հետապնդում: Այդպիսի աշխատանքների թվում պետք է հիշատակել ճաշարանների, մանկական հրապարակների, կոնսուլտացիաների, մսուրների, «մայր ու մանուկ» անկյունների կազմակերպումը: Հատուկ ուշադրության արժանի յեն «մայր և մանուկ» անկյունները. վորտեղ վաճառում են այն բոլոր ապրանքները, վորոնք անհրաժեշտ են մորը, վորպես ծծմոր ու տընտեսուհու:

Ինչ վերաբերում է խոսքով ագիտացիային, ապա մեզ մոտ տարածված ագիտացիայի ձևերն են ժողովներում, միտինգներում և այլ հավաքույթներում տրվող զեկուցումները, զրույցները, դասախոսություններ, գրականության ձրի բաշխումը կամ եժան վաճառքը, թատրոնի, կինո-նկարների, ռադիո-զրույցների կազմակերպումը և այլն:

Մասսա՛յա՛կան ագիտացիային զուգահեռ և հաջող կերպով կարելի յե տանել նաև անհատական ագիտացիա, վորն ուղղված է առանձին անհատների վրա: Այս տեսակետից լավ որինակ կարող է ծառայել գյուղական մի քանի ընկերությունների կողմից կիրառվող մեթոդը՝ յերբ առանձին տնտեսությունների ու ընտանիքի կոոպերացման նպատակով ագիտատորները տնե տուն ման են գալիս և ագիտացիոն աշխատանք տանում:

5. Նոր անդամների ընդունելության կարգը

Նոր անդամներ ընդունելը վարչության պարտականությունն է:

Անդամագրվել ցանկացող անձինք վարչությանը տալիս են այս մասին գրավոր հայտարարություն:

Այս հայտարարությունների համար ցանկալի յե ձեռք բերել կամ պատրաստել վորոշ ձևի բլանկներ, վորոնց մեջ ի միջի այլոց անդամագրվողը խոստանում է ճիշտ կերպով կատարել կանոնադրության պահանջները և ընկերության մեջ գոյություն ունեցող բոլոր կանոնները:

Անդամագրվողը յուր մասին պետք է տա ավելի մանրամասն տեղեկություններ. դրա համար նա լրացնում է հատուկ հարցաթերթ (անկետա):

Հարցաթերթի մեջ պետք է լինեն կարևոր ու եական հարցեր, վորոնք գործնական նշանակություն ունեն—սոցիալական դրության, ազգության, սեռի, ընտանիքի անդամների թվի, նյութական դրության, յեկամուտների մասին, այլև անդամագրվողի հասցեն ու աշխատանքի վայրը:

Գյուղական ընկերություններում այդ հայտարարությունները քննվում են կամ վարչության նիստում, կամ այն վարչության անդամի կողմից, վորի վրա դրված է գործերի ղեկավարության վողջ պատասխանատվությունը: Քաղաքային-բանվորական մեծ ընկերություններում այդ աշխատանքը, շատ լինելու պատճառով, հանձնարարվում է հատուկ աշխատակցի կամ կազմակերպական բաժնին կից հատուկ յենթաբաժնի:

Յեթե անդամին ընդունելու արգելքներ չկան, ապա անմիջապես ընդունվում է լրիվ մուտքի վճարը և հայտարարության վրա արվում է համապատասխան նկատողություն: Միաժամանակ գանձվում է փայավճարը կամ նրա մի մասը. սակայն փայի վճարումը կարող է տեղի ունենալ նաև հետո: Անդամագրվելը փայի մուծումից չի կախված, վորովհետև համաձայն 1924 թվի մայիսի 20-ի դեկրետի՝ «մուտքի վճարը տվողը այդ մոմենտից դառնում է ընկերության անդամ»: Փայավճարը վճարելուց հրաժարվելը կարող է առիթ լինել, վոր այդ անդամը ընկերության շարքերից հեռացվի:

Յեթե վարչությունը մերժում է վորևէ մեկին անդամ ընդունել, շահագրգռված անձը կարող է այս մասին գանգատվել ընկերության ընդհանուր ժողովին (լիազորների ժողովին)։

ԳԼՈՒԽ XVII.

ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱՆԴԱՄՆԵՐԻ ԻՐԱՎՈՒՆՔՆԵՐՆ ՈՒ ՊԱՐՏԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

1. Անդամների հիմնական իրավունքներն ու պարտականությունները

Ընդհանուր գծերով ընկերության անդամների իրավունքներն ու պարտականությունները կարող են բնորոշվել հետևյալ կերպով.

ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱՆԴԱՄԸ ԻՐԱՎՈՒՆՔ ՈՒՆԻ	ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱՆԴԱՄԸ ՊԱՐՏԱՎՈՐ Է
1. Մասնակցել ընկերության գործերի կառավարման մեջ։	1. Ակտիվ մասնակցություն ունենալ ընկերության գործերը վճռելիս։
2. Ոգտվել այն բոլոր ծառայություններից, վոր ընկերությունը յուր գործունեությամբ ու փաստական դրությամբ պարտավոր է և կարող է ցույց տալ։	2. Գնել բոլոր ապրանքներն իր ընկերությունից ընդհանրապես և համապատասխան բոլոր դեպքերում բացառապես դիմել ընկերության ծառայությանը։
3. Բաժանել ընկերության մյուս անդամների հետ բոլոր այն արտոնություններն ու նյութական առավելությունները, վոր տալիս է կոոպերատիվ տնտեսությունը՝ բացառությամբ այն բոլորի, վոր ընկերությունը պահում է տնտեսության համար անբաժան ձևով։	3. Ամեն կերպ աջակցել կոոպերատիվ տնտեսությանը յուր նյութական մասնակցությամբ։

Կարիք չկա կանգ առնել ընկերության գործերին անդամների մասնակցության ու վճռելու հարցերի վրա, վորովհետև այդ մասին մենք խոսել ենք վերևում, յերբ վերլուծել ենք կառավարության ու ստուգման կազմակերպման մասին։

Մենք չենք խոսելու նույնպես ընկերության ծառայություններից ոգտվելու խնդիրների մասին։ Այս հարցերը, վորպես ընկերության տնտեսության հետ սերտ կապ ունեցող հարցեր, մենք պարզաբանելու յենք ընկերության գործունեությունն ըստ էության վերլուծելիս։

Այդ իսկ պատճառով մեր մոտակա քննության նյութը միայն ընկերության անդամների նյութական մասնակցության ու նյութական շահագրգռման խնդիրներն են լինելու։

2. Նյութական մասնակցությունը

Ընկերության անդամների նյութական մասնակցություն ասելով՝ մենք հասկանում ենք ընկերության գործերին անդամների այն մասնակցությունը, վոր նպատակ ունի ուժեղացնել ընկերության նյութական կարողությունը, ըստ վորում միևնույն է, թե այդ մասնակցությունը ինչպիսի ձև, բնույթ ու տևողականություն պիտի ունենա։

Նյութական մասնակցության հիմնական, ընկերության անդամությունից անբաժան ձևերին են պատկանում՝ ա) մուտքի վճարը, բ) փայավճարը և գ) լրացուցիչ պատասխանատվությունը։

Ծանոթություն: Բացառություն են կազմում կարմիր բանակայիններն ու այլ զինվորական ծառայողները, վորոնք աշխատավարձ են ստանում զինվորական տեսչությունների վարձատրության տարիֆների 9-րդ կարգովը և վորոնց համար փայավճար մուծելը պարտադիր չէ. պարտադիր է միայն մուտքի վճարի մուծումը։

Մուտքի վճարը—դա մի վորոշ դրամական գումար է, վոր յուրաքանչյուր անդամ ընկերությանն անդամագրվելիս մուծում է ընկերության դրամարկղը անվերադարձ, վորպես ընկերության սեփհականություն։ Այս վճարը համաձայն դեկրետի 7-րդ հոդվածի՝ 50 կոպեկից բարձր չպիտի լինի։ Մուտքի վճարը մուծվում է լրիվ ու միանգամից. մաս-մաս վճարումները չեն թույլատրվում։ Ինչպես վերևում ենք ասել, միայն մուտքի վճարը մուծելուց հետո յե մուծողը անդամ դառնում ընկերությանը։ Մուտքի վճարը չի վերադարձվում՝ վոչ անդամների ինքնակամ հեռանալուց, վոչ հեռացվելու դեպքում։ Այդ վճարը ընկերության սեփականությունն է դառնում և կազմում է նրա հիմնական ու անբաժանելի դրամագլխի մի մասնիկը։

Փայավճարը յուրաքանչյուր անդամի դրամական մասնակցությունն է ընկերության շրջանառու դրամագլխի մեջ։ Վորպես փայավճար՝ ընկերության անդամները գործի մեջ են դնում իրենց անձնական-սեփական դրամագլխի մի մասը։ Ընկերական հիմունքներով այսպես դրամագլուխ կազմելը լավագույն յեղանակն է ընկերության տնտեսությունը տանելու անհրաժեշտ շրջանառու միջոցներ ունենալու համար։

Մուտքի վճարից փայավճարը տարբերվում է նրանով, վոր
վերջինս մուծվում է ընկերությանը վոչ վորպես սե-
փականություն, այլ վորպես ընկերությանը տրամադրված
գումար։ Ընկերության անդամն իրավունք ունի յուր փայավճարը
հետ ստանալ։

Փայը ուրիշին տալ չի կարելի։ Դիմադրուրկ անել
փայավճարը—այդ նշանակում է դեմ գնալ սպառողական ընկե-
րության բնույթին. սպառողական ընկերությունը հանդիսանում
է անձնավորությունների միություն և վոչ դրա-
մագլուխների։ Հենց այդ սկզբունքիցն է բղխում 1924 թվի
մայիս 20-ի դեկրետի 8-րդ հոդվածը, վորն ասում է. «սպառո-
ղական ընկերությունների անդամներին չի թույլատրվում փայերը
ուրիշին տալ»։

ԳԼՈՒԽ XVIII.

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՅԵՎ ԼՐԱՑՈՒՑԻՉ ՓԱՅԱՎՃԱՐԱՅԻՆ ՄՈՒԾՈՒՄՆԵՐ

1. Փայավճարի չափի վորոշումը

Ինչպես մենք վերևում տեսել ենք (գլուխ I), օրենքը վորո-
շում է փայավճարի ամենաբարձր չափը (սահմանը)։ Իսկ ընկե-
րությունը յուր փայավճարի չափը վորոշելիս՝ այն մտցնում է
կանոնադրության մեջ։ Հենց այդ պատճառով փայավճարի չափի
ամեն մի փոփոխում պետք է դիտվի վորպես կանոնադրության
փոփոխում։

Յերբ մենք վորոշում ենք փայավճարի ցանկալի չա-
փը, յելնում ենք այն մտքից, վոր փայավճարը պետք է կազմի
այն դրամագլուխը, վորի ոգնությամբ սպառողական ընկերու-
թյունը կարող կլինի լիակատար չափով բավարարել յուր ան-
դամների պահանջները։

Վճարունակ սպառողական պահանջի ավյալ միջին մեծու-
թյան կամ անդամների տարեկան գնումների գումարն ի նկատի
առած՝ անհրաժեշտ դրամագլխի չափը վորոշվում է այն արագու-
թյամբ, վոր այդ դրամագլուխը մի տարվա ընթացքում աճելու յե։

Յենթադրենք, թե ընկերության մի անդամի տարեկան գը-
նումների միջին գումարը հավասար է 120 ր., և թե՝ ավյալ շըր-
ջանում առևտրի մեջ դրամագլուխը տարեկան 8 պտույտ է անում։
Բաժանելով 120-ը 8-ի վրա՝ մենք ստանում ենք 15 ր.։ Ահա այդ
15 ր. է փայավճարի ցանկալի չափը։

Այսպես ուրեմն փայավճարի ցանկալի չափը գըտ-
նելու համար՝ պետք է ընկերության մի անդամի
տարեկան սպառողական պահանջի միջին գումարը
բաժանել դրամագլխի տարեկան պտույտների քա-
նակի վրա։

Աշխատանքի կոնկրետ պայմաններում, յերբ այդպիսի փայա-
վճար հավաքելը հնարավոր չէ, հաշվի յե առնվում փայա-
վճարի լրացման հնարավորությունը զանազան
տեսակի փոխառու միջոցներով։ Յեթե ընդունենք, վոր
սեփական շրջանառու միջոցների մի րուբլուն՝ ընկերությունը
խուսափելով չափից դուրս լարումից՝ կարող կլինի գտնել մի
րուբլի փոխառու միջոցներ, ապա ցանկալի փայավճարի չափը
կարելի յե իջեցնել կիսով չափ, սակայն այս արդեն կլինի այն
ամենափոքր չափը, վորից դենը փայավճարի ցանկալի գումարը
չպիտի իջնի, յեթե ընկերությունն ուզում է լրիվ կերպով սպա-
սավորել յուր անդամներին։

2. Փայերի լրացումն այն դեպքերում, յերբ ընկերության վնասները ծածկելու համար այդ անհրաժեշտ է

Ընկերությունը չի կարող վոչ սկսել, վոչ շարունակել յուր
գործունեյությունը, յեթե նա չունի բավականաչափ փայադրա-
մագլուխ։ Այդ պատճառով էլ, վորովհետև պարտադիր փայավը-
ճարներով ծածկվում է ընկերության վնասը (յեթե հիմնական
դրամահլուխն այդ վնասը չի կարող ծածկել վնասի մեծ լինելու
պատճառով), ապա այսպիսի դեպքերում ընկերության անդամ-
ներն այդ պարտադիր փայերը պիտի լրացնեն։ Իսկ յեթե վնաս-
ները ծածկելու համար ծախսվի ամբողջ փայադրամագլուխը, ապա
ընկերության անդամները պետք է մուծեն նոր փայավճարներ։
Փայերը լրացնելու կամ նոր փայեր հավաքելու համար ըն-
կերության ընդհանուր ժողովը (լիազորների ժողովը) վորոշում է
ժամկետ։

3. Կամավոր փայավճարների գանձումը

Գործող օրենսդրության պայմաններում փայավճարները մի-
ջոցներ են, կանոնադրական նորմայից վեր կարող է ոգտա-
գործվել կամավոր փայավճարների գանձումը։
Համաձայն 1924 թվի մայիս 20-ի դեկրետի՝ ընկերության
անդամը կարող է մուծել մեկից ել ավելի փայ։ Մինչխոր-
հրդային կոոպերացիայում ընկերության մի անդամին նախ-

բոշխում եր փայերի ամենաբարձր քանակը և այդ արվում եր այն
նպատակով, որ շատ փայեր ունեցող անդամների ազդեցությունը
չուժեղանա ընկերության ներսում:
Այժմյան պայմաններում նման երևույթ մենք ունենալ չենք
կարող և ըստ երևույթին հենց դրանով էլ բացատրվում է այն,
որ դեկրետի և կանոնադրության մեջ բացակայում է նման
սահմանափակում:
Համենայն դեպս այն դեպքերում, երբ երևույթ կա,
որ մի քանի ձեռքերում կարող են կենտրոնանալ
փայերի մեծ քանակ, և հենց դրանով այդ փոքր խումբը կարող
է ճնշում գործ դնել անդամների մեծամասնության վրա, կարելի
է խորհուրդ տալ, որ հաստատվի փայերի այն ամենամեծ
թիվը, որ կարող է ունենալ ընկերության մի ան-
դամը:
Յեվ չպետք է մոռանալ այն, որ ընկերության անդամի
մեկից շատ փայ ունենալը բոլորովին էլ իրավունք չի տալիս
ձեռք բերելու գերադասություն կամ արտոնություն ընկե-
րության ծառայություններից օգտվելու հարցում (1924 թիվ
մայիս 20-ի դեկրետի 7-րդ հոդվածի ծանոթություն):
Նորմալ կանոնադրությունը թույլատրում է լրացուցիչ փա-
յեր կազմել այն գումարներից, վորոնք ընկերության անդամնե-
րին հասնում են վորպես նրանց փայերին դիվիդենտ և գնումնե-
րին պարգև (պրեմիա), յեթե իհարկե այս մասին ընդհանուր
ժողովը (լիազորների ժողովը) համապատասխան վորոշում ունի:
Պետք է ասել նաև այն, որ առանց այդպիսի վորոշման
իսկ՝ յեթե ընկերության անդամը իրեն հասանելիք դիվիդենտն
ու փայը տարեհաշիվը հաստատելուց հետո՝ յերեք ամսվա ըն-
թացքում չի ստանում, այդ գումարներից ինքնաբերաբար կազմ-
վում են կամավոր փայեր:
Լրացուցիչ փայերը հիմնական փայերի նման չեն. ընկերու-
թյան վնասների ու պատասխանատվության խնդիրներում լրա-
ցուցիչ փայերն ի նկատի չեն առնվում և նրանց վրա վոչ վնաս-
ները, վոչ էլ պատասխանատվությունը չեն տարածվում: Այդ փա-
յերը միայն կարող են պահվել այն դեպքերում, յերբ հիմնական
փայը լրիվ կամ մասամբ դուրս է գրվել ի հաշիվ ընկերության
վնասների հանդեցման—կամ ընկերության անդամների պատաս-
խանատվության դիմաց նրանցից գանձվող գումարների հաշվին:
Ընկերության հեռացող անդամներին լրացուցիչ փայերը,
ինչպես և հիմնականը վերադարձվում են, միայն տարեհաշիվը հաս-
տատելուց հետո:

Հիմնական փայը մուծվում է լրիվ կամ մաս-մաս: Փայա-
վճարի մաս-մաս մուծելու պայմաններն ու ժամկետները վորո-
շում է ընկերության ընդհանուր ժողովը (լիազորական ժողովը):
Փայավճարը մաս-մաս վճարելու անհրաժեշտությունն ըն-
կերության չքավոր անդամների համար անվիճելի յե: Սակայն
անվիճելի յե նաև այն, որ պետք է պահպանվի վորոշ տեսակի
փայավճարային կարգապահություն: Վերջինս մեծ մա-
սամբ բացակայում է, և այս հանգամանքը վատ է անդրադառ-
նում վոչ միայն ընկերության ֆինանսական դրության վրա,
այլև ընկերության անդամների ակտիվության վրա: Պետք է լավ
հիշել, որ վորքան ընկերության անդամը ընկերության դրա-
մագլխին ավելի մեծ մասնակցություն ունի, այնքան նա ավելի
յե հետաքրքրվում ընկերության գործերովը:
Ամենից առաջ փայավճարների մաս-մաս գանձելու յուր վո-
րոշումն ամեն մի ընկերություն պիտի հանի յուր անդամ-
ների զանազան խմբերի վճարունակությունից
յելնելով: Յեվ այս դեպքում ամեն մի առանձին խումբ պետք
է առանձին քննության յենթարկվի և վոչ բոլոր խմբերը միա-
սին: Առանձին մուծումների ժամկետները պետք է խիստ կեր-
պով վորոշված լինեն: և պետք է հետևել, որ անդամներն
իրենց պարտականությունները ճշգրիտ կատարեն:
Փայավճարների մաս-մաս մուծելու հատուկ արտոնյալ պայ-
մաններ պետք է ստեղծել գյուղացիության չքավոր մա-
սի համար: Վերջիններիս ամբողջ փայը մուծելու համար կա-
րելի յե նշանակել մինչև 3 տարի ժամանակ՝ վորոշելով, որ մաս-
մաս մուծումները կատարվեն ամիս-ամիս, կամ կես տարին մի
անգամ:
Ավելի մեծ արտոնություններ, քան այլ խմբերի համար,
պետք է տալ կանանց ու յերիտասարդության: Վերջիններիս լը-
րիվ փայ մուծելու ժամկետը կարելի յե նշանակել մինչև
մի տարի:
Այն անդամներին, վորոնք փայավճարի մաս-մաս մուծում-
ների ժամկետը խախտում են, պետք է հիշեցումներ անել:
Իսկ այն անդամների հարցը, վորոնք խախտում են բոլոր ժամ-
կետները և բոլորովին խուսափում են փայավճարները մուծե-
լուց, պետք է վճռել համաձայն կանոնադրության, ըստ վորի,
ընկերության այն անդամները, վորոնք առանց հարգելի պատ-
ճառների չեն կատարում իրենց՝ ընկերության հանդեպ ունե-

ցած պարտականությունները, հեռացվում են ընկերության շարքերից: Խնայել ընկերության այդպիսի անդամներին վոչ մի հիմք չկա:

5. Փայավճարները վերադարձնելու կարգը

Սպառողական ընկերության յուրաքանչյուր անդամ իրավունք ունի ընկերությունից հեռանալիս պահանջել նրանից յուր փայավճարը և իրեն հասնող ոգուտը՝ դուրս գալով իրեն բաժին հասնող վնասի գումարը:

Ընկնրությունից իրենց կամքով կամ այլ պատճառներով հեռացողներին այս խնդրում հավասարվում են նաև ընկերությունից հեռացվողները:

Վորովհետև փայավճարների վրա կարող են ընկնել ընկերության վնասները, իսկ վերջիններս միայն գործառնական տարվա վերջն են պարզվում, յերբ հաստատվում է տարեկան հաշվետվությունը, ապա կանոնադրությունը հեռացող անդամների փայավճարը վերադարձնելու համար՝ վորոշում է տարեհաշիվը հաստատելուց հետո՝ յերեք ամիս ժամկետ: Այստեղ անհրաժեշտ է հիշել նաև այն, վոր փայավճարը գործառնական տարվա ընթացքում՝ մինչև տարին փակելը վերադարձնելը շատ վնասակար հետևանքներ կարող է ունենալ, յեթե որինակ ընկերության անդամները տարեկիսին՝ իրական թե սուտ լուրերի հիման վրա՝ իբր թե ընկերության գործերը վատ են ընթանում, ընկերությունը սնանկանում է և այլն—սկսեյին իրենց փայերը հետ պահանջել և հենց դրանով պատճառ դառնային ընկերության գործերի քայքայմանը, իսկ իրական վնասների դեպքերում ընկերության վնասներն ամբողջովին կընկնեյին պարտատերերի վրա, քանի վոր ընկերության անդամները տարեկիսին իրենց փայերը հետ են ստացել: Ինքն ըստ ինքյան հասկանալի յէ, վոր այսպիսի հանգամանքներում յերրորդ անձինք յերկյուղ կկրեյին ընկերության հետ գործ ունենալուց, կփակեյին իրենց վարկերն ընկերությանը, և վերջինս չեր կարող առանց վարկի գործ անել:

Բացառություն է արվում միայն զինվորական ծառայողների համար. այն էլ միայն այն դեպքերում, յերբ տարվա ընթացքում նա յուր ծառայության վայրը վերջնականապես փոխում է: Զինվորական ծառայողներին փայավճարը գործառնական տարվա ընթացքում հետ դարձնելու խնդրում հավասարված են և զինակոչայինները:

Պետք է հիշատակել նույնպես այն կարգի մասին, վոր կիրառվում է մի տեղից մյուսը տեղափոխվող ընկերության անդամների փայավճարների՝ փոխադրման համար: Գոյություն ունեցող կանոններով ընկերության տեղափոխվող անդամին տեղեկանք է տրվում, վորի մեջ սպառողական ընկերությունը վկայում է այդ անդամի մուծած փայավճարի և գումարի մասին: Այդ տեղեկանքի մեջ նշվում է, թե տվյալ անդամի փայավճարը՝ ընկերության տարեհաշիվը փակելուց հետո՝ կտեղափոխվի այն ընկերության հասցեյով, վորի շրջանում տեղեկանքի տերը նոր բնակություն է հաստատում: Այս տեղեկանքը հիմք է ծառայում, վոր նոր բնակավայրում ընկերության վերոհիշյալ անդամը առանց ձգձգումների անդամագրվի կոոպերատիվին՝ չմուծելով նոր փայ: Ցեթե տարեվերջին նրա փայը հին ընկերությունից չի փոխադրվի, այլև յեթե ընկերությունը տեղեկություն կստանա, վոր փայը վնասների հանգեցման է հատկացված, նոր բնակավայրում գործող ընկերությունը իրավունք ունի յուր նոր անդամից ընդհանուր հիմունքներով պահանջել փայավճարի մուծումը:

ԳԼՈՒԽ XIX.

ԼՐԱՑՈՒՑԻՉ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆ

1. Ինչի համար է հարկավոր լրացուցիչ պատասխանատվությունը

Ընկերության նյութական ունակության և ույժի պահպանման գործում եական մոմենտ է հանդիսանում ընկերության պարտավորությունների ու վնասների դիմաց անդամների լրացուցիչ պատասխանատվությունը:

Այն կանխիկ միջոցները, վոր ընկերության անդամներն իրենց տնտեսություններից հանում են կոոպերատիվի տնտեսության համար, այսինքն կանխիկ մուծած փայերը չեն կարող այնքան շատ լինել, վոր ընկերությունը միայն նրանց վրա հենվելով, յուր գործունեյությունը լայնացնի այնպես, վոր յուր անդամների բոլոր պահանջները բավարարել կարողանա: Ապրանքային վարկերը և փոխառություններն ընկերության սեփական միջոցների անհրաժեշտ լրացումն են կազմում:

Բայց վորպեսզի ընկերությունը կարողանա այդ ապրանքային ու դրամական վարկերի վրա հույս դնել, անհրաժեշտ է, վոր նա վստահություն ներշնչե դեպի իրեն:

Վստահության հիմքը ազգաբնակության համար գործի կանոնավոր կազմակերպումն ու ղեկավարումն է: Սակայն վարկա-

վորող հիմնարկները միշտ էլ հաշվի չեն առնում, վոր ընկերու-
թյան գործերը կարող են վատթարանալ, և այդ հանգամանքը չի
կարող բացասական կերպով չազդել ընկերության վարկունակու-
թյանը գնահատական տալուն։ Ահա թե ինչու այդ վստահությունը
պետք է ունենա ամուր հիմք։ Այդ հիմքը հենց ընկերության
անդամների լրացուցիչ նյութական (արժեքային) պատասխանա-
տվությունն է։

2. Լրացուցիչ պատասխանատվության չափը

Լրացուցիչ պատասխանատվությունը հանդիսանում է այն,
վոր ընկերության յուրաքանչյուր անդամ, բացի պարտադիր փայից,
լրացուցիչ կերպով պատասխանատու չե մի վորոշ
գումարի սահմաններում ընկերության պարտա-
վորությունների համար։ Իսկ այս նշանակում է, վոր ըն-
կերության տրվող վարկերը ապահովվում են վոչ միայն ընկե-
րության ունեցած դրամագլուխներովը, այլև նրա անդամների
անձնական ունեցվածքով։

Յուրաքանչյուր ընկերություն ինքն է վորոշում ըստ յուր
հայեցողության լրացուցիչ պատասխանատվության չափը,
սակայն այդ վորոշումը կատարվում է բացառապես կանոնադրա-
կան կարգով։

Սպառողական Կոոպերացիայի գործնականում չի կիրառվում
անդամների անսահման պատասխանատվություն։

Սովորաբար լրացուցիչ պատասխանատվությունը վորոշվում
է հիմնական փայի մի քանի «պատիկ» չափով — հնգապատիկ,
տասնապատիկ և այլն պատասխանատվություն։ Այսպես օրինակ՝
յեթե փայը հավասար է 10 ռուբլու, ապա հնգապատիկ պատաս-
խանատվություն կնշանակի, վոր ընկերության անդամը կարող է
ընկերության պարտավորությունների ու վնասների համար վը-
ճարել 50 ռ., տասնապատիկ պատասխանատվության դեպքում —
100 ռուբլի և այլն։

Հիմնական պատասխանատվությունը թե պարտատեր փա-
յերի, թե լրացուցիչ պատասխանատվության այսքան կամ այնքան
«պատիկ» գումարով հաշվվում է վոչ թե փաստորեն հավաքած
փայավճարի գումարի հիման վրա, այլ կանոնադրության մեջ հաս-
տատված պարտադիր փայի հիման վրա։ Այսպես օրինակ՝ յեթե
կանոնադրությամբ վորոշված փայի չափը 10 ռուբլի յե և պատաս-
խանատվությունը 10-ապատիկ, ապա ընկերության անդամը պա-
տասխանատու յե 100 ռուբլով, յեթե նույն իսկ նա մուծել է միայն
2 ռ. փայավճար։

3. Բռնագանձումներ լրացուցիչ պատասխանատվության համար

Ինչ վերաբերում է այն հարցին, թե յերբ կարող է ան-
դամներից բռնագանձվել լրացուցիչ պատասխանատվության դի-
մաց այս կամ այն գումարը, պետք է պատասխանել, վոր այդ
կարող է պատահել թե ընկերության գոյության ընթացքում, թե
նրա լիկվիդացիայի ժամանակ։

Ընկերության գոյության ընթացքում այդ կարող է պատա-
հել այն դեպքում, յերբ ընկերության գործերի հետևանքում
ստացված վնասները ծածկելու համար չի բավականանում թե ըն-
կերության հիմնական դրամագլուխը, թե հավաքած փայավճարը։
Այս դեպքում ընդհանուր ժողովի կամ լիազորների ժողովի վորոշ-
ման համաձայն՝ պակասող գումարը բաշխվում է բոլոր անդամ-
ների մեջ համաձայն վերջինների իրենց վրա առած լրացուցիչ պա-
տասխանատվության. ընկերության այն անդամների դեմ, վորոնք
չեն կատարի իրենց պարտավորությունները, հարուցվում է քա-
ղաքացիական հայց դատական կարգով։

Ընկերության լիկվիդացիայի ժամանկ լրացուցիչ պատաս-
խանատվության գումարները կարող են գանձվել այն դեպքերում,
յերբ ընկերության ունեցած միջոցներով բոլոր պարտքերը ծած-
կելն անհնարին է լինում։ Լիկվիդացիոն հանձնաժողովը (կամ
վարչությունը, յեթե նրան է հանձնարարված ընկերության լու-
ծարքումը) այս դեպքում վարվում է ճիշտ այնպես, ինչպես առա-
ջին դեպքում. այսինքն՝ պակասող գումարը հավաքում է համա-
ձայն կանոնադրությամբ վորոշված լրացուցիչ պատասխանատը-
վության չափի։

4. Լրացուցիչ պատասխանատվության գնահատականը

Լրացուցիչ պատասխանատվությունը շատ լուրջ խնդիր է և
լավ մտածված կերպով պիտի ընկերության անդամների կողմից
հաշվի առնվի։

Ճիշտ է, կոոպերատիվ կյանքի փորձը ցույց է տվել, վոր լը-
րացուցիչ պատասխանատվության օգտագործմանը շատ քիչ դեպ-
քերում են դիմել, սակայն ընկերության անդամները պիտի ի-
մանան, վոր նման դեպքերը հնարավոր են։

Դրա համար էլ լրացուցիչ պատասխանատվությունն ընկե-
րության անդամների մեջ առաջ պիտի բերի ավելի մեծ ուշա-
դրություն դեպի ընկերության գործերը, ավելի ակտիվություն և
հետաքրքրություն։ Դժբախտությունը միայն այն է, վոր անդամ-
ները շատ հաճախ չեն իմանում, թե կանոնադրությամբ նրանց

վրա ինչ պատասխանատվություն կա։ Այդ իսկ պատճառով անհրաժեշտ է ընկերության անդամների առաջ հնարավորին չափ պարզ ու վորոշ բացատրել այդ խնդիրը։ Այդ հնարավոր է միայն ընկերության յուրաքանչյուր անդամից ստորագրություն առնելով, վորի մեջ հատուկ կերպով շեշտված է, թե ընկերության անդամը՝ համաձայն կանոնադրության՝ յուր վրա յե առնում լրացուցիչ պատասխանատվություն։

Պետք է նկատել նաև այն, վոր նոր անդամների վրա տարածվում է ընկերության այն պարտավորությունների ու վնասների պատասխանատվությունը, վորոնք առաջ են յեկել մինչև նրա անդամագրությունը։ Իսկ հեռացող անդամի պատասխանատվությունը շարունակվում է մինչև այն գործառնական տարվա վերջը, վորի ընթացքում նա ընկերությունից հեռացել է։

ԳԼՈՒԽ XX.

ՆՅՈՒԹԱԿԱՆ ՄԱՍՆԱԿՑՈՒԹԱՆ ԱՅԼ ՁԵՎԵՐԸ

1. Լայնացրած նյութական մասնակցություն

Ընկերության անդամի մասնակցությունը յուր ընկերության տնտեսությանը կարող է չսահմանափակվել վերոհիշյալով։ Այնտեղ խոսքը միայն այն մասնակցությանն էր վերաբերում, վորը պարտադիր է ընկերության յուրաքանչյուր անդամի համար։ Շատ հաճախ ընկերության անդամներն ավելի հեռու յեն գնում և իրենց միջոցների մի մասը կամավոր կերպով տրամադրում են կոոպերատիվ կազմակերպությանը։ Այդ միջոցների հաջող գանձումը կախված է ընկերության ղեկավարների յեռանդից, ընկերության անդամների գիտակցության մակարդակից և ընկերության կողմից անդամների կարիքները լրիվ բավարարելու ստիճանից։

Նյութական մասնակցության բազմաթիվ ձևերից մենք կանգ կառնենք միայն նրանց վրա, վորոնք ավելի հաճախ են պատահում սպառողական ընկերությունների գործնականումը։

2. Նպատակային կանխույթներ

Այդ ձևերից մեկն են—նպատակային կանխույթները։

Շատ հաճախ է լինում, վոր ընկերությունն այս կամ այն ապրանքը կարող է ձեռք բերել միայն նրա արժեքը սկզբից վճարելով։ Պատահում են նաև այնպիսի դեպքեր, յերբ սպասվում է, վորևե անհրաժեշտ ապրանքի խիստ պակասություն և ընկերությունն ստիպված է լինում այդ ապրանքից մեծ պաշար պատրաստել, չսպասելով նրա փաստական պահանջն զգացվելուն։ Այլ դեպքերում ընկերությունը հնարավորություն չի ունենում պահել յուր պահեստներում և խանութներում բավականաչափ մեծ ապրանքային պաշարներ. այսպես է լինում հաճախ այն ապրանքների վերաբերմամբ, վորոնց պահպանման համար հարկավոր են հատուկ շենքեր ու հարմարություններ և վորոնց լավ դրության մեջ պահելը կապված է դժվարությունների ու դրամական մեջ ծախքերի հետ։ Այսպիսի դեպքերում ընկերության անդամների մատակարարումը պիտի ապահովել նախորոք այդ ապրանքի համար բաժնորդագրություն ընդունելով. այսինքն՝ պարտավորություն, վոր ավյալ ապրանքն ստացվելուն պես՝ բաժնորդը յուր բաժինը վերցնելու յե անմիջապես։

Այսպես են անում սովորաբար այն ապրանքների վերաբերմամբ, վորոնց «պաշարը տեսնում են» ձմեռվա համար. այդպես են օրինակ՝ փայտը, գետնախնձորը, կաղամբը և այլն։

Մեր բերած այս բոլոր դեպքերում էլ կարելի յե կիրառել նպատակային կանխույթները, վորոնց էությունն այն է, վոր ընկերության անդամները մուծում են ընկերության դրամարկղը վորոշ գումար՝ ձեռք բերելու համար անհրաժեշտ, նախորոք վորոշված ապրանքներ։

3. Խնայողությունների հանձնումը սպառողական ընկերությանը

Նյութական մասնակցության մյուս ձևը խնայողությունների հանձնումն է ընկերությանը պահպանության համար։

Կանգ չառնելով այս գործի կազմակերպման մանրամասնությունների վրա (մենք այս մասին խոսելու չենք, յերբ վերլուծենք ընկերության ֆինանսները), նկատենք միայն հետևյալը։

Աշխատավոր սպառողը յուր փողերը հետ է ձգում վոչ թե կուտակման նպատակով, այլ վոր նա հետագայում բավարարե յուր կարիքները։ Հենց այդ «հետ ձգած» դրամների հանձնումը յուր ընկերությանը, վորպեսզի վերջինս ավելի հնարավորություն ունենա անհրաժեշտ ապրանքներ պատրաստել,—հենց այդպիսի նյութական մասնակցությունը լավագույն միջոցն է՝ ուժեղացնելու յուր ընկերության տնտեսությունը. միաժամանակ դա լավագույն ապացույցն է, թե վորքան սպառողը յուր սեփական շահերը լավ է գիտակցել։

ԳԼՈՒԽ XXI.

ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱՆԴԱՄՆԵՐԻ ՆՅՈՒԹԱԿԱՆ ՇԱՀԱԳՐԳՌՈՒՄԸ

1. Նյութական շահագրգռման նշանակությունը

Ընկերության անդամները որոշ նյութական զոհողություններ են կրում, կարող են ավելին էլ կրել, նայած, թե նրանք ինչպիսի գնահատական են տալիս այն ծառայություններին ու արտոնություններին, որ իրենք են ստանում ընկերությունից:

Ընկերության գործունեության ընթացքում անդամների նյութական շահագրգռման խնդիրը, այդ շահագրգռման ավելի պարզ ու որոշ լինելն ու ավելի ուժեղացնելու խնդիրը կարելի յե մեր կոոպերատիվ կազմակերպությունների գործնական և ամենօրյա կարևորություն ունեցող խոշոր խնդիրներից մեկը համարել:

Այն բարդ պայմանները, որոնցում աշխատում է խորհրդային սպառողական կոոպերացիան և նրա գործունեության հսկայական թափը թույլ չեն տվել, որ այս հարցը յուր պարզորոշ տեղը գրավի մեր գործնական աշխատանքների շարքում: Հենց այն, ինչ որ սպառողին շատ ձեռնտու յե—ապրանքի վաճառքը շուկայի միջին գներից ցած գնով—ի նկատի ունենալով կոոպերատիվ առևտրի մեջ այդ սկզբունքի լայն կիրառումը և ամբողջ շուկայի գները կանոնավորողի ու ազդող լինելու փաստը,—այժմ այնքան բնական ու սովորական է դառել, որ սպառողը դադարել է տեսնել այն առավելությունը, որ նա ստանում է ուժեղ կոոպերատիվ կազմակերպություններից:

Հենց այդ պատճառով սպառողական ընկերությունների ամենահրատապ անելիքներից մեկն է անդամների շահագրգռման խրախուսիչ ձևերի ուժեղացումը, նրանց համար նոր արտոնություններ ու առավելություններ ստեղծելով:

Տեսնենք, թե գործնականում ինչպես է լուծվում այս խնդիրը:

2. Վաճառքի գներից զեղչեր անելու սիստեմը. նրա պակասությունները

Շատ վաղուց չէր, որ մեր սպառողական ընկերությունները՝ անդամներին ապրանք վաճառելիս՝ վաճառքի գնից որոշ զեղչ էին անում:

Անդամների ու ոչ անդամների համար հաստատված էին միևնույն գները, սակայն երբ անդամն է գնումներ կատարում, նրան որոշ տոկոս զեղչ են անում:

Այս սիստեմի պակասավոր կողմը շատ շուտ հայտնաբերվեց
բոլորի համար ակնհայտնի ձևով:
Հիմնական և ամենագլխավոր պակասն այդ սիստեմայում
այն էր, որ զեղչը կատարվում էր բոլորովին անկախ այն բա-
նից, թե ինչպեսի հետևանք ունի տվյալ առևտրական գործառքը,
և դրա համար էլ այդ զեղչը հաճախ ավելացնում էր ընկերության
վնասը կամ՝ եթե վնաս չկար՝ առաջացնում էր այդ վնասը:
Նախատեսել այդ և դրա առաջն առնել հնարավոր կլիներ
միայն այն դեպքում, եթե արվելիք զեղչը հաշվի առնվեր
ապրանքների գնահատման ժամանակ: Իսկ այս դեպ-
քում ապրանքի գինը կբարձրանար: Եվ հենց դրանով զեղչի
ձեռնտու լինելը նախօրոք բացառված կլիներ:
Իսկ եթե այս դեպքում զեղչի գումարները հնարավոր լի-
ներ ստանալ կողմնակի գնորդներից, պարզ է, այդ կստեղծեր մի
դրություն, երբ ընկերության անդամները շահվում են կողմ-
նակիների հաշվին, մի դրություն, որ կոոպերատիվ տեսակետից
անթույլատրելի յե:
Հենց այդ պատճառով է, որ սպառողական ընկերություն-
ները մեկը մյուսի հետևից սկսեցին հրաժարվել զեղչի սիստեմից
և փնտռել անդամներին խրախուսելու այլ յեղանակներ: Այժմ
արդեն զեղչի կիրառումը հազվադեպ տեղի ունի:

3. Գնումների պարգևատրումը *(պրեմիա)*

Ընկերության անդամների խրախուսման ավելի
ճիշտ յեղանակ պիտի համարել գնումների պարգևատր-
ումը, որ արտահայտվում է անդամներին ընկերության օգուտի
մի որոշ մասի բաշխումով:
Գնումների պարգևատրման հիմքում գոյություն ունի օգուտի
վերադարձման յուրահատուկ մի սկզբունք, որը այլ կարգի տըն-
տեսական միությունների մեջ կիրառվող օգուտներին մասնակ-
ցելու սկզբունքից տարբերվում է: Գնումների պարգևատրման
միջոցով անդամներին հետ է տրվում օգուտի այն մասը, որը
նրանք ստեղծել են ընկերությունից գնումներ
անելով, և մինչև իսկ այդ մասն ամբողջովին չի վերադարձվում,
յեթե ընկերության անդամները գիտակցությամբ իրենց սահմա-
նափակում են՝ ստանալով օգուտի քիչ մասը և ընկերությանը
թողնելով օգուտի մեծ մասը՝ ընդհանուր գործի լայնացման նը-
պատակով:

Հենց այստեղից էլ առաջանում է այն, որ անդամների պարգևատրումը կատարվում է նրանց գնումներին համապատասխան. այսինքն՝ ընկերության վաճառքի շրջանառության մեջ մասնակցության համեմատ, քանի որ այդ շրջանառությունից է օգուտն ստացվում:

Այստեղից պարզ է, որ գնումների պարգևատրումը վոչ մի ընդհանուր բան չունի «աշխատանքի» (нажива) հետ, մանավանդ այն «աշխատանքի» հետ, որ մասնավոր գնորդների հաշվին է ստացվում: (Այստեղ «աշխատանքը» պետք է հասկանալ օգուտ):

Գնումների պարգևատրման մասին կարելի յե խոսել միայն այն դեպքում, յերբ շրջանառությունից օգուտներ են ստացվում իսկ օգուտի մի մասի վերադարձն ընկերության անդամներին, այլև այդ մասի չափը վորոշելը բնականաբար պիտի յելնի ընդհանուր ժողովից կամ լիազորների ժողովից, վորովհետև ընդհանրապես օգուտների բաշխումն ընկերության բարձրագույն մարմնի իրավասության յենթակա հարցերի շարքին է պատկանում:

4. Պարգևավճարման չափի հաշվելը յեվ նրա բաշխման կարգը

Այսպես ուրեմն՝ յենթադրենք, թե շրջանառություններից ստացված օգուտից վորոշված է ընկերության անդամներին բաշխել 2400 ռ.: Ինչպես պիտի բաժանել այդ գումարն ընկերության առանձին անդամների մեջ:

Ամենից առաջ պետք է հաշվել, թե անդամների գնումների յուրաքանչյուր մի ռուբլուն ինչքան պետք է պարգև տալ: Յեթե անդամների հետ յեղած վաճառքի շրջանառությունը հավասար է 80.000 ռուբլու, ապա բաժանելով 2.400 ռուբլին 80.000-ի վրա, մենք ստանում ենք յուրաքանչյուր ռուբլուն 3 կոպեկ կամ $3^0/_0$: Այժմ արդեն մենք ճիշտ հիմք ունենք վորոշելու, թե յուրաքանչյուր անդամի՝ նայած թե նա ինչ գումարի գնումներ է կատարել՝ վորպիսի գումար է հասնում: Այն անդամին, վոր տարվա մեջ 120 ռ. գնումներ է կատարել, պետք է վճարել 120×3=3 ռ. 60 կ., 150 ռուբ. գնումներին պիտի վճարել 150×3=4 ռ. 50 կ. և այլն:

Ինչ վերաբերում է ընկերության առանձին անդամների գնումների հաշվառմանը — նպատակահարմար պիտի համարել այն կարգը, յերբ ընկերության անդամներին խանութներից ապրանքներ ծախելիս՝ տալիս են հատուկ դրոշմանիշներ (մարկաներ), վորոնց վրա նշանակված է լինում ամեն մի

անգամ գնված ապրանքների արժեքը: Այդ դրոշմանիշները պահվում են անդամների մոտ՝ մինչև վոր հայտարարություն է տրվում, թե ընկերությունն այդ դրոշմանիշներն ընդունում է հաշվառման յենթարկելու և պարգևատրման հատկացված գումարի բաշխման համար:

Ըստ նորմալ կանոնադրության՝ պարգևատրումը կատարվում է տարեհաշիվը հաստատելուց հետո, յերեք ամսվա ընթացքում. ընկերության անդամներին հասանելիք գումարից ամենից առաջ պետք է ծածկել փայավճարի չմուծած մասը և ապա մնացորդ գումարը վճարել անդամներին կանխիկ փողով: Ընկերության այն անդամները, վորոնք յերեք ամսվա ընթացքում իրենց հասանելիք գումարները չեն ստանա, դրանով իսկ համաձայն կանոնադրության, համաձայնության են տալիս այդ գումարներից կազմելու լրացուցիչ փայեր:

Պետք է նկատել, վոր այն բոլոր դեպքերում, յերբ ընկերության անդամները գնումների հաշվառման համար ժամանակին չեն ներկայացնի դրոշմանիշները կամ գնումները հաստատող այլ փաստաթղթեր, այդ չհաշվառված գնումներին հասնող պարգևատրման գումարները գրվում են հիմնական դրամագլխի հաշվին:

5. Պարգևավճարում՝ կանխորոշած տոկոսային չափով

Գնումների պարգևատրման վերոհիշյալ սիստեմի հետ (պետք է ասել, վոր այդ սիստեման միակ ճիշտ ու կոոպերատիվորեն հիմնավորված սիստեման է) չպետք է խառնել նույնանուն, սակայն ըստ էության բոլորովին այլ տեսակի խրախուսման ու անդամների նյութական շահագրգռման մի ձևը, վոր մինչև այժմ էլ կիրառվում է մեր սպառողական ընկերություններից շատերի գործնական կյանքում: Մենք ի նկատի ունենք անդամների ընթացիկ պարգևատրումը՝ համապատասխան նախորոք վորոշված տոկոսներով՝ ըստ նրանց գնումների գումարի: Պարգևատրման այս ձևը տարբերվում է իսկական գնումների պարգևատրումից նրանով, վոր այդ պարգևատրումը կատարվում է վոչ թե տարվա վերջը և վոչ թե օգուտի մի քանի վերադարձումով, այլ նախօրոք և անկախ այն բանից, թե ընկերությունն օգուտ է ունենալու, թե վնաս: Այդ գումարները տրվում են անդամներին վորոշ ժամանակաշրջաններ անցնելուց հետո (պարբերաբար), կամ վորոշ գումարներ կուտակելուց հետո:

Պարզ է, վոր պարգևատրման այս ձևն ըստ էության ավելի նման է զեղչին, քան պարգևի այն ձևին, վոր մենք վերը նշ-

կարագրեցինք: Նա միայն նյութական շահագրգռման հին ձևերից դեպի իսկական պարգևատրման անցնելու անցողակի մի շրջանն է, մի ժամանակավոր ձև:

6. Փայավճարներին տոկոսների վճարումը

Կարելի յե հատուկ ձևով խրախուսել նաև անդամների փայավճարային մասնակցությունն ընկերության գործերին:

Ըստ նորմալ կանոնադրության՝ ընկերության շրջանառություններից ստացված ոգուտից ընդհանուր ժողովը կամ լիազորների ժողովը կարող է վորոշ գումար հատկացնել՝ փայավճարներին վորոշ տոկոս վճարելու նպատակով, ըստ վորում այդ տոկոսը չպիտի ավելի բարձր լինի միջին բանկային տոկոսից:

Այն հանգամանքը, վոր տոկոսը սահմանափակվում է միջին բանկային չափով, փայերին տոկոսներ վճարելու այս կարգը խիստ կերպով տարբերվում է այն կարգից, վոր գոյություն ունի կապիտալիստական տիպի միություններում (բաժնետիրական ընկերություններում և այլն). վերջիններում, ինչպես հայտնի յե, ոգուտի բաշխումն ըստ փայերի, ըստ մուծած դրամագլխի, հանդիսանում է հիմնական սկզբունք, վոր վոչ մի կերպ չի կարող սահմանափակման յենթարկվել:

Տոկոս է վճարվում միայն լրիվ մուծված հիմնական և լրացուցիչ փայերին: Վոչ լրիվ փայերին տոկոսներ չեն վճարվում: Տոկոսները վճարվում են փայավճարների ընկերության տրամադրության տակ գտնվելու ժամանակին համեմատ, ըստ վորում հաշվի յեն առնվում միայն լրիվ որացույցային ամիսները:

Տոկոսները վճարվում են տարեհաշիվը հաստատելուց հետո՝ յերեք ամսվա ընթացքում: Չպահանջված տոկոսներից նույնպես կազմվում են կամավոր լրացուցիչ փայեր:

7. Արտոնություններ անդամներին՝ ապրանքների բաշխման ժամանակ

Անդամներին խրախուսելու և նյութական շահագրգռման այլ գործնական յեղանակներին են պատկանում ընկերության անդամների համար կիրառվող այլ արտոնություններ՝ ապրանքների բաշխման և վաճառքի բնագավառներում:

Ընկերությունը յուր անդամների համար պիտի ապահովի ապրանքները հերթից դուրս ստանալու անվիճելի իրավունքը: Այս խնդրի լուծումը մեծ նշանակություն ունի այն

ընկերություններում, վորտեղ որվա վորոշ ժամերին գնորդների մեծ կուտակումն է լինում՝ խանութից ապրանքներ գնելու նպատակով: Գյուղական ընկերություններում այդ լինում է սովորաբար յերեկոները և տոն որերին:

Նույնպես հերթից դուրս ընկերության անդամներից պետք է ընդունել մթերքներ ու հում նյութեր այն ընկերություններում, վորոնք մթերումներ ու պատրաստումներ են կատարում:

Այն դեպքերում, յերբ սպառողին անհրաժեշտ վորևե ապրանքի պակաս է զգացվում, մեծ նշանակություն է ստանում պակասող ապրանքի առանձնացումը բացառապես անդամների կարիքները բավարարելու նպատակով: Շատ բնական է, վոր սպառողական ընկերությունն իրավունք ունի ու պարտավոր է նախ և առաջ հոգ տանել յուր անդամների համար, վորոնք ընդհանուր գործի մասնակիցներն են: Այս կարգը չի կարելի դիտել վորպես մի արտոնություն, վոր մշտապես պատկանում է մի սահմանափակ շրջանի անձնավորությունների, քանի վոր ընկերության դռները բոլոր աշխատավորների առաջ բաց են, և ընկերությանն անդամագրվելը նրանց սեփական ցանկությունից է կախված:

Ընկերության անդամներին պիտի հնարավորություն տալ իրենց ապահովելու պետքական ապրանքներ ընտրելով. այս իրականացնելու համար ընկերության անդամներին պիտի մասնակից դարձնել գնվելիք ապրանքների տեսակները (ասսորտիմենտը) վորոշելու գործին:

Վերջապես յեթե ընկերության մեջ վարկավորումը (ապառիկ առևտուրը) թույլատրվում է, ապա վարկավորվել կարող են միայն ընկերության անդամները:

ԳԼՈՒԽ XXII.

ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԿԱԶՄԻՑ ԴՈՒՐՍ ԳԱԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

1. Չորս հնարավոր դեպքեր

Յեթե մի կողմ թողնենք ընկերության լուծարքի (լիկվիդացիայի) դեպքերը, յերբ ընկերությունից հեռանում է անդամների ամբողջ մասսան, և խոսենք ընկերության առանձին անդամների ընկերության հետ ունեցած կապերին վերջ տալու մասին, ապա կարելի յե տարբերել հետևյալ չորս դեպքերը. 1) կամավոր հեռացումը, 2) վոչ կամովին հեռացումը, 3) ժամանակավորապես հեռացնելը և 4) մահը:

Ընկերության յուրաքանչյուր անդամ կարող է կամավոր կերպով և յերբ ուզում է՝ հեռանալ ընկերության շարքերից։

Այս դեպքում նա գրավոր հայտարարություն է տալիս ընկերության վարչությանը և ընկերությունից դուրս է համարվում՝ հայտարարությունը տալու մոմենտից։

Հնարավոր է նաև անդամին ընկերությունից հ ե ռ ա ց ն ե լ ը։ Համաձայն կանոնադրության՝ հեռացնելուն առիթ կարող են ծառայել. ա) յեթե ընկերության անդամը յուր պարտավորությունները հանդեպ ընկերության չի կատարում՝ առանց հարգելի պատճառների, բ) յեթե նա խախտում է ընկերության վարչական մարմինների օրինական պահանջները և գ) յեթե նա յուր գործողություններով ընկերությանը վնաս է հասցնում։

Ցեվ վորովհետև ընկերությունից հեռացնելը շատ ծանր միջոց է ընկերության առաջ հանցավոր համարվող անդամի համար, այդ իսկ պատճառով՝ հեռացումը, հնարավոր սխալներից ապահոված լինելու համար, կատարվում է մեծ զգուշությամբ։

Այդ զգուշությունն արտայայտվում է հետևյալով. ընկերության անդամը կարող է հեռացվել ընկերության շարքերից անպայման և միայն ընդհանուր ժողովի կամ լիազորների ժողովի վորոշմամբ, այն էլ յեթե այդ ժողովն ունի ուժեղացրած կվորում, և վորոշումն ընդունված է ձայների $^{2}/_{3}$-ի մեծամասնությամբ։ Այս դեպքում ընկերության անդամն իրավունք ունի, նախ քան վարչության առաջարկը նրան ընկերությունից հեռացնելու մասին քվեարկության դնելը, տալ ընդհանուր ժողովին (կամ լիազորների ժողովին) յուր բացատրությունները։

Այլ բան է բոլորովին ընկերությունից մ ե խ ա ն ի կ ո ր ե ն հ ե ռ ա ց վ ե լ ո ւ դ ե պ ք ը, յերբ ընկերության անդամը կորցնում է խորհուրդների մեջ ընտրական իրավունք ունենալը։

Վորովհետև համաձայն գոյություն ունեցող օրենքների՝ ընկերության անդամ կարող են լինել միայն այն քաղաքացիները, վորոնք ընտրական իրավունքներ ունեն խորհուրդների ընտրության ժամանակ, ապա այն բոլոր դեպքերում, յերբ ընկերության անդամը կորցնում է յուր այդ իրավունքը, նա ինքնաբերաբար հեռացվում է ընկերությունից, և վարչունը նրա անունը ջնջում է ընկերության անդամների ցուցակից։

Ընկերությունից դուրս գալու վերջին առիթը մահն է։ Ընկերության անդամ լինելը — զուտ անձնական բովանդակություն ունի (կոոպ. անձնավ. միություն է) և այդ իսկ պատճառով անդամության իրավունքը չի անցնում մահացած անդամի ժառանգներին, այլ դադարեցնում է յուր գոյությունը՝ անդամի մահից անմիջապես։

2. Ընկերության հետ նյութական հարաբերությունների դադարումը

Վերոհիշյալ բոլոր դեպքերի համար ընդհանուր պիտի համարել այն, վոր անդամ լինելու իրավունքը դադարում է գործել, հենց վոր համապատասխան դեպքը տեղի յե ունենում, սակայն դուրս գալու հետ միաժամանակ և անմիջապես անդամի նյութական կապերը չեն կտրվում ընկերությունից, այլ ավելի ուշ՝ ընկերության տարեհաշիվը վերջնականապես հաստատվելուց հետո։

Այսպես վերոհիշյալ չորս դեպքերի համար էլ հեռացող անդամի փայավճարը վերադարձվում է միայն տարեկան հաշվետվությունը հաստատվելուց հետո, իսկ նրանց պատասխանատվությունը ընկերության վնասների ու պարտավորությունների դիմաց ույժի մեջ է մնում այն ամբողջ գործառնական տարվա վերաբերմամբ, յերբ տեղի յե ունեցել ընկերությունից դուրս գալը։ Ցեվ այս կարգը հավասարաչափ վերաբերում է նաև ընկերության մահացած անդամների նյութական իրավունքներին ու պարտավորություններին։

Ժառանգները չեր կարող մտնել ընկերության կազմի մեջ՝ ընկերության մահացած անդամի փոխարեն, քանի վոր անդամությունը սերտ կերպով կապված է անձնավորության հետ, սակայն նրանք ժառանգում են այն իրավունքներն ու պարտավորությունները, վորոնք բացառապես նյութական կամ ունեցվածքային բընույթ ունեն։ Այստեղ պիտի նկատել հետևյալը. յեթե ժառանգը մահացածի ժառանգությունն ընդունելուց հրաժարվում է, ապա պարզ է, վոր նա հենց դրանով ազատվում է նաև ընկերության առաջ պատասխանատվություն ունենալուց և զրկվում է ընկերության մահացած անդամի թողած ունեցվածքը ժառանգելու իրավունքից։ Այս առանձնահատկությունը բղխում է ժառանգության վերաբերմամբ գոյություն ունեցող ընդհանուր օրենքներից։

ՀԻՆԳԵՐՈՐԴ ՄԱՍ

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՅՈՒԹՅՈՒՆԸ

ԳԼՈՒԽ XXIII.

ԿՈՈՊԵՐԱՏԻՎ ԱՌԵՎՏՈՒՐԸ, ՆՐԱ ՆՊԱՏԱԿՆԵՐԸ ՅԵՎ ՈՒՂՂՈՒԹՅՈՒՆԸ

1. Կոոպերատիվ յեվ մասնավոր-կապիտալիստական առևտուրը

Սպառողական ընկերության տնտեսական գործունեյությունը գլխավորապես առևտուրն է։

Կոոպերատիվ առևտուրը խիստ կերպով տարբերվում է մասնավոր-կապիտալիստական առևտրից, վորովհետև նա այն հասարակ առուծախը չէ, վորի նպատակը օգուտներ ստանալն է։

Կոոպերատիվ առևտուրը ձգտում է կատարել ժողովրդական տնտեսության մեջ անհրաժեշտ մի դեր՝ արտադրողից արտադրանքը (ապրանք, մթերք) սպառողին հասցնելով։ Օգուտի խնդիրը այս դեպքում յերկրորդական տեղ է բռնում։

Սպառողական ընկերության առևտրական գործունեյության նպատակն է սպառողներին սպասավորելը, նրանց կարիքների բավարարումը։

Ինչով է արտահայտվում սպառողական ընկերության լայն մասսաներին սպասավորելը։

Այդ սպասավորման ճանապարհները տարբեր են, սակայն հիմնական ուղղությունը միշտ մեկն է՝ սպառողի բյուջեյի վրա ուղղակի ազդեցություն ունենալը։

Վորպեսզի հասկանանք այդ ազդեցություն ունենալու իրական լինելը, մի թռուցիկ հայացք ձգենք՝ տեսնելու, թե ինչ է ՍԽՀՄ բանվորական մի ընտանիքի բյուջեն, ինչ է ներկայացնում բանվորի և գյուղացու բյուջեն։

2. Բանվորի բյուջեն յեվ սպառողական ընկերության նրա վրա ունեցած ազդեցությունը

Սպառողի բյուջե — նշանակում է նրա յեկամուտների ու ծախսերի ցուցակը։

Բյուջեյի յեկամուտների կողմը ցույց է տալիս, թե ինչ մուտքեր և ինչ աղբյուրներից են այդ մուտքերը լինում. ծախսերի կողմը — այդ միջոցների մսխումը և թե մսխումների վոր մասը ինչի վրա յե կատարել։ Համաձայն վերջին հետազոտությունների՝ հետևյալ թվերումն է արտահայտվում (ընդհանուր յեկամուտի %%-յին մասերով). տես „Статистику труда“, № 2, 1926 թ.)։

Յեկամուտները		Ծախսերը	
Աշխատավարձը	82,0	Սնունդ	44,5
Սոցիալական ապահովագրում	4,2	Բնակարան	5,7
		Վառելիք և լուսավորություն	6,8
Լրացուցիչ յեկամուտ, (տրհես-տից, բանջարանոցից ևայլն)	3,1	Վոգելից խմիչքներ	2,1
Վարկ և պարտքերի վերադարձ	6,4	Ծխախոտեղեն և լուցկի	1,4
		Շորեղեն — լվացք	23,1
Իրերի վաճառք և խնայողությունների մսխում	2,5	Տնային տնտեսության իրեր	2,9
		Բժշկ., առողջապահություն	0,9
Ոգնություն հարազատներից և այլ մուտքեր	1,8	Կուլտ-կրթական ծախսեր	1,9
		Անդամավճար բանվ. կազմ.	2,1
		Կրոնական	0,0
		Փոխառ. և վարկերի վճարում	2,8
		Փոխարինաբար տրված է	0,2
		Ոգնություն ընտանիքի անդ.	1,1
		Այլ ծախսեր	4,5
Ընդամենը	100	Ընդամենը	100

Բյուջեյի վոր կողմի վրա յե ազդեցություն գործում սպառողական ընկերությունը։ Յուր անդամների յեկամուտների վրա ուղղակի ազդեցություն ունենալ նա չի կարող։ Ընկերությունը չի կարող, որինակ, այնպես անել, վոր յուր անդամներից վորևե մեկը 100 ռուբլու փոխարեն 200 ռուբլի յեկամուտ ունենա։ Սակայն սպառողական ընկերությունը յուր տնտեսական գործունեյությամբ կարող է ուղղակի ու շատ եյական ազդեցություն ունենալ բյուջեյի ծախսերի վրա։

Ինչումն է կայանում այդ ազդեցությունը։ Նրանում, վոր սպառողական ընկերությունը եժանացնում է ապրանքները և հենց դրանով հնարավորություն է տալիս սպառողներին ավելի լրիվ կերպով բավարարել իրենց կարիքները։

Այլ խոսքերով ասած՝ սպառողական ընկերությունը, չբարձրացնելով յուր անդամների յեկամուտները դրամական արտա-

հայտութեյամբ, բարձրացնում է այդ յեկամուտների իրական մակարդակը, այսինքն՝ յուր աշխատավարձով սպառողը հնարավորություն է ստանում գնելու ավելի շատ քանակությամբ ապրանքներ:

3. Գյուղացու բյուջեն յեվ սպառողական ընկերությունը

Մենք խոսեցինք բանվորի բյուջեյի մասին: Սպառողական ընկերությունը նմանորինակ դեր կատարում է նաև գյուղացիական բյուջեյի վերաբերմամբ: Սակայն գյուղացու ծախսերի բյուջեն բանվորի բյուջեյից տարբերվում է յուր յերկու եական կետերով:

Դրանցից մեկն այն է, վոր գյուղացու ծախսերի բյուջեյում դրամականի հետ միասին գոյություն ունի բնամթերքներով կատարվող ծախքերի մի վորոշ մաս, վոր կատարվում է սեփական տնտեսության արտադրանքներով: Գյուղացին յուր սպառման առարկաների միայն մի մասն է գնում, մնացածը նա ստանում է յուր տնտեսությունից, ըստ վորում նա շատ պակաս գնումներ է կատարում, քան թե յուր տնտեսությունից է ստանում:

ՌՍՖՍՀ-յան Կենտվիճվարի մշակած 1922 և 1923 թվերի 890 բյուջեների մեջ դրամական ծախսերի միջին հարաբերությունը գյուղացու տնտեսության բոլոր մնացած ծախսերի վերաբերմամբ հետևյալն եր.

	Թույլ տնտեսությունները (4 դ. վարել.)	Միջակ տնտեսութ. (4—8 դես.)	Ուժեղ տնտեսութ. (8 դս. վար.)
Մի տնտեսության ծախս. ընդհանուր գումարը	403 ռ.	673 ռ.	972 ռ.
Դրամական ծախսերի գումարը .	77 »	108 »	171 »
Դրամական ծախսերի %% ընդհանուր ծախսերի վերաբերմ.	19,1 »	16 »	17,6 »

Ի նկատի առնելով ՌՍՖՍՀ-յան գյուղական տնտեսությունների մեջ տարբեր ույժի և ունակության տնտեսությունների քանակն ու տեսակարար կշիռը, կարելի յե վորոշել, վոր գյուղական տնտեսությունների մեջ դրամական ծախսերի գումարը կազմում է ծախսերի ընդհանուր գումարի 18,5%-ը:

Գյուղացու ծախսերի բյուջեյի մյուս տարբերությունը բանվորի բյուջեյից այն է, վոր գյուղացու դրամական ծախսերը

արվում են վոչ միայն անձնական կարիքների բավարարման համար, այլև տնտեսության կարիքների (տնտեսական սպառում), ըստ վորում պրոֆեսոր Լ. Ն. Լիտոշենկոյի տվյալների համաձայն՝ 1923 թվին դրամական ծախսերն, ըստ իրենց նշանակման, հետևյալ կերպ եյին բաշխվում.

Տնտեսության սպառման վրա. 23,1%
Անձնական սպառման վրա 76,9%

Նույն տվյալների համաձայն՝ անձնական սպառման վրա
կատարված ծախսերը տոկոսներով այս կերպ են բաշխվում:

1. Պարենավորման ապրանքներ 15,3%
2. Շոր, վոտն., մանուֆ., գալանտերեյա . 41,1%
3. Վոգելից խմիչքներ 3,5%
4. Կահավորում և շռայլ. առարկաներ. . 1,8%
5. Լուսավորության նյութեր 7,1%
6. Սապոն. 5,3%
7. Այլ ծախսեր. 2,8%

Ընդամենը 76,9%

Ահա այս յերկու մոմենտները համեմատաբար սահմանափակ
են դարձնում սպառողական ընկերության հնարավորությունները՝
գյուղացու բյուջեյի վրա ազդելու խնդրում:

Սակայն, մյուս կողմից, գյուղական սպառողական ընկերության տնտեսական գործունեյությունը վորոշ պայմաններում կարող է գյուղացու յեկամուտի բացարձակ չափը զգալի կերպով բարձրացնել: Այս պատահում է այն դեպքում, յերբ գյուղական սպառողական ընկերությունը վոչ միայն յուր անդամներին սպառման ապրանքներ է մատակարարում, այլև հոգում է նրանց տնտեսության անհրաժեշտ գործիքներ և նյութեր հայթայթելու մասին և, բացի այդ, արտահանում է գյուղացիության մթերքները՝
այն ձեռնտու գներով իրացնելու (ռեալիզացիայի) համար:

Այս դեպքերում սպառողական ընկերությունը յուր ազդեցությունը կրկնապատկում է: Նա բարձրացնում է գյուղացու
յեկամուտի գումարը և նրա իրական նշանակությունը:

5. Բանվորի ու գյուղացու սպառողական բյուջեյի ընդգրկումը

Ինքն ըստ ինքյան ակներև է, վոր հիշած ուղղությամբ
սպառողական ընկերության ազդեցությունը կախված կլինի այն
բանից, թե վորքան շատ կամ քիչ է ընկերությունը յուր շրջանառության մեջ ընդգրկում սպառողի յեկամուտը:

Վերը մեր բերած բանվորական բյուջեն ցույց է տալիս, որ նրա 75—80%-ը կարող է բավարարել սպառողական ընկերությունը. այն ել՝ յերբ մենք միայն ի նկատի առնենք բանվորի այն ծախսերը, որ անում է սննդի, հագուստի, վառելանյութերի ու տնային սարքավորման վրա։

Գյուղացու բյուջեյի մեջ ավելի քիչ են այն ծախսերը, որոնք կարող են արվել սպառողական ընկերության միջոցով։ Սակայն գյուղացու անտեսությունն ել կարող է զգալի չափով բավարարել յուր կարիքները սպառողական ընկերության միջոցով։

Յեթե այն ծախսերի, որոնք գյուղացին կարող է սպառողական ընկերության միջոցով անց կացնել,—յեթե այդ ծախսերի մեջ հաշվենք գյուղացու անձնական կարիքների վրա արվող բոլոր ծախսերը (պետք է նկատել, որ գյուղացու տնտեսության կարևոր նյութերի ու գործիքների հայթայթումն ամբողջությամբ անցնում է գյուղատնտեսական կոոպերացիային), բացի կահավորումից և այլ ծախսերից, ապա այդ ծախսերը՝ 1923 թվի տվյալների հիման վրա՝ անձնական սպառման համար արվող դրամական ծախսերի 95,4 տոկ. են կազմում, գյուղացու բյուջեյի դրամական մասի 73,3 տոկոսը և ընդհանրապես գյուղացու ամբողջ բյուջեյի 13,6 տոկոսը։

Իսկ փաստական մեր նվաճումներն այս բնագավառում հետևյալն են ցույց տալիս։

Գյուղական սպառողական կոոպերացիան ազգաբնակության մի հոգուն 1924-25 թ. տնտեսական տարվա ընթացքում բաց է թողել ՍԽՖՍՀ մեջ—8 ր. 46 կ. ապրանքներ, Ուկրայինայում—7 ր. 45 կ., Անդրկովկասում—6 ր. 34 կոպ., Բելոռուսիայում—4 ր. 94 կոպ., Ուզբեկիստանում—2 ր. 52 կոպ. և Թուրկմենիստանում 1 ր. 74 կոպ.։

Բանվորական-քաղաքային կոոպերացիան ազգաբնակության մի հոգուն բաց է թողել ապրանքներ ՌԽՖՍՀ-յան մեջ տարեկան 61 ր. 56 կ., Ուկրայինայում—51 ր. 30 կոպ., Անդրկովկասում—37 ր. 50 կ., Ուզբեկիստանում ու Թուրկմենիստանում—18 ր. 18 կ. և Բելոռուսիայում—35 ր. 32 կոպ.

1925 թվի համար բանվորի սպառողական բյուջեն միջին մի հոգու համար հավասարվում է 174 ր. 80 կոպ.։ Այստեղից հետևվում է, որ ՌԽՖՍՀ-յան մեջ, որ բանվորական բյուջեյի ընդգրկումի տեսակետից ամենից առաջին տեղն է բռնում,—սպառողական կոոպերացիան ընդգրկել է բանվորական բյուջեյի միայն 35 տոկոսը։

1925-26 տնտեսական տարում այդ ընդգրկման տոկոսը բանվորական-քաղաքային կոոպերացիայի համար տատանվում է 47,6—51,9 տոկոսի սահմաններում։ Յերկաթուղայինների սպառողական ընկերությունը ցույց է տալիս 54 տոկոսի ընդգրկում։ Ըստ որում սպառողական կոոպերացիան բավարարում է բանվորների բյուջեյի մեջ արդյունաբերական ապրանքների պահանջի 59-60,5 տոկոսը, նա միաժամանակ գյուղատնտեսական մթերքների պահանջի մի չնչին մասը՝ միայն 20-22%-ն է բավարարում։

Ավելի քիչ է ընդգրկում սպառողական կոոպերացիան գյուղացու ծախսերի բյուջեն։ Գյուղացու պահանջը արդյունաբերական ապրանքներում սպառողական կոոպերացիան բավարարել է 31 տոկոսով, իսկ գյուղատնտեսական մթերքների պահանջը՝ միայն 13 տոկոսով։

Ընդհանուր առմամբ 1925-26 թվի տվյալները ցույց են տալիս, որ սպառողական կոոպերացիան բավարարել է ազգաբնակության կարիքը արդյունաբերական ապրանքներով՝—37,5-40,8 տոկոսով և գյուղատնտեսական մթերքների կողմից—18 տոկոսով։

1924-25 թվի տվյալներով՝ Հայաստանի սպառողական կոոպերացիան հանրապետության մանրածախ առևտրի 36,2 տոկոսն է ընդգրկել։

Այս բոլորից հետևում է այն, որ սպառողական կոոպերացիան բանվորի ու գյուղացու բյուջեն ընդգրկելու ասպարեզում դեռ ևս շատ անելիքներ ունի։

ԳԼՈՒԽ XXIV.

ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ԳՆՈՒՄՆ ՈՒ ԳՆՄԱՆ ԱՂԲՅՈՒՐՆԵՐԸ

1. Գնումների աղբյուրների բնորոշումը

Առևտրական գործունեությունը միշտ սկսվում է ապրանքներ ձեռք բերելուց։ Կարիք չկա ապացուցելու, որ գնումների հաջող կամ անհաջող լինելուց է կախված հետագայում առևտրի ամբողջ ընթացքի յելքը։

Առևտրի կազմակերպման այն պայմաններում, որ մեզ մոտ գոյություն ունի, ապրանքների գնումները կատարելու հետևյալ աղբյուրները կան. 1) կոոպերատիվ կազմակերպությունները՝ մանավանդ յուր միությունը. 2) պետական արդյունաբերություն ու պետական առևտրի մարմինները (սինդիկատները, տրեստները և այլն). 3) մանր արտադրողները (գյուղացի ու արհեստավոր) և 4) մասնավոր հայթայթողները։

2. Միությունը—գնումների ամենից բնական աղբյուրն է

Գնումների համար ամենից բնական աղբյուրը պիտի համարել սպառողական ընկերությունների միությունը, վորովհետև վերջիններս կազմակերպվում են միության մեջ հենց ապրանքների մեծաքանակ և միացյալ գնումների նպատակով։ Միությունը դիտել վորպես ինքնորույն առևտրական ոդակ՝ վոչ մի կերպ չի կարելի։ Միությունը յուր մեջ համախմբում է սպառողական ընկերությունների պահանջը, նա առաջին ձեռքից վերջիններիս համար գնում է ապրանքների խոշոր «պարտիաներ»։ Ավելի ևս, առաջին ձեռքից ապրանքներով մատակարարվելու հնարավորությունն իսկ սպառողական ընկերությունների մեծամասնության համար կախված է նրանց միության կազմի մեջ լինելուց։

Մեր սպառողական ընկերությունների ճնշող մեծամասնությունը առաջին ձեռքերից ապրանք ստանալու այլ ճանապարհ, միությունից բացի, չունի և չի յել կարող ունենալ, վորովհետև սպառողական ընկերությունների մեծամասնությունը միախանութ տիպի ընկերություններն են՝ շատ սահմանափակ շրջանառությամբ։ 1924-25 թվին գյուղական սպառողական ընկերության միջին շրջանառությունը ՍԽՀՄ-ում հավասար էր 38.874 ռ.։

Սակայն չի կարելի չնկատել, վոր զանազան արտաքին հանգամանքների հետևանքով, այլև իրենց մեխանիզմի անկատար լինելու պատճառով, սպառողական ընկերությունների միություններն իրենց ցանցին ապրանքներ մատակարարելու գործում մինչև այժմ էլ դեռ չեն բռնել մենաշնորհ դրություն։

3. Սպառողական ընկերությունների ապրանքամատակարարման մեջ միության յեվ պետական որգանների դերը

Ընդհանուր առմամբ 1924-25 տնտեսական տարվա տվյալների հիման վրա կարելի յե ասել, վոր գյուղական սպառողական ընկերությունների գնումների մեջ միության դերը արտահայտվում է 52$^0/_0$-ով իսկ քաղաքային բանվորական ընկերությունների գնումների մեջ—18,3$^0/_0$-ով։

Սպառողական ընկերությունների գնումների մնացած գումարի ճնշող մասն ընկնում է պետական արդյունաբերության ու առևտրի մարմինների վրա։ 1924-25 տնտեսական տարում գյուղական ընկերությունների գնումները պետական մարմիններից հավասար էր իրենց գնումների 24,6$^0/_0$-ին, իսկ քաղաքային-բանվորական ընկերություններինը—64,2$^0/_0$-ին։

Գյուղական ու քաղաքային բանվորական ընկերությունների իրենց միությունից կատարած գնումների այդ խոշոր տարբերությունը բացատրվում է նրանով, վոր քաղաքային ընկերությունները, վորպես ավելի խոշոր ու ֆինանսներով ուժեղ կազմակերպություններ, իրենց միության ծառայություններից օգտըվելու ավելի քիչ են կարիք զգում, քան գյուղական ընկերությունները, վորոնց ֆինանսա-տնտեսական կախումն իրենց միությունից պայմանավորվում է նրանց համեմատաբար պակաս գնողական ունակությամբ և նրանց շրջանառու միջոցների սակավությամբ։

Պետական արդյունաբերության ու կոոպերացիայի փոխհարաբերությունների կանոնավորվելուց հետո, համաձայն այն սկզբունքի, վոր կոոպերացիան դիտվում է իբրև ապրանքատար միակ ուղին և հիմնական պայմանագրերի (գեներալնի դոգովորների) կիրառման սկզբնավորությունից — թե գյուղական, թե քաղաքային-բանվորական տիպի սպառողական ընկերությունների գնումներն իրենց միությունից զգալի կերպով աճել են։ 1925-26 թվին միությունները բանվորական-քաղաքային ընկերությունների գնումների մեջ արդեն բռնում են ավելի խոշոր տեղ—46$^0/_0$, իսկ պետական մարմիններից կատարված գնումներն իջել են մինչև 45,4$^0/_0$. գյուղական ընկերությունների շրջանառության մեջ միությունից կատարված գնումների գումարը հավասար է 76,8$^0/_0$ իսկ պետական մարմինների համապատասխան տոկոսը 17-ի յե հավասար։

Ինչ վերաբերում է առանձին մանր ապրանք-արտադրողներին, ապա նրանցից գնումներ կատարելու անհրաժեշտություն է զգացվում միայն այն դեպքերում, յերբ անհնարին է լինում նրանց արտադրանքների վաճառահանումով ըզբաղվող կոոպերատիվ կազմակերպությունների հետ կապ հաստատել։

Մասնավոր հայթայթողներից գնումներ կատարելը պիտի դիտվի վորպես բացառական յերևույթ, վորը հակասում է կոոպերացիայի հիմնական նպատակներին։ Գնումների այն չնչին մասը, վոր կատարվում է մասնավորներից, ցույց է տալիս, վոր սպառողական ընկերություններն ապրանքների այս աղբյուրին դիմում են շատ բացառիկ դեպքերում և այն էլ այն ժամանակ, յերբ այլ աղբյուրներից նույն գնումները կատարելն անհնարին է։

1925-26 տնտեսական տարում ՍԽՀՄ-ում մասնավորներից ու մանր-արտադրողներից կատարված գնումները գյուղական սպառողական ընկերություններում կազմում էր 6,2$^0/_0$, իսկ քաղաքային բանվորական ընկերություններում—8,6$^0/_0$։

4. Գնումների մշտական աղբյուրների նշանակությունը

Գնումների կանոնավոր կազմակերպումը պահանջում է սպառողական ընկերությունից, ինչպես նաև ամեն տեսակի այլ առևտրական ձեռնարկից, հնարավորին չափ մշտական կապ պահել գնումների այս կամ այն աղբյուրի հետ: Գնումների մշտական աղբյուրների առավելությունը պատահականից հետևյալն է:

1. Սպառողական ընկերությունը մշտական կապ պահելով ապրանքների գնման վորոշ աղբյուրի հետ միշտ, ավելի յե ապահովված կանոնավոր ու ժամանակին ապրանքներ ստանալու (առանց ընդմիջումների):

2. Գնումների մշտական աղբյուրներին ապրանք կարելի յե պատվիրել վոչ միայն անձամբ, այլև փոստով, հեռագրով, հեռախոսով և այլն. պարզ է, վոր այս դեպքում միշտ էլ կարևոր չե ապրանքի հետևից գնալ. մի բան, վոր զգալի չափով կրճատում է վերադիր ծախսերը:

3. Գնումները մշտական աղբյուրներից կատարելիս՝ ընկերությունը դրված է լինում մի շարք ձեռնտու պայմաններում, (գների, վճարումների պայմանների, վարկի և այլն)— վորպիսիք նա չեր կարող ունենալ պատահական աղբյուրներից գնումներ կատարելիս:

4. Ընկերության մշտական կապը գնումների վորոշ աղբյուրների հետ նրան հնարավորություն է տալիս ավելի ուժեղ ազդեցություն ունենալ հայթայթվող ապրանքների վարկի վրա:

Սպառողական ընկերությունների համար այդպիսի մշտական գնումների աղբյուր պիտի համարվի նրանց միությունը, վորը, բնականաբար, միշտ ձգտում է յուր ցանցի միավորներին ապահովել այն բոլոր արտոնություններով ու առավելություններով, վորոնք բղխում են մշտական կապ ունենալուց և տևական առևտրական փոխհարաբերություններից:

ԳԼՈՒԽ XXV.

ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆԸ

1. Ապրանքների տեսակների հարմարեցումը ազգաբնակչության պահանջներին

Յուրաքանչյուր առևտրական կազմակերպություն յուր աշխատանքի մեջ հարմարվում է յուր գնորդների պահանջներին: Այս սկզբունքը ավելի ևս պարտադիր պիտի համարել սպառողա-

կան ընկերության համար, որի նպատակն է յուր անդամների կարիքների լրիվ բավարարումը:

Սպառողական ընկերություններն իրենց շրջանի ազգաբնակության պահանջները պետք է բոլոր մատչելի միջոցներով հաշվառեն և ուսումնասիրեն:

Այն ընկերությունները, վորոնք յերկար ժամանակ աշխատել են ապրանքների բազմազան տեսակներով անցյալ գործունեյության հաշվառումով իրենց հետագա գործունեյության համար, շատ գնահատելի ցուցումներ կարող են ունենալ, սակայն անցյալի փորձը միշտ պիտի ստուգման յենթարկվի ընկերության անդամների կարծիքների անմիջական հաշվառումով. իսկ այդ հնարավոր է, յերբ ընկերությունը լսում է յուր անդամների կարծիքները առևտրական խորհրդակցություններում, լիազորների ժողովում, անդամների շրջանային ժողովներում և այլն:

Սպառողական ընկերությունը պիտի յուր առաջ մի խնդիր դնի՝ յուր վաճառելիք ապրանքների տեսակները համապատասխան դարձնել ընկերության անդամների ծախսերի բյուջեյի կառուցվածքի հետ: Այս մասին տեղեկություններ կարելի յե առնել բյուջեների ուսումնասիրության նյութերից: Այսպես օրինակ՝ յեթե յելնելու լինենք մեր վերը բերած բյուջեյի տվյալներից (տես գլուխ XXIII), ապա սպառողական ապրանքների առանձին խմբերի փոխհարաբերությունները գնումների ու վաճառքի մեջ կարտահայտվի մոտավորապես այսպես.

	Բանվորական սպառ. ընկերութ.	Գյուղական սպառող. ընկերութ.
Սննդամթերքներ	55,0%	20,3%
Մանուֆակտ., գալանտ., փոմադա, սապոն .	28,5%	61,8%
Ծխախոտեղեն և վոգելից խմիչքներ	4,3%	4,6%
Լուսավորություն և վառելիք	8,4%	9,4%
Այլ ապրանքներ	3,8%	3,9%
Ընդամենը՝	100	100

Ի հարկե դրանք միայն միջին թվեր են, առանձին շրջաններում տեղական տնտեսա-կենցաղային պայմաններին համապատասխան այդ հարաբերությունները, մանավանդ գյուղական պահանջների վերաբերմամբ, կարող են շատ տարբեր լինել:

2. Շրջանառու դրամագլխի ազդեցության չափը

Սակայն հիմնական սկզբունքը, վոր ցույց է տալիս, թե ապրանքների ընտրությունը պետք է հնարավորին չափ լրիվ ցոլացնի ազգաբնակչության ճշգրիտ կերպով հաշվառված պահանջները, դեռ ևս վերջնականապես չի վճռում գնումների տեսակների գործնական ու ճշգրիտ կառուցվածքի խնդիրը։ Վերջինս լուծելիս՝ պետք է անհրաժեշտորեն ուշադրության առնվեն մի շարք այլ մոմենտներ։ Դրանցից եական ու մեծ նշանակություն ունի շրջանառու դրամագլխի դրությունը։

Յենթադրենք, թե ընկերության շրջանառու դրամագլուխը մեծ չէ։ Այս դեպքում պարզ է, վոր ընկերությունը չի կարող յուր ապրանքների ասորտիմենտի մեջ մտցնել ազգաբնակչության անհրաժեշտ բոլոր ապրանքները կամ դրանց մեծամասնությունը։ Յեթե ընկերության դրամագլուխը սահմանափակ է, նա պետք է յուր առևտուրը սահմանափակի ապրանքների մի նեղ շրջանով, այլապես՝ դրամագլուխը կարող է փոշիանալ, ցրվել, և անխուսափելիորեն այնպիսի դրություն կստեղծվի, վոր ընկերությունը ի վիճակի չի լինի բավարարել ազգաբնակչության նույն իսկ ամենաառաջին անհրաժեշտության ապրանքների պահանջը։

Ապրանքների ասորտիմենտի ու շրջանառու դրամագլխի փոխադարձաբար իրարից կախված լինելու աստիճանը վորոշելիս, անհրաժեշտ է հաշվի առնել նաև ապրանքների պտույտի տարբեր արագությունը։

Առևտրական շրջանառության մեջ կարելի յե նշել յերեք խումբ ապրանքներ, վորոնցից յուրաքանչյուրը պտույտի խիստ տարբեր արագություն ունի։ Դրանք են ամենօրյա պահանջի, վոչ ամենօրյա պահանջի ապրանքային խմբերը և անձնական պահանջին վերաբերող ապրանքային խումբը։

Առաջին յերկու խմբերի մեջ մտնում են մասսայական պահանջի ապրանքները, սակայն նրանց բաժանում է այն, վոր առաջին ապրանքային խումբը մշտական և անընդհատ պահանջի առարկաներ են, մինչդեռ յերկրորդ խմբի ապրանքները ազգաբնակչության կողմից գնվում են վորոշ ժամանակաշրջաններ անցնելուց հետո։ Հենց դրանից ել առաջանում է առաջին խմբի ապրանքների պտույտի արագությունը և յերկրորդի — դանդաղությունը։

Առաջին խմբին են պատկանում գլխավորապես սննդամթերքները (հաց, ալյուր, շաքար), վորոնք մի պտույտ են կատարում 5—10 օրվա ընթացքում. յերկրորդ խմբին — լայն գործածության մի շարք առարկաներ (ամենաղեն, մետաղյա ապրանքներ, մանուֆակտուրա, գալանտերեյա, վառամաններ և այլն), վորոնց մի պտույտը յերբեմն հասնում է 80—100 օրի։

Ինչ վերաբերում է յերրորդ խմբին, ապա պետք է ասել, վոր այդ խմբի մեջ մտնում են այնպիսի ապրանքներ, վորոնք հաշվի յեն առնում հատ-հատ սպառողների պահանջները։ Հասկանալի յե, վոր այս խմբի ապրանքների պտույտի արագությունը բոլոր մնացած խմբերի համեմատությամբ ամենից դանդաղ է։

Ինքն ըստ ինքյան պարզ է, վոր շրջանառու միջոցների պակասությունը պիտի ընկերությանը թելադրի ապրանքների այնպիսի ընտրություն, վոր նրան թույլ տա քիչ միջոցներով կազմակերպության գոյության համար անհրաժեշտ շրջանառությունն ապահովել։

3. Տարվա յեղանակների հաշվի առնելը

Շրջանառության արագության վրա այն բացասական ազդեցությունը, վոր ունի վոչ ամենօրյա պահանջի առարկաներով առևտուր անելը, կարելի կլիներ զգալի չափով մեղմացնել, յեթե ընկերությունը կարողանար ճիշտ կերպով բաշխել յուր գնումներն ըստ տարվա յեղանակների և համաձայնեցնել այդ գնումները տըվյալ ապրանքներին առաջադրվող պահանջի համապատասխան ժամանակաշրջանին։ Այսպես օրինակ գյուղի համար վառամանները, ապակին (ճրագի թե լուսամուտի) և այլն պիտի գնել աշնանը. հասարակ տեսակի գալանտերեյա, անուշեղեն և հրուշակային ապրանքները—տոներին նախորդող շրջանում, իսկ յերկաթեղենը, զանազան ներկեր և այլն—գարնանը։ Տարվա տարբեր յեղանակների պահանջների ճիշտ հաշվառումը՝ լայն ասորտիմենտով առևտուր անելու հաջողության անհրաժեշտ պայմանն է։

4. Թե վորքան յեկամուտ կարող է տալ ապրանքը

Ապրանքների ասորտիմենտի վրա ազդեցություն պիտի ունենան այն դատողությունները, վոր ընկերության վարչությունն անում է այս կամ այն գնվելիք ապրանքից սպասելիք յեկամուտի մասին։ Մեր գործնական աշխատանքում հաճախ են լինում դեպքեր, յերբ առանձին ապրանքներ, վոր ընկերության շրջանառության մեջ մեծ տեղ են գրավում, վաճառվում են շատ չնչին հավելումներով, վորոնք չեն կարող ծածկել ընկերության նույնիսկ շատ չափավոր ծախքերը։ Յեվ վորովհետև սպառողի շահերը պահանջում են այս ապրանքներն անպայման ունե-

նալ վաճառվող ասորտիմենտում, ապա ընկերությունն ստիպված է լինում յուր փայաները ծածկելու համար՝ աշխատել նաև այնպիսի ապրանքներով, վորոնք յեկամուտ բերող են, վորոնց վրա կարելի յե ավելի բարձր հավելումներ դալ: Ուրիշ խոսքով ընկերությունը յուր շրջանառության մեջ ավելացնում է այլ ապրանքների առևտուրը և անխուսափելիորեն խախտում է նախորոք ծրագրված ասորտիմենտը:

5. Գյուղական Սպառողական ընկերությունների ասորտիմենտը ֆունկցիաների սահմանագծման հետեվանքով

Առանձին ուշադրության արժանի յեն վաճառելիք ապրանքների ասորտիմենտի կառուցման այն մոմենտները, վորոք բղխում են գյուղատնտ. ընկեր. ու սպառող. ընկերությ. գյուղացիությանը մատակարարելիք ապրանքների և այլ ֆունկցիաների (անելիքների) բաշխումից: Սկզբունքորեն ըստ այդ բաշխումի (կամ անելիքների սահմանագծման)՝ սպառողական ընկերությունները, վորպես ընդհանուր կանոն, պետք է դադարեցնեն արտադրական նշանակություն ունեցող ապրանքների առևտուրը: Սակայն ծագում են մի շարք դժվարություններ, վորովհետև շատ ապրանքներ, նայած թե նրանք ինչ նպատակով են գնվում, կարող են համարվել թե գյուղատնտեսական-արտադրական և թե սպառողական խմբին պատկանող ապրանքներ: Ցանկալի յե, վոր այսպիսի ապրանքների վերաբերմամբ տեղերում համաձայնություններ լինեն՝ թե ով, ինչ ապրանքների առևտուր է անելու: Համենայն դեպս սպառողական ընկերության իրավունքը՝ նման ապրանքներով առևտուր անելու վերաբերմամբ՝ անվիճելի յե, վորովհետև չի կարելի սպառողական ընկերությունից պահանջել, վոր նա հրաժարվի աշխատել այն ապրանքներովը, վորոնք ծառայում են ազգաբնակության ամենահիմնական կարիքների բավարարմանը:

6. Տեսակների ընտրությունը

Մենք խոսեցինք տարբեր ապրանքների ընտրության մասին: Սակայն յուրաքանչյուր ապրանք բովանդակում է յուր մեջ շատ կամ քիչ տեսակների հավաքածությունը(?): Ճիշտ կերպով ընտրություն կատարել միևնույն ապրանքի զանազան տեսակների մեջ՝ դա ընկերության գործունեության հաջողության համար էական նշանակություն ունի: Սպառողական ընկերությունը յուր առևտրում պիտի պահի այն տեսակի ապրանքներ, վորոնց տեղական ազգաբնակությունը սովոր է: Նոր տեսակներ առևտրի մեջ մտցնելը պիտի կատարվի մեծ զգուշությամբ:

Հոգ տանելով աշխատավոր սպառողին մատակարարել նրան մատչելի տեսակի ապրանքներ՝ սպառողական ընկերությունը չըպիտի սակայն հետապնդի, որ այդ ապրանքները էժան լինեն, բայց վորակով վատ: Սպառողական ընկերության համար ապրանքի վորակի խնդիրը հիմնական խնդիրներից մեկն է:

7. Ասորտիմենտը բանվորական քաղաքային ընկերություններում

Ասորտիմենտի տարբեր կառուցումը գյուղական և քաղաքային ընկերություններում պայմանավորված է քաղաքի ու գյուղի, բանվորի ու գյուղացու սպառողական պահանջների յուրահատկությամբ: Այդ տարբերությունն ավելի յե աչքի ընկնում մանավանդ արտադրող շրջանների ասորտիմենտի մեջ:

Բանվորական քաղաքային կոոպերատիվների ասորտիմենտում մեծ տեղ է գրավում սննդամթերքների ապրանքային խումբը: Ցենտրոսայուզի տվյալներից յերևում է, վոր 1925-26 թվին 354 քաղաքային բանվորական ընկերությունների ապրանքային ասորտիմենտը հետևյալ պատկերն է ունեցել (%-ներով վերցրած.

Հացամթերքներ	17.54	Կաշի, կոշկեղեն, կրկնակոշիկ	5,41
Հաց (թխված)	3.61	Սապոն	0,73
Շաքար և շաքարավազ	7.62	Նավթ	0,91
Թեյ	1.33	Լուցկի	0,48
Միս	5,67	Ծխախոտեղեն	2,90
Ձկնեղեն	2.22	Խմիչքներ	2,88
Յուղեր (տարբեր)	2.79	Լուսամուտի ապակի	0,10
Աղ	0,58	Յերկաթեղեն	0,22
Գետնախնձոր	0.05	Ամանեղեն (վոչ մետաղյա)	0,86
Այլ բակալեյնի ապր.	3,43	Մետաղյա իրեր ու ամաններ	1 38
Մանուֆակտուրա	21,12	Այլ տնային տնտես. առարկաներ	1,61
Գալանտերեյա	2,60	Այլ և այլ ապրանքներ	13,96

Այդ ցուցակից առաջին տասն անունները պատկանում են սննդանյութերին, սակայն սննդանյութերի խմբին պիտի միացնել նաև «այլ և այլ ապրանքների» կեսը. — այսպիսով սննդանյութերի տեսակարար կշիռը հավասար կլինի 51,82%-ի:

Մանուֆակտուրան, գալանտերեյան, կոշկեղենը և սապոնը բռնում են 29,86%, լուսավորությունն ու վառելիքը — 1,39%, ծխախոտեղենն ու խմիչքները — 5,78%, տնային տնտեսության առարկաները — 4,17% և այլ ապրանքները — 6,98%:

Յեթե համեմատելու լինենք մեր ստացած այն փոխհարաբերությունները այն թվերի հետ, որ մենք վերը բերել ենք՝ բյուջեների հետազոտության տվյալները վերլուծելիս (տես վերը), ապա մենք կհամոզվենք, որ փաստորեն քաղաքային բանվորական կոոպերատիվի ապրանքային ասորտիմենտը համապատասխանում է բանվորների ու ծառայողների ծախսերի բյուջեյի կառուցվածքին:

8. Գյուղական ընկերությունների ասորտիմենտը

Ընդհակառակը, արտադրող շրջանի գյուղական սպառողական ընկերությունների ապրանքային ասորտիմենտը բոլորովին հասկանալի պատճառներով բովանդակում է գլխավորապես լայն, մասսայական գործածության առարկաներ:

Գյուղական սպառողական ընկերության մոտավոր միջին ասորտիմենտը արտադրող շրջաններում 1924-25 թվին հետևյալ պատկերն ուներ:

Շաքար	8,6 տոկոս
Ձուկ (սելդի)	3,8 »
Աղ	5.5 »
Մախորկա	4.7 »
Լուցկի	1,8 »
Նավթ	2,9 »
Մանուֆակտուրա / Գալանտերեյա	29,5 »
Կաշվեղեն	5,1 »
Յերկաթ	1,7 »
Ապակի	0,9 »
Մեխ	1,3 »
Այլ ապրանքներ	34.2 »
	100 տոկոս

Ներքին-Վոլգայի շրջանում գյուղական ընկերությունների շրջանառության մեջ վոչ պարենավորման խմբերին պատկանող ապրանքները կազմում են 68,5%, Հյուսիսային Կովկասում — մինչև 70%:

Սպառող շրջաններում քաղաքային ու գյուղական ընկերություններում ապրանքային ասորտիմենտը իրարից շատ չեն տարբերվում, թեև այստեղ էլ կան վորոշ բանվորական և գյուղական յուրահատուկ կենցաղից բղխող զանազանություններ:

ԳԼՈՒԽ XXVI.

ԳՆՄԱՆ ՉԱՓԵՐՆ ՈՒ ՏԵԽՆԻԿԱՆ

1. Գնումների ու պաշարների (запас) չափերը որոշող պայմանները

Ընկերության գործունեությունը գնումների ընագավառում որոշվում է շրջանառու դրամագլխի մեծությամբ և նրա պտույտների արագությամբ: Որքան ընկերության շրջանառու դրամագլուխը մեծ է, այնքան մեծ գնումներ կարող է նա կատարել: Փոքր դրամագլուխ ունեցող ընկերությունն անխուսափելիորեն պետք է փոքր գնումներ կատարի: Սակայն մեծ դրամագլուխըն էլ, յեթե նա դանդաղ է պտտվում, չի թույլ տա ընկերությանը մեծ գնումներ կատարել: Այսպես օրինակ յեթե ընկերությունն ապառիկ վաճառքով է զբաղվում, նրա դրամագլուխների պտույտները դանդաղում են, և ընկերությունը զրկվում է բավականաչափ մեծ գնումներ կատարելու հնարավորությունից:

Ապրանքների պաշարը յուր հերթին որոշվում է վաճառքի շրջանառությամբ: Պաշարի մեծ կամ փոքր լինելը, հասկանալի յե, հարաբերական բովանդակություն ունի: Պետք է անշեղորեն ձգտել, որպեսզի ամենափոքր ապրանքային պաշարներով ամենամեծ շրջանառությունը կատարվի, այսինքն ապրանքների պտույտը հնարավորին չափ առաջացնել և պաշարները հաճախակի նորոգման յենթարկել:

Առևտրի ընթացքից միշտ էլ կարելի յե որոշել, թե ավյալ ապրանքը որքան արագ է վաճառվում, իսկ գնման, փոխադրման և այլ պայմաններից—թե որքան հաճախ վերջացած պաշարը հնարավոր է նորոգել: Յեթե այս յերկու խնդիրները պարզվում են, ապա շատ հեշտ է որոշել, թե առանց ընդհատումների՝ վաճառքի համար ավյալ ապրանքից ինչքան պաշար պետք է ունենալ:

Ապրանքային պաշարի ավելի կամ պակաս հաճախակի նորոգումը կախված է մի շարք պայմաններից:

Գնումների տեղի մոտիկ լինելը հնարավորություն է տալիս գնումները կատարել ավելի հաճախակի, մինչդեռ նրա հեռավորությունը պետք է ստիպի ավելի յերկար ժամանակի համար անհրաժեշտ պաշարներ գնել:

Յեթե ընկերությունը իրեն ապրանքամատակարարող հիմնարկի հետ, օրինակ յուր միության հետ, մշտական կապ է պահպանում, նա կարող է կրճատել յուր գընումների քանակական սահմանները և ավելի հաճախ ապրանք

դուրս գրել, քան այն դեպքերում, յերբ նա պատահական աղբյուրներից է ապրանք գնում:

Ապրանքների փոխադրության ծախքերը, այլ և ապրանքի գնման հետ կապված այլ ծախքերը, փոքր գնումների ժամանակ շատ են բարձրացնում ապրանքների ինքնարժեքը. հենց այդ պատճառով, յեթե ծախսերի մեջ մեծ տարբերություն է նախատեսվում, անհրաժեշտ է կատարել ավելի մեծ գնումներ՝ ապրանքների ինքնարժեքն իջեցնելու նպատակով:

Մեծ պաշարներ պատրաստելն անհրաժեշտ է, յերբ սպասվում է ճանապարհների ժամանակավոր փակում (որինակ ձմեռը խոր ձյունի պատճառով, գարնանը՝ հորդառատ անձրևների և այլն):

Ուշադրության պիտի առնել նաև ապրանքային գների շարժումը: Յեթե գները ցույց են տալիս ցածրանալու նշան, պիտի գնումները կատարել հնարավորին չափ փոքր գումարներով և մեծ պաշարներից ամեն կերպ խուսափել. գները բարձրանալու նշաններ լինելուց—պետք է, ընդհակառակը, մեծ գնումներ կատարել, քանի դեռ գները չեն բարձրացել:

Աշխատանքի ընթացքում վերոհիշյալ բոլոր պայմանները պետք է մանրակրկիտ և ուշադիր հաշվառման յենթարկվեն և ուշադրության առնվեն: Սակայն գործնական առևտրի համար ղեկավարող սկզբունքը մեկը պիտի լինի—մեծ շրջանառություն՝ հնարավորին չափ ամենափոքր պաշարով: Բավարար պիտի համարել այն դրությունը, յերբ ապրանքային պաշարները մի ամսվա շրջանառությունից չեն անցնում:

Ցենտրոսոյուզի տվյալներից յերևում է, վոր ապրանքային պաշարները 1925-26 տնտ. տարում հավասար եյին՝ գյուղական ընկերություններում 42, քաղաքային-բանվորական ընկերություններում—45 և յերկաթուղայինների ընկերություններում—33 որվա շրջանառության գումարներին:

2. Քնող ապրանքների սաղացնելը

Բայց ինչքան զգուշությամբ կատարվեն գնումները և ինչքան էլ նրանց ընտրությունը խիստ ուշադրությամբ արվի, կարող են ապրանքների այնպիսի տեսակները գնվել, վորոնց պահանջ չի առաջադրվի և հետևապես նրանք դառնալու յեն «քնող ապրանքներ»: Այս բանը մանավանդ հնարավոր է այն պատճառով, վոր հարկադրական ասորտիմենտը դեռ վերջնականապես վերացված չէ, և կոոպերատիվ կազմակերպություններն ստիպված

են հեշտ վաճառվող ապրանքների հետ միասին գնել նաև վոչ այնքան կարևոր ապրանքներ:

Այսպիսի «քնող ապրանքները» սպառողական ընկերության տնտեսությանը շատ վնաս են հասցնում: Նրանց մեջ դրված դրամագլուխը մեռած դրության մեջ է մնում, գնումների պլանաչափությունը խախտվում է և առևտրի զարգացումը կանգ է առնում: Ահա թե ինչու պետք է որ առաջ միջոցներ ձեռք առնել՝ այդ քնող ապրանքներին վերջ տալու: Այդպիսի միջոցներ կարող են համարվել, նայած հանգամանքներին, ապրանքների գինը մինչև ինքնարժեքը (և էլ ավել) իջեցնելը, դժվար ծախվող ապրանքներն այլ շրջան տանելը, ուրիշ ընկերությունների հետ ապրանքի փոխանակումը (որինակ՝ գյուղական ընկերությունը յուր դժվար վաճառվող ապրանքը կարող է փոխել բանվորական ընկերության հետ) և այլն:

3. Գնումների տեխնիկան

Ապրանքը պատվիրվում է միայն այն դեպքում, յերբ գրավոր կամ բանավոր բանակցությունների միջոցով պարզվում են գնումների հետ կապ ունեցող բոլոր մանրամասնությունները՝ ապրանքի գինը, ապրանքի ուքանակը, տեսակը, հաշվեհարդարի (հաշիվները դարկելու ժամկետը և ապրանքը դուրս է գրմաքրելու) պայմանները: Յերբեմն ապրանքը դուրս է գրվում պրեյս-կուրանտների ամուր գների հիման վրա: Այդ պրեյս-կուրանտներում ցույց են տրվում վերոհիշյալ բոլոր մանրամասնությունները: Ուրիշ դեպքերում, ընդհակառակը, յուրաքանչյուր անհրաժեշտ դեպքում պետք է անձամբ գնալ ապրանքի: Գնումների այս վերջին յեղանակը ամենաթանգն է և դժբախտաբար ամենից տարածվածն է մեր գյուղական սպառողական ընկերությունների գործնականի մեջ:

Ավելի բարեհաջող պայմաններում են գտնվում այն ընկերությունները, վորոնք մշտական կապ հաստատելով վորոշ ապրանք մատակարարողների հետ, նրանցից պարբերաբար տեղեկություններ են ստանում նրանց ունեցած ապրանքների, գների, տեսակների մասին: Աշխատանքի այսպիսի յեղանակը կրճատում է ընկերության ծախքերը և տնտեսում է ապրանքներ փնտռելու համար անհրաժեշտ ժամանակը:

Վերջին ժամանակներս գործնականում կիրառվում է սպառողական ընկերությունների կողմից իրենց միությունների առաջ վող պլանային հայտարարությունները (ЗАЯВКИ): Այդ

հայտարարությունները կազմելու և ներկայացնելու մոտավոր կարգը հետևյալն է:

Ընկերությունը պարզում է յուր ընդհանուր պահանջը այս կամ այն ապրանքի վերաբերմամբ առաջիկա յեռամսյակի նկատմամբ և կազմում է յուր գնումների պլանը: Այդ պլանից նա առանձնացնում է գնումների այն մասը, որ նա յենթադրում է միությունից անել և՝ կազմելով այդ ապրանքների ցուցակը համապատասխան տեսակներով, քանակով, գներով և հաշվեհարդարի (рассчет) պայմաններով՝ ուղարկում է այն յուր միությանը, որպես առաջիկա ժամանակաշրջանի հայտարարություն:

Այս փաստաթուղթը հիմք է ծառայում, որ միությունը յուր ժամանակին հայտարարություն տվող ընկերություններին առաջարկի համապատասխան ապրանքներ:

4. Գնելիք ապրանքների տեսակների ու գնման պայմանների պարզելը

Պատվիրվող ապրանքի տեսակները մանրամասն պարզաբանումն են պահանջում բոլոր այն դեպքերում, յերբ այդ ապրանքը չի պատկանում որոշ տիպի ապրանքների խմբին, որոնց հատկությունը սպառիչ կերպով ու պարզորեն բնորոշվում է այդ ապրանքներին հատկացված նշաններից (մարկա կամ ապրանքանիշ): Պատվերը ճշգրիտ կատարելու մեջ բոլորովին համոզված լինելու համար՝ անհրաժեշտ է, որ ապրանքների պատվերները տրվեն մատակարարողների կողմից նախորոք առաջադրված նմուշների հիման վրա:

Գնման պայմանները տարբեր են լինում: Գինը կարող է նշանակված լինել ֆ ր ա ն կ ո - վ ա ճ ա ռ ո ղ ի պ ա հ ե ս տ: Այսնըշանակում է, որ ապրանքի ուղարկելու և փոխադրության բոլոր ծախքերն ընկնելու յեն ապրանքը գնողի վրա: Իսկ յերբ գինը նշանակվում է ապրանքի ֆ ր ա ն կ ո - ո ւ ղ ա ր կ մ ա ն կ a յ ա ր ա ն, ապա այն բոլոր ծախսերը, որ արվում են ապրանքը կայարան կամ նավահանգիստ հասցնելու համար՝ վաճառողի վրա յեն ընկնում, իսկ հետագա ծախսերը գնողն է յուր վրա առնում: Ապրանքների փոխադրության և ապրանքները թափելու (отгрузка) ծախսերն ընկնում են վաճառողի վրա, յեթե ապրանքը վաճառվում է ֆ ր ա ն կ ո — ն շ ա ն ա կ մ ա ն կ ա յ ա ր ա ն. վերջապես, յերբ ապրանքը վաճառվում է ֆ ր ա ն կ ո — գ ն ո ղ ի պ ա հ ե ս տ ը. այդ նշանակում է վաճառողն ապրանքը հանձնում է գնորդին՝ վերջինիս պահեստում կատարելով մինչև պահեստը հասցնելը բոլոր տեսակի ծախսերը:

Ապրանք գնելիս՝ պետք պարզել, թե պայմանավորված գինը ստացվելու յե ա պ ր ա ն ք ի մ ա ք ո ւ ր ք ա շ ի համար (նետտո), թե՞ ապրանքի փ ա թ ե թ ն ե լ և գ ն ի մ ե ջ մ տ ն ե լ ո ւ (բրուտո-նետտոյի տեղ):

Վերջապես անհրաժեշտ է պարզել, թե ամբողջ պատվերը մի անգամի՞ց է կատարվելու և յե՞րբ. կամ թե մաս-մաս է կատարվելու և ինչ ժամկետներ:

5. Հաշվեհարդարի պայմանները

Ինչ վերաբերում է հաշվեհարդարի պայմաններին, ապա ապրանքները գնվում են կամ լրիվ կանխիկ վճարով, կամ լրիվ գումարով ապառիկ, կամ մի մասը վճարվում է կանխիկ և մյուս մասը ապառիկ:

Մեզ մոտ մեծ մասամբ ընդունված է վերջին պայմանով գնումները, յերբ ապրանքի արժեքի մ ի մ ա ս ը վ ճ ա ր վ ո ւ մ է
կ ա ն խ ի կ, մ յ ո ւ ս մ ա ս ն ա պ ա ռ ի կ:
Վո՞ր մասն է կանխիկ վճարվում և վո՞րն ապառիկ—դա կախ-
ված է այն բանից, թե ինչ ապրանք է գնվում:

Վերջին ժամանակներս գործնականում կիրառվում է նաև սպառողական ընկերությունների կողմից իրենց պատվերները տալիս՝ կ ա ն խ ո ւ յ թ ն ե ր վ ճ ա ր ե լ ը ի դիմաց իրենց պատվերների, ըստ որում կանխույթների վճարումը կատարվում է դրամով և մուրհակներով:

6. Պատվերների կատարման ստուգումը

Պատվերների կատարման ստուգումը տեղի է ունենում հետևյալ կարգով:

Ամենից առաջ ս տ ո ւ գ վ ո ւ մ է հ ա շ ի վ ը: Հաշիվը համեմատության դնելով պատվերի պատճենի հետ՝ պարզվում է, թե արդյոք հաշիվը համապատասխանում է պատվերին՝ ապրանքների տեսակների, գների, ապրանքներն ուղարկելու և հաշվեհարդարի խնդիրների վերաբերմամբ. բացի այդ, ստուգվում են հաշվի մեջ հանված մասնավոր և ընդհանուր գումարների ճիշտ լինելը: Յեթե նկատվում են պատվերի մեջ նախատեսված պայմանների խախտումներ կամ սխալներ, այս մասին անմիջապես պետք է ապրանք մատակարարողին հայտնել: Ավելի խոշոր թյուրիմացությունների դեպքերում, մինչև նրանց պարզելը, պետք է ապ-
բանքն ընդունելուց ձեռնպահ մնալ, յեթե ապրանքն ստացվել է
հաշվի հետ միաժամանակ կամ հաշիվը ստանալուց հետո:

Պատվերի կատարման ստուգման մեջ ամենակարևոր մոմենտն է ապրանքի ընդունելությունը: Ընդունելությունը կատարվում է բեռնագրի (ֆակտուրայի) հիման վրա: վերջինս կազմվում է ապրանքն ուղարկելիս: Ապրանքներն ընդունելը նշանակում է՝ ֆակտուրան համեմատել փաստորեն ստացված ապրանքների որակի ու քանակի հետ:

Ապրանքների որակը որոշելիս՝ պետք է ի նկատի ունենալ պատվեր տալիս ձեռքի տակ ունեցած նմուշները, տիպերը, ապրանքանիշերը:

Ապրանքների ընդունելությունը կատարում են պահեստավարիչները կամ պահեստապետները: Փոքր կոոպերատիվներում, որտեղ պահեստներ չկան, ապրանքն ընդունվում են պատասխանատու գործակատարի կողմից:

ԳԼՈՒԽ XXVII.

ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ՊԱՀՊԱՆՈՒՄԸ

1. Պահեստի կազմակերպումը

Ապրանքի պահպանումը՝ ընդունելու մոմենտից մինչև այն վաճառքի հանելու մոմենտը՝ շատ բարդ գործ է:

Ապրանքները պահպանվում են պահեստներում: Միայն փոքր ընկերություններն են իրենց ապրանքները, պահեստ չունենալու պատճառով, պահում խանութում կամ խանութին կից մթերանոցում (кладовая):

Բացի ապրանքների պահպանումից, պահեստում են կատարվում նաև ապրանքների ընդունելությունն ու բաց թողնելը առանձին խանութներին ու առևտրական կետերին:

Պահեստի կազմակերպումը պիտի բավարարի հետևյալ գլխավոր պահանջները.

1. Ապրանքներն այնպես պիտի պահպանվեն, որ նրանք չփչանան և որակով չվատանան:

2. Ապրանքներն այնպես պիտի տեղավորվեն, որ պահեստի ամբողջ տարողությունը լիակատար կերպով օգտագործվի և անտեսվեն պահեստի ամենափոքր տարածություններն ու անկյունները:

3. Միաժամանակ ապրանքներն այնպես պիտի տեղավորել, որ պահեստում բավականաչափ տեղ մնա ապրանքների ընդունելության և բաց թողնելու համար և որպեսզի այդ

գործողությունները կատարվեն ուժի ու ժամանակի ամենափոքր լարումով:

4. Ապրանքներն այնպես պիտի հաշվառման յենթարկել, որ հնարավոր լինի ցանկացած ժամանակ իմանալ, թե այս կամ այն ապրանքներից ինչքան մնացորդ կա պահեստում:

2. Ապրանքների պահպանման ու տեղավորման կարգը

Ապրանքները փչանալուց պահպանելու համար պետք է նրանց պահելու կարգն իմանալ, այսինքն իմանալ ապրանքների այս կամ այն հատկությունը, որը և բնորոշում է նրա պահելու յեղանակը: Բոլոր տեսակի ապրանքների լավ պահպանման համար ընդհանուր պիտի համարել հետևյալ պայմանները—ապրանքների կանոնավոր դասավորումը, խոնավության բացակայությունը, պահեստների մաքրությունը և հնարավորին չափ լավ լուսավորությունը:

Պահեստների տարողությունն օգտագործելիս՝ պիտի ձգտել այնպես անել, որ պահեստի օգտակար ծավալից ոչ մի մետր իզուր տեղը չկորչի, այլ անպայման օգտագործվի: Պահեստի ծավալը որոշվում է հատակի պիտանի մակարդակը բազմապատկելով պիտանի բարձրության վրա: Պահեստի Բրուտտո-մակարդակը որոշվում է պահեստի լայնությունն ու յերկարությունն իրար վրա բազմապատկելով: Իսկ պիտանի մակարդակն ստացվում է բրուտտո-մակարդակից հանելով անցուդարձի, դարակների մեջ անհրաժեշտ միջանցքների, կշեռքի բռնելիք մակարդակը:

Փորձը ցույց է տալիս, որ պահեստում անցուդարձի և այլն կարիքների համար անհրաժեշտ է պահեստի ընդհանուր մակարդակի 25 տոկոսը: Պիտանի բարձրություն է համարվում պատերի բարձրությունը մինչև նրանց քիվը (карниз):

Ավելի ճշգրիտ լինելու համար՝ անհրաժեշտ է նաև հաշվի առնել այն ամենաբարձր կալողությունը (նագրուզկա), որ կարելի յե թույլատրելի համարել մի մետր մակարդակի վրա:

Յելնելով պահեստում պահվելիք ապրանքների քանակից և տեսակից, իմանալով, թե այս կամ այն ապրանքը նրա պահպանման հատուկ տեղավորման պայմաններում ինչպիսի տեղ կարող է բռնել, վերջապես հաշվի առնելով մի քառակուսի մետր մակերևույթի ամենաբարձր կալողությունը—միշտ էլ կարելի յե հաշվել, թե տվյալ պահեստում ինչքան ապրանք կարող է տե-

դավորել և դրանից ել յեզրակացնել, թե պահեստը լավ է օգտագործված, թե՞ վոչ:

Ապրանքները պետք է տեղավորել վորոշ խմբերով և վորոշ սիստեմայով, այնպես վոր յուրաքանչյուր ապրանք ունենա յուր համար վորոշված տեղը: Միայն այս դեպքում հնարավոր է պահեստում ապրանքներն ընդունելու, բաց թողնելու հաշվառման բոլոր գործարքները կատարել ճշտությամբ, արագ և ուժի ամենաքիչ լարումով:

Առանձին ապրանքների մեծ խմբեր պահելու համար լինում են առանձին պահեստներ: Այս խմբերից յուրաքանչյուրը յուր մեջ բովանդակում է այնպիսի ապրանքներ, վորոնք ընդհանուր ծագում ունեն, կամ գործադրվում են մի նպատակի համար, կամ այլ ընդհանուր հատկություններ ունեն:

3. Ապրանքների հաշվառումը պահեստում

Մեծ նշանակություն ունի, վոր պահեստում պահվող ապրանքների յուրաքանչյուր տեսակը և յուրաքանչյուր խումբն ունենա մշտապես նույն անունը: Այդ անունների ցուցակը դասավորված վորոշ կարգով, կազմում է այսպես ասած ապրանքների նոմենկլատուրան (անվանացուցակը):

Այդ անվանացուցակը պիտի տարածվի պահեստի բոլոր գործարքների վրա և ընդհանրապես տվյալ ընկերության բոլոր գործարքների վրա: Հակառակ դեպքում անխուսափելի յեն ամեն տեսակի սխալներ և թյուրիմացություններ ապրանքների հաշվառման գործում, պահեստի գրքերի տեղեկանքների և այլ կարգի գործնական աշխատանքների ու գրանցումների ընթացքում:

Ապրանքների հաշվառումը պահեստում պիտի հնարավորություն տա յուրաքանչյուր տվյալ մոմենտում արագ կերպով պարզել, թե այս կամ այն ապրանքից պահեստում ինչ քանակություն կա: Հաջող կերպով այս կարելի յե իրականացնել այն դեպքում, յերբ յուրաքանչյուր ապրանքի վրա կախված են վորոշ տեսակի «յարլիկներ» (թղթանիշ) և ամեն մի ապրանքի համար պահվում են հաշվառման քարտեր: Յարլիկների վրա գրվում է ապրանքների քաշն ու տեսակը, պահեստ մտնելու ժամանակը. իսկ ծախվելուց ել՝ բաց թողնելու. որը հաշվառման քարտի մեջ գրվում է ապրանքի բոլոր ընդունված և բաց թողնված քանակը, այլև յուրաքանչյուր ընդունելությունից ու բաց թողնելուց հետո պահեստի մնացորդի քանակը:

Ավելորդ է ասել, վոր ապրանքային պաշարների այսպիսի անընդհատ հաշվառումը հսկայական չափով կրճատում է յուրացումների հնարավորությունները, հեշտացնում է նման դեպքերի հայտնաբերումն անմիջապես և վոչ թե յերկար ժամանակ անցնելուց հետո: Բացի այդ, անընդհատ և սիստեմատիկ կերպով կազմված տեղեկանքները շատ են հեշտացնում փաստական մնացորդների ու գրքերի մնացորդների համեմատությունը: Ցեվ վերջապես հաշվառման այս կարգը ցուցանելով վոչ միայն ապրանքների մնացորդները, այլ և շարժումը (յելքն ու մուտքը), հնարավորություն է տալիս ճիշտ կերպով վորոշել յուրաքանչյուր ապրանքի պտույտի արագությունը:

Պետք է այն ել նկատել, վոր ապրանքների հաշվառման վերև ցույց տրված կարգը մի նպատակ ել է հետապնդում. այն, վորը շարունակ իրականացվի պահեստի մնացորդների վրա վերահսկողությունն այնպես, վոր այս կամ այն ապրանքի մնացորդը վորոշված ամենաբարձր մնացորդից չանցնի. այլև վորպեսզի այդ մնացորդն այնքան պակաս չլինի, վորը նախատեսված է պլանային յենթադրությունների մեջ:

Իսկապես ապրանքների պակասությունից այս կամ այն առևտրական կետում կարող են ընդմիջումներ լինել և շրջանառության կրճատում, իսկ ապրանքակուտ լինելուց—ապրանքների պտույտի դանդաղում.—և այդ իսկ պատճառով ել անհրաժեշտ է պլանով նախատեսել այս կամ այն ապրանքի ամենաբարձր ու ամենացածր պաշարի քանակը: Ցեվ հենց վոր պահեստում նկատվում է վորևե ապրանքի քանակի պակասումը՝ մինչև մինիմումը և մինիմումից ցած, անմիջապես հայտնվում է այդ մասին ընկերության գնումներին հետևող վարչության անդամին կամ համապատասխան բաժնին:

Պահեստի վարիչը նույնպես պիտի հետևի, վոր նրա մոտ չկուտակվի ապրանքների վորևե տեսակից ավելի մեծ պաշար, քան կանխորոշված է: Այսպիսի դեպքերում ել պետք է անմիջապես տեղյակ դարձնել կոոպերատիվի գնումների բաժնին կամ համապատասխան պաշտոնյային:

4. Ապրանքների բաց թողնելը

Ապրանքները պահեստից բաց են թողնվում համաձայն պահանջագրերի: Վերջինները ստորագրված են լինում այդ իրավունքով լիազորված անձնավորության կողմից:

Վորովհետև սպառողական ընկերությունը մանրածախ առևտրով է զբաղվում, ապա պահեստից անմիջական առևտուր թույլատրվում է բացառիկ դեպքերում. որինակ, յերբ վաճառվում են «քնած» ապրանքները. յերբ մի խումբ սպառողների հավաքական կերպով են ապրանք բաց թողնում և այլն։

Իսկ ընդհանուր առմամբ պահեստից ապրանք է բաց թողնվում միայն ընկերության խանութներին։ Խոշոր սպառողական ընկերություններում ապրանքների տեղափոխության համար նպատակահարմար է ունենալ հատուկ գործակալներ, այլև գումակային մաս (транспортная часть)։

ԳԼՈՒԽ XXVIII.

ԳՆԵՐԻ ՆՇԱՆԱԿՈՒՄԸ (ԿԱԼԿՈՒԼՅԱՑԻԱՆ)

1. Գների քաղաքականությունը յեվ գնահատման յեղանակները

Ապրանքի գնահատումը կամ կալկուլյացիան առևտրի գործունեության մեջ ընդհանրապես և կոոպերատիվ առևտրի մեջ մասնավորապես՝ ամենակարևոր մոմենտներից մեկն է հանդիսանում։

Այս տեսակետից ամեն մի առևտրական ձեռնարկություն ղեկավարվում է վորոշ սկզբունքներով. այդ սկզբունքներն ի մի վերցրած՝ մենք անվանում ենք գների քաղաքականություն։

Գների քաղաքականության մեջ հնարավոր են չորս ուղղություններ և նրանց համապատասխան էլ ապրանքների գնահատման չորս տարբեր յեղանակներ (սիստեմներ). 1) շուկայի ամենաբարձր գներով. 2) շուկայի միջին գներով, 3) շուկայի միջին գներից ավելի ցածր գներով և 4) ինքնարժեքով։

Առաջին սիստեման կոոպերատիվ առևտրի մեջ ամենահազվադեպն է և մեր ընկերություններում վոչ մի տեղ չի կիրառվել։ Արտասահմանում այն սակավաթիվ ընկերությունները, վորոնք այդ սիստեմը կիրառում են, անդամներն իրենց համար նշանակում են շուկայի միջին գներից ավելի բարձր գներ՝ նպատակ ունենալով տարվա վերջը հետ ստանալու իրենց գերավճարումների ամբողջ գումարը. դա մի յուրատեսակ ինքնահարկադրում է, վոր ընկերության անդամներն անում են՝ իրենց խնայողությունների գումարն ավելացնելու նպատակով։

Շուկայի միջին գներով ապրանքների վաճառքը կապիտալիստական յերկրների սպառողական ընկերությունների մեջ ամենատարածված սիստեման է։ Նրանց համար դա ապրանքների գնահատման ամենաբնական և միակ սիստեմն է, քանի վոր կապիտալիստական յերկրների սպառող կոոպերացիան յուր առաջ չի դնում (և մասնավոր շուկայի համեմատությամբ յուր թուլության պատճառով) չի յել կարող դնել շուկայի վրա առանձին ուժեղությամբ ազդեցություն ունենալու նպատակներ։

Խորհրդային կոոպերացիան յուր ապրանքները վաճառում է շուկայի գներից ավելի ցածր գներով։

Շուկայի միջին գներից ավելի ցածր գներով ապրանքներ գնահատելու սիստեման, վորը կիրառում է Խորհրդային կոոպերացիան, վոչ այլ ինչ է, յեթե վոչ մրցակցող գների սիստեմ։ Ընդհանուր առմամբ գինը առևտրական մրցակցության մեջ ամենագլխավոր և ամենից սուր զենքն է։ Յեվ վորովհետև Խորհրդային կոոպերացիան նպատակ է դնում շուկայից դուրս վանել մասնավոր առևտուրը ու շուկային ամբողջովին տիրել, ապա այդ սիստեման մեզ համար ամենաբնականն է և այլ յեղանակ մեր նպատակների իրականացման համար հնարավոր էլ չէ յերևակայել։

Սակայն այդ յեղանակի կիրառումը չի նշանակում հրաժարվել ընդհանրապես ոգուտներից։ Այսպիսի յեզրակացության հանգել կարելի չէ հետևյալից։ Մրցող գների քաղաքականությունը, վորը վարում է Խորհրդային կոոպերացիան, շարունակ և անշեղ կերպով պետք է հիմնվի շրջանառությունների անընդհատ աճման վրա և նպատակ պիտի ունենա այդ շրջանառությունների անընդհատ մեծանալը ի հաշիվ մասնավոր առևտրի։ Մինչդեռ շրջանառությունների աճումը հնարավոր է միայն շրջանառու միջոցների անընդհատ կուտակման պայմաններում։ Միայն թե կոոպերացիայի ստանալիք ոգուտը նախ պիտի չափավոր լինի և յերկրորդ՝ այդ ոգուտը պիտի ստացվի ապրանքի գնահատման այլ բաղկացուցիչ մասերի հաշվին։ Մեր կոոպերացիան պիտի հետևողական կերպով կիրառի հետևյալ սկզբունքը. մեծ շրջանառություն փոքր ոգուտով։

Այստեղից պարզ է, վոր չորրորդ սիստեմը՝ ապրանքների ինքնարժեքով գնահատելը՝ իրական ծախսերի հավելումով միայն — բոլորովին անընդունելի յէ և շատ հեշտությամբ կարող է կորուստի հասցնել առևտրական ձեռնարկը՝ նրան անընդունակ դարձնելով յուր գոյությունը շարունակելու բոլոր այն դեպքերում, յերբ առքի գների իջեցումը հաճախ ստիպում է ունեցած

ապրանքի մնացորդները վաճառքի հանել ինքնարժեքից եվ ցածր գներով, նույն իսկ վնասով։ Պարզ, է վոր այս դեպքում անհրաժեշտ է նախկին գործունեության ունենալ օգուտներ, այլապես՝ վնասները ծածկելը հնարավոր կլինի միայն հիմնական դրամագլխի հաշվին։

2. Գնահատման տեխնիկան, ապրանքի ինքնարժեքի վորոշումը

Ապրանքների գնահատման ժամանակ նախ պետք է պարզել նրանց ինքնարժեքը. այսինքն պետք է վորոշել, թե տվյալ վորևե ապրանքի մի միավորը (հատը, կիլոն, մետրը, դյուժինը և այլն) իրեն՝ ընկերությանը ինչքան արժե։ Այդ կատարվում է ապրանքների ստանալուց անմիջապես՝ պարզելով ինքնարժեքի մեջ մտնող բոլոր կատարված ծախսերը։

Վորպես հիմնական մեծություն՝ վերցվում է առքի գումարը, այսինքն այն գումարը, վոր վճարվել կամ վճարվելու յե ապրանքը մատակարարողին։ Այդ գումարին ավելացվում են բոլոր վերադիր ծախքերը. այսինքն՝ այն բոլոր ծախքերը, վոր կատարվել են ապրանքների գնման ու մինչև պահեստը փոխադրության համար։

Վերադիր ծախսերի մեջ են մտնում. 1) ապրանքների ջոկումը, փաթեթումը և ուղարկելը. 2) գնումներին մասնակցող միջնորդների վարձատրությունը. 3) ապրանքների բարձումը, թափել և կշռելը (յերկաթուղու կայարանում, նավահանգստում և այլն). 4) ապրանքների փոխադրավարձը (յերկաթուղու, նավի, ուղտերի, սայլերի և այլն). 5) ապրանքների ճանապարհին ուղեկցումն ու պահպանությունը. 6) բորսային, դրոշմատուրքային և տեղական հարկեր. 7) ապրանքների ապահովագրումը ճանապարհին. 8) վագոնների ժամանակին չթափելու համար վճարվող տուգանքը և կայարանում ապրանքների պահպանումը. 9) կայարանային ու նավահանգստային տուրքեր. 10) ապրանքների փոխադրությունը կայարանից պահեստ. 11) ապրանքների նորմալ պակասորդը փոխադրության հետևանքով, տարայի (փաթեթի) քաշը, վոր հաշվում է վորպես ապրանք. 12) տարայի մաշումը, այսինքն, իրական և հաշվի մեջ դրված գների տարբերությունը։

Յեթե այդ ծախսերից վորևե մեկը կատարվել է վոչ թե մի ապրանքի վրա, այլ միաժամանակ մի խումբ (մի պարտիա) ապրանքների վրա, ապա այդպիսի ծախքերը բաժանվում են յուրաքանչյուր տեսակի ապրանքի քաշին կամ արժեքին համեմատ,

նայած թե տվյալ ծախսը հաշվելիս՝ վո՞ր նշանն է հիմք վերցըվում — քա՞շը, թե՞ արժեքը։

Այսպիսով այդ ապրանքների վրա կատարված իրական վերադիր ծախսերը գումարելով առքի գումարի հետ և ստացված գումարը բաժանելով տվյալ ապրանքի քանակի վրա (համաձայն հաշվի) — մենք ստանում ենք միավորի ինքնարժեքը։

1925-26 թվի առաջին յերեք յեռամսյակներում վերադիր ծախսերը կազմում եյին ապրանքների առքի գումարի 4,4-ից — 4,8%-ը՝ քաղաքային բանվորական ընկերություններում և 4,1-ից 4,4%-ը՝ գյուղական ընկերություններում։

3. Վաճառքի գինը

Ապրանքի վաճառքի գինը վորոշվում է ապրանքի ինքնարժեքին վորոշ գումարի հավելումով։ Վերջինս պիտի ծածկի այդ ապրանքի բոլոր ծախքերը և դրանից դուրս հնարավորություն տա ընկերությանը ստանալու վորոշ տոկոսի սահմաններում ոգուտ։

Այս ավելացված գումարը տարբեր անուններ ունի. հավելում, վերադիր տոկոս և այլն։

Հավելումի չափը վորոշելիս՝ պիտի յելնել ընկերության նախկին գործունեյության վերջին շրջանում ունեցած առևտրական և ընդհանուր ծախքերի միջին այն տոկոսից, վորն ընկնում է շրջանառության մի միավորի վրա։

Թողնելով մի այլ տեղ առևտրական և ընդհանուր ծախքերի մանրամասն վերլուծումը, մենք այստեղ միայն կնկատենք, վոր այդ ծախսերի չափը սովորաբար վորոշվում է վաճառքի շըրջանառության տոկոսային հարաբերությամբ։

Այսպես օրինակ՝ յեթե ընկերությունը տարվա ընթացքում կատարել է 4100 ռ. ծախքեր և վաճառել է 40,000 ռ. ապրանքներ, ապա ծախքերի չափը կարտայայտվի հետևյալ ձևով.

$$\frac{4100 \times 100}{40.000} = 10.25$$

այսինքն կկազմի շրջանառության 10,25%-ը։

Բացի այդ, պարզվում է նաև ծախսերի տոկոսային հարաբերությունը վաճառած ապրանքների ինքնարժեքի վերաբերմամբ։ Այս դեպքում ես նույն թվաբանական յեղանակով վորոշվում է, թե կատարված ծախսերը տարեկան շրջանառության ինքնարժեքի վո՞ր տոկոսն են կազմում։

Յենթադրենք՝ մեր վերահիշյալ օրինակի մեջ վաճառված ապրանքի ինքնարժեքը 34,700 ռուբլու յե հավասար, այն ժամանակ ծախսերի տոկոսը կկազմի՝

$$\frac{4100 \times 100}{34.700} = 11,81\%$$

Յեթե ծախսերի այս մակարդակն ունենալով՝ ընկերությունը ցանկություն ունի 2% օգուտ ունենալ, նա ապրանքներին պիտի ավելացնի (կլոր թվով) 14%:

4. Հավելումների մեծությունը տարբեր ապրանքների վրա

Սակայն իրականում բոլոր ապրանքներին միևնույն հավելումները չեն անում: Յուրաքանչյուր ապրանքի վրա տարբեր հավելումներ են կատարվում: Յեվ այս շատ բնական է, վորովհետև բոլոր ապրանքներին չեն կարող միևնույն բարձրության հավելումներ արվել և բոլորը չեն կախված միևնույն ծախսերի հետ:

Այսպես օրինակ առաջին անհրաժեշտության ապրանքներին չի կարելի նույնպիսի հավելումներ անել, ինչպես շռայլության առարկաներին, վորոնք սպառողների շատ սահմանափակ թվի պահանջներն են հաշվի առնում: Բացի այդ, նույն յերկու խումբ ապրանքներն էլ տարբեր ծախսեր են առնում իրենց վրա:

Տարբեր ապրանքների վրա արվող անհավասար ծախսերը զանազան պատճառներով են բացատրվում: Մեծ նշանակություն ունի թե տվյալ ապրանքը ինչպիսի արագությամբ է պըտըտվում կամ ինչքան ժամանակ է խանութում կամ պահեստում մնում: Վորքան մի ապրանք դանդաղ է ծախվում, այնքան նրա վրա շատ ծախսեր է ընկնում: Այլ մոմենտներ էս շատ են ազդում ծախսերին. օրինակ՝ ապրանքի ծավալը (մեծությունը), վորից կախված է այն, թե ինչպիսի տարածություն է նա բռնում պահեստում կամ խանութում՝ հետևապես և շենքի վարձի այն մասը, վոր ընկնում է այդ ապրանքի վրա: Ապրանքի նորմալ պակասորդը, վոր նրա հատկություններից է կախված, հավասարեցուցիչ տուրքը, վոր տարբեր է ապրանքների զանազան խմբերի համար: Նույնը կարելի յե ասել նաև շատ այլ ծախսերի վերաբերմամբ:

6. Միջին հավելումը

Հենց այդ պատճառով է, վոր մենք խոսելով հավելումների մասին, հավելումների վորոնք պետք է ծախսերի միջին մակարդակը

ծածկեն է, բացի այդ, տան օգուտի վորոշ նորմա. մենք էլ նկատի ունենք միջին հավելումը:

Մի շարք տվյալների հիման վրա միջին հավելումն այսպես են վորոշում: Ընկերության շրջանառության մեջ յուրաքանչյուր ապրանքի տոկոսային մասնակցությունը (ամբողջ շրջանառությունն ընդունելով 100) բազմապատկում են ամեն մի ապրանքային խմբի տոկոսային հավելումի վրա: Բոլոր ստացած արտադրյալները գումարում են և բաժանում հարյուրի վրա:

Յենթադրենք մեզ տված են հետևյալ թվերը.

ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ԱՆՈՒՆՆԵՐԸ	Շրջանառության մեջ ինչ տոկոս է բռնում	Հավելում
Հաց	25 տոկ.	6 »
Շաքար	10 »	12 »
Ձեթ	15 »	14 »
Բումազեյա	10 »	15 »
Նավթ	15 »	16 »
Լուցկի	5 »	10 »
Ծխախոտեղեն	20 »	15 »

Բազմակերպելով հետևողական կերպով մեկ մեկու դեմ դըրվող թվերը և բոլոր արտադրյալների գումարը բաժանելով 100-ի վրա՝ մենք ստանում ենք $12,2\%$:

ԳԼՈՒԽ XXIX.

ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՅԵՎ ԱՌԵՎՏՐԱԿԱՆ ԾԱԽՔԵՐԸ

1. Ընդհանուր առևտրական ծախսերի տեսակները

Ինչպես արդեն վերևում ասել ենք, ընդհանուր և առևտրական ծախքերը այն ծախքերն են, վորոնք առաջանում են սպառողական ընկերության ամբողջ տնտեսական և կազմակերպչական գործունեությունից: Տեսնենք, թե այդ ծախքերն ինչ մասերից են բաղկացած:

Ընդհանուր և առևտրական ծախքերի թվին են պատկանում.

I. Ծառայողների անձնական կազմի պահպանումը: 1) Ընտրովի մարմինների վարչատրությունը. 2) ծառայողների վարձատրությունը (աշխատավարձ, արտաժամյա). 3) Սո-

ցիալական ապահովագրում և հատկացումներ արհեստակցական միությանը. 4) Ծառայողների յերաշխավորյալ ապահովագրում. 5) Ծառայողների պահպանման այլ ծախսեր:

II. Շենքերի ու գույքի պահպանման ծախքեր. 6) շենքերի վարձ. 7) լուսավորություն, վառելիք և ջուր. 8) շենքերի ընթացիկ նորոգում և մաքրության պահպանման ծախքեր. 9) մանր գույքի նորոգում և գնում. 10) շենքերի ու գույքի ապահովագրում. 11) գույքերի և կայքի տուրքագրում և հարկեր. 12) կայքերի արժեքի հանգեցում (ամորտիզացիա):

III. Առևտրական իրավագրեր, հարկեր և տուրքեր. 13) իրավագրեր և անձնական արհեստագործական վկայագրեր. 14) հավասարեցուցիչ տուրք. 15) նոտարական ու դրոշմային տուրքեր.

IV. Ծախքեր միջոցներ գրավելու համար. 16) տոկոսներ ավանդների և փոխառությունների համար. 17) տոկոսներ ապրանքային վարկավորման համար:

V. Առևտրի հետ կապված ծախքեր. 18) ապրանքների ապահովագրում. 19) խանութների ու պահեստների պահպանում. 20) սառցարանների պահպանման և սառույցի մթերման ծախքեր. 21) ապրանքների ներքին փոխադրություն. 22) ապրանքների պահպանման հետ կապված նորմալ պակասորդը, ապրանքների փչացումն ու բրակը:

VI. Կառավարական, դիվանական ու փոստ-հեռագրական ծախքեր. 23) ժողովների հրավիրման հետ կապված ծախքեր. 24) գրքեր, բլանկներ և գրենական պիտույքներ. 25) փոստ-հեռագիր-հեռախոս:

VII. Ճանապարհածախս և գործուղումներ. 26) ճանապարհածախս. 27) գործուղումների հետ կապված ծախքեր որապահիկ.

VIII. Այլ ծախքեր. 28) այլ կազմակերպությունների անդամագրվելիս մուտքի վճարների մուծում և այլ անվերադարձ ծախքեր. 29) հաշվետվությունների, հայտարարությունների ու այլ ռեկլամների տպագրություն. 30) դատական ծախքեր. 31) այլ մանր ծախքեր:

IX. Կուլտ-լուսավորական ծախքեր. 32) սեփական կուլտ-լուսավորական ձեռնարկումներ. 33) նպաստը այլ կազմակերպություններին:

Ծախքերը սովորաբար բաժանվում են՝ կոոպերատիվից «կախյալ» ծախքեր և ծախքեր, վորոնք կոոպերատիվից «անկախ» են: Վերջին ծախքերի թվին են պատկանում առևտրական իրավագրե-

քերը, հարկերն ու տուրքերը, փոխառությունների ու ապրանքային վարկի տոկոսները, աշխատող ապարատի կողմնակի ծախքերի մի մասը (ապահովագրական մուծումները),—այլ խոսքով ասած՝ այն բոլոր ծախքերը, վորոնց չափը վորոշվում է ընկերության կամքից ու հայեցողությունից անկախ:

Վերը թված ծախքերի առանձին խմբերի մեջ ամենամեծ տեղը բռնում են ծառայողների անձնական կազմի պահպանման ծախքերը (ծախքերի ամբողջ գումարի 40—50%), իրավագրերը, հարկերն ու տուրքերը (20—25%), ապա գալիս են փոխառությունների համար վճարվող տոկոսները, շենքերի ու գույքի պահպանման ծախքերը:

2. Տվյալներ հավելումների ու ծախսերի մասին

Ցենտրոսոյուզի տվյալները ցույց են տալիս, վոր վերջին տարիների ընթացքում ընդհանուր առևտրական ծախքերն զգալի չափով իջել են: 1923 թվին գյուղական սպառողական ընկերությունների ծախքերը կազմում եյին—23,1 տոկ., իսկ քաղաքային բանվորական ընկերություններինը—20,5 տոկ.: 1924 թվին այդ ծախքերը դեռ շատ բարձր եյին և կազմում եյին 17,1 տոկոս գյուղական ցանցում և 13,5 տոկ. քաղաքային բանվորական ցանցում: 1925-26 տնտ. տարում մեր կոոպերացիան համարյա թե հասել է նախապատերազմական մակարդակին՝ իջեցնելով յուր ծախքերը գյուղական ընկերություններում մինչև 8,5 տոկոս և քաղաքային-բանվորական ընկերություններում մինչև 9,8 տոկոս (1911 թվին 9 տոկոս եր):

Հավելումների վերաբերմամբ ևս կարելի յե արձանագրել զգալի հետևանքներ վերջին տարիների ընթացքում և նախապատերազմյան հավելումների չափին մոտենալու նշաններ: 1925-26 թվի վերջերում գյուղական ու քաղաքային ընկերությունների հավելումների տոկոսն իջել եր մինչև 14,5 շրջանառության ինքնարժեքի վերաբերմամբ և մինչև 12.5 տոկոս վաճառքի շրջանառության համեմատությամբ: 1911 թվին գյուղական ընկերություններում հավելումները կազմում եյին շրջանառության ինքնարժեքի 13,4 տոկոս և վաճառքի շրջանառության 11,8 տոկոս: Քաղաքի ընկերություններում համապատասխան թվերը յեղել են 12,6 տոկ. և 11,2 տոկ.

1925-26 թվի յերեք յեռամսյակներում զուտ ոգուտի գումարը կազմում եր շրջանառության 3,9 տոկոսից մինչև 6,1 տոկոսը

գյուղական ընկերություններում և 2,6 տոկոսից մինչև 4,6 տոկ. քաղաքային բանվորական ընկերություններում։

1911 թվի տվյալներով՝ զուտ օգուտի միջին նորմաները կազմում էին շրջանառության 3,7 տոկոսը գյուղական ընկերություններում, 2,2 տոկ. անկախ բանվորական կոոպերատիվներում և 3 տոկ. քաղաքային խառն ընկերություններում։

3. Ծախսերի հավելումների ու զուտ օգուտի նորմաների կանոնավորումը

Ծախքերի, հավելումների ու զուտ օգուտի կանոնավորումը կոոպերացիայի ներսում սկսվել է Ցենտրոսոյուզի 39-րդ լիազորական ժողովից հետո։ Վերջինս՝ որպես ամենաբարձր նորմաներ՝ հաստատել է գյուղական ընկերությունների համար ծախքերը 14 տոկ., հավելումը 19 տոկ. վաճառքի շրջանառության վերաբերմամբ և քաղաքային բանվորական ընկերությունների համար՝ համապատասխանորեն 10 և 15 տոկ.։

Հետագայում այդ նորմաները վերանայվեցին, ըստ որում նոր նորմաները հաստատվեցին սպառողական ընկերությունների տարբեր խմբերի համար՝ համապատասխան նրանց շրջանառության գումարների։

Կոոպերացիային առաջադրված գների իջեցման լուրջ խնդիրը կրկին անգամ անհրաժեշտ դարձրեց ծախքերի, հավելումների ու զուտ օգուտի նորմաների վերանայումը, ըստ որում վերջին, ամենանոր նորմաները հաստատված են միաժամանակ ներքին կոոպերատիվ և պետական կանոնավորման կարգով,

Այդ նորմաները, հաստատված ՍԽՀՄ Առևտրի ժողկոմատի ու Ցենտրոսոյուզի կողմից, հետևյալ պատկերն ունեին։

Գյուղական սպառողական ընկերությունների համար

Ընկերությունների խմբերն ըստ ամսական շրջանառության	Ընդհ. առևտր. ծախ. %-ը վաճառքի շրջ. վերաբերմամբ	Զուտ օգուտը վաճառքի շրջանառության վերաբերմամբ	Հավելումը %-ով վաճառ. շրջանառության վերաբերմամբ
Մինչև 1.500 ռ. . . .	10	3,2	13,2
» 5.000 » . . .	8	3,2	11,3
» 10.000 » . . .	7,5	2,9	10,4
» 20.000 » . . .	6,8	2,7	9,5
» 30.000 » . . .	6,5	2,5	9,0
30.000-ից վեր	6,0	2,5	8,5
Միջինը ամբողջ գյուղական ցանցի համար . .	7,25	2,75	10,0

Միութենական հանրապետությունների առևտրական ժողկոմներին իրավունք է վերապահված վերանայել այդ նորմաները՝ ավելի իջեցնելու ուղղությամբ, այլև այդ նորմաների վերաբաշխում կատարելու ուղղությամբ առանձին կազմակերպությունների ու առանձին խմբերի վերաբերմամբ, միայն թե միջին նորմաները տվյալ հանրապետության մեջ չպիտի ավելի բարձր լինեն վերոյիշյալ նորմաներից։

Քաղաքային բանվորական ընկերությունների համար

Մինչև 100.000 ռուբլի ամսական շրջանառություն ունեցող բանվորական քաղաքային ընկերությունների համար հաստատված են հետևյալ ամենաբարձր նորմաները. առևտրական ընդհանուր ծախքեր—9 տոկ., զուտ օգուտ 2 տոկ. և հավելում 11 տոկ. վաճառքի շրջանառության վերաբերմամբ։

Իսկ մնացած բանվորական քաղաքային կոոպերատիվների համար ՍԽՀՄ Առևտրի ժողկոմը բավականացել է միայն միջին նորմաներ որոշելով (առևտրական ծախքեր 9 տոկ., զուտ օգուտ 1,9 տոկ., հավելում—10,9 տոկ.)։ Առանձին կազմակերպությունների համար անհատական նորմաներ որոշելը թողնված է բանվորական կոոպերացիայի կենտրոնական սեկցիային (Ցերաբսեկցիա)։

Առևտրի ժողկոմը ճիշտ նույն կերպ է վարվել նաև յերկաթուղայինների սպառողական ընկերությունների նկատմամբ նրանց համար հաստատելով հետևյալ միջին նորմաները՝ ծախքերը 9,7 տոկ., օգուտը 2,01 և հավելումը 11,71 տոկ.։ Առևտրի ժողկոմը յերկաթուղայինների սպառողական ընկերությունների սեկցիային (Տրանսպոսեկցիա) է հանձնարարել անհատական նորմաների որոշումը առանձին ընկերությունների համար։

ԳԼՈՒԽ XXX.

ԱՌԵՎՏՐԱԿԱՆ ԾԱԽՔԵՐԻ ԿՐՃԱՏՄԱՆ ՈՒՂԻՆԵՐԸ

1. Ծախսերի կրճատման հարցի կարևորությունը

Նախորդ գլուխներում մեր ասածներից պարզ է, թե որքան մեծ նշանակություն ունեն առևտրական ծախքերը կոոպերատիվ առևտրի մեջ։ Նրանք են որոշում ապրանքի ինքնարժեքին ավելիք տոկոսային հավելումները, այլև վաճառքի գների բարձր

կամ ցածր աստիճանը: Այդ ծախսերից է կախված նաև առևտրից սպասվող յեկամուտը:

Յուրաքանչյուր ընկերության ուշադրությունը շարունակ պետք է ուղղված լինի յուր ծախքերի կրճատման վրա:

Կանգ չառնելով մանրամասնորեն բոլոր տեսակի ձեռնարկումների վրա, մենք այստեղ ցույց կտանք միայն այն յերեք գլխավոր ու հիմնական ուղիները, վորոնք տանում են դեպի ծախքերի կրճատումը: Այդ ուղիներն են:

3. Հասարակ պարզ տնտեսում

Առաջինը խնայողությունը. ծախքերի պարզ տնտեսումը:

Պետք է ծախքերը նորից ու նորից վերանայել և բոլոր ավելորդ ծախքերը դուրս ձգել, վերացնել: Ամեն մի նոր ծախք պետք է խստորեն կշռադատել ու մտածել:

Սակայն տնտեսումի խնդիրը սխալ ըմբռնված կլիներ, յեթե այն նույնացվեր ժլատության հետ: Ժլատություն ասելով պետք է հասկանալ, վոր ծախսերի կրճատումը կկատարվեր առանց լուրջ վերլուծման և մենք կստանայինք վոչ թե դրական, այլ բացասական արդյունքներ, մինչդեռ խոհեմ տնտեսումը, չկրճատելով անհրաժեշտ ծախքերը, ձգտում է վոչնչացնել ամեն տեսակի վոչ արտադրական, անօգուտ ծախքերը:

Տնտեսումը պետք է յուր աջակցությունը գտնի ապպարատի ռացիոնալացման և աշխատանքի նոր, կատարելագործված ձևերի կիրառման մեջ:

4. Շրջանառությունների մեծացումը

Յերկրորդ ուղին շրջանառությունների մեծացումն է՝ ծախսերի տվյալ չափի պահպանման պայմանով:

Առևտրական միջնորդության արժեքը վորոշվում է վոչ թե ծախքերի բացարձակ գումարով, այլ վաճառքի շրջանառության վերաբերմամբ այդ ծախքերի հարաբերությամբ: Յեվ այսպիսով շրջանառության մեծանալը, յերբ ծախսերը չեն ավելանում, նշանակում է ծախքերի տոկոսային մակարդակի իջեցում:

Սակայն անհրաժեշտ է նկատել, վոր ծախքերի գումարը չի կարող բոլորովին անփոփոխ մնալ շրջանառության աճման դեպքում:

Կան այնպիսի ծախքեր, վորոնք իրենց բնույթով իսկ շրջանառության հարաբերական են և շա-

րունակ պահպանում են նրա վերաբերմամբ իրենց հարաբերությունը (տոկոսային): Այսպիսի ծախքի նմուշ կարելի յե համարել հավասարեցուցիչ տուրքը, վոր առնվում է վաճառած ապրանքի գումարի համեմատությամբ վորոշ տոկոսի սահմանում: Սակայն շատ ուրիշ ծախքեր կան, վորոնք բոլորովին չեն աճում՝ շրջանառության գումարի աճելու դեպքում, կամ յեթե աճում էլ են, վոչ այնքան, վորքան շրջանառությունն է ավելացել:

4. Շրջանառության արագացումը

Ծախքերի կրճատման յերրորդ ուղին շրջանառության արագացումն է,

Շրջանառության մեծությունը և արագությունը միևնույն նշանակություն ունեցող հասկացողությունները չեն:

Շրջանառության մեծությունը բնորոշվում է հենց նույն շրջանառության դրությամբ: Իսկ շրջանառության արագությունը վորոշվում է յերկու մեծությունների՝ ապրանքների պաշարի ու շրջանառության փոխհարաբերությամբ:

Պարզենք այս օրինակով:

Յերկու սպառողական ընկերություն միևնույն շրջանառությունն են կատարում, տարեկան վաճառելով 40.000-ական ռուբլու ապրանք: Նրանցից մեկն ունի ապրանքային մշտական պաշար 4000 ռուբլու, իսկ մյուսի ապրանքային մնացորդը 5000 ռուբլու յե հավասար: Այստեղից յերևում է, վոր առաջինը յուր ապրանքը տարվա մեջ պտտեցնում է 10 անգամ, իսկ յերկրորդը միայն 8 անգամ: Հետևապես առաջին ընկերության շրջանառությունն ավելի արագ է յերկրորդ ընկերության շրջանառությունից:

Այժմ տեսնենք, թե ինչպես է այդ անդրադառնում ծախքերի վրա:

Ապրանքների պակաս պաշար ունենալ՝ նշանակում է պակաս դրամագլուխ ունենալ: Կատարելով միևնույն շրջանառությունը, ինչ վոր յերկրորդ ընկերությունն է անում, առաջին ընկերությունը ավելի քիչ է տոկոսներ վճարում փոխառությունների համար, քան յերկրորդը:

Բացի այդ, ապրանքների պակաս պաշարը, բոլոր այլ պայմանների նույնության դեպքում, պահանջում է ավելի փոքր տարածություն:

Առաջին ընկերության ապրանքները տալիս են նույնպես ավելի քիչ պակասորդ, քան յերկրորդ ընկերության ապրանքները, վորովհետև վերջինները խանութներում և պահեստներում ավելի յերկար են պառկում, քան առաջին ընկերության ապրանքային պաշարները։ Այս դեպքում իրականանում է նաև աշխատանքի տնտեսումը։

Այսպիսով մենք տեսնում ենք, վոր շրջանառության արագացումը ծախսերի կրճատման խնդրում շատ կարևոր նշանակություն ունի։

Ապրանքների դանդաղ շրջանառության պատճառները պետք է փնտրել կամ շատ մեծ պաշարներ ունենալու մեջ, վորը շրջանառությանը չի համապատասխանում, կամ առանձին ապրանքների տեսակների շատության մեջ, կամ վերջապես դժվար վաճառվող ապրանքների շատության մեջ։

Յերբ պարզված են շրջանառության դանդաղության իրական պատճառները, պետք է միջոցներ ձեռք առնել ապրանքային մեծ պաշարների քչացման, քնած ապրանքների վաճառման համար՝ նայած թե ընկերության յուրահատուկ գրությունը ինչ է թելադրում տվյալ դեպքում։

Սակայն մյուս կողմից պարզ է, վոր ապրանքների տվյալ պաշարով ապրանքների մի պտույտը այնքան կլինի դանդաղ, վորքան փոքր է շրջանառությունը և այնքան արագ, վորքան մեծ է շրջանառությունը։

Հենց այդ պատճառով ապրանքապտույտի շատ դանդաղ լինելու պատճառ կարող են լինել նաև վաճառքի կազմակերպման պակասությունները, գնահատումի քաղաքականության սխալ թեքումները և այլն։ Անհրաժեշտ է այս բոլորն ի նկատի առնել և ժամանակին համապատասխան միջոցների ձեռնարկել։

ԳԼՈՒԽ XXXI.

ՎԱՃԱՌՔԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒՄԸ

1. Խանութի տեղի ընտրությունը

Խանութի և առևտրի այլ տեղերի ընտրությունը շատ մեծ նշանակություն ունի գնորդների լայն շրջան գրավելու խնդրում։

Մասնավոր ձեռնարկից սպառողական ընկերությունը տարբերվում է նրանով, վոր վերջինս յուր գործունեությունն սկսում

է՝ ունենալով ի դեմս յուր անդամների գնորդների վորոշ շրջան։

Հենց այդ պատճառով էլ ընկերության խանութները պետք է գտնվեն անդամների բնակության վայրերին մոտիկ տեղերում։

Այս կանոնը պետք է պարտադիր համարել թե միախանութ, թե բազմախանութ ընկերությունների համար։

Մեծ շրջանային ընկերությունների խանութային հիմնական ցանցը նույնպես պետք է յուր ճյուղերը տարածի՝ առաջնաբար ընդգրկելով այն վայրերը, վորտեղ անդամների ավելի մեծ կուտակում կա։

Անդամների բնակության տեղին ամենից մոտիկ պետք է լինեն մանավանդ այն խանութները, վորոնք վաճառում են լայն գործածության առարկաներ։

Ինչ վերաբերում է սեզոնային պահանջը բավարարող առևտրական կետերին, վերջինները կարող են գտնվել անդամների բնակության վայրերից հեռու տարածության վրա՝ ընդգրկելով իրենց ազդեցությամբ ավելի լայն շրջաններ։ Անկասկած է, վոր ընկերության անդամների համար մեծ դժվարություն չէ ավելի հեռու տարածություն կտրել՝ գնելու համար այնպիսի ապրանքներ, վորոնք հաճախ չեն պահանջվում։ Մյուս կողմից բոլորովին ակնհայտնի է, վոր սեզոնային առևտրի համար մեծ շրջան է պահանջվում, վորպեսզի տվյալ առևտրական կետը գնորդների բավականին մեծ քանակ ունենա։

Գյուղերում և ընդհանրապես քիչ բնակություն յեղած վայրերում խանութի տեղի ընտրությունը առանձին դժվարություններ չի ներկայացնում։ Այս դեպքերում խանութի տեղը պիտի ընտրել կենտրոնում, այսինքն հրապարակում, գյուղի միջով անցնող մեծ ճանապարհին և ընդհանրապես այնտեղ, վորտեղ ժողովրդի մեծ մասսաներ են կուտակվում։

2. Խանութի արտաքին սարք ու կարգը

Խանութի արտաքին տեսքը մեծ նշանակություն ունի, վորովհետև արտաքինն է, վոր գնորդի ուշադրությունն ամենից առաջ գրավում է և նրա մեջ առաջ բերում այս կամ այն վերաբերմունքը այդ ձեռնարկի նկատմամբ։ Խանութի արտաքին սարքը ու կարգի մեջ գնորդը պետք է զգա, վոր իսկապես յուր հարմարությունների մասին հոգ է տարվում

և միանգամից նկատի այն տարբերությունը, որ կա կոոպերատիվ և մասնավոր խանութի մեջ։

Ընկերությունը պետք է հոգ տանի, որ յուր խանութի արտաքին տեսքը մաքուր ու գրավիչ լինի, որ դեպի խանութ տանող անց ու դարձի ճանապարհը (մայթերը, մուտքը և այլն) լինի կարգին դրության մեջ և վերջապես խանութի դռները մըտնելու և դուրս գալու համար բոլորովին հարմար լինեն։

Ոչ պակաս նշանակություն ունեն նաև ցուցանակն ու ցուցափեղկը։ Ցուցանակը դա ձեռնարկի առանձնահատուկ, նրան ուրիշներից տարբերող նշանն է։ Ցուցանակի վրա պետք է նըշանակված լինի ընկերության լրիվ անունը։ Բազմախանութ ընկերության բոլոր խանութներում ցուցանակները միատեսակ պետք է լինեն։ Մեծ խանութներում գլխավոր ցուցանակից բացի՝ պետք է լինեն նաև մանր ցուցանակներ փեղկերն ընդմիջող պատի տարածությունների վրա։ Այս վերջիններերի վրա ցույց է տրվում, թե տվյալ բաժանմունքում ինչ ապրանքներ են վաճառվում։

Ցուցափեղկում (վիտրինա) դրված պիտի լինեն խանութում վաճառվող ամենագլխավոր ապրանքների նմուշները։ Լավ կլինի, յեթե այդ նմուշների վրա ցուցադրվեն ապրանքների գըները։ Գներով ցուցափեղկը անհամեմատ ավելի յե օգուտ բերում, քան առանց գների ցուցափեղկը, որովհետև գինն է, որ գնորդի մեջ առաջ է բերում տրամադրություն կամ վճիռ՝ ցուցադրված ապրանքից գնելու համար։

3. Խանութի մեծության (չափի) խնդիրը

Խանութի մեծությունը պետք է համապատասխանի հետևյալ գլխավոր պայմաններին՝ գնորդների թվին, առևտրի ընթացքին (տեմպին) և ապրանքների ասսորտիմենտին։ Օրինակ յեթե խանութն սպասարկում է 600 հոգի գնորդների, և նրանցից յուրաքանչյուրը միջին թվով շաբաթական յերկու անգամ է խանութում գնումներ կատարում, յեթե, բացի այդ, խանութը հաճախում են օրեկան 50 պատահական (ոչ անդամ) գնորդներ, ապա խանութի գնորդներ բաց թողնելու ունակությունը հավասար կլինի 250 հոգու (600×2 : 6=200-անդամներ և 5 հոգի կողմնակիններ)—կամ յուրաքանչյուր ժամը 32-33 հոգի։ Սակայն, բացի այդ, պետք է հաշվի առնել նաև այն հանգամանքը, որ օրվա բոլոր ժամերին առևտուրը մի տեմպով չի ընթանում. կան այնպիսի ժամեր, յերբ առևտուրը շատ յեռուն է, գնորդների թիվը շատ և, ընդհակառակը, լինում են առևտրի համար ոչ նըպաստավոր ժամեր, յերբ գնորդների թիվը քիչ է։ Գյուղական ընկերություններում առևտրի լավ ժամերը յերեկոներն են լինում և տոն օրերը, իսկ բանվորական ընկերություններում առավոտներն ու յերեկոներն են շատ գնորդներ հավաքվում։ Հենց դրա համար էլ խանութի մեծությունը պետք է համապատասխանի գնորդների ամենամեծ կուտակմանը և նրանց տեղավորելու հարմարություն ունենա։

Վերջապես խանութի մեծությունը պետք է համապատասխանի ասսորտիմենտին։ Որքան որ խանութի ասսորտիմենտը լայն ու բազմատեսակ է և ապրանքները մեծածավալ, այնքան էլ խանութը մեծ պիտի լինի։

4. Խանութի ներքին սարք ու կարգը

Ներքին սարք ու կարգի խնդիրներին անցնելով, մենք ամենից առաջ ընդգծում ենք բացարձակ մաքրության ու սարքավորման անհրաժեշտությունը։

Ապրանքները մաքուր ու կարգին սարքավորված պահելը ապրանքների լավ պահպանելու հիմնական պայմանն է։ Ցեխն ու կեղտը ապրանքների փչացմանը նպաստում են և ընկերությանը զրկում են կատարելու յուր ամենագլխավոր պարտականությունը՝ յուր գնորդներին լավ որակի ապրանք մատակարարելը։

Բացի այդ, միայն մաքուր ու լավ սարքավորված պայմաններում կարող են ծառայողներն աշխատել աշխույժ և առողջության համար անվնաս կերպով։

Մաքրություն պահպանելուն պիտի նպաստեն խանութի շենքի որակը, ներքին կահավորումն ու ապրանքների դասավորման յեղանակը։

Ապրանքի դասավորման ժամանակ պետք է որոշ կարգ պահպանել։

Ապրանքներն այնպես պիտի դասավորել, որ այն գնորդներն իսկույն տեսնեն, և գործակատարն՝ առանց դժվարությունների ու ժամանակ կորցնելու՝ պահանջված ապրանքները վերցնել կարողանա։

Յուրաքանչյուր ապրանք պետք է մշտական հատկացրված տեղ ունենա։ Այս կերպ ոչ միայն հեշտանում է այս կամ այն ապրանքի ձեռք բերելը, այլև նրանց հաշվառումն ու հետևապես հեշտացնում է նաև որոշելը, թե ինչ ապրանքներ

շուտ են վաճառվում և ինչ ապրանքներ յերկար են պառկում խանութում:

Խանութում գնորդների համար պետք ե ստեղծել «համր տեղեկանքների» բոլոր հնարավորությունները: Հատկապես անհրաժեշտ ե խանութում նկատելի տեղ կախել բոլոր առաջին անհրաժեշտության ապրանքների գները:

Աշխատանքի մեծ ծավալի ու ասորտիմենտի բազմազանության դեպքերում խանութները պետք ե բաժանված լինեն վորոշ բաժանմունքների: Յուրաքանչյուր բաժանմունքում վաճառվող ապրանքների տեսակները պետք ե նկատելի ու հանրամատչելի կերպով նշանակված լինեն ցուցանակների վրա:

Խանութի ներքին անհրաժեշտ զարդարանքների շարքին են պատկանում կոոպերատիվ պլակատներն ու լոզունգները: Միաժամանակ խանութում պետք ե պարբերաբար կախել ընկերության գործունեության մասին համառոտ հաշվետվություններ ու տեղեկանքներ, խանութային հանձնաժողովների վորոշումները, կարևոր հայտարարություններ և այլն:

5. Խանութի անձնական կազմը

Կոոպերատիվ ծառայողների շարքում բոլորից ամենախոշոր և վճռական դեր ունեն, անկասկած, նրանք, վորոնք աշխատում են խանութներում:

Շարքային սպառողը ապրանքների տարբեր տեսակներն իրարից չի զանազանում, նա չի հասկանում ապրանքի վորակը: Հենց դրանով ե բացատրվում այն անվստահությունն ու տատանումները, վոր նա հայտնաբերում ե ապրանք գնելիս: Յեվ ահա հենց այստեղ ե, վոր յերևան ե գալիս ապրանք վաճառողի նշանակությունը: Նա պիտի կարողանա սպառողին հարկավոր խորհուրդներ տալ, նրան ապրանքի հատկությունը բացատրել և հետևել, վոր խանութում վաճառքի համար վատ վորակի ապրանքներ չլինեն:

Սակայն խանութային ծառայողների ազդեցությունը շատ ավելի հեռուն ե գնում առևտրի անմիջական հետևանքներից: Նա ընդգրկում ե նաև սպառողների և կոոպերատիվի մեջ գաղափարական-կազմակերպչական հարաբերությունների բնագավառը, քանի վոր սպառողների մասսան ընկերության հետ շփումն ունի գլխավորապես նրա խանութի աշխատողների միջոցով և նրանցով ել դատում ե կոոպերատիվն ու կոոպերացիան:

Այդպիսի կարևոր ու պատասխանատու դեր հաջող կերպով իրականացնելու համար անհրաժեշտ ե, վոր խանութի աշխատողների կազմը բավարարի տեխնիքական ու հասարակական բնույթ ունեցող շատ բարձր պահանջների մի շարք: Այդ պահանջների տեսակետից ե, վոր պետք ե խանութի աշխատակիցներն ուշադրությամբ հրավիրվեն և հետագայում նրանց կատարելագործման վրա հատուկ աշխատանքներ տարվեն:

Ծառայողների կողմից իրենց պատասխանատու դերի ու մեծ նշանակության ըմբռնումի աստիճանը յերևան ե գալիս նրանց՝ ընկերության անդամների հետ և ընդհանրապես գնորդների հետ ունեցած վերաբերմունքից: Վոչ զոռոզ ու կոպիտ լինելը, նույնպես և վոչ շողոքորթ ու քաղցրախոս լինելն ե անհրաժեշտ կոոպերատիվում, ինչպես այդ մասնավոր խանութներումն ե, այլ ընկերական ու մտերիմ վերաբերմունքը, սիրալիր լինելը, վոր կոոպերատիվ խանութի աշխատավորի բնորոշ հատկությունը պիտի լինի:

Այսպիսի բարձր վորակի պահանջը պետք ե առաջադրի ընկերությանը լուրջ հոգ տանել՝ յուր աշխատակիցներին ընդհանրապես և խանութի աշխատակիցներին մասնավորապես, ապահովել նյութական բարորությամբ:

Այս դեպքում աշխատավարձի սովորական ձևերից բացի, վոր ընկերությունը վճարում ե յուր աշխատակիցներին, թույլատրվում ե լրացուցիչ նյութական խրախուսանքի զանազան ձևեր՝ ծառայողների արդյունավետ աշխատանքի վարձատրման համար:

Խրախուսանքի այդ ձևերից մեզ մոտ հայտնի յե պարգևատրման (պրեմիայի) ձևը, յերբ աշխատակցին վորոշ նորմա աշխատանքից վերը կատարած աշխատանքի համար (կամ աշխատանքի վորոշ արտադրողականություն գերազանցելուց) տրվում ե լրացուցիչ վարձատրություն: Մեր գործնականում անհատական պարգևատրում չի պատահում: Պարգևատրումը սովորաբար կատարվում ե խանութի աշխատողների ամբողջ խմբին՝ կոլեկտիվ կերպով:

Պարգևատրման ընդհանուր գումարը հաշվելու և այն աշխատակիցների մեջ բաշխելու յեղանակները շատ տարբեր են: Մեծ մասամբ այդ բաշխումը կատարվում ե աշխատավարձի նորմայի ու շրջանառության գումարի տոկոսային հարաբերությամբ: Յեթե շրջանառության մեծանալու կամ աշխատողների թվի կրճատման հետևանքով փաստորեն վճարվող աշխատավարձի ու շրջանառու-

թյան փոխհարաբերությունները (‰-ային հարաբերությունը) նորմալից ավելի ցածր է լինում, ապա այդ տարբերությունը ամբողջ գումարով կամ մասամբ հատկացվում է պարգևատրման ֆոնդին:

Նպատակահարմար կարելի յե համարել այս կարգի պարգևատրման հետ զուգահեռ կիրառման մեջ դնել հատուկ անհատական) պարգևներ (պրեմիաներ) տեխնիքական այս կամ այն կատարելագործումների համար՝ հատկացնելով դրան հատուկ գումարներ տարեկան օգուտներից:

ԳԼՈՒԽ XXXII.

ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ԿԱՆԽԻԿ ՈՒ ԱՊԱՌԻԿ ՎԱՃԱՌՔԸ

1. Ապառիկ առևտուր

Որպես ընդհանուր օրենք՝ ընկերության խանութներն ապրանք են բաց թողնում կանխիկ փողով: Կոոպերատորներն ընդհանուր առմամբ ապառիկ առևտրի վերաբերմամբ յերբեք էլ առանձնապես լավ չեն յեղել տրամադրված, վորովհետև ապառիկ առևտուրը նրանք աննպատակահարմար են համարել թե ընկերության, թե նրա անդամների համար:

Յեվ իսկապես սպառողական կոոպերացիայի պատմությունը շատ հարուստ է ապառիկ առևտրի ամենաբացասական հետևանքները նկարագրող օրինակներով: Վարկը վոչնչացրել ու կլանել է հասարակական դրամագլուխները, զրկելով վարկով տարված ընկերություններին հետագա աշխատանքի հնարավորությունից՝ ինկատի առնելով շրջանառու միջոցների սպառումը:

Վարկի բացասական ազդեցությունն իրեն զգալ է տալիս նաև այն ժամանակ, յերբ թեև վարկի գումարներից չեն էլ կորչում, վարկավորման հետևանքով ընկերության շրջանառու միջոցների պտույտը զգալի կերպով դանդաղում է:

Մյուս կողմից վարկը ծանր կերպով ընկնում է նաև սպառողի վրա: Շնորհիվ վարկավորման՝ նա յուր յեկամուտներն ու ծախքերը իրար չի համապատասխանեցնում, անհամեմատ շատ է ծախսում, քան կարող է և վերջը ամենադժվար կացության մեջ է ընկնում:

Բայց և այնպես մի շարք պայմաններ ստիպում են խորհրդային կոոպերացիային սպառողների վարկավորմանը բավական մեծ տեղ տալ:

2. Վարկավորման ձևերը

Գործնականում մենք սպառողների վարակավորման յերկու հիմնական ձև ունենք:

Առաջին ձևը կարճատև մանրախանութային վարկն է, վորով բաց է թողնվում ամենօրյա անհրաժեշտության առարկաներ և մթերքներ: Այս վարկավորման ժամկետը 15-ից 30 օր է տևում:

Յերկրորդ ձևը յերկարատև վարկն է, վորով բաց է թողնվում սեզոնային սպառման ապրանքներ (մանուֆակտուրա, կոշիկ, տնային տնտեսության առարկաներ և այլն): Այս ձևի վարկավորման ժամկետը տևում է 4-ից 6 ամիս:

Թե մեկ և թե մյուս ձևի վարակավորման ապահովումը, այլև վարկերի ճիշտ ժամկետներին հանգեցնելու յերաշխավորումը իրենց վրա յեն առնում ձեռնարկներն ու հիմնարկությունները:

3. Յերկարատև վարկի պայմանները

Հաշվի առնելով բացասական այն հետևանքները, վորոնց մասին մենք վերը խոսեցինք, Ցենտրոսոյուզի խորհրդի 17-րդ նստաշրջանը հանել է հետևյալ վորոշումը:

«Ազգաբնակչության վարկավորումը, վոր հաճախ կատարվում է կոոպերատիվների շրջանառու միջոցների հաշվին և վոր հենց դրանով թուլացնում է նրանց ֆինանսական դրությունը, պետք է վերակազմել հետևյալ հիմունքներով: Բանվորական կոոպերատիվներում վարկավորման չափը խիստ կերպով պետք է համապատասխանի նրանց ֆինանսական հնարավորություններին: Վարկավորումը պիտի կատարվի բանվորական վարկի հատուկ ֆոնդերից, վորոնք կազմվում են տարեկան օգուտների տոկոֆոնդերից, տնտեսական մարմինների հատուկ վարկային հատկացումներից (ապրանքային կամ դրամական) և բյուջետային հատկացումներից»:

Բացի այդ, պետք է բանվորական վարկավորման կիրառման դեպքում ի նկատի առնել հետևյալ պայմանները:

1. Վարկավորման ընդհանուր գումարը, այլև նրա իրականացման կարգը վորոշում է լիազորների ժողովը. 2. վարակավորման համար ընտրվում է ապրանքի խիստ սահմանափակ ասորտիմենտ (շոր, կոշիկ, տնտեսության անհրաժեշտ առարկաներ, վառելիք, իսկ անդամթերթներից միայն այնպիսիները, վորոնք

մթերվում են ամբողջ սեզոնի համար, օրինակ՝ գետնախնձոր, սոխ, յուղ և այլն ամբողջ ձմեռվա համար). 3. վակավորվում են միայն անդամների ցածր աշխատավարձ ստացող խմբերը: Վարկավորման ժամկետը չպիտի 4 ամսից ավելի լինի. 5. վարկավորումը կատարվում է միայն վարկունակ հիմնարկների կամ ձեռնարկների մուրհակային կամ դրան համապատասխան յերաշխավորությամբ:

Ինչ վերաբերում է գյուղացիության վարկավորմանը, ապա Ցենտրոսոյուզի Խորհրդի կարծիքով վարկավորումը գյուղում բոլորովին պետք է դադարեցվի: Բացառություններ կարող են լինել միայն ամենաչքավոր անդամների վերաբերմամբ և այն էլ ի հաշիվ հատուկ վարկավորման ֆոնդերի, վորոնք կազմվում են լիազորների կամ ընդհանուր ժողովի հիման վրա՝ ոգուտի վորոշ տոկոսային հատկացումներից:

4. Մանր խանութային վարկ

Մանր խանութային վարկի մասին անհրաժեշտ է նկատել, վոր այն, վորպես կարճատև վարկ, այնքան էլ ծանր չէ կոոպերատիվի համար և ինչպէս յեթե կանոնավոր կերպով ապահովված է ու ժամանակին վճարվում: Այս ձևի վարկավորումից կոոպերացիան հրաժարվել չի կարող հենց միայն այն պատճառով, վոր մասնավոր մանր առևտրականներն այն կիրառում են մեծ չափերով և ոգտագործում են այն՝ վորպես սպառողներին իրենց հետ կապելու մի ուժեղ միջոց:

Մանր խանութային վարկավորումը կատարվում է գրքույկներով կամ կտրվող տալոններ ունեցող անվանական ապրանքային օրդերներով: Այս սիստեմը ապրանք բաց թողնելիս հատուկ գրանցումներ չի պահանջում և ամենաեժանն է, պարզն ու մատչելին:

Ապրանքային օրդերներ բաց թողնելը թույլատրվում է ֆինանսների ժողովրդական կոմիսարիատի կողմից:

ԱՊՐԱՆՔՆԵՐԻ ՀԱՇՎԱՌՄԱՆ ՅԵՎ ԱՄԲՈՂՋԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՀԱՄԱՐ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՈՒ ԼԻՆԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

1. Ապրանքների հաշվառման սիստեմները

Առևտրական ձեռնարկում ապրանքների հաշվառումն իրականացվում է հետևյալ յերկու հիմնական սիստեմներից մեկով՝ քանակային կամ տեսակային և գումարային:

Քանակային սիստեմը կիրառելիս՝ ապրանքները հաշվառվում են առանձին-առանձին ըստ քաշի, չափի ու հաշվի տեսակների և միավորների: Մուտք է գրվում ընդունված ապրանքների քանակը, իսկ յելք է գրվում բաց թողնված ապրանքի քանակը: Այս դեպքում յեթե ապրանքի գինը նույն իսկ ցույց է տրվում—դա միայն տեղեկանքի բնույթ ունի և վոչ հաշվապահական:

Ընդհանրապես, գումարային սիստեմի կիրառման ժամանակ մուտքի ու յելքի հաշվին գրվում է ընդունվող ու բաց թողնվող ապրանքների արժեքների գումարը, առանց ապրանքների տեսակներն ու քանակը հաշվելու:

Կատարելապես պարզ պիտի համարել, վոր քանակային սիստեմը կիրառելի յե միայն այն դեպքերում, յերբ ապրանքների ասորտիմենտը շատ մեծ չե և յերբ այդ ապրանքները յուրաքանչյուր առանձին դեպքում ընդունվում կամ բաց են թողնվում մեծ քանակով:

Իսկ այն ձեռնարկներում, վորոնք ապրանքային մեծ ասորտիմենտ են պահում և մանավանդ վորոնք մանրածախ առևտրով են զբաղված, քանակային սիստեմով ապրանքների հաշվառումը մի շարք լուրջ խոչընդոտների յե հանդիպում: Մեծ շրջանառության դեպքում հաշվառման յենթարկել բազմազան ապրանքները քարոզ ու կես ֆունտերով—դա մի անկարելի ու ծանր աշխատանք է:

Ահա թե ինչու սպառողական ընկերություններում ապրանքների հաշվառումը կատարվում է գումարային սիստեմով:

Հաշվառման այդ յերկու սիստեմներից բացի, պատահում է նաև այդ յերկուսի միջին տեղը բռնող յերրորդ սիստեմը, խմբավորումներով-գումարային հաշվառման: Այս սիստեմի հաշվառման էությունն այն է, վոր խանութը բաժանվում է մի քանի բաժինների ըստ նույնանման ապրանքների խմբավո-

ռումների (գաստրոնոմիա, մանուֆակտուրա, ամանեղեն և այլն) և գումարային հաշվառումը կատարվում է ըստ առանձին խումբ ապրանքների։

Հաշվառման այս յեղանակը կիրառելի չէ խոշոր խանութներում, վորտեղ առանձին խումբ ապրանքների վաճառքը կատարվում է մեծ չափերով և խանութին առանձին բաժանմունքների վերածելը նպատակահարմար է։

2. Ապրանքների համար պատասխանատվություն

Գոյություն ունի յերեք սիստեմի պատասխանատվություն. միանձնյա (անհատական), կոլլեկտիվ (հավաքական) և ապահովագրյալ։

Անհատական պատասխանատվություն ասելով պետք է հասկանալ, վոր ապրանքի համար ամբողջովին պատասխանատու յե խանութի վարիչը կամ պատասխանատու գործակատարը անհատապես։

Թեև մեր սպառողական ընկերություններից մեծամասնությունը հենց այս սիստեմն է կիրառում, չի կարելի սակայն խոստովանել, վոր մի անհատի պատասխանատվությունը նույնիսկ ամենաթույլ չափով չի կարող ապահովել ընկերության ունեցվածքի ամբողջականությունն ու շահերը։ Բացի այդ, անարդար ու անհասկանալի յե պատասխանատվությունից ազատել այն բոլոր անձանց, վորոնք ապրանքների վաճառքի գործարքներին անմիջական մասնակցություն ունեն։

Ամբողջ կոլլեկտիվի հավաքական պատասխանատվությունն անշուշտ ընկերությանն ավելի յե ապահովում կորուստներից և ավելի արժեք ունի այն մտքով, վոր ծառայողների մեջ պատասխանատվության ընդհանուր վոգին զարգացնում է։

Սակայն այս սիստեմը նույնպես ընկերությանը չի տալիս ապահովություն վնասների դեմ։ Ահա թե ինչու սպառողական ընկերությունները ավելի ու ավելի յեն անցնում այսպես կոչված յերաշխավորյալ ապահովագրության սիստեմին։

Յերաշխավորյալ ապահովագրությունը կիրառվում է 1925 թվից։ Նրա էությունը հետևյալն է։ Պետապը շահագրգռված կազմակերպության հետ կնքած պայմանագրի հիման վրա «ծածկում է ապահովագրողի այն վնասները, վորոնք կպատճառվեն ապահովագրողին շնորհիվ բանվորների ու ծառայողների հանցագործ ու անփույթ վերաբերմունքի և վորոնք անմիջական

կապ ունեն Պետապին հանձնարարված ապահովագրած ունեցվածքի ընդունելության, բաց թողնելու, պահպանման ու փոխադրության հետ»։

Անհրաժեշտ է նկատել, վոր Պետապը ապահովագրված ապրանքների և այլ ունեցվածքի համար պատասխանատու յե միայն այն պայմանով, յերբ ապահովագրված արժեքները գտնվում են այնպիսի ծառայողների ու բանվորների տրամադրության տակ, վորոնք իրենց պարտականությունները վարելու համար պետքական են ճանաչված Պետապին կից հատուկ գրանցող-վկայագրող բյուրոյի կողմից (Регистрационно - аттестационное бюро)։

3. Բնական պակասորդը

Պատասխանատվության մոմենտը յերեք սիստեմի կիրառման դեպքում համարվում է այն մոմենտը, յերբ պարզվում է, վոր վորոշ բնական պակասորդից վեր՝ ապրանքների պակասորդ կա։

Բնական պակասորդ է կոչվում այն անխուսափելի կորուստը, վոր կրում են ապրանքները՝ նրանց հետ նորմալ գործարքներ կատարելու հետևանքով։ Այս կորուստներն են—նայած ապրանքի հատկությանը,—չորանալը, փոշիանալը, հոսելը, կպչելը, կոտրվելը և այլն։

Փորձերի վրա հիմնված տվյալներով պարզված է, թե յուրաքանչյուր տեսակի ապրանք ինչպիսի նորմալ պակասորդ է տալիս. վերջինս հաշվվում է վաճառքի շրջանառության վերաբերմամբ տոկոսներով։

Յուրաքանչյուր տեսակ ապրանքի պակասորդը վորոշելիս՝ բացի ապրանքի հատկությունից, հաշվի անհրաժեշտ է, բացի ապրանքի հատկությունից, հաշվի առնել և այլ պայմաններ, վորոնք պակասորդի վրա կարող են ազդել։ Այդ պայմաններից ամենագլխավորը ապրանքների վաճառքի ձևն է (մեծաքանակ թե մանրածախ), ապրանքապտույտի արագությունը կամ ապրանքի՝ խանութում պահվելու տևողությունը և վերջապես խանութին տըրվող փաթեթային նյութերի հաշվառման պայմանները։ Մեծաքանակ ու մանր-մեծաքանակ վաճառքի ժամանակ պակասորդն ավելի ցածր տոկոս է լինում, քան մանրածախի ժամանակ։ Որքան շրջանառությունն արագ է կատարվում, ապրանքներն արագ են պտույտ գործում կամ որքան կարճատև է ապրանքի խանութում մնալը—այնքան ապրանքը քիչ պակասորդ է

տալիս։ Վերջապես փաթեթային նյութերի հանձնման պայմաններն էլ պակասորդների խնդրին զգալի կերպով ազդում են. յեթե փաթեթային նյութերը խանութին են հանձնվում վորպես ապրանք, պակասորդների նորմաները պետք է բարձրացվեն, իսկ յեթե փաթեթային նյութերը մասամբ կամ ամբողջությամբ ծախսերի հաշվին դուրս են գրվում, պակասորդների նորման համապատասխան կերպով պետք է իջեցնել։

Բնական պակասորդի նորմաների կիրառումը կախված է ապրանքների հաշվառման սիստեմից։ Յերբ ապրանքները հաշվառվում են ըստ տեսակների, պակասորդներն էլ կարելի յե պարզել ըստ տեսակների։ Իսկ գումարային կամ խմբային-գումարային հաշվառման դեպքում պակասորդների նորման վորոշվում է վոչ թե ըստ տեսակների, այլ առաջին դեպքում ամբողջ գումարի համեմատությամբ, յերկրորդ դեպքում — առանձին խմբերի վերաբերմամբ վորոշ $^0/_0$-ով։ Առանձին ապրանքների բնական պակասորդների նորման իմանալով և իմանալով նույնպես, թե շրջանառության մեջ առանձին ապրանքներն ինչ տեղ են բռնում, շատ հեշտ է պակասորդի միջին նորման վորոշել՝ կամ բոլոր ապրանքների, կամ առանձին ապրանքային խմբերի վերաբերմամբ։

4. Բնական պակասորդների դուրս գրելու կարգը

Վորոշ նորմաների սահմաններում բնական պակասորդը դուրս է գրվում միայն այն դեպքերում, յերբ պակասորդը հայտնաբերված է ապրանքների իրական մնացորդների ու գրքերի մնացորդների համեմատության հետևանքով։ Իսկ այնտեղ, վորտեղ պակասորդ չի հայտնաբերված, վոչ մի պակասորդ դուրս գրել չի կարելի։

Գործնականում յերբեմն լինում են դեպքեր, յերբ բնական պակասորդ է դուրս գրվում նաև այն դեպքերում, յերբ փաստորեն վոչ մի պակասորդ չի հայտնաբերված. համապատասխան գումարներն այս դեպքերում ապրանքի համար պատասխանատու ծառայողներին է տրվում։ Սակայն այս կարգը անթույլատրելի յե, վորովհետև դա կարող է ծառայողների մեջ առաջացնել մըշտական ձգտումն քաշի ու չափի խարդախման միջոցով վոչ միայն բնական պակասորդ չունենալ, այլև ունենալ վորոշ հավանականություն անձամբ ստանալ դուրս գրվելիք բնական պակասորդը։

Ինչ վերաբերում է ավելցուկների հայտնաբերման դեպքերին, ապա այս ավել գումարները, վորոնք ստացվում են ապրանքները փաթեթով ծախելու շնորհիվ, գրանցվում են ապրանքների մուտքի հաշվին։

ԳԼՈՒԽ XXXIV.

ԱՐՏԱԴՐԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՅՈՒԹՅՈՒՆԸ

1. Սեփական արտադրության անհրաժեշտությունը

Սպառողական ընկերությունների հիմնական խնդիրը առևտուրն է, ապրանքներն սպառողներին հասցնելը։ Ապրանքներ արտադրելը չի մտնում նրանց ուղղակի և անմիջական անելիքների մեջ։

Սակայն կան առևտրի այնպիսի ճյուղեր, վորոնց մեջ առևտրական պրոցեսները ամուր և անբաժանելի կապերով կապված են արտադրականի հետ։ Կան մի շարք առաջին անհրաժեշտության ապրանքներ, վորոնցով նորմալ կերպով առևտուր անելը հնարավոր է միայն այն դեպքում, յերբ ընկերությունն ինքն է այդ ապրանքներն արտադրում։

Օրինակ թխած հացը, ինչպես հայտնի յե, պետական մեծ գործարաններում՝ կենտրոնացած կերպով չի պատրաստվում և մանուֆակտուրայի նման բաշխվում յերկրի հեռավոր անկյուններում։ Հացը թափվում է յուրաքանչյուր քաղաքի կամ մեծ գյուղի փռերում և վաճառվում է կամ հենց փռերից, կամ նրանցից վոչ հեռու գտնվող տարբեր տեսակի առևտրական կետերում։ Հետևաբար սպառողական ընկերությունը յուր անդամների հացի պահանջը բավարարելու համար՝ ջրաղացներ է հիմնում տեղական հացահատիկներն ալյուրի վերամշակելու համար։ Յեթե կոոպերացիան հրաժարվի այդ գործի կազմակերպումից, ապա տեղական ալյուրի աղալու գործն ամբողջովին կընկներ մասնավոր ջրաղացատերերի ձեռքը, և կոոպերացիան յուր կարիքների համար ևս պետք է մասնավորներին դիմեր։ Այսպիսի դրությունը, պարզ է, վոր աննորմալ է։

Առևտրական ու արտադրական պրոցեսների այս անբաժանելիությունը, վոր սպառողական կոոպերացիայի առաջ անհրաժեշտորեն հարց է դնում ունենալ յուր սեփական արտադրական ձեռնարկները, վերաբերում է նաև մի շարք այլ ճյուղերի՝ գըլխավորապես հացի ու սննդի մթերքներին վերաբերող արտադրության բնագավառում։

Գյուղական վայրերում սպառողական ընկերությունները հաճախ են ստիպված արտադրական ձեռնարկներ կազմակերպել, երբ նրանց շրջանի ազգաբնակությունը այնպիսի հում նյութեր ունի, որ կարող է վաճառքի հանվել միայն վերամշակումից հետո և երբ այս աշխատանքը կատարող այլ կազմակերպություն տեղում չկա:

Սպառողական կոոպերացիայի արտադրական գործունեության մասին մեր ձեռքի տակ ունեցած տեղեկությունները լիակատար կերպով հաստատում են մեր ասածները այդ արտադրության ուղղության ու բնույթի և այն առաջացնող պատճառների մասին:

Այդ տեղեկությունները ցույց են տալիս, որ սպառողական կոոպերացիայի արտադրական աշխատանքը գլխավորապես կենտրոնացած է համի ու սննդի մթերքների մշակման բնագավառում:

Սպառողական կոոպերացիայի բոլոր արդյունաբերական ձեռնարկների 80%-ը թե՛ գյուղերում և թե՛ քաղաքներում պատկանում են վերոհիշյալ տեսակին և արտադրում են գլխավորապես սննդամթերքներ:

2. Ընկերության արտադրական ու առևտրական ձեռնարկների կապը

Այդ կապը տարբեր է լինում: Լինում են դեպքեր, երբ արդյունաբերական ձեռնարկները առանձնացվում են և քիչ թե շատ ինքնուրույն միավորների վերածվում: Ուրիշ դեպքերում նրանք առևտրական ապարատից կախված և նրան ստորադաս միավորներ են:

Սակայն պարզ է, որ թե՛ մեկ և թե՛ մյուս դեպքում արդյունաբերական ձեռնարկները պահպանում են առևտրական գործի վերաբերմամբ օժանդակող ձեռնարկների բնույթը:

Այդ բնույթն արտահայտվում է հենց նրանով, որ արդյունաբերական ձեռնարկները բոլոր դեպքերում էլ արտադրում են այնպիսի ապրանքներ, որոնք սպառողին են հասնում առևտրական ցանցի միջոցով: Արդյունաբերական այդ ձեռնարկները երբեք նպատակ չունեն այնպիսի ապրանքներ արտադրելու, որոնք ընկերությունից դուրս են վաճառվելու՝ կողմնակի շուկայի կարիքների բավարարման համար: Այսպիսի դեպքեր, երբ լինում էլ են, նրանք բացառություններ են:

Արտադրական ձեռնարկությունների համեմատական ինքնուրույնությունը ի միջի այլոց արտահայտվում է նրանով, որ նրանք իրենց արտադրանքների լրիվ գնահատում են կատարում գների մեջ մտցնելով նաև նորմալ արտադրական օգուտը: Այս ձևով ապրանքը գնահատված հանձնվում է առևտրական բաժնին: Դրանով է որոշություն ու պարզություն մտցվում ձեռնարկի օգտավետ կամ վնասատու լինելու հարցի մեջ: Մեծ ու բարդ ձեռնարկի համար այդ որոշությունը անպայման անհրաժեշտ է:

Մանր ձեռնարկները, որոնք մեծ կախում ունեն առևտրական ապարատից, իրենց արտադրանքների լրիվ գնահատում չեն կատարում: Մեծ մասամբ նրանք՝ հաշվելով միայն արտադրական ծախքերը՝ արտադրական նորմալ օգուտ չեն մտցնում ապրանքի գնի մեջ և ամբողջ արտադրանքն ինքնարժեքով հանձնում են ընկերության առևտրական մասին:

3. Արդյունաբերական գործունեության ֆինանսավորումը

Սպառողական ընկերությունների սեփական արտադրության կազմակերպման ամենալուրջ խնդիրներից մեկը—դրամահայթհայթման կամ ֆինանսավորման խնդիրն է: Արտադրության մեջ դրված ծախսերն այնպես արագ չեն վերադառնում ընկերությանը, ինչպես առևտրի մեջ դրված դրամագլուխները: Արտադրության մեջ մշտական դրամագլուխը (սարքավորումը) շրջանառու դրամագլխից ավելի յէ: Շրջանառությունն էլ մեծ մասամբ դանդաղ է: Ցավ քանի որ սպառողական ընկերության ամենաառաջնակարգ և ուղղակի անելիքը՝ առևտրի շրջանառության զարգացնելն է (մենք այս մասին բազմիցս անգամ ասել ենք նախընթաց գլուխներում), ապա արտադրական լայն ձեռնարկությունների խնդրին և ընդհանրապես սեփական արդյունաբերության զարգացմանը՝ սպառողական ընկերությունները պետք է մոտենան ամենամեծ զգուշությամբ:

Սպառողական ընկերություններն իրենց արդյունաբերական գործունեությունը չպիտի զարգացնեն ի հաշիվ առևտրի համար նախորոշած դրամագլուխների, այլ այդ նպատակով պետք է փնտրեն ու ձեռք բերեն հատուկ դրամագլուխներ ու հատուկ վարկեր: Երկարատև—ձեռնարկի սարքավորման ու կառուցման համար և կարճատև՝ ձեռնարկի հում նյութերի ու այլ անհրաժեշտ ծախքերի համար:

Դժբախտաբար մինչև այժմ էլ սպառողական կոոպերացիային բանկերի կողմից տրամադրվող վարկերը հաշվի չեն առնում սպառողական ընկերությունների արդյունաբերական ձեռնարկությունները: Թե՛ վարկային լիմիտները, թե

վարկավորման ժամկետները բացառապես հիմնվում են սպառողական ընկերությունների առևտրական գործունեության հաշվառման վրա: Պետական բյուջեի միջոցներից, կոոպերատիվ արդյունաբերության դրամահայթհայթման բնագավառում, միայն առաջին քայլերն են արվում: Պաշտպանության և Աշխատանքի խորհրդի (СТО) 1925 թվի մայիսի 29-ի և 1926 թվի մայիսի 12-ի վորոշմամբ հատկացրված է 4,860 հազար ռուբլի՝ հացագործարաններ հիմնելու և գոյություն ունեցող հացի փռերը մեքենայացման յենթարկելու համար:

ԳԼՈՒԽ XXXV

ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ՍՆՆԴԱՄԱՏԱԿԱՐԱՐՄԱՆ ՁԵՌՆԱՐԿՆԵՐԸ

1. Հասարակական սննդի նշանակությունը

Հասարակական սննդի գործը չեր կարող դեպի իրեն չգրավել սպառողական կոոպերացիայի և մանավանդ քաղաքային-բանվորական ընկերությունների ուշադրությունը, չեր կարող չմտնել նրա հիմնական խնդիրների շրջանի մեջ:

Հայտնի յե, վոր քաղաքների ու արդյունաբերական-գործարանային շրջանների ազգաբնակության մի վորոշ, բավականին մեծ, մասը ստիպված է լինում սնվել տնից դուրս: Յեվ բնական է, վոր կոոպերացիան իրեն նպատակ է դնում ապահովել սպառողների այդ մասսային առողջ ու եժան սննդով:

Բացի սպառողի անմիջական օգուտից՝ հասարակական սննդի գործն ունի ժողովրդա-տնտեսական նշանակություն, վորովհետև այդ գործի կանոնավոր կազմակերպման հետ սերտ կերպով կապված է բանվորական ույժի վերարտադրման խնդիրը, աշխատանքային յեռանդի աշխատելիս գործադրած մասը վերականգնելու խնդիրը:

Հասարակական սննդի կազմակերպման անհրաժեշտությունը թելադրվում է նաև նոր կենցաղի կառուցման պահանջից, տանը ճաշ յեփելը հասարակական սննդի պատրաստման փոխարինելով:

2. Գործի դժվարությունները

Սակայն այս գործի մեջ սպառողական ընկերությունները հանդիպում են մեծ դժվարությունների:

Ամենից առաջ այդ գործը նոր է, և գործի կանոնավոր կազմակերպման ու առաջ տանելու համար անհրաժեշտ փորձը դեռ

է բերվում միայն աշխատանքի ընթացքում: Գործի զարգացման համար մեծ խոչընդոտ է նաև միջոցների պակասությունը, իսկ ճաշարանների սարքավորման ու շենքերի հարմարեցման համար մեծ միջոցներ են պահանջվում: Յեվ վերջապես, բնակարանային ճգնաժամի պատճառով, ճաշարանների համար հարմար շենքեր գտնելն էլ դժվարությունների յե հանդիպում:

Այդ պատճառներով է, վոր ճաշարանները մեծ մասամբ ունեն բարձր վերադիր ծախսեր, թե իրենց հարմար կառուցվածքով, թե գներով չեն կարողանում սպառողների մեծ մասսաներ գրավել և վնաս են բերում:

Պետք է հաշվի առնել մանավանդ այն հանգամանքը, վոր հասարակական ճաշարաններն ստիպված են մրցել վոչ միայն մասնավոր ճաշարանների հետ, այլև տանը պատրաստվող սննդի հետ: Այդ մրցումը ծանր մրցում է, վորովհետև տանը՝ յեփվող ճաշի արժեքի մեջ չի մտնում մայրերի, քույրերի և այլոց ճաշի վրա գործադրվող աշխատանքի արժեքը: Թեթևացնել այդ մրցումը, կոոպերացիայի համար այն նպաստավոր դարձնել, կարելի յե միայն սննդի պատրաստման գործի մեքենայացման միջոցով. այս կերպ միայն կարելի յե կրճատել վերադիր ծախսերը: Սակայն մեքենայացման համար մեծ միջոցներ են պահանջվում:

Մեր գործնականում հասարակական սննդի դրամահայթհայթման խնդիր լուծելը ձևակերպվում է հատուկ փոնդերի կազմակերպման միջոցով: Այդ փոնդերին մասնակցում են վոչ միայն իրենց կոոպերատիվները, այլ և ուրիշ, մանավանդ տնտեսական, կազմակերպությունները:

3. Ճաշարանների ներքին կազմակերպումը յեվ կալկուլյացիան

Հասարակական սննդի գործն որինակելի հիմքերի վրա դնելու համար անհրաժեշտ է նույնպես գործի ներքին կազմակերպումն հնարավոր չափով ռացիոնալացման յենթարկելը՝ աշխատանքի տնտեսումի, նյութերին ու մթերքներին խնամքով ու խնայող վերաբերմունքով, և վոր ամենագլխավորն է, ինչպես մենք վերևում ենք ասել, աշխատանքային ու արտադրական պրոցեսների աստիճանական ու մասնակի մեքենայացման միջոցով:

Հասարակական սննդի աշխատողների ուշադրության կենտրոնում պիտի լինեն՝ ճաշարանների ապրանքային ասորտիմենտի ու ապրանքի լավ վորակ լինելու խնդիրները: Գործի հաջողու-

թյունը կախված է զանազան ուտելիքներ պահելուց՝ ըստ սպառողների տարբեր ճաշակների, այդ ուտելիքների լավ հատկությունից և այն բանից, թե որքան են նրանք ճաշարանի սպառողների պահանջները բավարարում: Իսկ այդ բոլորը պահանջում են ուշադիր և լուրջ ուսումնասիրություն:

Ամենամեծ ճշտում է պահանջում գների կալ՚կուլյացիան:

Առաջին հերթին անհրաժեշտ է որոշել այն մ թ ե ր ք ն ե ր ի ու նյութերի ճիշտ գինը, որ յուր ճաշարաններին բաց է թողնում ինքը ընկերությունը: Գործնականում, այս խնդրի կիրառման ժամանակ, նկատվել են մի շարք աննորմալ երևույթներ: Հաճախ այդ մթերքներն ու նյութերը ճաշարանին բաց են թողնվում ոչ թե ինքնարժեքով, ոչ նույնիսկ մեծաքանակային (օպտովի) գներով, այլ նույն գներով, ինչպես նրանք վաճառվում են խանութներից (մանրածախ գըներով): Կարիք էլ չկա ասելու, որ այդպես վարվել չի կարելի, որովհետև տվյալ դեպքում ստացվում է միևնույն մթերքի վրա կրկնակի հավելում, որի հետևանքով սննդի արժեքը թանգանում է:

Ճաշարաններում գները պիտի տարբեր լինեն, նայած այն պայմաններին, որով բաց են թողնվում սննդամթերքները կամ ճաշերը: Օրինակ՝ այն ճաշերը, որ բաց են թողնվում ճաշարանից դուրս (տուն տանելու համար), ավելի ցածր գնով պիտի հաշվեն: Մշտական (ամսական) հաճախորդներին ճաշը պետք է պակաս գնով բաց թողնել, քան մի-մի անգամ (պատահական) հաճախորդներին:

Իսկ գնահատման համար ավելի հիմնական աշխատանքն այն պիտի լինի, որ պարզվի, թե տվյալ ճաշի հիմնական նյութերի մի որոշ քանակությունից ինչքան բաժին (պորցիա) է ստացվում, ինչքան օժանդակ նյութեր են գործադրվում և ինչ վերադիր ծախք է ընկնում մի բաժնի վրա:

4. Լայն հասարակայնության գրավման անհրաժեշտությունը

Կոոպերացիայի գործունեության այս բնագավառում տարվող աշխատանքն, ավելի քան որևէ այլ աշխատանք, պահանջում է լայն հասարակական ուշադրություն: Վերջինս հաջող կերպով կիրառվում է մի շարք տեղերում՝ հ ա ս ա ր ա կ ա կ ա ն ս ն ն դ ի գ ո ր ծ ի ն ա ջ ա կ ց ո ղ կ ո մ ի տ ե ն ե ր ի կ ա զ մ ա կ ե ր պ մ ա ն մ ի ջ ո ց ո վ. այդ կոմիտեները կազմակերպվում են շահագրգռված կազմակերպությունների ներկայացուցիչներից: Ճաշարաններին

կից պետք է կազմակերպել ճ ա շ ա ր ա ն ա յ ի ն հ ա ն ձ ն ա ժ ո ղ ո վ ն ե ր, որոնց անելիքներն են՝ հետևել ճաշարանների աշխատանքներին, շենքի մաքրության ու սարքավորմանը, մթերքների որակին, ճիշտ ու կանոնավոր գնահատմանը, այցելողների հետ քաղաքավարի վերաբերմունքին: Նրանք պետք է պարզեն ճաշարանի հաճախորդների կարիքներն ու ճաշակը, աջակցեն գործի հետագա բարելավմանը և մասսաների մեջ տանեն հասարակական սննդի գաղափարների լայն պրոպագանդա:

Ճաշարանային հանձնաժողովների վրա է դրվում նաև ճաշարաններում կուլտ-լուսավորական աշխատանքների կազմակերպման գործը: Ճաշարանը պետք է մի կուլտուրական կենտրոն դառնա: Ճաշարաններում հատուկ կուլտ-անկյունների կազմակերպումը, ոգտակար բավականությունների ստեղծումն ու ղեկավարությունը, հատուկ աշխատանք հարբեցողության դեմ՝ ահա ճաշարանային հանձնաժողովների կուլտ-լուսավորական աշխատանքների հիմնական բովանդակությունը:

ԳԼՈՒԽ XXXVI

ՄԹԵՐՔՆԵՐԻ ՊԱՏՐԱՍՏՄԱՆ ՈՒ ՎԱՃԱՌԱՀԱՆՄԱՆ ԳՈՐԾԱՐՔՆԵՐԸ

1. Պատրաստումն ու վաճառահանումը, որպես սպառողական ընկերությունների գործունեության հատուկ ձև

Պատրաստման ու վաճառահանման, որպես սպառողական ընկերությունների գործունեության հատուկ ձևի, մասին մենք խոսում ենք այն ժամանակ, երբ կոոպերատիվ կազմակերպությունը հավաքում է և վաճառքի է հանում յուր անդամների տնտեսության արտադրանքները, միաժամանակ նրանց՝ թե որպես արտադրողների, թե որպես վաճառողների, սպասարկելով:

Իսկ երբ գյուղատնտեսության կամ այլ արհեստների արտադրանքների պատրաստման ու վաճառահանման գործին ձեռնարկում է սպառողական ընկերությունը՝ ապա ամենից առաջ հարց է ծագում, թե արդյոք տ վ յ ա լ դ ե պ ք ո ւ մ ս պ ա ռ ո ղ ա կ ա ն կ ո ո պ ե ր ա ց ի ա ն ա յ լ տ ի պ ի կ ո ո պ ե ր ա տ ի վ ն ե ր ի (գ յ ո ւ ղ ա տ ն տ ե ս ա կ ա ն, տ ն ա յ ն ա գ ո ր ծ ա կ ա ն և ա յ լ ն) գ ո ր ծ ո ւ ն ե ո ւ թ յ ա ն շ ր ջ ա ն ը չ ի թ ե ա կ ո խ ո ւ մ:

Ինչպես մենք գիտենք, 1924 թվից սկսած վերջնականապես հաստատվել է այն կարծիքը, որ մոտակա ժամանակաշրջանի համար անհրաժեշտ է կոոպերատիվ շինարարությունը շերտավո-

բել կամ տեսակավորել (առանձին ճյուղերի կամ տեսակների բա-
ժանել, дифференцировать), կազմակերպելով առանձին տեսակ-
ների կոոպերատիվներ, վորոնցից յուրաքանչյուրը բավարա-
րում է ազգաբնակության կարիքների մի վորոշ
խումբ:

Տարբեր սիստեմի կոոպերատիվների գործունեյության բը-
նագավառները հիմնականում պարզ ու վորոշ սահմանագծված են:

Սպառողական կոոպերացիան պետք է յուր աշխատանքը
սահմանափակի ազգաբնակության սպառողական կա-
րիքների բավարարումով հրաժարվելով գյուղացիներին
ու տնայնագործներին, վորպես արտադրողների, սպասարկելու
գործից: Դրան համապատասխան նա պիտի մի կողմից յուր ապ-
րանքային ասորտիմենտից դուրս ձգի արտադրական նշանա-
կություն ունեցող առարկաները, մյուս կողմից հրաժարվի
վարկային գործարքներից և պատրաստման վաճառահանման աշ-
խատանքից՝ անց կացնելով իրեն անհրաժեշտ մթերքների պատ-
րաստումը համապատասխան կոոպերատիվ կազմակերպություն-
ների միջոցով: Իրանց հերթին, այդ տիպի կոոպերատիվները չը-
պետք է զբաղվեն սպառողական նշանակություն ունեցող ապրանք-
ների վաճառքով և սպառողական կոոպերացիային հանձնելով վա-
ճառքի համար այն բոլոր արտադրանքները, վորոնք գործադրվում
են անձնական սպառումի նպատակով:

Սակայն այդ ծրագիրը, մենք կանվանեյինք նրա ֆունկ-
ցիաների սահմանագծման մաքսիմում ծրագիր, ամբողջությամբ և
միանգամից կյանքի մեջ կիրառել անհնարին է:
Կոոպերատիվ տարբեր սիստեմների մեջ ֆունկցիաների (ա-
նելիքների) խիստ սահմանագծման լրիվ ու միանգամից իրակա-
նացնելու գործին խանգարող գլխավոր պատճառները հետևյալ-
ներն են.

ա) Հետամնաց շրջաններում ֆունկցիաների
սահմանագծելու անհնարինությունը: Այն շրջան-
ներում, վորտեղ գյուղական տնտեսության ապրանքայնությունը
դեռ ևս շատ թույլ է, գյուղացիության սպասարկումը չի կարող
բավականաչափ կուլտուրական (նագրուզկա) տալ վոչ սպառողա-
կան կոոպերացիային՝ սպառման առարկաների վաճառքի շրջանա-
կան կոոպերացիային յուր սո-
ռության մեջ, վոչ գյուղատնտեսական կոոպերացիային յուր սո-
վորական անելիքների բնագավառում: Այսպիսի շրջաններում հենց
այդ պատճառով ժամանակավորապես նպատակահար-
մար է պահպանել ազգաբնակության բոլոր պահանջները
սպասարկող միացյալ կազմակերպություն:

բ) Յերկրորդ պատճառն այն է, վոր գյուղատնտեսական
կոոպերացիան դեռ ևս ամբողջովին չի ընդգրկել գյու-
ղացիական շուկան և դրանից շատ հեռու յե: Գյուղական
մթերքների պատրաստման շուկայում դեռ ևս շարունակում են
իրենց յելույթները տարբեր պետական կազմակերպություններ,
յուր վորոշ դերն է կատարում նաև մասնավորը: Այսպիսի պայ-
մաններում սպառողական կոոպերացիան, վոր խոր արմատներ
ունի գյուղում, վոր կապված է գյուղական ազգաբնակության ու
նրա տնտեսության հետ, չի կարող հրաժարվել պատրաստում-
ների աշխատանքից: Սպառողական կոոպերացիայի այդ գործից
հրաժարվելն ավելի ևս անհնարին է այն պատճառով, վոր նա ինքը
գյուղատնտեսական արտադրության ապրանքների (հաց, յուղ,
ձու, միս և այլն) խոշորագույն սպառողներից մեկն է, այլ և մի
շարք հում նյութերի (կանեփի, մորթեղենի և այլն) արտահա-
նողն է արտաքին շուկաները՝ վերջիններից սպառողական գանա-
զան ապրանքների ներմուծման համար:

2. Պատրաստումներ կատարելու կարգը

Այժմ կանգ առնենք ու նկարագրենք, թե ինչ կարգով են կա-
տարվում պատրաստումներն ու վաճառահանման գործարքները:
Պատրաստումների մի մասն սպառողական կոոպերացիան կա-
տարում է կենտրոնացրված կարգով, միությունների անմիջական
ղեկավարությամբ: Պատրաստումների մյուս մասն ապակենտրո-
նացրված կերպով է կատարվում՝ սպառողական ընկերություն-
ների ու այլ կոոպերատիվ և վոչ կոոպերատիվ կազմակերպու-
թյունների միջև կնքված պայմանագրերի հիման վրա:

Անկասկած է, վոր կենտրոնացրված պատրաստումները կո-
ոպերացիայի շահերին՝ թե վորպես պատրաստողի, թե վորպես
գնողի, ավելի յեն համապատասխանում: Կենտրոնացումը միշտ
ավելի լրիվ է համաձայնեցնում արտադրողի ու
սպառողի շահերը, ապահովում է մթերքի ավելի արդար
գինը, պատրաստումների աշխատանքին ամուր հիմք է կառու-
ցում՝ ապահովելով նրան կազմակերպված ու հաջող վաճառահա-
նումով և նպաստելով պատրաստումների կանոնավոր դրամահայթ-
հայթման գործին:

Վորպես ընդհանուր կանոն՝ պատրաստումների ու վաճառա-
հանման գործարքները կատարվում են սպառողական ընկերու-
թյունների ու նրանց միությունների (կամ այլ հիմնարկների) մեջ
կնքվող պայմանագրերի հիման վրա: Ցելնելով յուր շըր-

ջանք ապրանքային ավելցուկների ու յուր ապառատի պատրաստության (ընդունակության) հաշվառումից՝ սպառողական ընկերությունը պայմանագրեր է կնքում համապատասխան քանակությամբ մթերքներ պատրաստելու համար: Այս կերպ՝ մի կողմից ապահովված է պատրաստվելիք մթերքների վաճառքը, մյուս կողմից՝ նախորոք ձեռք է բերվում պատրաստումների համար անհրաժեշտ միջոցները:

Այս դեպքում, ինչպես և ընդհանրապես, ամեն տեսակի պայմանագրեր կնքելիս էյական ու կարևոր նշանակություն ունի պայմանագրերի ճիշտ կիրառումը, պայմանավորվողների պայմանագրային կարգապահության խիստ յենթարկվելը: Պետք է հիշել, վոր պայմանագրերստորագրելիս՝ բոլոր պայմանների հաշվառման հետ միասին, ի նկատի յե առնվում նաև այն, թե տվյալ ընկերությունն անցյալներում վորքան ճշտությամբ է կատարել յուր կնքած պայմանագրերը:

3. Պատրաստման ու վաճառահանման գործունեության յեղանակները

Պատրաստումների ու վաճառահանման աշխատանքները տարվում են հետևյալ յեղանակներով:

Այս գործարքների մի մասը կատարվում է հանձնարարական-միջնորդական հիմունքներով: Այս նշանակում է, վոր ընկերությունը չի նախորոշում այն գինը, վորով նա գյուղացիների մթերքներն ընդունում է: Ընկերությունը միայն ձըգտում է գյուղատնտեսության արտադրանքները վաճառել գյուղացու համար հնարավորին չափ ձեռնտու գներով և շուկայի տվյալ պայմաններում գյուղացու համար ստանալ հնարավորին չափ շատ արդյունություններ (կանխույթների ու ժամկետների խնդրում): Ընկերությունը՝ յուր այս աշխատանքի ու մթերքների հավաքման ու վաճառահանման հետ կապված ծախքերը ծածկելու համար՝ ստանում է վորոշ հանձնարարական (կոմիսիոն) տոկոս:

Դրան բոլորովին հակադիր յեղանակը՝ պատրաստումների ու վաճառահանման գործարքների բնագավառում գյուղացու, մթերքների ամուր գնումն է: Այս դեպքում ընկերությունը վոչ թե հանձնարարություն ընդունող է (կոմիսիոներ), այլ գնող է: Նա գյուղացիներին, նրանց մթերքների համար, վորոշ գին է վճարում, և ինքն այդ մթերքները վաճառում է առևտրի ընդհանուր հիմունքներով:

Պատրաստումների ու վաճառահանման գործարքների յերրորդ յեղանակը՝ առաջին յերկուսի միջին տեղն է բռնում: Սպառողական ընկերությունը գյուղացիներից գնում է նրանց մթերքներն ամուր գնով, սակայն ապրանքի վաճառքից հետո, յեթե նա օգուտ է ստացել՝ վերջինիս մի մասը բաշխում է գյուղացիների մեջ, այլ խոսքով ասած, նա օգտի մի մասը յետ է դարձնում գյուղացիներին՝ լրացուցիչ վճարումներ կատարելով:

Վերջին յեղանակը մեզ մոտ կիրառվում է մեծ մասամբ հում նյութերի պատրաստումների ու վաճառահանման դեպքերում: Գյուղատնտեսական արտադրանքների այն տեսակները, վորոնք սպառման անհրաժեշտ մթերքներ են և անմիջապես վաճառքի յեն հանվում, սովորաբար գնվում են ամուր գներով, սակայն այս դեպքում էլ պատրաստումներ կատարողն աշխատում է շատ հաճախ հանձնարարական (կոմիսիոն) հիմունքներով: Գյուղացին յուր արտադրած մթերքների համար սպառողական ընկերությունից ստանում է այն գինը, վորով ընկերությունն այդ մթերքները հանձնելու յե յուր կոնտրագենտին (գնորդին, պատվիրողին): Ընկերությունը վոչ մի հավելում այդ գնին չի անում, այլ այդ գնից դուրս, նա ստանում է յուր ծախսերը ծածկելու համար նախորոք պայմանավորված կոմիսիոն վարձատրություն յեվ յուր փաստական վերադիր ու առևտրական ծախքերը:

4. Պատրաստումների գործարքների ֆինանսավորումը

Վորպես ընդհանուր կանոն, պատրաստումների ու վաճառահանման գործարքները պետք է կատարվեն հատուկ դրամագլուխներով և հատուկ վարկերով: Պատրաստումների համար անհրաժեշտ միջոցների համեմատաբար փոքր մասն սպառողական ընկերությունները հատկացնում են իրենց շրջանառու միջոցներից, մնացած խոշոր մասը նրանք, համաձայն պայմանագրերի, պետք է ստանան կոոպերատիվ միություններից կամ այլ հիմնարկներից, վորոնց համար այդ պատրաստումները կատարվում են: Միջոցները պետք է բավականացնեն գյուղացիներին անհրաժեշտ դեպքերում կանխույթներ տալու համար, ժամանակին մթերք հանձնողների հետ հաշվեհարդարի համար և ընթացիկ ծախքերի ծածկելու համար:

Սպառողական ընկերությունները պարտավոր են բոլոր միջոցներով թե իրենց անդամներին, թե չկոոպերացված ազգաբնակչությանը գրավեն՝ նրանց մթերքներն ընդունելու և վաճառահանելու համար:

Գործի հաջողության համար մեծ նշանակություն ունի, յերբ միաժամանակ գյուղացիությանը մատակարարվում են նրան անհրաժեշտ ապրանքներ: Յեվ վորքան գյուղացին լայն չափերով բավարարվի արդյունաբերական ապրանքով, մանավանդ պատրաստումների ժամանակ, այնքան ավելի հեշտությամբ նա յուր մթերքները կհանձնի կոոպերատիվին: Պատրաստումների շուրջը ժամանակին պիտի տանել լայն ագիտացիոն աշխատանք: Մթերքների հավաքելուն զուգահեռ՝ պետք է կատարել նոր անդամների ընդունելություն և փայավճարների գանձում:

ՎԵՑԵՐՈՐԴ ՄԱՍ

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԿՈՒԼՏ-ԼՈՒՍԱՎՈՐԱԿԱՆ ԱՇԽԱՏԱՆՔՆԵՐԸ

ԳԼՈՒԽ XXXVII

ԿՈՈՊԵՐԱՏԻՎ ԼՈՒՍԱՎՈՐԱԿԱՆ ԱՇԽԱՏԱՆՔԻ ՁԵՎԵՐԸ

1. Կուլտ-լուսավորական աշխատանքների անհրաժեշտությունը

Սպառողական ընկերությունները՝ իրենց նպատակներին հասնելու համար, պետք է յեռանդուն աշխատանք տանեն իրենց անդամների կոոպերատիվ դաստիարակության համար, առաջ քաշելով վերջինների շարքերից ակտիվ կոոպերատորներ, ազգաբնակության մեջ տարածելով կոոպերացիայի մասին ճիշտ տեղեկություններ, կռիվ մղելով կոոպերացիայի մասին տարածված նախապաշարումների ու ասեկոսեների դեմ, պարզաբանելով կոոպերացիայի օգտակարությունն՝ աշխատավոր մասսաների համար և այն դերը, վոր նա խաղում է սոցիալիստական շինարարության մեջ:

Սպառողական ընկերությունները չեն կարող հոգ չտանել՝ վորակյալ կոոպերատիվ աշխատողներ պատրաստելու, իրենց ծառայողների դաստիարակության, վերապատրաստման ու կատարելագործման համար՝ սիստեմատիկ կոոպերատիվ կրթություն կազմակերպելու մասին:

Խորհրդային կոոպերացիան յուր լուսավորական աշխատանքները կապում ու համաձայնեցնում է ընդհանուր պետական ու հասարակական այն աշխատանքի հետ, վոր տարվում է ժողովրդական մասսաների լուսավորության ու դաստիարակման համար: Այդ կապը բղխում է կոոպերատիվ լուսավորության և ընդհանուր

կուլտուրական աշխատանքի ուղղության գաղափարախոսական ընդհանրությունից։ Հենց դրանով կոոպերացիան հնարավորություն է ստանում լայն կերպով օգտագործել յուր նպատակների համար ընդհանուր կրթության ու լուսավորական աշխատանքների բոլոր հենակետերը՝ խրճիթ-ընթերցարանները, բանվորական ակումբները, դպրոցները, գրադարանները և այլն։

2. Կոոպերատիվ մասսայական լուսավորությունը

Սպառողական ընկերությունն ամենից առաջ պետք է հոգ տանի մասսայական կոոպերատիվ լուսավորության մասին՝ վարելով մասսաների մեջ լայն կոոպերատիվ ագիտացիա և պրոպագանդա։

Մասսայական ագիտացիայի ու պրոպագանդայի ամենամատչելի ձևերից մեկը՝ կոոպերատիվի լայն ժողովներ կազմակերպումն է, որտեղ տրվում են վարչության կամ ընկերության այլ մարմինների տեղեկատու զեկուցումները։ Լավ են նույնպես, ինչպես շատ ընկերությունների փորձը ցույց է տվել, ընկերության ընտրովի օրգանների (վարչության, վերստուգիչ հանձնաժողովի և այլն) դռնբաց նիստերը։

Մասսայական աշխատանքի այլ ձևերն են՝ զրույցների, դասախոսությունների, հարց ու պատասխանների երեկոներ կազմակերպելը։ Այդ դասախոսությունների ու զրույցների համար նյութ պիտի ծառայեն կոոպերատիվ շինարարության վերաբերվող գործնական հարցերը, այլև նրա հերթական խնդիրները։ Նպատակահարմար է, որ այդ զրույցների ու դասախոսությունների ղեկավարներն իրենց առաջադրությունները կապեն տեղական կոոպերատիվի կյանքից վերցրած փաստերի ու օրինակների հետ։

Հատ-հատ զրույցներն ու դասախոսությունները, յեթե հետաքրքրում են, բնականաբար առաջ են բերում լսողների մեջ պահանջ՝ լսելու դասախոսությունների մի համառոտ շարք (ցիկլ)՝ կոոպերացիայի մի շարք իրար հետ կապված խնդիրների մշակման համար։

Մասսաների գիտակցության բարձրացման և նրանց կոոպերացիայի աշխատանքներին ակտիվ մասնակից դարձնելու համար հսկայական նշանակություն ունի լրագրերի, ամսաթերթերի ու գրքերի լայն օգտագործումը։ Այս աշխատանքի ամենապարզ ձևը բարձրաձայն ընթերցանությունն է, որ կազմակերպվում է գրադարանում, կոոպերատիվ անկյուններում կամ կոոպերատիվին կից գրասենյակում, ընթերցարանում և այլն։ Ցանկալի չէ, որ ընթերցանությունն ուղեկցվի բացատրություններով, օրինակներով, դիագրամմներով, իսկ ընթերցանությունը վերջանալուց հետո՝ տեղի ունենան հարց ու պատասխաններ ու մտքերի փոխանակություն կարդացածի շուրջը։

Սպառողական ընկերությունները պետք է հոգ տանեն, որ իրենց շրջանի խրճիթ-ընթերցարանում կամ բանվորական ակումբում կոոպերատիվ հրատարակություններին հատուկ տեղ հատկացվի։ Օգտակար է նաև պատի լրագրերի լայն օգտագործումը։

Այս կերպ՝ մասսաների մեջ առաջացած հետաքրքրությունը դեպի կոոպերատիվ գիտելիքները, կոոպերատիվ գրականությունը հող է ստեղծում գրքի լայն առևտրի համար։ Գրքերի տարածումը քանի գնում, ավելի յե խորանում սպառողական ընկերությունների գործնականում։ Գյուղում սպառողական ընկերությունները լայն չափերով գիրք տարածող միակ կազմակերպություններն են։ Սպառման այլ առարկաներին զուգահեռ՝ գյուղական խանութում տեղ պիտի բռնի նաև գրքի առևտուրը, ըստ որում գրքերը պիտի լավ ջոկված լինեն և էժան։

Մասսայական կոոպերատիվ լուսավորական աշխատանքների մեջ օրեցօր ավելի յեն տեղ բռնում նաև՝ տարբեր գեղարվեստական-ցուցադրական միջոցներով աշխատանքի յեղանակները։

Այս մասսայական աշխատանքներից ամենից առաջ պետք է հիշատակել կինոյի մասին։ Կինո նկարներում, կոոպերատիվ խրոնիկոնի ու կյանքի նկարագրի հետ՝ տրվում են նաև ընդհանուր տնտեսական և կուլտուր-կենցաղային ժամենտները։

Բացի այդ, պետք է չմոռանալ նաև կենդանի լրագիրն ու կոոպերատիվ թատրոնը։ Աշխատանքի այս ձևերը՝ մի շարք սպառողական ընկերություններ մեծ հաջողությամբ կիրառում են։

Պակաս դաստիարակչական նշանակություն չունեն պլակատներն ու դիագրամմաները։ Նրանք կախվում են խրճիթ-ընթերցարանում և բան-ակումբում՝ ունենալով մասսաների համար մեծ ագիտացիոն նշանակություն։

Մեծ արժեք ունեն կոոպերատիվ ցուցահանդեսները։ Ցուցադրվում են կոոպերատիվում վաճառվող զանազան ապրանքների նմուշները, սեփական արտադրության առարկաները, դիագրամմներ և այլն։ Ցուցահանդեսները սովորաբար զուգադիպվում են հասարակական-կոոպերատիվ տոներին և լայն մասսաների ուշադրությունն են գրավում դեպի կոոպերացիան ու նրա նվաճումները։

Մասսայական աշխատանքների մեջ մեծ աշխուժություն են մտցնում կոոպերատիվ տոներն ու ագիտացիոն կամպանիաները, վորոնք մասսաների ուշադրությունը բևեռում են կոոպերատիվ կյանքի մեջ վոր և է նոր նախաձեռնումի կամ մեծ նշանակություն ունեցող դեպքի վրա: Այդպիսի տոներից մեկն է յուրաքանչյուր տարի հուլիսի առաջին շաբաթ օրը տոնվող կոոպերացիայի միջազգային օրը: Այդպիսի տոներին տարածվում են կոոպերատիվ լոզունգներ, թռուցիկներ, պլակատներ, սարքվում են կոոպերատիվ տոնավաճառներ, համերգներ, շքերթներ և այլ տեսակի մասսայական բավականություններ:

3. Սիստեմատիկ կոոպերատիվ-լուսավորական աշխատանքներ

Կոոպերատիվ լուսավորական ավելի պլանաչափ ու սիստեմատիկ աշխատանքների համար հենակետ կարող են ծառայել կոոպերատիվ խմբակները, կոոպերատիվ անկյունները և բանվորուհիների ու գեղջկուհիների պատգամավորական ժողովներին կից կոոպերատիվ սեկցիաները:

Կոոպերատիվ խմբակները կազմակերպվում են քաղաքներում՝ բան-ակումբներին կից, իսկ գյուղերում՝ խրճիթ-ընթերցարաններին կից: Խմբակների մեջ կարող են մտնել լիազորները, խանութային հանձնաժողովի անդամները, վորոնք նախկին աշխատանքով նախապատրաստված են կոոպերացիայի գործնական ու տեսական խնդիրների ավելի խոր ուսումնասիրության համար: Խմբակը շատ մեծ չպիտի լինի՝ մոտ 15—20—25 հոգի: Ակումբի կամ խրճիթ-ընթերցարանի բաղկացուցիչ մի մասը լինելով՝ խմբակը սակայն յուր ներքին կյանքում ոգտվում է վորոշ ինքնուրույնությամբ. ունի յուր նախագահությունը (բյուրոն) և յուր մշտական ղեկավարը: Խմբակի ամբողջ աշխատանքն այնպես է կազմակերպված, վոր նրա անդամները կարողանան ինքնուրույն կերպով մտածել ու իրենց հայացքները պարզ արտահայտել:

Սակայն խմբակի աշխատանքը սրանով չի սահմանափակվում: Խմբակի անդամները մասնակցում են մասսայական կոոպերատիվ կամպանիաներին, այլ և ղեկավարում են կոոպերատիվ անկյունները:

Կոոպերատիվ անկյունները կազմակերպվում են ակումբներում և խրճիթ-ընթերցարաններում: Այդ անկյուններում, վորտեղ կոոպերացիայի կյանքն ու գործունեությունը պարզաբա-

նող գրականություն, պլակատներ ու այլ նյութեր կան. այլև տեղական ընկերության վերաբերյալ հաշվետվություններ, դիագրամմեր և այլն, պարբերաբար կազմակերպվում են զրույցներ, դեկուցումներ, դասախոսություններ:

Բանվորուհիների ու գեղջկուհիների պատգամավորական ժողովների կոոպերատիվ սեկցիաների աշխատանքները տարվում են վորոշ ծրագրով ու պլանով: Այս դեպքում էլ, ինչպես կոոպերատիվ կուլտ-լուսավորական բոլոր աշխատանքները, սեկցիայի պարապմունքները հնարավորության չափ կապվում են գործնականի հետ: Սեկցիայի անդամները լծվում են նաև կանանց մեջ տարվող մասսայական աշխատանքներին, առաջ են քաշվում կոոպերատիվի խանութային հանձնաժողովներում և այլ մարմիններում աշխատելու, այլև ընկերության ձեռնարկներում աշխատողներ են դառնում, վորպես պրակտիկանտներ:

Պրակտիկանտության աշխատանքները պետք է սկսել ընկերության խանութի ուսումնասիրությունից: Պետք է աստիճանաբար ծանոթանալ ապրանքների ասորտիմենտի հետ, խանութի սարք ու կարգի, չափ ու կշիռների, նորմալ պակասորդների, ապրանքների ընդունելության ու գնահատման, հաշվառման և այլ գործնական հարցերի հետ: Միաժամանակ պրակտիկանտները պետք է ծանոթանան ընկերության կազմակերպչական ձեռնարկումների հետ և մասնակցեն նրանց:

4. Կենցաղային սպասարկում

Կոոպերացիան որեցոր զարգացնում է յուր գործունեությունը կենցաղի սպասարկման ասպարեզում: Նա կազմակերպում է ճաշարաններ, մսուրներ, մանկական հրապարակներ, կոնսուլտացիաներ և այլն: Եվ ի հարկե, այս բոլորն իրականացնելիս, նա ուշադրության է առնում ազգաբնակության ընդհանուր-կուլտուրական կարիքները: Երբ սպառողական ընկերությունը ճաշարան է բաց անում, բնական է, վոր նա տանում է կուլտուրական աշխատանք մասսաներին կոոպերացիայի շարքերը գրավելու համար, հարբեցողության դեմ կռվելու համար, դաստիարակում է ոգտակար բավականությունների ձգտումը և այլն, թեև այդ բոլորը չեն բխում ձեռնարկված գործի՝ ճաշարանի էությունից: Իսկ երբ սպառողական ընկերությունը կազմակերպում է մանկական հրապարակ, մսուր,—այս կարգի աշխատանքների բնույթը նրանց էությունը տանում է դեպի ընդհանուր կուլտուր. աշխատանքը:

5. Ուսուցման ու դասընթացների աշխատանքները

Կոոպերատիվ կազմակերպությունների առաջ հատուկ կարգի կուլտ-լուսավորական խնդիրներ են ծագում, կոոպերացիայի աճման ու նրա խնդիրների բարդանալու հետևանքով։ Մենք ի նկատի ունենք որակյալ կոոպերատիվ աշխատողներ պատրաստելու և կոոպերացիայում ներկայումս աշխատող ապարատի վերապատրաստման խնդիրները։ Այս խնդիրների լուծման համար կոոպերացիան տանում է ուսուցման ու դասընթացների կազմակերպման աշխատանքներ։ Լուսժողկոմատը ևս մեծ ծավալով այս կարգի աշխատանք է տանում 2-րդ աստիճանի կոոպերատիվ թեքում ունեցող դպրոցներում, կոոպերատիվ տեխնիկումներում, արդյունաբերական-տեխնիքական դպրոցների կոոպերատիվ բաժանմունքներում և բարձրագույն տնտեսական դպրոցների կոոպերատիվ բաժանմունքներում։

Կոոպերատիվ ուսուցման այս սիստեմայի վերաբերմամբ սպառողական ընկերությունների գլխավոր անելիքն այն պիտի լինի, որ նրանք մոտիկ գործակցություն ունենան այդ ուսումնական հիմնարկների հետ, օժանդակեն Լուսժողկոմատին նրա բոլոր ձեռնարկումների մեջ՝ մասնակցելով այդ ուսումնական հիմնարկների ղեկավար մարմինների մեջ՝ ակտիվ կերպով ազդելով նրանց ուսումնական ու գործնական թեքումներին։ Սպառողական ընկերությունները, բացի այդ, թոշակառուներ են ուղարկում, որոնք ավարտելուց հետո պարտավոր պիտի լինեն որոշ ժամանակ աշխատել իրենց թոշակատու կոոպերատիվ կազմակերպության մեջ։

Կոոպերատիվ միջին որակի աշխատողներ պատրաստելու նպատակին են ծառայում նաև կոոպերացիայի անմիջական ղեկավարության տակ գտնվող մի շարք դպրոցներ՝ մասնավորապես Անդրկովկասյան Կոմմունիստական Համալսարանին կից Ցերկրային կոոպերատիվ դասընթացները։ Բարձր որակի աշխատողներ են պատրաստում Ցենտրոսոյուզի բարձրագույն Գործնական Դասընթացները Լենինգրադում։

Վերապատրաստման դասընթացները մեծ մասամբ կոոպերացիան ինքն է տանում յուր ուժերով։ Գյուղական սպառողական ընկերությունների համար այդպիսի դասընթացներ կազմակերպում են նրանց միությունները։ Յուրաքանչյուր գյուղական սպառողական ընկերության կուլտ-կրթական աշխատանքների մեջ՝ անպայման տեղ պիտի բռնի յուր աշխատողներին հերթով այդ դասընթացներին գործուղելը։

Նմանօրինակ դասընթացներ կազմակերպում են իրենց աշխատողների համար ավելի խոշոր սպառողական ընկերությունները քաղաքներում և բանվորական կոոպերացիայի կենտրոններում։

Թե առաջին, թե յերկրորդ կարգի վերապատրաստման դասընթացների նպատակն է բարձրացնել կոոպերացիայի աշխատողների կոոպերատիվ գիտելիքների ընդհանուր մակարդակը և նրանց տեխնիքական վարկը։

Նույն նպատակով լայն կերպով օգտագործվում է ցենտրոսոյուզի գրավոր (заочные, գրությունների, փոստի միջոցով, յերբ սովորողը դասախոսությունները տպագրած է ստանում և սովորում) կոոպերատիվ դասընթացները։

ԳԼՈՒԽ XXXVIII

ԿՈՈՊԵՐԱՏԻՎ ԼՈՒՍԱՎՈՐԱԿԱՆ ԱՇԽԱՏԱՆՔՆԵՐԻ ՂԵԿԱՎԱՐՈՒՄՆ ՈՒ ՖԻՆԱՆՍԱՎՈՐՈՒՄԸ

1. Կուլտ-լուսավորական աշխատանքների ղեկավարող ապարատը

Կուլտ-լուսավորական աշխատանքների տանելն ու զարգացումը պահանջում է որոշ ապարատ, պահանջում է, որ որոշ մարդիկ այդ աշխատանքները տանեն և նրա համար պատասխանատու լինեն։

Գյուղական, և ընդհանրապես փոքր, ընկերություններում այդ աշխատանքը դրվում է վարչության անդամներից մեկի վրա, որին օժանդակում են ընկերության ակտիվ անդամները։

Խոշոր բանվորական-քաղաքային ընկերություններում կուլտ-լուսավորական աշխատանքները մտնում են կազմակերպչական բաժինների աշխատանքների ընդհանուր սիստեմի մեջ, իսկ անմիջական ղեկավարությունը պիտի հանձնարարվի կուլտուրնիկ-հրահանգչին։

2. Փոխհարաբերությունները ընդհանուր լուսավորական կազմակերպությունների հետ

Մենք վերևում այս մասին ակնարկել եյինք, ասելով որ ընդհանուր լուսավորական և կոոպերատիվ լուսավորական գործունեության ուղղությունն ընդհանուր է, և որ այս վերջին

կարգի աշխատանքների համար ոգտագործվում են քաղլուսավարների հիմնարկները (խրճիթ-ընթերցարանները), արհեստակցական միությունների կազմակերպությունները (բանվորա-ակումբները) և այլն։

Այստեղ մենք պետք է նկատենք, վոր այդ կազմակերպությունների հետ փոխհարաբերությունները պիտի վորոշվեն պայմանագրերի հիման վրա, ըստ վորում կոոպերատիվ կազմակերպությունները պիտի պնդեն, վոր կոոպերատիվ կուլտ-լուսավորական աշխատանքները խրճիթ-ընթերցարաններում, բանակումբներում և այլն, անմիջական կերպով ղեկավարվեն ու տարվեն նրանց կողմից, իսկ ընդհանուր հսկողության իրավունքը պետք է պատկանի բանակումբների վարչություններին, խրճիթ-ընթերցարաններին հսկող մարմիններին և այլն։

3. Կուլտ-լուսավորական աշխատանքների ֆինանսավորումը

Կուլտ-լուսավորական աշխատանքները վորոշ նյութական միջոցներ են պահանջում։ Առանց ընդհանուր ժողովների կամ լիազորների կողմից հաստատված նախահաշվի ու դրամական հատկացումների կուլտ-լուսավորական աշխատանքներ տանելն անհընարին է։ Ի հարկե, այդ ծախքերը դիտել վորպես ավելորդ ու վոչ արտադրական ծախքեր, կարող են միայն նրանք, ովքեր կոոպերացիան համարում են միայն առևտրական հիմնարկություն կամ կոոպերացիայի խնդիրները բոլորովին չեն հասկանում։ Այլ կազմակերպությունների կուլտուրական աշխատանքներին այժմ սպառողական կոոպերացիան պարտադիր հատկացումներ չի անում։ Հենց դրա հետևանքով, այժմ սպառողական ընկերություններն իրենց սեփական կուլտ-լուսավորական աշխատանքները ֆինանսավորել ավելի հեշտությամբ են կարող։

Ֆինանսավորման յերկու յեղանակ է ձևակերպվել մեր գործնական աշխատանքներում. ա) հատկացումներ տարեկան ոգուտներից և բ) հատկացումներ նախահաշվային կարգով։

Ցենտրոսոյուզի Խորհրդի 17-րդ նստաշրջանի վորոշման համաձայն, սպառողական ընկերություններն իրենց ոգուտներից 10%-են հատկացնում կուլտ-լուսավորական աշխատանքների համար, իսկ շրջանառությունների՝ $1/4\%$-ը։

Ֆինանսավորման ավելի հարմար ձև պետք է համարել նախահաշվային հատկացումները, սակայն դրա հետ միասին կարելի յե, և ոգտակար է, հատկացումներ անել նաև ոգուտներից, և այս գումարներից կազմել հատուկ ֆոնդեր, վորոնք նախահաշվային գերածախսերը կծածկեն կամ հատուկ կուլտ-լուսավորական ձեռնարկումների վրա կծախսվեն. հատկապես խորհուրդ է տրվում, վոր խմիչքների առևտրից ստացված ամբողջ ոգուտն այս նպատակին հատկացվի։

Ոգուտներից հատկացումներ անելը կիրառվում է միայն շատ փոքր սպառողական ընկերություններում։ Ամենափոքր ընկերություններին, այլ և ֆինանսապես թույլ ընկերություններին, կուլտ-լուսավորական աշխատանքների համար միջոցներ են բաց թողնում իրենց միությունները՝ հատուկ ֆոնդերից։

ՅՈԹԵՐՈՐԴ ՄԱՍ

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՖԻՆԱՆՍՆԵՐԸ

ԳԼՈՒԽ XXXIX

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԴՐԱՄԱԳԼՈՒԽՆԵՐԸ

1. Դրամագլուխների բաժանումը

Ընկերության սեփական դրամագլուխները սովորաբար բաժանվում են՝ ա) հիմնական, բ) փայավճարային և գ) հատուկ դրամագլուխների։

Քննության առնենք դրանցից յուրաքանչյուրին։

Հիմնական դրամագլխի մեջ մտնում են հետևյալ միջոցները.

ա) Այն արժեքները, վորոնք տրվում են ընկերությանը, վորպես սեփականություն։ Այսպիսի դեպքեր պատահում են շատ հազիվ. օրինակ, յերբ նոր կազմակերպվող ընկերությանն են անցնում լիկվիդացիայի յենթարկվող (լուծարքվող) ընկերության կարողությունը կամ ունեցվածքը.

բ) անդամների մուտքի վճարները.

գ) ընկերության զուտ յեկամուտներից հատկացումները, վոր հիմնական դրամագլխի աճման ամենահիմնական աղբյուրն է։ Հիմնական դրամագլխի մեծացման առանձին կարևորությունից յելնելով՝ կանոնադրությունը սովորաբար նախատեսում է ընկերության օգուտների վորոշ տոկոսի պարտադիր հատկացումը հիմնական դրամագլխի գումարին։ Նորմալ կանոնադրության համաձայն՝ այդ տոկոսը 40-ից ցածր չի կարող լինել.

դ) չպահանջված արժեքներին են պատկանում այն առարկաները կամ գումարները, վոր պետք է վերադարձվեյին

անդամներին, այլև ուրիշ յերրորդ անձնավորություններին, սակայն վերջիններիս կողմից նշանակված ժամկետին չեն պահանջվել.

յե) տոկոսներ հիմնական դրամագլխի գումարներին։ Այսպիսի տոկոսներ հիմնական դրամագլխի համար հաշվվում են թե այն դեպքում, յերբ հիմնական դրամագլխի գումարները գտնվում են բանկերում կամ արժեթղթերի մեջ, և թե այն դեպքում, յերբ այդ գումարները գտնվում են ընկերության շրջանառության մեջ։

Հիմնական դրամագլուխը ծառայում է ավելի խոշոր գնումներ կատարելու համար (շենք, գույք)։ Մյուս կողմից նրանով են ծածկում ընկերության հնարավոր վնասները. այդ պատճառով է, վոր հիմնական դրամագլուխը պահեստի դրամագլխի բնույթ ունի։

Պետք է նկատել, վոր Ցենտրոսոյուզի Խորհրդի 17-րդ նստաշրջանը վորոշում է կայացրել հատուկ պահեստի դրամագլուխներ հիմնելու մասին՝ տարեկան զուտ օգուտներից 10%-ային հատկացումներ անելով։ Այդ հատկացումները կարող են կատարվել այնքան ժամանակ, մինչև վոր պահեստի դրամագլխի գումարը հավասարվի կանոնադրական փայադրամագլխի գումարին։ Պահեստի դրամագլուխը, քանի վոր ընկերության վնասները ծածկելու համար նրա կարիքը չի զգացվում, պետք է պահվի հատուկ փոխառության պարտաթղթերում, վոր այդ նպատակով բաց է թողնելու Համկոոպբանկը։

Սակայն հնարավոր է, վոր հիմնական դրամագլուխը չի գործադրվում յուր նախորոշած նպատակների համար. այս դեպքում նա կարող է գործադրվել ընկերության շրջանառության մեջ. այսինքն ընկերության ընթացիկ գործարքների համար, միայն ընկերության անդամների կամ լիազորական ժողովի վորոշմամբ։ Այս վերջին պայմանը կիրառվում է այն պատճառով, վոր վարչությունը ներշնչվի մեծ զգուշությամբ վարվել հիմնական դրամագլխի հետ։ Սակայն այսպիսի զգուշությունը չի նշանակում հրաժարվել ընկերության հիմնական դրամագլխի շրջանառության մեջ օգտագործելուց։ Ընդհակառակը, քանի վոր յուրաքանչյուր կոպեկ օգուտ է բերում միայն այն դեպքում, յերբ նա շրջանառության մեջ է գտնվում, անհրաժեշտ է, վոր ընկերության հիմնական դրամագլուխը պակաս չափով վերածվի անշարժ արժեքների (շենքեր, գույք և այլն) և հնարավորին չափ մեծ մասով գտնվի շրջանառության մեջ։

Հիմնական դրամագլխի շրջանառության մեջ գտնվող գումարին պետք է, համաձայն կանոնադրության, հաշվել միջին-

բանկային տոկոս։ Այդպես պետք է անել, վոր հիմնական դրամագլխի անդադար ու մշտական աճումն ապահովված լինի։

Ընկերության դրամագլուխների մեջ հետևյալը փայավճարային դրամագլուխն է, վոր կազմվում է ընկերության անդամների փայերի մուծումներից։ Այս դրամագլխի աճումը կախված է անդամների թվի աճումից և նրանց փայավճարային մասնակցության մեծանալուց։

Փայավճարային դրամագլուխն ուղղակի շրջանառության մեջ մասնակցելու նշանակություն ունի, և հենց այդ պատճառով նա կոչվում է նաև շրջանառու դրամագլուխ։

Սակայն այն դեպքում, յերբ ընկերության հաստատված հաշվետվությամբ վնասների գումարը գերազանցում է հիմնական դրամագլխի գումարից, ապա փայավճարային դրամագլուխն էլ գործադրվում է վնասների չհանգցրված մասը լրացնելու համար։ Յերբեք օգուտների հաշվին չմեծանալով՝ փայավճարային դրամագլուխը կարող է փոքրանալ վնասների հետևանքով։ Սակայն վերջին դեպքերում ընկերությունը կանոնադրությամբ պարտավորեցնում է յուր անդամներին լրացնել իրենց փայերը։

Ընկերության դրամագլուխների յերրորդ տեսակը — հատուկ (կամ առանձին նշանակություն ունեցող) դրամագլուխներն են։ Այս դրամագլուխներից յուրաքանչյուրը կազմվում է ընդհանուր կամ լիազորական ժողովի վորոշմամբ խիստ կերպով նախորոշված նպատակի համար՝ իրականացնելու այս կամ այն տնտեսական և կուլտուրական նախաձեռնումը, սարքավորելու կամ հիմնելու ժողովրդական տուն և այլն։ Այսպիսի դրամագլուխներն ստեղծվում են այն դեպքերում, յերբ հնարավոր չի ընկերության այլ դրամագլուխներից բավարարել այդ տնտեսական կամ կուլտուրական կարիքները։ Հատուկ դրամագլուխները կարող են կազմվել՝ ա) ընկերության անդամների հատուկ մուծումներից (անվերադարձ). բ) վաճառվող ապրանքներին հատուկ տոկոսային հավելումներից. գ) զուտ օգուտներից հատկացումներ անելուց. դ) հատուկ դրամագլուխների տոկոսներից և յե) նվիրատվություններից ու այլ մուտքերից։

2. Հասարակայնացրված յեվ կիսահասարակայնացրված դրամագլուխներ

Սպառողական ընկերությունների վերոհիշյալ սեփական դրամագլուխներն իրարից տարբերվում են վոչ միայն իրենց ծագումով ու գործադրվելու նպատակներովը, այլև իրենց ներքին բնույ-

թով։ Հիմնական և հատուկ դրամագլուխները կազմում են ընկերության անքակտելի սեփականությունը։ Այդ դրամագլուխներն անբաժան կերպով պատկանում են ընկերությանը ճիշտ այնպես, ինչպես առանձին մի անհատի միջոցները վերջինիս են պատկանում։

Նրանց այդ հատկությունը բացի այդ, ընդգծվում է նրանով, վոր նույն իսկ ընկերության լուծարքի ժամանակ այդ դրամագլուխները չեն բաժանվում անդամների մեջ, այլ հանձնվում են այլ հանրօգուտ, մեծ մասամբ կոոպերատիվ, նպատակների։

Հենց դրա համար մենք սպառողական ընկերությունների հիմնական ու հատուկ դրամագլուխներն անվանում ենք հասարակայնացրված կամ անբաժան դրամագլուխներ։

Այլ է փայադրամագլխի դրությունը։ Վերջինս վոչ թե ընկերության սեփականությունն է, այլ գտնվում է ընկերության տրամադրության տակ։ Մենք գիտենք, վոր ընկերությունն այս դրամագլխի հետ վարվում է ըստ յուր հայեցողության, առանց վորևէ կախում ունենալու ընկերության առանձին անդամներից, թեև վերջիններիս ընկերությունից հեռանալուց իրավունք է վերապահվում յուր փայը յետ ստանալ։ Ավելի ևս, փայադրամագլուխն՝ ընկերության գործերի անհաջող ընթացքի հետևանքով, կարող է բոլորովին սպառվել և ընկերության անդամն այսպիսի դեպքերում ամբողջովին կորցնում է յուր փայը։

Փայադրամագլխի բնույթի այդ յերկվությունը, նրա վրա ընկերության և նրա առանձին անդամների խաչաձևվող իրավունքի փաստը մեզ իրավունք են տալիս փայադրամագլուխն անվանել կիսահասարակայնացրված դրամագլուխ։

3. Օտար միջոցներ

Բացի սեփական դրամագլուխներից, ընկերության շրջանառության մեջ են գտնվում նաև փոխառու միջոցներ, վորոնք ստացվում են կոոպերատիվ և վոչ կոոպերատիվ աղբյուրներից՝ ապրանքային ու դրամական վարկերի ձևով։

Սակայն ինչ աղբյուրից և ինչ ձևով էլ ստացվելու լինեն այդ միջոցները, նրանք առանձին տեղ են բռնում։ Այդ միջոցների օգտագործման սահմաններն ու ժամկետները կախված են վոչ ընկերությունից, վոչ էլ նրա կանոնադրությունից, այլ այն կազմակերպության, հիմնարկի կամ անձի (այս թվում և կոոպերատիվի փոխատու անդամի) հայեցողությունից, վորն այդ վարկերը տրամադրում է ընկերությանը։

Այդ պատճառով էլ մենք այս վերջին միջոցներն անվանում ենք ոտար կամ փոխառու դրամագլուխներ:

ԳԼՈՒԽ XL

ՓԱՅԵՐ ՅԵՎ ԿՈՒՏԱԿՈՒՄ

1. Փայադրամագլուխների դրությունը

Ինչպես մենք տեսանք ընկերության սեփական միջոցների ստեղծման մեջ ամենագլխավոր դերն են կատարում փայերն ու կուտակումները:

Փայերի մուծումն ընկերությանը՝ այդ նշանակում է, որ ընկերության անդամներն իրենց շրջանառու միջոցների մի մասը տրամադրում են հասարակական շրջանառության համար: Այս գործողությունը բոլորովին բնական գործողություն պիտի հա- մարվի, քանի որ ընկերության անդամները միաժամանակ իրենց սպառման կարիքների հոգատարության մի մասը նույնպես հանձ- նարարում են ընկերությանը:

Մենք գիտենք նույնպես, որ պետք է որոշ համաչափու- թյուն լինի փայադրամագլխի գումարի և անդամների սպասարկ- ման չափի (կամ ընկերության շրջանառության մեծության) մեջ:

Ի՞նչ դրություն են իրականում ներկայացնում սպառողական ընկերությունների փայադրամագլուխները. արդյոք նրանք հա- մապատասխանում են շրջանառություններին:

1925 թվի հոկտեմբերի 1-ին ՍԽՀՄ բոլոր սպառողական ըն- կերությունների փայադրամագլուխը հավասար եր 30.766 հազար ռուբլու, իսկ 1926 թվի հոկտեմբերի 1-ին 44.970 հազար ռուբ.: Այստեղից պարզ է, որ 1925—26 թվականների համար փայա- վճարի միջին գումարը հավասար եր 37.868 հազար ռուբ.: Մինչ- դեռ ամբողջ ստորին ցանցի սպառող. կոոպերացիայի 1925—26 թվականների միջին շրջանառությունն արտահայտվում է 3 մի- լիարդ 389 միլ. 575.000 ռուբլով: Նշանակում է, շրջանառության գումարը փայադրամագլխի միջին չափից 90 անգամ ավելի յե:

Մի փայատեր-անդամին ընկնող միջին փայավճարի շար- ժումը հետևյալ պատկերն ունի.

Սպառողական ընկերություններ	1926 թվի Հոկտեմբ. 1-ին	1926 թվի Հոկտեմբ. 1-ին
Գյուղական	2 ռ. 60 կ.	3 ռ. 11 կ.
Բանվորա-քաղաքային	3 ռ. 82 կ.	4 ռ. 54 կ.
Յերկաթուղայինների	5 ռ. 72 կ.	6 ռ. 77 կ.

Հայաստանում 1925 թվին մի անդամին միջին փայավճար եր ընկնում 2 ռ. 98 կ., իսկ 1926 թվին՝ 3 ռ. 58 կոպ.:

Այս դրությունն առիթ տվեց Ցենտրոսոյուզի Խորհրդի 17-րդ նստաշրջանին ցույց տալ յուր բանաձևի մեջ հետևյալը.

«Մի անդամի միջին փայավճարի բացարձակ քիչ լինելը վճռական միջոցներով պետք է վերացվի: Այս բնագավառում հիմ- նական անելիք պիտի համարել՝ տարեկան ընդհանուր ժողովնե- րում բարձրացնել կանոնադրական փայի նորման՝ գյուղական սպառողական ընկերություններում մինչև 10 ռ. և բանվորական կոոպերատիվներում՝ մինչև 15 ռուբլի: Սպառողական կոոպերա- ցիայի սկզբնական ցանցի լոզունգը պիտի լինի՝ 1927 թվի հոկ- տեմբերի 1-ին հավաքել մի անդամից միջին փայավճար 5 ռ. գյուղական՝ և 10 ռուբ. քաղաքային՝ բանվորական կոոպերատիվ- ներում»:

2. Կուտակում

Բացի փայերի գանձումից, սեփական դրամագլուխն աճում է ի հաշիվ կուտակումների:

Կուտակման մասին մենք խոսում ենք այն ժամանակ, յերբ առևտրական գործարքների մեջ դրված դրամագլուխները վերար- տադրվում են, այսինքն շրջանառությունից ազատվում են որոշ աճումով. այս ավելացած գումարները գործադրվում են ընկե- րության գործերի լայնացման համար:

Այս վորոշումից յերևում է, որ կուտակումը կախված է յերկու պայմաններից: Նախ՝ որ ընկերության գոր- ծարքները զուտ յեկամուտ տան, յերկրորդ՝ որ այդ յեկամուտ- ների ամենամեծ մասն յեթե հնարավոր է գործադրվի ընկերու- թյան դրամագլուխների ուժեղացման համար: Ուրիշ խոսքով ասած, կուտակումի խնդիրն անմիջական կապ ունի ընկերության յեկամուտներից ու այդ յեկամուտների բաշխումից:

Զուտ յեկամուտը—դա այն տարբերությունն է, որ ստացվում է ընկերության ընդհանուր (ВОЛОВОЙ) յեկամուտներից՝ ծախքերի ընդհանուր գումարի հանումի հետևանքով: Ընդհանուր յեկամուտը կազմվում է ապրանքների վրան արվող հավելումնե- րից: Ծախքերի ընդհանուր գումարը վաս յեկամուտի չափի հա- մար՝ վճռական նշանակություն ունի:

Կարող է պատահել, որ ընկերությունն ապրանքներին հա- վելումներ է անում, իսկ ամբողջ օգուտը ծախսվում է ապպարա- տի պահպանման վրա: Կարող է նաև պատահել, որ շնորհիվ ապ-

պարատի վրա կատարվող մեծ ծախքերի՝ ընկերությունը կարող է յեկամուտներ ստանալ միայն շատ բարձր հավելումներ անելով յուր վաճառելիք ապրանքներին։ Այս դեպքում պարզ է, վոր խախտվում է կոոպերացիայի հիմնական անելիքը՝ ժողովրդական մասսաների համար տարվող կռվի սապարիզում։

Զուտ ոգուտների վոր մասը պիտի կուտակումների հաշվին անցնի՝ այս հարցի լուծումն ամբողջովին կախված է ոգուտների բաշխումից։ Զուտ ոգուտի բաշխման ժամանակ, բացի սեփական հիմնական դրամագլխին հատկացումներ անելուց՝ զանազան տնտեսական գործարքների զարգացման համար, պարգևատրվում են անդամների գնումները և այլ կարիքների համար վորոշ գումարներ են հատկացվում։ Սակայն յեթե ընկերությունը թույլ տա, վոր ստացված զուտ ոգուտի ամբողջ գումարն այս կերպ բաշխվի, ապա վորևե կուտակումի մասին խոսք լինել չեր կարող և հետևապես չեր կարելի խոսել նաև այն մասին, վոր կոոպերացիան իսկապես իրագործում է յուր խնդիրները։

Ինչ վերաբերում է յեկամուտների նորմաներին՝ մենք այս մասին խոսել ենք վերը՝ 29-րդ գլխում։

Հաշվառման ու ստուգիչ թվերի տվյալների համաձայն՝ սպառողական կոոպերացիայի սկզբնական ցանցում վերջին տարիների աճած կուտակումների ընթացքը հետևյալ պատկերն ունի.

	1924 թ. 1 հոկտ.	1925 թ. 1 հոկտ.	1926 թ. 1 հոկտ.
Բացարձակ թվերով (հազար ր.)	83.934	124.850	202.968
Տոկոսներով՝ նախորդ տարվա համեմատութ.	—	148,7	162,6

ԳԼՈՒԽ ZLI

ԱՎԱՆԴԱՅԻՆ ԳՈՐԾԱՐՔՆԵՐ

1. Սպառողական ընկերությունների ավանդներ ընդունելու մասին

Միջոցների ներգրավումը, վոր մեր կոոպերատիվ ցանցի ամենորյա խնդիրներից մեկն է, հնարավոր է նաև ընկերության անդամներից ավանդներ ընդունելու ճանապարհով։

Կոոպերատիվների անդամների փոքր գումարներով արված խնայողությունները կարող է գրավել միայն այն կազմակերպությունը, վորն այդ անդամներին մոտ է կանգնած։

Սակայն յերբեմն առարկում են, վոր սպառողական ընկերությունները ավանդային գործարքներ կատարելով՝ մրցում են պետական խնայողական դրամարկղների հետ։ Դա ճիշտ չե։ Ամենից առաջ խնայողական գործը շատ քիչ է զարգացած, յերկրորդ վոր սպառողական ընկերություններն ավանդ են ընդունում կազմակերպված սպառողների սահմանափակ շրջանում, վորոնց գումարները, վորպես ավանդ, ընկերություններն ավելի շուտ կարող են գրավել, քան վորևե այլ կազմակերպություն, շնորհիվ այն տնտեսական-կազմակերպչական կապի, վոր ընկերությունները ունեն իրենց անդամների հետ։

Գյուղում սպառողակ. ընկերություններին զուգահեռ՝ ավանդային գործարքներով զբաղվում են նաև գյուղատնտեսական վարկային ընկերությունները։ Յերկու կարգի կոոպերատիվներն էլ ի հարկե իրավունք ունին իրենց անդամներից փոխատվություններ կատարել։ Ցանկալի յե, վոր այսպիսի դեպքերում սպառողական ընկերության ու գյուղ-վարկային ընկերության մեջ համաձայնություն կնքվի, վորի հիման վրա կանոնավորվում է ավանդների ընդունելությունը նրանց մեջ՝ նայած թե այդ ավանդներն ինչ նպատակի համար են ծառայում, և բացի այդ վճարվելիք տոկոսներն են համաձայնեցնվում՝ փոխադարձ ոգնություն ապահովելով ավանդների յետ պահանջման դեպքում և այլն։

2. Ավանդների ձևերը

Ինչ վերաբերվում է ավանդների ձևերին պետք է ասել, վոր ընկերությունն են մուծվում վորոշ ժամանակով՝ 3, 6 և ավելի ամսով. բ) պայմանական ավանդներ, վոր ընկերությունն ընդունում է վորոշ պայմանով, վորոշ դեպքի կատարվելուց, սակայն այդ պայմանը կամ դեպքը մնում է անորոշ. գ) անժամկետ կամ ցպահանջ ավանդներ, վորոնք կարող են ավանդատվի կողմից ցանկացած ժամանակին յետ պահանջվել։ լինում են. ա) ժամկետային ավանդներ, վոր ընկերու-

Ավանդների այդ յերեք տեսակներից սպառողական ընկերության համար ամենաձեռնտուն ժամկետային ավանդներն են, վորովհետև նրանք վորոշ ժամանակ մնում են ընկերության տրամադրության տակ և նա, իմանալով ավանդների ոգտագործման ժամկետները, կարող է նրանց վստահ կերպով շրջանառության մեջ դնել։

Սակայն ավանդատուների համար էլ ձեռնտու յեն անժամկետ ավանդները, վոր ընկերությանն են տրվում ցպա-

հանջ և կարող են ըստ առաջին կարիքի մասամբ կամ ամբողջությամբ յետ ստացվել: Հենց այդ պատճառով, ավանդորեն գործարքների զարգացման համար, ավանդատուների մեծ շրջան գրավելու համար, ընկերությունը պետք է, գործերը կարգի դնելուց հետո, ընդունի նաև անժամկետ ավանդներ:

Գոյություն ունի ավանդների նաև չորրորդ ձևը—հասարակ ընթացիկ հաշիվ, վոր ցպահանջ ավանդի մի այլ տեսակն է, վորից սակայն նա տարբերվում է յուր հսկայական շարժուն լինելովը: Ավանդատուն շատ հաճախ է յուր ավանդի գումարներից (ընթացիկ հաշվից) յետ պահանջում և նույնքան հաճախ էլ նորից մուծում է այն: Ընթացիկ հաշիվները պահանջում են ճշգրիտ, արագ ու կանոնավոր աշխատող ապպարատ, հենց այդ պատճառով է, վոր ընթացիկ հաշիվներով փող ընդունելը կիրառվում է միայն խոշոր սպառողական ընկերություններում:

3. Ավանդներ ընդունելու յեվ վերադարձնելու կարգը

Ձեռնարկելով ավանդային գործարքների՝ սպառողական ընկերությունը պետք է նախորոք վորոշ կանոններ հաստատի ավանդների ընդունելության ու վերադարձնելու մասին:

Ամենից առաջ պետք է վորոշել այն ամենափոքր գումարի չափը, վորից ավելի պակաս ավանդներ չեն կարող ընդունվել: Սովորաբար ժամկետային ավանդների համար հաստատվում են ավելի ցածր մինիմում, քան անժամկետ ավանդների համար (որինակ 1 ր. և 10 ր.):

Անժամկետ ավանդների համար էս նպատակահարմար է վորոշել այն ամենաբարձր գումարը, վոր մի անձից կարող է ընդունվել: Այդ գումարը վորոշվում է կոոպերատիվի ֆինանսական դրության և այլ պայմանների հաշվառմամբ: Անժամկետ ավանդների համար ամենաբարձր գումարի վորոշումն անհրաժեշտ է. վորպեսզի ընկերությունները մեծ գումարների անսպասելի յետ պահանջվելու դեպքերում՝ դժվար դրության մեջ չընկնեն:

Պետք է նույնպես վորոշել այն գումարը, վոր ընկերությունն առանց դժվարության կարող է վճարել անժամկետ ավանդների հաշվին, առանց նախազգուշացման, այլ և այն գումարը, վորից վեր ավանդատուն կարող է յետ պահանջել, միայն մի քանի որ առաջ ընկերությանը նախազգուշացում անելով:

Ավանդներին վճարվելիք տոկոսների նորման վորոշելիս պիտի յելնել դրամական շուկայի դրությունից, պետական խնայողական դրամարկղների, բանկերի կիրառվող տոկոսային նորմաներից և այլ պայմանների հաշվառումից:

Վորպես ընդհանուր կանոն, անժամկետ ավանդների համար վճարվում է ավելի ցածր տոկոս, քան ժամկետային ավանդների, վորովհետև ընկերությունը միշտ պիտի պատրաստ լինի նրանց յետ տալու, իսկ ժամկետային ավանդներին վճարվում է այնքան բարձր տոկոս, վորքան նրանք յերկար ժամանակով են ընկերության կողմից ոգտագործվում:

Ինչ վերաբերում է տոկոսների հաշվելու և տալու կարգին՝ վերջինս հաշվվում է լրիվ ամիսների և ավանդների լրիվ ռուբլիների վրա՝ կիսամյակներով: Անժամկետ ավանդներին սովորաբար տոկոս են գալիս նրանց մուծելու հետևյալ ամսի մեկից: Յեթե մի ամսվա ընթացքում ավանդատուն մի քանի անգամ ավանդը մաս-մաս յետ է ստանում և վերանորոգում նոր գումարներով, տոկոսը հաշվվում է այդ ամսվա ավանդի ամենափոքր գումարի վրա, իսկ վերջին մնացորդը վճարելուց՝ տոկոսները հաշվվում են առ 1-ն այն ամսի, յերբ այդ ավանդի մնացորդն ամբողջությամբ հետ է տրվում:

Մեծ նշանակություն ունի ավանդների վերաբերմամբ խիստ գաղտնիք պահելը: Այս սկզբունքի խախտումը կարող է ավանդային գործարքների վրա ամենավատ ազդեցություն ունենալ: Ավանդային գաղտնիքը միայն կարող է հայտնըվել քննական կամ դատական իշխանությունների որինական պահանջի հիման վրա:

Հասկանալի յէ, վոր ավանդային գործարքների տանելը, քանի նրանք մեծ չափեր չեն ընդունել, չի պահանջում վոչ հատուկ ապպարատ, վոչ էլ ծառայողների առանձին կազմ: Ավանդների ընդունելությունն ու վերադարձնելը կատարվում են ընդհանուր դրամարկղի միջոցով, իսկ հաշիվները պահվում են հաշվապահության մեջ: Այդ գործարքների համար պետք է նշանակել վորոշ ժամեր, վորոնք հարմար են թե ավանդատուների և թե ընկերության համար:

Ինչ ձևով էլ տարվելու լինեն ավանդային գործարքները՝ նրանց վրա պետք է կատարվեն ամենափոքր ծախքեր, այնպես՝ վոր ավանդները վերջին հաշվով ընկերության համար վարկի ամենաէժան և ձեռնտու ձևը լինեն:

4. Ավանդների օգտագործման կարգը

Ավանդների օգտագործման կարգի վրա պետք է ամենալուրջ ուշադրություն դարձնել: Չէ՞ վոր պարզ է, վոր յեթե ընկերությունն ընդունել է ավանդ յերեք ամիս ժամկետով և այդ գումարը գործադրել է այնպիսի գործարքի մեջ, վորի մեջ դրամի պտույտը կատարվելու յե 4—5 ամսում, ընկերությունը յերեք ամսից հետո ընկնելու յե ծանր դրության մեջ, քանի վոր նա պետք է անհրաժեշտորեն հետևյալ ընտրությունը կատարի՝ կամ սկսած գործարքը չվերջացնել և ավանդի գումարը յետ կամ սկսած գործարքը չվերջացնել և ավանդի գումարը յետ դարձնել տիրոջը կամ գործարքը վերջացնել, և ավանդը ժամանակին չվերադարձնել ավանդատուին: Թե՛ մեկը, թե մյուսն ընկերության համար վնասակար են: Այդ պատճառով առաջին և հիմնական կանոնը, վորին շատ խիստ կերպով պետք է հետևել, կայանում է նրանում, վոր ավանդները գործադրվեն իրենց ժամկետներին համաձայն. այս ժամկետները նախօրոք վորոշվում են ժամկետային ավանդների վերաբերմամբ նրանց ընդունելիս, իսկ անժամկետ ավանդների վերաբերմամբ՝ գործնական աշխատանքների փորձից:

Ընկերությունն անպայման պետք է ավանդների մի վորոշ մասը (որինակ 10—15 տոկոսը) միշտ պատրաստ ունենա ավանդատուների ընթացիկ պահանջները բավարարելու համար:

Ավանդային գործարքների հաջող զարգացման անհրաժեշտ պայմաններից մեկը միշտ հանդիսացել է ճշտապահությունը և ավանդատուների հետ հաշիվների պարզությունը, հաշվեհարդարի ու վճարումների առանց ձգձգումների կատարումը:

5. Տվյալներ ավանդային գործարքների մասին

Սպառողական ընկերությունների ավանդային գործարքների բնագավառում ունեցած նվաճումների մասին մենք ստիպված ենք դատողություններ տալ պատահական, վոչ լրիվ ու ցան ու ցրիվ տվյալների հիման վրա:

Ցենտրոսոյուզի տվյալներից յերևում է, վոր 60 բայոնական (շրջանային) միությունների սկզբնական ցանցում ավանդային գումարները 1925—26 թվի յերեք յեռամսյակների ընթացքում աճել են 1.140 հազար ռուբլուց 2.226 հազար ռուբլու: Ամբողջ ցանցում ավանդների ընդհանուր գումարը (յենթադրաբար) 10

միլլիոնի յե հասնում, վորի 70 տոկոսը գյուղական ընկերություններին է ընկնում:

Հայաստանում ավանդների ընդունելությունը վորոշ չափով լավ հիմքերի վրա յե դրված Յերևանի բանկոպում:

ԳԼՈՒԽ XLII

ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՈՒ ԴՐԱՄԱԿԱՆ ՎԱՐԿ

1. Վարկի յերկու տեսակը

Ինչպես բոլոր տնտեսական ձեռնարկներում, նույնպես և սպառողական ընկերություններում, փոխառու միջոցները յերկու տարբեր ձևի վարկերով են ստացվում՝ ապրանքային և դրամական:

Ապրանքային վարկ ստանալիս սպառողական ընկերություններն իրենց շրջանառության մեջ են առնում ոտար միջոցներն՝ ապրանքներով, վոր ընկերությանն են տրվում վորոշ ժամկետանցնելուց հետո՝ նրանց արժեքը վճարելու պայմանով: Դրամական վարկը տրվում է ընկերությանը դրամով:

Ա. Ապրանքային վարկ

2. Ապրանքային վարկավորման ձևերն ու պայմանները

Ապրանքային վարկ ընկերություններին տրամադրվում է կամ բաց հաշվով կամ մուրհակների դիմաց:

1. Բաց հաշիվ: Ընկերությունն օգտվելով վարկով բաց հաշվային կարգով, վարկավորող հիմնարկին, բացի գրավոր կամ բանավոր խոստումից, վոր նա պայմանավորված գումարը վորոշ ժամկետից հետո վճարելու յե, վոչինչ չի տալիս: Ժամանակակից պայմաններում, առևտրական դրամագլխի սահմանափակ լինելու պատճառով, վարկավորման այս ձևը, վոր վարկավորողին վորոշ ժամանակով զրկում է յուր շրջանառու միջոցներից, կիրառվում է շատ քիչ դեպքերում և վարկը տրվում է կարճ ժամկետով:

2. Մուրհակային վարկ: Ներկայումս վարկավորման ավելի տարածված ձևն է՝ վարկ մուրհակների դիմաց: Այս նշանակում է, վոր ընկերությունն ապրանքն ստանալով վորպես վարկ, վարկավորող հիմնարկին տալիս է համապատասխան գումարի մուրհակ կամ, ինչպես ասում են, վարկի գումարը հանգցնում է մուրհակներով:

Վարկավորման այս ձևը տարածված է այն պատճառով, որ
վարկավորող հիմնարկը յուր շրջանառու միջոցները
կարող է անմիջապես ստանալ այլ ճանապարհ-
ներով:

Մուրհակը կարելի յե հանձնարարել այլ անձի կամ հիմ-
նարկի: Նշանակում է, մուրհակներով կարելի յե ապրանք գնել
կամ մուրհակները հանձնարարելով վարկավորող հիմնարկներին,
կարելի յե նրանից դիմաց դրամ ստանալ:

3. Մուրհակի հատկությունները

Այժմ անցնենք մուրհակի ու նրա հատկություն-
ների հարցին՝ ըստ եյության:

Մուրհակը պարտավորության մի առանձին ձև է, որ բո-
լոր այլ ձևերի պարտագրերից տարբերվում է: Մուրհակի մի
և ամենաեյական առանձնահատկությունը կայանում է
նրա, այսպես անվանած, «մուրհակային խստության» մեջ:
Այս նշանակում է, որ յեթե մուրհակը տրված է, ապա հետա-
գայում որևե վեճ ըստ եյության չի կարող լինել, այսինքն վեճ
այն մասին, թե պետք է վճարել այդ մուրհակով, թե չպետք է
վճարել այս կամ այն պատճառաբանությամբ, չի կարող տեղի
ունենալ: Խոսք չի կարող է լինել նաև այն մասին, որ մուրհա-
կատուն հրաժարվի վճարելուց: Մուրհակի այդ հատկությունն
առաջանում է նրանից, որ մուրհակը վերացական (աբստ-
րակտ) պարտավորագիր է: Մուրհակի մեջ ցույց չի տր-
վում վոչ այն պատճառները, թե ինչու յե այդ մուրհակը տրվում,
վոչ այն պայմաններն ու հանգամանքները, վորում նա տրված է:
Այնտեղ միայն ասվում է, որ այս ինչը (այս ինչ կազմակերպու-
թյունը) պարտավորվում է այս ինչ ինչին (այս ինչ անձին կամ
հիմնարկին) վճարել վորոշ գումար դրամ այս ինչ ժամկետին:

Մուրհակի այդ հատկություններից՝ նրա խստությու-
նից ու նրա վերացական բնույթից, բղխում է
նույնպես նրա մի այլ հատկությունը: Մուրհակը
կարող է ձեռքից ձեռք անցնել, և այս դեպքում մուր-
հակի իրավունքն էլ նրա մի տիրոջից մյուսին է անցնում:

4. Մուրհակի բողոքարկումը

Հենց միայն մուրհակի այդ անվիճելի բնույթը ցույց է տա-
լիս, թե ինչպես է մուրհակատուն իրեն մուրհակով կապում վո-
րոշ ժամկետին՝ վճարումները կանոնավոր կատարելու պարտավո-

րությամբ: Մուրհակը ժամկետին չհանգցնելուն հետևում է նրա
անմիջական բողոքարկումը, վորի համար նոտարը, համաձայն
մուրհակն առաջադրող հիմնարկի ու անձի պահանջի, կազմում է
հատուկ արձանագրություն: Նոտարը մուրհակի բողոքարկման
մասին անմիջապես հայտնում է Պետական Բանկի մոտակա բա-
ժանմունքին, իսկ վերջինս էլ յուր վարչությանը: Պետական Բանկը
պարբերաբար ուղարկում է բողոքարկված անձանց ու հիմնարկ-
ների ցուցակը յուր բաժանմունքներին և այլ բանկերին: Այս կերպ
չվճարված մուրհակի լուրը հաղորդվում է ամենուրեք և հայտնի
յե դառնում ամբողջ յերկրում: Բողոքարկված կազմակեր-
պության վարկերն ամենուրեք փակվում են: Այդ
կազմակերպությունը հայտարարվում է անվարկունակ:

Միաժամանակ մուրհակի պահողը բողոքարկման հիման վրա
կարող է կատարողական թերթ ստանալ, առանց գործը դատական
մարմիններին հանձնելու, քանի վոր մուրհակն անվիճելի յե:

Ինչպես մենք տեսնում ենք, մուրհակը արտակարգ պարտա-
գիր է, և դրա համար է, վոր ընկերությունը յուր մուրհակային
պարտավորություններին պետք է վերաբերվի ամենամեծ լրջու-
թյամբ:

Դեպքեր են լինում (մենք այս մասին հատկապես շեշտում
ենք, վորովհետև մեր գործնականում դրանք հաճախ են տեղի
ունենում), յերբ մուրհակատու ընկերությունը վճարման օրը, ժամ-
կետին փնտռում է և չի գտնում յուր տված մուր-
հակը: Վորպեսզի այս դեպքում նա բողոքարկման չենթարկվի,
անհրաժեշտ է, վոր մուրհակի մեջ նշանակված գու-
մարն ընկերությունը մտցնի Պետական Բանկի մո-
տակա բաժանմունքի դրամարկղը:

Վորպեսզի ամեն տեսակի պատահական թյուրիմացություն-
ներից խուսափի՝ ընկերությունը պետք է յուր տված մուրհակ-
ների համար հատուկ գիրք պահի, վորի մեջ կանոնավոր գրվում է
տրված մուրհակների ցուցակը, ամեն մի մուրհակի գումարը,
վճարման ժամկետն ու տեղը: Պետք է ի նկատի առնել, վոր բո-
ղոքարկված ընկերությունը շատ հեշտությամբ չի վոր կարողա-
նայու յե յուր բարի համբավը վերականգնել, յեթե նույն իսկ
մուրհակը բողոքի յե գնացել պատահաբար կամ սխալանքի, թյու-
րիմացության կամ անուշադրության հետևանքով: Դրա համար
անհրաժեշտ է միջնորդություններ, յերկար գրագրություններ. և
բողոքարկվածի վարկունակությունը կարող է վերականգնվել միայն
Պետական Բանկի վորոշմամբ:

Բ. Դրամական վարկ

5. Վարկ բանալու կարգը

Ինչ ձևով ու ինչ պայմաններով էլ դրամական փոխառություն կատարի սպառողական ընկերությունը, այդ փոխառությունը նրան տրվում է նախորոք բացված վարկային նորմայի համաձայն: Դրա համար ամենից առաջ անհրաժեշտ է, վոր փոխառու միջոցների կարիք ունեցող ընկերությունը համապատասխան բանկային հիմնարկին հայտարարություն տա, խընդրելով, վոր իրեն վարկ բացվի: Վարկ բանալու խընդիրը, ինչպես և վարկի չափը, վորոշվում է ընկերության վարկունակության հիման վրա, իսկ վերջինս վորոշում է ընկերության ֆինանսական դրության, նրա առևտրական շրջանառությունների զարգացման, նրա յեկամուտների ու ծախսերի և վերջապես նրա անդամների լրացուցիչ պատասխանատվության և այլ տվյալների հիման վրա: Դրա համար ընկերությունը վարկ բանալու յուր հայտարարությանը պետք է կցի զեկուցում՝ յուր գործերի դրության մասին, յուր վերջին հաշվեկշիռն ու կանոնադրությունը: Բացի այդ, անհրաժեշտ է ընկերության ընդհանուր ժողովի (կամ լիազորների ժողովի) վորոշման քաղվածքը, վորից յերևում է, թե վարչությանն ինչ սահմաններում է վարկավորվելու իրավունք տրվում: Օգտակար է այս դեպքում ունենալ նաև միության տեղեկանքն ընկերության գործերի դրության մասին, այլ և նրա աջակցության յերաշխիքը: Յերբեմն վարկավորող հիմնարկներն այս բոլոր նյութերով չեն բավականանում և իրենց տեսուչներին կամ հրահանգիչներին գործուղղում են ընկերության գործերի հետազոտության համար:

Հայտարարությունը, բոլոր նյութերի ու հետազոտության տվյալների հետ, քննության է առնվում բանկի համապատասխան բաժնի կողմից և ապա տրվում է փոխատու-զեղջման կոմիտեյին. վերջինս է միայն վճռում վարկ բանալու խնդիրը և վորոշում նրա սահմանը (լիմիտը):

Պետք է հիշել, վոր վարկ բանալը մի բան է, իսկ օգտագործել այդ վարկը՝ այլ բան: Բանկը միշտ էլ կարող է վարկի փաստորեն օգտագործվող մասը սահմանափակել՝ յելնելով ընկերության գործերի դրությունից, յուր ֆինանսական կացությունից և այլ պատճառներից:

6. Դրամական վարկի ձևերը

Նայած թե վարկն ինչ յեղանակով է տրամադրվում բանկային հիմնարկների կողմից՝ տարբերվում են դրամական վարկի հետևյալ յերեք հիմնական տեսակները. ժամկետային փոխատվություն, հատուկ ընթացիկ հաշիվ, մուրհակների զեղչ:

Ժամկետային փոխատվությունը կոչվում է վորոշ գումար դրամի միանգամից բաց թողնելը և անպայման վորոշ ժամկետով: Փոխատվությունը կարող է լինել՝ կարճատև (մի քանի ամիս ժամկետով) և յերկարատև (մի կամ մի քանի տարի ժամկետով): Առևտրի գործնականում, վորտեղ շրջանառության պտույտներն ավելի արագ են կատարվում, քան արդյունաբերության մեջ, մանավորապես կոոպերատիվ առևտրում, շատ չնչին բացառություններով, չի կիրառվում յերկարատև փոխատվությունը, հենց այդ պատճառով առևտրի վարկավորումը սովորաբար կատարվում է միայն կարճատև փոխատվությունների միջոցով:

Ժամկետային փոխատվությունից տարբերվում է հատուկ ընթացիկ հաշիվը, վորով բացված վարկի գումարը վերցնվում է վոչ թե միանգամից, այլ ըստ կարիքի՝ մաս-մաս: Միաժամանակ ընկերությունն ունենալով ազատ դրամ՝ մուծում է այն հատուկ ընթացիկ հաշվին՝ դրանով իջեցնելով յուր պարտքերի գումարը: Այսպիսով ընկերության պարտքերի գումարը մեկ բարձրանում է, մեկ էլ իջնում, վորի համար և հաշիվը կոչվում է ընթացիկ:

Հատուկ ընթացիկ հաշվի մյուս տարբերությունը ժամկետային փոխատվությունից այն է, վոր այն բացվում է վոչ թե վորոշ ժամկետի պայմանով, այլ ցպահանջ, այսինքն՝ բանկը կարող է ըստ յուր հայեցողության փակել այդ հաշիվը կամ կրճատել այն և ամբողջովին կամ մասամբ հետ պահանջել այդ հաշվից ստացած գումարները: Սակայն առևտրի ու դրամական շրջանառության նորմալ պայմաններում այդպիսի դեպքերը համեմատաբար շատ քիչ են պատահում, յեթե չըհաշվենք այն դեպքերը, յերբ պարտապանը կորցնում է յուր վարկունակությունը:

7. Ապահովության ձևերը

Պարտքը սովորաբար ապահովվում է կամ ապրանքներով ու ապրանքային փաստաթղթերով, կամ ապ-

րանքայի մուրհակներով, կամ այլ արժեքներով։ Ապրանքային մուրհակներով ապահովելու ձևը մեծ մասամբ տեղի յե ունենում հատուկ ընթացիկ հաշվով վարկավորվելիս։

Պարտքն ապրանքներով ապահովելու դեպքերում՝ ապրանքները կամ փոխադրում են վարկ տվողի պահեստները, կամ ընկերության պահեստը, որում գտնվում են ապրանքները, ժամանակավորապես տրվում են վարկատու հիմնարկին, կամ վերջապես ապրանքները մնում են վարկավորվող հիմնարկի պատասխանատվության տակ, որի համար տրվում ե հատուկ պահպանման ստացագիր։

Գրավ դրվող ապրանքների դիմաց պետք ե լինեն ապահովագրման վկայագրեր (պոլիսներ), այլև ցուցակներ, որոնց մեջ ցույց են տրված ապրանքների տեսակները, քաշը և գները։ Բանկն այս դեպքերում ապրանքի արժեքի 70%-ից ոչ ավել վարկ ե տալիս՝ ապահովելով իրեն, ապրանքների գներն իջնելու դեպքերում, վնաս կրելու հնարավորությունից։ Յեթե պատահեն դեպքեր, յերբ ապրանքների գներն հանկարծակի ու մեծ չափով ընկնեն՝ բանկը պահանջում ե պարտքի համգեցում կամ լրացուցիչ ապահովություն ներկայացնել։ Այս պահանջի չկատարելու դեպքում՝ բանկերը սովորաբար վարկերը փակում են և գրավ դրված ապրանքները վաճառքի յեն հանում։

Կարելի յե գրավ դնել նույնպես զանազան ապրանքային փաստաթղթեր (յերկաթուղային դուբլիկատ, պահեստային վկայագրեր և այլն) և արժեքավոր թղթեր։

8. Մուրհակների զեղջումը

Դրամական վարկավորման յերրորդ ձևը՝ մուրհակների զեղջումն ե։ Յեթե ընկերության տրամադրության տակ կան այնպիսի մուրհակներ, որոնց ժամկետները դեռ չեն անցել, նա կարող ե զեղջել այդ մուրհակները և նրանց դիմաց մինչև վճարումների ժամկետը դրամ ստանալ։ Այդ նպատակով նա բանկին ե ներկայացնում մուրհակները, նըրանից յուրաքանչյուրի հակառակ յերեսին դնելով յուր հանձնման մակագրությունը և հենց դրանով պարտավորվելով վճարել այդ մուրհակով, յեթե իսկական մուրհակ տվող անձը կամ հիմնարկը ժամկետին չհանգցնի յուր մուրհակը։

Զեղջման ներկայացվելիք մուրհակների համար պետք ե համապատասխան ձևով ցուցակ կազմել (բեյխատր)։ Այլ քաղաքներում վճարելիք մուրհակների համար պետք ե առանձին ցուցակ կազմել։ Մուրհակներն ու ցուցակները պետք ե դասավորել ժամանակագրական կարգով։ Ցուցակներն ստորագրվում են վարչության կամ նրա կողմից լիազորված անձի կողմից։ Զեղջման հետևանքով ընկերությունն ստանում ե մուրհակներով սպասվող վճարումների գումարները՝ դուրս յեկած այն տոկոսները, որ մուրհակների գումարներին են հասնում զեղջման օրից մինչև վճարման ժամկետի օրը։

Շատ մեծ նշանակություն ունի այն, թե բանկն ում վարկի հաշվին ե զեղջում մուրհակը՝ մուրհակատվի, թե մուրհակակալի (векселедатель или векселедержатель)։ Խնդիրը նրանումն ե, որ, ինչպես վերն ասացինք, ամեն մի վարկավորման դեպքում բանկը պետք ե նախորոք վարկ բանա և այդ վարկի սահմանը (լիմիտը) որոշի, և ապա յուրաքանչյուր անգամ, յերբ հիմնարկը կամ կազմակերպությունը դրամի կարիք ե զգում, նա պետք ե պայմանավորվի բանկի հետ իրեն բացված վարկի օգտագործման մասին։ Յեթե մուրհակները զեղջվում են ի հաշիվ մուրհակատվին բացված վարկի, ապա այդ զեղջումը կոչվում ե զեղջ ըստ մուրհակատվության, իսկ յեթե զեղջը կատարվում ե ի հաշիվ մուրհակակալի (կամ մուրհակ առաջադրողի) բացված վարկի՝ ապա նա կոչվում ե զեղջ ըստ մուրհակակալության։ Ինքն ըստ ինքյան հասկանալի յե, որ կողմերից յուրաքանչյուրին ձեռնտու յե, որ իրեն բացված վարկի գումարը բանկում չպակասի և որ մուրհակների զեղջումը կատարվի ի հաշիվ մյուս կողմի։

9. Վարկի անընդունելի ձևերը

Դրամական վարկավորման առանձին ձևերի վերլուծումը մեզ ցույց տվեց, որ նրանցից յուրաքանչյուրն ունի կամ որոշ նյութական հիմք կամ կապված ե նյութական ապահովության որոշ սիստեմի հետ։ Հենց այդ պատճառով ե, որ սպառողական ընկերությունների համար դրական վարկավորման բոլոր ձևերը միատեսակ հարմար ու մատչելի համարվել չեն կարող։

Մուրհակներ զեղջելու միջոցով փող ստանալու համար հարկավոր ե այնպիսի մուրհակներ ունենալ, որոնցով այլ անձինք ու հիմնարկներ պարտավորվել են որոշ ժամկետին վճարել ընկերությանը՝ նրան բաց թողնված ապրանքի դիմաց, այսպես ասած, ապրանքային մուրհակներ։ Սոլո-մուրհակները, այս-

ինքն այնպիսի մուրհակներ, որ ընկերությունն ինքն է ստորագրում և դրանց զեղչելու միջոցով փող ստանալ ցանկանում, զեղչի չեն ընդունվում։ Բանկերը նույնպես չեն զեղչում, այսպես անվանված, բարեկամական մուրհակները։ Այսպես են կոչվում այն մուրհակները, որոնք տրվում են դժվար կացության մեջ ընկած կազմակերպությանն օգնելու համար, յերբ նա բոլորովին ապրանք չի ծախել։ Մինչ դեռ սպառողական ընկերությունները, որոնք որպես կանոն, կանխիկ առևտրով են զբաղվում, զեղչի համար համար պետքական մուրհակներ համարյա թե չեն ունենում։

Շատ դժվար է նույնպես հատուկ ընթացիկ հաշիվը կամ ժամկետային փոխատվությունն ապահովել ապրանքով, մանավանդ յեթե այս դեպքում ապրանքը բոլորովին դուրս է գնում ընկերության կարգադրությունից և հանվում է նրա շրջանառությունից։

10. Վարկի ապահովման ցանկալի ձևը

Հենց այդ պատճառով է, որ կոոպերատիվ շրջաններում քանի գնում, ավելի խիստ են պահանջ դնում, որ հատուկ ընթացիկ հաշիվներն ու ժամկետային փոխատվություններն ապահովվեն շրջանառության մեջ գտնվող ապրանքներով և սոլո-մուրհակներով, ուրիշ խոսքով ասած, որ ապահովության համար անհրաժեշտ ապրանքը մնա շրջանառության մեջ և ազատ ծախվի, բայց որպեսզի որոշ պահեստում կամ խանութում բոլոր ժամանակն այնքան ապրանք գտնվի, որքան որ պարտքի հանգեցման համար անհրաժեշտ է։ Սա շատ հեշտությամբ իրականացնելու յեղանակ է վարկերի ապահովման համար, քանի որ վաճառվող ապրանքներն անընդհատ կերպով լրացվում են նոր-նոր գնված ապրանքներով։ Բավական է միայն ապրանքների պաշարների շարժումին հետևել և փոխատու հիմնարկին յուր ժամանակին տեղեկացնել ապրանքների մնացորդների մասին՝ միաժամանակ հնարավորություն տալով նրան հաղորդված տեղեկությունները տեղում ստուգելու։ Փոխատվին ավելի ևս ապահովելու համար՝ ընկերությունը որպես լրացուցիչ յերաշխավորություն, տալիս է սոլո-մուրհակներ, առանց վճարման որոշ ժամկետ ցույց տալու, այլ պարտավորվելով վճարել ըստ առաջադրման։

11. Կոոպերացիայի բյուջետային ֆինանսավորումը

Վերը բերված վարկավորման բոլոր ձևերից առանձին տեղ է բռնում կոոպերացիայի դրամահայթհայթումը (ֆինանսավորումը) պետական բյուջեյի միջոցներից։ Այդ միջոցների բաշխումը կատարվում է Միութենական Հանրապետությունների Տնտեսական Խորհուրդների կողմից. միջոցները բաց են թողնվում կոոպերատիվ կազմակերպությունների շրջանառու դրամագլուխները ուժեղացնելու նպատակով (3-ից 5 տարի ժամկետով), որպես յերկարատև վարկ։ Այդ վարկերի դիմաց վճարվում է տարեկան 6%. ամբողջ տեխնիկական աշխատանքը հանձնարարվում է Համկոոպբանկին։

ԳԼՈՒԽ XLIII

ՀԱՄԱՄԻՈՒԹԵՆԱԿԱՆ ԿՈՈՊԵՐԱՏԻՎ ԲԱՆԿԸ

1. Համկոոպբանկի կազմակերպումը

Կոոպերացիային վարկավորող բանկերի մեջ առանձին տեղ է բռնում Համկոոպբանկը (լրիվ անունը՝ Համամիութենական Կոոպերատիվ Բանկ)։

Սկզբում (1922 թվին) կազմակերպվեց Սպառողական Կոոպերացիայի Բանկը (կրճատ անունը՝ Պոկոբանկ)։ Սակայն շուտով պարզվեց, որ եժան վարկի և ընդհանրապես բանկային ծառայությունների կարիք է զգում ոչ միայն սպառողական, այլև կոոպերացիայի այլ տեսակները (գյուղակոոպերացիան, տնտեսական-տնայնագործական և այլն)։ Բոլորը հասկացան, որ բաժան-բաժան բանկեր ստեղծելը հազիվ թե հասցնի ցանկալի նպատակին։ Հենց այդ պատճառով 1923 թվի փետրվարին տարբեր տեսակի կոոպերատիվ կենտրոնները համաձայնություն ստորագրեցին, որի հիման վրա սպառողական կոոպերացիայի բանկը (Պոկոբանկը) վերակազմվում է բոլոր տեսակի կոոպերատիվների բանկի՝ վերանվանվելով Համկոոպբանկի։ Այսպես կազմակերպվեց Համկոոպբանկը։

2. Համկոոպբանկի ներքին կառուցվածքը

Համկոոպբանկը կառուցված է փայատիրական սկզբունքների վրա և ղեկավարվում է փայատերերի ժողովի ու վերջինիս կողմից ընտրված մարմինների կողմից։

Համկոոպբանկին, համաձայն կանոնադրության, կարող են փայատեր գրվել բոլոր տեսակի և աստիճանի կոոպերատիվ կազմակերպությունները: Այլ կազմակերպություններն ու հիմնարկները Համկոոպբանկին փայատեր լինել չեն կարող:

Միակ բացառությունը կազմում է Պետական Բանկը, վոր Համկոոպբանկի փայատերերից մեկն է:

Համկոոպբանկը վարկավորում է միայն յուր անդամ-փայատերերին:

Կոոպերատիվ կազմակերպությունների վարկավորման համար ավելի միջոցներ ունենալու նպատակով՝ Համկոոպբանկը բացի փայերից զանազան միջոցներով փոխառու միջոցներ է ներգրավում յուր շրջանառության մեջ՝ ընդունելով ավանդներ, կատարելով ընթացիկ հաշվով գործարքներ և այլն:

Համկոոպբանկի ուշադրությունն ամենից առաջ ուղղված է կոոպերացիայի ազատ միջոցները հավաքելու և օգտագործելու վրա: Այնպես վոր հավաքված դրամագլուխների վերաբաշխման ու տեղափոխությունների միջոցով վարկերով բավարարվեն այն կազմակերպությունները, վորոնք փոխառու դրամական միջոցների կարիք ունեն:

Սակայն բացի այդ, Համկոոպբանկը յուր շրջանառության մեջն է առնում այլ դրամագլուխներ ևս, ստանում է պետության աջակցությունը և վարկավորվում է Պետական Բանկում:

3. Վարկավորման յեղանակները

Ինչ վերաբերում է Համկոոպբանկի կողմից կիրառվող վարկավորման յեղանակին, վերջինիս գլխավոր առանձնահատկությունն այն է, վոր նա բաց է անում վարկեր վարկավորվող կազմակերպության լրիվ վճարված փայերի դիմաց մի քանի անգամ ավելի չափով: Ամեն մի վարկավորվողի կարող է տրվել նրա փայերի դիմաց ամենաքիչը յեռապատիկ, ամենաշատը հնգապատիկ վարկ: Բացի այդ, նայած թե տվյալ կազմակերպությունը Համկոոպբանկի այլ գործարքների մեջ (ավանդային ընթացիկ հաշիվ և այլն) ինչ մասնակցություն ունի, յերբեմն կարող են լինել նաև լրացուցիչ վարկավորումներ:

Վորքան մշտական ու մեծ գումարով է մի կազմակերպություն յուր ազատ դրամական միջոցները Համկոոպբանկում պա-

հում (ավանդի կամ ընթացիկ հաշվի ձևով), վորքան մշտական ու մեծ չափերով է յուր գործարքները՝ (դրամի փոխադրություն, ինկասսո և այլն) անց կացնում Համկոոպբանկի միջոցով, այնքան նա յուր փայավճարի դիմաց բացված վարկի նորմայից դուրս վարկավորվելու հնարավորություն է ստանում: Այդպիսի լրացուցիչ վարկավորումը կարելի յե անվանել խրախուսիչ վարկավորում:

Բոլորովին այլ կարգով են բաշխվում հատուկ նշանակություն ունեցող ֆոնդերից տրվող վարկերը: Այդ ֆոնդերից մեկը, վոր կազմված է բանվորական կազմակերպությունների ավանդներից, Համ. Արհ-Միխորհի (ВЦСПС) հետ կնքված հիմնական համաձայնությամբ պետք է գործադրվի բանվորական կոոպերացիայի լրացուցիչ վարկավորման համար:

Բերենք մի քանի թվեր Համկոոպբանկի աճման ու նրա ներկա դրության մասին:

4. Համկոոպբանկի գործարքների զարգացումը

Սկզբում Համկոոպբանկի փայադրամագլուխը (միաժամանակ նաև հիմնական դրամագլուխը) վորոշված եր 10 միլլիոնի սահմաններում, վոր բաշխվում եր 10.000 փայի հարյուրական ռուբլի արժողությամբ: Հետագայում մի քանի անգամ բաց են թողնըվել նոր բաժնետոմսեր (ակցիաներ):

1926 թվի ընթացքում Համկոոպբանկը լրիվ կերպով հավաքել եր 20 միլլիոն փայադրամագլուխ: Հաշվի առնելով ֆինանսական բազայի հետագա լայնացման անհրաժեշտությունը՝ Համկոոպբանկի փայատերերի ժողովը վորոշում ընդունեց ևս 10 միլ· լրացուցիչ փայավճար հավաքելու մասին:

1927 թվի ապրիլի 1-ին Համկոոպբանկին փայատեր են համարվում 10.132 կազմակերպություններ՝ այդ թվում 19 կոոպերատիվ կենտրոններ, 643 կոոպերատիվ միություններ և 9470 ստորին կոոպերատիվներ:

Համկոոպբանկի ներգրաված միջոցներն, ավանդների ու ընթացիկ հաշիվների ձևով, 1925—26 թվին բարձրացել եր 50 միլ· ռուբլուց մինչև 58 միլլիոն ռուբլի: Փոխառությունների գումարը (համարյա բացառապես Պետ. Բանկից ու Ֆինժողկոմատի հատուկ միջոցներից) նույն ժամանակում բարձրացել է 23 միլ. ռուբլուց մինչև 36 միլլիոն ռուբլի:

Կոոպերատիվ սիստեմայի վարկավորման աճման մասին կարելի յե մոտավոր գաղափար կազմել այն մնացորդի գումարով,

վոր բանկը բաց է թողել զեղչման ու փոխատվության գործարքներով. առ 1-ն ապրիլի 1927 թիվը այդ գումարը հավասար էր $111^{1}/_{2}$ միլլիոնի։

Համկոոպբանկի փայադրամագլխի մեջ ամենաակտիվ մասնակցություն ունի սպառողական կոոպերացիան, վորի փայերի գումարը հասնում է 14 միլ. ռուբ. (կամ Համկոոպբանկի փայադրամագլխի 65,9%)։ Համկոոպբանկի բաց թողած վարկերի մեջ սպառողական կոոպերացիայի մասն առ 1-ն ապրիլի 1927 թիվը կազմում է 65,7%.

Ընդհանուր առմամբ, կոոպերացիայի վարկավորման գործում Համկոոպբանկը, Պետական Բանկից հետո, յերկրորդ տեղն է բռնում։

5. Համկոոպբանկի ճյուղերը

Համկոոպբանկի ազդեցության խորանալուն կոոպերատիվ սիստեմայի գործունեյության մեջ՝ մեծ զարկ են տալիս նրա ճյուղերը (գործակալություններ, գրասենյակներ, բաժանմունքներ), վորոնց թիվը 1926 թվի ոգոստոսի 1-ին հասնում էր 60-ի։ Համկոոպբանկի ճյուղերը տարածվում են Խորհրդային Միության բոլոր հանրապետություններում, բացի Ուկրայինայից, վորն ունի յուր ինքնուրույն կոոպերատիվ բանկը՝ «Ուկրայինբանկ» անունով։

Համկոոպբանկի հետ սերտ կապ ունեն Խորհրդային կոոպերատիվ բանկերն արտասահմանում՝ Մոսկվայի Ժողովրդական Բանկը Լոնդոնում (Փարիզի բաժանմունքով) և Կոոպերատիվ տրանզիտային Բանկը Ռիգայում։

Այս բանկերը մեծ մասամբ ֆինանսավորում են կոոպերացիայի արտասահմանյան գործարքները՝ ներմուծման ու արտահանման բնագավառներում։

ԳԼՈՒԽ XLIV

ԴՐԱՄԱԳԼՈՒԽՆԵՐԻ ՏԵՂԱՎՈՐՈՒՄԸ

1. Ընկերության դրամագլուխների տեղավորման ձևերը

Մենք ծանոթացել ենք, թե ինչպես են կազմվում սպառողական ընկերությունների սեփական միջոցները և ինչպես են ներգործվում ոտար միջոցները։ Սակայն անհրաժեշտ է, վոր թե սեփական, թե ոտար միջոցները գործադրվեն ընկերության նպատակների իրականացման համար ամենամեծ ոգտագործությամբ։

Սպառողական ընկերությունը, թե յուր սեփական դրամագլուխը, թե ոտար միջոցները, միշտ վորոշ կարգով է տեղավորում։ Մեծ կամ փոքր մասը նա տեղավորում է ապրանքների մեջ, մյուս մասը՝ գույքի և այլ հիմնարկներում՝ փայերի մեջ, յերրորդ մասը պահվում է կանխիկ դրամով գանձարկղի մեջ կամ ընթացիկ հաշվում. դրամագլխի մի այլ մասը նա յուր հերթին տալիս է զանազան անձանց ու հիմնարկների, վորպես պատվիրած ապրանքների կանխավճար, ծառայողների ռոճիկի դիմաց կանխույթ, սպառողներին ապառիկ բաց թողած ապրանքներ և այլն։

Քննության առնելով, թե ընկերությունն ինչպես է տեղավորել յուր ձեռի տակ ունեցած միջոցները և այդ բոլոր ձևերով ցրված միջոցներից վորն է գերազանցում — մենք կարող ենք յեզրակացություն հանել, թե ընկերությունը վորքան լավ կամ վատ է ոգտագործում յուր դրամագլուխները։

2. Շրջանառու դրամագլուխները

Ընկերության շրջանառությունը միշտ կատարվում է ապրանքների հետ։ Վերջիններս գնվում են իրենց անդամների ու ազգաբնակչության սպառողական կարիքների բավարարման համար։ Յերբեմն էլ ձեռք են բերում նյութեր ու մթերքներ վերամշակման համար։ Հենց այդ պատճառով այն դրամագլուխները, վորոնք գտնվում են ապրանքների ու նյութերի մեջ, անմիջական շրջանառության մեջ են դրված, անմիջապես ոժանդակում են շրջանառությանը։

Պետք է հաշվի առնել նաև այն, վոր ապրանքների մեջ կարող են լինել քիչ պետքականություն ունեցող, այլև բոլորովին անպետք ապրանքներ, վորոնք շրջանառության համար բոլորովին պիտանի չեն։ Այդպես են՝ «քնող» ապրանքները և փչացած ապրանքները։ Դրանց մեջ դրված դրամագլուխը մասամբ կամ ամբողջությամբ շրջանառությունից դուրս է գցվում։

Առանց դրամարկղում վորոշ գումար կանխիկ դրամի՝ նորմալ շրջանառություն չի կարող տեղի ունենալ։ Կանխիկ դրամն անհրաժեշտ է ընթացիկ վճարումների ու ծախսերի համար, իսկ վերջիններս ապահովում են շրջանառությունը։ Սակայն յեթե դրամարկղում շատ մեծ գումար դրամ պահվի, վերջինիս մի մասը գործի համար անոգուտ կլինի։

Առևտրական շրջանառության մեջ անխուսափելի յե նաև միջոցների մի մասի այս ու այն կողմը բախշումը։ Այս-

պես է լինում ապրանքների գնման կանխավճար տալիս, այլ և յերբ ընկերությունը վոչ միայն կանխիկ, այլև ապառիկ վաճառք է կատարում յուր խանութներից ու ձեռնարկներից: Այս պայմաններում շրջանառությունն սկսվում է կանխավճար տալու վայրկյանից և շարունակվում է մինչև ապառիկ բաց թողնված ապրանքի փողն ստանալու վայրկյանը: Հենց այդ պատճառով է, վոր այդ ցրված միջոցները, վոր դրամագլխի շրջանառության հետ սերտ կապ ունեն, նույնպես համարվում են շրջանառության մեջ գտնվող դրամագլուխ: Ի հարկէ, կանխավճարների չափից դուրս վճարումը, այլ և մեծ գումարների ապառիկ վաճառքը, ընկերության շրջանառու միջոցներին զգալի հարված են տալիս, և նա հնարավորություն չի ունենում յուր շրջանառու միջոցները տեղավորել գլխավորի՝ ապրանքների մեջ, դրա հետևանքը շրջանառության դանդաղումն է լինում: Հենց այդ պատճառով պետք է այս խնդրի մեջ մեծ զգուշություն պահպանել:

Վերը բերած յերեք դեպքերում դրամագլուխը տեղավորվում է շրջանառու արժեքների մեջ՝ (դրամարկղի, ապրանքների ու պարտապանների—դեբետորների) և հենց այդ պատճառով, այդ յերեք տեսակի արժեքները կոչվում են շարժուն կամ կենդանի շրջանառության դրամագլուխներ:

Այլ բան է, յերբ ընկերությունը յուր դրամագլուխները տեղավորում է գույքի, շենքերի, առևտրական կամ արդյունաբերական ձեռնարկի սարքավորման մեջ: Առանց գույքի գործ տանել չի կարելի: Խանութում պետք է լինեն դարակներ, ցուցափեղկեր (վիտրինա), կշեռք և այլն, դրասենյակն առանց գրասեղանի չի կարող լինել և այլն: Սակայն գույքը բոլորովին չի մասնակցում շրջանառության մեջ և հետևապես գույքի մեջ դրված դրամագլուխները գտնվում են շրջանառությունից դուրս:

Նույն դրության մեջ են գտնվում այն դրամագլուխները, վորոնք ընկերության կողմից դրված են այլ կազմակերպությունների փայերի կամ բաժնեթղթերի մեջ: Այստեղ էլ անհրաժեշտ է նկատել, վոր ընկերության նորմալ գործունեությունը վոչ միայն չի արգելում, այլ ընդհակառակը նախատեսում է, միջոցների տեղավորման ժամանակ, վորոշ գումարներ հատկացնել այդ փայերին ու բաժնեթղթերին՝ Համկոոպբանկին, յուր միությունը և այլ կազմակերպություններ մուծելու համար: Բայց հենց դրանով ընկերությունը սեփական շըրջանառու միջոցների մի մասը հանում է յուր կողմից օգտագործելու հնարավորությունից և այս տեսակետից ամեն մի անզգույշ

քայլ կարող է ընկերության դրամագլուխների մի նշանավոր մասը դատապարտել անշարժության:

Ընկերության համար նույնպիսի նշանակություն ունի նաև տարբեր տեսակի արժեթղթերի, խաղատոմսերի ու այլ արժեքավոր փաստաթղթերի գնումը:

Ընկերությունը պետք է ձգտի յուր սեփական դրամագլուխների հնարավորին չափ մեծ մասը շրջանառության մեջ պահել: Մենք չենք խոսում փոխառու միջոցների մասին, վորոնք ամբողջությամբ պիտի շրջանառության մեջ գտնվեն: Վատ է, յեթե ընկերության սեփական միջոցների մեծ մասը կամ ամբողջ գումարը գտնվում է մեռած դրության մեջ՝ արտաշրջանառու արժեքներում (գույքի, փայերի, բաժնետոմսերի և այլն): Ավելի վատ է, յերբ փոխառու միջոցների այս կամ այն մասը գտնվում է շրջանառությունից դուրս:

Հենց այդ պատճառով էլ, ընկերության ֆինանսների ղեկավարության վորակը քննության յենթարկելիս՝ պետք է տեղեկանալ, թե ընկերության սեփական միջոցներն ինչպես են բաշխվում շրջանառու և արտաշրջանառու արժեքների մեջ:

4. Ընկերության միջոցների լուծարունակությունը

Հատկապես փոխառու միջոցների վերաբերմամբ՝ հսկայական կարևորություն ունի այն հարցը, թե նրանք ընկերության կողմից այնպես են տեղավորված, վոր նրանց հետ վերցնելը հեշտությամբ կարելի լինի իրականացնել, թե արդյոք նրանք տեղավորված են այնպիսի արժեքներում, վորոնց վերստին դրամ դարձնելը դժվարություն չի ներկայացնում՝ յեթե ընկերությունն ստիպված լիներ միանգամից հանգցնել յուր բոլոր պարտքերը՝ վճարելով պարտատերերին ամբողջ գումարը: Այդ հարցի դրական լուծումն ամբողջովին կախված է այն արժեքների փոխհարաբերությունից, վորոնցում տեղավորված են ընկերության դրամագլուխները: Դրամագլխի տեղավորման յեղանակները կամ արժեքները կարելի յե 2 խմբերի բաժանել. 1) հեշտ իրացվող արժեքները, այսինքն արժեքներ, վորոնք հեշտությամբ կարող են դրամի վերածվել և 2) դժվար իրացվող արժեքներ, այսինքն այնպիսի արժեքներ, վորոնք արագորեն դրամի վերածվել չեն կարող:

Առաջին խմբին են պատկանում դրամարկղը, ապրանքներն ու նյութերը (բացի դժվար վաճառվող կամ վոչ «խոդովոյ» ապրանքներից), պարտապանները—դեբիտորները (բացի կասկածելի դեբիտորներից) և այն արժեքավոր թղթերը, վորոնք սովորական բորսային առևտրում առ ու ծախսի առարկա յեն։ Յերկրորդ խմբին են պատկանում՝ գույքը, շենքերը և այլ կազմակերպություններում գտնվող փայերն ու բաժինները, վորոնք բորսայում առ ու ծախսի մեջ չեն։

Յեվ ահա, յերբ ընկերության ունեցած հեշտ իրացվող արժեքների ընդհանուր գումարն ամբողջությամբ ծածկում է կամ կամ գերազանցում է նրա պարտքերի գումարից, ապա այս նշանակում է, վոր ընկերությունը կարող է առանց առանձին դժվարությունների հավաքել յուր պարտատերերի պարտքերը վճարելու համար անհրաժեշտ գումարը։ ընկերության ֆինանսների այս դրությունը կոչվում է լուծարքունակ դրություն։ Իսկ այն դրությունը, յերբ բոլոր պարտքերի հանգեցման համար հեշտ իրացվող արժեքները հերիք չեն, այլ անհրաժեշտ է դիմել նաև դժվար իրացվող արժեքներին, — այդ դրությունը համարվում է վոչ լուծարքունակ։

5. Ընթացիկ լուծարքունակություն

Սակայն լուծարքունակությունը չպետք է նախատեսի միայն այն դեպքերը, յերբ ընկերությունն ստիպված պիտի լինի յուր բոլոր պարտքերը միանգամից ծածկել։ Այսպիսի դեպք լինում է միայն ընկերության լիկվիդացիայի (կամ լուծարքի) ժամանակ։

Անհրաժեշտ է, վոր ընկերությունը յուր ամբողջ գործունեության ընթացքում հետևի վճարային կամ ընթացիկ լուծարքունակությանը, այսինքն հետևի, վոր այն արժեքները, վորոնցում տեղավորված են դրամագլուխները, հեշտ իրացվեն՝ համապատասխան ընկերության ժամկետային վճարումների գումարներին ու ժամկետներին։

Այստեղ հաշվի յեն առնվում, մի կողմից պարտավորությունների ժամկետ ունենալը՝ այսինքն թե ինչպիսի ժամկետներով են ընկերությանը վարկեր տրամադրված, մյուս կողմից՝ արժեքների հեշտ իրացման աստիճանը, այսինքն, թե ընկերության դրամագլուխները վորքան արագությամբ կարելի յե այդ արժեքներից ազատել։

Ժամկետային պարտավորությունները, ըստ իրենց հանգեցման աստիճանների, բաժանվում են յերկու և ավելի տեսակների։ Վճարումների 1-ին խմբին են պատկանում ցպահանջ տրված վարկերը (ավանդները, հատուկ ընթացիկ հաշիվը). 2-րդ խմբին են պատկանում՝ այն փոխառու միջոցները, վորոնք վերցրված են մինչև յերեք ամիս ժամկետով, և վերջապես 3-րդ խմբին են վերաբերվում՝ յերկարատև փոխառությունների գումարները։ Վերջին խմբի մեջ են մտնում նաև սեփական միջոցները։

Համապատասխան այդ բաշխման՝ ընկերության հեշտ իրացվող արժեքները (դրամարկղ, ապրանքներ և նյութեր, հեշտ իրացվող դեբիտորներ) իրենց հերթին բաշխվում են. 1) անմիջապես իրացվող արժեքներ (դրամարկղ, ընթացիկ հաշիվ), 2) արագ իրացվող (ապրանքները և դեբիտորների մի մասը) և 3) դանդաղ իրացվող (նյութեր և դեբիտորների մյուս մասը)։

6. Ընկերության հաշվեկշիռը

Բոլոր այն մոմենտները, վորոնց վրա մենք մանրամասն կանգ առանք նախընթաց գլխումը, այլ և մի շարք այլ մոմենտներ, իրենց պարզ արտացոլումն են գտնում ընկերության հաշվեկշռի մեջ, վորը կազմված է յերկու մասից՝ աջ և ձախ։ Աջ մասում բովանդակում են այն տարբեր դրամագլուխների մասին թվական տվյալներ (պասիվ), վորոնք հաշվեկշիռը կազմելու վայրկյանին ընկերության տրամադրության տակ են՝ լինեն դրանք սեփական թե փոխառու միջոցներ, այդ միևնույն է։ Հաշվեկշռի ձախ մասը (ակտիվը) ցույց է տալիս, թե այդ դրամագլուխներն ինչպես են տեղավորված։

ԳԼՈՒԽ XLV

ԴՐԱՄԱԳԼՈՒԽՆԵՐԻ ՇՐՋՄԱՆ (ՊՏՈՒՅՏԻ) ԱՐԱԳՈՒԹՅՈՒՆԸ

1. Դրամագլխի պտույտի պրոցեսը

Ամեն մի արդյունաբերական կամ առևտրական ձեռնարկի մեջ դրվող դրամագլուխ նախ՝ վեր է ածվում վորևէ տեսակի արժեքների, ապա արդյունաբերության մեջ մի շարք կերպարանափոխություններից հետո, առևտրի մեջ վաճառքից հետո, նա դարձյալ վերականգնվում է։ Այս վերջին մոմենտը կոչվում է դրամագլխի վերարտադրություն։ Իսկ ամբողջ այդ դրա-

ցեսը, դրամագլուխը գործի մեջ դնելուց մինչև նրա վերարտադրությունը, կոչվում է *դրամագլխի պտույտ* (կամ շրջում)։ Պտույտի համար անհրաժեշտ ժամանակը կոչվում է *պտույտի* (կամ շրջումի) *արագություն*, վերջինս սովորաբար արտահայտվում է կամ պտույտների քանակով, վոր հաշվվում է, մի վորոշ ժամանակաշրջանի վերաբերմամբ (օրինակ, տնտեսական տարվա ընթացքում), կամ օրերի քանակով՝ մի լրիվ պըտույտ անելու անհրաժեշտ օրերի համեմատ (շրջանառու օր)։

2. Միջոցների միջին պաշարը

Շրջանառության պտույտի արագությունը վորոշելու համար, ամենից առաջ անհրաժեշտ է վորոշել *դրամագլխի միջին չափը* (միջոցների միջին պաշարը), վորպիսին տվյալ ժամանակաշրջանում ընկերության օգտագործման մեջ է յեղել։ Դրամագլխի միջին չափի վորոշումն անհրաժեշտ է, վորովհետև գործող ձեռնարկության մեջ այդ չափը շարունակ փոփոխվում է։ Այդ վորոշելու համար վերցնում ենք վորոշ տնտեսական ժամանակաշրջանի մի շարք հաշվեկշիռների գումարները, ստացված գումարը բաժանվում է հաշվեկշիռների թվի վրա։ Այսպես՝ ամբողջ դրամագլխի միջին չափը մի տարվա համար վորոշելու համար վերցնվում է հաշվեկշիռի գումարները տարվա սկզբին ու տարվա վերջին, գումարում են այդ յերկու թիվը և բաժանում են յերկուսի։ Օրինակ, առաջին հաշվեկշռի գումարը հավասար է 219176 ռ. յերկրորդինը՝ 278.316 ռուբլու, այս դեպքում ամբողջ դրամագլխի միջին չափը կհավասարվի 248.746 ռ.։

3. Ամբողջ դրամագլխի պտույտի արագությունը

Դրամագլխի տվյալ միջին չափով ընկերությունը կարող էր ավելի մեծ գումարի ապրանք վաճառել, քանի վոր դրամագլուխը մի քանի անգամ վերարտադրվել է և նորից է գործի մեջ դրվել, այլ խոսքով ասած, մի քանի պտույտ է կատարել։ Պտույտի արագությունը վորոշելու համար վերցնում են ապրանքների տարեկան վաճառքի գումարը յեվ բաժանում են ամբողջ դրամագլխի միջին չափի վրա։

Յեթե ամբողջ շրջանառությունը նշանակենք O տառով, դրամագլխի միջին չափը՝ K տառով, ապա պտույտների քանակը հավասար կլինի O : K։ Շրջանառության արագությունը շըրջանառու օրերով արտահայտելու համար՝ տնտեսական ժամանակաշրջանի օրերի ընդհանուր թիվը բաժանում են պտույտների

քանակի վրա։ Յեթե վերցնենք մի տարվա շրջանը, ապա 360 բաժանում են O : K-ի վրա, վորը հավասար է (360 × K) : O։ Ստացված քանորդը ցույց կտա դրամագլխի մի պտույտի տևողությունն օրերով։

Յեթե դրամագլխի միջին չափը վորոշելու լինենք K_1 (դրամագլուխը տարվա սկզբին) և K_2 (դրամագլուխը տարվա վերջին), ապա բանաձևը հետևյալ ձևը կընդունի.

$$360 : \frac{O}{\frac{K_1+K_2}{2}} = \frac{360\times(K_1+K_2)}{2\times O}$$

Իսկ յեթե մենք տարվա տեղ վերցնենք մի այլ ժամանակաշրջան (գործնականում շրջանառության արագությունը հաշվվում է վոչ թե մի տարվա համար, այլ ժամանակի այլ քանակի համար) և այդ ժամանակաշրջանը կնշանակենք Д տառով, իսկ K_1 և K_2 դարձյալ դրամագլխի չափն են ցույց տալիս՝ տարվա սկզբին ու տարվա վերջին. ապա կստանանք հետևյալ վերջնական բանաձևը.

$$\frac{\text{Д}\times(K_1+K_2)}{2\times O}$$

Այս ամբողջ բանաձևը ցույց է տալիս յուրաքանչյուր պտույտի օրերի թիվը։ Ինչպես տեսնում ենք բանաձևից, վորքան քիչ է բաժանելին $\left(K=\frac{K_1+K_2}{2}\right)$ և վորքան մեծ է բաժանարարը (O), այնքան քիչ է ամբողջ բանաձևը (քանորդը)։ Նշանակում է դրամագլխի պտույտի արագությունն ավելանում է, յերբ նրա միջին չափը պակասում է յեվ յերբ ընդհանուր շրջանառությունը մեծանում է։

Օրինակ. Դրամագլուխը տարվա սկզբին 219.176 ռ. է. տարվա վերջին—278.316 ռ., տարեկան վաճառքի շրջանառությունը=2.118.743 ռ., ամբողջ դրամագլխի պտույտի արագությունը կկազմի՝

$$\frac{360\times(219.176+278.316)}{2\times2.118.743}=42,26 \text{ օրի։}$$

4. Ապրանքների մեջ դրված դրամագլխի պտույտի արագությունը

Ամբողջ դրամագլխի (հաշվեկշռի ամբողջ գումարի) պտույտի արագությունը պիտի համեմատության դնել ապրանքների մեջ դրված դրամագլխի պտույտի արագության հետ, քանի վոր ապրանքների մեջ դրված դրամագլուխն է, բառի իսկական մտքով, կոոպերատիվի *աշխատող դրամագլուխը*։

Ապրանքների մեջ դրված դրամագլխի պտույտի արագությունը յես վորոշվում ե նույն բանաձևի հիման վրա, ինչ վոր ամբողջ դրամագլխի պտույտի արագությունը, այսինքն $\frac{\text{Д}\times(K_1+K_2)}{2\times O}$ յենթադրելով, վոր $\frac{K=K_1+K_2}{2}$ արտահայտում ե ապրանքների միջին պաշարը, վոր հետազոտության շրջանում կոոպերատիվի տրամադրության տակ ե յեղել և O-ն նույն շրջանի ապրանքային շրջանառության (վաճառված ապրանքի) ընդհանուր գումարն ե։

Ապրանքների միջին պաշարը վորոշվում ե ապրանքների յերկու կամ ավելի մնացորդներով (գերադասելի յե վոչ թե գրքերի մնացորդները վերցնել, այլ փաստական ցուցակագրության մնացորդները)։

Ավելի ճշգրիտ լինելու համար, թե մնացորդները, թե վաճառքի շրջանառությունը, պետք ե վերցնել ինքնարժեքի գումարներով։ Վաճառքի շրջանառության ինքնարժեքը վորոշելու համար այսպես են վարվում. շրջանառության գումարից հանում են հավելումների գումարը կամ տարվա սկզբի մնացորդների ինքնարժեքին ավելացնում են տարվա ընթացքում գնված ապրանքների ինքնարժեքի գումարը և հանում են տարեվերջի մնացորդի գումարը (ինքնարժեքով)։

Վերը ցույց տված բանաձևով ստացված քանորդը՝ ցույց կտա թե ապրանքների մեջ դրված դրամագլուխը քանի որում ե պըտույտ անում կամ թե կոոպեր. պահեստներում ու խանութներում միջին հաշվով ապրանքները վորքան ժամանակ են մնում։

Որինակ։ Ապրանքի առաջին մնացորդը 161.144 ռուբլի յե, յերկրորդը՝ 187.662 ռ., տարեկան շրջանառությունը՝ 2.118.743 ռուբլի։

Ապրանքների մեջ դրված դրամագլխի պտույտի արագությունը կլինի հետևյալը.

$$\frac{360\times(161.144+187.662)}{2\times2.118.743}=29,63$$ որի։

5. Դրամարկղի դեբետորների ու գույքի դանդաղեցնող ազդեցությունը

Ապրանքների մեջ դրված դրամագլխի պտույտի արագությունը միշտ ավելի կլինի դրամագլխի պտույտի արագությունից։ Այս յերևույթը բացատրվում ե նրանով, վոր ամբողջ դրամագլխի մի մասը պահվում ե դրամարկղի մեջ, դեբետորների ու գույքի հաշիվներում՝ շրջանառության արագ պտույտի այդ յերեք խոչընդոտների մեջ։

Այդ յերեք հաշիվներով առաջացած պտույտի արագության դանդաղեցումը կարելի յե ստանալ ընդհանուր դրամագլխի պըտույտի արագությունից հանելով ապրանքների մեջ դրված դրամագլխի պտույտի արագությունը։ Մեր բերած որինակի մեջ այդ տարբերությունը (դանդաղեցումը) հավասար ե (49,26 որից հանած 29,63 ր.) 12,63 որի։

Վորպեսզի վորոշենք, թե դրանից յուրաքանչյուրը քանի որով ե դանդաղեցնում դրամագլխի պտույտի արագությունը՝ պետք ե գտնել թե առանձին-առանձին՝ դրամարկղում, դեբետորների ձեռքին և գույքի մեջ, դրամագլուխը միջին թվով ինչքան ժամանակով ե մնում, կամ թե դրամագլխի համապատասխան մասը քանի որով ե պահվում դրամարկղում, դեբետորների մոտ և գույքի մեջ։

6. Դրամարկղ

Դրամարկղի դանդաղեցնող ազդեցությունը վորոշելու համար նախ՝ պետք ե պարզել, թե դրամարկղի մեջ ինչպիսի միջին մնացորդներ են լինում (դրամարկղի միջին պաշարը). ասենք գտնում ենք միջին մնացորդը՝ վերցնելով յերկու կամ ավելի մնացորդներ։ Ապա պարզում ենք, թե տվյալ ժամանակաշրջանում կոոպերատիվը դրամարկղին ինչ մուտք ե տվել՝ վերցնում ենք դրամարկղի մուտքը։ Համաձայն $\frac{\text{Д}\times K_1+K_2}{2\times O}$ բանաձևին՝ մենք իմանում ենք դրամարկղի մեջ դրամի մնալու միջին տևողությունը։

Որինակ։ Դրամարկղի մնացորդը տարվա սկզբին 3.512 ռուբլի յե, տարվա վերջին՝ 13.778 ռ., դրամարկղի շրջանառությունը (մուտքը)՝ 2.310.480 ռուբլի, հետևապես դրամարկղի պըտույտի արագությունը կամ դրամի դրամարկղում մնալու միջին ժամկետը հավասար ե՝

$$\frac{360\times3.512+13.778}{2\times2.310.480}=1,35$$ որի։

Սակայն այդ թիվը ցույց ե տալիս դրամարկղի դանդաղեցնող ազդեցությունը յուր սեփական շրջանառության վերաբերմամբ։ Նրա ազդեցությունն ամբողջ ոգտակար շրջանառության վրա այնքան անգամ մեծ կամ փոքր կլինի, վորքան անգամ մեծ կամ փոքր ե դրամարկղի շրջանառությունն ամբողջ ոգտակար շրջանառությունից (այսինքն վաճառքի գումարի շրջանառությունից)։

Մեր բերած օրինակի մեջ դրամարկղի շրջանառությունը հավասար է 2.310.480 ռուբլու, իսկ կոոպերատիվի վաճառքի շրջանառությունը՝ 2.118.743 ռ., ստանում ենք այսպիսի համեմատություն.

$$X : 1{,}35 = 2.310.480 : 2.118.743, \quad \text{որից}$$

$$X = \frac{2.310.480 \times 1{,}35}{2.118.743} = 1{,}46 \ \text{օր։}$$

7. Դեբետորներ (պարտապաններ)

Ապա որոշենք, թե ինչքան են դանդաղեցնում դրամագլխի պտույտի արագությունը դեբետորները։

Վարկով բաց թողնված միջոցների տևողության միջինը որոշելու համար, վերցնում ենք դեբետորական հաշիվների յերկու կամ ավելի մնացորդներ և, վերը ցույց տրված բանաձևով, գտնում ենք դեբետորական պարտքերի միջին մնացորդը. ապա վերցնում ենք տվյալ ժամանակաշրջանում վարկով բաց թողնված միջոցների ընդհանուր գումարը և $\frac{\text{Д} \times (K_1 - K_2)}{2 \times \text{O}}$ բանաձևի համաձայն, ստանում ենք դեբետորների մոտ ընկերության դրամագլխի մնալու օրերի թիվը։ Ըստ որում, $\frac{K_1 + K_2}{2}$ ցույց է տալիս դեբետորների հաշվի միջին մնացորդը, իսկ O-ն ցույց է տալիս դեբիտորներին տարվա ընթացքում բաց թողնված ընդհանուր գումարը։ Ապա մենք հաշվում ենք, թե կոոպերատիվի շրջանառության վրա դա ինչ ազդեցություն է թողնում, դառնալով ճիշտ այնպես, ինչպես դրամարկղի վերաբերմամբ՝ այսինքն համեմատելով վարկով բաց թողնված ընդհանուր շրջանառությունը կոոպերատիվի վաճառքի ընդհանուր շրջանառության հետ։

Օրինակ։ Դեբետորական հաշիվների ընդհանուր գումարները տարվա սկզբին ու վերջին հավասար են 32.790 ռ. և 52.804 ռ., վարկով բաց թողնված գումարը տարվա ընթացքում հավասար է 210.211 ռուբլու։ Դեբետորների մոտ կոոպերատիվի միջոցների մնալու տևողությունը հավասար կլինի՝

$$\frac{360 \times (32.790 + 52.804)}{2 \times 210.211} = 73{,}29 \ \text{օր։}$$

Իսկ ամբողջ շրջանառության վերաբերմամբ դանդաղեցումը կարտահայտվի այս բանաձևով.

$$\frac{210.211 \times 73{,}29}{2.118.743} = 7{,}27 \ \text{օրով։}$$

8. Գույք

Գույքի մեջ դրված միջոցների դրամագլխի պտույտի դանդաղեցման վրա ունեցած ազդեցությունը կարելի յե յերկու յեղանակով որոշել։ Առաջին յեղանակը. գումարել դրամարկղի ու դեբիտորների դանդաղեցումը և ստացված օրերի քանակը հանել ապրանքների պտույտի արագությունը՝ հաշվելուց ստացված տարբերությունից։ Մյուս յեղանակը հետևյալն է. պետք է ի նկատի առնել, վոր գույքի մեջ դրված դրամագլուխը, թեև շարժվում է, սակայն շատ դանդաղ, հենց այդ պատճառով էլ այդ դրամագլուխը հաշվվում է անշարժ դրամագլուխ։ Գույքի մեջ դրված դրամագլխի շրջանառությունն ամեն տարի արտահայտվում է գույքի արժեքի հանգեցման միջոցով (ամորտիզացիա)։ Յեթե մենք գույքի մեջ դրված դրամագլուխը վերցնենք, օգտվելով $\frac{\text{Д} \times (K_1 + K_2)}{2 \times \text{O}}$ բանաձևից՝ մենք կստանանք գույքի մեջ դրված դրամագլխի պտույտի արագությունն օրերով կամ դրամագլխի մնալը գույքի մեջ։ Իսկ վորպեսզի հաշվենք նրա ազդեցությունը կոոպերատիվի ամբողջ շրջանառության վրա՝ մենք դատում ենք այսպես.— ամբողջ դրամագլխի համեմատությամբ գույքի մեջ դրված դրամագլխի դանդաղեցնող ազդեցությունն այնքան անգամ պակաս կլինի գույքի մեջ դրամագլխի մնալու տևողությունից, վորքան վոր գույքի մեջ դրված դրամագլխի շրջանառությունը (այսինքն ամորտիզացիայի գումարը) փոքր է ամբողջ շրջանառությունից։

Օրինակ։ Յենթադրենք, վոր գույքի մեջ դրված դրամագլուխը տարվա սկզբին 21.728 ռուբլի յե և տարվա վերջին՝ 24.070 ռ., ամորտիզացիայի գումարը մի տարվա ընթացքում = 2.172 ռ.։ Հետևապես դրամագլխի գույքի մեջ մնալու տևողությունը հավասար է.

$$\frac{360 \times (21.728 + 24.070)}{2 \times 2.172} = 3{,}795{,}4 \ \text{օր։}$$

Ամբողջ շրջանառության վերաբերմամբ այդ դանդաղեցումը կարտահայտվի՝

$$\frac{2.172 \times 3{,}795{,}4}{2.118.743} = 3{,}89 \ \text{օր։}$$

Մենք կարող ենք մեր ստացած յերեք տվյալներն ստուգել։ Դրամարկղի, դեբետորների ու գույքի դանդաղեցնող ազդեցության ընդհանուր օրերի թիվը հավասար է 1,46. 7,29 և 3,89, ընդհանուր գումարը 12,64 օր է, վոր լիակատար կերպով զուգադիպվում է այն թվի հետ, վոր մենք ստացել էինք ամբողջ դրա-

մագլխի պտույտի արագությունից հանելով ապրանքների մեջ դրված դրամագլխի պտույտի արագությունը։

Միջոցների պտույտի միջին արագության մասին փաստական տվյալներ ենք բերում հետևյալ տախտակի մեջ (շրջանառու օրերով).

Սպառողական ընկերություններ	1924-25 թ.		1925-26 թ.	
	Բոլոր միջոցն.	Ապրանքները	Բոլոր միջոցն.	Ապրանքները
Գյուղական	55,2	38,2	44,9	33,1
Բանվորական-քաղաքային	60,4	44,5	55,4	42,1
Երկաթուղայինների	80,9	56,6	65,1	45,0

ՈՒԹԵՐՈՐԴ ՄԱՍ

ՏՆՏԵՍԱ-ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ՊԼԱՆ

ԳԼՈՒԽ XLVI

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԿԱՆՈՆՆԵՐ ՊԼԱՆԻ ՄԱՍԻՆ

1. Պլանի անհրաժեշտությունը

Մենք պլանի մասին թեթևակի հիշեցինք, յերբ քննության եյինք յենթարկում սպառողական ընկերությունների կազմակերպման հարցերը։ Ասացինք նույնպես, վոր ընկերության գործունեյության պլանները հաստատվում են ընդհանուր կամ լիազորական ժողովի կողմից։ Սպառողական ընկերության գործունեյության պլանային բնույթի մասին՝ մենք նշել ենք նրա աշխատանքի զանազան բնագավառների մասին խոսելիս։

Հենց միայն այն, վոր չի կարելի չհիշատակել (գոնե թռուցիկորեն) պլանի մասին պարզելով, թե ինչպես է կազմակերպվում ու աշխատում կոոպերատիվը, ցույց է տալիս, թե պլանն ինչ մեծ դեր է խաղում նրա կյանքում։

Պլանը, նախնական հաշվեհարդարը, անհրաժեշտ է ամեն մի վորոշ նպատակի ուղղված գործունեյության համար։ Սակայն պլանը հատկապես անհրաժեշտ է ամեն մի տնտեսական գործունեյության ժամանակ։ Վարել տնտեսությունն առանց պլանի, նշանակում է կործանել, քանդել այդ տնտեսությունը։

2. Պլանի հիմնական մոմենտներ

Կարելի յե նկատել յերեք հիմնական մոմենտներ, վորոնք բնորոշում են տնտեսական պլանի հասկացողությունը։

Յուրաքանչյուր տնտեսության գործունեյությունը վորոշվում է ինչպես նրա ներքին հնարավորություններով ու դար-

գացման պայմաններով, նույնպես և շրջապատող այլ պայմաններով։ Վերջինի վճռական նշանակությունը բղխում է նրանից, վոր յուրաքանչյուր տնտեսություն սերտորեն կապված է յուր շրջանի ու ամբողջ յերկրի տնտեսության հետ։ Հենց այդ պատճառով տնտեսական գործունեություն սկսելիս անհրաժեշտ է՝ հաշվի առնել աշխատանքի ներքին պայմաններն ու արտաքին բոլոր հանգամանքները՝ աշխատելով նախատեսել այն բոլոր փոփոխությունները, վորոնք կարող են տեղի ունենալ։ Այս՝ պլանի առանձին հիմնական մոմենտն է։

Յերբ հաշվառված են ներքին ու արտաքին բոլոր պայմանները, այլև այն փոփոխությունները, վոր կարող են տեղի ունենալ, բնականորեն հարց է առաջ գալիս, թե տվյալ պայմաններում ինչ կարելի յե անել և ինչպես, ինչ ուղիներով է ընթանալու աշխատանքը. հետևապես պլանի յերկրորդ հիմնական մոմենտը՝ աշխատանքի ծավալի և ուղիների վորոշումն է։

Վերջապես մենք միշտ պլան կազմելիս, յելնում ենք այն նպատակից, վոր մեր գործունեության մեջ դնում ենք։ Այստեղից առաջանում է պլանի յերրորդ հիմնական մոմենտը՝ նրա այն նպատակին հարմարվելը, վոր տվյալ ձեռնարկը կամ կազմակերպությունն յուր տնտեսական գործունեության առաջն է դնում։

Այսպիսով, տնտեսական գործունեության պլանը մի նախնական հաշվեհարդար է, վոր կատարում է տնտեսավարող կազմակերպությունը, յելնելով ներքին ու արտաքին պայմաններից, այլ և դրանց հնարավոր փոփոխությունների հաշվառումից, ուրվագծելով՝ համաձայն այդ հաշվառման, թե ինչ ուղիներով և ինչ չափով այդ գործունեությունը պիտի զարգանա. ըստ վորում, թե պայմանների ուսումնասիրությունն ու հաշվառումը, թե գործունեության ծավալի և ուղիների վորոշումը կատարվում է այն նպատակի իրականացման տեսակետից, վորին ձգտում է տվյալ կազմակերպությունը։

3. Կոոպերատիվ պլանի առանձնահատկությունները

Կոոպերատիվ պլանի առաջին առանձնահատկությունը նրա դիրեկտիվ (հրահանգի—պարտադիր) բնույթն է։ Կոոպե-

րատիվի պլանը հաստատվում է ընդհանուր կամ լիազորական ժողովի կողմից։ Հետևապես, կոոպերատիվ գործունեության հիմունքները, ուղիները վորոշվում են կազմակերպության բոլոր անդամների կոլլեկտիվ կամքով ու մտածողությամբը։ Յեվ վարչությունը և կոոպերատիվի այլ մարմինները պատասխանատու յեն, վոր կոոպերատիվի աշխատանքներն ընթանան վորոշված ուղիներով։

Կոոպերատիվ պլանի մյուս առանձնահատկությունն այն է, վոր նա կապվում է սպառողական կոոպերացիայի ամբողջ սիստեմի պլանի հետ։ Առաջին աստիճանի միություններն իրենց պլանները հիմնում են իրենց անդամ-սկզբնական կոոպերատիվների պլանների վրա։ Ավելի վերադաս միությունները նույն կերպ են վարվում։

Սպառողական կոոպերացիայի ամբողջ սիստեմի պլանների այս կապը, համաձայնեցումը բնականաբար հասցնում է այն հետևանքին, վոր ամբողջ սպառողական կոոպերացիայի սիստեմի համար ստացվում է միացյալ աշխատանքային պլան։

Ապա անհրաժեշտ է ուշադրության առնել նաև հետևյալը.

Խորհրդային պայմաններում պլանով է աշխատում վոչ միայն կոոպերացիան, այլև պետական արդյունաբերությունը, բանկերը, յերկաթուղին և այլն։ Պարզ է, վոր կոոպերացիան պետք է յուր պլանը համաձայնեցնի այդ բոլոր տնտեսական կազմակերպությունների պլանների հետ, այսինքն տվյալ ժամանակաշրջանի համար կազմված ժողովրդական տնտեսության ամբողջ պլանի հետ։ Ավելի ճիշտ, սպառողական կոոպերացիայի պլանը մտնում է Միության տնտեսական կյանքի ընդհանուր պլանի մեջ՝ վորպես նրա բաղկացուցիչ մի մասը, և փոփոխության է յենթարկվում համաձայն այն ուղիների, վորով գնում է Խորհրդային տնտեսությունն այս կամ այն ժամանակաշրջանում։

4. Պլանների տեսակները

Կոոպերատիվ կազմակերպությունների պլանները կարող են յերեք տեսակ լինել։

Կարելի յե ուրվագծել պլանը, այսինքն կազմել այն ընդհանուր հեռանկարային գծերով, ընդգծելով միայն հիմնական մոմենտները։ Այսպիսի պլանները կազմվում են յերկար ժամանակաշրջանի համար (5 տարի) և կոչվում են հեռանկարային պլաններ։

կազմվում են տարեկան մոտավոր (օրիենտիր) պլաններ, սակայն նրանց մեջ անհնարին է նախատեսել և ցույց տալ աշխատանքի բոլոր մանրամասնությունները:

Մանրամասնություններ ցույց են տրվում յեռամսյակի կամ ամսվա համար կազմվող պլաններում: Այսպիսի պլանները կոչվում են օպերատիվ կամ աշխատանքային պլաններ:

5. Ներքին ու արտաքին պայմանների հաշվառումը

Ինչ ժամանակաշրջանի համար էլ կազմվելու լինի պլանը՝ նրա մշակման նախնական պայմանը ներքին ու արտաքին բոլոր պայմանների հաշվառումի անհրաժեշտությունն է:

Մեր յուրաքանչյուր սպառողական ընկերության աշխատանքը պայմանավորված է ՍՍՀՄ-ի ժողովրդական տնտեսական կյանքով ու նրա մեջ տեղի ունեցող փոփոխություններով: Գյուղատնտեսության արտադրանքների աճումը կամ կրճատումը, արդյունաբերության մեծանալը կամ փոքրանալը և այլն իրենցով վորոշելով շուկայի դրությունը, պահանջի ու առաջարկի տատանումները, գների մակարդակը,—անխուսափելիորեն անդրադառնում են նաև յուրաքանչյուր կոոպերատիվի տնտեսական գործունեության վրա: Հենց այդ պատճառով անհրաժեշտ է պլան կազմելիս հաշվի առնել ամբողջ ժողովրդական տնտեսության կարևորագույն ցուցանիշները, վորոնք պետական պլանային մարմիններն են մշակում: Սակայն անհրաժեշտ է, վոր սպառողական ընկերությունն ավելի ուշադիր կերպով հաշվի առնի յուր շրջանի տնտեսական կյանքի զարգացման պայմանները. վորովհետև վերջիններս կոոպերատիվի գործունեության հետ ուղղակի և անմիջական կապ ունեն:

Գյուղական սպառողական ընկերությունների համար այս բնագավառում հետևյալ գլխավոր ցուցանիշները պետք է հիմք ընդունեն. 1) սպառվող բերքը, 2) գյուղատնտեսական արտադրանքի ապրանքային (վաճառքի հանվելու) մասը և 3) գյուղացու ծախքի բյուջեյի բնույթը:

Քաղաքային բանվորական ընկերությունները պլան կազմելիս պիտի ուշք դարձնեն հետևյալի վրա. 1) Բանվորների ու ծառայողների թիվը, այլ և արհեստակցական միությունների անդամների թիվը, 2) բանվորների ու ծառայողների աշխատավարձի ընդհանուր գումարը և նրանց ծախքերի բյուջեյի կառուցվածքը:

Յենթադրական բերքի և նրա ապրանքային մասի տվյալներից գյուղական սպառողական ընկերությունները վորոշում են իրենց գործունեության շրջանի սպառողական տարողությունը կամ իրենց սպասարկման յենթակա ազգաբնակության վճարունակ պահանջի ընդհանուր չափը: Հետևապես ընկերության համար նույնպես կպարզվի յուր շրջանառության հնարավոր ծավալն առաջիկա ժամանակաշրջանի համար:

Նույնպիսի նշանակություն կունենա քաղաքային բանվորական ընկերությունների համար ծառայողների ու բանվորների թվի շարժումը, այլ և նրանց աշխատավարձի ընդհանուր գումարի փոփոխությունները:

Իսկ պահանջի բնույթի և ծախքերի բյուջեյի փոփոխությունները պարզելը հնարավորություն կտա թե մեկ, թե մյուս տիպի ընկերությանը՝ պլանավորելիք շրջանի համար ապրանքների ասորտիմենտ կազմել:

Սակայն վերոհիշյալ արտաքին պայմանների պարզումը միայն բավական չե գործունեության պլան կազմելու համար: Չէ վոր ակնհայտնի յե, վոր թե արտաքին նպաստավոր պայմանների օգտագործումը, թե աննպաստ հանգամանքների առաջըն առնելն ամբողջովին կախված է տվյալ կոոպերատիվ տընտեսության ներքին կարողությունից (ույժից): Դրա համար անհրաժեշտ է պարզել, թե կազմակերպության ներսում պայմաններն ինչպես են դասավորվում, ինչ դրության մեջ են գտնվում նրա բաղկացուցիչ մասերը, վորոնք պայմանավորում են տնտեսական գործունեության ընդհանուր թափի ուժեղանալը կամ թուլանալը: Ըստ վորում պիտի հետազոտել ու ու գնահատել ընկերության դրությունը վոչ միայն տվյալ մոմենտին, այլ և պարզել ու նախատեսել նրա զարգացման ընթացքը հաշվական տարվա հետագա ժամանակի համար՝ ըստ յեռամսյակների: Իսկ յեթե ընկերությունն աշխատում է ավելի քան մի տարի, անհրաժեշտ է պարզել ու գնահատել նրա զարգացման ընթացքն ու տենդենցներն ավելի յերկար ժամանակաշրջանի (յերկու-յերեքի տարու) համար: Պետք է վորոշել, թե ընկերությունն աճում է, հետադիմում է, թե միշտ մնում է նույն դրության մեջ: Յեթե տվյալները ցույց են տալիս, վոր ընկերությունն աճում է, ապա անհրաժեշտ է պարզել, թե վորքան արագ է այդ առաջխաղացումը տեղի ունենում. աճման ընդհանուր տեմպն (ընթացքը) ավելանում է, թե պակասում է: Այս կերպ կարելի յե պարզել ընկերության զարգացման ներքին օրինաչափությունը (закономерность): Իսկ այդ իմանալով՝ մենք ավելի

վորոշ յեզրակացություններ կանենք ընկերության ապագա աճման մասին և համապատասխան կերպով կպլանավորենք նրա գործունեությունը:

ԳԼՈՒԽ XLVII

ՏՆՏԵՍԱ-ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ՊԼԱՆ ԿԱԶՄԵԼԸ

1. Կոնկրետ պլանի բաղկացուցիչ մասերը

Այս գլխում մենք կտանք յեռամսյակայի տնտեսա-ֆինանսական պլան կազմելու հիմնական յեղանակները (մեթոդները). ընդհանուր առմամբ նույն մեթոդներն են կիրառվում նաև տարեկան պլաններ կազմելիս:

Յուր բովանդակությամբ գործունեության պլանը պետք է մեջն ունենա հետևյալ բաղկացուցիչ մասերը. 1) ապրանքների գնման ու վաճառքի պլան կամ առևտրական պլան, պատրաստումների պլան՝ յեթե ընկերությունն զբաղվում է պատրաստումներով և արտադրական գործունեության պլան՝ յեթե ընկերությունն ունի արտադրական ձեռնարկներ, 2) յեկամուտների ու ծախսերի նախահաշիվ և 3) ֆինանսական պլան:

2. Սկզբնական հաշվեկշռի կազմելը

Նախ քան պլան կազմելը՝ անհրաժեշտ է կազմել ընկերության ծրագրային շրջանի սկզբի (սկզբնական) հաշվեկշիռը:

Այդ հաշվեկշռի մեջ մեր հատուկ ուշադրությունը պիտի գրավեն հետևյալ տվյալները. սեփական ու փոխառու միջոցների չափը, նրանց միջի հարաբերությունը, շրջանառու միջոցների պտույտի արագությունը: Ապա մոտավորապես պարզելով սեփական ու փոխառու միջոցների ավելանալու հնարավոր չափերը, ծրագրային շրջանում շրջանառու միջոցների պտույտի արագության փոփոխությունը, մենք հնարավորություն ենք ստանում յենթադրաբար վորոշել ընկերության առևտր. շրջանառությունը:

Պետք է նկատել, վոր ֆինանսական հնարավորությունների այս կերպ պարզելը շատ մոտավոր և ընդհանուր բնույթ ունի: Առևտրական ու ֆինանսական պլանների ճշգրիտ համաձայնեցումն ու մեկ-մեկու հետ կապելը կատարվում է հետագայում:

Դրանից հետո՝ ձեռնարկում են առևտրական պլանի կազմելու գործին:

Ա. ԱՌԵՎՏՐԱԿԱՆ ՊԼԱՆ

3. Վաճառքի շրջանառության վորոշելը

Առևտրական պլան կազմելիս, առաջին խնդիրը՝ վոր պետք է պարզել՝ դա ապրանքների վաճառքի շրջանառություն վորոշելն է:

Այդ բանի համար յելակետ պիտի ընդունել այն մոտավոր տվյալները, վորոնց մասին մենք հենց նոր խոսեցինք: Շրջանառության գումարը վորոշելու համար բոլոր շրջանառու միջոցների գումարը պիտի բազմապատկել նրանց պտույտների յենթադրական քանակի վրա (պտույտների արագության ցուցանիշը), վոր ծրագրային շրջանում հավանական է համարվում: Բացի այդ, շրջանառությունը (վաճառքի), ինչպես մենք նախընթաց գլխում ցույց տվինք, պարզվում է նաև անցյալի շրջանառության, նրանց աճման ընթացքի ու շրջապատող այլ հանգամանքների հաշվառումով:

Շնորհիվ պլանավորելիք շրջանի կարճատևության, վորը թույլ է տալիս նախատեսել ընկերության գործունեության ընթացքի ու պայմանների մեջ ամեն մի փոփոխություն, մենք շատ ճշգրիտ կերպով կարող ենք վորոշել յեռամսյակի շրջանառությունը: Բացի այդ, տվյալ դեպքում մոտակա շրջանառությունը վորոշելու համար գոյություն ունեն ավելի ամուր և ուղղակի հիմունքներ՝ դրանք նախորդ ամիսների շրջանառություններն են:

4. Ամսական շրջանառությունների վորոշելը

Այս կերպ յեռամսյակի վաճառքի շրջանառությունը վորոշելով՝ մենք անցնում ենք ամիս-ամիս սպասվող շրջանառությունների վորոշմանը: Այդ շրջանառությունները մենք վորոշում ենք անցյալ յեռամսյակի նույն ամիսների շրջանառությունների տոկոսային հարաբերությամբ: Յեթե անցյալ տարվա տոկոսային հարաբերությունը յեղել է առաջին ամսին յեռամսյակի շրջանառության 28%-ը, յերկրորդ ամսին—32%-ը և յերրորդ ամսին՝ 40%-ը, նման հարաբերություն կարող ենք սպասել ծրագրային յեռամսյակի առանձին ամիսներում: Բանը նրանումն է, վոր մենք արտաքին բոլոր պայմանները, վորոնք շրջանառության մեծանալուն կամ փոքրանալուն կարող են ազդել, հաշվի յենք առել ամբողջ յեռամսյակի վերաբերմամբ:

5. Ասորտիմենտի (ապրանքների տեսակների) պարզելը

Յերբ վոր ամսական շրջանառությունները մոտավորապես պարզված են, հարց է ծագում ապրանքների տեսակների մասին։ Ասորտիմենտը պարզվում է հետևյալ ձևով։ Վերցնում ենք անցյալ տարվա ապրանքների վաճառքի գումարը համապատասխան յեռամսյակում, պարզում ենք թե այդ գումարի մեջ տարբեր ապրանքներ ինչ տեղ են բռնել, ապա ինկատի յեն առնվում այն փոփոխությունները, վոր անհրաժեշտ է կատարել ասորտիմենտի մեջ ծրագրային յեռամսյակում։ Աճող կամ վերացող պահանջի հաշվառումը, ազգաբնակչության կողմից առաջադրվող նոր պահանջներն այս կամ այն ապրանքի համար կամ ընդհակառակը վորևէ պահանջի վերանալը, այս բոլորի հաշվառումը մեզ կտա այն անհրաժեշտ տեղեկանքները, վորոնց հիման վրա անցյալ տարվա յեռամսյակի պլանը կարող ենք համապատասխան ուղղումների յենթարկել նոր ծրագրական շրջանի համար։

6. Ապարատը

Շրջանառությունը վորոշելուց և այն ամիս-ամիս բաշխելուց, այլ և ապրանքների ասորտիմենտի պարզելուց հետո՝ բնական է անցնել ապարատին վերաբերվող խնդիրներին. այսինքն՝ թե ինչպիսի խանութային ցանց և ծառայողների հաստիքներ (շտատ) են հարկավոր ապրանքն սպառող ազգաբնակչության մեջ բաշխելու համար, նայած թե շրջանառությունն՝ ըստ խանութների ավելանալու, թե պակասելու յե, նայած առանձին առևտրական կետերի կարողությանը (նագրուզկա), յելնելով ծառայողների նագրուզկայից և յենթադրական փոփոխություններից այս բնագավառում, վորոշվում է խանութների թվի ու ծառայողների հաստիքի մեջ համապատասխան փոփոխություններ կատարելու հարցը։

7. Գնումների չափը

Պլանի մշակման հետևյալ մասը՝ գնումների չափը վորոշելու խնդիրն է։ Այդ նպատակով մենք անում ենք հետևյալ յենթադրությունները։

Մենք վաճառքի շրջանառությունն ենք վորոշում՝ յելնելով վաճառքի գներից։ Այժմ մենք պետք է վորոշենք այդ շրջանառության ինքնարժեքը։ Հասկանալի յե, վոր ապրանքների ինքնարժեքն ստացվում է վաճառքի յենթադրական շրջանառությունից հանելով ապրանքների հավելումների գումարը։ Վորովհետև տարբեր ապրանքներ տարբեր հավելումներ ունեն՝ ապա պետք է վորոշել հավելումների միջին տոկոսը։ Այս մասին մենք մանրամասն ցուցումներ ենք տվել գնահատման մասին (կալ՚կուլյացիայի) խոսելիս։ Այժմ, յերբ մենք պարզել ենք շրջանառության գումարը և միջին հավելումը, մենք անում ենք հետևյալ դատողությունները։ Յենթադրենք վաճառքի շրջանառությունը հավասար է 465 հազար ռուբլու, միջին հավելումը՝ $15^{0}/_{0}$-ի։ Այս նշանակում է, վոր այն ապրանքը, վոր վաճառվում է 115 ռուբլով՝ ընկերությանն իրեն արժի 100 ռուբլի։ Այստեղից հետևեցնում ենք, վոր 465 հազար ռուբլու վաճառելիք ապրանքի ինքնարժեքն այնքան անգամ է 100-ից ավելի, վորքան անգամ վոր 465 հազար ռուբլին ավելի յե 115-ից, կամ

$$X : 100 = 465.000 : 115 \text{ այստեղից}$$

$$X = \frac{465.000 \times 100}{115} = 404.500 \text{ (կլորացրած), վորից}$$

և հանում ենք հետևյալ գործնական կանոնը։ Շրջանառության ինքնարժեքը գտնելու համար՝ պետք է շրջանառության յենթադրական գումարը բազմապատկենք 100-ով և ստացած արտադրյալը բաժանենք 100-ը գումարած հավելումի միջին տոկոսի հետ։

Յերբ այս կերպ ինքնարժեքը հաշվել ու գտել ենք, պետք է վորոշել վաճառելիք ապրանքների ամբողջ մասսայի առքի գինը։ Այս դեպքում պետք է նույն կերպ դատել, ինչպես վերը։ Ինքնարժեքի մեջ մտնում են վերադիր ծախքերը։ Այդ պատճառով յեթե յենթադրենք, վոր վերադիր ծախքերի միջին տոկոսը 5 է, մենք կստանանք,

$$X : 100 = 404.500 : 105 \text{ նշանակում է}$$

$$X = \frac{404.500 \times 100}{105} = 385.000 \text{ (կլորացրած)։}$$

Այստեղից, ինչպես և վերը, բղխում է հետևյալ գործնական կանոնը։ Շրջանառության առքի գինը գտնելու համար՝ պետք է տվյալ շրջանառության ինքնարժեքի գումարը բազմապատկենք 100-ի վրա և բաժանենք 100 գումարած վերադիր ծախսերի միջին տոկոսի հետ։

8. Պլանային շրջանի վերջում ապրանքների մնացորդը որոշելը

Այժմ առքի գինը հայտնի յե։ Հետևապես հայտնի յե, թե ծրագրված շրջանառությունը կատարելու համար ինչքան ապրանք պիտի գնել ծրագրային ժամանակաշրջանի ընթացքում։ Սակայն չէ՞ որ ապրանքների որոշ քանակ կա ընկերության պահեստներում և խանութներում յեռամսյակի սկզբում և նույնպես որոշ մնացորդ լինելու յե յեռամսյակի վերջում։ Ակնհայտնի յե, որ մեր յենթադրած գնումների գումարից պետք է հանենք յեռամսյակի սկզբի մնացորդը և ավելացնենք յեռամսյակի վերջի մնացորդը։

Յեռամսյակի սկզբի մնացորդը մենք իմանում ենք հաշվեկշռից։ Մնում է, պարզել յերկրորդ մնացորդը՝ յեռամսյակի վերջին մնացորդը։

Դրա համար մենք պետք է որոշենք, թե ծրագրային յեռամսյակում ապրանքների ինչպիսի միջին մնացորդ է անհրաժեշտ կոոպերատիվի առևտրական գործունեյության համար։ Պաշարի միջին մնացորդը մենք ստանում ենք շրջանառության վաճառքի գումարը բաժանելով ապրանքների մեջ դրված դրամագլխի պտույտների քանակի վրա։ Ապրանքների մեջ դրված դրամագլխի գումարը մենք ստանում ենք սովորական յեղանակով՝ նախորդ յեռամսյակի ապրանքապտույտի արագության ցուցանիշներից և այն ուղղումներից, որ կարելի է մտցնել պայմանների փոփոխության հետևանքով։

Սակայն մենք գիտենք նույնպես, որ ապրանքների միջին պաշարը կարելի յե գտնել՝ որոշ ժամանակաշրջանի սկզբի ու վերջի մնացորդների գումարման միջոցով ստացված գումարը բաժանելով մնացորդների թվի վրա։

Միջին պաշարը նշանակենք „З" տառով, առաջին մնացորդը՝ O_1 և յերկրորդ մնացորդը՝ O_2։ Այս դեպքում միջին պաշարը (З) հավասար կլինի առաջին մնացորդը (O_1) գումարած յերկրորդ մնացորդին (O_2)՝ բաժանած 2-ի։

$$З = \frac{O_1 + O_2}{2}$$

Այս բանաձևից պարզ կարելի յե տեսնել, որ

$$O_1 + O_2 = 2 \times З, \text{ իսկ } O_2 = 2 \times З - O_1 ։$$

З և O_1 մեծությունները մեզ հայտնի յեն, հետևապես հայտնի կլինի նաև յերկրորդ մնացորդը։

Այստեղից հետևյալ գործնական յեզրակացությունը. յեռամսյակի վերջին մնացորդը հավասար է ապ-

րանքների կրկնակի միջին պաշարին, առանց յեռամսյակի սկզբի մնացորդի։

Հետևապես ծրագրային ժամանակաշրջանի գնումների գումարը միշտ հավասար կլինի վաճառքի շրջանառության առքի արժեքին՝ հանած այդ ժամանակաշրջանի սկզբի մնացորդը և գումարած վերջին մնացորդը։

Յեռամսյակի գումարի որոշելուց հետո՝ մենք պարզում ենք, թե ամիս-ամիս ինչ գումարի գնումներ պիտի կատարել։ Այդ ևս հեշտությամբ որոշում ենք վաճառքի գումարի նույն ամիսներում մեկ-մեկի հարաբերությամբ, որովհետև շատ ակնհայտնի յե, որ գնումների գումարը պիտի ավելացնել կամ սահմանափակել՝ նայած թե տվյալ ամսում մենք ինչքան ենք յենթադրում ապրանք վաճառել։

9. Գնումների ասորտիմենտը

Գնելիք ապրանքներն ասորտիմենտի բաժանելը հեշտությամբ կարելի յե իրականացնել, յեթե նախորոք պարզված է վաճառքն ըստ ասորտիմենտի։ Սակայն ասորտիմենտը կարելի յե նույն յեղանակով պարզել, ինչպես մենք պարզեցինք գնելիք ապրանքների ամբողջ արժեքը։ Մենք վերցնում ենք վաճառքի շրջանառությունը, ապա պարզում ենք տվյալ ապրանքի պտույտի արագությունը և միջին պաշարը, մնացորդը՝ յեռամսյակի սկզբին և յեռամսյակի վերջին, վերջապես այդ բոլորի հիման վրա տվյալ ապրանքի գնումների գումարը։

Գնումների ասորտիմենտն ըստ ամիսների բաշխվում է համաձայն ապրանքների տեսակների տոկոսային մասնակցության՝ վաճառքի ընդհանուր գումարի մեջ։

10. Գնումների աղբյուրները ու հաշվեհարդարի պայմանները

Գնումների գումարը պարզված է։ Այժմ պետք է պարզել՝ թե գնումներն ինչ աղբյուրներից են կատարվելու։ Դրա հետ միաժամանակ պարզվում է, թե բոլոր գնելիք ապրանքների մեջ միությունից ինչքան տոկոս է գնվելու։ Այս անպայման կարևոր է, որովհետև միությունն էլ յուր պլանի մեջ պիտի հաշվի առնի տվյալ կոոպերատիվի գնումների մոտավոր գումարը։

Պլանի հետևյալ բաղկացուցիչ մասը—գնումների հաշվեհարդարի (рассчет) պայմանների պարզելն է։ Այս նշանակում է, որ պետք է պարզել, թե գնումների որ տոկոսն է տրվելու կանխիկ և որ տոկոսն՝ ապառիկ (կամ վարկով)։ Ամեն մի պլանի

համար կատարելապես անհրաժեշտ է կազմել հաշվեհարդարի տարեկան տախտակներ։ Վերջինս կազմվում է յուրաքանչյուր ամսվա գների (գումարներով) և հաշվեհարդարի պայմանների հիման վրա։ Նույն տախտակի մեջ նախատեսնվում են գնումների հետ կատարվելիք վերադիր ծախքերի գումարներն ամիս-ամիս։

Հատուկ ուշք պիտի դարձնել հաշվեհարդարի պայմանները պարզելիս, թե վարկավորման ինչ ժամկետներով է կատարվում, և վորովհետև տարբեր ապրանքներ բաց են թողնըվում տարբեր ժամկետներով, ապա ամբողջ վարկով ստանալիք ապրանքների վարկավորվելու պայմանները ճշգրտորեն վորոշելու համար անհրաժեշտ է՝ պարզել բոլոր ապրանքային վարկերի միջին ժամկետը։

11. Վարկի միջին ժամկետը

Որինակով ցույց տանք, թե այդ ինչպես է կատարվում։ Յենթադրենք, վոր ընկերությունը հույս ունի ստանալ հետևյալ ապրանքային վարկերը․

մանուֆակտուրա	5000	ռուբլու	45	որ ժամկետով
շաքար	2000	»	30	» »
այլ ապրանքներ	15.000	»	40	» »

Վորպեսզի ապրանքային վարկավորման այս պատկերից ստանանք վարկի միջին ժամկետ, մենք ներկայացնում ենք վարկավորման յուրաքանչյուր ստանալիք գումարը միատեսակ միավորներով։ 5000 ռ. վարկը 45 որ ժամկետով մենք մեզ պատկերացնում ենք վորպես 1 ռուբ. վարկ՝ բաց թողնված 5000 անգամ ավելի ժամկետով, 2000 ռ. վարկը 30 որով հավասարազոր է 1 ռուբլուն, վոր վորպես վարկ ստացված է 2000 անգամ ավելի ժամկետով և այլն։ Այս կերպ դատելով՝ մենք ընկերության յենթադրյալ ապրանքային բոլոր վարկերը վեր ենք ածում մի ռուբլի վարկի, վոր բաց է թողնվում այնքան անգամ ավելի ժամկետներով, վորքան անգամ ապրանքային վարկի յուրաքանչյուր առանձին գումարը մի ռուբլուց ավելի յե։ Այս կերպ մենք ստանում ենք ընդհանուր միավոր, վորպիսին կանվանենք ռուբլի-որ։

Վարկերը՝ մեր որինակի մեջ, ռուբլի-որերով այս կերպ կարտահայտվեն․

$$5000 \times 45 = 225\,000$$
$$2000 \times 30 = 60.000$$
$$15.000 \times 40 = 600.000$$

Ընդամենը · 22.000 — 885.000

Այսպիսով վարկերի ընդհանուր գումարը, վոր ընկերությունն յենթադրում է ստանալ, արտահայտվում է 22.000 ռուբ., իսկ այդ նույն գումարը ռուբլի-որերով հավասար է 885,000-ի։

Այստեղից՝ վարկերի միջին ժամկետը հավասար է

885.000 : 22.000-ի = 40,2 որի։

Այստեղից մենք յեզրակացնում ենք, վոր վարկավորման ընդհանուր միջին ժամկետը պարզելու համար յուրաքանչյուր ապրանքային վարկբազմապատկվում է նրա ժամկետի վրա, ապա բոլոր արտադրությունների գումարը (ռուբլի-որեր) բաժանվում է վարկի գումարի վրա։

12. Պատրաստումների մթերումների պլանը

Գյուղական այն ընկերությունների համար, վորոնք պատրաստումների ու մթերումների գործարքներով են զբաղվում, պլան կազմելը կայանում է նրանում, վոր նրանք պարզեն տարբեր գյուղատնտեսական մթերքների պատրաստումների քանակն ու ինքնարժեքը։ Ապա վորոշվում է առաջիկա ժամանակաշրջանում իրացման (ռյալիզացիայի) յենթակա մթերքների քանակը։ Այս բոլորը կատարելիս՝ հաշվի յեն առնվում ծրագրման շրջանի սկզբի ու վերջին մնացորդները։ Բոլոր հաշվական յենթադրությունները պիտի կատարել թե՛ ամբողջ յեռամսյակի, թե առանձին-առանձին ամիսների համար։

Ընկերությունը, յուր աշխատանքն այս բնագավառում պլանավորելիս, պիտի յելնի յուր շրջանի պատրաստումների ու վաճառահանման հնարավորություններից։ Վերջիններս պարզվում են զանազան հիմնարկների ու անձանց հետ կնքված ու կնքվելիք պայմանագրերից։ Ապա անհրաժեշտ է պարզել, թե այդ գործարքների վո՛ր մասը կատարվելու յե պայմանագիրը ստորագրող մյուս կողմի հաշվին և վոր մասը՝ ընկերության սեփական միջոցների հաշվին՝ և վո՛րքան միջոցներ են դրա համար հարկավոր՝ ի նկատի առած միջոցների պտույտի արագությունը։

Վերջապես պետք է ի հաշվի առնվեն այն պայմանները, վորոնց հիման վրա պատրաստումները հանձնվում են ըստ պատկանելույն—արդյոք ընկերությունը հանձնում է պատրաստումները նույն գնով, ինչ գնով նա ընդունել է արտադրողներից,

ստանալով որոշ տոկոս կոմիսիոն վարձատրություն, թե նա հանձնում է պատրաստումները որոշ հավելումով:

13. Արտադրական գործունեության պլանը

Արտադրական գործունեության պլանը պիտի նախատեսի, թե ինչ չափով են արտադրվելու տարբեր ապրանքներ, ինչ քանակի, ինչ գումարի ամբողջ եռամսյակում և առանձին-առանձին ամիսներում: Արտադրության գումարը որոշվում է ինքնարժեքով, որի մեջ մտնում են հում նյութի, օժանդակ նյութերի ու մթերքների, բանվորական ույժի ու արտադրական վերադիր բոլոր ծախքերը: Առանձին որոշվում է այն միջոցների չափը, որ անհրաժեշտ է արտադրության համար՝ յելնելով միջոցների պտույտի արագությունից:

Բ. ՅԵԿԱՄՈՒՏՆԵՐԻ ՈՒ ԾԱԽՍԵՐԻ ՆԱԽԱՀԱՇԻՎԸ

14. Ընդհանուր յեկամուտի որոշումը

Ընկերության յեկամուտները կազմվում են ապրանքներին անելիք հավելումներից: Ծրագրված շրջանառությունից ու հավելումի միջին տոկոսից յելնելով՝ կարելի յե որոշել, թե ընկերությունն առևտրական շրջանառությունից ինչքան ընդհանուր յեկամուտ է ստանալու:

Օրինակ՝ յեթե վաճառքի շրջանառության գումարը 465,000 ռ. յե, միջին հավելումը՝ 15%,—այսպես ենք դատում. ապրանքների վաճառքի յուրաքանչյուր 115 ռուբլին տալիս է 15 ռուբլի ընդհանուր յեկամուտ, 465.000 ռ. տալիս է X. այստեղից պարզ է, որ

$$X : 15 = 465.000 : 115 \text{ յեվ}$$

$$X = \frac{465.000 \times 15}{115} = 60.500 \text{ (կլորացրած):}$$

Ինչպես տեսնում ենք, ապրանքների վաճառքի ընդհանուր յեկամուտի գումարը հավասար է շրջանառության գումարին՝ բազմապատկած հավելումի միջին տոկոսի վրա և բաժանած 100-ի և նույն (հավելումի միջին) տոկոսի գումարի վրա:

Բացի առևտրական գործարքներից ստացվող ընդհանուր յեկամուտը, պետք է հաշվի առնել նաև պատրաստումներից ու վաճառահանումից ստացվող յեկամուտը (յեթե ի հարկե ընկերությունը նման գործարքներով զբաղվում է): Այդ յեկամուտը, կամ կոմիսիոն վարձատրությունն է՝ յեթե ընկերությունն աշխատում է կոմիսիոն հիմնարկներով, կամ հավելումներն են, որ ընկերությունը գալիս է յուր հաշվով գնած մթերքների վրա:

Վերջապես հաշվվում են մնացած այլ յեկամուտները (օրինակ ինքնարժեքի հաշվի մեջ մտած տարայի վաճառքից և այլն):

15. Ծախքերը

Ծախքերը պիտի որոշվեն նրանց հնարավորին չափ կրճատելու մակարդակի վրա: Ծախքերը պիտի որոշել ընկերության մեջ ընդունված ծախքերի անվանացուցակի (նոմենկլատուրայի) յուրաքանչյուր սյունյակով՝ ջոկ-ջոկ ցույց տալով նրանց անունը, նրանց տոկոսային հարաբերությունը՝ բոլոր ծախքերի գումարին և վաճառքի շրջանառության գումարին:

Նախահաշիվները պիտի կազմվեն յուրաքանչյուր առանձին ձեռնարկի և առանձին յուրաքանչյուր գործարքի համար (պատրաստումներ և այլն), յեթե այդ գործարքն ինքնուրույն նշանակություն ունի: Յուրաքանչյուր ձեռնարկի ծախքերի մեջ են մտնում նրա անմիջական բոլոր ծախքերը, այլև ընդհանուր ծախքի մի որոշ մասը՝ ըստ նրա (տըվյալ ձեռնարկի) շրջանառության: Հետագայում այդ առանձին նախահաշիվներից կազմվում է ընդհանուր (հավաքական) նախահաշիվ:

Ծախքերը պիտի բաշխված լինին ըստ ամիսների՝ ցույց տալով յուրաքանչյուր ամսին ընկնող ծախքերի գումարն ու նույն ամսում փաստորեն վճարելիք ծախքերի գումարը:

Համեմատության դնելով ընդհանուր յեկամուտն ու ծախքերը՝ մենք հեշտությամբ կգտնենք, թե ընկերությունը ծրագրային յեռամսյակում ինչ գումար զուտ օգուտ է ստանալու և վերջինս շրջանառության ո՞ր տոկոսն է կազմում:

Գ. ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ՊԼԱՆԸ

16. Միջոցների պահանջվող չափը

Ֆինանսական պլանի նպատակն է՝ կապել յենթադրական գործարքները (առևտրական, արտադրական) ընկերության ֆինանսական հնարավորությունների հետ:

Ամենից առաջ մենք պարզում ենք, թե ծրագրված յեռամսյակում շրջանառու միջոցների ինչ գումար է անհրաժեշտ։ Դրա համենք պլանով նախատեսված գումարը բաժանում ենք միջոցների պտույտի արագության վրա։

Այսպես օրինակ՝ 465.000 ռուբլի շրջանառության դեպքում, յերբ միջոցների պտույտի արագությունը 50 օր է, կամ յեռամսյակի ընթացքում 1,8 անգամ, պահանջվող միջոցների գումարը հավասար կլինի 465.000 : 1,8 = 258.500 ռուբլու (կլորացրած)։

Ապա մենք հետազոտում ենք, թե այդ պահանջվող միջոցներն ինչ աղբյուրներից է հնարավոր ստանալ։

17. Սեփական շրջանառու միջոցների չափը փոխելը

Ամենից առաջ դիմենք սեփական շրջանառու միջոցներին։ Հաշվեկշռից մենք վերցնում ենք նրա պլանային ժամանակաշրջանի սկզբի գումարը։ Ապա մենք հաշվում ենք, թե յեռամսյակի ընթացքում նա ինչքան կարող է աճել, ուրիշ խոսքով ասած, մենք յենթադրություն պիտի անենք, թե ինչ գումար փայավճար կարող է գանձվել և ինչպիսի զուտ օգուտ կարող է ստացվել։ Ապա մենք պետք է պարզենք, թե ինչ գումար կարող ենք անշարժ գրությունից հանել՝ շրջանառության մեջ դնելու համար (գույքի վաճառքի, ծանրաշարժ ապրանքի իրացման և այլ միջոցներով)։

Բայց սխալ կլիներ ունեցած սեփական կանխիկ դրամագլխին ավելացնել սպասվելիք սեփական միջոցները։

Խնդիրը նրանումն է, որ այն սեփական միջոցները, որ ընկերությունն ունի յեռամսյակի սկզբում, պարզ է, որ յեռամսյակի ընթացքում ամբողջությամբ գտնվելու են շրջանառության մեջ։ Ինչ վերաբերվում է նոր սպասվող գումարներին՝ սրանք շրջանառության մեջ մտնելու յեն մաս-մաս, աստիճանաբար։ Հետևապես, սեփական դրամագլխի յենթադրական աճման գումարի միայն մի մասն է մասնակցելու շրջանառության մեջ։

Վորոշենք այդ մասը, ինչպես մենք վորոշում ենք միջոցների միջին պաշարը։ Յեռամսյակի սկզբում սեփական դրամագլխի աճում բոլորովին չի լինելու (այդ աճումն արտահայտվելու յե զերոյով), իսկ յեռամսյակի վերջում նրանք պլանային ամբողջ յենթադրած գումարով մասնակցելու յեն շրջանառությանը։ Անվանենք այդ միջոցները A տառով։ Այն ժամանակ նրանց շրջանառության մեջ մասնակցող գումարը հավասար կլինի $\frac{O+A}{2}$

կամ $\frac{A}{2}$, այսինքն՝ միջոցների յենթադրական աճման գումարի ճիշտ կեսը։

Այսպես ուրեմն, ամբողջ պլանային շրջանի համար սեփական շրջանառու միջոցների գումարը վորոշելու համար՝ պետք է այդ միջոցների սկզբնական գումարին ավելացնել նույն ժամանակաշրջանի վերջին որվա գումարի կեսը։

18. Փոխառու միջոցները

Ապա պարզվում է օտար միջոցների ներգրավման հնարավորությունները։ Այս թվին են պատկանում՝ ամենից առաջ ապրանքային վարկերը, վորոնց չափն ու ժամկետները պարզվում են գնումների պլանը կազմելու ընթացքում, յերբ վորոշում ենք հաշվեհարդարի պայմանները։ Այս մասին մենք խոսել ենք նախընթաց գլուխներում։ Առանձին պարզվում են նաև ընկերության համար մատչելի դրամական վարկերի գումարն ու ժամկետները։

Յեթե այս յեղանակով վորոշված շրջանառու միջոցների ամբողջ գումարը՝ պահանջվող շրջանառու դրամագլխի գումարից պակաս լինի, ապա ընկերությունը պիտի յերկուսից մեկն ընտրի՝ կամ նոր, լրացուցիչ միջոցներ գտնել կամ համապատասխան չափով առևտրական շրջանառությունը պակասեցնել։

Լրացուցիչ միջոցները կարող են ձեռք բերվել նոր վարկեր ձեռք բերելով, այլ և սեփական շրջանառու միջոցների ուժեղացման ճանապարհով։ Սեփական շրջանառու միջոցների ուժեղացման համար յեռանդուն միջոցներ են ձեռք առնվում՝ փայավճարները հավաքելու, ընկերության ցրված միջոցները (դեբետորական) գանձելու, այլ և անշարժ արժեքները (գույք, արկղներ, «քնած» ապրանքներ և այլն) լիկվիդացիայի յենթարկելով։

19. Վճարային հավասարակշռության պայմանները

Բայց խնդիրը միայն շրջանառու միջոցների բացարձակ չափի մեջը չէ, այլ այն ժամկետների, վոր ընկերությանը տրամադրվում են շրջանառու միջոցների փոխարինաբար ստացված մասի համար, այլ և այդ ժամկետների ու ամբողջ շրջանառու դրամագլխի պտույտի արագության մեկը մյուսին համապատասխան լինելու մեջ։ Մեզ պետք է հետաքրքրի, թե արդյոք ընկերությունն յուր միջոցների տվյալ հարաբե-

րության մեջ կարող կլինի վճարել յուր ժամկետային պարտավորությունները։ Այդ պարզելու համար՝ մենք պետք է համեմատության դնենք միջոցների պտույտի արագությունը վարկերի միջին ժամկետի հետ։ Այդ հաշիվն անելու յեղանակը մենք ցույց ենք տվել վերևում։

Յենթադրենք, վոր ամբողջ շրջանառու դրամագլուխը հավասար է 258.500 ռուբլու, այսինքն՝ վոր յենթադրած շրջանառությունը կատարելու համար անհրաժեշտ է այդ գումարը, վորի յուրաքանչյուր պտույտը տևում է 50 որ։ Ապա յենթադրենք, վոր այդ գումարը յուր մեջ բովանդակում է 190.000 ռուբլի վարկ՝ 35 որ միջին տևողությամբ և 68.500 ռ. սեփական միջոցներ։

Յեթե ամբողջ դրամագլուխն յուր վերարտադրման համար պահանջում է 50 որ, ապա վորպեսզի պարզենք, թե 35 որվա ընթացքում այդ դրամագլխի վոր մասը կվերարտադրվի, մենք կազմում ենք հետևյալ համեմատությունը.

258.500 ռուբ. — 50 որ
X » — 35 որ

$X : 258.500 = 35 : 50$ այստեղից

$$X = \frac{258.500 \times 35}{50} = 180.950$$

Այս հաշվից յերևում է, վոր ընկերությունը ժամանակին չի կարողանալու յուր պարտքերը ծածկել։ Բացի այդ, պետք է ի նկատի առնել, վոր ապրանքների վաճառքից ստացվող դրամի մի մասն էլ ծախսվելու յե ընթացիկ ծախքերը ծածկելու համար։ Վորպեսզի վճարային դեֆիցիտից (պակասորդից) խուսափի ընկերությունը՝ պիտի աշխատի վարկերի ոգտագործման ժամկետն այնքան յերկարացնի, վոր հնարավոր լինի վաճառքի շրջանառությունից ժամանակին գոյացնել պահանջվող 190.000 ռուբլին։

Այդ վորոշել կարելի յե հետևյալ յեղանակով.

258.500 ռուբ. — 50 որ
190.000 » — X »

$X : 50 = 190.000 : 258.500$ վորտեղից

$$X = \frac{50 \times 190.000}{258.500} = 38{,}7 \text{ որ։}$$

Այսպիսով վարկավորման անհրաժեշտ ժամկետը վորոշելու համար՝ փոխառու միջոցների գումարը պետք է բազմապատկենք ամբողջ շրջանառու դրա-

մագլխի մի պտույտի ժամկետի վրա և ստացած արտադրյալը բաժանենք ամբողջ շրջանառու դրամագլխի գումարի վրա։

Յեթե անհնարին է յերկարացնել վարկային ժամկետները, ապա ժամկետային վճարումների հանգեցման համար փոխառու միջոցների պակասող մասը պիտի փոխարինվեն (լրացվեն) սեփական միջոցներով կամ յերկարատև ոգտագործման վարկերով։

Իսկ յեթե այս էլ չբավականացնի, ապա վճարային հավասարակշռություն պահպանելու համար՝ պիտի հաստատել ավելի ճիշտ համապատասխանություն սեփական միջոցների տվյալ գումարների ու ներգրավված դրամագլուխների մեջ, վորի հետևանքով յենթադրված շրջանառությունը կկրճատվի։

20. Ներգրաված փոխառու միջոցների սահմանը

Յեվ իսկապես, ամբողջ շրջանառու դրամագլխի պտույտի տվյալ արագության և վարկավորման միջին տևողության դեպքում, սեփական շրջանառու դրամագլխին պիտի համապատասխանի վարկերի սահմանային (ամենաբարձր—предельная) գումարը, վորպիսին անցնելու դեպքում վարկավորվող կազմակերպությունը կորցնում է յուր վճարային հավասարակշռությունը։

Մեր որինակի մեջ սեփական շրջանառու դրամագլուխը հավասար է 68.500 ռ., ամբողջ դրամագլխի պտույտի արագությունը—50 որի, իսկ վարկի միջին ժամկետը՝ 35 որի։ Պահանջվում է գտնել վարկի ամենաբարձր գումարը։ Նշանակենք այդ X տառով։ Մենք հետևյալ դատողություններն ենք անում. ամբողջ շըրջանառու դրամագլուխը՝ այսինքն 68.500+X պտտվում է 50 որվա ընթացքում մի անգամ, իսկ փոխառու միջոցները պետք է վերարտադրվեն 35 որվա ընթացքում։ Այստեղից մենք յեզրակացնում ենք, վոր սեփական միջոցների պտույտի համար հարկավոր է 15 որ (50—35)։ Այդ հիման վրա՝ մենք հետևյալ համեմատությունն ենք կազմում.

68.500 ռուբ. — 15 որ
X » — 35 »

$X : 68.500 = 35 : 15$ հետևապես

$$X = \frac{68.500 \times 35}{15} = 159.850 \text{ (կլորացրած)։}$$

Այսպիսով փոխառու միջոցների սահմանային գումարը գտնելու համար՝ պետք է սեփական շրջա-

նառու միջոցների գումարը բազմապատկել վարկավորման միջին ժամկետի վրա և արտադրյալը բաժանել ամբողջ շրջանառու դրամագլխի մի պտույտի ժամկետի և վարկավորման ժամկետի տարբերության վրա։

Տվյալ դեպքում ընկերության ամբողջ շրջանառու դրամագլուխը չի կարող ավելի լինել, քան 228.350 ռ. (68.500+159.850), վորը 50 օրյա պտույտ կատարելով (կամ յեռամսյակի ընթացքում 1,8 անգամ) ընկերությանը թույլ կտա անել 411.000 ռ. շրջանառություն՝ փոխանակ նրա յենթադրած 465.000 ռ.։

21. Վարկ բաց թողնելու սահմանը

Յեթե պլանով յենթադրվում է ապրանքների մասնակի ապառիկ առևտուր (վարկավորում), պետք է հաշվել, թե այդ հանգամանքը շրջանառու դրամագլխի պտույտի արագության վրա ինչ ազդեցություն է ունենալու դանդաղեցման մտքով՝ համեմատած ապրանքաշրջանառության ժամկետի հետ։ Ինչպես մենք ցույց ենք տվել վերևում («դրամագլուխների պտույտի արագությունը» գլխում), ապառիկ առևտրի շնորհիվ առաջացող պտույտի դանդաղեցումը վորոշվում է ապառիկ առևտրի (վարկի) գումարի տոկոսային հարաբերությամբ՝ շրջանառության ընդհանուր գումարի և վարկավորման ժամկետի տևողությամբ։ Յեթե վարկավորման հետևանքով (ապառիկ առևտրի) առաջացող դանդաղեցումը չի կարող տեղավորվել դրամագլխի պտույտի այն ժամկետի մեջ, վոր բոլոր պլանային յենթադրությունների ժամանակ հիմք է ընդունվել, ապա, լրացուցիչ հատուկ միջոցների բացակայության դեպքում, պետք է կրճատել՝ կամ ապառիկ ապրանք վաճառելու յենթադրական գումարը կամ վարկավորման ժամկետը։

22. Դրամարկղային պլանը յեվ յեզրափակման պլանային հաշվեկշիռը

Ընկերության տնտեսական գործունեության ամբողջ պլանի դրամահայթհայթումը (ֆինանսավորումը) պետք է յուր մանրամասն արտացոլումը գտնի դրամարկղային պլանի մեջ, այսինքն դրամական միջոցների մուտքի և յելքի պլանի, վոր կազմվում է ծրագրային յեռամսյակի համար ամբողջությամբ և ամիսամիս։

Ապա յելնելով դրամարկղային պլանից և վերոհիշյալ պլանային բոլոր յենթադրություններից, պարզվում է պլանային ժամանակաշրջանի վերջում լինելիք—ակտիվ ու պասսիվ—միջոցների յենթադրական մնացորդները։

Պասսիվի հոդվածներից վերոհիշյալ յենթադրությունների մեջ մենք պարզել ենք փայավճարի աճումը, այլ և սպասվող զուտ օգուտը։ Հենց դրանով պարզվում է, թե ընկերությունը յեռամսյակի վերջում ինչ սեփական դրամագլուխ է ունենալու։ Ինչ վերաբերվում է պարտատերերի հետ ունեցած հաշիվների մնացորդներին յեռամսյակի վերջին, ապա իմանալով վարկի ընդհանուր գումարը՝ նույն ժամանակաշրջանում և վարկավորման միջին ժամկետը, մենք պարզում ենք մնացորդը՝ առաջնորդվելով հետևյալ դատողություններով։

Վարկի միջին ժամկետը միաժամանակ նշանակում է պարտատերերին պատկանող գումարների պտույտի արագությունը։ Վերջինս մենք ստանում ենք գործարքային շրջանի (յեռամսյակի) օրերի թիվը բաժանելով պտույտների թվի վրա։ Իսկ պտույտների թիվը մենք ստանում ենք ամբողջ շրջանառության գումարը բաժանելով միջին մնացորդի վրա։ Ոգտվելով սովորական բանաձևով (տես դրամագլուխների պտույտի արագությունը) մենք այդ հետևյալ կերպով կարող ենք պատկերացնել.

$$C=\frac{90\times K}{O}$$

վորտեղ C-ն նշանակում է վարկի միջին ժամկետը, 90-ը՝ պլանային յեռամսյակի օրերի թիվը, K-ն՝ պարտատերերի հաշվի միջին մնացորդը, O-ն՝ վարկավորման շրջանառության ընդհանուր գումարը։

Այստեղից՝

$$K=\frac{C\times O}{90}$$

այսինքն՝ վարկի միջին մնացորդը հավասար է նրա միջին ժամկետին՝ բազմապատկած պարտատերերի (կրեդիտորների) շրջանառության ընդհանուր գումարի վրա յեվ բաժանած տնտեսական ժամանակաշրջանի օրերի թվի վրա։

Այս կերպ մենք պարզում ենք կրեդիտորական գումարների մնացորդը, իսկ մեզ անհրաժեշտ է պարզել այդ մնացորդը տնտեսական շրջանի վերջին օրվա վերաբերմամբ։ Նույն դատողությունների միջոցով, ինչպես մենք պարզեցինք ապրանքների մնացորդը յեռամսյակի շրջանում ($O_2=2\times3-O_1$), մենք պարզում

ենք վարկի մնացորդը. վերջինս հավասար է, վարկերի կրկնապատկած մնացորդներից հանած (մինուս) նույն ժամանակաշրջանի սկզբի մնացորդը։

Ինչ վերաբերվում է ակտիվի հոդվածներին, ապա դրամարկղի մնացորդը վերցնում ենք դրամարկղային պլանից, ապրանքների հում նյութերի և պատրաստումների մնացորդները՝ համապատասխան պլանային շրջանառությունների տվյալներից։ Դեբետորական հաշիվների մնացորդները պարզվում են ճիշտ այնպես, ինչպես կրեդիտորական հաշիվների մնացորդները, իսկ գույքի մնացորդը դժվար չէ վորոշել ի նկատի առնելով, վոր գույքի չափը (գումարը) շատ դանդաղ է փոփոխության յենթարկվում։

Այսպիսով մենք ունենք բոլոր ամենագլխավոր տվյալները և մենք կարող ենք կազմել պլանային փակման հաշվեկշիռ։

ԻՆՆԵՐՈՐԴ ՄԱՍ

ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՄԻՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

ԳԼՈՒԽ XLVIII

Ի՞ՆՉԻ ՀԱՄԱՐ ԵՆ ՅԵՎ Ի՞ՆՉՊԵՍ ԵՆ ԿԱՌՈՒՑՎՈՒՄ ՄԻՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

1. Միությունների նշանակությունը

Ինչպես սպառողները համախմբվում են ընդհանուր ուժերով ավելի լրիվ ու ձեռնտու կերպով իրենց պահանջները բավարարելու համար, այնպես և սպառողների կազմակերպությունները ձգտում են միասին աշխատելու, վորպեսզի իրենց առաջ դրված խնդիրներին ավելի լավ լուծում տան։

Այդ համախմբումների կամ միությունների գլխավոր արժեքը նրանումն է, վոր նրանք միացնում են սպառողական ընկերությունների գնումները, մեծաքանակ գնումներ կատարելիս՝ նրանք կարող են ապրանք վաճառողներին իրենց պայմաններն առաջադրել, կռիվ մղելով ապրանքների եժանության ու վորակի համար։ Իսկ իրենց հերթին էլ՝ նրանք սկզբնական կոոպերատիվներին տալիս են լավ վորակի ու եժան ապրանք, նրանք այդ կոոպերատիվների համար շատ են հեշտացնում մասնավոր առևտրականների հետ՝ շուկային տիրելու համար, վարող կռիվը։

Սկզբնական կոոպերատիվ ցանցը մանրածախ առևտուր է անում, իսկ միությունները նրա համար մեծաքանակ գնումներ են կազմակերպում՝ դրա հետևանքում ստեղծվում է ապրանքատար մի ամուր շղթա, կոոպերատիվ առևտրի միացյալ մի սիստեմ։

Բացի այդ, յուրաքանչյուր սպառողական ընկերություն կուտակում է վորոշ փորձ, թե ինչպես այս կամ այն դեպքում առևտուրը կարելի յե ավելի լավ անել, ինչպես ավելի հաջողությամբ անդամներ գրավել ընկերության շարքերը, ինչպես ավելի լավ կազմակերպչական այլ աշխատանքներ տանել։ Սպառողական ընկերությունների միջոցով կատարվում է այդ փորձի փոխանակումը զանազան ընկերությունների մեջ։ Յուրաքանչյուր ընկերություն սովորում է մյուսի սխալների ու նվաճումների վրա։

2. Միության կազմակերպչական ամբողջականությունը

Միությունների հիմնական հատկանիշը կայանում է նրանում, վոր նրանք ստորին ցանցի անմիջական շարունակությունն են հանդիսանում և այդ ցանցի հետ օրգանապես կապված են։ Այս նշանակում է, վոր միությունները բազմակողմանի ճանաչում են կոոպերատիվ ցանցը, հնարավորություն ունեն հաշվի առնելու նրանց տեղական պայմաններն ու պահանջները, և այդ հաշվառման հիման վրա յել կառուցում են իրենց գործունեությունը։ Բացի այդ, միութ. հնարավորություն ունի ուղղակի սկզբնական ցանցի վրա ազդելու՝ նրա ներքին կազմակերպչական կառուցվածքը, նրա տնտեսական գործունեությունը շտկելու և լավացնելու նպատակով։ Միությունները վոչ միայն իրենց անդամ-սպառողական ընկերություններին ապրանք մատակարարելու մասին են հոգ տանում, առևտուր անել են սովորեցնում, այլև նրանց ոժանդակություն են ցույց տալիս՝ կարգի դնել ու լավացնել իրենց աշխատանքը հրահանգչական մշտական ղեկավարության միջոցով։

Մյուս կողմից, միությունների տնտեսական գործունեությունը մեծ կշիռ է տալիս նրանց ցանցի վրա ունեցած գաղափարական ու կազմակերպչական ազդեցությանը։ Այն ընկերությունները, վորոնք համառում են և չեն հետևում միության ցուցումներին ու հրահանգներին, միության կողմից՝ ծայրահեղ դեպքում, կարող են մերժում ստանալ այս կամ այն ծառայություն ցույց տալուց, նրանց վարկերը կարող են փակվել և այլն։

Այսպիսով միությունների կազմա-հրահանգչական և առևտրա-մատակարարողական ֆունկցիաները վոչ միայն փոխադարձ մեկ-մեկու լրացնում են, այլ և ստեղծում են կոոպերատիվ ցանցի ղեկավարման ու սպասարկման համար անհրաժեշտ ամբողջականություն ու փոխադարձ ամուր կապ։

3. Միութենական ցանցի կամավորությունը

1924 թվի մայիսի 20-ի դեկրետի մեջ խոսք կա չորս աստիճանի միությունների մասին. 1) շրջանային, նահանգական կամ դրանց համապատասխան միություններ (12-րդ հոդված), 2) շրջանային (ավելի լայն իմաստով — область) (12-րդ հոդվ.), 3) հանրապետական (22-րդ հոդված) և 4) համամիութենական (23-րդ հոդված)։ Սակայն դրանում չի կարելի տեսնել միութենական շինարարության մի պարտադիր սխեմա (կառուցվածք)։ Միությունների ցանցը կազմակերպվում է ազատորեն՝ շահագրգռված կազմակերպությունների պահանջներին համապատասխան։

Նույնը կարելի յե ասել նաև միություններին անդամագրվելու վերաբերմամբ։ Անդամության կամավոր լինելու սկզբունքը Խորհրդային Որենսդրության կողմից հաստատված է թե սպառողական ընկերությունների և թե այդ ընկերությունների միությունների վերաբերմամբ։ Ճիշտ այնպես, ինչպես յուրաքանչյուր աշխատող քաղաքացի յուր բարի կամքով է անդամագրվում սպառողական ընկերությանը, ճիշտ նույն կամավորական սկզբունքով էլ կոոպերատիվ կազմակերպությունն է միությանը անդամագրվում։

4. Միությունների անելիքները յեվ ներքին կազմակերպությունը

Դեկրետը տնտեսական գործունեության վերաբերմամբ միությունների համար էլ նույնքան լայն շրջան է նախատեսում, վորպես առանձին սպառողական ընկերությունների համար։ Դրանցից բացի, միություններն իրավասու յեն՝ «կազմակերպել ու հրահանգել սպառողական ընկերություններին, իրենց անդամ ընկերություններին յենթարկել քննության և ամեն տեսակի հետազոտությունների, հրավիրել համագումարներ ու խորհրդակցություններ սպառողական կոոպերացիայի հարցերի վերաբերմամբ»։

Իրենց դրամագլուխների կառուցվածքով միություններն ըստ դեկրետի հավասարեցվում են I-ին աստիճանի կազմակերպություններին։ Համաձայն 6-րդ հոդվածի, վոր վերաբերում է թե սպառողական ընկերություններին և թե նրանց միություններին, վերջիններիս դրամագլուխները կազմվում են «կոոպերատիվ կազմակերպություններին ծագելիս՝ վորպես սեփականություն տրվող ունեցվածքից, մուտքի վճարներից և փայավճարներից, զուտ ոգուտներից տրվող հատկացումներից և այլ մուտքերից»։

Յելնելով ինքնավարության ու ընտրողականության սկզբունքներից՝ դեկրետը վորոշում է, վոր «միությունների ղեկավար մարմիններն ընտրվում են նրանց մեջ մտնող կոոպերատիվ կազմակերպությունների լիազորների ժողովի կողմից և գործում են միությունների կանոնադրության հիման վրա» (12-րդ հոդ. 8-րդ կետ)։ Բարձրագույն ղեկավար մարմինը՝ լիազորների ժողովն (կամ համագումարն) է։

5. Միությունների ձևակերպման կարգը

Շրջանային միության ընդունած կանոնադրությունը գրանցման է յենթարկվում հանրապետական որենսդրությամբ վորոշված կարգով։

Դեկրետով չի նախատեսվում գրանցման վորևե մերժման առիթ, բացի կանոնադրության անհամապատասխան լինելն որենքներին։

Դեկրետը չի վորոշում նաև ընկերությունների այն ամենափոքր քանակը, վորոնք կարող են միություններ կազմակերպել. դրա համար էլ միություններ կազմակերպելու համար բավական է համաձայնություն՝ ինչքան էլ կուզի լինի, կոոպերատիվ կազմակերպությունների մեջ։

Միայն շրջանային միությունները՝ յեթե գոյություն ունեն հանրապետական միություններ, կարող են կազմակերպվել միայն վերջիններիս թույլտվությամբ։

Բոլորովին առանձին դրության մեջ են գտնվում հանրապետական և համամիութենական միությունները։ Առաջինների կանոնադրությունները հաստատվում են համապատասխան հանրապետության ժողկոմխորհի կողմից, իսկ համամիութենական միության կանոնադրությունը հաստատվում է ՍՍՀՄ-ի ժողկոմխորհի կողմից։

6. Միութենական ցանցն ըստ առանձին հանրապետությունների

Միութենական շինարարության գոյություն ունեցող ձևերը շատ տարբեր են և դեռ ևս չեն վերջացրել իրենց զարգացումը։

Ընդհանուր առմամբ, ինչպես յերևում է ՍՍՀՄ-ի առանձին մասեր շինարարության ստորև բերված սխեմաներից, սպառողական կոոպերատիվ կազմակերպությունների շղթան բաղկացած է չորս օղակներից։

ՌՍՖՍՀ-յան սխեման հետևյալն է. սպառողական ընկերություն, շրջանային միություն, յերկրային (շրջանային) միություններ — կենտրոնական միություն (Ցենտրոսոյուզ), վորն է միաժամանակ հանրապետական կենտրոն։

ՌՍՖՍՀ-ում այս սխեմայից յերկու կարգի բացառություններ (թեքումներ, отступления) կան։

Առաջին. կան մի շարք շրջաններ (Ուրալ, Հյուսիսային Կովկաս, Հյուսիս-Արևմտյան շրջան), վորտեղ շրջանային միությունները սպասարկում են անմիջական կերպով նաև գյուղական սպառողական ընկերություններին այն շրջաններում, վորտեղ միություններ չկան։

Յերկրորդ. շատ շրջաններում (Կենտրոնական Արդյունաբերական շրջան) գոյություն ունեն բազմաթիվ (մանր) շրջանային միություններ, սակայն չկա շրջանային (մեծ շրջանի—область) միություն։ Դրանք այսպես անվանված արտաշրջանային (внеобластные) միություններն են, վորոնց ղեկավարությունը տանում է անմիջականորեն Ցենտրոսոյուզը։

Ուկրայինայի համար սխեման հետևյալն է. սպառողական ընկերություն, շրջանային միություն, հանրապետական միություն (Վուկոոպիլկա)—Ցենտրոսոյուզ։

Այստեղ բացակայում են մեծ շրջանային միությունները։ Դրանց փոխարինում են Վուկոոպիլկայի (հանրապետական միության) յերկու բաժանմունքները՝ Կիևում և Ոդեսայում։

Մնացած հանրապետություններում շինարարությունը հետևյալ պատկերն ունի.

Բելոռուսիայում.—Սպառողական ընկերություն, շրջանային միություն (Բելկոոպսոյուզ), Ցենտրոսոյուզ։

Սակայն պետք է նկատել, վոր Բելոռուսիայի ամբողջ սկզբնական ցանցը դեռ ևս կազմակերպված չի շրջանային միությունների մեջ և դրա համար էլ սպասարկվում է հանրապետական միության («Բելկոոպսոյուզի») կողմից։

Անդրկովկասում.—Սպառողական ընկերություն, հանրապետական միություններ (Ցեկավշիրի, Ազերիտտիֆակ, Հայկոոպ), Զակսոյուզ, Ցենտրոսոյուզ։

Զակսոյուզը հանդիսանում է վորպես միջհանրապետական յերկրային միություն։

Անդրկովկասի շինարարության սխեմայի մեջ թույլատրված է մասնակի խախտում Վրաստանի ավտոնոմ մասերի՝ Աբխազիայի և Աջարիստանի վերաբերմամբ և Ադրբեջանի ինքնավար մասի՝ Նախիջևանի վերաբերմամբ։ Այդ յերեք շրջաններում գործում են ազգային-շրջանային միություններ՝ Աբսոյուզ, Աջարցեկավշիրի և Նախտորիֆակ։

Ուզբեկիստանը և Թուրքմենիստանը, վորպես բացառություն, միջանկյալ միութենական օղակներ չունեն։ Այդ հանրապետություններից յուրաքանչյուրի մեջ մենք գտնում ենք միայն յերեք օղակ.—սպառողական ընկերություն, հանրապետական միություն, («Ուզբեկբրլյաշ» Ուզբեկիստանում և «Թուրքմենբերլեշիկ» Թուրքմենիստանում), Ցենտրոսոյուզ։

ԳԼՈՒԽ XLIX

ՄԻՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՖՈՒՆԿՑԻԱՆԵՐԸ

1. Միությունների հիմնական անելիքները առևտրի բնագավառում

Միության հիմնական անելիքը յուր գործունեության շըրջանի կոոպերատիվ կազմակերպությունների տնտեսական գործունեությանն աջակցելու և համախմբելու մեջն է կայանում։

Ամենից առաջ այդ աջակցությունն արտահայտվում է միության մեջ մտնող կազմակերպություններին ապրանք մատակարարելու մեջ։

Միությունները խոշորացնում են սպառողական ընկերությունների գնումները, կապում են նրանց ապրանքային առաջին աղբյուրների հետ, նրանց տալիս են գների ու այլ պայմանների վերաբերմամբ այն բոլոր առավելությունները, վոր սովորաբար տրվում է խոշոր-մեծաքանակ առևտրի առաջին ձեռքից։

Միության միջոցով գնումներ կատարելու ամենաառաջին և հիմնական ձեռնտվությունն այն է, վոր միությունն անպայման պիտի ընկերությանն ապրանք մատակարարի, ավելի պակաս գնով՝ իջեցնելով ապրանքի ինքնարժեքը։

Սակայն կարող է իրականանալ միայն այն դեպքում, յերբ ապրանքների անցնելը միության միջոցով՝ ապրանքի արժեքը չի բարձրացնում, յեթե խոշոր-մեծաքանակ առևտրի տված գների ձեռնտու լինելը չի կլանվում միության բարձր հավելումների միջոցով։ Այս մասով մեծ նշանակություն ունի ապրանք մատակարարելու այն յեղանակը, վոր կիրառվում է միության կողմից։

2. Սպառողական ընկերությունների միության կողմից ապրանք մատակարարելու յեղանակները

Ընդհանուր առմամբ միություններն իրենց ցանցի միավորներին ապրանք-կարող են մատակարարել հետևյալ յերկու յեղանակներով.

Առաջինը.—պահեստային, յերկրորդը—արտապահեստային (կամ տրանզիտային)։

Առաջին յեղանակը կայանում է նրանում, վոր միությունը նախորոք պատրաստում է վորոշ ապրանքներ, կենտրոնացնում է այն յուր պահեստների մեջ և բաց է թողնում սպառողական ընկերություններին՝ վերջիններիս պահանջների հիման վրա։

Յերկրորդ դեպքում՝ միությունը պատվիրված կամ պահանջված ապրանքն ուղարկում է վոչ թե յուր պահեստներից, այլ անմիջականորեն գործարանից կամ այն առևտրական կազմակերպության պահեստից, վորը տվյալ ապրանքի աղբյուրն է։ Ըստ վորում ապրանքը միության կողմից գնվում է կամ յուրաքանչյուր անգամ իր ստացած պատվերների հիման վրա և հանձնարարվում է վաճառողին ուղղակի սպառողական ընկերության հասցեյով ուղարկել, կամ միությունն ապրանքի վորոշ քանակ պայմանով գնում է և ըստ յուր կարիքի՝ մաս-մաս դարձյալ վաճառողի պահեստից ուղղակի հասցեյագրվում է սպառողական ընկերություններին։

3. Արտապահեստային գործարքների առավելությունները

Այդ յերկու յեղանակներից վո՞րն է ավելի գերադասելի։

Պահեստներից ապրանք մատակարարելը կապված է մի շարք ծախքերի հետ, վորոնք չեն կատարվում ապրանքամատակարարման կոմիսիոն-միջնորդական հիմունքներով կազմակերպելու դեպքում։ Պահեստից ապրանք մատակարարելու դեպքում, յեթե մենք վերլուծենք ապրանքի անցնելու բոլոր ուղիները, մենք կտեսնենք, վոր ծախսերի մի մասը յերկու անգամ է կատարվում՝ վորի հետևանքով ապրանքները թանգանում են։

Սովորաբար այդ տեղի յե ունենում այս կերպ.—միության գնած ապրանքն ուղարկվում է յերկաթուղով, նավով կամ խճուղային ճանապարհով միության հասցեյով. ապրանքը տեղ հասնելուց՝ թափվում է (выгружается), և տեղափոխվում է միության պահեստը։ Ապրանքի վաճառելու դեպքում նույն գործողությունները դարձյալ են կրկնվում, միայն հակառակ հետևողականու-

թյամբ՝ միության պահեստից սկսելով։ Կարճ ասած, մենք ունենք նույն գործողությունների կրկնողությունը՝ կրկնակի ծախսերով։

Ահա հենց այս ծախսերից ազատ են այն գործարքները, վորոնք թեև կատարվում են միության միջոցով, բայց գնված ապրանքները միության պահեստը չեն մտնում, այլ սպառողական ընկերություններին են հասնում պահեստից անկախ՝ տրանզիտային կարգով։ Բացի այդ, տրանզիտային գործարքների ժամանակ մի շարք այլ ծախսեր ևս կրճատվում են։

4. «Բոնուս»-ի վրա հիմնված խոշոր գնումներ

Մենք վերևում նշեցինք կոմիսիոն-միջնորդական գործարքների համաձայնեցման հնարավորությունը մեծ քանակով միատեսակ ապրանքների նախնական գնման միջոցով՝ այնպես վոր գնված ապրանքները մնան վաճառողի պահեստում և ստացվեն այնտեղից մաս-մաս, վորոշ ժամանակի ընթացքում։ Այս կարգի գործարքները շատ հետաքրքիր են իրենց ձեռնտու լինելով՝ համեմատած նույն իսկ սովորական մեծաքանակ գնումների հետ։

Յեթե միությունը վորևե ապրանքից գնում է միանգամից մի կամ մի քանի վագոն, այդ ապրանքն ստանում է ամենացածր մեծաքանակային գնով, վորովհետև ապրանքների վագոնով գնահատման ժամանակ նրանց գինը ամենացածր է նշանակվում։

Բայց առևտրական գործնականում մեծ գնողներին՝ բացի ցածր գներից, յերբեմն տրվում է նաև գեր-զեղջ կամ բոնուս, յեթե գնողը միանգամից պայմանավորվում է վորևե ապրանքից գնել այնպիսի մեծ քանակություն, վորը գերազանցում է սովորական մեծաքանակային չափերը։

Ահա հենց այսպիսի գերզեղջ կամ բոնուս կարող է ստանալ միությունը՝ պայմանավորվելով յուր ցանցի համար վորոշ քանակությամբ ապրանքներ, վերջիններիս մաս-մաս ստանալու նպատակով։

Հենց այդ «բոնուսը» բավական է միությունական ապպարատի ծախսերը ծածկելու համար և այսպիսի դեպքերում ապրանքը հասնում է ստորին ցանցին՝ առանց միության կողմից վորևե հավելում անելու։ Ավելի ևս, միությունը յուր գնորդներին կարող է տալ բոնուսի մի մասը, յեթե բոնուսը գերազանցում է միության ծախսերը։

5. Հիմնական պայմանագրերը յեվ տիպային (վորոշ տիպի) համաձայնությունները

Աշխատանքի վերը նկարագրած յեղանակի վրա յե հիմնված պետարդյունաբերության և պետառևտրի հետ կնքվող հիմնական պայմանագրերը, վոր վերջին տարիների ընթացքում մեծ չափերով կիրառվում են մեր միությունական գործնական աշխատանքների մեջ։

Հիմնական պայմանագրերով սպառկոոպերացիայի միությունները գնում են պետական սինդիկատներից ու տրեստներից մեծ քանակությամբ՝ իրենց ցանցին անհրաժեշտ, ապրանքները։ Պայմանագրերն ստորագրվում են մի կամ կես տարի ժամանակով։

Համամիությունական նշանակություն ունեցող հիմնական պայմանագրերը կնքվում են կենտրոնում։ Բացի այդ՝ առանձին հիմնական պայմանագրեր են ստորագրվում նաև հանրապետական շրջանային կամ յերկրային միությունների մի կողմից՝ և մյուս կողմից՝ այս կամ այն պետարդյունաբերական կամ պետառևտրի կազմակերպության մեջ։

Հիմնական պայմանագրերի նշանակությունը դժվար է վերագնահատել։ Նախ՝ նրանք հնարավորություն են տալիս միությանը յուր գործարքները կատարել արտապահեստային (տրանզիտ) կարգով. յերկրորդ՝ նրանք մեծաքանակ գնումները դարձնում են հնարավորին չափ խոշոր և եժան, յերրորդ՝ նրանց կիրառման միջոցով կոոպերացիան անցնում է խիստ պլանավորված աշխատանքների ձևերին և վերջապես չորրորդ՝ նրանք պետարդյունաբերության և կոոպերացիայի փոխհարաբերությունները նորմալ են դարձնում։

Վերջին նպատակին են ծառայում նաև վորոշ տիպի համաձայնությունները, վոր կնքվում են կենտրոնում և վորոնցով վորոշվում են այն հիմնական պայմանները, վորոնց հիման վրա պետարդյունաբերության և պետառևտրի մարմինները տեղերում պետք է ապրանքներ մատակարարեն կոոպերատիվ կազմակերպություններին։

6. Մատակարարման արտապահեստային յեղանակի կիրառման սահմանները

Ապրանքամատակարարման արտապահեստային (տրանզիտային) յեղանակը պետք է այս կամ այն չափով կիրառեն բոլոր աստիճանների միությունները։

Կասկած չկա, վոր բարձր աստիճանի միությունների գործարքների մեջ այդ յեղանակով աշխատանքը պետք է ամենամեծ տեղը բռնի։ Սակայն սպառողական ընկերություններին անմիջականորեն սպասարկող միությունները ևս արտապահեստային գործարքներին հնարավորին չափ մեծ տեղ պետք է տան իրենց աշխատանքի մեջ։

Ինքն ըստ ինքյան հասկանալի յե, վոր այդ կարգի գործարքներն ունեն բնական սահման և պահեստից ապրանք բաց թողնելը չի կարող վերջնականապես վերանալ։ Վորովհետև փոքր սպառողական ընկերություններին ամեն տեսակի ապրանքներ մատակարարելը, այլ և շատ մեծ ընկերություններին մի շարք այնպիսի ապրանքներ մատակարարելը, վորոնցից ծախվում են շատ քիչ քանակությամբ,—հնարավոր է միայն պահեստում ունեցած պաշարներից։ Բացի այդ, կան մի շարք ապրանքներ, վորոնք հենց իրենց բնույթով չեն կարող խուսափել պահեստից կամ պահեստ չմտնել։ Այդպես են այն ապրանքները, վոր մինչև գնորդների բաց թողնվելը՝ պետք է վերատեսակավորել (տեսակների վերաբաժանել)։ Բացառապես տրանզիտային կարգով են մատակարարվում այն ապրանքները, վորոնք կայուն հատկություններ ունեն, այսինքն ունեն վորոշ տեղ ու ձև, այլ և սպառողների լայն մասսաներին հայտնի յեն իրենց մշտական, անփոփոխ հատկություններով։

7. Պատրաստումների գործարքների միացումը

Միությունների ապրանքների գնումներից հետո՝ մեծ նշանակություն ունի նրանց պատրաստումների—վաճառահանման գործարքների ընդգավառում տարվելիք աշխատանքները և այդ գործարքների ֆինանսավորումը։

Միությունների աջակցությամբ է, վոր սպառողական ընկերությունների ընդունած մթերքներն արտահանվում են այնպիսի վայրերում վաճառվելու, վորտեղ վաճառքի պայմաններն ու գներն արտադրողների համար ամենից շատ են ձեռնտու։

Իսկ ամենագլխավորն այն է, վոր սպառողական կոոպերացիայի ամբողջ սիստեմն ինքը հանդիսանում է գյուղատնտեսական մթերքների սպառման համար ամենախոշոր մի շուկա։ Այդ իսկ պատճառով, յեթե տեղերում հավաքվող մթերքներն ունեն սպառողական նշանակություն՝ նրանք ներկոոպերատիվ պահանջը բավարարելու համար են իրացվում։

Առանձին պիտի շեշտել միությունների այն գործունեությունը, վոր վերաբերում է գյուղատնտեսական մթերքների արտասահման արտահանման գործին։ Այս աշխատանքը շատ կարևոր աշխատանք է, վորովհետև արտահանման միջոցով կոոպերացիան հնարավորություն է ստանում ներսին շուկայում պակասող վորոշ ապրանքներ արտասահմանից ներմուծել մեր յերկիրը։

Աշխատանքի այս ընդգավառում, ինչպես և պատրաստումների ամբողջ գործունեության մեջ, միությունները ձգտում են մեծ մասամբ յելնել շուկայում վոչ թե շահագետ գնորդի դերում, այլ վորպես յուր անդամ-ընկերությունների հանձնարարությունները կատարող գործակալ։ Այս նշանակում է, վոր սպառողական առանձին ընկերությունները, այլ և գյուղատնտեսական մթերքների իսկական արտադրողները վաճառահանման գործարքների հետևանքների (ոգուտի) մեջ անմիջական մասնակցություն են ունենում։

8. Կոոպերատիվ արդյունաբերությունը

Միությունները հաճախ են յելնում վորպես ապրանքներ արտադրողներ՝ արդյունաբերական հիմնարկների տիրապետողի դերում։ Այս դեպքում նրանք կատարում են այն, ինչ վոր ստորին կազմակերպությունները ույժ և հնարավորություն չունեն անելու։

Արդյունաբերական գործունեությամբ տարվելը, վորի շնորհիվ կոոպերատիվ միությունների մեծ դրամագլուխներ դրվեցին գործարանների սարքավորման ու նյութերի մեջ, հենց դրանով դանդաղեցնելով շրջանառու միջոցների պտույտի արագությունը և շրջանառու միջոցներից մի զգալի մաս դնելով անշարժ արժեքների մեջ, հետագայում կոոպերատիվ կենտրոնների մի շարք հրահանգներով դատապարտվեց։ Ընդունվեց մի վորոշում այն մասին, վոր միությունները հետզհետե վերջ տան իրենց արդյունաբերական գործունեության՝ և հենց դրանով իրենց ֆինանսական դրությունը վերականգնեն և գործունեության բացերը վերացնեն։

Սակայն թե սպառողական ընկերությունների, թե նրանց միությունների համար մեծ նշանակություն ունեն այն արդյունաբերական ձեռնարկները, վորոնք ունեն ոժանդակ բնույթ մատակարարման կամ վաճառահանման համար։ Սակայն այս ձեռնարկներից էլ, վորոնց վերաբերմամբ թույլատրելի յեն բացառություններ, միությունները պետք է պահեն միայն այնպիսիներին, վորոնց շրջանառու դրամագլուխը հիմնականից գերազանցում է և վերարտադրվում է ամենակարճ ժամանակամիջոցում։

9. Միությունների տնտեսական գործունեության մասին տվյալներ

Բերենք մի քանի տվյալներ միությունների տնտեսական աշխատանքի մասին:

Ապրանքների վաճառքի ընդհանուր շրջանառությունն սպառողական կոոպերացիայի ամբողջ սիստեմի մեջ 1925-26 տնտեսական տարում հավասար էր 6.938,9 միլլիոն ռուբլու, որը բաշխվում է միությունների ու ստորին ցանցի մեջ հետևյալ կերպով.

	Միլլիոն ռուբլի	Շրջանառության %%-ը
Միությունների մեծաքանակ առևտրի ցանցը	2,960,1	42,6
Ստորին մանրածախս առևտրի ցանցը . .	3,978,2	57,4
Ընդամենը . . .	6,938,9	100,0

1924-25 թվին համապատասխան տոկոսները կազմում էին 38,5 և 61,5:

Այստեղից յերևում է, որ միությունների առևտրական դերը մեծանում է. ստորին ցանցը քանի գնում ավելի մեծ քանակությամբ ապրանքներ է ստանում միության միջոցով:

Միությունների տնտեսական գործարքների աճումը գլխավորապես ընթացել է ի հաշիվ տրանզիտային (արտապահեստային) ապրանքամատակարարման: Այդ են ապացուցում հետևյալ տվյալները:

1925-26 տնտ. տարում հիմնական պայմանագրեր են կնքվել 632,9 միլիոն ռուբլու: Պետարդյունաբերության շրջանառության գումարներն սպառ. կոոպերացիայի հետ կնքած հիմնական պայմանագրերով կազմում են սպառ. կոոպերացիային վաճառած ապրանքների գումարի ընդհանուր շրջանառության հետևյալ տոկոսները.—անկվածային գործվածքները $49,3^0/_0$, կաշի և կոշկեղեն— $4,9^0/_0$, բետինե ապրանքներ՝ $25,5^0/_0$, մետաղյա արտադրանքներ— $40,5^0/_0$, ամանեղեն՝ $37,3^0/_0$, մախորկա—$40^0/_0$, շաքար՝ $50,3^0/_0$:

Ավելացնենք, որ 1926-27 թվին կոոպերատիվ կենտրոնները հիմնական պայմանագրեր են կնքել պետարդյունաբերության ամենահիմնական ճյուղերի հետ: Հիմնական պայմանագրերով նախատեսվում է արդյունաբերական ապրանքների ավելի մեծ չափով մատակարարում սպառողական կոոպերացիային, քան նախորդ տարիներում հատկապես անկվածային, կաշվեղեն, կոշկեղեն և բետինե ապրանքների պետարդյունաբերության մարմինների հետ: Հիմնական պայմանագրերով նախատեսվում է 1.032,6 միլլիոն ր. ապրանքների իրացում (ռյալիզացիա):

Ամբողջ Հայաստանում սպառողական կոոպերացիայի շրջանառությունը 1925-26 թվերին հավասար էր 20.262 հազար ռուբլու, վորից Հայկոոպի վրա է ընկնում $33,05^0/_0$-ը և ցանցի միավորների վրա՝ $66,95^0/_0$. 1924-25 տնտեսական տարում Հայկոոպի մասն սպառողական կոոպերացիայի ընդհանուր շրջանառության մեջ $27^0/_0$-ից չէր անցնում: Ինչ վերաբերում է գործարքների յեղանակներին՝ Հայկոոպը 1925-26 թվին պահեստների միջոցով անց է կացրել յուր շրջանառության $78,9^0/_0$, իսկ տրանզիտային կարգով՝ $22,1^0/_0$:

ԳԼՈՒԽ Լ

ՄԻՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԳԱՂԱՓԱՐԱԿԱՆ - ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՉԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՅՈՒԹՅՈՒՆԸ

1. Կոոպերատիվ շինարարության ղեկավարությունը

Ինչումն է կայանում միությունների գաղափարա-կազմակերպչական գործունեյությունը:

Միությունները կազմակերպում և հրահանգում են սպառողական ընկերություններին:

Կազմակերպել սպառողական ընկերություն— այդ նշանակում է աջակցել տեղական ազգաբնակության սպառողական ընկերություն ստեղծելու գործում, ոգնել կոոպերացման ձգտումների իրականացմանը, այլ և յերբեմն առիթ տալ այդ ձգտումներին, շարժելով հասարակական կարծիքը և դրդելով նրան յուր կոոպերատիվ կազմակերպությունն ստեղծելու:

Ապա այդ նշանակում է ուղղություն տալ կոոպերատիվ ցանցի շինարարությանը: Բոլորովին անվիճելի յե, վոր տեղական ազգաբնակության կոոպերատիվ նախաձեռնությունը, նրա ձգտումը կոոպերացման գործին աջակցելու և զարկ տալու՝ այդ բոլորը, վոր ներքևից է բղխում, շատ կարևոր նշանակություն ունին.մենք գիտենք, վոր տեղական կոոպերատիվ շինարարությունն այլ ևս վոչ մի պարտադիր սխեմայով սահմանափակված չէ, սակայն այդ չի նշանակում, վոր կարելի յե հաշտվել կոոպերատիվ շինարարության անղեկավար ու տարերային ընթացքի հետ: Ցուր եյությամբ պլանային կոոպերատիվ տնտեսությունն ինքը չի կարող կառուցվել առանց պլանի, պլանից դուրս: Դրա համար միությունները պարտավոր են ազդել տեղական շինարարության վրա վոչ

կենսունակ ձեռնարկումների առաջն առնելով, խանգարելով, վոր մի կազմակերպություն մյուսի վրա ծանրանա, դրանով իսկ սպառողական ընկերությունների ցանցին աննպատակահարմար կառուցում տալով։

Միություններն իրենց ազդեցությունը պիտի հայտնաբերեն՝ պարզաբանելով նրա այս կամ այն քայլի աննպատակ լինելը կամ ուրիշ դեպքերում խորհուրդներ ու ցուցումներ տալով նրան՝ ավելի հարմար նախաձեռնումներ ձևակերպելու համար։ Այդ իսկ նպատակով միությունները կարող են օգտվել դեկրետի նրանց տըրված իրավունքից՝ վորոշելով թե այս կամ այն շրջանում անդամների վորպիսի մինիմում (ամենափոքր թիվ) կարող է սպառողական ընկերություն կազմակերպել։ Այս միջոցը շատ լուրջ և իրական միջոց է։

2. Միությունների հրահանգչական գործունեությունը

Միությունները գոյություն ունեցող սպառողական ընկերություններին ցույց են տալիս հրահանգչական օգնություն կազմակերպչական-տնտեսական խնդիրներում։

Հրահանգչական աշխատանքներին են վերաբերվում ստորին կոոպերատիվների վարչական մարմինների ու աշխատող ապպարատի գործունեության ու աշխատանքների ռացիոնալ կազմակերպումը, հաշվետվության կազմակերպումը, գործունեության պլանների մշակումը, տնտեսապես նպատակահարմար ու կոոպերատիվորեն ընդունելի աշխատանքի յեղանակների ցուցումներ տալը, մասնավորապես, ազգաբնակության կոոպերացման, ինքնագործունեության զարգացման և կոոպերատիվ գիտակցության ղեկավարումն ու ձևավորումը։

Միություններն իրենց այդ աշխատանքների մեջ հիմնվում են ամբողջ կոոպերատիվ սիստեմայի փորձի վրա՝ օգտագործելով այդ փորձի դրական ու բացասական դասերը, յուր հրահանգչական անձնակազմի (պերսոնալ) հատուկ գիտելիքների և տեղական կազմակերպությունների կյանքի ու գործունեության բազմակողմանի հաշվառման տվյալների վրա։

Հրահանգչական աշխատանքը, վորպես ընդհանուր օրենք, տարվում է յուրաքանչյուր կազմակերպության վերաբերմամբ առանձին-առանձին. բայց դրա հետ միասին վերջերս կիրառվում են նաև խմբական հրահանգչության կամ ինստրուկտաժի ձևերը, վորոնք իրականացվում են զանազան շրջաններում կազմակերպելով դասընթաց-համագումարների միջոցով՝ վարչությունների վերաստուգիչ հանձնաժողովների, հաշվետարների և այլ կարգի կոոպերատիվ աշխատողների համար։ Միությունները վերջին ժամանակները լուրջ ուշադրություն են դարձնում նույնպես կոոպերատիվ աշխատողների հաշվառման ու բաշխման գործին, այլ և նոր վորակյալ աշխատողների պատրաստման ու վերապատրաստման վրա։ Այդ նպատակով միությունները կազմակերպում են դասընթացներ, դասընթաց—համագումարներ, հրատարակում և տարածում են կոոպերատիվ գրականություն, գումարում են համագումարներ, խորհրդակցություններ և այլն։

3. Ներմիությունական ինստրուկտաժ

Միության հրահանգիչները, վոր մշտական կապ ունեն միության անդամ-ընկերությունների հետ և ծանոթ են վերջինների կարիքների ու պահանջների հետ, վորոնք գիտեն թե ինչպես է միության գործունեության առևտրական կամ այլ կազմի անդրադառնում ցանցի միավորների կյանքի մեջ, կարող են շատ եյական նշանակություն ունենալ հենց իրեն՝ միության աշխատանքի, նրա տնտեսական-գործառքային և այլ բաժինների քայլերն ու պակասները վերացնելու գործում։ Յեվ հենց այդ պատճառով է, վոր քանի գնում գործնականում գոյության իրավունք է ստանում ներքին հրահանգման (ինստրուկտաժի) հիմունքները, վոր իրականացվում է ցանցի մեջ կատարվող ինստրուկտաժին զուգահեռ կերպով։

4. Միությունական քննությունը (ռեվիզիան)

Միության գաղափարա-կազմակերպչական գործունեության հետ սերտ կերպով կապված է միությենական ռեվիզիան՝ ցանցի միավորների գործերի ստուգումը միության կողմից։

Միությունական քննության առարկան կոոպերատիվ կազմակերպությունն է ամբողջովին վերցրած, նրա վարչական ու կոնտրոլ մարմինները, նրա ամբողջ գործունեությունն ու կյանքը։

Յեվ այս դեպքում միության քննիչը (ռեվիզորը) նպատակ է դնում պարզել, թե ինչ չափով կազմակերպության ներքին կառուցվածքը՝ ապպարատի աշխատանքը, ինչպես նաև ընդհանրապես կոոպերատիվի ամբողջ գործունեությունը, համապատաս-

խանում է վորոշ նորմաների։ Մենք «նորմա» բառը հասկանում ենք նրա ամենալայն իմաստով, այդ հասկացողության մեջ առնելով վոչ միայն ձևական-իրավաբանական կարգի կանոններ (այդ նորմաների խախտումը սովորաբար զեղծումներ, չարաշահություններ և այլ տեսակի յուրացումներն են), այլ և կոոպերատիվ վարկի այն կանոնները, վորոնք մշակվում և ձևավորվում են ամբողջ կոոպերացիայի ստեղծագործական աշխատանքի ընթացքում։ Այս տեսակետից քննիչը պիտի մանրամասն վերլուծման յենթարկի գործի բոլոր կողմերը։

5. Միությունական յեվ տեղական ռեվիզիան

Ինչպես հայտնի յե, ամեն մի կոոպերատիվ կազմակերպություն ունի իր սեփական ստուգող (կոնտրոլ) մարմինը՝ ի դեմս վերստուգիչ հանձնաժողովի։ Միության և տեղական քննությունները (ռեվիզիաները) վոչ թե բացառում են, այլ ընդհակառակը փոխադարձաբար լրացնում են մեկը մյուսին։ Տեղական քննությունն ըստ էության ղեկավարվում է նույն նորմաներով, ինչ վոր միությունական ռեվիզիան, վերջինս միայն ապահովում է ավելի լայն ստուգումի ու վերլուծման գործը, քանի վոր նա բոլորովին ազատ է տեղական ազդեցություններից, ավելի յե քննական գործի համար պատրաստված և կոոպերատիվ շարժման փորձովը ավելի լավ է զինված. բայց ինքն ըստ ինքյան հասկանալի յե, վոր նա պետք է ամենասերտ կապերով յուր աշխատանքը համաձայնեցնի տեղական վերստուգիչ հանձնաժողովի աշխատանքների հետ։

6. Պարտադիր ռեվիզիա

Միությունական ռեվիզիայի բնագավառում նորություն է Անդրկովկասում մտցրված պարտադիր ռեվիզիայի կիրառումը միությունների կողմից։

Սպառողական կոոպերացիայի դեկրետի համաձայն՝ միությունական ռեվիզիան միության իրավունքն է և վոչ պարտականությունը։ Միությունը կարող է քննություններ կատարել և ամեն մի յուր անելիքները հասկացող միություն կատարելու յե այդպիսի քննություններ, սակայն վորովհետև նա բնականորեն պարտավոր չե, ապա ռեվիզիան կարող է իրականացնել վոչ այնպիսի պլանաչափությամբ ու կանոնավորությամբ, վորպիսին պահանջում են թե կոոպերացիայի, թե պետության շահերը, վորոնք իրար հետ սերտորեն կապված են։

Այս յելակետներից է բղխեցրել Անդրկովկասյան Գերագույն Տնտեսական Խորհուրդը յուր 1924 թվի 9-ին դեկտեմբերի վորոշումը «պարտադիր ռեվիզիայի» մասին։

Ահա այդ վորոշման գլխավոր կետերը։

«Սպառողական ընկերությունների գործունեության բազմակողմանի լուսաբանություն՝ նրանց կարիքները հայտնաբերելու և բացերը վերացնելու նպատակով, այլ և կոոպերացիայի զարգացման և ուժեղացման համար միջոցներ ձեռնարկելու նպատակով ԱՍՖԽՀ-յան մեջ մտնող հանրապետությունների սպառողական միությունների կենտրոնները պարտավորվում են պարբերաբար, սակայն տարեկան առնվազը մի անգամ, քննություններ կատարել իրենց ցանցի սպառողական ընկերություններում»։

Սկզբնական սպառողական կոոպերատիվների ու նրանց շրջանային միությունների քննությունները կատարվում են ԱՍՖԽՀ մեջ մտնող առաջին հանրապետությունների սպառողական ընկերությունների միությունների կողմից, իսկ ավտոնոմ (ինքնուրույն) հանրապետություններում — համապատասխան մաշտաբի սպառողական ընկերությունների միությունները, յեթե այդպիսիները կան։ Քննությունները կատարում են այդ միություններին կից կազմ-բաժինների հատուկ ռեվիզորները (քննիչները)։

Վերջերս այս օրենքի կիրառման մեջ մտցրվել է վորոշ մեղմացում, վորովհետև պարզվել է, վոր մի կողմից ամեն տարի անհնարին է քննության յենթարկել ամբողջ կոոպերատիվ ցանցը, և մյուս կողմից՝ կարիք էլ չկա քննություններ կատարել այնպիսի կոոպերատիվներում, վորոնք առողջ են։

Ինչ վերաբերվում է տեղական կազմակերպությունների համար միությունական ռեվիզիայի պարտադիր լինելուն, ապա պետք է ասել, վոր վերջինս անվիճելի յե և բղխում է միության և յուր ցանցի մեջ գոյություն ունեցող փոխհարաբերությունների էությունից։

7. Քննության յեզրակացությունները

Միությունական քննության (ռեվիզիայի) յեզրակացությունները պիտի արվին ակտերի (արձանագրությունների) մեջ։ Այդ ակտը ձևական մասում բովանդակում է քննության պարզած ձևական մոմենտները, իսկ հետազոտական արձանագրության մեջ՝ պարզում է կազմակերպության դրությունն ու գործունեությունը։

Քննության արձանագրությանն է կցվում քննության յենթարկված կոոպերատիվի վարչության բացատրությունը, վորից հետո նա ուղարկվում է միության կազմ-բաժնի քննությանը ու հաստատմանը։ Վերջինիս կողմից վերջնականապես վորոշվում է, թե ինչ կոնկրետ ձեռնարկումներ պիտի իրականացվեն, վորոնք բղխում են քննության յերևան հանած հանգամանքների ուսումնասիրությունից, և ապա այդ ձեռնարկումները հրահանգչական կարգով կյանքի մեջ կիրառվում են։

ԳԼՈՒԽ LI

ՑԵՆՏՐՈՍՈՅՈՒԶ

1. Ովքեր են միացած ցենտրոսոյուզի մեջ

Ցենտրոսոյուզը յուր ներկա կառուցմամբ միաժամանակ կատարում է թե սպառողական կոոպերացիայի համամիութենական կենտրոնի, թե ՌՍՖԽՀ-յան հանրապետական միության ֆունկցիաները։

Ցենտրոսոյուզի կազմի մեջ բացի սորադաս միություններից, կարող են մտնել նաև այն սպառողական ընկերությունները, վորոնց փայատերերի թիվը 5000-ի յե հասնում․ այսպիսի խոշոր ընկերություններին, բացի տեղական, շրջանային և հանրապետական միություններին պատկանելը, թույլատրվում է նաև ցենտրոսոյուզի կազմի մեջ մտնել։

Ցենտրոսոյուզին կից գործում է կենտբանսեկցիան (ցերաբ սեկցիա—Церабсекция), վորի գծով ցենտրոսոյուզի Խորհրդի 17-րդ նստաշրջանի վորոշման համաձայն, ցենտրոսոյուզին կարող են անդամագրվել հետևյալ նորմաներին համապատասխանող բանվորական ու քաղաքային կոոպերատիվները։ Շրջանային, հանրապետական և յերկրային միությունների շրջաններում գործող սպառողական ընկերությունները՝ 8000-ից վոչ պակաս անդամներով, իսկ շրջանային միություններ չունեցող (внеобластные) բայոնների համար՝ 4000 անդամ փայատերերից վոչ պակաս։

Ցենտրոսոյուզի ներկա կառուցվածքը դեռ վերջնական ձևավորում չի ստացել։ Կան մի շարք վիճելի խնդիրներ այդ մասին։ Վաղուց գոյություն ունի ցենտրոսոյուզը վերակազմել յերկու ինքնուրույն կազմակերպությունների ՌՍՖԽՀ-յան Ցենտրոսոյուզի և ՍԽՀՄ Ցենտրոսոյուզի, վորոնցից վերջինը, վորպես բացառապես Համամիութենական կենտրոն, ինչպես և հավասար չափով

կարողանա սպասարկել բոլոր միութենական հանրապետությունների սպառողական կոոպերացիայի կարիքները։

Ցենտրոսոյուզի Խորհրդի 17-րդ նստաշրջանը հաստատել է յերկու կենտրոններ ունենալու անհրաժեշտությունը՝ Համամիութենական Ցենտրոսոյուզն այժմյան Ցենտրոսոյուզից բաժանելու միջոցով և ընդունել է ՌՍՖԽՀ-յան Ցենտրոսոյուզի և ՍԽՀՄ-ի Ցենտրոսոյուզի կազմակերպման մասին հիմնական կանոններ։ Վերջիններիս հիման վրա ՍԽՀՄ Ցենտրոսոյուզին կարող են անդամ լինել Միութենական հանրապետությունների սպառողական ընկերությունների միությունները։

2. Ցերաբսեկցիա յեվ Տրանսպոսեկցիա

Ցենտրոսոյուզի կազմի մեջ գոյություն ունեն յերկու ինքնավար սեկցիաներ. 1) բանվորական կոոպերացիայի կենտրոնական սեկցիա (ցերաբսեկցիա) և 2) յերկաթուղայինների սպառողական ընկերությունների կենտրոնական սեկցիա (տրանսպոսեկցիա)։

Բանվորական սպառողական ընկերությունների առանձնահատկությունները, վորոնք պայմանավորվում են բանվորական բյուջեյի, սպառողական կարիքների ու կենցաղի բնույթով, անվիճելի յեն։ Հենց դրա համար յերբեմնակի նույն իսկ հարց է ծագել տնտեսապես և գաղափարականորեն անջատել բանվորական կոոպերացիան սպառողական կոոպերացիայի ցանցից։

Սակայն այդ մտքով խնդիրը չեր կարող լուծվել, վորովհետև բանվորական կոոպերացիայի կտրվելն ընդհանուր կոոպերացիայից կթուլացներ թե նրան և թե սպառողական կոոպերացիայի մնացած մասին։

Ճիշտ յելքը գտնված եր Ցենտրոսոյուզին կից բանվորական կոոպերացիայի ինքնավար սեկցիա կազմակերպելու միջոցով։

Ցերաբսեկցիայի աշխատանքի ամբողջ ղեկավարությունը նրա նախագահությանն է պատկանում։ Վերջինիս անդամները Համ. Արհմխորհի (ВЦСПС) համաձայնությամբ՝ առաջադրվում են ցենտրոսոյուզի լիազորների ժողովին բանվորական կոոպերատիվների պատգամավորների կողմից և ընտրվում են Ցենտրոսոյուզի լիազորների ժողովի կողմից։ Միաժամանակ Ցերաբսեկցիայի նախագահության անդամներն ընտրվում են Ցենտրոսոյուզի վարչության անդամներ։ Ցերաբսեկցիայի նախագահությունը յուր աշխատանքը տանում է Ցենտրոսոյուզի վարչության ղեկավարությամբ և վերջինիս հաշվետու յե։

Ցերկաթուղայինների սպառողական ընկերությունների առանձին տեղական և միությունական կազմակերպության կարևորությունը թելադրվում է այն մի շարք հանգամանքներից, վորի մեջ աշխատում են յերկաթուղային սպառողական ընկերությունները: Վերջիններս կապված են վոչ թե առանձին շրջանների հետ, այլ յերկաթուղագծի ուղղության հետ:

Ցերկաթուղայինների բոլոր սպառողական ընկերությունները և նրանց միությունները (Դորպոսոյուզներ) անդամագրվում են ցենտրոսոյուզին իրենց Համամիութենական ավտոնոմ միության Տրանսպոսեկցիայի միջոցով: Վերջինս նույնպես մտնում է Ցենտրոսոյուզի կազմի մեջ:

Տրանսպոսեկցիան՝ Ցենտրոսոյուզի վարչության ընդհանուր ղեկավարությամբ, սպասարկում է յերկաթուղայինների թե տնտեսական, թե կազմակերպչական կարիքները:

3. Ազգությունների բյուրո (Նացբյուրո)

Ցենտրոսոյուզի լիազորների 39-րդ համագումարի վորոշմամբ ցենտրոսոյուզին կից ստեղծված է ազգային փոքրամասնությունների բյուրո:

Այդ բյուրոյի գործունեության շրջանի մեջ են մտնում՝ ուսումնասիրել կոոպերացիայի դրությունն այն ինքնավար հանրապետություններում և շրջաններում, վորոնք ազգային փոքրամասնություններով են բնակեցված, պաշտպանել ազգային միությունների շահերը թե ցենտրոսոյուզում, թե այլ տնտեսական ու պետական հիմնարկների առաջ: Բացի այդ, բյուրոն ոժանդակում է ցենտրոսոյուզին՝ ճիշտ լուծելու այն միջնորդություններն ու խնդիրները, վորոնք հարուցվում են ցենտրոսոյուզի առաջ առանձին ազգային կոոպերատիվ կազմակերպությունների կողմից, պատրաստում է ազգային փոքրամասնությունների համար կոոպերատոր գործիչներ, ազգային փոքրամասնությունների լեզուներով հրատարակում և տարածում է կոոպերատիվ գրականություն:

Ազգությունների բյուրոյի ղեկավար մարմինն ընտրվում է Ցենտրոսոյուզի լիազորների ժողովի կողմից ազգային, հանրապետական ու շրջանային միությունների ազգային փոքրամասնություններին պատկանող պատգամավորների կողմից առաջարկված թեկնածուների թվից:

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

ԱՌԱՋԻՆ ՄԱՍ

Կոոպերատիվ շինարարության իրավական նորմաները

Գլուխ I. Սպառողական կոոպերացիայի մասին Խորհրդային Օրենսդրությունը:
Գլուխ II. Սպառողական կոոպերացիան վորպես կոմերցիական կազմակերպություն:

ԵՐԿՐՈՐԴ ՄԱՍ

Սպառողական ընկերությունների նորմալ զարգացման պայմաններն ու կազմակերպչական տիպերը. Նոր ընկերությունների կազմակերպման կարգը

Գլուխ III. Սպառողական ընկերությունների կազմակերպ. նախապայմանները:
Գլուխ IV. Սպառողական ընկերությունների գործունեության շրջանն ու կազմակերպչական ձևերը:
Գլուխ V. Նոր ընկերություն կազմակերպելու կարգը:

ԵՐՐՈՐԴ ՄԱՍ

Կառավարությունն ու հսկողությունը սպառ. ընկերություններում

Գլուխ VI. Սպառողական ընկերությունների մարմինները:
Գլուխ VII. Օրենսդիր մարմիններն ու նրանց իրավասությունը:
Գլուխ VIII. Ընդհանուր ժողովի և լիազորների ժողովի կազմը, նրանց հրավիրելու և անց կացնելու կարգը:
Գլուխ IX. Վերահսկիչ-ղեկավար մարմիններ: Խորհուրդ:
Գլուխ X. Կատարողական-կարգադրիչ մարմիններ: Վարչություն:
Գլուխ XI. Վարչության աշխատանքը: Պարտականությունների բաշխումը նրա անդամների մեջ:
Գլուխ XII. Վարչության անդամների ընտրողականությունը, հաշվետու լինելը և պատասխանատվությունը:
Գլուխ XIII. Վերահսկող-ստուգիչ մարմինը: Վերստուգիչ հանձնաժողովը:

Գլուխ XIV. Վերստուգիչ հանձնաժողովի կազմակերպումը, պարտականությունների բաշխումն ու պատասխանատվությունը:
Գլուխ XV. Ոժանդակ մարմիններ:

ՉՈՐՐՈՐԴ ՄԱՍ

Սպառողական ընկերությունների անդամները, նրանց իրավունքներն ու պարտականությունները

Գլուխ XVI. Ումը և ինչպես կոոպերացման յենթարկել:
Գլուխ XVII. Ընկերության անդամների իրավունքներն ու պարտականությունները:
Գլուխ XVIII. Հիմնական ու լրացուցիչ փայավճարային մուծումներ:
Գլուխ XIX. Լրացուցիչ պատասխանատվություն:
Գլուխ XX. Նյութական մասնակցության այլ ձևերը:
Գլուխ XXI. Ընկերության անդամների նյութական շահագրգռումը:
Գլուխ XXII. Ընկերության կազմից դուրս գալու մասին:

ՀԻՆԳԵՐՈՐԴ ՄԱՍ

Սպառողական ընկերության տնտեսական գործունեությունը

Գլուխ XXIII. Կոոպերատիվ առևտուրը, նրա նպատակները և ուղղությունը:
Գլուխ XXIV. Ապրանքների գնումն ու գնման աղբյուրները:
Գլուխ XXV. Ապրանքների ընտրությունը:
Գլուխ XXVI. Գնման չափերն ու տեխնիկան:
Գլուխ XXVII. Ապրանքների պահպանումը:
Գլուխ XXVIII. Գների նշանակումը (կալկուլյացիան):
Գլուխ XXIX. Ընդհանուր և առևտրական ծախսեր:
Գլուխ XXX. Առևտրական ծախսերի կրճատման ուղիները:
Գլուխ XXXI. Վաճառքի կազմակերպումը:
Գլուխ XXXII. Ապրանքների կանխիկ ու ապառիկ վաճառքը:
Գլուխ XXXIII. Ապրանքների հաշվառումը և ամբողջականության համար պատասխանատու լինելու մասին:
Գլուխ XXXIV. Արտադրական գործունեությունը:
Գլուխ XXXV. Հասարակական սննդամատակարարման ձեռնարկները:
Գլուխ XXXVI. Մթերքների պատրաստման ու վաճառահանման գործարքները:

ՎԵՑԵՐՈՐԴ ՄԱՍ

Սպառողական ընկերությունների կուլ'տ-լուսավորական աշխատանքները

Գլուխ XXXVII Կոոպերատիվ լուսավորական աշխատանքների ձևերը:
Գլուխ XXXVIII Կոոպերատիվ լուսավորական աշխատանքների ղեկավարումը և նրա դրամահայթհայթման խնդիրը (ֆինանսավորումը):

ՅՈԹԵՐՈՐԴ ՄԱՍ

Սպառողական ընկերությունների ֆինանսները

Գլուխ XXXIX. Սպառողական ընկերությունների ու նրանց միությունների դրամագլուխները:
Գլուխ XL. Փայեր և կուտակում:
Գլուխ XLI. Ավանդային գործարքներ:
Գլուխ XLII. Դրամական ու ապրանքային վարկ:
Գլուխ XLIII. Համամիութենական կոոպերատիվ բանկը:
Գլուխ XLIV. Դրամագլուխների տեղավորումը:
Գլուխ XLV. Դրամագլուխների շրջանի (պտույտի) արագությունը:

ՈՒԹԵՐՈՐԴ ՄԱՍ

Տնտեսա-ֆինանսական պլան

Գլուխ XLVI. Հիմնական կանոններ պլանի մասին:
Գլուխ XLVII. Տնտեսա-ֆինանսական պլան կազմելը:

ԻՆՆԵՐՈՐԴ ՄԱՍ

Սպառողական ընկերությունների միությունները

Գլուխ XLVIII. Ինչի՞ համար են և ինչպես են կառուցվում միությունները:
Գլուխ XLIX. Միությունների տնտեսական ֆունկցիաները:
Գլուխ L. Միությունների գաղափարական-կազմակ. գործունեությունը:
Գլուխ LI. Ցենտրոսոյուզ:

ՀՀ Ազգային գրադարան
NL0203292

3464
64

ԳԻՆՆ Է 2 Ռ. 30 Կ.

Ջ Ա Կ Կ Ն Ի Գ Ա