

Ст. Динев Ел. Атанасова Т. Иванов

В.

29121

ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ
НА
СОЦИАЛИСТИЧЕСКАТА ТЪРГОВИЯ

Варна
1965

ВЪСШ ИНСТИТУТ ЗА НАРОДНО СТОПАНСТВО "ДИМИТЪР БЛАГОЕВ"-ВАРНА
Катедра "ИКОНОМИКА НА ВЪТРЕШНАТА ТЪРГОВИЯ"

Доц.кин Стефан Дивев,ст.ас.Елена Атанасова,ст.пр.Г.Иванов

ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ
НА
СОЦИАЛИСТИЧЕСКАТА ТЪРГОВИЯ

Учебни записки
за специалност "Счетоводна отчетност"

ВАРНА
1965

ПРЕДГОВОР

Учебните записки по "Икономика и организация на социалистическата търговия" за специалност "Счетоводна отчетност" при ВИНС се издават за първи път и имат за цел да подпомогнат студентите в подготовката им за изпит по същата дисциплина.

Записките са съставени към края на 1965 г. и отразяват състоянието на икономиката и организацията на вътрешната търговия у нас по действащите към същото време нормативни актове и документи.

Засегнатите положения и проблеми във връзка с прилагането на новата система на планиране и ръководство на народното стопанство изхождат от временните документи с които се регламентира опитното прилагане на системата в народностопанския отрасъл "Вътрешна търговия" през 1965 г.

Автори на отделните глави са:

Доц. кин Стефан Динев - I, II, VII, VIII, IX и X

Ст.ас. Елена Атанасова - II, III и V

Ст.преп.Георги Иванов - VI и т.т.5,6,7.от гл.III

м.декември 1965 г.

От авторите

Г л а в а I

СЪЩНОСТ И РОЛЯ НА СОЦИАЛИСТИЧЕСКАТА ТЪРГОВИЯ

1. СЪЩНОСТ НА СОЦИАЛИСТИЧЕСКАТА ТЪРГОВИЯ

Появата на търговията е свързана с появата на стоково производство и стоково-паричните отношения.

При съществуването на стоково-парични отношения общественото възпроизводство се състои от четири фази: производство, разпределение, размяна и потребление. Производството създава продуктите съответстващи на потребностите, разпределението определя делът на всеки производител от тези продукти съгласно обществените закони за разпределение; размяната определя конкретните продукти които са необходими за отделния производител в рамките на неговия общ дял; накрая в потреблението продукта се използва за своето предназначение. Следователно, стоквата размяна осъществява връзката между производството и разпределението на материалните блага от една страна и тяхното потребление от друга страна.

Развитата форма на размяната - размяната осъществява на посредством парите, представлява стоквото обръщение.

Стоквото обръщение възниква и се развива отначало като стоково парична размяна непосредствено между производителите и потребителите, без посредници. Но с развитието на производството и обръщението се създава възможност и необходимост да се отдели стоквото обръщение в самостоятелна стопанска дейност. Тази самостоятелна стопанска дейност по извършването на стоквото обръщение се нарича търговия.

при отделнието на стоквото обръщение в отделен отрасъл на стопанството - търговия, разходите за транспортиране то, съхраняването и реализацията на единична стойност, т.е. разходите по обръщението, са по-малко, отколкото при осъществяването на стоквото обръщение от самите производители.

Търговията е посреднически отрасъл, които осъществява реализацията на стоквата продукция на обществото. Обособяването на стоквото обръщение в самостоятелния отрасъл на народното стопанство - търговия обуславя създаването на специална материално-техническа база /складове, търговска мрежа, транспортни средства и др./ и оборотни парични средства за покупко-продажбата на стоките и за издръжката на търговския персонал. Разделението на труда между сферата на производството и сферата на търговията при социализма се извършва не стихийно, а планомерно и съобразно изискванията на обективните икономически закони.

При социализма съществуват различни форми на стокво обръщение.

Според формите на собственост в НРБ различаваме: държавна търговия, кооперативна търговия и кооперативно-пазарна търговия.

Според организационно-икономическите особености формите на стоквото обръщение са: материално-техническо снабдя-

ване, изкупуване на селскостопански произведения и търговия с предмети за народно потребление.

Материално-техническото снабдяване като особена организационно-икономическа форма на търговия при социализма се характеризира главно с това, че има за предмет на обръщение то средства за производство, че продавачи и купувачи са само държавни и кооперативни стопански предприятия и че се извършва въз основа на държавен план за конкретни стоки, произведени и потребители.

Изкупуването на селскостопански произведения като форма на стоково обръщение се отличава по предмета на своята дейност - селскостопански произведения и по участниците в покупко-продажбата - продавачи са само селскостопанските производители, а купувачи са държавни и кооперативни изкупвателни и промишлени предприятия.

Търговията с предмети за народно потребление е търговия в тесен смисъл на думата при социализма. Нейните характерни черти са, че има за обект предмети за лично потребление на населението и че при нея се извършва свободна продажба, без да се планират конкретните потребители.

Обект за изучаване на дисциплината, "Икономика и организация на вътрешната търговия" е само втората и третата форма на стоково обръщение, а именно: изкупуването на селскостопански произведения и търговията с предмети за народно потребление. Материално-техническото снабдяване като форма на стоковото обръщение е обект за изучаване от друга дисциплина.

Търговията при социализма се различава коренно от капиталистическата търговия по следното:

1. Извършва се от обществени търговски организации - държавни и кооперативни т.е. основните и оборотни средства на социалистическата търговия са обществена собственост.

2. Извършва се въз основа на общодържавни перспективи и текущи планове т.е. тя е планова търговия.

3. Има известно ограничение в сферата на приложение - земните недра, стопанските предприятия като цяло, работната ръка, тялото и съвестта на хората не са обект за покупко-продажба.

4. Главната цел на социалистическата търговия е - възможното най-добро задоволяване на платежеспособното потребителско търсене, докато за капиталистическата търговия главната цел е постигането на максимална печалба.

2. РОЛЯ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА СОЦИАЛИСТИЧЕСКАТА ТЪРГОВИЯ

Ролята на социалистическата търговия за народното стопанство и за обществото е особено голяма и с всеотдайно проявление. Тя може да бъде разглеждана в следните основни направления:

1. Социалистическата търговия осъществява икономическата връзка между производството и потребителите.

Като се има предвид средищното място което има търговията в цялостния възпроизводствен процес, очевидно е, че

тя ще играе главната роля за осъществяването на икономическата връзка между производството и потреблението. Осъществявайки тази връзка търговията влиза в отношение от една страна с производството, а от друга страна с потреблението.

Между търговията и производството се установяват много гостранни връзки и взаимоотношения. В тези връзки изходно и определящо значение има производството. От обема и структурата на производството зависи в общи линии обема и структурата на стоковите фондове и на стокооборота. Търговията може да предложи на потреблението само това, което производството е в състояние да произведе и предложи през дадения етап от неговото развитие.

Но търговията не е само пасивна страна в тези отношения. Тя оказва активно въздействие върху производството на стоки за народно потребление. Това въздействие се отнася до обема и структурата на произвежданите стоки, както и до качеството и сроковете за производство на стоките.

Чрез търговията се обвързва обема на покупателния фонд/ сумата от парични средства предназначени за покупка на стоки/ с обема на произвежданите стокови фондове за потребление. Търговията въздейства и върху асортимента на произвежданите стоки. Тя насочва производството към такива стоки, които се търсят от населението. Търговията въздейства и върху качеството на произвежданите стоки. Тя трябва да оъде бариера срещу промишването на некачествени стоки на пазаря, да бъде сигурен защитник на интересите на потребителите. Най-после търговията определя и сроковете за производство и доставка на сезонно търсените стоки.

Отношенията между търговията и потреблението са също многостранни и интензивни. Производството на материалните и духовни блага във всяко общество в края на краищата е подчинено на потреблението. Тъй както няма потребление без производство, така няма и производство без потребление. Търговията свързва производството с личното потребление и служи като посредническо звено между тези две фази на общественото възпроизводство.

Главната задача на търговията е да проучва точно, за дълбочено и системно потребителското търсене и да предявява неговите изисквания пред производството. Търговията трябва да превърне произведените стоки в действителни предмети за потребление. Не е достатъчно само да се произвеждат стоки, нужно е те да се потребяват. А за това е необходимо, първо, произведените стоки да съответствуват на съществуващите потребности и, второ, тези стоки да бъдат доставени и продадени на купувачите.

И по отношение на потреблението търговията играе не само пасивна роля, но и активно въздейства за изменение на структурата на потреблението. Търговията съдейства за създаването на по-рационална система на потребление посредством организирането на производството и продажбата на населението на нови видове стоки. Главните средства, които използва търговията за внедряването на нови стоки в потреблението са търговската реклама и изгодното за потребителя съотношение между цените на новите и стари взаимозаменяеми стоки.

2. Социалистическата търговия осъществява икономическата връзка между града и селото.

Промислеността и селското стопанство са основните отрасли на народното стопанство създаващи материални блага за задоволяване на обществените и лични потребности.

Въпросът за взаимоотношението между промислеността и селското стопанство, между града и селото има много важно икономическо и политическо значение. Без правилни връзки между промислеността и селското стопанство не е възможно да се осигури разширено социалистическо възпроизводство. Заедно с това тези връзки са икономическата основа на съюза на работническата класа и селячеството, непокланната основа на социалистическия строй.

Основната форма на икономическата връзка между града и селото е стоковата размяна на продуктите на промислеността срещу продуктите на селското стопанство. Тази стокова размяна се състои от два насрещни потока: от една страна - селскостопански суровини за промислеността и хранителни продукти идващи от селото към града, а от друга - машини и съоръжения за селскостопанското производство и промишлени предмети за народно потребление идващи от града към селото.

Най-важната форма на стоковата размяна между града и селото, на икономическа връзка между промислеността и селското стопанство е изкупуването на селскостопански произведения. Формите на изкупуванията се изменят в съответствие с новите стопански политически задачи.

Друга форма на стокова връзка между промислеността и селското стопанство е материално-техническото снабдяване на ДЗС и ТКЗС със селскостопански оръдия и средства за производство.

Също така много важна форма на стокова връзка между града и селото е търговията в селата със стоки за лично потребление извършвана от потребителните кооперации.

Известна роля в стоковите връзки между града и селото играе и кооперативно-пазарната търговия.

3. Социалистическата търговия съдействува за правилното прилагане на икономическия закон за разпределение според количеството и качеството на труда.

Разпределението според труда при социализма се осъществява в две фази. При първата фаза количеството и качество на труда на всеки трудец се, се измерва и оценява стойностно в парична форма. При положение, че труда е правилно измерен, оценен и заплатен, съотношението/ пропорцията/ между паричните доходи на трудещите се ще отразява съотношението/пропорцията/ между количеството и качеството на вложения от тях труд. Но разпределението на този етап/паричното разпределение/ не е още завършено, защото целта е да се разпредели фонда за лично потребление в неговата реална форма като съвкупност от стоки и услуги.

При втората фаза, разпределението се завършва в неговата реална форма, като всеки трудец се получава съответно количество стоки срещу своите парични доходи. Именно тази

втора фаза на разпределението се извършва чрез търговията, когато трудещите се обменят своите пари срещу конкретни видове стоки. За да може процеса на разпределението според труда да бъде завършен правилно до край, необходимо е срещу равно количество пари, изразяващи равно количество и качество труд/ всеки потребител да получава равно по стойност количество стоки. Това изискване може да се спазва само при следните условия:

а/ Търговията да бъде свободна по отношение количества на купуваните стоки. Ако съществуват ограничения в количеството на купуваните от отделния потребител стоки/както е при купонната търговия/, в такъв случай пропорцията между получените стоки от различните потребители не се различава от пропорцията между паричните доходи на същите потребители. Това става поради различното равнище на цените на едни и същи стоки купувани срещу купони и на свободния пазар. В този случай онетяват се трудещите се с по-високи доходи, защото срещу остатъка от паричните им доходи, след покупки те с купони, те не могат да получат от свободния пазар пропорционално количество стоки, както при покупките срещу купони.

Търговията в НРБ за сега отговаря на това условие.

б/ Чрез единни държавни цени на дребно търговията да създава равни условия за всички членове на обществото при покупката на стоки. Ако равнището на цените на едни и същи стоки е различно за отделните райони и населени места в страната, очевидно е, че срещу равно количество пари няма да се получава равно количество стоки.

С малки изключения / за плодовете и зеленчуците/ търговията в НРБ отговаря и на това условие.

в/ Търговията трябва да бъде в максимална степен разгърнатата търговия т.е. да има широко развитие на търговската мрежа от магазини, заведения за обществено хранене, павилиони, развозна и разносна мрежа и др. във всички населени места на страната. Разгърнатата търговия осигурява на гражданите във всички населени места възможност за избор и покупка на необходимите им стоки в самото населено място. В противен случай гражданите в населени места с недостатъчно разгърната търговска мрежа ще губят време и пари за транспортни разходи за покупката на необходимите им стоки от други населени места.

За сега нашата търговия не отговаря на това условие за доста населени места. Чрез това в известна степен се нарушават изискванията за правилно приложение на икономическия закон за разпределение според труда в тези населени места.

Какви са перспективите за развитието на социалистическата търговия?

Усъвършенствването на търговията е необходимо условие за по-нататъшното развитие на производителните сили и създаване материално-техническата база на комунизма. Колкото по-рационално е организирана търговията, колкото по-пълно задоволява потребностите на населението, толкова повече нараства материално заинтересоваността на трудещите се за повиша-

ване производителността на труда.

По-нататъшното усъвършенствуване на формите и методи те на търговията е необходимо също така и за създаване на рационални връзки между производството и потреблението, за установяване на правилно съотношение между тях, както по обем, така и по структура.

През висшата фаза на комунизма производството непосредствено ще се свърже с потреблението. Но такава пряка и непосредствена връзка, без търговия и без пари, ще представлява много сложен процес и ще изисква разработването и изпитването на точни методи за определяне на търсенето, за създаване на устойчиви и икономически ефективни форми на взаимоотношения между производителите и потребителите, установяване на рационални пътища за стокопридвижване и т.н. Именно във връзка с това Ленин е казал, че за отмяната на парите, а следователно и на търговията се изискват "твърде много технически, и което е още по-трудно и още по-важно, организационни завоевания"^{1/}. Диалектиката на развитието е такава, че само по пътя на всеотрасловото усъвършенствуване на търговията може да се създават необходимите технически и организационни условия за нейната отмяна във висшата фаза на комунизма.

Значението на търговията в прехода към комунизма се състои и в това, че тя подготвя материално-техническата база и кадрите на разпределителния апарат на комунистическото общество.

В речта си на XXII конгрес на КПСС А.И.Микоян е казал: "Периода на комунистическото строителство в никакъв случай не е период на премахване на съветската търговия. Съветската търговия още дълго време ще остане главната форма за разпределение на предметите за народно потребление сред членовете на обществото, най-чувствителния инструмент за изучаване на растящото и изменящо се търсене, средство за балансирането на производството и потреблението. Ето защо съветската търговия трябва всеотрасловно да се развива, защото само по този път ще може да се създаде този идеално организиран апарат за разпределение според потребностите, който е нужен при комунизма".

Г л а в а II

ФОРМИ И СИСТЕМА НА ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТЪРГОВИЯТА В НРБ

1. ФОРМИ НА ТЪРГОВИЯТА В НРБ

Търговията в НРБ се развива в три форми: държавна, кооперативна и кооперативно-пазарна и представлява единствено на тези форми при запазване различията между тях. Единството на различните форми на търговия се обуславят от един

1/ Ленин, Събр. съч., т.38, стр.353

ството на социалистическия процес на възпроизводство, от единната цел на общественото производство и търговията - да обезпечат най-пълно задоволяване потребностите на населението. Различията и особеностите във формите се определят от особеностите на формите на собственост, от определената им сфера на дейност в народното стопанство. Единството на процеса на възпроизводство изисква правилно съчетание на формите на търговия, взаимна връзка между тях в интерес на най-широкото възвличане на стоковите ресурси в стокообръщането, усилване въздействието на търговията върху производството и потреблението, повишаване качеството на обслужването.

В съответствие на основните форми на собственост в нашата страна съществуват държавна и кооперативна търговия, държавни и кооперативни предприятия и организации. Държавните търговски предприятия са организирани на базата на държавната собственост и представляват най-висша степен на социалистическото обобществяване в сферата на стоковото обръщане.

Тези предприятия водят търговия със стоки, които принадлежат на държавата т.е. със стоки, които са произведени от държавните производствени предприятия или постъпили в разпоредба на държавата от ТКЗС или от ТПК.

Държавните търговски предприятия за търговия на едро снабдяват със стоки цялото население/ и държавната и кооперативната търговия/. Държавните търговски предприятия на дребно обслужват предимно градското население и население то на промишлените селища. Те осъществяват търговия по твърди единни цени, установени от държавата. Стопанската им дейност се планира непосредствено от органите на социалистическата държава, които в съответствие с народностапанския план определят развитието на стокооборота, стоковите фондове за основни групи стоки, капиталовложенията и други показатели на стопанската им дейност.

Държавната търговия е вехуша форма на търговията в страната. В преходния период от капитализъм към социализъм държавните търговски предприятия заемаха основно място в стокооборота на едро; в периода на социализма като запазват това място в търговията на едро, те заемат преобладаващо място и в търговията на дребно. В състава на търговските предприятия на страната държавните търговски предприятия са най-крупни и технически най-добре съоръжени.

Кооперативните търговски предприятия са основани на кооперативната форма на социалистическа собственост и са предприятия от социалистически тип. Те се създават от кооперативните организации за доставка и разпределение на стоки те необходими за населението. Тези обединения се основават на принципа на доброволността и материалната заинтересованост на участниците. Решаващата маса от стоки кооперативната търговия получава от държавните търговски предприятия на едро. Наред с това те реализират собствена продукция и стоки изкупени от тях от селското стопанство/ пресни плодове и зеленчуци и др./ Кооперативните търговски предприятия продават също по твърди единни цени.

Кооперативните търговски предприятия обслужват главно селското население и населението в малките градове. Те продават стоки на цялото население от своя район, като в известни случаи предоставят някои предимства на членовете на кооперацията.

Социалистическият характер на кооперациите, растежа на основните и специалните фондове, които са аналитични по своята икономическа същност с фондовете в държавните търговски предприятия, а също че основната маса от стоки за продажба на населението получават от държавните предприятия, обуславя необходимостта от включването им в изпълнението на народностопанските задачи, както по търговското обслужване на населението в селата и малките градове така и по отношение изкупуването на селскостопанските произведения/ за ня кои, от които те са единствени закупчици - яйца, мляко, месо, билки/.

Стопанската дейност на кооперативните търговски предприятия и организации се обхваща от народностопанския план, обаче планови задачи се определят само по решаващите икономически показатели/ обем на стокооборота на дребно, обем на изкупуванията на селскостопански произведения, развитие на търговската мрежа/ останалите показатели се определят по реда на вътрешно кооперативното планиране.

Полученият в резултат на стопанската дейност на кооперативните организации чист доход при новата система на планиране след отчисленията в полза на бюджета се насочва, както и в държавните търговски предприятия за разширение и укрепване на кооперативните организации, известна малка част от него се разпределя между членовете кооператори под формата на дивиденди.

Кооперативно-пазарната търговия е трета форма на социалистическа търговия в нашата страна. На кооперативните пазари се реализира собствена продукция на ТКЗС, членове на ТКЗС, работници, служители и частни стопани. Производители те продават извънпланова продукция напред на населението, или чрез потребителните кооперации и ДСП "Булгарплод" на комисионни начала. При кооперативно-пазарната търговия цените не са твърди и единни, а се образуват в зависимост от търсенето и предлагането. Държавата използва системата на държавните продажни и изкупни цени, концентрираните в нея стокови фондове, мрежата на държавната и кооперативна търговия и други предприятия, за да регулира по икономически и административен път развитието на кооперативно-пазарната търговия.

Кооперативно-пазарната търговия произтича от кооперативната форма на собственост и стопанисване в селското стопанство. Тя се използва като инструмент за развитие на материалната заинтересованост на село, за подобряване на снабдяването на градското население и повишаване доходите на кооператорите.

Кооперативно-пазарната търговия при социализма/ в това число и у нас/ се организира в периода на колективизацията на селското стопанство, заедно с нейния възход нараства и тя.

Укрепването на ТКЗС след уедряването им, повишаване на заплащането на членовете доведе до намаляване относителното тегло на стъкооборота реализиран на кооперативния пазар. За това допринесоха и прибързаните ограничения на личното стопанство на членовете на ТКЗС. На XXII конгрес на КПСС и VIII конгрес на БКП се отчете, че наред с по-нататъшното развитие на държавната и кооперативна търговия не запази своето значение и кооперативно-пазарната търговия.

За сметка на измалкване продажбите от ТКЗС и тяхните членове в последните години се забелязва нарастване на продажбите на комиссионната търговия, която се явява по-прогресивна форма на кооперативно-пазарната търговия.

Кооперативно-пазарната търговия не се планира. Тя се развива по инициатива на местните народни съвети, на ТКЗС и кооператорите. Държавата подпомага нейното развитие чрез изграждане на материално-техническата ѝ база.

Като се изхожда от отличителните черти на държавната и кооперативната търговия от една страна и кооперативно-пазарната от друга, вътрешният пазар се групира условно на:

а/ Организиран пазар, който включва държавната и кооперативната търговия. Този пазар се развива според държавния план.

б/ Неорганизиран пазар - който включва кооперативно-пазарната търговия. Този пазар се развива извън плана и се регулира от държавата по икономически и административен път.

2. ОСНОВНИ ПРИНЦИПИ НА ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТЪРГОВИЯТА

Продажбата на стоките на населението се осъществява в магазините, будките, ресторантите, сладкарниците и т.н., които се обединяват в търговски предприятия и организации - държавни търговски предприятия - ТТП, ОТП, потребителни кооперативи - селски и нарккооп - градски и др. Доставка на стоки на търговските предприятия на дребно се извършва като правило от държавните търговски предприятия на едро - ОТП, търговските бази на ЦУТЕ.

Както търговските предприятия на дребно така и тези на едро представляват организационно стопански звена на социалистическата търговия, които имат за задача да ръководят дейността на съставните звена или да обслужват стопански /парични плащания и др./, а така също и да ги снабдяват със стоки.

Търговските предприятия и организации /кооперативни/ обединени по определен признак / ведомство / образуват търговска система. Основни търговски системи у нас са на МВТ и ЦКС.

В интерес на най-доброто задоволяване на населението с висококачествени стоки при минимум разход на обществен труд, държавата използва различни форми на организация на търговията на разделение на труда между отделните търговски предприятия.

Като основа за разделение на труда служат различията в характера на търговските операции /търговия на дребно, тър

гевия на дребно, търговия на едро, обществено хранене/, спецификата на отрасъла търговия свързана със стоковата структура на оборота/ Печатни произведения, Аптеки и др./, личността и комплексността в търсенето на населението, особеностите на районите на дейност, а в някои случаи спецификата на обслужването на определен контингент от потребители те/ Балкантурист за обслужване предимно на чужденци/.

На построяването на системата в търговията влияят условията за производство на стоките особено такива като разпределение на производството, неговата специализация, организационните форми на управление на промишлеността. Неравномерно разпределение на производството на голяма част от стоките в страната, специализацията на производството например, изисква значително развитие на търговията на едро.

Много важно значение за организацията на търговията има сферата на потреблението. С цел за най-добро обслужване на населението се избират такива форми на организация на търговията, които отчитат производствените и културно-битовите нужди на населението, особеностите в условията на живот на отделните негови групи. Това спомага за по-дълбоко изучаване на потребителското търсене. Стопанското ръководство на търговията у нас се основава на принципите присъщи на цялото народно стопанство.

Основен принцип на социалистическото стопанско ръководство е Ленинският принцип на демократическия централизъм, който дава възможност правилно да се съчетаят централното държавно ръководство на стопанството с максималното развитие на инициативите на местните органи и повишаване тяхната отговорност за изпълнението на държавния народностопански план.

Централното държавно ръководство направлява дейността на всички търговски предприятия и организации в съответствие със задачите на единния държавен народностопански план, взаимно обвързва тяхната дейност и на тази основа съблюдава необходимата пропорционалност в развитието на отделните форми и отрасли на търговията и рационалното използване на материалните и финансови ресурси.

Участието на народните маси в управлението на търговските предприятия се осъществява чрез органите на местните народни съвети/ сесии/, събранията на потребителните кооперации, чрез обществените организации, които имат право на контрол/ ОФ, профсъюзите/ чрез различни комисии при търговските предприятия и организации и стопанските комитети при новата система на планиране. Тези органи най-добре познават конкретните условия за работа по места и могат най-осезаемо да подпомогнат дейността на търговските предприятия.

Както и в другите отрасли на народното стопанство дейността на търговските предприятия и организации се провежда на принципа на стопанската сметка. На основата на закона за планомерното и пропорционално развитие на народното стопанство и изискванията на закона за стойността, социалистическата държава организира така работата, че търговските предприятия и организации да съобразяват своите разходи, да водят отчет за издръжката на производството и борят

ието, да са рентабилни, като не допускат разходи в размер над общественото необходимите.

При това както търговските предприятия и организации като цяло, така и отделните подразделения и звена са материално заинтересовани от изпълнението и преизпълнението на плановете, от осигуряване рентабилността на предприятието и организираната защита/ особено при новата система на планиране/.

Целоследователното внедряване на стопанската сметка във всички звена на нашите търговски предприятия, съблюдаване режима на икономии изискват систематическо намаляване на административно управленческите разходи в търговията, опростяване и поевтизация на управленческия апарат, чрез механизация на управленческия труд, повишаване културата на управление/ чрез повишаване квалификацията, правилен подбор на кадрите според техните политически и делови качества и т.н./.

В социалистическото общество политиката и стопанството са неделими. Политиката на БКП и народното Правителство, насочена към удовлетворяване на зрелите потребности на обществото, се осъществява чрез мобилизация на трудежите се за изпълнение на стопанско-политическите задачи и повишаване тяхната съзнателност и активност. Оттук произтича принципът на единство на политическото и стопанското ръководство. Този принцип изисква дейността на всички стопански предприятия и организации, в това число и търговските, да се провежда в съответствие с политическата линия на Българската комунистическа партия и социалистическата държава, тъй като само такава може да се обезпечи успех от стопанската дейност.

Организацията на управлението е неразривно свързана с укрепването на едноначалието. Едноначалието означава подчиняване на работническия колектив в процеса на труда на волята на ръководителя на предприятието.

Ръководителят на държавното търговско предприятие е упълномощен от държавата по управлението на даденото предприятие. В своята дейност по управлението ръководителят се опира на целия работнически колектив зает в търговското предприятие. Следователно, едноначалието като метод на управление се съчетава с участието на масите в управлението, с тяхната творческа инициатива в процеса на труда.

В стопанското ръководство и управление важно значение има контролът върху дейността на организацията и предприятието.

Контролът и проверката над работата на търговските предприятия, организации и техните работници спомага за отстраняване на недостатъците в тяхната работа, за възпитание на работниците в дух на повишаване отговорността и държавната дисциплина.

3. ОРГАНИЗАЦИОНЕН СТРОЕЖ НА ДЪРЖАВНАТА И КООПЕРАТИВНА ТЪРГОВИЯ В НРБ

Държавната и кооперативна търговия включват редица търговски системи, които се различават по характера на изпълняваните функции в стокодвижението, по направлението на работата или контингента от населението, което обслужват.

Тези системи и влизатите в тях предприятия и организации се различават по своето построение, начина на управление и за висимост от това дали са от държавната или кооперативна търговия и какъв род търговски операции те изпълняват/ търговия на дребно, търговия на едро, обществено хранене, изкупуване на селскостопански произведения/.

На съвременния етап основни търговски системи са:

1. Системата на Министерството на вътрешната търговия;
2. Системата на ЦКС ;
3. Търговия към други ведомства.

Управлението на вътрешната търговия е възложено на Министерството на вътрешната търговия, което е орган на МС. Министерството на вътрешната търговия провежда политиката на Партията и Правителството в областта на вътрешната търговия. Търговията със стоки за народно потребление независимо от това от какво ведомство се извършва се ръководи от Министерството на вътрешната търговия.

Основните задачи стоящи пред МВТ са: изпълнение на утвърдените от Правителството планове за търговията; максимално задоволяване на потребностите от стоки за лично потребление; правилно организиране на търговската мрежа; повишаване културата в търговията и т.н.

За изпълнението на тези задачи МВТ извършва следните по-важни планово-регулирущи функции:

а/ разработва проекто-законите за търговията в страната и утвърждава правилата за търгуване, като контролира изпълнението на всички закони, постановления, правила регулиращи търговската дейност.

б/ съставя и внася за разглеждане в ДКП планове по търговията, разработва цените на дребно за стоките за лично потребление, търговските отстъпки и надбавки и ги предлага за одобрение в Комитета по цените към ДКП и МС.

в/ организира и контролира работата на търговските организации по изучаване на потребителското търсене, организира и ръководи изграждането на търговската мрежа, контролира качеството на стоките в процеса на тяхното производство, движение и реализация и т.н.

Местни органи на Министерството на вътрешната търговия са отделите и управленията "Търговия и изкупуване" към Окръжните народни съвети.

Управленията "Търговия и изкупуване" при изпълнителните комитети на ГНС - София и ОНС-Пловдив, Варна, Бургас и Русе и отделите "Търговия и изкупуване" при останалите Окръжни народни съвети са органи за ръководство, организиране и контролиране на търговията, общественото хранене, хлебопроизводството и изкупуването на селскостопанските произведения. Те са подчинени на съответния изпълнителен комитет и на Министерството на вътрешната търговия и отговарят за своята дейност пред тях. За изкупуването на селскостопански произведения те са подчинени и на Комитета по хранителната промишленост и от 1 II 1965 г. на Министерството на външната търговия за плодовете и зеленчуците./Виж Инструкцията за работата на управленията "Търговия и изкупуване" при Народните съвети./.

Освен планово-регулирущи функции МВТ осъществява и оперативно-стопански функции чрез създаденото към него Управление - ЦУТЕ/ Централно управление за търговия на едро - 83 Постановление на Министерския съвет от 8 VII 1963 г./.

Централното управление за търговия на едро ръководи и организира чрез своите търговски бази и ОТП цялата търговия на едро в страната със стоки за народно потребление. ЦУТЕ сключва договори с държавните търговски предприятия за внос и износ на стоки. Търговските бази в градовете София, Пловдив, Сливен, Бургас, Варна, Русе, Плевен, Лом и Габрово съвместно с производствените предприятия от съответните райони уточняват количеството, видовете, асортимента и други показатели на стоките, предназначени за ОТП, сключват договори за изкупуване на стоки и организират предимно транзитното им придвижване.

ОТП и техните клонове са на двойно подчинение - на ЦУТЕ и на Окръжните народни съвети. ОТП имат следните важни задачи: да получават стоки от промишлените предприятия или от търговските бази, да ги комплектуват и организират непрекъснато снабдяване на магазинната мрежа в определен им район и т.н.

Съгласно 83 Постановление на Министерския съвет през 1963 година се създадох в София специализирани ГТП за едро и дребно - ГТП "Текстил и обувки", ГТП "Електроматериали, домашни потреби и железария" и ГТП "Хранителни стоки", а от 1 VII 1964 г. и обединени предприятия за търговия на едро и дребно с промишлени и хранителни стоки в градовете Пловдив и Варна.

ОТП снабдяват със стоки както държавните търговски предприятия така и кооперативните организации в страната.

Във всички окръжни центрове съгласно 83 Постановление на МС от 1963 година се организираха самостоятелни предприятия - ОТП "Топливо" за търговия на дребно с отоплителни материали в градовете и селата и за търговия на дребно със строителни материали в града и търговия на едро в селата.

Предприятията за търговия на дребно от системата на МВТ са на непосредствено подчинение на народните съвети. В големите градове са организирани специализирани предприятия за търговия с промишлени стоки - ГТП "Нармаг", за хранителни стоки ГТП "Хранителни стоки" и за обществено хранене ГТП "Здрава храна". В по-малките градове тези дейности са обединени в едно предприятие Градска търговия.

В по-големите градове съществуват като самостоятелни предприятия за производство: продажба на хляб и хлебни изделия, тестени закуски - ГТП "Хляб и хлебни изделия".

Министерството на вътрешната търговия ръководи дейността на ДСП "Реклама", което има за задача да организира и направлява рекламното стопанство в страната, а също така да организира производството на рекламни реквизити.

Съвместно с Комитета по леката промишленост и други ведомства МВТ ръководи "Центъра на новите стоки и модата", който има за задача да провежда мероприятия за разширяване асортимента на стоките, да внедрява в производството нови стоки, да направлява модата в страната.

Наред с МВТ, с търговия в страната се занимават и други Министерства и ведомства. Така Министерството на просветата ръководи и организира чрез ОТП "Печатни произведения" търговията с книги и канцеларски материали.

Министерството на народното здраве и социалните грижи ръководи и организира чрез "Окръжните аптечни предприятия" търговията с медикаменти, медицински инструменти и др.

При Министерството на транспорта и съобщенията е създадено търговско предприятие "ЖП ресторанти и спални вагони бифети, ресторанти, вагон-ресторанти, павилйони и др. Към същото Министерство е организирана службата "Разпространение и експлоатация на печата, вестници, списания - за продажба чрез павилйони, разносна мрежа и по абонаменти и Българска филателия - продажба на марки.

Към главното управление по туризма при МС е предприето "Турист". Предприятието експлоатира хотелите и ресторантите, от които голяма част са предназначени за чужди странните туристи и имат представителен характер.

От месец февруари към Министерството на външната търговия се изгради обединено предприятие Български плодове, зеленчуци и консерви /"Булгарплод"/.

Втора по важност система за вътрешната търговия в нашата страна е системата на ЦКС, която обединява потребителните кооперации в страната. Потребителни кооперации у нас съществуват още преди 9 IX 1944 г. След 9-ти септември те бяха единствените представители на социалистическата търговия, както в селата чрез всестранките, така и в градовете - Напредък и др. кооперации. До 1959 г. наред с държавната търговия системата на ЦКС осъществява търговия на едро и дребно. Сега потребителните кооперации осъществяват търговия на дребно - търговската мрежа и обществено хранене в селата и най-малките градове. Освен това те имат производствени дейности и изкупуване на селскостопански произведения и суровини.

Потребителните кооперации се ръководят от ОКС, които ръководят, планират и контролират финансовата, производствената и изкупвателната дейност, а със стоки ги снабдяват ОТП които отговарят и за стокооборота им на дребно. В системата на ЦКС има и самостоятелни производствени предприятия за производство на плодове и зеленчукови консерви, за обработка на лен, пакетажни работилници за вносни подправки и др.

Търговска дейност осъществяват и производствените кооперации от системата на ЦС на ТПК главно за обществено хранене - сладкарски кооперации и представителни магазини за продажба на собствена продукция.

Стокооборотът реализиран от различните системи се променя във зависимост от промяната на икономическите отношения в страната. Така за периода 1952 - 1961 г. стокооборотът на дребно по Министерства и ведомства у нас е както следва:

Министерства и ведомства	1952 г.	1961 г.
ВСЯЧКО ЗА СТРАНАТА	100,00	100,00
I. Държавна търговия	51,5	58,9
в т.ч. МВТ	48,6	54,5
Балкантурист	0,3	0,7
М-во на просветата	1,7	2,0
М-во НЗСТ	0,9	1,7
II. Кооперативна търговия	47,8	41,0
в т.ч. ЦКС	44,7	39,6
ЦС на ТПК	3,1	1,4
III. Частна търговия	0,7	0,1

4. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСОБЕНОСТИ НА КООПЕРАТИВНО-ПАЗАРНАТА ТЪРГОВИЯ

Кооперативно-пазарната търговия възниква у нас по по добме на СССР в процеса на коопериране на селското стопанство в периода на държавните доставки на селскостопански произведения с цел да се повиши материалната заинтересованост на селските стопани от увеличаване производството от една страна; на второ място тя служи като допълнителен източник за парични средства на селското население и същевременно осигурява допълнителни стокови фондове за градското население.

Кооперативно-пазарната търговия е организирана в градовете и по-оживените селища на постоянни пазари, които биват ежедневни и седмични. Освен това форма на кооперативно пазарната търговия са панаирите, селскостопанските изложби, събори, разнос по домовете на мляко и други селскостопански произведения от производителите. Като най-съвършена форма на кооперативно-пазарната търговия е комисионната търговия.

Право на участие в кооперативно-пазарната търговия като продавачи имат само производителите - ТКЗС, членове на ТКЗС, частни стопани, работници и служители от крайградските си стопанства. Посредничеството при тази търговия е забранено със закон. Като посредник може да се яви само търговска организация - ДСП "Булгарплод" или потребителна кооперация.

В по-големите градове са изградени специални управления на кооперативните пазари, а в по-малките лице от служба "Търговия" отговаря за работата на кооперативния пазар. Народните съвети чрез управленията "Кооперативни пазари" и службите "Търговия" изграждат специална материална база за провеждане на пазара - лавки, павилйони, осигуряват теглилки и редица други улеснения на участниците на пазара. Те имат за задача да поддържат реда в кооперативните пазари, като следят да не се допуска посредничество, наблюдават це

ните и т.в. Сключват договори с ТКЗС за доставка на селско стопански произведения на пазара след изпълнение на договорните количества по график към изкупвателните организации. При това договорите за ТКЗС не са задължителни за изпълнение. Санкциите, които управлението налага са по-скоро косвени - отнемане на централното място на пазара на нередовни доставчици и отреждането му на редовни такива.

Управленията на кооперативните пазари се издържат от таксите, които участниците плащат и отпуснати суми от бюджета на народните съвети.

Успоредно с производителите на кооперативните пазари организират търговска мрежа и държавните и кооперативни търговски предприятия за продажба по твърди държавни цени на същите селскостопански произведения - така наречената паралелна търговия.

Освен това на кооперативните пазари държавните и кооперативни търговски предприятия организират продажба на промишлените стоки, интересни за селските стопани участващи като продувачи - така наречената насредна търговия.

Стоките на кооперативните пазари се продават по цени, които свободно се образуват в зависимост от търсенето и предлагането. Държавата не определя цените на кооперативния пазар. За разлика обаче от частната търговия при капитализма, където напълно действа стихията на закона за стойността, при социализма държавата въздейства косвено посредством икономически и административни мероприятия върху ценнообразуването на кооперативния пазар.

Държавата въздейства както върху прекомерното покачване на цените на пазара, така и върху прекомерното им намаляване.

Съсредоточаването в ръцете на социалистическата държава на по-голяма част от селскостопанските произведения, чрез тяхното изкупуване и продажбата им по твърди държавни цени оказва влияние върху цените на кооперативния пазар. Успоредно организират магазини на пазара за продажба на плодове и зеленчуци при редовно снабдяване със широк асортимент от висококачествени продукти не позволяват голямо отклонение от цените на дребно. Като предлагат същите стоки по време и място, привличат част от клиентите на кооперативния пазар и по такъв начин намаляват търсенето там. Намаленото търсене при неизменно предлагане води до намаляване на цените.

Това е влиянието на паралелната търговия. Насредната търговия има за задача да увеличи предлагането на стоки на кооперативния пазар, чрез доставка и продажба на особено интересни за селското население промишлени стоки.

Чрез грижите, които полага за развитие на материално-техническата база държавата създава условия за увеличаване притока на стоки на кооперативния пазар, вследствие на което се увеличава предлагането.

Като определя чрез плана изкупуванията на селскостопански произведения държавата фактически не допуска прекомерно увеличаване на стоките предлагани на кооперативните пазари, ограничава "търговските" наклонности на ТКЗС към поучаване на "големи" печалби.

Чрез установяване на твърди изкупни цени за селското панските произведения държавата на практика определя ниската - долната граница, до която могат да спаднат цените на кооперативния пазар, разбира се като се прибавят и разходите по пласмента на тези произведения.

Особена разновидност на кооперативно-пазарната търговия при социализма е комиссионната търговия. Комиссионната търговия като форма на кооперативно-пазарна търговия се развива в периода на укрепването и удряването на ТКЗС. При нея държавните или кооперативните търговски предприятия продават при определена предварително комиссионна изливъците от селскостопански произведения на ТКЗС, членове на ТКЗС и частни стопани. Цените при комиссионната търговия се образуват също свободно, обаче при нея са по-малко отклоненията от единните държавни цени.

Какви са предимствата на комиссионната пред останалите форми за кооперативно-пазарна търговия.

1. Продавайки на търговските организационни своите изливъци за реализация на кооперативния пазар, ТКЗС се освобождават от несвойствената им търговска дейност и насочват своето внимание върху основната си задача - производството.

2. Търговските организационни продават продукцията на ня колко ТКЗС, с което се разширява асортимента на стоките и поевтинява самата кооперативно-пазарна търговия.

Разходите на кооперативно-пазарната търговия са до 30 % от реализирания стокооборот, докато при комиссионната търговия те могат да достигнат до размера на комиссионната - 8 - 10 %.

3. Комиссионната търговия осигурява по-висока култура на обслужване, чрез квалифицирани търговски работници - прайви за търгуване, бързина на обслужване, хигиена и т.н.

Фактически перспективата за развитие на кооперативно-пазарната търговия, особено за ТКЗС е комиссионната търговия. До кога ще съществува кооперативно-пазарната търговия? Не е ли тя изживяла своето значение и роля в нашия икономически живот? Отговор на тези въпроси бе даден на XII конгрес на КПСС и VIII конгрес на БКП.

Кооперативно-пазарната търговия далече не е изиграла своята роля. В нея има още редица неизползвани източници за увеличаване на стоковата продукция на населението и материалната заинтересованост в производителите от предлагане на стоки чрез нея.

Сливването ѝ от оцената на икономическия живот в страната ще стане постепенно, когато държавата осигури големи количества от разнообразни и висококачествени пресни плодове и зеленчуци на пазара по всяко време на годината в материалните заинтересованост и кооперативни търговски предприятия.

На второ място когато ТКЗС укрепнат до такава степен, че осигурят високо парично заплащане и постепенно изчезне заинтересоваността от личното стопанство. Когато дохода от ТКЗС възлезе този от личното стопанство, и ТКЗС осигури производството на всички необходими за населението продукти в това число и дребните - магданоз, копър, целина и др.

Г л а в а III

ТЪРГОВИЯ НА ДРЕБНО

1. СТОКООБОРОТ НА ДРЕБНО-СЪЩНОСТ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ НА РАЗВИТИЕТО МУ

Процесът на обръщението на стоките се осъществява на няколко стадия: изкупуване на стоките от промишлените и селскостопански производители; продажбата им от търговските предприятия на едро на търговските предприятия на дребно; продажба на стоките от търговските предприятия на дребно на потребителите. В съответствие с това различаваме оборот от изкупуване на селскостопански произведения, стокооборот на едро и стокооборот на дребно.

Стокооборотът на дребно представлява такъв стадий от движението на стоките, когато се завършва процесът на обръщението и стоката преминава от сферата на обръщението в сферата на личното потребление. В условията на стоковото производство този преход се осъществява чрез покупко-продажбата.

По такъв начин под стокооборот на дребно следва да се разбира продажбата на стоки за лично потребление на населението в обмен на личните му доходи.

И така стокооборотът е преди всичко продажба. Натуралната обмяна не е стокооборот. Не представлява стокооборот натуралното заплащане в ТКЗС, получените подаръци от близки, предметните награди от предприятия, учреждения и т.н.

На второ място стокооборотът е продажба на предмети за лично потребление.

Преминвайки през стокооборота на дребно стоките напълно напушат сферата на обръщението, преминават в ръцете на непосредствените потребители, превръщат се в техен потребителен фонд, т.е. престават да бъдат стоки. Затова към стокооборота на дребно не може да бъде отнесен такъв оборот, в резултат на който стоките запазват възможността наново да се върнат в сферата на обръщението, в резултат на преработка или препродажба. Продажбата на средства за производство - машини, суровини и материали по линията на материално-техническото снабдяване не е стокооборот на дребно.

В стокооборота на дребно се включва само продажбата на дребен стопански инвентар за лично ползване.

На трето място стокооборотът на дребно означава продажба на стоки, но не и на услуги. В стокооборота на дребно се включват само такъва услуги в резултат, на които се увеличава стойността на стоките - ушиване на дрехи с материали на клиента, приготвяне на храна в заведенията за обществено хранене с продукти на клиента и др.

Не са стокооборот комуналните, хигиенните и други услуги, продажбата на билети за кино, театър, спортни игри и др.

Накрая стокооборотът на дребно е продажба на лицензи потребителите - населението. Изключение тук правят продажбите на ведомствата за домакински нужди и текущ ремонт, които представляват около 5-6 % от общата сума на стокооборота на

дребно. /Виж Инструкция на ЦСУ за състава на стокооборота на дребно/.

Продажбата на стоки за лично потребление става обикновено от търговската мрежа на дребно-магазини, павилйони, лавки и заведения за обществено хранене - ресторанти, столове, закусвални, сладкарници и др. Това обаче не може да се приеме за определяща характеристика на стокооборота на дребно, тъй като много продажби, които влизат в стокооборота на дребно се извършват от складовете на едро - строителни материали, от пунктовете за изкупуване на селскостопански произведения - извънстандартни птици, плодове и др., не посредствено от ДЗС; от работилници на производствените предприятия и т.н. Отнасянето на такъв род продажби към стокооборота на дребно произтича от обстоятелството, че стоките се продават на населението за лично потребление.

Стокооборот на дребно имаме във всички случаи, когато чрез покупко-продажбата стоките преминават в ръцете на непосредствените потребители. При това покупко-продажбата може да се осъществи без посредничеството на търговията, както е при кооперативно-пазарната търговия.

Стокооборотът на дребно има първостепенно значение в сравнение с останалите форми на стокооборота в страната.

Продажбата на дребно означава, че процесът за довеждане на стоката до потребителя е завършен, стойността на стоката създадена в процеса на производството реализирана и по такъв начин производството получава стимул за по-нататъшното си развитие. При реализацията на стоката стойността ѝ и нейната потребителна стойност получават обществено признание. Реализацията на стоката означава, че тя напълно съответствува на потребностите на населението. Този принцип е в сила при наличие на свободна търговия и стоки те се предлагат в необходимите за търсенето количества.

В резултат на продажбата на дребно стоките преминават в сферата на личното потребление. Като доставя висококачествени от разнообразен асортимент стоки търговията на дребно способствува за възпитаване вкусовете и изискванията, за формиране на потреблението. Нарастването на стокооборота на дребно през даден период от време е един от най-важните показатели за повишаване на народното потребление. По реализирания стокооборот на глава от население то се съди за материалното благосъстояние на страната, или отделните райони и населени места.

Стокооборотът на глава от населението за периода 1952-1961 г. по съпоставими цени 1952 г. = 100 е както следва: 1957 г. - 190,4 ; 1959 г. - 246 ; 1960 г. - 270,9 и 1961 г. - 292, 1964 г. - 344.

Закономерности в развитието на стокооборота на дребно при социализма

1. Стокооборотът на дребно при социализма се увеличава непрекъснато по обем и стойност и се развива с високи темпове.

Развитието на стокооборота с високи темпове се обус

дава от постоянното нарастване на производството на предмети за потребление и повишаването на материалното благосъстояние на населението.

Така за периода 1952-1964 г. стокооборотът у нас по курс на левя 1962 г. е бил както следва:

Години	СОО в хил.лв.	Ръст на стокооборота в съпост.цени 1952=100
1952	1,155 092	100,00 %
1957	1 669 819	200,2 %
1959	2 158 166	263,5 %
1960	2 388 344	292,5 %
1961	2 623 466	319,0 %
1963	3 157 900	363,8 %
1964	3 343 900	383,7 %

При капитализма стокооборотът на дребно също нараства, но с по-ниски темпове и в зависимост от цикличното развитие на цялата икономика.

Ако съпоставим нарастването на стокооборота на СССР, САЩ и Англия за периода 1950-1962 г. ще се очертае огромната разлика в темповете на неговото развитие. Докато стокооборотът на дребно в СССР се е увеличил 3,3 пъти, то в САЩ за същия период е нарастнал с 35 %, а в Англия едва с 18 %.

В НРБ за периода 1952-64 г. стокооборотът на дребно е нарастнал близо 4 пъти. Високи темпове за развитието на стокооборота на дребно са предвидени и в Директивите на VIII конгрес на БКП за развитието на страната до 1980 г. В сравнение с 1960 г. стокооборотът на дребно трябва да се увеличи при 1980 г. около 5 пъти.

Непрекъснато подобряване на стоковата структура на стокооборота на дребно изразява се в относително по-бързо нарастване на стокооборота от промишлени стоки от този на хранителни стоки. Така за периода 1952-1961 г. стокооборотът на дребно от хранителни и нехранителни стоки при база 1952 г. равна на 100 е нарастнал както следва:

Структура на стокооборота	1952 год.	1957 год.	1959 год.	1961 год.	1964 год.
Стокооборот всичко	100,00	200,2	263,5	319,0	385
Стокооборот хран.стоки	100,00	186,9	235,4	289,4	346
Стокооборот нехран.стоки	100,00	212,9	290,3	346,4	423

Бързите темпове на нарастване на материалното и културно равнище на рудешите се обуславят структурните промени на стокооборота в НРБ. Зърпосът за изхранването на населението у нас е разрешен. Потреблението на хранителни стоки не може да се увеличава безкрайно. То се ограничава от физиологичните нужди на организма. Затова на повишаването на материалното благосъстояние на населението съответствува увеличаване на продажбите на промишлени стоки, потребление то на които не познава граници.

При капитализма същата тенденция на промяна в структурата на стокооборота се наблюдава в годините на подем и разцвет на икономиката. През период на депресия и криза се намаляват доходите на населението и тенденцията е точно обратна - по-бързо расте стокооборота от хранителни стоки, от колкото стокооборота от промишлени, тъй като при степенуване на нуждите тази от хранителни стоки е първостепенна.

б/ Непрекъснато подобряване на вътрешната структура на стоковата маса на хранителните и на нехранителните стоки. В групата на хранителните стоки растат с по-високи темпове продажбите на продуктите с по-високи вкусови качества, както и по-високо калоричните, докато продажбите на продукти, които дават обем на храната расте много бавно.

Продажба на някои хранителни стоки през периода
1952 - 1964 година при база 1952 г = 100

Стоки	Г о д и н и			
	1952 г.	1957 г.	1961 г.	1964 г.
1. Оряз	100	208	257	229,6
2. Месо	100	173,9	221,1	276,4
3. Месни произведения	100	221	428,2	480,9
4. Захар	100	162	231,2	281,7
5. Захарни изделия	100	212,3	380,6	445,6
6. Сирене и кашкавал	100	179,8	323	372,6
7. Мляко	100	154	332	448,1
8. Тестени изделия	100	146,3	234	234,9
9. Картофи	100	83,2	130,4	158,4
10. Зел. консерви	100	-	-	493,3

Продажбата на месото и захарта расте с по-бавни темпове вследствие рязкото увеличаване на продажбата на месни произведения и захарни изделия. Особено ярко се очертава различието в темповете на нарастване на картофите 158,4 и млякото и млечните произведения - съответно 448,1 и 372,6.

В групата на нехранителните стоки с по-високи темпове се увеличават продажбите на стоки за домакинско обзавеждане, за културни нужди, по-висококачествените стоки.

Гр. стоки	Г о д и н и				
	1952 г.	1957 г.	1960 г.	1961 г.	1964 г.
Памучни тъкани	100	184,3		220	223,4
Вълнени тъкани	100	222,2		306,3	291,4
Копринени тъкани	100	187,6		285,1	326,9

Памучен трикотаж	100	159,8		239,4	266,-
Вълнен трикотаж	100	472,8		1117,3	1253,4
Обувки	100	217,2		377,1	497,8
Телевизори	-	-	100	-	1992,7
Ел. перални машини	-	-	100	-	286,8
Радиоприемници	100	938,8		1522	1721
Ел. хладилници	-	-	100	-	786,4
Шевни машини	-	-	100	-	212,3

З увеличаването на доходите на населението се увеличават по-бързо продажбите на вълнените и копринените тъкани за сметка на памучните тъкани, вълнения трикотаж за сметка на памучния. Особено рязко се увеличават продажбите на такива стоки, като електрически перални, радиоприемници, шевни машини, телевизори, за които през 1952 г. въобще липсват продажби.

Трябва да се има предвид при това, че при социализма са на лице някои фактори, които противодействуват на тези закономерности. Така на структурната промяна на стокооборота в полза на промишлените стоки противодействува нарастването на стоковостта/денатурализацията/ в селското стопанство. Намалването на натуралното заплащане и преминаването почти във всички ТКЗС непълно към парично заплащане и намаляването на ролята на личното стопанство води до увеличаване на продажбите на хранителни стоки в селското население.

При социализма, в това число и в нашата страна, следствие на проведената политика за индустриализацията на страната и колективизацията и механизацията в селското стопанство се увеличава относителното тегло на градското население, което не произвежда, а само потребява хранителни стоки, в резултат на което се увеличават и техните продажби.

Едновременно с това се намаляват личните крайградски стопанства на работниците и служителите, които служат като източник за задоволяване на известна част от нуждите от хранителни стоки. Въпреки действието на тези фактори закономерностите на структурната промяна на стокооборота се проявяват осезателно.

2/ При социализма стокооборотът на общественото хранене нараства с по-бързи темпове от този на търговската мрежа, в резултат на което се променя съотношението на стокооборота от търговската мрежа и общественото хранене в общия стокооборот на страната.

Таблица за съотношението на стокооборота от търговската мрежа и общественото хранене

Показатели	Г О Д И Н И			
	1952 г	1957 г	1961г	1964г
Стокооборот на дребно	100	100	100	100
СОО търг.мрежа	83,4	82,15	80	80,4
СОО обществ.хранене	16,6	17,85	20	19,6

Причината за тази промяна е постоянното увеличаване на стокооборота в стопанствата, разходите по производството и реализацията, на които се плащат от предприятията и учрежденията, а също така развитието на материално-техническата база на заваряванията за обществено хранене и по-специално тези за предяване на полуготова храна, закупувани и др.

С по-високи темпове при социализма се развива стокооборотът на село от този на града.

Показатели	1952 г.	1957 г.	1961 г.	1964 г.
ОБЩО - стокооборот	100	200,2	319	385
Града - стокооборот	100	195,6	311	380
Село - стокооборот	100	211,1	337,1	390

Тази закономерност е резултат на провежданата политика на Партията и Правителството за постепенно заличаване различията между града и селото, на насичането на селото с висококвалифицирани специалисти-механизатори, инженери и други с по-високи доходи и денатурализацията на селското стопанство.

С по-бързи темпове се развива стокооборотът в изостаналите по-рано в икономическо отношение окръзи, които след стъпване на политиката на Партията и Правителството за правилно разпределение на производителните сили се развиват усърдно като преодоляват своята икономическа изостаналост.

Таблица за стокооборота в някои окръзи на страната през база 1952 г. = 100

Показатели	1952 г.	1957 г.	1961 г.
ОБЩО за страната	100	200,2	319
гр.София	100	183,5	282,9
Толбухински окръг	100	201,8	301,8
Шлевенски окръг	100	212,6	310,5
Пазарджикски окръг	100	231,7	348,6
Благоевградски окръг	100	229,2	352,1
Разградски окръг	100	213,2	371,8

4. Сезонност в развитието на стокооборота на дребно.

Стокооборотът на дребно при социализма се реализира неравномерно в рамките на една година, както по обем така и по структура. Ако се проследят продажбите за една година по тримесечия ще се установи, че относителното тегло на стокооборота през отделните тримесечия не е еднакво. Така през 1960 г. реализирания стокооборот по тримесечия е както следва:

Стокооборот общо	за год.	I тр.	II тр.	III тр.	IV тр.
ОБЩО	100	21,96	24,32	26,15	27,57
Търговска мрежа	100	22,40	23,85	25,53	28,82
Общ. хранене	100	20,12	26,31	28,75	24,82

Данияте показват, че по-голямо относително тегло има реализирания стокооборот през четвъртото тримесечие и най-малко през първото. Същото дори в по-голяма степен важи и за стокооборота от търговската мрежа на дребно. Стокооборотът в общественото хранене, обаче следва по-друга тенденция. При него най-голямо е относителното тегло на продажбите през третото тримесечие и най-малко през първото.

Това разпределение на стокооборота по тримесечия не е валидно за всички райони на страната. Например, стокооборотът в гр. Варна се разпределя така за 1960 година:

Стокооборот общо	за год.	I тр.	II тр.	III тр.	IV тр.
Стокооборот общо	100	19,5	23,6	31,8	25,1
Търговска мрежа	100	20,8	23,7	28,9	26,6
Общ. хранене	100	14,7	23,1	42,1	20,1

Тук както общият стокооборот така и този от търговската мрежа и общественото хранене имат най-голямо относително тегло през третото тримесечие.

Неравномерно през годината се реализира и стокооборотът от отделните групи и видове стоки. Така през второто и третото тримесечие се продават повече разхладителни напитки, копринени тъкани, през второто, третото и четвъртото тримесечие пресни плодове и зеленчуци, през четвъртото вълнени тъкани и др.

Причините, които обуславят сезонността в стокооборота могат да бъдат присъщи на:

1. Производството и транспорта или общо на предлагането.

2. Потреблението или търсенето.

Следствие сезонността на производството на селското стопански произведения - зеленчуци, плодове, месо, птици и др. в кратко време на пазара се предлагат големи количества продукция, които предизвикват неравномерност в продажбите и потреблението, особено за някои от тях, като ягоди, малини, кайсии, череши и др.

В известни периоди от годината обикновено през зима в някои райони на страната не може да се осигури ритмична доставка на стоките в резултат на което неравномерно се реализира стокооборотът от стоки, които подлежат на по-бърза развала.

Сезонността в потреблението може да се дължи на неравномерното разпределение на доходите на отделни групи от населението, обусловено от сезонния характер на производството в селското стопанство, в курортното дело, строителството и т.н.

Сезонните изменения в потреблението се предизвикват също от особените изисквания на човешкия организъм през цялото да се нуждае от по-леки хранителни продукти - мляко, млечни произведения, пресни плодове и зеленчуци, разхладителни напитки, по-леки облекла и др., в резултат на което стоковата маса се реализира неравномерно.

До неравномерност в потреблението водят и някои бктов особености, свързани с празненства като Първи май, Деве тн септември, Нова година, за които обикновено се купуват нови дрехи, правят се подаръци и пр.

Неравномерност предизвикват и други случаи като събори, конгреси, конференции и т.н., някои от които се уреждат нарочно с цел да се оживи пазара.

Сезонните колебания при социализма затрудняват нормалното реализиране на стокооборота, защото предизвикват неравномерно натрупване на стокови запаси, изискват неравномерно постъпление на стоките и т.н. Неравномерността в продажбите освен това води до неравномерно използване на материално-техническата база на търгозията, с което се намалява икономическата ефективност от експлоатацията й.

Сезонността в стокооборота е свързана и с неравномерно запланниране и използване на кадрите, което пречи за по-вишаване културата на обслужването.

При капитализма също съществуват сезонни колебания, допри изкуствено се създават такива за извличане на по-големи печалби от разликата в цените при започване на сезона, върховия момент и края на сезона. Началната цена е обикновено няколкократно по-висока от стойността, във върховия момент цената се движи по-близо до стойността, но все още над нея и в края на сезона може да слезе под стойността, тъй като тогава сезонните стоки се разпродават. Новият сезон започва с нови стоки.

При социалистическата търговия задачата е да се намаляват смущенията, които се създават от сезонността. Така при селскостопанските произведения следва да се удължават времето на продажбите чрез удължаване сезона на производството, главно чрез правилно подбиране на сортовете и разделно засаждане, а така също и чрез нови начини за по-дълго съхранение.

При стоките, чиято неравномерност в продажбите е предизвикана от потреблението, следва да се осигурят необходимите стокови запаси преди настъпването на сезона, за да се разпродадат през сезона и в никакъв случай да не остават следващия. Тук е необходима правилна преценка за количествата стоки и времето на тяхната доставка и гъвкаво маневриране с цените.

Познаването на закономерностите в развитието на стокооборота на дребно при социализма е важно условие за планирането и организацията на работата в търгозията.

2. СТОКОВИ ЗАПАСИ

Стоките, които се намират в каналите на обръщението от момента на излизането от сферата на производството до момента на преминаването в сферата на потреблението образуват стокови запаси. Стоковият запас е форма на движението на стоките. Той постоянно се обновява и при това винаги остава в наличност.

Запаси от стоки, се образуват в производството, в обръщението и в потреблението. Съвкупността от всички запаси

образува запасите на страната. Продуктите, които се намират в сферата на обръщение представляват стоковия запас. Независимо от това дали стоките са в складовете на производствени предприятия, или на търговията на едро, на път или в магазините за търговия на дребно те представляват стоков запас.

Ролята на стоковите запаси е многостранна. Чрез тях следва да се осигури:

1. Непрекъснатост в продажбите. Това означава от отделните групи и видове стоки да има винаги определена личност в търговската и складове мрежа.

2. Широк избор на продажбите. Стоковият запас да бъде от разнообразен асортимент, съобразно потребителското търсене.

3. Бърза обръщаемост на оборотните средства в търговията. Около 90 % от оборотните средства в търговията представляват стокови запаси. Фактически обръщаемостта на стоковите запаси определя обръщаемостта на всички оборотни средства в търговията. Като се изхожда от изискването да не се прекъсва процесът на продажбите и да се осигури широк избор на продажбите следва да се определи голям обем на стоковите запаси. Обръщаемостта на оборотните средства се ускорява, ако с по-малък стоков запас се обслужва по-голям стокооборот. Следователно задачата тук е размерът на стоковия запас да се определя в рамките на действително необходимия.

Видове стокови запаси:

Според мястото на образуване стоковите запаси биват:

а/ запаси в производството - готовата продукция преди да бъде реализирана в търговията.

б/ запаси в търговията на едро - с цел да се осигури непрекъснато снабдяване на търговската мрежа и да се формира търговски асортимент от производствения асортимент;

в/ Запаси на път - в процеса на транспортирането на стоките

г/ запаси в търговията на дребно - тези запаси се явяват в резултат на различието в ритъма на доставянето на стоките което обикновено става периодично и продажбата на стоките, която представлява непрекъснат процес.

Според предназначението си стоковите запаси се делят на:

1. Текущи/постоянни/ - най-важната форма на стоков запас, осигуряват нормална работа в търговията - текущата продажба. Доставка им става обикновено ритмично, през определено време, което зависи от конкретните условия на работа

2. Сезонни стокови запаси - явяват се в резултат на особености в производството и търсенето или доставката на някои стоки. Времето на образуването на стоковите запаси не съвпада с времето на тяхната продажба. Предназначени са да удължат периода на предлагане на стоките, които се произвеждат в кратък срок от време - плодове и зеленчуци чрез лагироване, или да бъдат продадени точно в сезона на тяхното най-голямо търсене - плажни артикули, зимни обувки и др.

3. Специални или целеви запаси - имат специално предназначение, определено от висшестоящите органи.

Според величината стоките запаси биват: **минимални, максимални и средни.**

Минимален стокен запас е неизбежно необходимото количество стоки, с което се осигурява продажба без прекъсване така наречения в търговията червен запас. Използва се при нормирането и планирането на стоките запаси/ явява се в деня преди доставката/.

Максимален стокен запас - най-високият възможен и обосновано установен размер на стокен запас. Явява се в деня на поредната доставка на стоките. Използва се при нормирането и планирането на стоките запаси и за определяне необходимостта от складов площ.

Среден стокен запас - средното количество стоки, което осигурява стокооборота за определено време. Използва се при анализ на стокооборотността, нормирането и планирането на оборотните средства.

Според срока стоките запаси биват начални и крайни в зависимост от това дали се явяват в началото или в края на плановия период.

Стоките запаси се измерват по няколко начина:

- a/ абсолютно - натурално и стойностно
- b/ относително в дни и брой обороти.

Въз основа на натуралния обем на стоките запаси се определя необходимостта от складова площ. Стойностният обем на запасите е необходим при анализа и планирането на запасите и определяне обема на постъпленията.

Времето през което стоките пребивават в сферата на обръщението под формата на стокен запас, от момента на изкупуването от производственото предприятие до момента на тяхната продажба се нарича време на стокото обръщение

Времето на обръщението е част от времето за оборота на обществения продукт в народното стопанство. Следователно, като се съкращава времето на обръщението, увеличава се времето на производство, ускоряват се темповете на социалистическото производство.

Например, ако времето за производство на един чифт обувки е 40 дни и времето на тяхното обръщение 40, общо времето за оборота им е 80 дни. Ако се съкрати времето на обръщението с 8 дни или от 40 стане на 32 дни, увеличава се съответно времето за производство от 40 на 48 дни, т.е. с 20 %, което означава, че се създават условия за увеличаване на производството на обувки с 20 %. Съкращаването на времето на обръщението обаче не може да бъде самоцел в работата на търговските предприятия, тъй като прекомерното съкращаване води до прекъсване на продажбите на отделните групи стоки.

Скоростта на обръщението/ стокообръщаемост/ е качествено показател на средния стокен запас и означава за колко дни той осигурява стокооборота/ за колко дни прави един оборот/ ил: да определен период от време колко оборота прави.

Например, стокооборотът на едно търговско предприятие за едно тримесечие е 240 хил.лв. и средният стокен запас е 80 хил.лв., скоростта на обръщението на този сток

запас се изразява по няколко начина:

1. В брой обороти -

$$Б Об = \frac{СОО}{З ср} = \frac{240}{80} = 3,$$

където: Б Об. - брой обороти
 СОО - стокооборот
 З ср. - среден стоков запас

2. В брой дни за един оборот -

$$а/ \quad Бд = \frac{Зс \times Дп}{СОО} = \frac{80 \times 90}{240} = 30$$

$$б/ \quad Бд = \frac{Дп}{Б Об.} = \frac{90}{3} = 30$$

$$в/ \quad Бд = \frac{З ср}{СОО ср} = \frac{80}{2,66} = 30$$

Бд - брой на дните за един оборот;

Дп - дни на периода

СОО ср - среднодневен стокооборот.

Среднодневния стокооборот се намира като се раздели стокооборотът на дните на периода / в нашия пример

$$СОО ср = \frac{240}{90} = 2,667 \text{ хил. лв. /}$$

Средният стоков запас за даден период от време може да се установи по няколко начина:

- а/ по метода на средната аритметична и
- б/ по метода на средната хронологична.

По метода на средната хронологична се определя по точно размерът на средния стоков запас, защото началният и крайният стоков запас, който има по-малко значение за период да участвуват с половината от своето тегло.

Ускоряването на стоковото обръщение чрез подобряване на работата в търговските предприятия, означава повишаване ефективността на използването на наличните материални ресурси, създаване възможност с наличните ресурси да се разшири стопанската дейност на търговията, или да се освободят средства за другите отрасли на народното стопанство.

Така при план по стокооборота на дребно за 1965 годи на 3570 милиона лева, ако се ускори стокообръщаемостта само с 1 ден ще се освободят повече от 9,9 милиона лева.

Скоростта на стоковото обръщение зависи от редица фактори:

1. Съотношение между търсенето и предлагането. Търсене и предлагането в даден период от време следва да се намират в определено съотношение, преди всичко по обем. Превишаването на предлагането над търсенето води до забавяне на стокообръщаемостта, което се отразява отрицателно върху стопанската дейност на отрасъла търговия като цяло, затруднява се възпроизводственият процес в народното стопанство, намаляват се приходите в бюджета и т.н. Когато пък търсенето превишава предлагането стокообръщаемостта се ускорява,

обаче изкуствено. Стоковите запаси се изчерпват много бързо, прехвърля се снабдяването с отделни групи стоки, явява се излизък от парични средства в населението и т.н.

С увеличаване на производството на предмети за потребление и повишаване на материалното благосъстояние на населението се променя съотношението между търсенето и предлагането на отделните групи и видове стоки. Така по-висококачествените и модни стоки в началния период на предлагане се ползват с повишено търсене, следствие на което имат много по-бърза обръщаемост от останалите.

Търсенето и предлагането следва да съответствуват по време. Особено важно е това съответствие за сезонните стоки. Предлагането на сезонни стоки преди настъпването и в началото на сезона увеличава тяхната обръщаемост. Предлагането им обаче в средата и особено в края на сезона забавя обръщаемостта им з много случаи до следващия сезон. / Изучаване на потребителското търсене и въздействие върху производството. /

2. Потребителските/ физикохимическите/ свойства на стоките. Млякът, месото, рибата, пресните плодове и зеленчуци, млякото изискват бърза реализация, защото при по-дълъг престой се влошават качествата им, или стават негодни за употреба. С по-широкото внедряване на хладилните и други съоръжения за съхранение се удължава времето на бързо разваляните се стоки за продажба, но въпреки това те остават с най-бърза обръщаемост.

3. Сложност на асортимента на стоките. Непрекъснатото разширяване на асортимента на предлаганите от търговията стоки води до увеличаване времето на тяхното обръщение, защото от всички видове на дадена група стоки следва да се осигури непрекъснато наличие в търговската мрежа. Така за нормалната търговия с обувки се изискват постоянно наличие на всички размери, фасони, модели, цветове от мъжки, дамски, външески и детски обувки.

4. Производствени условия. Разпределението на производството на предмети за потребление върху територията на страната влияе върху скоростта на обръщение на стоките. Така равномерното разпределение на производството създава условия за по-бърза доставка на стоките в търговията, поради намаляване на превозното разстояние.

Сезонният характер на производството на някои стоки и тяхното ритмично търсене налага образуването на по-големи стокоси запаси, с което се забавя стокообръщаемостта.

5. Транспортни условия. В по-далечните райони на страната поради затруднения в транспортирането през зимните месеци, стоките се доставят през по-продължителни интервали от време. За да се осигури непрекъснатост в продажбите при тях се образуват по-големи стокоси запаси, с което се забавя скоростта на обръщение.

6. Организация на доставката на стоките. В зависимост от условията за производство, съхранение и потребление на стоките се използват различни методи за доставка на стоките от производствените предприятия до търговската мрежа на дребно - пряко, транзитна, презскладова и т.н. С увеличаване относителното тегло на пряко и транзитно доставените стоки,

значително се ускорява тяхната обръщаемост. Така фабрично опакованите в обичайни за потреблението количества стоки, създават възможност за транзитната им доставка и по-бързата им продажба в търговската мрежа.

7. Придоженето на прогресивните форми на търговия. При самообслужването, открития показ, продажбата по образци се осигурява по-пълно излагане на разнообразния асортимент от стоки, в оборота се възличат максимално количество стоки, създават се условия за по-бърза продажба, в резултат на което се ускорява стокообръщаемостта.

3. ПРЕДПОСТАВКИ ЗА СЪСТАВЯНЕ НА ДЪРЖАВЕН ПЛАН ЗА СТОКООБОРОТА НА ДРЕБНО

Да се определи обемът на стокооборота на дребно в национален мащаб означава да се изгради един от основните баланси в народностопанския план - балансът между търсенето и предлагането на предмети за потребление.

Стоковите фондове на страната представляват предлагането, а търсенето това са покупателния фонд на населението и ведомственият фонд.

Стоков фонд

Основната маса от предмети за потребление създадени в социалистическото общество постъпват в каналите на организирания пазар в съответствие с държавния план. Тази част от стоковата продукция, произведена в промишлеността и селското стопанство носи наименованието стокови фондове. Не всички предмети за потребление обаче населението получава чрез пазара. Известна част от продуктите селското население получава в натурална форма като заплащане от ТКЗС и от спомагателното стопанство за лично ползване. Тези продукти не се включват във стоковите фондове на страната.

Понятието стоков фонд възниква с плановото обръщение на продуктите през пазара. Стоковият фонд обхваща продукцията на промишлеността, селското стопанство и вноса, която постъпва в сферата на потреблението, чрез посредничеството на държавната и кооперативна търговия.

Стоковият фонд е в постоянно, непрекъснато движение т.е., представлява организационното обхващане на стоковата продукция за насочване по планов ред реализацията ѝ в народното стопанство.

Значението на стоковите фондове е да обезпечават материално/веществено/ стокооборота на дребно и съдействуват за повишаване уронена на народното потребление.

За да изпълни това си основно предназначение стоковият фонд следва да съответствува на потреблението в няколко насоки: по обем, структура, качество, време и място на търсенето.

Всяко отклонение от това съответствие води до сериозни затруднения не само в търговията, но и в цялостната икономика на страната - залежаване на стоки, излишци от парични средства в населението, намаляване на постъпленията в

юджета и т. н.

Общият размер на стоковите фондове трябва да превишава в определен размер покупателния фонд на населението и ведомствените продажби с оглед за обезпечаване известни резерви за евентуални смущения на пазара, предизвикани от конюнктурни явления, по-бързо нарастване на паричните доходи на отделни групи от населението и за намаления на цените на някои стоки.

Стоките, а следователно и стоковите фондове се създават в отраслите на материалното производство: промишлеността и селското стопанство. Допълнителни източници за стоков фонд са вносите от други страни и деблокираният държавен резерв.

Промислеността като източник на стокови фондове участва с изделия на леката и хранително-вкусовата промишленост и някои изделия на тежката промишленост - лека коли, мотоциклети и др. Селското стопанство участва с продукцията от ТКЗС, ДЗС, спомагателните стопанства към държавните предприятия и учреждения, личното стопанство на членовете на ТКЗС, частни стопани и др.

Селскостопанската продукция се включва в стоковите фондове чрез изкупвателните организации.

Вносът служи като допълнителен източник за стоков фонд. Неговият обем и асортимент се определят по целесъобразност, като се изхожда от международното разделение на труда. Внасят се обикновено стоки, които не се произвеждат в страната - жни плодове, подправки, леки коли и др., или за разширяване асортимента на предлаганите стоки - тъкани, обувки, телевизори, перални, хладилници и др.

Държавният материален резерв може да бъде източник на стоков фонд само, когато деблокираното количество стоки е по-голямо от новоблокираното, или когато се деблокират известни количества стоки без съответно да се блокират нови. Това става при бедствия, смущения на пазара и др.

В съответствие с ежегодното увеличение на обществения продукт, националният доход и фонда за потребление расте и стоковия фонд.

Нарастването на стоковия фонд у нас се вижда от данните за продажбата на по-важните групи стоки за периода 1957, 1960, 1964 години.

Стокови групи	Мярка	Г о д и н и		
		1957	1960	1964
Захар	х. т.	39,8	49,7	69,4
Захарни изделия	"	34	54,7	71,4
Месо	"	53	66	84,3
Месни произведения	"	20	31,6	43,6
Мляко	х. л.	68	128,3	198,7
Сирене и кашкавал	х. т.	23,2	41	48,3
Зеленчукови консерви	х. т.	15,9	28,9	35,
Обувки	х. ч.	4,7	7,3	10,8
Радиоприемници	бр.	91,087	156,488	156,159
Телевизори	"	-	3,565	71,041

Ел. хладилници	бр.	-	3,514	27,636
Ел. перални машини	-	-	38,779	110,376

По-нататъшното увеличаване на стоковите фондове е обезпечено с високите темпове на развитие на промишленото и селскостопанското производство начертани от Директивите на VIII конгрес на БКП.

Така производството на някои стоки към 1980 г. ще се увеличи в сравнение с 1960 г. както следва: зеленчуци око- ло 2 пъти, яйца повече от 3 пъти, мляко близо 4 пъти, па- мучни тъкани повече от 2 пъти, вълнени тъкани повече от 2 пъти, копринени тъкани повече от 8 пъти, телевизори близо 40 пъти, а ще се произвеждат и редица стоки, които сега се внасят, като леки коли, стоки от синтетични материали и др.

Едновременно с увеличаване обема на продукцията пред промишлените и селскостопански предприятия стои задечага за разширяване на асортимента, подобряване качеството и на намаляване себестойността ѝ, както и за подобряване опаковката и разфасовката на стоките.

В зависимост от начина на планиране стоковите фондове се делят на централизиран и децентрализиран.

Централизиран стоков фонд се нарича този, на който постъпленията и разпределението се утвърждават от народно стопанския план поименно, видове, количества и стойност.

Децентрализиранят стоков фонд се определя в държа- вия народностопански план само по общ обем и по стойност. По групи и видове стоки се уточнява чрез пряко договаряне между производствените и търговските предприятия и органи- зации.

В централизирания стоков фонд са включени стоките от по-важно, решаващо значение за потреблението и стокооборо- та на страната. С развитието на производството и потребле- нието, значението на едни стоки намалява, а на други на- раства, следствие на което едни стоки преминават от центр- ализиран в децентрализирания стоков фонд и обратно. Тен- денцията за развитие на стоковите фондове при социализма е да намалява броят на стоките от централизирания стоков фонд и се увеличава броят на стоките от децентрализирания фонд.

В плановата практика се прави разлика между стокови те фондове и в зависимост от тяхното предназначение. По-го- лямата част от стоковите фондове се продава на населението / 5 - 7 % от тях на ведомствата и предприятията за домашни ски нужди/, чрез магазините на държавната и кооперативната търговия и се нарича пазарен фонд. Другата част от стокова- та продукция е предназначена за специално снабдяване - бол- ници, детски домове, производствено- експлоатационни нужди от второстепенно значение и се нарича извънпазарен фонд.

Обемът на стоките от централизирания стоков фонд се определя от ДКП чрез разработване на материални баланси. Го- ляма част от изделията, на които се съставят материални ба- ланси представлява средства за производство, в разпреде- лението на които не се предвижда стоков фонд.

Стоковият фонд се определя в балансите за предметите за потребление и някои средства за производство/ Цимент, въглища, дърва за горене и др./

~~Най-важната задача, която се поставя при разпределението на стоковия фонд е да се определи отношението между пазарния и извънпазарния фонд. Обемът на извънпазарния фонд следва да се следва до действително необходимия, а пазарният максимално да се увеличи.~~

След като се определи по групи стоки общия обем на стоковите фондове, МПТ съвместно с ЦСТЕ планира разпределението му по окръзи.

~~Разпределението на стоковия фонд се осъществява по обемни стокови планове и стоковите данни излизат от делните окръзи съответствено с потребностите на икономиката.~~

Временно недостигащите/ дефицитните стокови фондове се разпределят с предимство за обектите с ~~национално значение~~ и за окръзите с важно политическо значение - крайгранични, курортни/ за чужденците/ и др.

~~Последният етап от планирането на стоковите фондове се отнася до планирането им от районите на производството до районите на потребление.~~

До сега съществуващия начин на планиране и ръководство на народното стопанство този краен етап от планирането на стоковите фондове се осъществяваше от МПТ, чрез Централното управление за търговията с един за по-голямата част от стоките/ с изключение на тези, които се доставят направо от производствените предприятия - месо, месни произведения, мляко, млечни произведения, спиртни и безалкохолни напитки, брашно, зарива, пресни плодове и зеленчуци и др./ като се изхождаше главно от ~~счетоводените~~ национални търговски данни бърза - ~~национални~~ разходите по доставката на стоките/ при крепване на търговските предприятия към промишлените, при мерно към ДПП "Дружба" - Варна/.

По новия начин на планиране и ръководство на народното стопанство ~~се предвижда~~ на търговските предприятия да избират доставчиците/производителите/ на отделните стоки, като изхождат главно от качеството и асортимента на произведените от тях стоки и на второ място от разходите по доставката им.

Основна черта на новата система на планиране и ръководство на народното стопанство е окупняването на производството и неговата специализация чрез изграждане на тръстове, наричани у нас държавни стопански обединения с оглед повишаване обществената производителност на труда и повишаване качеството на произведените стоки - достигане световното равнище по качество и цени.

С това ~~се намаля~~ възможността на търговските предприятия да избират доставчиците, но от друга страна правото им да играят решаваща роля при определяне качеството и асортимента на произведените стоки на практика сега се прояснява.

Все още търговията на стоков фонд фигурира в народността

панския план само в стойностно изражение.

При новата система на планиране нараства значението на децентрализирания стоков фонд, тъй като се увеличава броят на стоките, които се включват в него.

Източниците за образуване на децентрализирания стоков фонд са : промишлеността, селското стопанство, внос, собствено производство на търговските предприятия, надомно производство, частни занаятчии и др./ 27 Постановление на МС от 1964 г. 6 VII и 23 Постановление IV 1965 г./

Уточняването на стоките от децентрализирания фонд по видове, качество, а за някои от тях и по цени се предоставя на търговските организации при взаимно договаряне с производителите. По такъв начин се създават условия за бърза промяна на качеството, асортимента и моделите на произвежданите стоки, съобразно динамиката в потребителското търсене, предизвикана от модата, сезонността и т.н.

Покупателен фонд

Потреблението представлява последната завършваща фаза в процеса на разширеното възпроизводство. Потреблението се създава от производството, тъй като производството създава продукта за потребление, определя способа на потреблението. Обаче и потреблението на свой ред поражда производството, което без потреблението на произведените продукти би загубило смисъл.

Политическата икономия прави разлика между производствено и лично потребление. Обект на търговията е личното потребление - предмети за лично потребление, услуги и някои производствени средства, които хората използват за задоволяване на техните лични нужди.

В условията на стоковото производство личното потребление се задоволява главно чрез пазара в зависимост от платежоспособното търсене на населението.

Платежоспособното търсене е форма, под която се проявява онази част от потребностите на обществото и неговите членове, която може да бъде заплатена от потребителя. Следователно личното потребление е по-широко понятие от платежоспособното. Известно е, че част от потреблението си населението задоволява натурално - при потребление на продуктите от личното стопанство, натуралното заплащане в ТКЗС, получени подаръци в предмети и т.н.

Но личното потребление може да бъде по-ограничено от платежоспособното, вследствие слабости в работата на търговските предприятия и организации при несъответствие на стоковия фонд с потребителското търсене по обем, време, място, асортимент и качество.

Личното потребление се обуславя главно от състоянието на производството, вноса и износа на предмети за потребление, при което решаваща роля играе производството. В крайна сметка обаче потреблението зависи от обема, разпределението и преразпределянето на националния доход. Националният доход е ~~използван~~ обществен продукт за определено време, обикновено година, намален с разходите необходими за възстановя

ване на потребните производствени средства.

По своята веществена/натурална/ форма националният доход се състои от новопроизведените средства за производство и предмети за потребление, предназначени за обезпечаване разширеното социалистическо възпроизводство и удовлетворяване на растящите лични и обществени потребности на трудещите се.

Присъщо на националния доход при социализма е нарастването му с бързи темпове в това число и в нашата страна. Така за периода 1952-1964 г. той е нараствал при база 1952 г. = 100, както следва 1956 - 126; 1963 - 253 и 1964 - 267.

В процеса на използването националният доход се разпада на два основни фонда: фонд потребление и фонд натрупване. Във фонда натрупване влиза тази част от националния доход, която е необходима за непрекъснатото разширяване и усъвършенствуване на промишленото и селскостопанското производство/ а така също и обслужващите ги търговия, транспорт и съобщения/ при използване всички достижения на науката и техниката.

Във фонд потребление влиза тази част от националния доход, в която са включени всички разходи за удовлетворяване на растящите материални и културни потребности на трудещите се и общите разходи на страната за управление.

Фонд потребление обхваща: фонда за индивидуално потребление, който се разпределя стойностно и натурално между трудещите се за задоволяване на техните и на семействата им потребности и фонд за обществено/ колективно/ потребление за сметка на който се задоволяват различни нужди на цялото общество.

Фондът за индивидуално потребление се разпределя между ваетите в общественото производство работници и служителите въз основа на изискванията на социалистическия закон за разпределение според количеството и качеството на вложения труд в производствения процес. В ТКЗС разпределението на фонда потребление също става според вложения труд, но по две форми, парична и натурална, като относителното тегло на последната намалява. Членовете на ТКЗС получават натурални и парични доходи и от своето лично стопанство.

Паричните си доходи населението разходва за покупка на стоки и за заплащане на услуги за задоволяване на своите разнообразни потребности. Тези парични доходи са основата на така наречения купувателен фонд на населението.

Купувателен фонд на населението се нарича онази част от фонда потребление, предоставена на населението под парична форма, която то използва за покупка на стоки от пазара.

Източници на парични доходи на населението са работната заплата, доходи от продажба на селскостопански произведения, пенсия, помощи и др. Една част от доходите си населението разходва за заплащане на различни услуги: комунално-битови, културни, транспортни и др. под общото наименование нестокови разходи. Друга част спестява в ДСК, БИБ или неорганизирано в себе си. Третата част, която е основната, населението разходва за покупка на предмети за потребление, с които задоволява нуждите си от храна, облекло, домакинско обзавеждане и др. представлява стоковите разходи на населението.

нието или неговият популателен фонд.

И така популателният фонд на населението представлява сумата от паричните доходи на населението намалена с нестоковите разходи и спестяванията.

В практиката често се смесват понятията популателен фонд и популателна способност на населението. Докато популателният фонд представлява паричната сума, с която населението се изважда в определен период на пазара за покупка на стоки, то популателната способност изразява количеството стоки, което може да се закупи в даден момент с определена парична сума, при определено равнище на цените. Така при намаление на цените без да се променят номиналните доходи на населението популателната му способност нараства пропорционално на намалението на цените, докато обемът на популателния фонд остава неизменен.

Популателният фонд на населението се определя по планов път за нуждите на планиране обема на стокооборота, обема на паричното обръщение, производството на предмети за потребление, данъчните постъпления, приръста на спестяванията и др.

Популателният фонд на населението зависи от следните фактори:

1. Обем на паричните доходи на населението;
2. Нестоковите разходи
3. Спестяванията

Увеличението или намалението на паричните доходи на населението води до съответно увеличение или намаление на популателния фонд, ако нестоковите разходи останат неизменни и обратни.

Бърху сумата на паричните доходи на населението оказват влияние:

а/ Изменението на номиналната работна заплата, паричното заплащане в ТКЗС, размерът на пенсията, стипендиите, пенсията и др.

б/ Броят на заетите лица в народното стопанство/увеличението на броя на работниците в отраслите на материалното производство води до увеличение на общественя продукт и до нарастване на паричните доходи на населението/;

в/ повишаване производителността на труда;

г/ увеличението на добивите в растениевъдството и продуктивността на животновъдството;

д/ равнището на изкупните цени на селскостопанските произведения.

Сумата на нестоковите разходи зависи главно от:

а/ разходите за данъците, таксите и членски внос, които населението плаща в зависимост от размера на доходите;

б/ цените и тарифите на ползваните от населението услуги, жилищни, комунално-битови, транспортни и др.;

в/ размера на услугите, които населението ползва.

Чрез периода на Генералната перспектива се нарастват както паричните доходи на населението така и нестоковите разходи на населението. Популателният фонд се увеличава в резултат на увеличаване на номиналната заплата, главно по линията на намаляване на данъчните разходи заплащането на високо и

ниско квалифицирания труд, намаляване различията в заплатите на различните категории работници, служители и кооператори. Ще се увеличат пенските, а да се намалат нестокозните разходи, главно чрез намаляване цените на услугите и постепенно намаляване и премахване на данъците и таксите. Ще отпаднат едни от стокните разходи, които ще се задоволяват за сметка на обществените фондове - учебници, храна, а по-късно и облекло на децата и учениците, лекарства и др.

Покупателната способност на населението се нараства по пътя на намаляване цените на дребно на стоките,

Между покупателния фонд на населението и стокооборота на дребно съществува определена зависимост. Тя се изразява в това, че стокооборотът от продажби на населението без продажби на предприятия и учрежденията трябва да бъде равен на покупателния фонд на населението. Ако няма такова съответствие може да се затрудни стокното обръщение в целия икономически живот на страната.

В условията на социалистическата стопанска система, когато в болшинството си паричните приходи и разходи на населението са свързани с разходите или приходите на социалистическите предприятия и учреждения, планирането на покупателния фонд на населението е напълно възможно и задължително.

Обемът на покупателния фонд на населението се определя чрез разработването на баланса на паричните доходи и разходи на населението. Балансът на парични доходи и разходи на населението отразява само движението на наличните пари и не включва никакви натурални възнаграждения.

Паричните доходи на населението се делят на две основни групи:

а/ постъпления на пари от държавни и кооперативни предприятия и организации и парични разходи към същите,

б/ постъпления на пари от продажба на стоки и оказани услуги и парични разходи за покупка на стоки и заплащане на услуги между населението.

Различие то между тези две групи доходи и разходи на населението се състои в това, че в първия случай се отразяват отношенията на населението с обществения сектор в народното стопанство, а втората група отразява отношенията между отделните членове и групи на обществото.

Ако се определи покупателният фонд в национален мащаб движението на парични средства между населението/ например, чрез кооперативно-пазарната търговия/ не оказва влияние върху общия му обем. Следователно обемът на покупателния фонд също за страната може да се определи само от първата група приходи и разходи. Включването на втората група приходи и разходи в баланса има значение при планирането структурата на стокооборота. При анализа на тази група приходи и разходи се вижда каква част от доходите на градското население преминава във селското посредством кооперативно-пазарната търговия, а това има голямо значение, тъй като все още съществува разлика между потребителското търсене в града и селото. При непроменени други условия увеличението на продажбите на кооперативния пазар намалява търсенето на плодове и

зеленчуци в градските магазини, като съедновременно се увеличава търсенето на някои стоки от селското население.

Балансът на паричните доходи и разходи на население то се разработва не само за страната, но и по окръзи и в социален разрез. С това фактически се подобрява планирането на покупателния фонд, тъй като в окръжния баланс се постига по-голямо уточняване както на паричните доходи, така и на нестоковите разходи и на спестяванията, а оттук и на самия обем на покупателния фонд на населението за отделните окръзи и за цялата страна. Това спомага за по-реалното икономическо обосноваване на разпределението на стокооборота на дребно и стоките фондове по окръзи.

Разработването на баланса в социален разрез предполага уточняването на доходите и разходите, както за цялото население така и за всяка група поотделно - работници, служители, членове на ТКЗС. Тези данни се използват главно при планиране обема на стокооборота по населени места и при разпределението и планирането на стоковия фонд.

Освен в териториален разрез планът по стокооборота се съставя и по тримесечия. Разработката на баланса за паричните доходи и разходи по тримесечия служи за обосновка на разпределението на плана по стокооборота по тримесечия.

Балансът за паричните доходи и разходи на население то се съставя по определен ред. Най-напред се разработват доходите и разходите от група "А" - доходи и разходи от и към общественния сектор.

Разликата между паричните доходи на населението и нестоковите разходи, спестяванията и измененията в наличните пари в населението представлява покупателният фонд.

Впоследствие се разработват показателите за паричните доходи и разходи на група "Б".

За разработването на отделните показатели на баланса на паричните доходи и разходи на населението е необходимо да се познава тяхното съдържание и източниците за необходимите материали и данни. Отделните показатели се разработват чрез разчети в специални таблици по определена номенклатура в ДКП за националния баланс и в плановия/Търговия и изкупуване/отдел на Окръжния народен съвет за окръга съгласно специална инструкция.

4. ПЛАНИРАНЕ СТОКООБОРОТА НА ДРЕБНО В НАРОДОСТОПАНСКИ МАЩАБ

Планът за стокооборота на дребно в народостопански мащаб се разработва по следните раздели:

1. План за обема на стокооборота за годината;
2. План за стоковото обезпечение;
3. План за състава на стокооборота - търговска мрежа и обществено хранене;
4. План за стокооборота по тримесечия;
5. План за стокооборота по ведомства;
6. План за стокооборота по окръзи.

Основни предпоставки за определяне обема на стокооборота са: а/ покупателния фонд на населението и б/ продажби

те на държавни, кооперативни организации и предприятия за домакински нужди /ведомствени продажби/.

Обемът на стокооборота на дребно се определя по следната примерна таблица:

И н д е к с	Сума в млн. лв.
1. Парични доходи на населението общо	4000
2. Нестокови разходи и прираст на спестяванията	600
3. Покупателен фонд на населението /1-2/ от него: а/ за държавна и кооперативна търговия на дребно /3-б/ б/ за кооперативно-пазарната търговия от ТКЗС	3400 3320
4. Ведомствени продажби	80
5. Обем на стокооборота в страната/3а+4/	210 3530

От покупателния фонд на населението се спада определена сума предназначена за покупка на стоки от ТКЗС на кооперативния пазар, тъй като стокооборотът реализиран при кооперативно-пазарната търговия не се планира.

Преди да се пристъпи към окончателно утвърждаване на обема на стокооборота така получената сума следва да се съпостави с обема на стоковите фондове. Да се установи правилна пропорция между стоковите фондове и обема на стокооборота, означава да се уравни обемът на търсенето с обема на предлагането. Това уравнивяване може да стане по няколко начина: 1. Ако обемът на стоковите фондове е по-голям от обема на стокооборота:

- а/ чрез намаление цените на стоките;
- б/ увеличаване на заплатите;
- в/ комбинирано.

2. Ако обема на стокооборота е по-голям от обема на стоковите фондове:

а/ издирване на допълнителни стокови фондове/ дец фонд, внос, държавен резерв/.

- б/ частично увеличение на цените

До Априлския пленум на ЦК на БКП през 1956 г. изравняването на стокооборота и стоковите фондове ставаше главно чрез едновременно намаление на цените на голяма част от стоките. При това в много случаи се намаляваха цени на стоки, за които липсваха икономически предпоставки/ намалена себе стойност, условия за увеличаване на производството, задоволяване на пазара/.

Освен това намалението на цените на стоките облагоденствува тази част от населението, която има по-високи заплати, като не само, че не премахва различията в заплащането, а още повече ги увеличава.

След Априлския пленум 1956 г. изравняването на различията между стоковия фонд и стокооборота се осъществява чрез диференцирано увеличение на заплатите на отделни категории работници и служители.

Най-правилно е изравняването между стоковите фондове и стокооборота да става комбинирано - чрез диференцирано увеличение на заплатите, с оглед намаляване различията между тях и частично намаление цените на отделни стоки, за които са на лице икономически предпоставки.

Обемът на стокооборота на дребно трябва точно да отговаря на покупателния фонд на населението и средствата на ведомствата за покупка на стоки за домакински нужди и текущ ремонт.

Ако обемът на стокооборота бъде определен в по-голям размер от покупателния фонд и ведомствените продажби то планът ще бъде нереален. Паричните средства на населението и ведомствата ще бъдат недостатъчни за закупуване на стоките, определени в съответствие с обема на стокооборота и стоките ще заложат.

Обратно при планиране на по-малък обем на стокооборота от размера на покупателния фонд и ведомствените средства ще се получи задържане на парични средства в населението и прекъсване в снабдяването с отделни стоки.

Правилното определяне на ведомствените продажби има значение за общия обем на стокооборота и за обезпечаването му със стоки.

Ведомствените продажби се ограничават посредством: утвърждаване на списък от МС на стоките, които ведомствата имат право да купуват; стоките се отпускат само за домакински нужди и текущ ремонт с определени нормативи за износване работно облекло; лимитиране на средствата за закупуване.

Планът на стокното обезпечение има за задача да свърже потребностите от стоки с възможностите на народното стопанство за тяхното задоволяване. На практика разработването на плана за стокното обезпечение означава планирането на стоковите фондове. В материалните баланси отделните произведения се планират в натурално изражение затова по средни цени определени от ДКП стокният фонд се превръща в стойностно изражение.

Разпределението на обема на стокооборота на дребно за търговската мрежа и общественото хранене се прави въз основа на:

1. Анализ на предшестващия период за установяване постигнатото съотношение между стокооборота в търговската мрежа и общественото хранене;

2. Закономерността за развитието на стокооборота на общественото хранене с по-бързи темпове от стокооборота на търговската мрежа.

3. Възможности за разширяване материално-техническата база на общественото хранене.

Разпределението на плана за стокооборота на дребно по тримесечия става като се изхожда от установената тенденция за предшестващите 4-5 години на реализацията на стокооборота по тримесечия. Вземат се предвид и новите фактори, които ще способствуват за усилване или намаляване сезонността в стокооборота на дребно.

Разпределението на стокооборота на дребно по окръзи се извършва на два етапа:

1. Разпределение на годишния план по окръзи
 2. Разпределение на плана за всеки окръг по тримесе
- чия.

По окръзи планът по стокооборота се разпределя въз основа на: анализ на предшестващия период, данни за районната икономика на отделните окръзи, като се коригира покупателния им фонд с движението на парични средства между окръзите, перспективното развитие на окръзите, проекто-плановите на самите окръзи.

Разпределението на плана по стокооборота по ведомства става в зависимост от характера на стоките, с които те търгуват, спецификата на потребителското търсене, което те задоволяват и в зависимост от основната икономическа задача, която народностопанския план поставя за дадения период.

9. ИЗУЧАВАНЕ НА ПОТРЕБИТЕЛСКОТО ТЪРСЕНЕ

За да може производството на стоки за народно потребление да се развива в съответствие с растящите потребности на обществото необходимо е тясно взаимодействие между производството и търговията. Търговията, която има пряк допир с потребителите е призвана да изучава потребителското търсене и въздействия на производството за разширение на производството за стоки в необходимият за населението асортимент. В същото време търговията трябва да въздейства на потребителя за разширението на потребностите, повишаване на културата и подобряване на структурата на потреблението.

Изучаването на потребителското търсене позволява правилно да се извърши разпределението на стоките фондове по отделните райони на страната, съобразно особеностите на потреблението в отделните населени места на страната.

Изучаването на потребителското търсене е задача на всички търговски звена. Магазина е първичното звено в който се изучава потребителското търсене, защото там се формират исканията на потребителите. Изучаването на потребителското търсене е постоянна задача на търговските работници, защото потребителското търсене постоянно се развива и изменя под влиянието на многобройни фактори.

Различаваме три вида потребителско търсене: задоволено, незадоволено и формиращо се потребителско търсене.

Задоволеното потребителско търсене се отразява в реализираните продажби на стоките. Потребителя е купил търсената стока и е задоволил своята потребност.

Незадоволеното потребителско търсене се отразява в нереализираните продажби поради липса на търсените стоки и невъзможността им да бъдат заменени с други. Причините за липсващи стоки могат да бъдат най-различни.

Формиращото потребителско търсене отразява пораждаването на нови потребности. Това търсене се формира под действието на рекламата, ревютата, изложбите, пуснати на пазара нови стоки.

С изучаване на потребителското търсене се определя:

- а/ обема на потребителското търсене
- б/ асортиментната структура на търсенето.

в/ изискванията на купувачите към качеството и оформянето на стоките.

Изучаването на задоволеното потребителско търсене се извършва посредством отчитане и изучаване на продажбите. Продажбите могат да се установят чрез: а/ непосредственото отчитане на продажбите на стоките / по касови бележки, етикети и пр./ ; б/ отчитане на продажбите по движението на стоките запаси и постъпленията/ балансовият метод/; в/ въз основа на данните за престояването на стоките в магазини. Към стоката се прикрепя етикет на който се написва датата на пускането в продажба и датата на продажбата. Разликата между двете дати показва колко време е престояла стоката в магазина.

Незадоволеното потребителско търсене се отчита по метода на оперативната отчетност. Продавачите са задължени да водят специални тетрадки в които да отбелязват случаите на незадоволено търсене. Водят се и втори вид тетрадки, които се предоставят на потребителите сами да вписват своите препоръки за доставяне на липсващи стоки.

Формиращото търсене се изучава чрез организирането на изложби, модни ревюта, базари на нови стоки, конференции, пускане на пробни партиди стоки, събиране на сведения от модни ателиета и пр.

Получените резултати от изучаването на потребителско търсене се използват за съставянето на заявки до про изводствените предприятия и подобряване на асортиментната структура на магазините.

6. СНАБДЯВАНЕ НА ТЪРГОВСКАТА МРЕЖА СЪС СТОКИ

Правилната организация на снабдяването на търговската мрежа със стоки изисква да се спазват следните по-важни принципи:

а/ стоките да се доставят в магазините в необходимото количество, качество и асортимент в съответствие с потребителското търсене. Неспазването на този принцип води до влошаване на снабдяването на населението или до нарастване на стоките запаси.

б/ стоките да се доставят ритмично. Този принцип означава стоките да се доставят в съответствие с продажбите. Неспазването на принципа води до прекъсване на продажбите и излишни натрупвания в началото на доставката.

в/ при доставката на стоките да се осигурява максимална скорост на обръщението и в магазините и в цялата мрежа. Това означава стокооборотът в магазините да се реализира с минимални стокоси запаси. Необходимо е за всеки магазин по групи стоки да се определят размерите на стокосите запаси, които строго да се спазват.

г/ стоките да се доставят при най-рационално използване на транспортните средства. Това изисква правилно разработване на маршрутите на движение на транспортните средства и подбирането им по товароподемност и вид според характера на стоките.

Д/ стоките да се доставят при минимални разходи. Това изисква правилна организация на доставките.

В зависимост от реда на извозването на стоките в търговската мрежа различават се две форми на снабдяване магазините: ~~транзитна и складова.~~

Транзитната форма на снабдяване е тази при която стоките направо от производственото предприятие се извозват в магазините. При складовата форма стоките се извозват от производственото предприятие в складовете на търговските предприятия и оттам в магазините.

Транзитната доставка на стоки има значителни предимства, като обръзото доставяне на стоките в магазините, съкращаване на повторенията се товаро-разтоварни операции, намаляване на загубите при прехвърлянето на стоките, намаляване на разходите по придържането на стоките, съкращават се складовите разходи. Транзитната доставка има и отрицателни страни, като доставянето на големи партии в тесен производствен асортимент, което може да влоши задоволяването на потребителското търсене, нарастване на стоковите запаси, забавяне на стокообръщаемостта, липсата на условия в магазина за по-продължително съхраняване на стоките води до влошаване на качеството им.

Транзитната форма на снабдяване е подходяща при обръз зоразвалящите се стоки, за стоките от най-прост асортимент, за стоките от месно производство не изискващи складова обръзка, за плодовете, зеленчуците.

В случаите когато не може да се приложи транзитна се използва складовата форма на снабдяване на магазините. При складовата форма стоките се подлагат на редица допълнителни операции като разопаковане, сортиране, комплектуване, качествена проверка, допълнителна обработка по повишаване годността им за продажба-пакетиране, фасоване и пр.

Складовата форма на снабдяване се прилага за всички стоки от сложен асортимент, при получаване на стоки на големи партии с тесен производствен асортимент от местен доставчик, стоките които се чуждат от дообработка, при създаването на сезонни запаси.

През последните няколко години широко се практикува централизираната доставка на стоки в магазините. В сравнение с децентрализирания начин на снабдяване магазините със стоки, централизирания има значителни предимства. Съвпада се ред при зареждането на магазините, което се извършва по график, отговорността по доставката се възлага на доставчика, работниците от магазините се освобождават от задълженията за доставяне на стоките, ускорява се движението на стоките, намаляват се размерите на стоковите запаси, съкращават се потребностите от складови площи, намаляват се транспортните разходи и потребността от транспортни средства, по-добре се използва товароподемността им, съкращава се и документацията при отпускането на стоките.

Организатори на централизираната доставка могат да бъдат промишлените предприятия, ТПК, ОПП, хладилниците, плодохранилицата, складовите бази, транспортни предприятия. Централизираната доставка може да се прилага както при

транзитната така и при складовата форма на снабдяване на търговската мрежа.

Централизираната доставка изисква да се определят минималните норми на доставка на стоки от доставчиците, да се определят магазините в които ще се води централизирано, да се определи периодичността на доставката, да се разработи график и маршрут на движението на транспортните средства, да се определи потребността и подберат транспортните средства, определяне начина на приемане и предаване на стоките, протекцията документация, организиране на диспечерска служба и подготвяне на механизми за извършване на товаро-разтоварните операции.

7. ПРОДАЖБА НА СТОКИТЕ И ОБСЛУЖВАНЕ НА КУПУВАЧИТЕ

Правилната организация на продажбата на стоки има голямо народостопанско и обществено значение. От това как ще се организира продажбата на стоките зависи изпълнението на плана по стокооборота и задоволяване на търсенето на потребителите, на техните изисквания към качеството на стоките и организацията на търговията.

Задача на търговските работници чрез използване на търговската техника и прогресивните методи на продажби на стоките да осигурят висока култура на обслужването на потребителите. Култура на търговията означава не само красиво подредени магазини, но и поддържането на широк асортимент от висококачествени стоки, бързо отпускане на стоките и внимателно отношение към купувачите.

Бързото отпускане на стоките и културното обслужване на потребителите изисква стоките да се намират в търговската зала в състояние годни за отпускане. За това е необходимо те да бъдат предварително подготвени за отпускане.

Обслужването на купувачите при продажбата на стоките в зависимост от характера на потребителското търсене се извършва в две форми: продажба по твърдо установено търсене - стоката е добре известна на купувача и продавача само приема поръчката и отпуска стоката, продажба чрез избиране на стоката от купувача - търсенето на стоката предварително не е установено. Продажбата се извършва след запознаване със стоката, сравняване и избиране. Тук продавача показва стоката и консултира купувача.

През последните няколко години в нашата страна класическият начин на продажба на стоките посредством продавачи, силно се измества от новите форми на продажби като: самообслужване, на открит показ, по образци, салонна форма, продажба по поръчки, по поръчка с доставка в дома, на кредит, по единни цени, чрез автомати и др.

Предимствата на новите форми на продажба на стоките се заключават в:

1. Чувствително се увеличава пропускателната способност на магазините;
2. Повишава се културата на обслужването;
3. Подобрят се икономическите резултати.

Наред с основното търговско обслужване търговските

предприятията организират и допълнително - търговско и културно-битово обслужване на купувачите. Допълнителното обслужване представлява набор от мероприятия по оказване услуги на купувачите свързани с покупката и използване на стоката, или услуги от културно-овитов характер. Допълнителното обслужване е в интерес на потребителя и търговското предприятие.

Към допълнителното търговско обслужване се отнасят например доставянето на продадените стоки в дома на купувача, инсталиране на продадени стоки в дома, поправка на кулени в момента или по-рано стоки, уреждане на изложби за показване на стоките в действие, уреждане на консултации от специалисти за ооравене или съхраняване на купените стоки и пр.

Допълнителните културно-битови услуги нямат пряка връзка с продажбите, но създават удобства на купувачите и са в интерес на предприятието. Към тях се отнасят: даване на справки и информации, узавене на веди, откриване на ктото за отмора, организиране на детски став, подкрепителни пунктова, откриване на театрални каси, доцески клон, клон на енествовна каса, спорт-тото пункт и пр.

Различните търговски и културно-битови услуги се организират в една или друга степен в зависимост от конкретните условия на всеки магазин.

8. ПЛАНИРАНЕ СТОКООБОРОТА НА ДРЕБНО В ТЪРГОВСКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ - ПОКАЗАТЕЛИ НА ПЛАНА И ТЯХНАТА БАЛАНСОВА ВРЪЗКА

Стокооборотът на дребно е основна, най-важна част от търговско-финансовия план на търговското предприятие. От обема и структурата на стокооборота на отделното предприятие зависи големината, състава и разположението на търговската мрежа, необходимостта от кадри, равнището и структурата на разходите за обръщение и т.н.

Планът за стокооборота на дребно в търговското предприятие се разработва в следните раздели:

1. Обем на стокооборота;
2. Структура на стокооборота;
3. Разпределение на стокооборота по обекти;
4. Разпределение на плана за стокооборота по тримесе

чия.

Основни показатели на плана по стокооборота на дребно са: продажби, стокоси запаси - начални и крайни, постъпления и фири. Между показателите на плана за стокооборота на дребно съществува балансова връзка, изразена по следния начин: начални запаси + постъпления = продажби + фири + крайни стокоси запаси известна под наименованието баланс на стокооборота.

Балансът на стокооборота има за задача да обвърже от делните показатели на плана за стокооборота, служи за озава при определяне на постъпленията на стоките и като контролен инструмент за изравняване на съставните елементи на стоко

Основен показател на плана за стокооборота на дребно е плана за продажбите, който е и основен показател на стопанската дейност на търговското предприятие. В зависимост от обема и структурата на продажбите се определят обема и структурата на постъпленията и стоките запаси. От структурата на стокооборота зависи стокообръщаемостта, размера на фирите и т.в. От своя страна и продажбите се намират в определена зависимост от останалите показатели на балансопостъпленията и стоките запаси. Постъпления и запаси от висококачествени, търсени от населението стоки осигуряват ритмично изпълнение на плана за продажбите.

При разработването на показателите на плана за стокооборота на дребно се спазва определен ред: първо се разработва планът за продажбите по обем и структура и след това планът за стоките запаси - начални и крайни и на края планът за постъпленията.

9. ОСНОВНИ ПРЕДПОСТАВКИ ЗА ПЛАНИРАНЕ СТОКООБОРОТА НА ДРЕБНО В ТЪРГОВСКОТО ПРЕДПРИЯТИЕ

Планирането в търговското предприятие се осъществява на два етапа: 1. Съставяне на проекто-план; 2. Разработване на утвърдения план.

Основни предпоставки за съставяне на проекто-плана в търговското предприятие са:

1. Контролни цифри;
2. Договори за доставка на стоки;
3. Изучаване социално-икономическите показатели на района на дейността на предприятието;
4. Анализ на предплановия период.

Контролната цифра, която търговските предприятия получават от отдел "Планов" при ОНС отразява деловото им участие в обхвата на популателния фонд на селището, представя процент на завишение на обема на стокооборотите спрямо очакваното изпълнение за текущата година. За отделното предприятие контролната цифра се определя въз основа на мястото, което то заема във стокооборота на селището, промените, които настъпват във икономиката на района, равнищата, които стопанството предлага, а така също и от директивите, която ДКП разработва за развитие на стокооборота общо за страната. Чрез директивата се осъществява балансова връзка между търсенето и предлагането за определен период от време, обикновено година, при текущото планиране. По новата система на планиране и ръководство на народното стопанство се предприема да се премине към непрекъснато планиране. Едновременно с утвърждаването на плана за годината, в по-обобщени показатели да се определи и задачата за следващата година с оглед по-правилно да се насочат и използват средствата за капиталовложения, да се осъществяват по-рационални връзки между търговията и производството и т.н.

Контролни цифри търговските предприятия при новата система на планиране получават само за развитието на стоко

оборота / най-важните групи стоки / и капиталовложенията.

При преминаването на търговските предприятия към новата система на планиране и ръководство на народното стопанство важна предпоставка за разработването на проекто-планове стават договорите за доставка на стоки и материали. За търговските предприятия на дребно тази предпоставка засяга договарянето на стоки, които се доставят направо от произходствените предприятия без посредничеството на търговията на едро, като месо и месни произведения, мляко и млечни произведения, спиртни и безалкохолни напитки и някои стоки от децентрализирания стоков фонд, произведени в местни промишлени предприятия. Особено значение придобива предварителното договаряне за търговията на дребно на предприятието "Булгарплод", тъй като доставката на по-голяма част от плодовете и зеленчуците се определя по взаимно договаряне с производителите ТЗС и ДЗС.

За да обоснове икономически проекто-плана по стокооборота на дребно, търговското предприятие трябва да извърши самостоятелно проучване на социално-икономическите показатели на района, който обслужва. За целта търговското предприятие трябва да разполага с данни за броя, възрастта и социален състав на населението, относителния дял на работещото и заетото в материалното производство население.

Броя на домакинствата. Тези данни ще улеснят съставянето на плана за продажбите по структура. Плановите и оперативни търговски отдели трябва освен това да познават производствения профил на района - промишлен или селскостопански и то подробно, какви отрасли от промишлеността и селското стопанство са заети и предстои да се развие, както и състоянието на местната промишленост, оборотите и стокови потоци на кооперативния пазар. Освен това следва да се познават добре транспортните връзки на района, условията за превозване на стоките през отделните периоди на годината, тъй като те играят важна роля при определяне размера на стоковите запаси и ритъма на стоковите постъпления.

Друга важна предпоставка за съставяне на проекто-плана в търговските предприятия е анализът на плана на собствения район през предходния период.

Данните от анализа дават представа за достигнатото равнище на дейността на предприятието, допуснатите слабости през периода и накрая какви мероприятия следва да се проведат през плановия период. За целта анализът трябва да бъде задълбочен, а не повърхностен, да разкрива не само слабостите, но и причините, на които се дължат. Освен това анализът трябва да бъде подробен, да обхване дейността както на предприятието като цяло, така и на неговите поделеници и стигне до отделните обекти - магазини, складове, ресторанти и т.н. За да бъдат изводите за работата на предприятието правилни, данните от анализа трябва да са съпоставими. Това се постига като се елиминира действието на такива фактори, като изменението на цените, промяна в структурата на стокооборота и др.

За да се разработи планът за стокооборота на дребно е необходимо също така да се познава състоянието на пазар

приятното в навечерието на плановия период, по отношение на неговите финанси, търговска мрежа и т.н. Данните за финансовото състояние на предприятието следва да дават представа за целесъобразното използване на средствата според тяхното предназначение, ефективността на капиталовложенията, обръщаемостта на оборотните средства, рентабилността на предприятието като цяло и отделните негови подразделения и т.н.

Да се знае състоянието на търговската мрежа означава да се разполага с данни за преустроените и новооткритите магазини, пропускателната способност на търговската мрежа, броя на работните места, стоквата структура на магазините, месторазположението им в чертите на населеното място и т.н.

Разпределението и използването на кадрите съобразно тяхната квалификация и делови качества е от решаващо значение за работата на търговското предприятие, затова без подобни и точни данни за състоянието на кадрите не може да се състави реален план за стокооборота в предприятието.

Проекто-плановете на магазините са също предпоставка за планиране на стокооборота не дребно в търговското предприятие. Те дават възможност на планиращите органи по-пълно да разкрият резервите както на цялото предприятие така и на отделните негови звена.

10. ПЛАНИРАНЕ НА ПРОДАЖБИТЕ ПО ОБЕМ И СТРУКТУРА

Планирането на обема на продажбите в търговското предприятие на дребно става въз основа на контролните цифри за нарастването на стокооборота през плановата година, които Управлението / отдела / "Търговия и закупуване" е разработил. Контролната цифра се определя в зависимост от тенденциите в развитието на стокооборота за отделните групи стоки. По та
какъв начин чрез контролните цифри се определя относителния дял на търговските предприятия в реализацията на стокооборота в населеното място или район. Нарастването на стокооборота в контролните цифри се сравнява с очакваното изпълнение на продажбите за текущата година. Затова една от най-важните етапи на планирането в търговските предприятия е да се определи възможно най-точно очакваното изпълнение на общия обем на стокооборота, към определяне на очакваното изпълнение на обема на продажбите следва да се пристъпи едва след като се направи задълбочен анализ на дейността на предприятието през предплановия период - предшестващата година и през първото полугодие на текущата година. За целта следва да се отчете действието на проявените закономерни тенденции и ново-възникналите фактори, които оказват влияние върху продажбите и как тези фактори и тенденции ще действуват до края на годината - през второто полугодие. Такива фактори могат да бъдат разкриване на нови производствени предприятия, увеличаване притока на курортисти, нарастване производството на търсени от населението стоки, разширение на търговската мрежа и т.н. Към обема на така определеното очаквано изпълнение за текущата година се прибавя за сметеното, предвидено в контролните цифри и се получава проекто-плана

по стокооборота за следващата година.

В отделни предприятия, където съществуват възможности, които не са предвидени от висшестоящите органи може да се приеме нарастване на обема на стокооборота по-високо от кон тролните цифри.

Проекто-планът за обема на продажбите се разработва не само общо за годината, но и по тримесечия, като се изхожда от особеностите на района, които предприятието обслужва. Освен това проекто-планът за обема на продажбите се разработва по отделни звена на предприятието, по обекта, а дори и по работни места.

Друг важен етап от планирането на стокооборота е подробно в търговското предприятие е определянето на неговата групово-асортиментна структура. В този план се включват потребностите за потребителските стоки по определена от висшестоящата организация номенклатура. Основната задача, която се поставя пред планиращите органи при разработването на плана за групово-асортиментната структура на стокооборота е да се изгради най-правилно съотношение между отделните групи стоки за годината, като се изхожда от спецификата на населеното място, или района, които предприятието обслужва. Изхождайки от данни за състоянието на плана са материалите от изучаването на потребителското търсене, анализа на продажбите за предходните 3-4 години и информацията от търговците на едро и производствените предприятия за производство на нови стоки. При анализа на данните за потребителското търсене следва да се установи до каква степен е задоволено търсенето за отделните групи стоки и по какви причини са прекъсвания продажбите, какви са възможностите за задоволяване на търсенето през новата година. При невъзможност да се задоволи напълно търсенето на някои стоки, трябва да се предвидят най-подходящите им заместители, или към кои други стоки евентуално не се прехвърля търсенето. За стоки, които не могат да бъдат задоволени, обемът на продажбите се определя в рамките на възможностите, които се определят от възможностите на производството или вноса за годината/ хладилници "Ираз", леки коли, ябни плодове и др./. При планирането на структурата на продажбите трябва също да се имат предвид промените, които стават при нарастване или увеличаване на жителите на някои стоки, а така също изменението в търсенето следствие повишаването на благосъстоянието на населението.

Така определенният обем на продажбите по групи стоки се проверява по два начина: за хранителните стоки по средните норми за потребление, а за промишлените стоки по броя и полововъзрастовия състав на населението, броя на семейства та/ за стоките за домакинско обзавеждане/ и др.

Сумата от продажбите на всички групи стоки, трябва да бъде равна на общия обем на продажбите, като при евентуално различие се корегира общия обем, а не отделните групи стоки.

15) ПЛАНИРАНЕ НА СТОКОВИТЕ ЗАПАСИ

Планирането на стоките запаса става въз основа на определени нормативи за средните стокови запаси, като се

състави план за началните и крайните стокови запаси.

Нормативите за средните стокови запаси се определят в дни, общо за търговското предприятие за една година, които представляват средна претеглена величина от запасите на всички групи стоки. Затова изграждането на норматива за средния стоков запас в предприятието започва с нормирането запасите по отделни групи стоки. Нормативът на средния стоков запас на една стока е равен на полусбора от минималния и максимален запас:

$$3 \text{ ср.} = \frac{3 \text{ мин.} + 3 \text{ макс.}}{2}$$

Размерът на минималния стоков запас зависи от редица фактори, които следва да се вземат предвид при определянето му, а именно: среднодневен стокооборот; време необходимо за подготовка на стоките за продажба; отклонения от среднодневната продажба; отклонения в ритъма на доставките, сложност на асортимента и физикохимическите свойства на стоките. Така минималният запас на бърворазвалящите се стоки се определя в размер на възможностите на материално-техническата база за съхранение.

Пример - минимален запас в дни на ориз:

1. Среднодневна продажба	1 ден
2. Време необходимо за подготовка на стоките за продажба	0,5 дни
3. Неравномерност в продажбите	2 дни
4. Неравномерност в доставката	2 дни
5. Сложност на асортимента	1,5 дни
Всичко	7 дни

Максималният стоков запас се получава като към минималния се прибавят дните на поредната доставка/определена честота на доставките/.

Дните на поредната доставка се определят под въздействието на много фактори, по-важни от които са:

1. Характер на стоката и нейните физико-химически свойства.

2. Производствени условия, като ритъм на производство то, разфасовката на стоката, вида на амбалажа.

3. Транспортни условия - тук се включват транспортните тарифи, вида на транспортното средство, големината на превозваните партии, начин на експедиция и т.н.

4. Характер на потребителското търсене на стоката - ежедневно, периодично или рядко.

5. Състояние на търговското предприятие и материално-техническата му база и начин на организация на дейността по доставката на стоките.

Ако е определена честотата на доставките в предприятието на ориза през 14 дни, то максималният стоков запас е равен на $21 / 7$ дни минимален стоков запас + 14 дни честота на доставката/, а средният стоков запас на ориза е 14 дни.

$$\frac{7 + 21}{2}$$

Разработването на диференциран запас по групи стоки е свързано с разход на много труд, затова този метод не може да се прилага ежегодно, а през 5-6 години. Междувременно стоките запаси се нормират общо на базата на определени коефициенти.

Начални стокони запаси са тези, които се очакват да са налице в началото на плановия период. Поради това, че планът се съставя през текущата година, в търговското предприятие не се разполага с конкретни отчетни данни за точния обем на запасите в края на годината и се изчислява приблизителния им размер. За тази цел се изхожда от последните отчетни данни за стоките запаси към определена дата, оценяват се промените които те настъпят, предвидения план и очакваното изпълнение за продажбите и постъпленията и съгласно балансовата връзка на показателите на стокооборота се определя очаквания стокон запас в края на годината, който се явява начален за плановата година.

Същият метод, обаче не може да се приложи за определяне обема на крайните стокони запаси, тъй като всички данни за четвъртото тримесечие на плановата година са приблизителни. За да се определи крайният стокон запас се използва за висимостта, която съществува между размера на стокония запас и среднодневния стокооборот. Известно е, че $Q_{\text{дня}} = \frac{Z}{D}$ / норматива в дни / са равни на отношението на числител среден стокон запас и знаменател среднодневен стокооборот. Следователно стокония запас за четвъртото тримесечие не бъде равен на произведението от норматива в дни по среднодневния стокооборот за четвъртото тримесечие. Така получената сума следва да се коригира с особеностите на търсенето на някои стоки през IV-то и I-то тримесечие.

12. ПЛАНИРАНЕ НА СТОКОВИТЕ ПОСТЪПЛЕНИЯ

С планирането на постъпленията на стоките в търговските предприятия се осъществява стоконото обезпечаване на продажбите за плановия период. При това планът за постъпленията се съставя не само по обем, но и по групи стоки по определена номенклатура. Методиката за разработване проекто-плана за постъпленията не е еднаква за всички групи стоки. Тя се определя в зависимост от значението на отделните стоки за потреблението, а така също и от източника на постъпленията. Така за планиране постъпленията на месото, млякото, сиренето, млечните масла, яйцата, за някои видове пресни плодове и зеленчуци търговските предприятия получават контролни цифри от Управленията и отделите "Търговия и изкупуване" при окръжните народни съвети. Контролните цифри за тези стоки слушат и като основа за договаряне с доставчиците. За други стоки, които се доставят пряко от производствените предприятия като спиртни и безалкохолни напитки, сладкарски изделия, кашкавал и др., постъпленията се установяват чрез пряко договаряне между търговските предприятия и доставчиците.

За останалите стоки, доставчик на които е ОП, постъпленията се установяват при съставянето на проекто-баланса

за стоковото обезпечаване на стокооборота по форма "4 а". Като се използва взаимната връзка на показателите на плана по стокооборота на дребно в стоковия баланс, че $З н + Постъпления = Продажи + З к + Фире$ се определя обема на постъпленията като разлика от сбора на продажбите, крайните запаси и фирите минус началните запаси.

Постъпленията = Продажи + Зк + фире - З н

При това планът за постъпленията се разработва не само общо за годината, но и по тримесечия.

Разработеният проекто-план за продажбите и стоковото обезпечаване по установената номенклатура се представя от търговските предприятия на дребно на Управленията и отделите "Търговия и изкупуване", които след като разработят общия проекто-план за окръга представят своите заявки пред Министерството на вътрешната търговия.

Вторият етап от планирането на стокооборота в търговските предприятия на дребно е разработването на утвърдените показатели за продажбите, стоковите запаси и постъпленията по отделни звена и работни места.

Глава II

ОБЩЕСТВЕНО ХРАНЕНЕ

1. СЪЩНОСТ И ЗНАЧЕНИЕ НА ОБЩЕСТВЕНОТО ХРАНЕНЕ

Храната е основна жизнена необходимост за съществуването на човека. Добиването на хранителни продукти и приготвянето на готова храна всякога е било и ще бъде една от главните негови грижи.

В съвременните обществени условия различаваме два основни начина за получаване и потребление на готова храна. При първия начин, основната работа по приготвянето и самата консумация на храната става при домашни условия, в отделното домакинство. При втория начин, това става извън домакинството в специални предприятия/заведения/ за хранене. Така че обобщено казано, различаваме домакинско хранене и хранене в предприятията извън домакинството.

В условията на капитализма, предприятията за извъндомакинско хранене са частна собственост. Единствената цел на техните собственици е да получат възможно най-голяма печалба от стопанисването на тези предприятия. Поради това, че организацията и стопанисването на тези предприятия за хранене е частна работа, при която не се поставят за разрешение обществени задачи, то храненето в предприятията извън домакинството при капитализма не може да се нарече обществено хранене. То би могло да се нарече експлоатация на предприятията за производство, сервиране и продажба на готова храна и напитки.

В условията на социализма, предприятията/заведенията за извъндомакинско хранене са обществена собственост, поради което и трудът при тях има непосредствено обществен характер. Тези предприятия се стопанисват от обществена орга

низации в интерес на обществото, не за извличане на възможното най-голяма печалба, и имат за цел задоволяването на една важна обществена потребност. Ето защо, храненето в предприятията извън домакинството при социализма е действително обществено хранене.

И така, общественото хранене при социализма се различава коренно от експлоатацията на предприятията за хранене при капитализма както по своята икономическа същност, така и по целта, която му се поставя за разрешение.

Възприето е да се говори и пише за капиталистическа търговия и за социалистическа търговия, за парите при капитализма и парите при социализма, както и за всички други икономически категории на капитализма и стоковото производство, които остават да съществуват и се употребяват със същите наименования при социализма, макар и с коренно различно социално-икономическо съдържание. Това обаче са икономически категории, които са възникнали при условията на предшестващите социализма общественно-икономически формации, добили са всеобща гражданска и научна употреба и за удобство са възприети и в икономическата терминология на социализма.

Не така обаче е положението с възникването на икономическата категория "обществено хранене". Общественото хранене възниква за пръв път след Великата Октомврийска социалистическа революция, а след това остава и се утвърждава в условията на преходния период и на победения социализъм в СССР. В условията на капитализма, както преди Октомврийската революция, така и след нея, са съществували и сега съществуват предприятия за хранене и пиене, които обаче не са били и сега не са предприятия за обществено хранене.

Следователно, икономическата категория "обществено хранене" е категория само на социализма и съвсем неправилно е тази категория да се пренася за употреба и при условията на капитализма.

За сега у нас в системата от показатели на народостопанския план общественото хранене не е признато като отделен отрасъл на народното стопанство и се счита само като подотрасъл на народностопанския отрасъл "Търговия". В нашата икономическа литература до сега не е правен опит да се обоснове и докаже, че общественото хранене икономически е и трябва да се разглежда като самостоятелен отрасъл на народното стопанство.

Организационното включване на общественото хранене в системата на Министерството на вътрешната търговия, разбира се, не може да се приеме за критерий при решаването на въпроса дали общественото хранене икономически може да се разглежда като част от търговията или трябва да се разглежда като самостоятелен отрасъл на народното стопанство.

В Съветския съюз общественото хранене се счита и се разглежда като напълно самостоятелен основен отрасъл на народното стопанство.

Обосноваването на общественото хранене като отрасъл на народното стопанство е икономически обусловено от следните обстоятелства:

На първо място - главна характерна черта и специфична особеност на общественото хранене е, че то съчетава два вида стопански дейности - производствена и търговска. Тези два вида стопански дейности са така тясно свързани, преплетени и взаимно обусловени, че практически е невъзможно тяхното разграничаване и обособяване като самостоятелна производствена и самостоятелна търговска дейност. Естеството на работата при общественото хранене изисква да се осъществява постоянно, тясно и най-непосредствено съгласуване между производствената и търговската дейност. Това единствено се осъществява от специалните заведения и предприятия за обществено хранене.

На второ място - обемът на стопанската дейност извършвана от заведенията и предприятията за обществено хранене у нас в настоящия етап е вече дотолкова нараснал, че дава достатъчно основания, те да бъдат отделени и разглеждани като самостоятелен отрасъл на народното стопанство със своя обособена сфера на дейност със специфичен характер на изпълняваните от него функции и със свои специфични проблеми за разрешение.

Няма основание у нас общественото хранене да продължава да се счита само като подотрасъл на вътрешната търговия, особено с оглед близките перспективи за неговото голямо развитие.

Въпросът за обособяването на общественото хранене като самостоятелен отрасъл на народното стопанство има не само чисто теоретическо значение, но и важно практическо значение. Чрез неговото правилно решаване ще се съдействува за научното и планово регулативно обособяване на проблемите на тази стопанска дейност и за целесъобразното съсредоточаване на грижите за нейното по-нататъшно подобряване и усъвършенствуване.

Общественото хранене има голямо икономическо, социално и политическо значение.

Икономическото значение на общественото хранене може да бъде изразено в следните насоки:

а/ Чрез общественото хранене се постига голямо увеличение на производителността на труда при приготвянето на храната в сравнение с домашната кухня. Направените изследвания показват, че производителността на труда на работниците в столовете към предприятията, учрежденията и училищата е около 5-6 пъти, а в търговските общодостъпни заведения 3-4 пъти по-висока от домашната кухня. Направена тази сметка в национален мащаб дава ясна представа за огромното народностопанско значение на общественото хранене за осъществяване големи икономии на обществен труд.

б/ Чрез общественото хранене се постига повишаване на производителността на труда и на столуващите работници, служачи и селяните - кооператори. Хранящите се в заведенията за обществено хранене губят много по-малко време, сили и нерви за храненето си, тъй като храната им се осигурява в стола на самото предприятие, учреждение, на полето или в близко до тях заведения за обществено хранене. Останалото време от обедната почивка столуващите използват за действи

телен отдих, а не за пътуване до дома и обратно. Ясно е, че след това с възстановени сили, работниците ще дадат по-голяма производителност на своя труд.

в/ Чрез общественото хранене се осъществяват големи икономии на материални средства - помещения, съоръжения и кухненски инвентар. Големите кухни на заведенията за обществено хранене използват много по-рационално своята материално-техническа база в сравнение с домашната кухня.

г/ Чрез общественото хранене се осъществяват значителни икономии от гориво и суровини за приготвянето на храната. По отношение на гориво, очевидно е, че неговото използване в кухните на заведенията за обществено хранене е много по-икономично. Що се отнася до икономията на суровини при приготвянето на храната, възможностите и резултатите при общественото хранене са безспорни. Тези възможности стават все по-големи с бързото развитие на механизацията на производствените процеси по обработката на суровините/ употребата на картофобелачки, машини за почистване, нарязване на различни зеленчуци, универсални кухненски машини и пр./.

д/ Най-после чрез общественото хранене става възможно рационалното използване на отпадъците при кухненското производство, както и тези от готовата храна. Известно е колко голям е икономическият ефект при използване на кухненските отпадъци за храна на свинете.

Социалното значение на общественото хранене се изразява в това:

а/ Освобождава жената от кухненската домашна работа, която я отнема най-много време и чрез това спомага до голяма степен за практическото осъществяване на пълното равнопоставяне на жената във всички области на обществения и културен живот.

б/ Общественото хранене като съдействува за освобождаването на жените от домашната кухня, дава им възможност да работят обществена работа и допринасят за значително увеличаване на доходите на глава от домакинството. Зато ва развитието на общественото хранене е важно условие за повишаване материалното благосъстояние на трудящите се.

в/ Общественото хранене спомага за преустройството на домашния бит на трудящите се на социалистически начала, като се преодоляват еснафските и дребнобуржоазни отживелици в бита и труда.

Здравословното значение на общественото хранене се състои в следното:

а/ Общественото хранене създава условия за внедряване на научно обосновано хранене според възрастта, пола, професията и здравословното състояние на обслужваното от него население. Само в заведенията за обществено хранене е възможно да се спазват строго всички научно установени норми за количеството и качеството на консумираната храна, както и всички технологически и кулинарни правила при приготвянето на храната, за да отговаря тя на медицинските изисквания за лечебна, пълноценна и здрава храна.

б/ При общественото хранене е възможно да се създаде

дават и контролират всички изисквания за спазване на пълна хигиена при приготвянето на храната и при обслужването на потребителите. В съвременните добре обзаведени и механизирани заведения за обществено хранене/ хигиенни помещения, машинна обработка на продукти, използване на електричество то за технологическо гориво, хладилници, вентилатори и пр./ хигиената лесно и удобно се поддържа на голяма висота.

в/ Чрез общественото хранене по косвен път се създават условия за подобряване на хигиената в домовете, както и за създаване на приятна и спокойна атмосфера в тях.

г/ Най-после чрез общественото хранене се създават условия за добро настроение и дообър апетит на хранещите се, което е много важно условие за пълноценното и с най-голяма полза възприемане на храната от човешкия организъм.

Общественото хранене има и политическо значение. За веденията за обществено хранене са масови заведения посещавани ежедневно от стотици хиляди трудещи се. От състояние то на тяхната работа, от тяхните успехи и слабости, гражданите на нашата страна виждат най-непосредствено резултатите от стопанската и социална политика на партията и правителството.

2. ОРГАНИЗАЦИОНЕН СТРОЕЖ НА ОБЩЕСТВЕННОТО ХРАНЕНО В НРБ

У нас след 1957 г. стопанската дейност на обществено то хранене се организира и осъществява изцяло от държавни предприятия и кооперативни организации.

Държавните стопански предприятия, които организират и стопанисват заведения и обекти за обществено хранене според подчинението си могат да бъдат разглеждани в две групи:

а/ предприятия на централно подчинение

б/ предприятия на местно подчинение

Към първата група спадат:

а/ Държавното стопанско обединение "Турист" при Главното управление на туризма към Министерския съвет. Това предприятие чрез своите клонове стопанисва представителни ресторанти и други заведения в крайморски и планински курорти и в големите административни центрове на страната и са предназначени да обслужват предимно чужденци - туристи и летовници.

б/ Държавно стопанско предприятие "И.п. ресторанти и спални вагони" при Министерството на транспорта и съобщенията. Това предприятие стопанисва ресторанти, буфети, разносна и извозна търговия със закуски по ж.п.гари и летници

в/ Държавно стопанско предприятие "Студентски столове".

към втората група спадат:

а/ Градските търговски предприятия "Здрава храна" и "Градска търговия", които стопанисват заведения и обекти за обществено хранене в градовете и се ръководят от съответните градски народни съвети.

5/ Столовете към предприятията, учрежденията и училищата се ръководят от самите предприятия и учреждения, към които са създадени.

Тази организационна структура на столовете има редица недостатъци. Не може да се осъществи квалифицирано делово стопанско и технологическо ръководство на столовете. Не може да се организира обща доставка, съхраняване и студена преработка на суровините. Тези недостатъци могат да се преодолееят ако всички столове се обединят в едно самостоятелно стопанско предприятие / в по-големите градове / или се обособят като поделение на "Здрава храна" / в по-малките градове /. Първите опити в тази нова по-ефективна организация на столовете вече са направени в гр. Бургас и в Коларовград /1965 г./.

Кооперативният сектор на общественото хранене се състои от:

а/ Системата на потребителните кооперации: Градските потребителни кооперации "Наркооп" и Селските потребителни кооперации "Селкооп".

б/ Системата на трудово-производителните кооперации които стопанисват главно сладкарници в градовете.

Относителното тегло на отделните търговски системи за обществено хранене през 1960 г. е било:

ДСП "Турист"	3,8	
ДСП "Х.п. ресторанти"	3,6	
ГТП "Здрава храна" и "Градска търговия"	34,3	
Столове	15,	<hr/>

Държавен сектор: 56,7.

Потребителни кооперации - ЦКС 37,6

Трудово-производителни кооперации .. 5,7

Кооперативен сектор 43,3

Държавното планово-регулативно ръководство на общественото хранене се осъществява чрез Министерството на вътрешната търговия управление "Обществено хранене" и чрез отделите и управленията "Търговия и изкупуване", сектор "Обществено хранене" към Окръжните народни съвети.

3. ОСНОВНИ ТИПОВЕ ЗАВЕДЕНИЯ И ФОРМИ НА ОБСЛУЖВАНЕ В ОБЩЕСТВЕННОТО ХРАНЕНЕ

Заведението за обществено хранене е основното първично звено в което се извършва производството на кухненска продукция, продажбата на готова храна и стоки и се обслужват потребителите при консумацията на храната.

Различаваме следните основни типове заведения за обществено хранене:

1. Столове. Това са най-масовия тип заведения, които обслужват най-голям брой потребители. Отличителните особености:

а/ Те са закрити заведения - обслужват само работниците и служителите на предприятието или учреждениято към което са създадени.

б/ Цените на храната са много ниски, защото включват само стойността на вложените хранителни продукти по цени на едро. Всички разходи по производството и обръщението / тъй наречените режийни разноски/ се поемат от държавата и се изплащат от предприятията и учрежденията.

в/ Прилага се абонаментна система т.е. всеки столуващ дава предварителна заявка за вида и количеството на храната, която ще консумира.

г/ Предлагат сравнително по-ограничен асортимент ястията и са на самообслужване.

Всички останали заведения за обществено хранене са общодостъпни и се групират в четири ценови категории: екстра, първа, втора и трета.

2. Ресторанти. Задачата на този тип заведения е - да произведат и сервират богат асортимент ястията и напитки при много изисквана и луксозна обстановка и да създават условия за почивка и развлечения. Готвачите и сервитьорите трябва да бъдат с висока квалификация. Ресторантите са от екстра /показна/ категория с 90 % / за Балкантурист 100 % / надценка и от I категория с 50⁰ надценка.

3. Гостилниците са основен тип общодостъпни заведения. При тях изискванията към обстановката и асортимента са по-скромни от тези за ресторантите. Гостилниците са обикновено на самообслужване и са от II и III ценови категория с 35 % и 30 % надценка.

4. Закусвалните са масово посещавани заведения разположени на места с голямо движение на потребители. Произведат и продават главно закуски, скара, по 2-3 вида супи и готови ястия и широк асортимент топли и студени безалкохолни питиета. Те са от I и III ценова категория и са със самообслужване.

5. Сладкарници - предлагат сладкарски и захарни изделия, тестени закуски и безалкохолни питиета. Те са обикновено на самообслужване и имат II и III ценова категория.

Освен посочените имаме и други типове заведения като: джембеджийници, кебабчийници, ресторант-градни, бирарии, пивници, аперативи, кафе-сладкарници, бюфети и др.

Обслужването в заведенията за обществено хранене може да бъде организирано по две основни форми:

а/ обслужване със сервитьори

б/ самообслужване

Обслужването със сервитьори се прилага при ресторантите, кафе-сладкарниците и в някои гостилници. То може да се организира или по системата на индивидуалното обслужване или по бригадната система. При индивидуалната система всеки сервитьор обслужва самостоятелно отделен район с определен брой маси/ за заведения от екстра категория - 4-5 маси, за I категория - 5-6 маси и за летните градни - до 8 маси/. Тази система има редица недостатъци: сервитьорите нямат възможност да приемат, настаняват и да изпълняват последователно поръчките на клиентите, квалифицираните сервитьори трябва да извършват обикновени и прости операции по връщане на приборите и др., трудно се обучават нови сервитьори, трудно се упражнява контрол срещу надземанията при плащането и пр.

При бригадната система, обслужването се извършва от бригада в състав от 3 до 5 души сервитьори, един от които е най-високата квалификация е шеф-бригадир. Бригадирът се намира постоянно в обслужвания район, приема поръчките на клиентите, като се грижи за тяхното последователно изпълнение и накрая прави сметката и приема парите при заплащането. Останалите сервитьори изпълняват поръчките по нареждане на бригадира, като се провежда доколкото е възможно разделение на труда и всеки сервитьор се специализира в извършването на определен вид операции.

Чрез бригадната система на обслужване се избягват по сочените слабости на индивидуалното обслужване и се повишава производителността на труда. За съжаление тази система трудно се внедрява в нашите заведения, защото срещу нея от старите сервитьори и защото недостатъчно се поощрява и внимателно организира от ръководителите на заведенията.

Самообслужването се прилага в масово посещаваните на родни заведения от по-ниска категория. То дава възможност за ускоряване и поевтиняване на процеса на обслужването, а също и за увеличаване пропускателната способност на търговската зала на заведението.

Самообслужването може да бъде организирано по две системи: с предварително или с последващо заплащане на храната. По-удобна и по-прогресивна е системата с последващо заплащане и за сега главно тя се внедрява в нашите заведения.

4. СЪСТАВЯНЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕНАТА ПРОГРАМА И ПЛАНИРАНЕ НА СТОКООБОРОТА В ПРЕДПРИЯТИЯТА ЗА ОБЩЕСТВЕНО ХРАНЕНЕ

За производствената дейност на заведенията за обществено хранене се съставя ~~производствена програма~~, а за търговската им дейност се съставя план за стокооборота.

Производствената програма за основната кухненска продукция се съставя в натуралната мярка - брой порции, а за допълнителната кухненска продукция - в килограми, бройки или литри.

Основната кухненска продукция се планира в четири групи порции: първи порции - супи, втори порции - готвени ястията, трети порции - десерти и четвърти порции - салати и други студени закуски.

Допълнителната кухненска продукция се планира в следните групи: полуфабрикати/ сурови кебапчета, кюфтета, котлети и др./, горещи напитки/ чай, кафе и др./, тестени изделия/ баници и др./ и други.

Собствената кухненска продукция може да се планира по няколко метода, а именно:

а/ Въз основа на броя на хранещите се. Този метод може да се приложи при заведения с постоянен контингент потребители като столове към предприятия, почивни станции и други подобни. За съставянето на плана е необходимо предварително да се установят: среднодневният брой на хранещите

се през плановия период; среднодневната продажба на порции на един посетител и броя на работните дни на заведението през плановия период. Тези показатели се установяват след анализ на отчетни данни и след съответни планови разчети. След това се извършва умножаване на трите показателя и се установява плановия брой порции за периода. Общия брой порции се разпределя по групи/ I, II, III и IV и само за II ястиета в две подгрупи: месни и безмесни/ въз основа на данните и изводите от анализа и от изучаването на потребителското търсене.

б/ Въз основа на изводи от анализ на отчетни данни и от изучаване на потребителското търсене. Този метод се прилага при общодостъпните заведения без определен контингент потребители/ Ресторанти, гостилници и др./ . За да може успешно да се приложи този метод необходимо е да се организира оперативна отчетност за реализираните пропорции по групи и видове. Това може да стане като порциите на заведенията бъдат задължени да попълват ежедневно специални таблички с необходимите данни. Освен изводите от анализ и от изучаването на потребителското търсене необходими предпоставки са още перспективите за доставка на отделните видове суровини и мероприятията за отстраняване на организационни и други слабости и за внедряване на най-добрия опит.

в/ Чрез съставяне на планово меню - ежедневно, седмично, двуседмично или месечно. План-менюто представлява списък на ястиета подбрани в съответствие с потребителското търсене и с възможностите за доставка на суровини, като срещу всеки вид ястие се планира и броя на порциите в които ястието ще бъде произведено. Чрез този метод произведената програма се съставя най-точно и подробно, но за да бъде действително планов метод необходимо е да се състави най-малко за две седмици, а още по-добре - за месечен период. При съставянето на плановото меню се има предвид за дачата за разнообразяване на асортимента по състав на продуктите и суровините, по технология на обработката/ печено, варено и др./ и по равнище на цените, за да бъдат задоволени всички изисквания и вкусове на потребителите.

Във всички случаи преди съставянето на производствената програма е необходимо да се установи производствената мощ на кухнята и пропускателната способност на търговската зона.

Тези два показателя определят горната граница на производствената програма и в никакъв случай тази граница не трябва да бъде надхвърлена.

Производствената мощност на кухнята определя оптималния брой порции, които могат да се произведат в кухнята при спазване всички изисквания за правилна технология при приготвяването на храната. Производствената мощност зависи от големината и топлинната мощност на печката и другите топлинни съоръжения, от вида на технологическото гориво/ въглища, нафта, електричество и др./, от капацитета на кухненските съдове/ тащи, тенджери, тигани и др./, от съоръжението на кухнята с машини и инструменти за студената пре-

работка на суровините, от начина на топлинната обработка /без или с херметически затворени съдове/, от това дали кухнята работи с необработени суровини или с полуфабрикати и пр.

Пропускателната способност на търговската зона определя оптималния брой на хранещите се, които могат да бъдат обслужвани през работното време на заведението при спазване изискванията за нормални и културни условия за обслужване. Пропускателната способност се установява, като се умножи броят на местата за сядане в залата по броя на смените от потребители, които могат да бъдат обслужени през работното време от едно място за сядане. От своя страна броят на смените се определя като общото работно време в минути се раздели на минутите, необходими за нормалното и спокойно нахранване на един потребител.

Стокооборотът на предприятието за обществено хранене се планира, като се сумира предварително планирания стокооборот по отделните заведения и обекти на предприятието.

Стокооборотът на заведението за обществено хранене се състои от две главни подразделения: стокооборотът от продажба на кухненска продукция и стокооборотът от продажба и купени готови стоки/ хляб, безалкохолни напитки, спиртни напитки и др./.

Стокооборотът от кухненска продукция се планира, като обема на производствената програма в брой порции се остойности и по този начин се превърне в планов стокооборот. Това става като плановия брой порции по групи ястията се умножи по средната цена на една порция за съответните групи. Тази средна цена се установява като се изхожда главно от фактически реализираната средна цена за една порция през изминатия сравним период, като се вземе предвид влиянието на новите фактори, които ще увеличат или намалят средната цена. Така например средната цена на една порция в ресторантите на ДСП "Балкантурист"-Варна през 1965 г. се е увеличила в сравнение с тази от 1964 г. поради увеличаване относително тежко на свободната консумация за сметка на съответно на намаляване относително тежко на груповата консумация, при което стойността на една порция е сравнително по-ниска.

По съдия начин се остойностява и натурално планираната допълнителна продукция, като се използват средни групови цени.

Стокооборотът от готови стоки се планира по приблизително същите методи както при търговската мрежа. Планирането на продажбите става по стокови групи, в съответствие с номенклатурата на периодичната статистическа отчетност/ вина, ракии, бира, захарни изделия и др./.. Предпоставка за правилното планиране са изводите от анализа на отчетните данни и от изучаването на потребителското търсене. Продажбата на някои готови стоки се свързва с плана за производство то на основната продукция, например - хляба.

Планът за стокооборотът в общественото хранене трябва да се свърже и с плана за стоковите запаси и с плана за постъпленията на суровини и готови стоки.

Стоковите запаси се планират въз основа на плановия среднодневен стокооборот и норматива на стоките запаси в дни. За по-правилното регулиране на стоките запаси е необходимо в рамките на общия норматив за предприятието да се определят нормативи по основните стокви групи, а също и диференцирани нормативи за всяко отделно заведение.

Постъпленията на суровини и готови стоки се планират също по отделни групи въз основа на балансовата формула за нуждите и ресурсите. Особеност на тези балансова формула в общественото хранене е, че в страната на ресурсите се по сочва и сумата на надценката, защото продажбите в заведе нията се извършват по цени на общественото хранене, а запа сите и постъпленията се отчитат по цени на дребно в търго вията.

5. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПЛАНИРАНЕ НА СНАБДЯВАНЕТО СЪС СУРОВИНИ, СТОКИ И МАТЕРИАЛНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА

Снабдяването на заведенията за обществено хранене е много важна и отговорна дейност. Сложността на работата по снабдяването произтича от следните обстоятелства:

а/ Изисква се строга ритмичност при организацията на доставките, поради невъзможност да се съхраняват в даве денията големи запаси от бързо развалящи се суровини и хра нителни продукти.

б/ Изисква се доставката почти ежедневно на сраз нително малки партии от продукти, които да задоволяват дневните нужди на заведенията.

в/ Изисква се осигуряване на комплектен асортимент от стоки и суровини, защото липсата даже само на един вид подправка става причина за изменение на специ фичния вкус на ястието.

Сложността на снабдителната работа в общественото хранене изисква доста развит снабдителен апарат организи ран от снабдителния отдел на предприятието.

Затрудняващо обстоятелство за снабдяването в общест веното хранене е, че доставчици на заведенията за обществе но хранене са голям брой предприятия с различна ведомстве на подчиненост. По-главните доставчици на суровини и стоки за общественото хранене са:

а/ Търговските предприятия на едро - ОТП и техни те клонове, доставчици на варива, захар и захарни изделия, тестени изделия, олио, консерви, риба и деликатеси и др.;

б/ ДСП "Родина" - доставчик на месо и месни промъ ведения;

в/ ДСП "Линпром" - доставчик на спиртни напитки;

г/ Хлебозаводите и фурните - доставчици на хляб и хлебни изделия;

д/ Промкомбинат. и ТПК - доставчици на безалкохол ни питиета, боза, сладкарски изделия и др.;

е/ ДСП "Булгарплод" - доставчик на плодове и зе ленчуци;

ж/ Работилници за полуфабрикати/транжорни/, собствени спомагателни стопанства/свиноферми/, ТКЭС и др.

За да се осъществява рационално снабдяване е необходимо:

а/ Да се организира централизирано снабдяване от доставчиците и

б/ Снабдяването от всички доставчици да се извършва по строго определен от общественото хранене часов график с определен кръгов маршрут за движението на транспортните средства по заведенията.

Планирането на снабдяването със суровини и полуфабрикати на заведенията за обществено хранене става въз основа на броя на поръчките и количеството на допълнителната продукция по групи и въз основа на разходните норми за суровини посочени в Сборника от рецепти за общественото хранене и осреднени като среднопотребителски разходни норми за групата ис тието или допълнителна продукция.

Планирането на потребността от материално-технически средства / отоплителни съоръжения, съдове за студена и топла обработка, машини за обработка на едровините, прибори, работно облекло и др./ се извършва, като се вземат предвид обема на работата изразена в производствената програма и стокооборотата, както и задачите за увеличаване производителността на труда и повишаване културата на обслужването в отделните заведения. От обмата потребност се приспадат количествата годни за употреба през плановия период материално-технически средства. Годността се установява от комисия, която взема предвид, както физическото, така и моралното износване на материално-техническите средства.

Г л а в а V

ТЪРГОВИЯ НА ЕДРО И ИЗКУПУВАНЕ НА СЕЛСКОСТОПАНСКИ ПРОИЗВЕДЕНИЯ

1. СЪЩНОСТ И РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ НА СТОКОПРИДВИЖВАНЕТО

Произведенията в промишлеността, селското стопанство и другите отрасли, както и внесените от чужбина стоки са предназначени за потребление. Между производството и потреблението на стоките съществуват редица несъответствия, които трябва да се преодолеят, за да се осъществи връзката между двете крайни фази на възпроизводството. Какви са тези несъответствия.

1. Пространствени - голяма част от стоките не се потребяват в районите където се произвеждат.

2. В ритъма на производството и потреблението - не всички стоки се потребяват веднага или непосредствено след тяхното произвеждане. Това несъответствие се проявява по няколко начина:

а/ сезонност в потреблението, при равномерно производство/ каучукови обувни изделия, коухарски стоки, плувни

артжули и др./

б/ сезонност в производството при равномерно потребление - ориз, захар и др.

в/ сезонни са и производството и потреблението, но сезоните не съвпадат - плодови и зеленчукови консерви, лагерувани зеленчуци и плодове и др.

3. Едни предприятия произвеждат стоките, а други ги продават на потребителите.

Всички тези несъответствия водят до необходимостта да се организира преместването на стоките от районите на производство до пунктовете на тяхната реализация и съхраняването им в складовете на търговските предприятия. Това движение на стоките от производството до търговската мрежа на дребно и заведенията за обществено хранене се нарича стокопридвижване. Следователно стокопридвижването е момент от разширеното социалистическо възпроизводство, по точно момент от обръщението.

В процеса на движението на стоките от производствените предприятия до търговската мрежа на дребно се извършват редица операции, по главните от които са:

а/ операции по смяната на формите на стойността - покупко-продажба.

б/ операции по смяната на пространственото битие на стоките - транспортиране.

в/ операции по складово съхранение.

Основните фактори които влияят върху стокопридвижването са:

1. Разпределението на производителните сили на страната;

2. Организацията на търговията на едро;

3. Техническият прогрес в транспорта.

Разпределението на производителните сили в страната се осъществява в две насоки: уедряване и специализация на промишленото и селскостопанско производство, с оглед да се достигне равнището на качеството и цените на стоките предлагани на международния пазар. Тази насока води до отдалечаване на пунктовете на производство от районите на потребление. Втората насока е максимално самозадоволяване на районите/ окръзите/ със стоки, които имат ниска стойност и голям обем - тухли, шигли и др., а така също стоки които подлежат на бърза развала - плодове и зеленчуци, млеко и др. Бързото осъществяване на втората насока в настоящия етап на развитие на страната ще спомогне значително за поевтиняване и ускоряване на стокопридвижването.

Организацията на търговията на едро се изменя в зависимост от цялостната организация на икономическия живот на страната, като целта е да се намалят до минимум посредническите звена между производството и търговията на дребно. По отношение на съществуващите звена при движението на стоките най-рационална е пряката доставка, която се осъществява без посредничеството на търговията на едро. Следващо по рационалност движение е транзита и на последно място е презскладовото движение на стоките. Известно е, че транзитът е приложим за уедрена и специализирана търговска мрежа,

за стоки от прост асортимент.

Рационализацията на стокопридвижването по отношение на транспорта може да стане по две линии:

- а/ чрез избор на най-подходящо транспортно средство;
- б/ чрез избор на най-подходяща транспортна връзка, или най-подходящ път.

Транспортното средство се избира в зависимост от характера на стоката, големината на партидата, разстоянието и т.н., поради голямото различие в бързината на движението и цената на превозите при въздушен, воден, ж.п., автотранспорт. Така за доставка на ранно производство домати за гр. Варна от гр. Пловдив може да се използва въздушен транспорт, защото чрез него превозът става най-бързо, с най-малко влошаване на качеството, и цената на ранните домати е достатъчно висока, за да понесе такива големи транспортни разходи.

За рационална транспортна връзка се говори, когато търговското предприятие има възможност да избира доставчика на една и съща стока от различни производствени пунктове. Неправилното избиране на доставчика в случая може да доведе до иррационален превоз. Съществуват няколко вида иррационални превози:

- а/ кръстосан/насреден/ превоз
- б/ далечен превоз
- в/ повторен/излишен/ превоз

Пример за кръстосан превоз - емайлирани готварски печки се произвеждат в гр. Варна и гр. Пловдив, ако търговските предприятия от Карнобат се снабдяват от Пловдив, а тези от Стара Загора получават печки от Варна, превозът по разстоянието от Карнобат до Стара Загора е кръстосан.

Далечен е превозът, ако определена стока се достави от по-далечен производствен пункт, при наличието на доставчик от по-близък район.

Повторен е превозът, когато в дадено населено място се достави стока пазарът за която е наситен и се намери същата стока да се препрати в друго населено място.

Иррационалните превози причиняват забавяне на обръщането на стоките в резултат на което се увеличават разходите за обръщане. Иррационалните превози причиняват загуби не само на търговията, но и на цялото народно стопанство /излишен разход на гориво, загуби от неправилно използване на транспортни средства/. Познаването на действието на тези фактори е от голямо значение за бързото и евтино стокопридвижване.

2. ЗАДАЧИ И ФУНКЦИИ НА ТЪРГОВИЯТА НА ЕДРО

Търговията на едро представлява фаза на стокообръщането. Тя осъществява покупко-продажбата на сравнително големи партии от стоки, в количества необичайни за потребителите с цел за по-нататъшна препродажба.

В търговията на дребно се завършва процесът на стокото обръщане, стоките се реализират и преминават в сфера

та на личното потребление. В търговията на едро се извършва по-нататъшно обръщение на стоките. В търговията на едро купувачи на стоките са не непосредствените потребители, а социалистически търговски предприятия на дребно.

Основната задача на търговията на едро е да снабдява търговията на дребно със стоки. При изпълнението на тази основна задача търговията на едро изпълнява редица функции в социалистическото народно стопанство. С цел да се преодолеят несъответствията в ритъма на производството и потреблението за голяма част от стоките в търговията на едро се формират стокови запаси. Като централизира стоковите запаси, търговията на едро съдейства за относително намаляване на такъв обем, тъй като се създава възможност с определено количество стоки да се обслужват няколко търговски предприятия на дребно. Търговията на едро разполага с по-добре складирана мрежа, следствие на което се осигурява по-правилно съхранение на стоките. Съсредоточаването на стоковите запаси в търговията на едро съдейства също за по-ефективно използване на складовите площи.

Друга важна функция на търговията на едро е да мобилизира децентрализирания стоков фонд. С оглед по-пълно задоволяване на нуждите на населението, търговията на едро оказва помощ на местните производствени предприятия да организират производството на стоки специфични за търсенето в района който обслужва. Съгласно 27 постановление на МС от 1964 г. търговските предприятия на едро имат право да ангажират регламентирани частни занаятчии и да организират собствено производство за особено интересни за населението стоки, които производствените предприятия не приемат да произвеждат. Освен това търговията на едро централизира стоковите източници на разпръснатите дребни предприятия и ги разпределя между търговските предприятия на дребно.

Производството на промишлените предприятия обикновено е специализирано в определен брой стоки. Търговската мрежа на дребно, обаче трябва да разполага с най-разнообразен асортимент от стоки. С цел да осигури широк избор на стоки за търговската мрежа на дребно, търговията на едро изкупува продукцията на голям брой промишлени предприятия, като с това преобразува тесния производствен в широк търговски асортимент.

Търговските предприятия на едро изкупуват от промишлеността стоки на сравнително големи партии. В процеса на договаряне, производството и изкупуването на стоките търговските предприятия на едро въздействуват върху производството за повишаване качеството и разширяване асортимента. Като изучават потребителското търсене чрез търговията на дребно и по своя инициатива, предприятията за търговия на едро имат възможност своевременно да сигнализират производството за промените в търсенето на отделните стоки. Освен това работниците в търговията на едро чрез изучаване опита на другите страни и формирането на модата, дават предложения пред производствените предприятия за внедряване на нови стоки.

В резултат на техническия прогрес, употребата на нови суровини и др. производството внедрява по своя инициатива

нови стоки. Търговията на едро довежда тези стоки в търговската мрежа на дребис, с което оказва въздействие върху търговията на дребно за разширяване асортимента на предлаганите стоки.

3. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТЪРГОВИЯТА НА ЕДРО В НРБ

От началото на 1959 г. търговията на едро в НРБ се извършва само от държавни търговски предприятия. Преобладаваща роля в реализацията на стокооборота на едро в страната играят предприятията от системата на Министерството на външната търговия. Известна макар и малка част от стокооборота на едро се реализира от предприятия подчинени на други ведомства.

Най-крупното предприятие по мащаби на дейност и обхват на стокова комендатура в НРБ е Централното управление за търговия на едро. ЦУТЕ е предприятие на стопанска сметка, подчинено на Министерството на външната търговия. В по-големите промишлени и вносни пунктове на страната - София, Пловдив, Варна, Бургас, Сливен, Габрово, Русе, Плевен и Лом са изградени "Търговски бази". Търговските бази се ръководят от ЦУТЕ и имат за задача да изкупуват и контролират продажбите на промишлените предприятия от своя район.

Във всички окръжни центрове на страната са изградени Окръжни търговски предприятия - ОТП. Задачата на ОТП е да снабдяват търговските предприятия на дребно със стоки, изкупени от Търговските бази или направо от производствените предприятия. ОТП са на двойно подчинение на ЦУТЕ и на управлените и отделите "Търговия и изкупуване" към Окръжните народни съвети. В градовете София, Пловдив и Варна търговията на едро се извършва от единните предприятия за търговия на едро и дребно.

За търговия на едро и дребно с леки коли, мотоциклети и резервни части в страната е организирано ДТП "Мототехника" със седалище София и предприятия в Пловдив, Русе, Бургас, Шумен, Михайловград и Ловеч. ДТП "Мототехника" е подчинено направо на Министерството на външната търговия.

На подчинение на ОНС са ОТП "Топливо", които извършват търговия на едро със строителни материали за селото.

Към управление "Полиграфиздат", от системата на Министерството на просветата, е изградена търговска база, която снабдява ОТП "Печатни произведения" с канцеларски материали и печатни произведения.

ДТП "Лекарствоснабдяване" от системата на Министерството на народното здраве и социалните грижи снабдява с вносни медикаменти и медицински инструменти Окръжните аптечни предприятия.

Търговска дейност на едро имат и предприятията от системата на Комитета на хранителната промишленост, включени в обединенията :
ДСО "Родопа", ДСО "Винпром", ДСО "Зърнени храни",

В системата на Министерството на външната търговия, търговска дейност на едро осъществява ДСО "Български плодове, зеленчуци и консерви".

4. МЕТОДИ НА ЕДРОВА ПРОДАЖБА

Продажбата на стоки от търговските предприятия на едро, включени в системата на Министерството на вътрешната търговия, на търговските предприятия на дребно се осъществява без сключване на договори. За сметка на това съществува известно прикрупване на търговските предприятия на дребно към предприятията на едро или техните клонове.

За продажба на стоки от търговските предприятия на едро на предприятията за търговия на дребно са известни няколко начина:

- а/ чрез лично избиране - за стоките от сложен асортимент.
- б/ чрез писмени или телефонни заявки - за стоките от прост асортимент.
- в/ чрез представител на предприятието на едро, който посещава купувачите на едро.
- г/ чрез разнасяне на стоките - за малки обекти, които гъргуват със широк асортимент от стоки.
- д/ чрез организиране на изложби-базари/ за залежали стоки/.

При продажбата на стоки чрез лично избиране, закупчиците на търговските предприятия на дребно посещават складовете на търговските предприятия на едро и избират стоките съобразно нуждите на потребителите от района който обслужват. За да се създадат условия за достъп на закупчиците до всички стоки, особено сезонните и новопристигналите е необходимо стоките в складовете да са подредени по групи и видове. Търговските работници в складовете следва да оказват активна помощ на представителите на търговските предприятия на дребно при избора на стоките, като ги информират за качествата и начина на употреба на новите стоки. Из-добри условия за избор на стоките се създават, когато се обзаведе специално помещение - кантона за излагане на mostre от стоките, които се намират в складовете на предприятието на едро, като на видно място се излагат новите стоки. По този начин се спестява времето, необходимо за обхождане на отделните складове, които при сегашните условия се помещават в голям брой разпръснати на различни места помещения.

Чрез писмени или телефонни заявки се продават стоки от прост асортимент/ захар, ориз, сол, олио и др./ за които не е нужен личен избор. Държавните стопански объединения от системата на Комитета на хранителната промишленост продават стоките по предварително сключен договор придружен от спецификация. Доставка на стоките през годината се извършва на базата на писмени заявки по десетдневки, седмици и др. в зависимост от характера на стоката и потребителското търсене.

Продажбата чрез разнасяне на стоките с превозно средство до обектите се прилага за снабдяване на дребната търговска мрежа в градовете - павилиони, будки, лавки, където се търгува със широк асортимент от стоки. При разнасянето на стоките всеки продавач в момента избира и получава необходимите му стоки. Така се съкращава времето необходимо за посещения на складовете от всички продавачи, или времето през

което снабдителите трябва да обходят обектите за да съберат заявки, да ги обобщят, заделят стоките и т.н.

5. ПЛАНИРАНЕ СТОКООБОРОТА НА ЕДРО

В национален мащаб план за стокооборота на едро не съставя. Ведомствата към които има предприятия за търгови, на едро разработват своден план за своята система. Министертвото на вътрешната търговия разработва своден план за ЦУТ, ДТП "Мототехника" и ОТП "Топливо". В плана на ЦУТЕ са включени оборотите на търговските бази и ОТП в страната. Проектите по плановите на ОТП "Топливо" се представят от управленията и отделите "Търговия и изкупуване" към ОНС.

Проектите по плановите за стокооборота на едро в предприятията се разработват по следните показатели:

1. План за продажбите по обем и структура, в това число за пазарен и извънпазарен фонд и справка за транзитния стокооборот;

2. План за стоките запаси ;

3. План за постъпленията/стоките фондове/ ;

4. План за отвозването на стоките.

За разлика от планирането в търговията на дребно, при разработването на плана в търговските предприятия на едро, като предпоставка служат контролни цифри за стоките фондове, а не за стокооборота. ОТП получават контролни цифри за постъпленията на следните стоки: ориз, фасул, растително-хранителни масла, захар, зеленчукови консерви, памучни тъкани, вълнени тъкани, обувки, поцинкована ламарина и метални тръби, а ОТП "Топливо" за дърва, каменни въглища, цимент, керемиди, тухли, греди дъски, парен бук и шперплат.

Важна предпоставка за разработване на реален план в търговското предприятие е анализът на стокооборота по всички показатели. Показателът за продажбите се анализира не само по общ обем, но и по структура, по тримесечия и месеци. Освен това преценява се дали са използвани всички възможности за реализиране на транзитен стокооборот и какво е неговото относително тегло към общия оборот.

Постъпленията се анализират с цел да се установи съотношението между централизиран и децентрализиран стокос фонд с оглед да се разкрият възможности за увеличаване постъпленията от децентрализирания фонд. Анализът се провежда още по доставчици, производствени предприятия, както за определяне ритмичността на доставките, така и за преценяване качеството и асортимента на получените от тях стоки.

Стоките запаси се анализират, като се сравняват с определените нормативи общо и по групи стоки. В резултат на анализа се установява за кои стоки и по какви причини са прекъснати продажбите, за кои стоки и по какви причини е забавена обръщаемостта, състоянието на залежалите стоки и т.н.

За разработването на проекто-плана за стокооборота на едро в търговското предприятие са необходими данни още за нарастването на покупателния фонд, за промените в потребителското търсене на населението от обслужвания район.

Преди да се пристъпи към съставяне на проекто-плана е

необходимо също да се познава състоянието на търговското предприятие и по точно състоянието и възможностите за подобряване на складовата база, транспортното стопанство, кадрите, финансите.

Планът за продажбите в търговията на едро се съставя по обем и структура. Обемът на продажбите на търговията на едро, обаче не съвпада с обема на постъпленията в търговията на дребно понеже някои стоки в търговията на дребно постъпват направо от производствените предприятия.

Разработването на плана за продажбите на едро по структура е от особено значение за определяне общия обем на продажбите. За всяка група стоки, а за някои групи и по видове се правят разчети въз основа на анализа от предшестващи години, промените в потребителското търсене, измененията в икономиката на района, а така също появата и внедряването на нови стоки.

При определяне обема на транзитния стокооборот се преценява по групи стоки възможността и какво количество да се достави транзитно. Необходимо е също така да се прецени за коя търговска организация на дребно може да се осъществи транзитна доставка, като се изхожда от обема на стокооборота, специализацията на търговската мрежа и др.

Планът за стоките запаси се съставя, като се изхожда от обема на презскладовия стокооборот. Стоковите запаси в търговското предприятие на едро се планират в дни, в натурално и ценово изражение. В търговията на едро у нас се установява общ норматив в дни за средните стокоси запаси. В търговските предприятия на едро е необходимо да се разработят нормативи и по групи стоки, за да се даде възможност да се следи движението на отделните групи стоки и времето през което те престояват в складовете. Планират се отделно текущите и сезонните стокоси запаси. Размерът на сезонните запаси се определя от обема на продажбите през дадения сезон и възможността за съхранение изразена в налична складова площ.

Началните стокоси запаси в търговията на едро се планират както в търговията на дребно. Планирането на крайните стокоси запаси е по-различно. Размерът на крайния стокоси запас в търговията на едро се определя, като от удвоенния среден запас се спадне началния запас. Заедно с планирането на стокосите запаси в търговията на едро, следва да се предвидят мерсприятия за ликвидирани или намаляване на залежалите стоки.

Планът за постъпленията в търговията на едро е един от най-важните раздели в плана за стокооборота на едро. Задача на плана за постъпленията е да се осигури плана за продажбите и плана за крайните стокоси запаси. Постъпленията в търговията на едро се планират в разрез централизиран и децентрализиран стокоси фонд. За централизиран стокоси фонд, след като се получат контролните цифри се преминава към склучване на договорите с доставчиците. Постъпленията на стоките от децентрализиран стокоси фонд се определят по взаимно договаряне между предприятията производители и търговските предприятия на едро. Договорянето на стоките със

сложен асортимент в НРБ става в Пловдив на вътрешния пазар, два пъти годишно по сезони. Още по-добре ще се задоволява потребителското търсене, ако се премине към уточняване на асортимента по тримесечия. С това се създават условия за съевременно реагиране на промените в модата и преустройството на производството съобразно изискванията на потребителите.

6. ИЗКУПУВАНЕ НА СЕЛСКОСТОПАНСКИ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ЗНАЧЕНИЕ, ФОРМИ, ОРГАНИЗАЦИЯ И ПЛАНИРАНЕ

Изкупуването на селскостопански произведения е форма на стокообращението. Задачата на търговията е да доведе до потребителите произведенията в промишлеността и селското стопанство предмети за потребление. Задачата на изкупуването е да доведе до потребителите - производствено и лично, селскостопански продукти под формата на суровини за по-нататъшна преработка и продукти годни за непосредствена консумация - пресни плодове и зеленчуци, яйца и др.

Чрез изкупуването на селскостопански произведения се осъществява една от формите на обмен между селското стопанство и промишлеността.

Основните задачи, които държавата разрешава посредством изкупуването на селскостопански произведения са:

1. Укрепване на селското стопанство;

2. Задоволяване потребностите на народното стопанство със селскостопански произведения.

Чрез изкупуването на селскостопански произведения се осъществява планова връзка между производството и потребителите на селскостопанска продукция, която връзка при социализма има стоков характер. Затова значението на изкупуването на селскостопански произведения, следва да се разглежда от гледна точка на производството и потребителите на селскостопански продукти. С хранителните стоки от селското стопанство се задоволяват потребностите на градското население от производствената и непроизводствената сфера и извечна част от селското население, специализирало се в производството на определени артикули - тютюнопроизводители и др., а така също потребностите на армията, милицията, трудова повинност.

С изкупените селскостопански продукти се снабдява хранително-вкусовата и значителна част от леката промишленост със суровини, с което се осигурява непрекъснато разтягане на производството на предмети за потребление.

Чрез изкупуването държавата осигурява фонд за износ, формира държавен резерв и специалните резерви от селскостопански продукти.

Чрез изкупуването се реализира продукцията на селското стопанство, като за някои артикули това е основната форма на реализация - памук, захарно цвекло и др. Реализацията на селскостопанска продукция при социализма се осъществява по план, по предварително известни цени и условия, което води до постоянно увеличаване на продукцията. И при не

обичайно висока реколта селскостопанските производители не са застрашени от липса на пазар или спадане на цените.

Основната част на паричните доходи на селското стопанство постъпва от изкупуването, с което се осигурява непрекъснато увеличение на натрупванията, нарастване на заплащането и т.н.

Социалистическата държава използва изкупуването като средство на своята аграрна политика. Чрез плана за производството и диференцираните по сортове и сезони изкупни цени, тя въздейства върху обема, асортимента, себестойността, качеството, местото и времето на производство на селскостопанските продукти.

В зависимост от източника на доставка, изкупуването на селскостопански произведения бива от ТКЗС, ДЗС и научно-изследователски институти, от кооператори и частни стопани. Участието на тези източници е различно за отделните селскостопански продукти. С победата на социалистическите производствени отношения нараства относителният дял на изкупуването от обществения сектор. Така за 1960 г. участието на отделните източници в изкупуването е както следва:

	<u>пшеница-</u> <u>обикновена</u>	<u>яйца</u>	<u>птици</u>
Общо в т.ч.	100	100	100
ТКЗС	92,33	54,46	81,82
ДЗС	6,89	6,48	7,60
други	0,78	39,06	10,58

Съгласно МП 89/ 29 IV 1959 г. от 1 V с.г. се въведе в страната единна система на договорно изкупуване на селскостопанските произведения. В зависимост от начина на планиране изкупуванията са: централизирани и децентрализирани. Централизираните са изкупуванията на тези селскостопански произведения, които се планират и разпределят от ДКП по видове, количества и цени. Изкупуването на останалите селскостопански произведения се определя от ДКП само по общ стойностен обем - децентрализираните изкупувания, или на свободно договоряне. По видове, количества и цени се уточняват чрез пряко договоряне между изкупвателните предприятия и производителите. Съгласно МП 37/ 28 II 1961 г. излизщите от селскостопански произведения в личните стопанства на кооператорите и частните стопани се изкупуват на основата на свободно договоряне.

Организацията на изкупуването на селскостопански произведения се променя успоредно с големите социални преобразования в страната. В преходния период от капитализъм към социализъм, когато изкупуването служеше за връзка между общественията промишленост и дребните селскостопански производители, съществуваше специално ведомство, което да ръководи, организира и контролира изкупвателния апарат в страната. С пълната колективизация на селското стопанство се създадоха

условия за преки връзки между уедрените ТКЗС и промишлените предприятия, които преработват селскостопански произведения.

По-голяма част от изкупуването на селскостопански произведения понастоящем се осъществява от Държавните стопански обединения от системата на Комитета на хранителната промишленост: ДСО "Зърнени храни" - всички видове зърнени храни и варива; ДСО "Винпром" - грозде и плодове за преработка в спиртни напитки; ДСО "Родопа" - всички видове селскостопански животни за добив на месо и всички видове мляко; ДСО "Българске захар" - захарно цвекло;

Значителна част от изкупуването е съсредоточено в системата на Министерството на външната търговия: ДСО "Български плодове, зеленчуци и консерви", изкупува плодове и зеленчуци за вътрешен пазар, за преработка и износ; ДСО "Български тютюн" - всички видове тютюн; ДТП "Химимпорт" - изкупува етерични масла.

Организациите от системата на Централния кооперативен съюз - потребителните кооперации и ОКС изкупуват: яйца, птици, кожи извънкласичен добив, вълна, билки и диворастящи плодове, мед, вощък, слама и др.

ДСП "Сортови семена" и ДСП "Живснаб" към Министерството на селскостопанското производство изкупуват елитни семена и животни.

Изкупуването на всички видове селскостопански произведения по места се ръководи и контролира от управленията и отделите "Търговия и изкупуване" към ОНС.

Един от основните показатели от плана за селското стопанство за централните ведомства и Окръжните народни съвети е Стокова продукция, в това число "Продажи на държавни и кооперативни изкупвателни организации/ съгласно 10-то постановление на МС от 16 II 1965 г./.

Планът за изкупуването на селскостопански произведения се разработва въз основа на производствените възможности и насоки за развитие на ТКЗС и ДЗС, нуждите на държавата от селскостопанска продукция и вътрешното потребление в ТКЗС. В народостопански и окръжен мащаб, обемът на подлежащата за изкупуване селскостопанска продукция се определя чрез балансите за растениевъдството и животновъдството.

В организациите, които имат изкупвателна дейност, планът се разработва по следните показатели:

1. Обем на оборота по видове селскостопански произведения.
2. Съхраняване на изкупената продукция
3. Преработка
4. Реализация

При разработването на плана се изхожда от контролните цифри, които се получават от управленията и отделите "Търговия и изкупуване" към ОНС и висшестоящите органи, сключените договори за изкупуване, анализа на изпълнение плана през последните години и състоянието на материално-техническата база на предприятието.

Съгласно 10-то постановление на МС от 1965 г., организациите които имат изкупвателна дейност получават контролни

цифри в натурално изражение за следните артикули: зърнено-фуражна, зърнено-хлебни/ пшеница и овъ/, оризова арпа, фасул, слънчогледово семе, памук неомазганен, конопени стъбла, ленени стъбла, тютюн ориенталски, домати, картофи, грозде, ябълки, месо в кланично тегло, чляко/всичко/, вълна непра на, яйца. Въз основа на контролните цифри се договаря с производителите - ТКЗС и ДЗГ за изкупуването на посочените артикули. За останалите селскостопански произведения количествата за изкупуване се определят на базата на взаимно договаряне между производителите и изкупвателните организации.

По направление за вътрешен пазар, за износ или преработка на изкупената продукция, планът в предприятията се разработва, като се изхожда от потребителското търсене, състоянието на материално-техническата база, указанията на висшестоящите органи за сключените договори за износ, както и от сключените договори с клиентите за пласмент.

Важен момент при планиране на изкупуването на някои видове селскостопански произведения е да се определи необходимостта от амбалаж. Количеството на необходимия амбалаж се определя, като се съпостави обемът на продукцията за изкупуване със съдържанието на единица амбалаж и скоростта на обръщение на амбалажа. Така, ако е предвидено да се изкупи два милиона килограма праскови в шайги които събират по 10 кг и амбалажът ще направи 4 оборота, са необходими 50 000 шайги.

Г л а в а XI

МАТЕРИАЛНО-ТЕХНИЧЕСКА БАЗА НА ТЪРГОВИЯТА

1. ПОНЯТИЕ, ЗНАЧЕНИЕ И СЪСТАВ НА МАТЕРИАЛНО-ТЕХНИЧЕСКАТА БАЗА НА ТЪРГОВИЯТА

В сферата на стокното обръщение се извършва непрекъснато обръщение на стоките, тяхната покупка, транспортиране, съхраняване, дообработка и реализация. За осъществяването на тази дейност търговските предприятия се нуждаят от материални и парични средства. Материалните и парични средства на нашите търговски предприятия и организации образуват фондовете на социалистическата ни търговия.

Фондовете на социалистическата търговия биват: основни фондове, оборотни фондове и фондове на обръщението.

Към основните фондове в търговията се отнасят сградите, правилниците, будките, складовете, обзавеждането, техническите средства, транспортните средства, инвентара и най-различни технически съоръжения.

Към оборотните фондове се отнасят: амбалажа, гориво, опаковъчните материали, малощенните и малотрайни предмети.

Към фондовете на обръщението се отнасят стоките за паси и паричните средства на търговските предприятия и ор

ганизации.

Основните фондове на търговията в тяхната натурална форма съставят нейната материално-техническа база. Но понятието за материално-техническата база на търговията е значително по-широко от понятието основни фондове на търговията. Материално-техническата база на търговията включва в себе си освен основните фондове на търговията и основните фондове на други предприятия, организации, учреждения и частни лица, които ползва например като наети помещения за магазини, ресторанти, складове, транспортни средства и др.

Материално-техническата база на търговията представлява съвкупност от всички средства на труда, които се използват в стоковото обръщение под формата на собствени или чужди наети основни фондове.

Към материално-техническата база на търговията се отнасят: а/ сградите на магазините, ресторантите, лавките, пазарите, паяците и др. предназначени за продажба на стоките на дребно; б/ сградите на складовете, хладилниците, плодохранилищата и сградите където се извършват продажбите на едро; в/ инвентара и оборудването на магазините, лавките, пазарите и складовете; г/ транспортните средства на предприятията - добитвени ваети за извозването на стоките до складовете, магазините и вътре в складовете.

Материално-техническата база на търговията обслужва стоковото обръщение, но сама тя не участва в него, не изменя своята форма. При обслужването на стоковото обръщение постепенно материално-техническата база се износва. Нейната стойност се намалява. Обслужвайки многократно стоковото обръщение материалната база пренася своята стойност върху стоките т.е. взема участие при образуването на цените на стоките. Пренасянето на стойността на материално-техническата база за върху стойността на стоките се извършва частично в зависимост от степента на нейното износване. Но износването не на всички видове на материално-техническата база води до увеличаване на стойността на стоките. Увеличението на стойността на стоките се извършва само от износването на онази част на материално-техническата база, която е свързана с транспортването на стоките, съхраняването им, опаковането им, сортирането им и др. операции, които представляват производствения процес в сферата на стоковото обръщение. Износването на материалната база произтичащо от извършването на операции със стоквата форма на продукта се покрива от чистия доход на обществото.

Непрекъснатото разширяване и усъвършенстване на материално-техническата база на вземата социалистическа търговия е необходимо условие за увеличаване на стокооборота и подобряване на обслужването на населението.

Построяването на нови и правилно разположени магазини, обзаведени с нове съвременно оборудване, създават големи удобства на купувачите, подобряват условията на продажба на стоките, облекчават труда на търговските работници, повишават неговата производителност. Изграждането на съвременна складово стопанство допринася за подобряване на съхраняването на стоките, значително се намаляват загубите на стоки, по

добрява се снабдяването на търговската мрежа. Използването на подходящи транспортни средства за транспортирането на стоките значително снижава транспортните разходи. Разширението и подобряването на материално-техническата база на търговските предприятия в крайна сметка води до снижаване на разходите на обръщението, до поевтиняване на търговията.

В социалистическото общество развитието и усъвършенстването на материално-техническата база на търговията се извършва планомерно съобразно потребностите на стокооборота и интересите на трудящите се за подоорбяване на обслужването им. Развитието на материално-техническата база е едно от основните закономерности на развитието на нашата социалистическа търговия и едно от условията за създаване на материално-техническата база на апарата за разпределянето на продуктите при комунистическото общество.

Непрекъснатото подобряване на материално-техническата база на нашата търговия е резултат на непрестанните грижи на нашата комунистическа партия и народно правителство.

2. ВИДОВЕ ТЪРГОВСКА МРЕЖА, СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ, ТИПИЗАЦИЯ И РАЗПОЛАГАНЕ НА МРЕЖАТА

За своевременното, пълноценно и непрекъснато снабдяване на трудящите се с необходимите им стоки, търговските предприятия и организации създават широка търговска мрежа от магазини, будки, лавки, павилиони, сергии, организират разнасянето и развозването на стоки, продажба чрез автомати и пр.

В зависимост от особеностите на търговското обслужване на населението търговската мрежа на дребно се разделя на три вида: а/ стационарна/ неподвижна/; б/ подвижна и в/ по пощата - колегна,

Стационарната/ неподвижната/ търговска мрежа се състои от магазини, будки, лавки и автомати за продажба на стоки. Тя е основният вид търговска мрежа и създава най-добри условия на обслужване на потребителите.

Подвижната търговска мрежа бива развозна и разносна. Търговията посредством развозната мрежа се осъществява, като стоките се развозват на колички, конски каруци, камиони, вагони, кораби. При разносната търговия продавачите носят на ръце стоките които продават. Подвижната търговия разполага с значително ограничен асортимент от стоки, но пък в замяна на това тя доставя стоките до самият потребител, в дома, на работното място, в най-отдалечените крайща на страната. Тя е особено подходяща като временна търговска мрежа в новостроящи се квартали до изграждането на постоянна търговска мрежа.

Третата форма на търговската мрежа - изпращането на стоките по пощата посредством колет до отделният потребител у нас намира приложение само при продажбата на книги, вестници, списания. В СССР тази форма е намерила широко разпространение. За целта има създадени специални предприятия - колетни бази. Тези предприятия търгуват с голям асортимент от промишлени стоки.

Основната част на търговската мрежа е съставена от магазините. Магазините създават най-добри условия за обслужване на потребителите. Те разполагат с богат асортимент от стоки, потребителът има възможност лично да се запознае със стоките, да направи избор. В магазина се осигуряват подходящи условия за правилното съхраняване на оските, запазване на качеството им, намаляване на загубите.

В отличие от магазините мрежата от павилиони, будки и палатки притежава голяма гъвкавост. Тя може максимално да се приближи до потребителите, да се открива като временна търговска мрежа в застрояващи се райони, курортни комплекси и др. Нейн недостатък е, че създава на купувачите малко удобство при извършване на покупки и разполага с ограничен стоков асортимент.

За да се създадат по-добри условия за обслужване на населението при продажбата на стоки се извършва специализация на търговските обекти. Специализацията на търговската мрежа е едно от най-важните условия, което трябва да се спазва при нейното развитие.

Специализацията на търговските обекти се заключава в ограничаването на тяхната търговска дейност до отделни видове и групи стоки с цел най-пълно да се задоволяват потребностите на населението от стоки. Специализацията може да се разпростре и върху цели търговски предприятия и организации.

Най-широко е разпространеното стоково-отрасловата специализация на магазините. При този вид специализация търговската дейност на магазина се ограничава до продажбата на стоки от определени асортиментни групи. /Например: обвивки, платове, хляо, книги/. Наред със стоково-отрасловата специализация на магазините се специализират с определено предназначение като магазини за домашни потреби, за диетични продукти, ученически потреби и пр.

Напоследък широки размери придобива специализацията на магазините според приетата форма на продажби като магазини на самообслужване, с открит показ, по единни стандартни цени и пр.

Специализацията на магазините се извършва и според гъстотата на населението - магазини от първа, втора и трета степен. Магазините които търгуват с ежедневно търсени стоки имат по-ограничен асортимент и са най-приблизени до потребителя. Според радиуса на обслужването магазините биват още магазини от градско, районно и квартално значение.

Специализацията на търговската мрежа дава редица положителни резултати. Повишава се културата на обслужването. Разширява се стокният асортимент. Потребителят има възможност за по-широк избор на стоки. Продавачите се специализират в продажбата на определени стоки и се повишава производителността на труда. Укрепват връзките с производствените предприятия. По добре се изучава и задоволява потребителското търсене. Засилва се въздействието над производителя. Специализацията създава условия за неограничено разширяване на стокния асортимент. Подобряват се икономическите резултати.

Формите и степента на специализацията се определят от

обема на стокооборота, от характера, размера и периодичността на потребителското търсене, от числеността, бита и вкуса на населението, от икономиката на района.

Специализацията в редица случаи има свои предели, зад които може да даде отрицателни резултати. Така например при специализацията магазините се отдалечават до известна степен от потребителя, а стоките се разпределят между отделните специализирани магазини. При неспециализирания магазин потребителя с едно посещение може да навърши комплексна покупка, а при специализирания ще трябва за същата покупка да посети няколко магазина.

При специализацията трябва да се отчетат особеностите на отделните видове стоки и тяхното търсене от потребителите, както и правилното съчетание на различните форми на специализация в общата структура на търговската мрежа.

В обхвата на стоково-отрасловата специализация на магазините лежи разпределението на стоковия асортимент в стоки групи. Стоковите групи се образуват на принципа на единното им производствено произхождение или според потребителското им търсене. Съчетанието на стоковите групи в магазините трябва да отговаря на структурата на потребителското търсене.

Специализиран се счита, оня магазин в чиито стокови асортимент са включени стоки от една стокова група. Например магазин за обувки, магазин за платове, магазин за мебели.

При продажбата на стоки с много сложен асортимент/богат/ за да се разгърне се налага магазина да се тясно специализира. Тясно специализираните магазини търгуват с една стокова подгрупа. Например: магазин за мъжки обувки, магазин за външни платове.

При други случаи комплексното търсене налага в някои магазини да се продават стоки от няколко стокови групи. Магазини, които търгуват с няколко стокови групи /2-3-4/ се наричат комбинирани магазини. При тях отделните стокови групи се продават на отделни работни места.

Разновидност на комбиниранияте магазини са тези в които място няколко стокови групи са застъпени няколко стокови подгрупи. Тези магазини се наричат комплексни магазини. По своята съвкупност те задоволяват определена категория потребители. Например магазин за деца, магазин "Ивонер", магазин "Мъжка мода", магазин "Женска мода".

Когато в магазина се дастъпени много стокови групи - 10-15 и повече, организирани са стокови секции и специализирани работни магазини се нарича универсален. Универсалните магазини са най-вече за продажба на промишлени стоки, но има такива и за продажба на продоволствени стоки.

Големите комплексни магазини, които търгуват с широк асортимент от стоки също ги наричат универсални. Например - "Детнаг".

Съществуват и смесени магазини. В тях се продават стоки от най-различни стокови групи, но при тях работните места не са специализирани за продажба на определена стокова група, а продават стоки от всичките стокови групи. Смесени

те магазини биват за продажба на промишлени и продоволствени стоки, за продажба само на промишлени стоки и за продажба само на продоволствени стоки.

Специализацията на търговските обекти е тясно свързана с техните размери. Естествено малките магазини не създават условия за специализация на търговската мрежа. С новите граждането на нови просторни магазини, каквито сега се изграждат в нашата страна се създават по-добри условия за специализацията на мрежата.

Наред със специализацията на търговската мрежа е необходимо да се извършва и типизация на магазините. Типизацията на магазините се заключава в проваждането на редица мероприятия с цел да се отстранят излишните многобройни типове търговски обекти, да се подобрят и изградят най-подходящи съобразно конкретните условия на дадено населено място и особеностите на работата на отделните търговски предприятия и организации. Типизацията е един от най-добрите методи за правилното построяване на търговската мрежа.

Типизацията включва в себе си следните моменти: а/ проучване, проверяване и отбиране на най-подходящите типове магазини, които са оправдали своето съществуване със своята висока рентабилност, високо културно обслужване на потребителите и могат да послужат като образец за изграждане на масово на такъв магазини; б/ допълнително разработване на нови типове магазини съобразно перспективното развитие на стокооборота, разширението на стоковия асортимент, на ползването на новата техника и новите прогресивни форми на продажба на стоките; в/ създаване на числеността на съществуващите типове магазини, намаляване на излишното тяхно многообразие, ликвидиране на нерационалните типове магазини и постепенното превръщане на мрежата в мрежа с типизирани търговски обекти.

Типизацията преди всичко обхваща стоковия асортимент на магазина и неговите размери. От тях зависи както рентабилността на обекта, така и културното обслужване на населението, задоволяване на потребителското търсене.

Чрез типизацията на асортимента се определя стоковия асортимент на магазина с който той трябва да търгува, за да задоволи потребителското търсене и да бъде рентабилен.

Типизацията на размерите на магазина определят броя на работните места в магазина и размерите на отделните площи на магазина, за да се създадат нормални условия за извършване на търговската дейност. Размерите на магазина се отразяват както върху неговата рентабилност, така и върху степента на културното обслужване на потребителите.

Магазини с една и съща стокова специализация могат да имат различни размери в зависимост от мащаба им/квартални, районни, градски/ или гъстотата на населението / по-високо или по-ниско жилищно строителство/.

При типизацията на размерите на магазините най-подходящи се оказват по-големите магазини с 4-5-6 работни места. За това е необходимо при типизацията на мрежата да се извършва уеднавяване на магазините.

Типизацията на магазините позволява по добре да се

планира търговската мрежа, улеснява се тяхното проектиране, изграждане, може да се приложи индустриален начин на изграждане. Всичко това значително снижава тяхната строителна стойност.

Чрез типизацията на търговските обекти се създават условия за подобряване ~~осигуряването им със стоки~~, осигурява се ритмичност при доставките, равномерност, по-добре се използва транспортът, използването на новата техника, стандартизираща се оборудването, подобрява се организацията на труда и управлението.

При изграждането на търговската мрежа, особено важно значение има правилното разполагане на магазините върху територията на населеното място. От тяхното правилно разполагане зависи както тяхната рентабилност, така и задоволяването на потребителското търсене. При разполагането на магазините, на всеки магазин трябва да се осигури определен район. Разбира се, определението на райони на магазини е твърде условно, защото отделните магазини не могат напълно да задоволят всички потребности на отделните потребители. С своите райони на обслужване магазините се засичат или покриват. Едни магазини имат по-голям радиус на действие, други по-малък.

При изграждането на търговската мрежа е необходимо:

а) мрежата максимално да се приближи до потребителите, за да се изразходва възможното най-малко време за посещаването на магазина.

б) потребителя да има възможност за широк избор на стоки, без да се разпиляват стоките от по-сложен асортимент в по-голям брой магазини.

в) на всеки магазин да се осигури достатъчен район за да реализира определен стокооборот, да бъде рентабилен.

г) да се разграничат районите на еднотипните магазини и в същото време различни магазини търгуващи със свързани помежду си асортименти да се разполагат в съседство.

При изграждане на търговската мрежа трябва да се спазват следните принципи:

1. Равномерно разполагане на магазините на територията на населеното място;

2. Групово разполагане на магазините;

3. Концентрично разполагане на мрежата от магазини.

Принципа на равномерното разполагане на магазините изисква те да се разполагат съобразно гъстотата на населението в отделните райони на града, така че всеки магазин да обслужва еднакъв брой население.

Груповото разполагане на магазините изисква, магазините които търгуват с близък, сроден асортимент от стоки за което е характерно едновременното им търсене, да се разполагат в съседство, близко един до друг, за да се облекчат купувачите при извършване на покупките. Например продоволствените магазини, като - "Плод-зеленчук", месарниците, млекарниците, магазините за хляб да бъдат близко разположени един до друг.

Третият принцип - концентричното разполагане на търговската мрежа с особена сила важи при разполагането на ма

газините в градовете. Ако се вникне в търсенето на стоки от сложен асортимент ще се забележи, че някои от асортиментите се отличават със своето масово и по-често търсене, други се търсят по рядко. Например, тъкани, трикотаж, бельо, хляб, колбаси, сладкарски изделия, млечни произведения и др. са стоки със сложен асортимент, но отделните видове се търсят различно, едни по-често, други по рядко. Задоволяването на потребностите на потребителя изискват стоките максимално да се приближат до потребителя. Приближавайки стоките максимално до потребителя силно се съгъстява търговската мрежа с което се намалява обслужвания район на всеки магазин, което води до раздробяване на мрежата, понижаване на културата на обслужването и влошаване на рентабилността. За да се отговори на изискванията магазините търгуващи с еднородни стоки от сложен асортимент се разполагат под формата на концентрични кръгове. Магазините с масово търсените стоки се разполагат най-близко до потребителя. Техният радиус е най-малък. Това са магазини от първа степен. Магазините от втора степен имат по-голям радиус на действие. Те включват в своя обхват и магазините от първа степен. В асортимента им е включен освен асортимента на магазините от първа степен, още и допълнителен асортимент от по-рядко търсените стоки. Третата степен магазини/ градските магазини/ имат най-голям радиус на обслужване - покриват района на магазините от първа и втора степен. Техният асортимент е най-широк. Той може да включва асортимента на магазините от първа и втора степен и асортименти с още по-рядко търсене или само асортиментите на магазините от втора степен и още по-рядко търсените асортименти. В зависимост от големината на града и вида на стоките магазините могат да се разполагат в две или три концентрични степени.

Принципа на концентричното изграждане на търговската мрежа е един от най-важните принципи, който позволява да се намери правилно съотношение между различните по размери магазини и тяхната специализация.

Принципа на концентричното построяване на търговската мрежа особено значение придобива при изграждането на новите квартали в градовете и при изработването на перспективните градостроителни планове. По тях градовете се разделят на микрорайони и райони. Различните учреждения и предприятия за обслужване на населението се групират в едно. На тази основа възникват тристепенните търговски обекти, които в микрорайона образуват микро-търговски център, в района - районен търговски център и градски търговски център. Трите степени търговски центрове се изграждат на основата на принципа на концентричното изграждане на мрежата. Те създават най-добрите условия за търговското и битово обслужване на населението.

3. СКЛАДОВО СТОПАНСТВО В ТЪРГОВИЯТА

"Без стоков запас е невъзможно стоково обръщение" - посочва Карл Маркс. С образуването на стоковите запаси възниква и функцията на съхранение в народното стопанство. Спе

временно приготвените хранилища където се образуват и съхраняват стоките се наричат стокови складове.

Търговските предприятия освен складовете за съхраняване на стоките, притежават и складове за съхраняване на амбалаж, на суровини и готова продукция на собствените производствени предприятия, на службата по материално техническо снабдяване. Най-широко в търговските предприятия са застъпени складовете за съхраняването на стоките и амбалажа. Складовете на едно търговско предприятие образуват неговото складово стопанство. Съвкупността от складовите стопанства на отделните търговски предприятия образуват складовото стопанство на нашата социалистическа търговия.

Стоковите складове могат да се намират в началото на сферата на обръщението и да обслужват едновременно производството и обръщението, в средата - транзитно претоварващи - и в края обслужващи обръщението/ складовете на ОТЦ/. Всички видове складове свързани с образуването и съхраняването на стоките запаси образуват складова мрежа.

Складовото стопанство на търговските предприятия има за задача:

а/ да води непримирима борба за постъпването на качествени стоки в търговската мрежа, като не допуска премеането от доставчика на некачествени стоки; б/ да контролира състоянието на стоковите запаси с цел да не допуска отклонение от определените нормативи, което може да доведе до замразяване на оборотни средства или до влошаване на снабдяването на мрежата със стоки; в/ да подготвя стоките за продажба, особено като се има предвид новите форми на търгуване; г/ да осигури редовно и ритмично снабдяване на мрежата с необходимите стоки; д/ да организира най-доброто използване на транспортните средства; е/ да води борба за снижаване на разходите за обработката на единица товар.

По своята стокова специализация складовете на търговските предприятия могат да бъдат тясно специализирани за съхраняване само на един вид стока/ захар, картофи/, специализирани за съхраняване на една стокова група/ склад за текстил/, смесени за продоволствени стоки/ най-различни групи хранителни стоки/, смесен за промишлени стоки/ най-различни групи промишлени стоки/ и универсални складове за съхраняване на продоволствени и промишлени стоки. Тенденцията е да се създават смесени и универсални складове, като икономически най-изгодни.

По своето техническо устройство складовете имат: открити - специално подготвени площадки за съхраняване на стоки които не се влияят от атмосферните условия - валежи, слънце, топлина, студ и пр.

полузакрити - навеси предназначени за съхраняване на стоки за които е необходимо да се предпазят само от прякото попадане на валежите или слънчевите лъчи,

закрити складове - сгради, които могат да бъдат дадени на един или няколко етажа. Те могат да бъдат студени, топли, отопляеми или специални хладилници. Икономически най-

Изгодни са едноетажните складове поради ниската им строителна стойност и експлоатационни разходи.

Според собствеността складовете биват: собствени ^{за} и дивидуално ползване и обединени складове за кооперирано или общо ползване. Новото складово строителство в развитите страни се извършва по линията на изграждане на складове за кооперирано или общо ползване, като икономически най-изгодни складове.

Възда на складовите помещения, техните размери и връзки на връзка се определят от характера на складовите операции, които се извършват в даден склад. Складовите помещения могат да се разделят на следните групи:

1. Оперативни помещения: камари за съхраняване на стоките, за приемане и отпускане на стоките, за дообработка, капацитивна камера, за амбалажа.

2. Помощни помещения на стопанско и техническо обслужване: ремонтните работилници, парно и машинно отделение, складовете за материалите и резервни части, гаражи.

3. Административно-битови помещения - канцеларии, лаборатории, стаи за образци, стаи за обществените организации, стола санитарните възли и пр.

4. Площите за транспортна и оперативна връзка: коридори, стълбища, асансьорни клетки и др.

Складовете се оборудват със следните видове оборудване:

1. Оборудване за съхраняване на стоките. Според начина на съхраняване на стоките те биват: а/ за стифово съхраняване - платформени масички, палети, подпорки, клинове. б/ за стелажно съхраняване - най-различни видове стелаж, рафтове, клетки, шкафове.; в/ за съхраняване в насипно състояние - хамбари, бункери, силози; г/ за съхраняване на течни стоки - варели, цистерни, резервоари.

За разтоварване, пренасяне и подреждане стоките в склада се използва подемно-транспортното оборудване, като най-различни видове колички, електрокари, транспортни ленти, кранове, вилкотоварачи и др. Подемно-транспортните средства се подразделят на средства за хоризонтално пренасяне, за отвесно пренасяне и за смесено пренасяне. Подразделят се още на средства с прекъснато и непрекъснато действие. Средствата с непрекъснато действие се отличават със своята висока производителност.

Складовете се оборудват още с най-различни видове измерително оборудване, което се използва при приемането и отпускането на стоките от склада.

За да се създадат подходящи условия за качествено съхраняване на стоките складовете се оборудват със съответните инсталации за проветряване, отопление, осветление, канализация, водоснабдяване, най-различни прибори за следене режима на съхраняване, противопожарна и сигнална система за борба с възникнали пожари.

През последните няколко години в нашата страна бяха построени много нови складове. Значително се подобри фонда от складови площи. Все пак складовото стопанство на нашата търговия си остава дребно и разпръснато, със собствените

на такива стопанства организационни и технически слабости.

Изграждането на складовото стопанство на нашата търговия трябва да се извършва чрез създаване на обединени складове за коперирано или общо ползване, които се отличават със своята висока ефективност и създават условия за механизация и автоматизация на трудоемките операции.

Г л а в а VII

ТРУД, КАДРИ И РАБОТНА ЗАПЛАТА В СОЦИАЛИСТИЧЕСКАТА

ТЪРГОВИЯ

1. ЗАДАЧИ И ПОКАЗАТЕЛИ НА ПЛАНА ПО ТРУДА В ТЪРГОВИЯТА

При съставянето на плана в социалистическата търговия трябва да се имат предвид следните задачи:

а/ Да се осигури изпълнението и преизпълнението на плановия обем на работата изразен в стокооборот, производствена програма, количество на изкупувана селскостопанска продукция и пр. Тази задача изисква ежегодно увеличаване броя на работниците, за да се изпълни планово увеличеният обем на работата.

б/ Да се осигури необходимото за дадения етап нарастване на производителността на труда на търговските работници. Тази задача изисква - темпът на приръста на броя на работниците да бъде по-нисък от темпа на приръста на обема на работата, за да може средната изработка на един работник систематически да нараства.

в/ Да се осигури относително снижаване на равнището на разходите за работна заплата. Тази задача изисква умерено увеличаване броя на работниците и служителите в търговията и по-бавно нарастване на средната работна заплата от нарастването на производителността на труда.

г/ Да се осигурят условия за културно обслужване на потребителите, като се избягват или значително намаляват опаските пред работните места на продавачите. Това изисква съответно увеличаване на броя на търговските работници, за да се увеличи броят на сменността на работните места и магазините.

д/ Да се осигури систематично нарастване на средната работна заплата и подобряване материалното положение на търговските работници при систематично подобряване на резултатите от техния труд. Това изисква прилагането на подходящи форми и системи на заплащане на труда, които да осигурят правилна зависимост между резултатите на труда и трудовото възнаграждение.

Изпълнението на посочените задачи не е много лесна работа, защото, както се вижда, изискванията на някои от задачите не само, че не се съгласуват, но са и противоположни. Например, изискванията за повишаване културата на обслужването и за повишаване производителността на труда.

Стопанските ръководители на търговията трябва да съставят план по труда, при който оптимално да се съчетаят изискванията на всички посочени задачи.

Плана по труда се съставя по следните основни показатели:

- а/ Производителност на труда
- б/ Численост/ брой/ на персонала
- в/ Средна работна заплата
- г/ Фонд работна заплата
- д/ Подготовка и преквалификация на кадрите

Всички тези показатели са взаимно свързани и обусловени. Производителността на труда зависи едновременно и от обема на стокооборота и от броя на персонала и от средната работна заплата/ дали се свързва и дали стимулира достатъчно нарастването на производителността на труда/, и от фонда на работната заплата/ дали позволява и с какъв темп нарастването на броя на работниците и на средната работна заплата/, и от подготовката и квалификацията на кадрите. Същия начин и другите показатели имат пряка или косвена връзка с всички останали показатели. Тези връзки и взаимно зависимости ще бъдат описани при разглеждане на планирането на съответните показатели.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТРУДА В МАГАЗИНИТЕ И ЗАВЕДЕНИЯТА ЗА ОБЩЕСТВЕНО ХРАНЕНЕ

Най-общите задачи по организацията на труда в магазините и заведенията за обществено хранене се изразяват в следното:

- а/ Най-ефективно и целесъобразно да се използват работниците
- б/ Да се създават условия за най-добро обслужване на купувачите
- в/ Да се осигурява изпълнението и преизпълнението на плановете по стокооборота!

Ефективното използване на работното време, на кадрите се постига чрез уплътняване на работния ден, намаляване и премахване на престойте, повишаване квалификацията на работниците, от правилното построяване на щата и от работното време и режима на работа в магазина или заведението.

Голямо влияние на организацията на труда в търговията оказва системата на материална отговорност да стоково-материалните Целности и иерархичните средици. Съществуват две форми на материална отговорност: индивидуална и бригадна. При първата форма отговорността за материалните ценности носи управителя на магазина, заведението или изговия за местник. При бригадната отговорност за материалните ценности отговаря бригадата, която се състои обикновено от работниците в една секция или една професия/ сервитьори, кухненски работници и пр./ . В по-малките обекти материалната отговорност носи целия колектив на обекта.

В последно време в търговията и общественото хранене все по-често започва да се внедрява системата на бригадната

материална отговорност. Опитът показва, че тя позволява да се осигурят по-благоприятни условия за оказване на стоково материалните ценности, съдейства за създаване в колективна атмосфера на взаимно доверие, взаимен контрол, взаимна мощ и повишава отговорността на всеки за успеха на работата на цялата бригада.

Устройството на дата на магазина или заведението завис от количеството на работните места и от режима на работата та/ каква е сменността, има или няма почивен ден и др.

Ако магазина има само едно работно място и търгува в една смяна с почивен ден в седмичата, тогава в магазина мо же да има само еден работник. Той е принуден да извършва всички видове операции в магазина: приемане и подреждане на стоките в помощното складово помещение и на работното място извършване на продажбата, приемане на парите, оформяне на документите, почистване на помещението и пр

Широко разгърнатата мрежа от малки магазини с по еден работник приближава търговската мрежа до потребителите и създава за тях известни удобства. Обаче тези магазини имат ограничен асортимент от стоки, а липсата на разделение на труда между работниците довежда до ниска производителност на труда.

В големите магазини става възможно да се извърши разделение на труда между работниците. От основната работа по обслужването на потребителите могат да се отделят спомагателните и допълнителните операции, които да се извършват от отделни лица. Става възможно постстокова специализация по отдели, секции и работни места и механизмирането на редица трудоемки операции/товарене, разтоварване, пакетиране и др./ В резултат на всичко това се ускорява и подобрява обслужването на потребителите и се увеличава производителността на труда на търговските работници.

При решаването на въпроса за целесъобразността от разделението на труда в магазина или заведението за обществено хранене трябва да се има предвид обема на отделните операции, с оглед да се осигури уплътняване на работното време през целия ден на всички работници. Например, когато се отделят операциите по получаването и отчитането на парите в отделно работно място, трябва да се осигури достатъчно уплътняване на работното време на касиера и на останалите продавачи.

Голямо влияние върху формите на организацията на труда и за увеличаване на производителността на труда оказва внедряването на прогресивни методи на търговия: самообслужване, продажба с открит показ на стоките, продажба по образци и др. При правилно прилагане на тези нови методи на търговия се създават големи удобства за купувачите, по-ефективно се използва търговската зала, цялата материално-техническа база и труда на работниците.

В зависимост от участието на персонала в дейността на търговското предприятие той се дели на търговски и извънтърговски.

Търговския персонал участва в търговската дейност - на предприятието или организацията, а извънтърговският пер

сонал не участвува. Към извънтърговския персонал се включват лицата, заети с транспорта и в-спомогателната стопанства, ръководителите на клубовете, библиотеките и пр.

В зависимост от функциите, които извършва търговския персонал се дели на следните категории:

а/ Търговски работници. Към тях се отнасят всички лица, които участвуват непосредствено в изкупуването, придвижването, съхраняването и продаването на стоките. Такива са продавачите, дандистите, касиерите, управителите на магазини, началниците на складове, експедиторите, стоководителите, закупчиците и др.

Към търговските работници се отнасят също така и кухненските и търговските работници от заведенията за обществено хранене - готвачи, помощник готвач и др.

б/ Служители. Това са лицата, които заемат административни, стопански и канцеларски длъжности - директори, началници на отдели, служби и бира, плановници, статистици, счетоводители, деловодители, машинописци, домакини и пр.

в/ Обслужващ персонал. Към него се отнасят лицата, които обслужват общата дейност на предприятието и почистват административните и други служебни места. Такива са телефонистките, чистачките, прислужниците, куриерите, портиерите, огнарите, техниците, шофьорите на леки коли и др.

г/ Ученици

д/ Милиционарска и пожарна охрана.

3. ПРОИЗВОДИТЕЛНОСТ НА ТРУДА В ТЪРГОВИЯТА - СЪЩНОСТ, ИЗМЕРВАНЕ И ОПРЕДЕЛЯЩИ ФАКТОРИ

Производителността на труда е един от важните качествени показатели за работата на търговските предприятия. Под производителност на труда се разбира - количеството на реализираните /продадените/ стоки от един търговски работник за единица време.

Измерването на продадените стоки, поради практически затруднения, не може да става в натурални единици /бройки, килограми и пр./ и затова се прилага обобщаващия стойностен измерител - реализиран стокооборот. Бръшето се измерва производителността на труда в търговията е най-малко месечен период, поради значителните колебания и стокооборота по отделните дни и седмици. За да се отстрани влиянието и на сезонните колебания, производителността на труда се изразява като средномесечна изработка за годината или само като годишна изработка в реализиран стокооборот от един търговски работник. Производителността на труда може да се измерва за един продавач и в този случай тя е най-висока за дадено предприятие; за един търговски работник и в този случай тя ще бъде по-ниска за същото предприятие; за едно лице от търговския персонал когато тя ще бъде най-ниска за търговското предприятие.

Трябва да се има предвид, че измерването на производителността на труда в реализиран стокооборот не във всички случаи е верно и точно. Тези случаи са:

а/ При изменения в груповата и вътрешногруповата структура на стокооборота

б/ При изменение в равнището на цените на стоките.

Всеки 100 лв. стокооборот от различните стокосни групи има различна трудоемкост при реализацията му. Така например за продажбата на 100 лв. пресни плодове и зеленчуци, продавачът изразходва значително повече труд в сравнение с продажбата на 100 лв. консервирани плодове и зеленчуци. Вследствие на това различие в трудоемкостта на стокосните групи и подгрупи, общо реализирания стокооборот при различно съотношение на стокосните групи влизащи в него, т.е. при изменение на структурата, не има различна трудоемкост. При изменение на структурата на стокооборота в полза на по-трудоемките стоки / това са обикновено по-нискостойностните стоки и стоките с по-сложни операции в процеса на продажбата/, производителността на труда изразена в обикновен, несъпоставим стокооборот се намалява. Обратно - при изменение на структурата в полза на по-малко трудоемките стоки/ това са по-скъпите и сравнително по-лесни за продажба стоки/, производителността изразена в стокооборот се увеличава. И в двата случая обаче това намаляване или увеличение на производителността не е нищо друго, освен резултат на продажбата.

Фактически увеличението или намаляването на изработката в стокооборот при структурни изменения е само привидно. За да се отстрани влиянието на този обективен фактор върху производителността на труда необходимо е последната да се изчислява от стокооборот при съпоставима структура. Този съпоставим стокооборот се получава, като реализирания несъпоставим по трудоемкост стокооборот се умножи по индекса на неговата трудоемкост.

Вторият смущаващ фактор за верното и точно отразяване на производителността на труда в реализиран стокооборот е изменението в равнището на цените на стоките.

Когато цените на стоките се намалят или увеличат, всеки 100 лв. стокооборот преди и след тази промяна не изразява едно и също количество стоки. При намалени цени 100 лв. стокооборот ще изразява по-голямо количество стоки, а при увеличени цени 100 лв. стокооборот ще изразява по-малко количество стоки.

Очевидно е, че този фактор е също обективно действащ и неговото влияние върху производителността на труда трябва да се отстрани при анализа чрез съответни преизчисления. Това става като реализирания след ценовото изменение на стоките стокооборот се раздели на индекса на цените и по такъв начин се получи стокооборот по съпоставими цени. От този стокооборот се изчислява нова съпоставима производителност на труда и тогава се правят верни изводи и оценки за реалното изменение на производителността на труда.

Равнището на динамиката на производителността на труда се определя и зависи от много фактори по-главните от които са:

1. Социалистическите производствени отношения са основен благоприятен фактор за увеличаване производителността на труда.

2. Обем на стокооборота. По-големия обем на стокооборота в отделните магазини, заведения за обществено хранене и търговски предприятия е благоприятен фактор за увеличаване производителността на труда, защото дава възможност за по-добра организация, механизация и разделение на труда.

3. Организация на труда. По-важните моменти по отношение на организацията на труда в търговията са:

а/ Разпределението на труда в търговското предприятие като цяло и в отделните магазини и заведения за обществено хранене;

б/ Организацията на работното време;

в/ Организация на отношенията между търговските работници включително и организацията на материалната отговорност: индивидуална, бригадна или комплексна.

Състоянието на организаторската работа в тези насоки дава благоприятно или неблагоприятно отражение върху производителността на труда.

4. Подбора, подготовката и квалификацията на търговските кадри;

5. Състояние на материално-техническата база на търговските предприятия общо и по отделни обекти;

6. Специализация, типизация и местоположение на търговската мрежа;

7. Предварителна подготовка на стоките за продажба. При внедряване в продажба на фабрично пакетирани и фасовани в подходящ грамаж стоки производителността на труда се увеличава 3-4 пъти в сравнение с производителността при непакетирани и нефасовани стоки;

8. Форми на продажбата на стоките. При правилно организиране и внедряване на новите прогресивни форми на продажба; самообслужване, продажба с открит показ, продажба по разци и други производителността на труда значително се увеличава;

9. Социалистическо съревнование, бригади за комунистически труд и различните форми за морално поощрение;

10. Системата на заплащане на труда. Системата на заплащане на труда може изобщо да не стимулира, да стимулира слабо или да стимулира силно увеличаването на производителността на труда. Този фактор има особено голямо значение и влияе много силно върху производителността на труда.

НОРМИРАНЕ И ПЛАНИРАНЕ ПРОИЗВОДИТЕЛНОСТТА НА ТРУДА В ТЪРГОВИЯТА И ОБЩЕСТ. ХРАНЕНЕ

Понятията "планова производителност на труда" и "норма за изработка" трябва правилно да се разбират и разграничават, за да не се допуска тяхното смесване и грешки при практическото им определяне.

Този въпрос добива всега голямо значение при прилагането на новата система на планиране и ръководство, защото е указанието за нейното прилагане в търговията и общественото хранене се препоръчва да се разработват и прилагат норми за изработка/ наречени още нормативи/ за оценяване прихода на

отделните работници и бригади при разпределението на фонда работна заплата.

Плановата производителност на труда е предварително дадена задача на търговския работник за извършване на одбѣ делено количество работа/ реализиране на стокооборот/ като са взети предвид всички обективни и СУБЕКТИВНИ условия и фактори при които тази задача ще бъде изпълнявана.

По-важните обективни условия и фактори, които определят производителността на труда са:

а/ Местоположение, големина, устройство, съоръжение с нова и ефективна техника и прилагани форми на продажба и обслужване в магазина или заведението за обществено хранене.

б/ Структурата на стокооборота по групи и подгрупи от стоки с различна трудоемкост за реализацията на 100 лв. стокооборот.

в/ Относително тегло на предварително фасованите в определен грамаж и пакетирани стоки.

г/ Покупателната способност на обслужваното от магазина население определяща големината на еднократните му покупки.

По-важните субективни фактори, които влияят върху производителността на труда са:

а/ Организация на труда в магазина и на работното място

б/ Повишаване на деловата квалификация, политическата съзнателност и общата култура на търговския работник.

в/ Полагане на повече усилия и напрежение на физически и умствени сили/ рационализации и пр./.

Плановото задание за производителността на труда влиза в себе си прираст спрямо предшествуващ сравним период, който прираст трябва да се постигне както чрез използването на по-добрите обективни условия и фактори, така и чрез влягане на допълнителен субективен принос от работниците за изпълнението на това планово задание. Този начин на планиране на производителността на труда е напълно правилен с оглед постигането на реалност на плановото задание. Планът изисква от всеки да даде според обективните условия при които работи и според личните си възможности и делови качества.

Като се има предвид тази същност и предназначение на плановата производителност, ясно е, че степента на изпълнението на този показател не може да бъде правилен критерий за даване на реална и справедлива оценка за приноса на отделния търговски работник, магазин или заведение за обществено хранене.

Сравнително по-добър критерий за оценяване на реалните постижения и слабости по отношение на производителността на труда може да бъде - величината на реализираният прираст по този показател. Приръстът трябва да се изчислява като разлика между фактически реализираната производителност и една нормативна производителност за работници и обекти с приблизително еднакви обективни условия на работа. От този приръст трябва да се отстрани влиянието на възникналите през периода нови обективно действащи фактори, за да се

получи приръст, който е резултат само на личния принос на работника.

Именно тук, при търсенето на начини за по-точно установяване на субективния принос за увеличаване производителността на труда, възниква нуждата от използване на норми за изработка като мярка/ критерий/ за измерване на този субективен принос.

За да се отрази по-точно и пълно същността и предназначението на нормата за изработка, нейното определение би могло да бъде формулирано примерно така:

"Нормата за изработка е количествено измеримо трудово задание за определено работно място и определен период от време, предвидено да се изпълнява при нормални и средни обективни условия на работа през същия период от време".

Нормата за изработка се определя и дава за определено работно място без оглед на лицето, което ще работи на това място, а плановата производителност се определя за определено лице с оглед на мястото където ще работи.

При това определение става ясно, че има и трябва да има разлика между понятията норма за изработка и планова производителност на труда в търговията. Средната планова производителност на труда за отделните магазини и търговски предприятия трябва да бъде по-голяма от средната норма за изработка за тия магазини и предприятия. Предвиждането на плана спрямо нормата се обуславя от обстоятелството, че нормата се определя само с оглед на планово предвидени средни обективни условия за работа, а плановата производителност предвижда освен това и възможния субективен принос за увеличаване производителността на труда през плановия период.

Като се има предвид изложеното, очевидно е, че сборът от нормите за изработка на работниците в отделните магазини или търговски предприятия не трябва да бъде равен на общия план по стокооборота на същите магазини или търговски предприятия. Само сумата от индивидуалните и бригадни планове за производителността на труда трябва да бъде равна на общия план по стокооборота на магазина, заведението или търговското предприятие.

Тъй като нормата за изработка трябва да отразява достигнатото равнище на средни обективни условия за работа, а тези обективни условия ежегодно се изменят, логично е да се изисква и ежегодното изменение/коригиране/ на нормите за изработка.

Нормално е нормите ежегодно да се увеличават, като включват в себе си влиянието на подобренията и нови обективни условия на работа. По такъв начин тези норми ще служат като критерий за разграничаване влиянието на обективните от влиянието на субективните фактори в общия приръст на производителността на труда спрямо една начална, базисна година. Следователно, разликата между фактическата производителност и нормата за изработка ще отразява приръста за сметка на субективните фактори и ще бъде приръст с натрупване през всяка следваща година.

Освен ежегодно коригирани норми за изработка в опреде

лени случаи, и по-специално за изграждане на система за заплащане на труда, може да се използват и неизменни за продължително време норми за изработка. Тези норми се определят според обективните условия на работните места през една начална, базисна година и спрямо тях ще се определя реализирания приръст през няколко следващи години. Този приръст ще бъде с натрупване и ще отразява влиянието на обективните и субективни фактори за увеличаване производителността на труда през следващите години. Разграничаването на влиянието на двата вида фактори в общия приръст може да стане чрез приблизителна оценка за съотношението в силата на тяхното действие. Това съотношение ще намери израз в заплащането в съответствие с това съотношение между темповете на приръста на производителността и на средната работна заплата.

Изхождайки от основното положение, че средната работна заплата трябва да расте главно за сметка на субективния принос, колкото оценката на този субективен принос е по-висока, толкова средната работна заплата ще трябва да расте с по-високи темпове и ще се приближава до темповете на приръста на производителността на труда.

Целта е за определяне на норми за изработка.

Известни са два начина на нормиране на труда: научно-технически и опитно-статистически.

При съвременните условия и форми на работа в търговията у нас, при значителна нееднородност и несъпоставимост на трудовите операции, теоретически е нецелесъобразно и практически много трудно да се прилага научно-техническо нормиране. За сега нормирането на труда на търговските работници е възможно и целесъобразно да се осъществи по опитно-статистическия метод, съчетан и допълнен само с някои моменти от техническото нормиране.

При опитно-статистическото нормиране трябва да се основаваме на статистически данни за реализираната средна производителност на труда през една начална, базисна година.

Средната отчетна производителност на труда ще показва значителни различия по отделни стокосни групи. Например, за бакалските стоки средната месечна производителност на труда може да възлиза на 6000 лв.; за обувките - 8000 лв.; за томите дрехи - 10 000 лв.; за плодове и зеленчуци - 3000 лв. и т.н. Това налага нормирането да се извърши по отделно за всяка стокосна група, а за неспециализираните работни места, където едновременно се продават стоки от различни стокосни групи - да се установят среднопретеглени норми съобразно относителното тегло на стокооборота от отделните стокосни групи.

Освен по групи стоки, диференцирането на нормите трябва да се извърши и по няколко категории работни места за всяка стокосна група според обективните условия на работа. При това категоризиране много важно е да се изхожда не само от реализирания стокооборот на работните места, а да се изхожда главно от обективните възможности за реализиране на стокооборота от работник със средни възможности и делови качества. Това разбира се усложнява задачата за изработването на норми за изработка и затова тази работа трябва да се из

вършва много внимателно, компетентно и с помощта на по-голям актив от опитни и познатели условията на работа на различните работни места търговски работници. Сега при разработването на норми за изработка в търговията най-често се допуска тази слабост, че нормите се определят само въз основа на реализирания стокооборот и по такъв начин се получават не напълно справедливи норми, които в един случай оцветяват, а в други случаи облагодетелствуват няком търговски работници.

5. ФОРМИ И СИСТЕМИ НА ЗАПЛАЩАНЕ НА ТРУДА В ТЪРГОВИЯТА И ОБЩЕСТВЕННОТО ХРАНЕНЕ

Формите на заплащане на труда в търговията, както и в другите отрасли на народното стопанство са две: повременна и сделна.

Повременната форма на заплащане на труда се състои в това, че размерът на работната заплата на търговския работник се определя в зависимост от отработеното време в дни, като се взема под внимание длъжността, квалификацията и прослуженото време.

Тази форма на заплащане не създава материална заинтересованост за повишаване производителността на труда, тъй като при заплащането не се взема под внимание количеството на извършената работа.

При сделната форма на заплащане на труда размерът на работната заплата се поставя в зависимост от изработката. Извършеното и оценката на изработката обаче може да стане по най-различни начини и варианти при които се получават и различни системи на заплащане на труда.

Ако сделната форма се прилага чрез правилна, научно изградена система на заплащане на труда, работната заплата се свързва пряко или косвено с количеството на изработваната труд. Това означава, че увеличаването на производителността на труда трябва да води до съответно увеличаване на работната заплата. Възможно е обаче сделната форма да се прилага чрез такъв систем на заплащане, която само при видно създава впечатление, че свързва работната заплата с количеството на труда, а фактически не създава такъв заинтересованост и по същество принцип на сделната форма не се прилага.

Възникващ в търговията и общественото хранене в петокрът на страната се експериментира новите системи на заплащане и ръководство на народното стопанство, а в останалите отрасли се прилага старите системи. Ето защо чинно изпитано да се разгледа системите на заплащане при старите системи на ръководство, а по-подробно да се даде сериозен вариант, прилаган през 1965 г. на заплащане на труда при новите системи на планиране и ръководство.

При старите системи на планиране и ръководство на народното стопанство за изпълнението на работата се използваха работниците и търговците на едно се прилага повременната форма на заплащане.

За търговските работници в търговията на дребно и в общественото хранене в края на 1965 г. се прилагат следните основни системи на заплащане:

а/ Повременно-премиална - изградена съгласно Наредба № 5 на МВТ от 1961 г. Тази система се прилага за заплащане на труда на относително най-голям търговски работници-за продавачите и управителите на магазини в стационарната търговска мрежа и за кухненския персонал, бифетчиците и управителите в заведенията за обществено хранене. При тази система работниците получават всеки месец основната си месечна заплата и в края на тримесечието могат да получат премия при условие, че са преизпълнили тримесечния план по стокооборота/ за отделните работници-личния план, за бригадата бригадният план и за управителите - плана на магазина или за ведението/. Размерът на премията се изчислява, като за всеки 1 % преизпълнение на плана се начислява по 1,2 %, а за управителите по 1,7 % премия от тримесечната основна заплата. Така например, ако един продавач с основна месечна заплата 70 лв. е имал тримесечен план по стокооборота 12 000 лева, а фактически е реализирал 12 600 лв. той ще трябва да получи премия изчислена така:

Реализирания стокооборот 12 600 лв. спрямо плановия стокооборот 12 000 лв. представлява 105 %. За преизпълнение то от > % по 1,2 % се полага 6 % премия, която изчислена от тримесечната основна заплата 210 лв. представлява в абсолют на сума 12,60 лв.

Ако същия продавач през следващата година получи планова производителност 13 000 лв. за тримесечието и реализира 13 260 лв., неговата премия ще възлиза на: Преизпълнение на плана с 2 % по 1,2 % = 2,4 % от 210 лв. = 5,04 лв.

На пръв поглед изглежда, че тази система създава материална заинтересованост у търговския работник, защото му дава премия за преизпълнение на плана и размерът на премията е по-голям при по-голямо преизпълнение на плана. Ако обаче се разгледат резултатите от нейното приложение по отношението нарастването на производителността на труда и на средната работна заплата за по-продължителен период от време/3-4 и повече години/ се установява, че при системното ежегодно увеличаване на производителността на труда, средната работна заплата не само че не нараства системно, но в отделни години дори спадне, въпреки увеличената производителност за същата година. Такъв резултат се получава при разгледания по-горе условен цифров пример, когато за първата година при реализиран стокооборот 12 600 лв. работника получава 12,60 лева премия, а през следващата година при 13 260 лв. стокооборот той получава само 5,04 лв. премия.

Причината за тези нестимулиращи резултати е, че системата се изгражда при използването на плановата производителност като мярка/критерий/ за оценка и заплащане на труда. Както бе вече посочено неправилно е да се взема планът и степента на неговото изпълнение, като мярка за оценка на труда, защото се губи стимулът за непрекъснатото увеличение на производителността на труда и се създава уравниловка в оценката и заплащането.

б/ Чиста процентна система - въведена съгласно Постановление № 27 на Министерския съвет от 6 юли 1964 г. и конкретно разработена с наредби № 3 и № 4 на МВТ от м.юли 1964 г.

По тази система са обхванати и се заплаща труда на търговските работници и продавачите с комисионен договор от магазините, павилионите, сергийните и другите обекти от разносната и развозна търговия с плодове и зеленчуци/ по наредба № 3/ и търговските работници и продавачите с комисионен договор от павилионите, будките, бфетите, разносната, развозната, сергийната и абонаментната търговия с хранителни и нехранителни стоки, редовни и с намалени цени/ по наредба № 4/.

Тази система само условно е наречена "чиста процентна" защото при нея цялото трудово възнаграждение се набира чрез определен процент от реализирания стокооборот.

Най-важния момент при изграждането на процентните системи на заплащане е начинът на определянето размера на процента, по който ще се набира трудовото възнаграждение. Съгласно посочените наредби размерът на процента се определя от ръководителя на предприятието или потребителната кооперация, съгласувано с профкомитета на база на търговските отстъпки, надценки, рентабилността на обекта, характера на продаваните стоки, мястото и времето през което ще се реализира продажбата и др., като при това за обекта се гарантира плановата рентабилност. Определените проценти, съгласно наредбите, трябва да важат за по-продължително време. Съдните могат да се променят само при резки изменения в условията на работа, стоквата номенклатура, потребителския поток и други подобни. Ръководителите на предприятията и организациите могат да определят максимален процент за възнаграждение на работниците и продавачите в размер от 30 до 80 % от търговската отстъпка на съответните стоки, като осигуряват плановата печалба на предприятието. Процента на възнаграждението може да се установи по видове стоки, група стоки и среден процент за целия асортимент. При тази система не се определя горна граница на възнаграждението, а също няма и гарантиран минимум месечно възнаграждение.

Както се вижда от изложеното, тази система дава възможност, при правилно определени проценти по групи и видове стоки, съобразно обективните условия на работа при условие, че тези проценти се запазят неизменни за по-продължителен период от време/ според нас най-малко за 4-5 години/ да се създаде трайна материална заинтересованост от непрекъснато, системно увеличаване производителността на труда и същевременно да се премахне уравниловката в заплащането. При продължително прилагане неизменни проценти, нарастването на средната работна заплата на търговските работници ще върви със същите темпове, както нараства производителността на техния труд. Такова съотношение за търговията е допустимо като се има предвид, че производителността на труда в търговията не трябва да нараства с високи темпове, за да се даде възможност за повишаване културата на обслужването на купувачите.

Като недостатък на тази система може да се посочи първо, че когато тя обхваща само част от търговските работници в предприятието и дава възможност за по-бърз растеж на средната работна заплата на тези работници, останалите работници ще бъдат в неблагоприятно положение и второ, че заплащането на труда зависи само от стокооборота и не се свързва с крайния резултат от стопанската дейност на отдела, сектора и предприятието като цяло.

в/ Комбинирана процентна система. Тази система е внедрена от 1 яни 1965 г. с Наредба № 6 на МВР и се отнася за малките заведения за обществено хранене.

При нея цялото трудово възнаграждение се състои от две части: постоянна и променлива част. Постоянната част съгласно наредбата е 50 % от основната заплата, а останалите 50 % от основната заплата е променлива и се набира чрез процент от реализирания стокооборот.

Размерът на процента за набирането на основната заплата се определя по формулата:

променлива част от заплатата x 100

норма за изработка/неизменна продължително време/

Ако нормата за изработка остава неизменна и размерът на процента по който ще се набира променливата част от заплатата ще бъде неизменен.

В резултат от прилагането на тази система средната работна заплата ще нараства с 0,5 % за всеки 1 % от нарастването на производителността на труда спрямо началната неизменна норма за изработка. Ако променливата част от заплатата се увеличи на 60 % или 70 % то тогава средната работна заплата ще нараства с 0,6 или 0,7 % за всеки 1 % от нарастването на производителността на труда.

Тази система на заплащане изградена на базата неизменни норми за изработка има редица преимущества: създава трайна материална заинтересованост от непрекъснато увеличаване производителността на труда; дава възможност чрез съответно изменение между постоянната и променлива част да се определи предварително необходимото съотношение между темповете на прираста на средната работна заплата и производителността на труда: тя е лесно разбираема и дава възможност работниците сами да изчисляват трудовото си възнаграждение.

При новата система на планиране и ръководство на производството и при сегашният механизъм на приложение то и в търговията и общественото хранене, заплащането на труда се устройва съгласно наредби за организацията на работната заплата, разработвани от всяко предприятие съгласно дадените общи указания от Министерския съвет.

По-важните моменти при тази система на заплащане се изразяват в следното:

1/ Виж Указания за изработване на наредби за организацията на работната заплата и държавните и кооперативни търговски предприятия и организации, София, 1965 г.

1. Фонда "Работна заплата се поставя в зависимост от реализирания от предприятието доход за потребление, който от своя страна зависи от печалбата на предприятието като краен резултат от стопанската дейност. Следователно фонда работна заплата е резултативна величина, а не предварително планирана от висшестоящ орган. Фактическият фонд работна заплата се определя по специална схема на образуването и разпределението на доходите. 1/

2. Установеният по схемата след изтичането на всяко тримесечие фактически фонд работна заплата се разпределя по подделенията на предприятието/ стопански дейности, отдели, категоричен персонал и пр./ пропорционално на колективни бази за участие в подделенията.

3. Колективните бази за участие се образуват от сумата от основните заплати и полагащите се доплащания корегирани в зависимост от степента на изпълнението на плана за печалбата за съответните подделения.

4. Разпределения по подделения фактически фонд работна заплата след това се разпределя между работниците и служителите пропорционално на личните им бази за участие/ чрез преводаен коефициент, който изразява фактическата стойност на 1 лв. от базите за участие/.

5. В личната база за участие трябва да намери отражение количеството и качеството на вложения труд от отделния работник измерен чрез степента на изпълнението на предварително определени норми за изработка изразени в нормативен стокооборот и чрез изпълнението на някои показатели изразяващи качеството на неговата работа/ култура на обслужване, спазване на санитарно-хигиенни изисквания и др./

6. Работниците и служителите ежемесечно получават авансово обикновено основната си заплата и след изтичането на тримесечието с четвърта ведомост получават разликата до фактически полагаемото се трудово възнаграждение за тримесечието.

Досегашният опит от приложението на този механизъм на заплащане на труда в търговията показва, че се проявяват някои слабости, които затрудняват правилното прилагане на основните принципи на новата система в търговията. Тези слабости се свеждат до следното:

а/ Фактическият фонд работна заплата, който се разпределя в предприятията, не винаги правилно, точно и верно отразява субективния принос на колектива на предприятието за постигането на крайния стопански резултат. Причината за това са някои несъвършенства в механизма на облагането на предприятието с данъци, които довеждат в един случай до одетяване, а в други случаи до облагодетелстване на отделни предприятия.

б/ Системата на заплащане е много усложнена чрез последователно разпределение на фонда работна заплата чрез бази за участие и оттам - неясна и много трудно разбираема за търговските работници.

1/ Виж Примерен Правилник за пробно прилагане на новата система в държавните търговски предприятия, стр.21

в/ Тримесечното отчитане на резултатите от стопанската дейност¹ установяване на фонда работна заплата и неговото разпределение, забавя много стимулирането на търговските работници, а това намалява ефективността на системата.

Основните положения на новата система на планиране и ръководство на народното стопанство сега са подложени на всенародно обсъждане в резултат на което механизмът на нейното приложение в областта на търговията и общественото хранене вероятно ще се подобри и усъвършенствува и посочените слабости ще бъдат преодоляни.

6. ПЛАНИРАНЕ ЧИСЛЕНОСТТА НА ТЪРГОВСКИТЕ РАБОТНИЦИ, СРЕДНАТА РАБОТНА ЗАПЛАТА И ФОНДА РАБОТНА ЗАПЛАТА

Планирането на числеността на търговските работници има голямо значение за увеличаването на стокооборота, за подобряване обслужването на населението с необходимите му стоки, за растежа на производителността на труда и за правилната организация на труда в търговските предприятия.

При планирането на броя на персонала в търговските предприятия трябва да се има предвид задачата за увеличаване на относителния дял на оперативните търговски работници т.е. тези, които имат пряк допир със стоката и купувача.

Числеността на различните групи персонал/ продавачи, складови работници, административно-управителен персонал, обслужващ персонал и др./ се определя по различни начини.

Числеността на продавачите и складовите работници, които са основната част от търговския персонал се изчислява като плана за стокооборота на дребно/за продавачите/или плана за стокооборота на едро/за търговските работници на едро/се разделя на плановата производителност на труда на един продавач или на един складов работник. При изчисляване на необходимия брой продавачи и складови работници обаче трябва да се изхожда и от броя и характера на търговската и складовата мрежа. Затова най-правилно е броя на продавачите и търговските работници да се определя поотделно за всеки магазин, склад и търговски обект и след това да се сумират и се определи общия брой на тези търговски работници за предприятето.

Числеността на административно-управителния апарат на търговското предприятие зависи от обема на работата и от условията при които работи съответното търговско предприятие. От съществено значение за определяне на броя и структурата на административно-управителния апарат са типовите данове. В тях се определя числеността на административно-управителния апарат за търговските предприятия и за магазините и заведенията за обществено хранене, които в зависимост от обема и условията на работа се групират в няколко категории. Типовите данове спомагат за намаляване на числеността на административно-управителния персонал, за засилване на щатната дисциплина, за подобряване работата по ръководството на търговските предприятия и за намаляване на излишните разходи по издръжката на персонала.

Планирането на средната работна заплата в търговските предприятия и организации, в магазините, заведенията за обществено хранене и другите търговски обекти се извършва по категории персонал, като се изхожда от достигнатото равнище на работна заплата през последен отчетен период, от планираното увеличение на производителността на труда и на печалбата и от прилаганата система на заплащане на труда. Изяснено бе в предния въпрос как различните системи на заплащане на труда определят по различен начин възможностите за нарастване на средната работна заплата при плануваните резултати в производителността на труда и в печалбата от стопанската дейност.

Плановият фонд работна заплата при новата система за планиране и ръководство в търговията се разработва общо за предприятието/ организацията/ и по подделение/ отдели, дейности, категории персонал и пр./ въз основа на плановете за обема на работата, на плановия брой работници и предполагаемата средна работна заплата по категории работници съобразно плановия доход за потребление.

При планиране на фонд "Работна заплата" по подделения и категории персонал, следва да се установява правилно съотношение в равнището на средната заплата, съответстваща на количеството и качеството на труда.

Плановият фонд "Работна заплата" е част от планирания доход за разпределение, определен по схемата за образуване и разпределение на дохода. С оглед на това първоначално изчисленият по подделения общ фонд "Работна заплата" се коригира, за да се изравни с окончателния фонд "Работна заплата" който се полага от разпределението на планирания за съответния период доход.

Г л а в а VIII

РАЗХОДИ ЗА ОБРЪЩЕНИЕТО

1. СЪЩНОСТ И ИКОНОМИЧЕСКИ ХАРАКТЕР НА РАЗХОДИТЕ ЗА ОБРЪЩЕНИЕТО

Всички разходи на жив и овеществен труд изразени в парична форма, които се извършват във връзка с осъществяването на стокното обръщение се наричат разходи за обръщението.

Тези разходи обхващат следните основни групи:

а/ Заплащането на труда на търговския персонал зает в сферата на обръщението.

б/ Заплащането на разни видове услуги, които се извършват на търговията от други отрасли на народното стопанство/ комунални, съобщителни и други услуги, .

в/ Заплащането на употребените в сферата на обръщението материални средства/ опаковачни и амбалажни материали, гориво, електроенергия, амортизация на основните фондове и др./.

г/ Стойността на стокните загуби, които произлизат

от превозването, съхраняването и продаването на стоките.

Разходите, които не са свързани със стоковото обръщение, макар да се извършват от търговски предприятия, не се включват в разходите за обръщението. Такива разходи са: загубите от злоупотреби, кражи, разхищения, дебиторска задължителност, стихийни бедствия и други причини, които не са свързани и не са резултат от процеса на стокооборота; разходите за различни видове помощи за работници и служители, за физкултура и спорт, за художествена самодейност, за организиране на тържества и други.

Тези разходи се извършват от търговските предприятия за сметка на печалбата, а някои от тях в кооперативните кооперации се покриват и за сметка на специални фондове.

В сферата на стоковото обръщение се извършват два вида функции:

а/ Функции по смяната на формата на стойността, т.е. по покупко-продажбата на стоките и

б/ Функции по продължаване и завършване на производството в сферата на обръщението.

Съобразно с това и трудът, зает в сферата на обръщението, бива производителен и непроизводителен, на тази основа Маркс подразделя и разходите на стоковото обръщение на две групи:

а/ чисти разходи за обръщението

б/ допълнителни/хетерогенни/ разходи за обръщението.

Функциите на смяната на формата на стойността, т.е. функциите по превръщането на стоките в пари и на парите в стоки, от своя страна обхваща следните дейности:

а/ Дейността по извършването на търговските сделки между купувачи и продавачи, непосредствено участващи в покупката и продажбата на стоките.

б/ Дейността по воденето на книги със връзки с покупко-продажбите, за които освен работни сили са необходими и материални разходи за хартия, мастило, перо и други канцеларски принадлежности.

в/ Дейността по изпълняването на парите като средство за обръщение, което е свързано с различни операции по получаване и разплащане на парите, както съхраняване и пр.

Характерно за всички тези дейности е, че трудът, зает в тях, е непроизводителен. Той не създава нито потребителни стойности, нито нови стойности. Тези чисти разходи принадлежат от смяната на формата на стойността т.е. от обръщението по покупката и продажбата на стоките са чисти разходи за стоковото обръщение.

Функциите по продължаване и завършване на производството на стоките в сферата на стоковото обръщение извършват се раз в следните дейности:

а/ Транспортиране на стоките. Производителният процес обхваща не само дейността, свързана с изменението на формата и състава на предметите на труд, но и продължаването на продукцията от мястото на произвеждането до мястото на потреблението. Когато стоката е произведена, но е оскъдалена от нейния потребител, тя не е способна да удовлетвори дадена потребност. В този случай тя е космически далеч от своя

циална, но не и на реална потребителна стойност. За да бъде готова за потребление, стоката трябва да завърши своето придвижване до мястото на потреблението.

б/ Дообработване на стоките. Тук се отнася дейността, свързана с фасониране, сортиране, комплектуване на асортимента, опаковане и пр. Основната част от дообработката на стоките се извършва още в самите производствени предприятия. Освен това обаче, процеси на дообработка се извършват и в търговията на едро и в търговията на дребно. Независимо от мястото където се извършват тези процеси на дообработка на стоките са производствени.

в/ Съхранение на стоките запаси. За съхраняването на стоките запаси са необходими материални и трудови разходи. Със създаването на условия за съхраняване на стоките запаси се запазва потребителната им стойност, която е носител и на тяхната стойност.

Както живият, така и оведественият труд, разходван в необходимите размери за транспортирането, дообработването и съхраняването на стоките в сферата на обръщението, увеличава стойността на стоките.

Съвкупността от всички необходими разходи по продължаване и завършване на производството в сферата на обръщението, представлява допълнителни разходи на стокото обръщение. Те се наричат така, защото са свързани с допълнителни стокови процеси. Делението на разходите за обръщението на чисти и допълнителни дава възможност теоретически да се установи границата между сферата на общественото материално производство и сферата на обръщението. Това деление позволява правилно да се изчисли създаденият в сферата на обръщението национален доход.

Икономическата същност на разходите за обръщение при социализма се изменя коренно и принципиално в сравнение с капитализма. Тези изменения произлизат от новите социалистически производствени отношения.

За разлика от капитализма разходите за обръщението при социализма не могат да бъдат използвани за експлоатация на човека и за превръщане на работната сила в стока. Докато при капитализма разходите за обръщението обслужват капиталистическото възпроизводство и спомагат за развитието на капиталистическите производствени отношения, при социализма разходите за обръщението обслужват разширеното социалистическо възпроизводство и спомагат за укрепване на социалистическия обществен строй.

Измененията в икономическата същност на разходите за обръщение при социализма предизвикват съществени изменения в тяхната динамика, равнище и структура.

Равнището на разходите за обръщение при социализма е значително по-ниско, отколкото при капитализма. В сравнение с капитализма при социализма чистите разходи за обръщението вземат много по-малко относителен дял, отколкото допълнителните.

2. ЗНАЧЕНИЕ НА СНИЖЕНИЕТО НА РАЗХОДИТЕ ЗА ОБРЪЩЕНИЕ

Снижаването на непроизводителните разходи и на допълнителните производствени разходи по своята същност, макар и под различна форма, довежда до един и същ икономически резултат - до икономия, както на жив, така и на овеществен труд.

Снижаването на разходите за обръщение в тяхната цялост е една от предпоставките за увеличаване на натрупванията в търговските предприятия и в народното стопанство. По ради независимостта която съществува между величината на разходите за обръщение и натрупванията в търговските предприятия, колкото по-голяма е икономията от снижението на разходите за обръщение, толкова по-голямо ще бъде натрупването/ печалбата/ в търговското предприятие.

Част от печалбата остава в разпореждане на търговските предприятия и се използва както за основни и оборотни средства, така и за подобряване условията на труда и на материалното благосъстояние на търговските работници. Оставащата част от печалбата отива в приход на бюджета за формиране на централизирани общодържавни фондове.

Освен това снижаването на разходите за обръщение създава допълнителни резерви и за повишаване на материалното и културно благосъстояние на трудещите се, за увеличаване на тяхната покупателна способност. Тези допълнителни резерви се предоставят на трудящите се под най-различни форми, като например;

а/ увеличаване на паричните доходи на населението.
б/ намаляване цените на стоките за лично потребление.

в/ увеличаване на обществените фондове като източник на безплатни или частично безплатни услуги.

г/ намаляване на различните видове задължителни плащания като данъци, такси и др.

Затова от снижаването на разходите за обръщение като източник за създаване на допълнителни резерви за подобряване на материалното и културно благосъстояние са заинтересовани както търговските работници и служители, така и всички останали трудещи се.

Независимо от голямото народностопанско значение, което има снижаването на разходите за обръщение, то може да бъде оправдано и целесъобразно само при определени условия - когато е съпроводено едновременно с подобряване на обслужването на населението. Не бива в никакъв случай да се допуска снижаване на разходите за обръщение за сметка на влошаване културата на търговията.

3. ПОКАЗАТЕЛИ НА РАЗХОДИТЕ ЗА ОБРЪЩЕНИЕ

Разходите за обръщението се измерват и изразяват в следните показатели:

1. Абсолютна сума на разходите
2. Равнище на разходите за обръщение
3. Размер на снижението/увеличението/ на разходите.

4. Темп на снижението/увеличението/ на разходите
5. Абсолютна икономия/преразход/
6. Относителна икономия/ преразход/

Техниката на изчисляването и значението на тези показатели са както следва:

1. Абсолютната сума на разходите за обръщението е сумата на всички разходи изразени в лева. Този показател сам за себе си без да се свърже с обема на стокооборота за който се отнася няма особено познавателно значение.

2. Равнище на разходите за обръщение. Изчислява се като абсолютната сума на разходите се изрази в проценти спрямо стокооборота по формулата,

$$\frac{\text{абсолютна сума на разходите} \times 100}{\text{стокооборот}}$$

следователно, този показател изразява колко лева и стотинки разходи се правят на всеки 100 лв. стокооборот. В практиката и в литературата може да бъде средният и под наименованието ниво или уровень на разходите за обръщение. Този показател има много голямо значение, защото неговото изменение между отчет и план или между отчетен и базисен период дава представа за подобрене или влошаване на работата по отношение на разходите за обръщение.

3. Размер на снижението/увеличението/ на разходите. Изчислява се като разлика между отчетното и плановото или между отчетното и базисното равнище на разходите. Когато отчетното равнище е по-ниско от плановото или базисното, имаме размер на снижението, а когато отчетното равнище е по-високо - имаме размер на увеличението на разходите.

Размерът на снижението /увеличението/ на разходите изразява колко стотинки икономия или преразход сме направили за всеки 100 лв. стокооборот по отчета спрямо плана или спрямо базисния период. Този показател не е съпоставим, защото размера на снижението се изчислява от различни равнища.

4. Темп на снижението/увеличението/ на разходите. Изчислява се като размерът на снижението се изрази в проценти от плановото или базисното равнище на разходите по формулата:

$$\frac{\text{размер на снижението} \times 100}{\text{планово/базисно/ равнище}}$$

Този показател е съпоставим и изразява по-верно и точно приноса или вината на търговското предприятие или магазин по отношение на разходите за обръщение.

Разликата в значението между показателите размер и темп на снижението може да се илюстрира със следния условен пример:

	<u>ЗДРАВА храна</u>	<u>Балкантурист</u>
равнище на разходите през 1964 г.	15 %	40 %
равнище на разходите през 1965 г.	14 %	38 %
размер на снижението	$\frac{1}{15}$	$\frac{2}{40}$
темп на снижението	$\frac{1 \times 100}{15} = 6,672 \%$	$\frac{2 \times 100}{40} = 5\%$

От примера се вижда, че по показателя размер на снижението на разходите "Балкантурист" има два пътя по-високо постижение, но по показателя темп на снижение по-високо постижение има "Здрава храна". Правилно е да се правят сравнения и изводи по съпоставимия показател - темп на снижение на разходите.

5. Абсолютна икономия /преразход/. Изчислява се просото като разлика между отчетната абсолютна сума и плановата или базисна абсолютна сума на разходите. Когато отчетената сума е по-ниска от плановата/базисната/ имаме икономия и обротно. Този показател е несъпоставим и поради това няма особено значение.

6. Относителна икономия /преразход/. Може да се изчисли по два начина:

а/ Размера на снижението на разходите се умножава по фактически реализирания стокооборот и полученото се дели на 100.

б/ Плановото/базисното/ равнище на разходите се умножава по фактически реализирания стокооборот и полученото се дели на 100. По този начин се получава условна абсолютна сума на разходите, която отговаря на фактическия стокооборот, но при запазване на плановото/базисното/ равнище на разходите. След това, така получената условна абсолютна сума на разходите се сравнява с фактическата абсолютна сума и ако фактическата сума е по-ниска от условната - имаме относителна икономия, а ако е по-висока - имаме относителен преразход. Този показател има голямо познавателно значение, защото изразява реалната икономия или реалния преразход по отношение на разходите за обръщението.

В следния условен цифров пример от едни и същи изходни данни са изчислени всички показатели на разходите за обръщение за две последователни години:

Показатели	1964 г.	1965 г.	1966 г.
Стокооборот	1 000 000	1 100 000	1 200 000
1. Абсолютна сума на разходите	60 000	67 000	71 800
2. Равнище на разходите	6 %	6,091 %	5,900 %
3. Размер на снижението/увеличение +/	-	+0,091 %	-0,191 %
4. Темп на снижение/увеличение +/	-	+1,52 %	-3,14 %
5. Абсолютна икономия/преразход +/	-	+7,000	+4,800
6. Относителна икономия/преразход +/	-	+1,000	-1,292

4. КЛАСИФИКАЦИЯ, СТРУКТУРА И ГРУПИРАНЕ НА РАЗХОДИТЕ ЗА ОБРЪЩЕНИЕ

Разходите за обръщение са многобройни и многообразни. Нуждите на планирането, отчетността, анализа, контрола и.

научното изследване изискват те да бъдат обособени в едно родни по своя характер и по своето съдържание групи, т.е. да бъдат класифицирани.

Действуващата сега у нас класификация е утвърдена с инструкцията за планиране и отчитане на разходите за обръщане/ вж. в "Известия", бр.55 от 1958 г./, която е в сила от 1 I 1959 г.

За търговията на едро, за търговията на дребно, за общественото хранене и за изкупуването оперативните разходи обхващат следните статии:

1. Заплати
2. Начисления върху заплатите за ДОО
3. Транспортни разходи
4. Разходи за дообработка, сортировка, опаковка и съхранение на стоките.
- 4а. Разходи за гориво, електроенергия и други разходи за производствени нужди и за съхранение на стоките и хранителните продукти/ само за общественото хранене/.
5. Разходи и загуби от амбалаж
6. Загуби от стоки - фири и липси в рамките на допустимите норми.
7. Дяхви
8. Наеми, амортизация, поддържане и текущ ремонт
9. Канцеларски, пощенски, телеграфни и телефонни разходи.
10. Командировки, поддържане на лек транспорт и служебни пътувания.
11. Други разходи
12. Непланируеми разходи, само за отчета/:
загуби от фири и липси над допустимите норми,
загуби от глоби, неустойки и денгуби
Загуби/разходи/

Структурата на разходите за отделните подотрасли на търговията е различна.

Така например за търговията на дребно и общественото хранене най-голям относителен дял имат разходите за заплати за търговията на дребно - средно около 35-40 %/включително начисленията за ДОО/ и за общественото хранене - около 55 - 60 %. На второ място по относителното си тегло са транспортните разходи, които представляват средно около 17-18 % от всички разходи. Следват разходите за наем, амортизация, поддържане и текущ ремонт. На четвърто място са разходите за дообработка и др. После следват останалите разходи с по-малко относително тегло. За търговията на едро - най-голям дял имат разходите за транспорт, след тях - разходите за заплати и т.н.

Разходите за обръщане могат да бъдат групирани по различни признаци.

В зависимост от това дали могат да се отнесат пряко за отделни дейности/ търговия на дребно, обществено хранене, изкупуване на селскостопански произведения и пр./ или за отделни обекти/магазини, заведения и др./ разходите имат:

а/ Преходни разходи, тези, които се отнасят направо към определена търговска дейност, определен обект или опре

делена група стоки и

б/ Общи разходи - всички останали разходи, които не могат да се отнесат направо към определена дейност, обект или група стоки.

Делението на разходите на преки и общи, както и разпределението на общите разходи между отделни дейности, обекти и групи стоки дава възможност да се установят разходите не само за всяко предприятие като цяло, но и за всяка търговска дейност, за всеки обект и за всяка стокова група по отделно. Това има голямо значение за правилното внедряване на вътрешната стопанска сметка по дейности и по обекти, както и за правилното установяване на търговските отстъпки и надбавки по групи стоки.

Разпределението на общите разходи по дейности и обекти може да се извърши по един от следните начини:

1. Пропорционално на фонда работна заплата
2. Пропорционално на преките разходи
3. Пропорционално на стокооборота

Предоставя се на търговските предприятия сами да определят кой от тези начини да използват като най-подходящ при тяхните конкретни условия на работа.

В зависимост от това каква е връзката и обусловеността им от обема на стокооборота, разходите за общение обхват:

- а/ Условно-постоянни и
- б/ Променливи

Условно-постоянни са тези разходи, които не зависят до известна степен от измененията на обема на стокооборота, или много малко се влияят от тези изменения. Характерно за тях е, че те относително запазват абсолютната си сума независимо от това, дали планът за стокооборота е изпълнен, преизпълнен или неизпълнен. Разбира се когато се разглеждат в динамика и когато по-значителните изменения в обема на стокооборота се съпътствуват с изменения в материално-техническата база и в броя на персонала, тези изменения предизвикват промени и в условно-постоянните разходи.

Променливи са тези разходи, които се променят в една или друга степен при изменение в обема на стокооборота.

Към условно-постоянните разходи се отнасят:

1. Заплатите на работниците и служителите, които са на повременна система на заплащане, наемите, амортизации, те, поддържането и текущия ремонт.
2. Канцеларските, пощенските, телеграфните и телефонните разходи.
3. Командировките
5. Административно-управителните разходи и други.

Към променливите разходи се отнасят:

1. Заплатите на търговските работници при чиста или комбинирана система на заплащане изградена на базата на неизменни норми на изработка.
2. Транспортните разходи
3. Разходите за дообработка, опаковка и съхранение на стоките.
4. Разходите и загубите от амбалаж.

5. Загубите от стоки

6. Лихвите и други

Независимо, че делението на разходите на променливи и условно-постоянни има доста условен характер, то спомага да се разкрива зависимостта между разходите за обръщение и обема на стокооборота. Освен това при това деление става възможно да се направи задълбочен анализ и е предпоставка за правилното планиране на разходите по отделни елементи и стоки.

5. ФАКТОРИ ОПРЕДЕЛЯЩИ РАВНИЩЕТО НА РАЗХОДИТЕ ЗА ОБРЪЩЕНИЕ

Равнището на разходите за обръщение се образува под влиянието на различни фактори.

От гледище на мащаба в който действуват факторите биват:

а/ фактори от национален мащаб и

б/ фактори, които действуват само в мащаб на отделните търговски предприятия и организации.

Освен това от гледище на анализа и за правене на правилни изводи и оценки, факторите могат да бъдат групирани на:

а/ Обективни, т.е. независещи непосредствено от добрата или лоша работа на търговските работници и ръководители

б/ Субективни, т.е. зависещи непосредствено от качеството на работата на търговските работници и ръководители.

Факторите действащи в национален мащаб са както следва:

1. Непрекъснатия растеж на общия обем на стокооборота. Този фактор действува благоприятно за снижението на равнището на разходите за всички търговски предприятия в страната, защото общата сума на разходите расте по-бавно от растежа на обема на стокооборота. Този по-бавен растеж на разходите се обуславя от наличието на условно-постоянни и на неправпорционални разходи за обръщението.

2. Приближаването на производството до районите на потреблението. От особено значение е производството на основните стоки за масово потребление, като зеленчуци, плодове, мляко и други, да се съсредоточава около големите потребителни центрове чрез създаване на зеленчукови и плодови пояса, големи млечни ферми и др. в близост до големите потребителни центрове. Това е благоприятен фактор за снижаване на равнището на разходите и по-специално по статията "Транспортни разходи".

3. Развитието и усъвършенствуването на всички видове транспорт за превоз на стоки - благоприятен фактор.

4. рационализация на стокопродвиждането и съкращаване на звенността - също благоприятен фактор.

5. Непрекъснатото подобряване качеството на стоките. Чрез това се улесняват продажбите, ускорява се стокообръщане

мостта и оттам относително се намаляват редица разходи.

6. Внедряване на фабричното дообработване, дребната разфасовка и пакетирание на стоките. Това е благоприятен фактор с много голям ефект за увеличаване производителността на труда и относително снижение на разходите за работна зплата.

7. Намаление цените на материалите използвани в търговията като: амбалажни материали, гориво, канцеларски материали, домакински и строителни материали за текущи ремонти и пр. Благоприятен фактор, който непосредствено намалява съответните материални разходи.

8. Намаляване цените на услугите ползвани от търговията като: транспортни, наеми, пощенски, комунални услуги и др. това е благоприятен фактор/ при евентуално увеличение - неблагоприятен/ който непосредствено намалява/увеличава/ съответните разходи за услуги.

9. Намаляване цените на стоките обект на търговията. Това е благоприятен фактор, който съдействува за увеличение равнището на разходите на 100 лв. стокооборот. При намалени цени на стоките за всеки 100 лв. стокооборот е необходимо да се продадат натурално повече стоки, а голяма част от разходите са свързани не със цената, а с количеството на стоки те/ транспортни разходи, разходи за дообработка, съхраняване и опаковка, разходите за амбалаж, стоките загуби от фери и липси и др./ . По този начин за реализирането на 100 лв. стокооборот при намалени цени на стоките разходите се увеличават т.е. увеличава се равнището на разходите за обръщение.

При евентуално увеличаване цените на някои стоки, равнището на разходите на 100 лв. стокооборот, поради изложени те зависимости, се намалява.

10. Изменение в структурата на стокооборота. Най-общата структура, т.е. съотношението между хранителните и нехранителни стоки, систематически се изменя в полза на нехранителните стоки. Това изменение влияе благоприятно за снижението на общото равнище на разходите за цялата търговия в страната, а също и за търговски организации реализиращи стокооборот от двете групи, защото отделно взето равнището на разходите само за нехранителни стоки е значително по-ниско отколкото равнището на разходите само за хранителни стоки. Също така и систематическото изменение на структурата на стокооборота от нехранителни стоки в полза на стоките задоволяващи културни нужди, за обзавеждане и с дълготрайна употреба влияе благоприятно за снижението на равнището на разходите, защото поради сравнително по-високата стойност на тези стоки тяхното равнище на разходите за обръщение е по-ниско от средното равнище на всички нехранителни стоки.

Почти всички посочени фактори от национален мащаб действуват независимо от качеството на работата на търговските работници и ръководители на отделните търговски предприятия и организации и поради това те могат да се считат за тях обективно действувачи фактори. Влиянието на тези фактори за снижение или за увеличение равнището на разходите на предприятието или организацията не трябва да се счита ка

то за заслуга, нито за вина на търговските работници и ръководители.

Факторите действащи в мащаб само на отделните търговски предприятия и организации са:

1. Степента на изпълнението на плана по стокооборота на търговското предприятие или организация. При неизпълнение на плана по стокооборота обикновено фактическото равнище и разходите ще надвишава плановото равнище/ разбира се при реално, икономически обосновано и правилно разчетено планово равнище/. Причина за това явление е наличието на условно постоянно и променливи разходи, които не се намаляват пропорционално на намалението на плановия стокооборот. Следователно, стокооборотът се намалява, намаляват се и разходите но с по-бавен темп и в резултат на това равнището на разходите на 100 лева стокооборот се увеличава.

Когато планът по стокооборота се преизпълнява, получава се също обратното - стокооборотът се увеличава спрямо плана и разходите също се увеличават спрямо плана, но с по-бавни темпове/ пак поради наличието на относително-постоянни и променливи не в права пропорция със стокооборота разходи/. В резултат на това, фактическото равнище на разходите ще бъде по-ниско отколкото плановото равнище.

2. Степента на успешното провеждане режима на икономии за електрическа енергия, гориво, канцеларски материали, пощенски, телеграфни и телефонни услуги, командировки и лек транспорт и по всички други елементи на разходите при които е възможно и целесъобразно да се провежда режима на икономия. Очевидно е, че влиянието на този фактор ще бъде благоприятно за снижение равнището на съответните статии от разходите, а чрез това и за снижението на общото равнище на разходите за търговското предприятие.

3. Съотношението между темповете на увеличението на производителността на труда и на средната работна заплата. При постигане на благоприятно съотношение в полза на производителността на труда, равнището на разходите за жив труд се намалява и обратно.

4. Организация и степен на използване капацитета на транспортните средства, новата техника и изобщо на цялата материално-техническа база. При добра организация и при висок степен на използване капацитета на материално-техническата база равнището на разходите по съответните статии ще се снижава.

5. Скоростта на обръщението на стоковите запаси. При ускоряване на стокообръщаемостта, разходите за стокови запасаи, дивизи и частично някои други елементи се намаляват на всеки 100 лв. стокооборот. При забавяне на стокообръщаемостта, ефекта е обратен.

Всички тези фактори зависят предимно от качеството на работата, от уменията, от способността, от моралната и материалната заинтересованост на търговските работници и търговските ръководители и затова тези фактори могат да бъдат считани като субективни.

С оглед на този субективен характер на посочените фактори трябва да се обърща особено внимание на тях и доколко

то не се стига до влошаване културата на търговското обслужване, да се провеждат системно мероприятия чрез използване на тези фактори, за да се снижава равнището на разходите за обръщението.

6. ПЛАНИРАНЕ НА РАЗХОДИТЕ ЗА ОБРЪЩЕНИЕ

Чрез плана на разходите за обръщение се цели да се постигне максимална икономия на жив и овеществен труд в процеса на стокното обръщение, като едновременно се подобрява културата на търговското обслужване на населението.

Планът на разходите за обръщение се съставя въз основа:

а/ Плановите показатели за стокооборота, материално-техническата база и фонда работна заплата;

б/ Анализа на разходите за обръщение през предплановия период;

в/ Задачите за повишаване културата на обслужването през дадения планов период.

За да се обоснове планът на разходите за обръщение е необходимо да се разработват разчетни материали за отделните видове разходи. За планирането на разходите за обръщение не само по общи показатели, но и по отделни статии е необходимо да се познава основно съдържанието на тези статии и методите за тяхното планиране.

Планиране на разходите за заплати. Към тази статия се включват:

а/ Фондът на работната заплата на търговския персонал в списъчния състав;

б/ Заплатите на работниците, заети в основната дейност на търговските предприятия;

в/ Фондът на работната заплата на търговските работници, на които се заплаща в процент.

Работната заплата на списъчния и несписъчния състав на извънтърговския персонал не се включва в разходите за заплати, а в съответните статии на разходите за обръщение в зависимост от вида на извършената работа/транспортни разходи; разходи за дообработка и пр./

Равнището на разходите за работна заплата се обуславя от производителността на труда и от средната заплата на средносписъчния работник. Равнището на разходите за заплата може да бъде снижено тогава, когато производителността на труда расте с по-бърз темп от работната заплата. Когато са известни тези величини може да се изчисли и равнището на разходите за заплати към стокооборота.

Планиране на разходите за транспорт. По-голяма част от стоките в страната се превозват с железопътен транспорт. За да се планират тези транспортни разходи, трябва да се изходи от следните предпоставки:

а/ Плана за постъпленията на стоки в търговските предприятия в натурално и стойностно изражение;

б/ Определяне на часта от стоките постъпления, която ще се превозва по железниците и транспортните разходи да бъдат за сметка на купувача;

в/ Местонахождението на доставчиците, което дава възможност да се установят превозните разстояния.

г/ Големината на партидите - каква част ще бъдат вагонни и каква част дребна пратка.

д/ Транспортната такса на отделните видове и групи стоки.

Всички останали статии се планират по съответна метода дика и съобразно предпоставките, които ги обуславят.

Г л а в а IX

ЦЕНИ В ТЪРГОВИЯТА

1. СЪЩНОСТ, ЗНАЧЕНИЕ И ВИДОВЕ ЦЕНИ В ТЪРГОВИЯТА

Съществуването на стоково производство при социализма обуславя действието на закона за стойността и необходимостта от използването на стойностните форми - пари, цена, кредит и т.н. Стойността на стоката се определя от средния обществено необходим разход на труд за нейното производство и конкретно се проявява в цената, която е паричен израз на стойността.

Закона за стойността изисква да се съблюдава еквивалентна/равностойна/ размяна между стокотриизводителите, което може да стане само ако цените на стоките отразяват тяхната обществена стойност, ако те възстановяват необходимите разходи на производителите и осигуряват рентабилност на всяко работещо предприятие. От това обаче не следва, че цената на всяка отделна стока трябва да бъде равна на нейната стойност. Цената като форма за изразяване на стойността допуска възможността за отклонение на цените на отделни стоки от тяхната стойност.

Социалистическата държава като установява по планов начин цените на стоките има възможност да използва отклонението на цените от стойността на отделни стоки като средство за въздействие върху производството и потреблението.

Когато производствените предприятия материално са заинтересовани от рентабилността на производството, въздействието върху тях чрез цените е много ефикасно. Чрез установяване на съответно равнище на цените производствените предприятия се насочват към производството на:

а/ Търсени от населението стоки от местни недефицитни суровини;

б/ Стоки с разнообразен асортимент/ цените на новите асортименти осигуряват по-висока рентабилност/.

в/ Стоки с повишено качество/ цените на стоките от по-високо качество осигуряват сравнително по-висока рентабилност/.

Чрез цените на дребно държавата може да влияе много ефикасно и върху потреблението на стоките.

Основното средство за постигане на съответствие между търсенето и предлагането на стоки е непрекъснатото увеличаване производството на предмети за потребление и все по-пълно

ното им съответствие с потребителското търсене. Обаче този проблем не всякога може да се разреши по този начин, тъй като разширяването на производството зависи от наличието на суровини, производствените мощности, работна сила и др. В тези случаи възниква необходимостта от използването на цените като средство за въздействие върху обема и структурата на потреблението на населението, като се прехвърля търсенето от едни към други взаимозаменяеми в потреблението стоки/на пример от потреблението на месо към потреблението на риба; от потреблението на тъкани от естествени влакна към потреблението на тъкани от синтетични влакна; от метални към пластмасови предмети и пр./.

Държавата използва цената на дребно не само за рационално използване на стоките ресурси, но и за подобряване структурата на потреблението, като стимулира или ограничава потреблението на отделни видове стоки. Така например, държавата установява най-ниски цени на услуги и стоки от първа необходимост/ градски транспорт, хляб, мляко, гориво и пр./.

Също така относително ниски цени се определят за стоките от детския асортимент, учебни пособия и др., което е израз на грижата на народната власт към подрастващото поколение.

Чрез системата на цените на дребно, държавата съдейства за разширяване потреблението на стоки имащи санитарно-хигиенични, лечебно и културно значение.

Чрез установяване на цени на дребно по-високи от стойността на спиртните напитки, тютневите изделия, деликатесите, бижутерията и други, държавата съдейства за относително ограничаване потреблението на тези стоки.

Голямо значение има правилното съотношение между цените на суровините, полуфабрикатите и готовите стоки. Така например цената на хляба е по-ниска от цената на дребно на брашното и разходите по изпичането на хляба; цената на шивашките изделия е относително по-ниска от цената на дребно на тъканите от които са приготвени и т.н.

В търговията различаваме следните видове цени.

1. Цени на дребно - това са крайните цени, по които стоките се продават в търговската мрежа непосредствено на населението. По-голямата част от цените на дребно у нас са единни държавни цени на дребно, което значи, че тези цени са задължителни и общовалидни за всички райони и населени места в страната. Равнището на всички единни държавни цени на дребно се посочва в специални брошури - ценоразписи по групи стоки, като след всяко изменение на тези цени се издават нови ценоразписи, задължителни за спазване от всички търговски предприятия и организации.

2. Цени в заведенията за обществено хранене. Това са цените на ястията и готовите стоки продавани в заведенията за обществено хранене. Тези цени са по-високи от цените на дребно за същите стоки, защото в тях са включени и надценки за покриване допълнителните разходи по кухненската преработка и по обслужването в търговската зала на заведенията за обществено хранене.

3. Цени на кооперативните пазари. Това са свободни цени по които производителите продават своите стоки на коопе

ративните пазари. Те се образуват под въздействието на търсенето и предлагането, като държавата влияе върху равнището на тези цени чрез икономически средства.

4. Цени на едро в търговията - това са цените по които търговските предприятия на едро продават стоките на търговските предприятия на дребно. В зависимост от уговореното място до което се разграничава поемането на разходите по доставката на стоките между доставчик и купувач, цените биват:

Цена франко производствено предприятие, франко товар на гара, франко вагон товарна гара, франко вагон разтоварна гара, франко склад на купувача или франко магазин, заведе ние или друг обект за продажба на стоките на дребно.

5. Цени при изкупуването на селскостопански произведе ния. При договорната форма на изкупуване въз основа на държавен задължителен план цените са предварително твърдо опре делени и задължителни, както за изкупвателните организации, така и за производителите. При свободното договорно изкупу ване цените се определят по взаимно споразумение между две те страни.

2. СТРУКТУРА НА ЦЕНАТА НА ДРЕБНО

Цената на дребно на промишлените стоки се образува от следните елементи:

Първо се взема като основа средно-отраслевата фабрич но-заводска себестойност на стоката за единица натурална мярка/ килограм, литър, бройка и пр./-. След това към нея се прибавя средно-отраслевия размер на пласментните разходи и се получава средно-отраслева търговска или пълна себестой ност.

Към търговската себестойност се прибавя предвидения планов размер печалба за производственото предприятие и се получава фабрично-заводската цена на стоката. Тази цена ос тава за промишленото предприятие и с нея то покрива прои зводствените и пласментните си разходи, а разликата за него е чиста печалба.

Към фабрично-заводската цена се прибавя данъка върху оборота или ценовата разлика за бюджета и се получава цена та на едро на промишлеността. Но тази цена всички промишле ни предприятия производители на дадената стока продават, от пускат стоките на търговията на едро, затова тя се нарича отпусна цена.

Цената на едро на промишлеността се получава от про мишлените предприятия, но те са длъжни да внесат в бюджета включения в тази цена данък върху оборота и за тях остава само фабрично-заводската цена.

След като към цената на едро на промишлеността се при бавят средния размер на разходите за обръщението и печалба та за търговията на едро/ под формата на търговска отстъпка на едро/ се получава цената на едро за търговията. По тази цена търговските предприятия на едро продават, а търговски те предприятия на дребно купуват стоката.

Когато към цената на едро в търговията се прибавят

средния размер на разходите за обръщение и печалбата за търговията на дребно/ под формата на търговска отстъпка на дребно/ се получава цена на дребно, по която стоките се продават на населението.

Структурата на цената на дребно на промишлените стоки, изразена схематично има следния вид:

1. Средно-отраслева фабрично-заводска себе/ст10	лв
редни пласментни разходи.....	0,60 лв
2. Средно-отраслева търговска себестойност ..	10,60 лв
+ Печалба на промишленото предприятие	1,50 лв
3. Фабрично-заводска цена	12,10 лв
Данък върху оборота/ценови разлики/	3,10 лв
4. Цена на едро на промишлеността	15,20 лв
Разходи за обръщението на едро и печалбата за търг.	
на едро/ търговска отстъпка на едро/	1,10 лв
5. Цена на едро за търговията	16,30 лв
+ разходи за обръщението и печалбата за търговията	
на дребно/ търговска отстъпка на дребно/	2,20 лв
6. Цена на дребно	18,50 лв

На практика в търговията на едро определят цената по която закупуват стоките от промишлените предприятия, т.е. цената на едро на промишлеността, като от посочената в ценоразписите цена на дребно на стоката спадат размера на двете търговски отстъпки.

Цената на едро за търговията практически се определя, като от ценоразписната цена на дребно се приспадне размерът на търговската отстъпка на дребно.

Структурата на цената на дребно за селскостопанските стоки се различава от тази на промишлените стоки по следното: Вместо средно-отраслева фабрично-заводска себестойност имаме изкупвателна цена на селскостопанското производство. Когато към тази цена се прибави среден размер разходи по изкупуването и печалба за изкупвателното предприятие получава се "цена на заготвител", която отговаря на фабрично-заводската цена. По-нататък останалите елементи на същите както при промишлените стоки. Когато селскостопанския продукт се преработва в промишлено предприятие, т.е. представлява суровина за преработка, то тази суровина се продава на промишленото предприятие по "цена на заготвител". Спазва се принципът за еднократно облагане с данък върху оборота и това облагане да става само на готовата стока, но не и на суровината.

3. ОРГАНИ И РЕД ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЦЕНЕТЕ

Държавното ръководство по планирането на цените и ценообразуването у нас се осъществява от Министерския съвет, който установява равнището на цените и основни положения за изменението му.

Практическата работа по правилното провеждане на политиката на цените се осигурява от Комисията по цените при Държавния комитет за планиране.

Задачите на комисията по цените и реда за определяне

то на цените са определени в Наредбата по цените публикувана в Държавен вестник бр.42 от 1963 г.

Задачите на Комисията по цените са:

- проучва влиянието на цените върху развитието на производството и жизненото равнище на населението и прави съответни предложения за изменение на цените съобразно със задачите на народостопанските планове;

- разработва и определя изкупвателни цени и цени на заготвител на селскостопански произведения, цени на дребно на стоки за народно потребление, фабрично-заводски цени, цени на едро на промишлеността и цени на едро на вносител на промишлена и друга продукция, тарифи и цени на услуги и ремонти;

- извършва икономически проучвания и разработки по цените във връзка с работата на СИБ;

- упражнява контрол за правилното ценообразуване и спазване на утвърдените цени;

- ръководи методологически другите органи на които е възложено да определят цени.

Определянето на цените на стоките и контролът за правилното определяне и спазване на цените се извършва както следва:

1. Изкупните цени на селскостопански произведения по сочени в списък № 1 приложен към наредбата/ в този списък са посочени само най-важните и с най-голямо значение селскостопански произведения/ се утвърждава от Министерския съвет.

2. Изкупните цени на селскостопански произведения, които не се утвърждават от Министерския съвет и не се установяват по свободно договаряне, се определят от Комисията по цените.

3. Междинните изкупни цени на плодовете и зеленчуците се определят от намален състав на Комисията по цените.

4. Цените на заготвител на селскостопански произведения, които не се изкупуват по свободни цени, се определят от Комисията по цените.

5. Единните цени на дребно на стоките посочени в списък № 1 към наредбата се утвърждават от Министерския съвет, а фабрично-заводските цени, цените на едро на промишлеността и цените на едро на вносител за същите стоки се определят от Комисията по цените. По-важните видове стоки посочени в списък № 1 са:

- от групата хранителни стоки: главните видове плодове и зеленчуци, месо, мляко, яйца, ориз, захар, спиртни напитки, пиво, тютюневи изделия и др.

- от групата нехранителни стоки: каменни въглища и брикети, ламарини, тръби, леки коли, мотоциклети, радиоапарати, мебели, печки, хладилници, тъкани, трикотажи, облекла, обувки и пр.

6. Единните цени на дребно на стоките, които не се определят от Министерския съвет, се определят от Комисията по цените.

7. Единните цени на дребно на новите по вид и асортимент стоки за народно потребление и на модните и луксозни стоки се определят от Министерството на вътрешната търговия

в съгласие с Министерството на финансите.

8. Цените и редът за определяне на цените на продукцията на предприятията за обществено хранене се определят от Министерството на вътрешната търговия в съгласие с Министерството на финансите.

9. Цените на дребно, фабрично-заводските цени и цените на едро на промишлеността на стоките посочени в списък № 3 се определят от Окръжните народни съвети. В списък № 3 са посочени стоки с второстепенно значение за потребителите и на родното стопанство като: айран, вар, обковки за врати - ръчно ковани, капани за мишки и други - всичко 54 вида стоки.

10. Цените на дребно на тухли, керемиди, ~~капани и~~ вар негасена, за които няма установени единни цени на дребно, се определят от Окръжните народни съвети.

11. Цените на дребно на селскостопански произведения продавани от производителите на кооперативните пазари, както и цените на стоките посочени в списък № 4/ живопис, скулптура, художествени предмети за украса и други/ се определят свободно от производителите.

Цените на кухненската продукция в общественото хранене се определят от отделите "Търговия и изкупуване" към Окръжните народни съвети въз основа на стойността на вложените в отделните ястия продукти по цени на дребно увеличени с определена надценка. Надценките се прибавят към цената на дребно за да се покрийт допълнителните разходи по производството и обслужването в заведенията за обществено хранене и се диференцират в зависимост от категориите на заведенията така: за екстра категория - 90 %; за I категория - 50 %; за II категория - 35 % и за III категория - 30 %.

4. ТЪРГОВСКИ ОТСТЪПКИ И НАДБАВКИ - ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ, ДИФЕРЕНЦИРАНЕ, РОЛЯ И ПЛАНИРАНЕ

Търговска отстъпка и надбавка се нарича разликата между покупната и продажната цена на стоката, която се предоставя на търговските предприятия на едро и дребно с предназначение да се покрийт разходите за обръщение и да се реализира търговска печалба. В условията на социалистическия начин на производство търговските отстъпки и надбавки са основният източник на доходи за търговските предприятия и организации. Търговската отстъпка е един от важните икономически постове за рационализиране на стокообръщението чрез постигането на максимални икономии на обществен труд в сферата на стоковото обръщение.

Търговските отстъпки и надбавки като части от цената на стоката се планират заедно с планирането на цените. Поначало те се установяват като процент към цената на стоката. Когато този процент се спада от цената на дребно, нарича се търговска отстъпка/ отбив, рабат/. След спадане на търговската отстъпка от цената на дребно/продажната цена/ се получава цената на едро/покупната цена/. Когато процента се прибавя към цената на едро, се нарича търговска надбавка или търговска надценка. След прибавяне на търговската надбавка към це

ната на едро/покупната цена/ се получава цената на дребно /продажната цена/.

У нас търговски надбавки се използват сравнително в редки случаи, главно за такива стоки, за които не се определят цени на дребно - вар гасена и негасена, тухли, химически торове, туршии, книжни торби, спирт за горене и др.

Размерът на търговските отстъпки и надбавки се диференцира в няколко насоки.

Най-напред търговските отстъпки се диференцират по групи и видове стоки. Търговската отстъпка изразена в процент от цената на дребно зависи главно от равнището на разходите за обръщение на отделните групи и видове стоки. Очевидно е, че за тези стоки за които се правят големи разходи за всеки 100 лв. стокооборот, търговската отстъпка трябва да бъде съответно по-голяма за да покрие високите разходи и плюс това да осигури нормална печалба от продажбата на тези стоки.

Така например, търговската отстъпка за стоките сол и захар е съществено различна. Общата отстъпка на едро и дребно за солта е близо 4 пъти по-висока от тази за захарта. По вид и по трудоемкост в процеса на транспортирането, съхраняването и продажбата тези два вида стоки напълно си приличат. Разликата е само в тяхната цена, като захарта е осем пъти по-скъпа от готварската сол. По тази причина един и същ абсолютен размер на разходите по обръщение изразени в проценти от различен стокооборот ще даде значителна разлика в равнището на разходите. В случая равнището на разходите за 100 лева стокооборот само от сол е няколкократно пъти по-високо от това за 100 лв. стокооборот само от захар. Това различие трябва да обуслави в основни линии и различието в размера на търговската отстъпка на 100 лв. стокооборот на дребно.

Търговските отстъпки се диференцират и за търговията на едро и търговията на дребно.

По правило търговската отстъпка е по-ниска за търговията на едро, от тази за търговията на дребно. Така например за захар отстъпката на едро е 2 %, а на дребно - 5,5 % /за града/; за ракии и подсладени спиртни напитки отстъпката на едро е 2,4 %, а на дребно - 8 % /за селото/. Тези разлики се обясняват главно с по-ниското равнище на разходите за обръщение в търговията на едро, отколкото в търговията на дребно.

Най-после търговските отстъпки се диференцират за градската търговия и за селската търговия.

Обикновено търговската отстъпка е по-висока за селската търговия на едро и на дребно, отколкото за градската търговия на едро и на дребно. И това различие се обосновава с по-високото равнище на разходите за обръщение в селската търговия в сравнение с градската търговия.

Търговските отстъпки се диференцират още и в зависимост от условията за продажбата и доставката на стоката. И тук диференцирането се свързва с различния размер на разходите за обръщение. Условията на доставката се различават главно по начина на разпределение между търговските звена на разходите за транспорт, товарене и разтоварване, понася

не на фири по време на транспорта и др. Разпределението на транспортните разходи по доставката се определя чрез форми на франкиране на стоката, посочени в брoзурата за търговските отстъпки.

Освен посочените до тук обикновени търговски отстъпки и надбавки, понакога се установяват и извънредни или допълнителни отстъпки. Така например има определени допълнителни отстъпки за лагеруване на плодове и зеленчуци. С размера на тези допълнителни отстъпки за лагеруване търговските предприятия покриват разходите за сезонно съхраняване на стоки и получават допълнителна търговска печалба от този вид търговска дейност.

На търговските предприятия се одобряват и специални допълнителни отстъпки за някои вносни стоки, за да се посрещнат евентуалните рекламации на купувачите.

Допълнителни търговски отстъпки се установяват и по споразумение, когато двете страни се договарят за изменение на условията на доставката/франкирането/, за които е определена обикновената търговска отстъпка. В такъв случай страната/продавач или купувач/, която поема повече разходи за транспорт и др. изисква от контрагента си да му одобри допълнителна отстъпка в размер на икономията, която той ще реализира при изменените условия на доставката.

Ролята на търговските отстъпки и надбавки като икономически дост в социалистическата търговия се изразходва главно в следните три насоки:

Първо, търговските отстъпки и надбавки са твърди величини. Техните размери се изменят сравнително рядко от плановите органи. При това положение, всяко намаление на разходите за обръщението увеличава съответно дяла на печалбата и обратно - всяко увеличение на разходите за обръщението намалява дяла на печалбата на търговското предприятие. Така въз основа на стопанската сметка твърдия размер на отстъпките създава заинтересованост у търговските предприятия да намаляват непрекъснато разходите за обръщение, за да увеличават печалбата си.

Второ, търговските отстъпки и надбавки имат еднакъв размер за една и съща стока, продавана при еднакви условия и при еднакво обществено необходими разходи за обръщение. Единният характер на търговските отстъпки стимулира изостанатите търговски предприятия, които работят с по-високи разходи за обръщение от средните обществено необходими, да по добрят работата си, за да догонват средните и челните предприятия.

Трето, търговската отстъпка или надбавка се определя общо за всички звена, които придвижват дадени стоки. При това положение ако за обръщяване на стокодвижението участвуват повече от едно търговско звено на едро, то трябва да си разделят определената търговска отстъпка на едро. Така пак въз основа на стопанската сметка търговските отстъпки създават материална заинтересованост у стокопридвижаващите звена да водят борба за недопускане увеличаването на звеноността.

За да могат да изпълнят ролята на икономически дост за

подобряване качеството на работата на търговските предприятия, търговските отстъпки и надбавки трябва да бъдат планирани на икономически обосновано равнище и въз основа на точни технико-икономически изчисления за обществено необходимо димите разходи за обръщението и нормалната печалба от търговската дейност.

Планирането на търговските отстъпки и надбавки на по високо равнище, отколкото е необходимо, действува демобилизиращо върху работниците в търговията. Отрицателни резултати се получават също така, ако търговските отстъпки се планират на много ниско равнище.

При установяване на обществено необходимото равнище на търговската отстъпка или надбавка се взема предвид най напред обществено необходимото равнище на разходите за обръщане. Средно взето, разходите съставляват около три четвърти от размера на търговската отстъпка. Размерът на разходите за обръщане, които се вземат за основа при планиране на търговската отстъпка, се изчислява като средно равнище на плановите разходи.

Към определеното равнище на плановите разходи се прибавя и търговската печалба, за да се получи пълния размер на търговската отстъпка или надбавка. Печалбата съставлява около една четвърт от отстъпката. Нейният размер се определя въз основа на задълбочен анализ на рентабилността на търговските предприятия от минали години и въз основа на плановите задания по социалистическото натрупване.

При планирането на търговските отстъпки общо взето трябва да се спазват такива съотношения между търговските отстъпки, които отговарят на съотношенията между равнището на разходите за обръщението. В отделни случаи обаче може да се планират по-изгодни търговски отстъпки за някои стоки, чрез включване в тях на по-висока планова печалба, за да се упражни икономическо въздействие върху търговските предприятия. Например, дребните и трудоемки в продажбата стоки да бъдат по-рентабилни, отколкото скъпите и лесни за продажба видове стоки.

Г л а в а I

ФИНАНСИ НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

1. ОСОБЕНОСТИ НА ФИНАНСИТЕ В ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Държавните търговски предприятия и кооперативните организации извършват покупко-продажба на стоки. Те закупуват стоки от производствените и вносните предприятия и правят разходи за обръщението. Разходваните парични средства търговските предприятия възстановяват след продажбата на стоките. Към това наред с възстановяването на разходваните парични средства търговските предприятия получават и известен чист доход - печалба.

По този начин търговската дейност на търговските предприятия е свързана с приходи и разходи на парични средства. Това е финансовата страна на търговската дейност, която от

разява паричното обръщение в рамките на търговските предприятия, техните парични отношения с доставчиците, с други организации и предприятия, с бюджетните и кредитните учреждения, с работниците и служителите и с отделни лица.

Под финанси на търговските предприятия се разбира плановото образуване на парични средства и тяхното планово разпределение за осъществяване на търговско-стопанската дейност на предприятията.

Финансите на търговските предприятия са най-тясно свързани с държавния бюджет, с кредита и с паричното обръщение. Търговските предприятия са един от източниците на държавния бюджет, а едновременно те могат да ползват средства по лимитните капиталовложения по държавния бюджет.

Вътрешната търговия е отрасъл, който използва кратко сročния банков кредит в най-голяма степен. Основната част от краткосрочния кредит, отпускан от БНБ, се насочва към търговските предприятия за развитието на стокооборота.

Вътрешната търговия е най-тясно свързана и с паричното обръщение на страната, което се регулира чрез баланса на приходите и разходите на населението. Чрез стокооборота на дребно се осигурява реализирането на покупателния фонд на населението най-важния елемент на баланса.

Вътрешната търговия е най-тясно свързана и с касовия оборот на народното стопанство, защото основната част от паричните средства се връщат чрез нея.

Финансите на търговското предприятие са пряк резултат на търговско-стопанската дейност. От/обема и структурата на търговско-стопанската дейност и от постигнатите качествени показатели/производителност на труда, разходи за обръщение, стокообръщаемост и др./зависят финансовите резултати на търговията. Това не означава, обаче че финансовата дейност на търговията е пасивна страна. Обратно финансовата дейност оказва огромно въздействие за правилния ход на търговско-стопанската дейност. Организацията на финансовото стопанство на търговското предприятие оказва пряко въздействие върху всички страни на търговската и стопанската дейност и особено върху доставката на стоки, развитието на стокооборота, стоковите запаси, капиталното строителство и пр. Финансите синтезират всички положителни и отрицателни страни на търговско-стопанската дейност и в същото време са икономически лост за ликвидиране на отрицателните страни от дейността.

Финансовата дейност на търговските предприятия има най-тясна връзка с действието на закона за планомерното, прс порционално развитие на стопанството при социализма. Редице съотношения в икономиката на търговията не могат да бъдат разкрити, изменени и развити, без да се изразят по финансов път.

2. ИМУЩЕСТВО НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ -

ОСНОВНИ И ОБОРОТНИ СРЕДСТВА

Имуществото на търговските предприятия се състои от основни и оборотни средства, от фондове и други средства с

специално предназначение.

Имуществото се групира в основни и оборотни средства в зависимост от функциите, които те изпълняват средства на труда и предмети на труда/, а също така и в зависимост от характера на тяхното обръщение.

Основните средства се делят на следните по-важни видове:

- а/ сгради и съоръжения за складове, заведения за обществено хранене, магазини, будки, палатки и др.;

- б/ силови машини;

- в/ машини и апарати;

- г/ търговско обзавеждане и инвентар;

- д/ инвентарен амбалаж;

- е/ транспортни средства;

- ж/ други.

Основните средства в търговията имат своеобразен характер на обръщение. В зависимост от степента на изхабяване то тяхната стойност постепенно, на части се пренася в стойността на стокооборота. При всеки отделен търговски оборот част от стойността на основните средства под формата на амортизационни отчисления се реализира в пари. По своята на турално-ведествена форма основните фондове остават неизменни/ ако не се има предвид тяхното изхабяване/ и обслужват не един, а няколко десетки търговски обороти.

Стойността на основните средства се възстановява в рамките на планово предвидения срок за изхабяване на всяко основно средство, чрез съответни амортизационни отчисления. При това завършването на процеса на възстановяването на стойността на основните средства не винаги съвпада със завършването на процеса на изхабяването на основните фондове. Процесът на възстановяването на стойността на основните средства може да се завърши по-рано от процеса на изхабяването им. Това зависи от установената норма за отчисляване под формата на амортизационен фонд и от грижата, която полагат търговските работници за опазването на средствата на труда. Тогава основните средства, чиято стойност е възстановена, продължават да се използват като безплатна сила положително на природните сили.

Съгласно примерния правилник за проно прилагане на новата система на планиране и ръководство на народното стопанство/ 1965 г./ търговските предприятия правят амортизационни отчисления общо за възстановяване и основен ремонт на основните средства по ред и размери, установени от Министерския съвет. Амортизационни отчисления се начисляват и за основни средства в резерв, бездействие, дадени под наем. Част от амортизационните отчисления остават в предприятието и се внасят във фонд "Разширяване и техническо усъвършенстване", а друга част се внася в бюджета. Съгласно временната наредба за вноските в бюджета от държавните и кооперативните предприятия и организации преминали на новата система на планиране и ръководство на народното стопанство, предприятията от системата на МВТ и Главното управление по туризма внасят 70 % от амортизационни отчисления във фонд "Разширяване и техническо усъвършенстване" и 30 % в приход на републиканския бюджет.

Кооперативните организации от системата на Централния кооперативен съюз и Централния съюз на трудово-производителните кооперации внасят изцяло амортизационните отчисления във фонд "Разширяване и техническо усъвършенстване".

Източници за попълване и разширяване на основните средства са: от фонд "Разширяване и техническо усъвършенстване", от заемни средства и от бюджетни средства.

Оборотните средства на търговските предприятия се групират в зависимост от предназначението им и от характера на техния оборот. Всеки вид оборотни средства има особено предназначение и особен оборот.

Първият вид оборотни средства са тези, които са вложени в стоки. Това са стоките запаси в складовете, в магазините, в заведенията за обществено хранене и на път. Стоките са предмет на труда на търговските работници. При продажбата стоките се реализират в пари. Стоките заемат основната част от оборотните средства.

Вторият вид оборотни средства са тези, които са вложени в неизвентарен амбалаж, в малопенни и малотрайни предмети, в стопански материали и др. Малопенните и малотрайните предмети са най-характерни за общественото хранене, където се създадоха нормативи за регулиране на техния размер. Малопенните и малотрайните предмети са от рода на средствата на труда, но поради виската им стойност или поради краткотрайността им се отнасят към оборотните средства за улесняване на тяхното отчитане.

Трети вид оборотни средства са паричните средства на търговските предприятия, както наличните в касата на предприятието така и по разчетната сметка в БНБ.

Четвърти вид оборотни средства са взиманията от различните дебитори.

Процесът на обръщението на оборотните средства е непрекъснато превръщане на стоките в пари и на парите в стоки. Успоредно с това става обръщане и на неизвентарния амбалаж, казахбяването на малопенните и малотрайните предмети и употребата на стопанските материали. Съотношението между отделните видове оборотни средства изразява тяхната структура. Поради непрекъснатостта на покупките и на продажбите структурата на оборотните средства в търговските предприятия непрекъснато се изменя. В дните на доставка на стоки оборотните средства вложени в стоки и в амбалаж, имат най-голям относителен дял в общата сума на оборотните средства.

Правилната организация на оборотните средства в търговските предприятия трябва да осигурява най-ефективното им използване, което се изразява в осигуряване на непрекъснатост в снабдяването на населението със стоки при най-малко разходи за обръщане и при минимален период на обръщане. Организацията на оборотните средства и тяхното ефективно използване е една от главните задачи на финансовата дейност на търговските предприятия.

При новата система предприятията сами определят размера на оборотните си средства в това число и размера на собствените си оборотни средства. Собствените оборотни средства за производствената дейност се попълват съгласно с финан

совия план от фонд "Разширяване и техническо усъвършенствуване", а останалата част от оборотните средства може да се покрива с банков кредит. Размерът на оборотните средства за непроектната дейност се попълва изцяло от фонд "Социални и културни мероприятия".

Времето през което оборотните средства извършват своя кръгооборот/ от момента на влягането на парите до момента на окончателната реализация на стоките/, се нарича време на обръщението на оборотните средства.

Средното време на обръщение на средната сума от оборотни средства се нарича скорост на обръщението/ обръщаемост/.

Скоростта на обръщението на оборотните средства се изразява чрез показателите: а/ продължителност на един оборот изразена в дни; б/ брой на оборотите; в/ сума на стокооборота, падаща се на 1 лв. оборотни средства.

Изчисляването на първите два показателя става по същия начин както при изчисляване обръщаемостта на стоките като вместо сумата на средния сток запас се взема средната сума на оборотните средства.

Третият показател - сумата на стокооборота, падаща се на един лев оборотни средства се изчислява, като сумата на стокооборота през даден период се раздели на средната сума на оборотните средства през същия период.

Обръщаемостта на оборотните средства е един от качествени показатели за работата на търговските предприятия. Той зависи не само от организацията на финансовата работа в търговските предприятия, но преди всичко и от качеството на търговската работа. В показателя скорост на обръщението на оборотните средства намират отражение почти всички основни търговски и финансови въпроси и затова чрез него се характеризира ефективността на използването на оборотните средства.

Оборотните средства в търговията се нормират. Нормативът на оборотните средства се разделя на две части: а/ стокоси норматив представляващ оборотните средства вложени в стокоси запаси и б/ нестокоси норматив, представляващ оборотните средства вложени в нестокоси ценности.

Определянето на стокосия норматив е изяснено в раздела за планирането на стокосите запаси.

Нестокосите оборотни средства се делят на: а/ нормирани и б/ ненормирани. Нормират се неизвентарния амбалаж, запасаите от малопенни и малотрайни предмети, разходите за бързи периоди, касовата наличност, запасите от суровини, материали, гориво и др. в извънтърговската дейност и др. Стокосите запаси и нормиратите нестокоси ценности заемат основна част / 70-80 %/ от общия обем на всички оборотни средства. Ненормирани оборотни средства са паричните средства в разплащателната сметка при БНБ, предявените за инкасо платения искания, дебиторска задължителност и др. Нормативите за нестокоси оборотни средства се определят в сума. Те се определят въз основа на икономически анализ на оборотните средства, вложени в нестокоси запаси.

Например средствата вложени в неизвентарен амбалаж, записват от среднодневното количество освобождаващ се и изкупу

ван от населението амбалаж, от сроковете за събиране, почистване, ремонтване и връщане на амбалажа от събирателните предприятия, от цените на отделните видове амбалаж. Чрез анализирането на тези фактори и чрез разкриване на резерви за ускоряване на оборота на амбалажа се правят разчети за изчисляване на средната сума на оборотните средства, вложени в неминвентарен амбалаж.

При новата система на планиране и ръководство на народното стопанство стоковия и нестоковия нормативи не се определят централно от висшестоящите органи, а се определят и изменят в самите търговски предприятия съобразно конкретните условия.

3. СТОПАНСКА СМЕТКА, ПЕЧАЛБА И РЕНТАБИЛНОСТ В ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Основен източник на средства, необходими за социалистическото изграждане на страната са вътрешните натрупвания, които могат да се реализират при спазване на строг режим на икономии във всички отрасли на народното стопанство.

Едността на стопанската сметка се изразява в съблюдане на режим на икономии при стопанската дейност - икономии на труд, материални средства и на парични средства. Основното изискване на стопанската сметка е при относително най-малко разходи на труд да се постигне най-голям стопански резултат за предприятието и обществото. На практика прилагането на стопанската сметка се изразява в съпоставяне на доходите и разходите на стопанските предприятия, в покриване на всички разходи със собствени доходи и в резултата на това получаване на чист доход/чиста печалба/.

Търговските предприятия, които са на стопанска сметка, се характеризират със следните по-важни особености:

- а/ Имат пълен търговско-финансов план;
- б/ Имат оперативна самостоятелност, която намира израз в предоставянето на търговските предприятия право да използват по свое усмотрение основните си и оборотни средства, да набират работници, да встъпват в стопански връзки чрез договори с други организации и предприятия за изпълнение на плановите си задачи;
- в/ Имат право на самостоятелна разплащателна сметка в банката, където съхраняват своите парични средства и осъществяват паричните си разплащания;
- г/ Ползват банков кредит за осъществяване на търговската си дейност с необходимите парични средства;
- д/ Водят пълна и самостоятелна счетоводна отчетност със завършен баланс, статистическа и оперативна отчетност;
- е/ Търговските предприятия на стопанска сметка са отделна юридическа личност;
- ж/ Търговските предприятия на стопанска сметка действуват въз основа на правилник. За сега те работят по примерен правилник за пробно прилагане на новата система на планиране и ръководство на народното стопанство, утвърден с 10-то постановление на Министерския съвет от 16 II 65

Един от най-важните принципи на стопанската сметка е принципът на материалната заинтересованост и отговорност на предприятието като стопанска единица и на работническите колективи от резултата на стопанската дейност. Този принцип е спазен добре при прилагането на новата система, като вътрешните фондове на предприятието и заплатите на работниците се свързват непосредствено с крайния стопански резултат.

Бъв вътрешната търговия се прилагат две форми на стопанска сметка: пълна и непълна/вътрешна/.

Звената, които са на пълна стопанска сметка имат всички съставни елементи на стопанската сметка посочени по-горе. На пълна стопанска сметка у нас са приведени: търговските бази на ЦУТЕ, ОТП, ГТП и потребителните кооперации.

Звената на търговията, които се намират на непълна /вътрешна/ стопанска сметка имат само търговско финансов план по основните показатели: стокооборот, брутен печалба, разходи за обръщението по основните преки елементи и чиста печалба. На вътрешна стопанска сметка могат да се обособят отделни сектори/отдели/ на търговско-стопанската дейност - сектор/отдел/ хранителни стоки, сектор промишлени стоки, сектор обществено хранене, сектор транспорт и пр. На вътрешно стопанска сметка могат да бъдат обособени и група обекти с еднакво стоково-отраслова специализация, например: магазини за текстил, магазини за обувки, магазини за бакалия и др., ресторанти, сладкарници, пивници, разносна и развозна мрежа и др. Най-после на вътрешно стопанска сметка могат да се приведат и отделни по-големи търговски обекти като: складове, магазини, заведения за обществено хранене, изкупвателни пунктове и пр.

Внедряването на вътрешно-стопанската сметка по отделни дейности, група обекти или обекти, добива особено голямо значение при новата система, защото само чрез вътрешностопанската сметка може да се отрази и измери най-верно и най-точно приноса на всеки обект и по този начин най-правилно да се разпредели фонда работна заплата.

Резултата от стопанската дейност на предприятията на стопанска сметка се изразява чрез показателите: сума на чистата печалба и рентабилност. Сумата на чистата печалба се получава, като от брутената печалба/ сумата на всички отстъпки и надценки/ се извади сумата на разходите за обръщението.

Показателят рентабилност изразява отношението на сумата на чистата печалба към стокооборота, изразено в процент. Изчислява се по формулата:

$$\frac{\text{чиста печалба} \times 100}{\text{стокооборот}} = \text{рентабилност}$$

Показателят сума на чистата печалба е несъпоставим между отделните предприятия, защото не взема предвид разликите в обем на стокооборота на търговските предприятия. Рентабилността е сравним показател, защото се отнася за 100 лева стокооборот, но при условие, че стоковата структура е приблизително еднаква.

Когато се анализират и оценяват показателите от сто-

панската дейност на отделното търговско предприятие за ня колко последователни години, необходимо е да се използва и сумата на печалбата и рентабилността.

Сумата на печалбата е най-обобщаващият показател за резултатите от стопанската дейност на търговското предприятие или търговския обект. В този показател намират отражение измененията в обема на стокооборота, в равнището на разходите за обръщение/икономия или преразход/и измененията в стоковата структура/съотношението между по-ниско и по-високо рентабилните видове стоки/.

При равни други условия увеличаването на обема на стокооборота води до съответно, пропорционално увеличаване на сумата на печалбата. При един и същ обем на стокооборота и при равна стокова структура, икономията в разходите на обръщението изцяло се отразява като увеличение на печалбата. При един и същ обем на стокооборота и при неизменно равнище на разходите за обръщение изменението на стоковата структура в полза на стоките с по-висока рентабилност/от средната/увеличава сумата на печалбата и обратно-когато се увеличава относителното тегло на стоките с по-ниска рентабилност/от средната/сумата на чистата печалба съответно се намалява.

Рентабилността, която представлява равнището на чистата печалба на 100 лв.стокооборот зависи от равнището на brutната печалба/отстъпките и надценките/ и от равнището на разходите за обръщение.

Ако равнището на brutната печалба се повиши и едновременно равнището на разходите се запази или се повиши с по-малък размер, рентабилността се повишава. Ако равнището на brutната печалба се снижи при едновременно запазване или снижаване с по-малък размер на равнището на разходите, рентабилността се снижава. При едно и също равнище на brutната печалба снижението на равнището на разходите води до повишаване на рентабилността, а при повишаване на равнището на разходите рентабилността се снижава.

II РИМЪРЪ:

Показатели	База	I слу чай	II слу чай	III слу чай	IV слу чай
1. Равнище на brutната печалба	5,60 %	5,70 %	5,70 %	5,50 %	5,50 %
2. Равнище на разходите	<u>4,20 %</u>	<u>4,20 %</u>	<u>4,25 %</u>	<u>4,20 %</u>	<u>4,15 %</u>
3. Рентабилност	1,40 %	1,50 %	1,45 %	1,30 %	1,35 %

4. ФОНДОВЕ НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ СЪС СПЕЦИАЛНО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ

При новата система на планиране и ръководство на народното стопанство в търговските предприятия се създават след

ните вътрешни фондове със специално предназначение:

1. Фонд "Разширяване и техническо усъвършенствуване"
2. Фонд "Регулиране цените на дребно"
3. Фонд "Социално-битови и културни мероприятия"
4. Фонд "Резервен за работна заплата"

Набирането и изразходването на средствата за тези фондове се извършват както следва: 1/

Фонд "Разширяване и техническо усъвършенствуване" - средствата на този фонд се набират от:

а/ 70 % от общия размер на амортизационните отчисления за основните фондове, а за кооперативните организации - 100 %;

б/ 3 % върху производствените фондове/ основните и оборотни средства/, преизчислявани ежегодно в процент от дохода за разпределение при съставяне на търговско-финансовия план. Така преизчисленият процент се прилага върху фактически доход за разпределение, без да се изменя през годината;

в/ помагаемия се данък върху производствените фондове за основни средства набавяни с кредити. Така начисляваните суми се ползват целево за изплащане на заемите;

г/ свободни собствени оборотни средства с производствено/търговско/ предназначение, включени във финансовия план;

д/ постъпления от продажба и ликвидация на основни средства след покриване на заема за тях;

е/ прехвърляне на средствата от фонд "Резервен за работна заплата" и от фонд "Работна заплата" по решение на ръководството и стопанския комитет на предприятието;

ж/ постъпления на суми от имуществено застраховане;

з/ лихви, получени за средствата по фонда;

и/ други постъпления, свързани с финансирани дейности от фонд "РГУ".

Средствата на фонд "РГУ" се внасят по лихвена сметка в банката, обслужваща дейността на предприятието.

Средствата, набирани по фонд "Разширяване и техническо усъвършенствуване", имат целево предназначение. Те се разхождат по годишен план-сметка, разработен от предприятието, за следните цели:

а. Ползване на собствени оборотни средства, обслужващи търговско-стопанската дейност, съгласно с финансовия план;

б/ Основен ремонт, модернизация и усъвършенствуване на наличните основни фондове;

в/ За мероприятия по техническата безопасност и охраната на труда;

г/ Финансиране на капитални вложения, свързани със строителство, реконструкция и разширяване на производствени

1/ Виж временна наредба за фондовете на предприятията, в които се прилага пробно новата система през 1965 г.

мощности и площи;

д/ Внедряване на нова техника;

е/ Търговско и стопанско обзавеждане с инвестиционен характер;

ж/ Погасяване на заеми за капитални вложения, заеми за основен ремонт и лихви върху редовните заеми за капитални вложения;

з/ Обзавеждане на търговска и складова мрежа и заведе- ния за обществено хранене;

и/ Имуществено застраховане;

к/ Разходи за реклами;

л/ Подготовка на кадри за предприятието.

По решение на ръководството и стопанския комитет от този фонд може да се използват средства и за други цели, не посредствено свързани с разширяването и усъвършенствуването на стопанската дейност.

Държавните и кооперативните търговски предприятия и предприятията на Главното управление по туризма, представят 10 % от фонда съответно на Министерството на вътрешната търговия, Централния кооперативен съюз и Главното управление на туризма за разширяване на търговската мрежа.

Фонд " Р е г у л и р а н е ц е н и т е н а д р е б н о "

В търговските предприятия и кооперативните организа- ции/ без общественото хранене/ се образува фонд "Регулиране цените на дребно".

Средствата на фонда се набират от:

а/ Фонда за разпределение в размер на 0,30 % стоко оборота на едро и дребно;

б/ Предоставените средства за преценка на модни и луксозни стоки от централния фонд при Министерството на вът- решната търговия;

в/ Набраните средства в търговията на дребно от про- дажбата на плодове и зеленчуци над калкулативните цени;

г/ Лихви върху наличните средства на фонда;

д/ Други източници по отделни законни разпоредби.

Средствата на фонда се използват за:

а/ Намаляване цените на залежали и демодирани стоки, суровини и материали, луксозни и модни стоки;

б/ Покриване разходите за поправка и преработка на повредени и дефектирани стоки;

в/ Намаляване цените на дребно на плодовете и зелен- чуките под калкулативните им цени/ в размер на набраните средства по буква "в"/.

г/ Други разходи, свързани с продажбата на залежали и демодирани, дефектирани стоки, суровини и материали, лук- созни и модни стоки.

Фонд " С о ц и а л н о - б и т о в и и к у л т у р - н и м е р о п р и я т и я "

За повишаване на колективната материална заинтересова

ност на работниците и служителите, за всестранно подобряване на културно-битовите условия на трудещите се към всяко предприятие и клон на самоиздръжка се образува фонд "Социално-битови и културни мероприятия" /СБКМ/.

Средствата на фонда се набират от:

г/ Отчисления от дохода за потребление при минимум 1 %. По решение на ръководството и стопанския комитет отчисленията за фонда може да се увеличават;

б/ амортизационни отчисления за жилищно и комунално битово строителство.

в/ постъпления от ликвидация, продажба и застраховка на неизпроизведени основни средства;

г/ лихви от банката по сметката на фонда и др.

Средствата на фонд "Социално-битови и културни мероприятия" се разходват по годишен план, съставен от административната, производствените/ стопанските/ комитети и профкомитетите и утвърден от общо събрание на работниците и служителите в предприятието.

Средствата на фонд "СБКМ" се изразходват:

а/ за строителство и ремонт на жилищни сгради, почивни и културни домове, библиотеки, физкултурни площадки, работнически столове и пр.

б/ за полъзване на собствени оборотни средства, обслужващи неизпроизводствената/нетърговската/ дейност на предприятието;

в/ за подобряване културно-битовото обслужване на работниците и служителите, за обзавеждане и издръжка на работнически столове, почивни домове, клубове, самодейни и физкултурни колективи и др.

г/ за посрещане делегации и гости и др.

Фонд " Р е з е р в е н з а р а б о т н а з а п л а т а "

Този фонд се образува в предприятията чрез отчисления минимум 0,3 % за търговията от дохода за индивидуално разпределение. Средствата, отделени за резервен фонд, се внасят в обслужващата банка по самостоятелна лихвена сметка.

Сумите от фонд "Резервен за работна заплата" се използват за:

а/ изплащане на трудови възнаграждения и вноски за ДОО в случаите, когато предприятието реално за губа или влошава резултата когато изплатените аванси на работниците превишават тримесечния размер на работната заплата;

б/ даване награди на работниците и служителите за постижение в социалистическото съревнование, за особени заслуги по внедряване на мероприятия водещи до повишаване производителността на труда, за икономия на материали, гориво и др., за увеличаване на рентабилността и др.

5. ОБРАЗУВАНЕ И РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ДОХОДИТЕ В ДЪРЖАВНИТЕ ТЪРГОВСКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Съгласно примерния правилник за пробно прилагане на новата система на планиране и ръководство на народното стопанство

панство в държавните търговски, изкупвателни и снабдителни предприятия, през 1965 г. образуването и разпределението на доходите се извършва по следната схема:

С Х Е М А

за образуване и разпределение на доходите в държавните търговски предприятия

Показатели	№ по ред	Сума за плана или отчета
А. ОБРАЗУВАНЕ НА ДОХОДА		
1. Реализирани отстъпки и надценки, приходи от реализация на продукцията по ф.з. цени	1
2. Премии от бюджета/в % към сумата на стокооборота/	2
3. Всичко приходи/ред 1+ ред 2/	3
4. Спада се: а/разходите за обръщението и изкупуването, търг. себестойност на реализ. продукция б/данък за регулиране на рентабилността/в % към стокооборота/.	4
5. Печалба от търговската дейност /ред 3 - 4 + 5/	6
6. Други печалби/ + ; други загуби/-.	7 ±
7. Печалба/ред 6 ± ред 7/	8
8. Данък върху производствените фондове + 2%	9
9. Печалба за разпределение в предприятието /ред 8 - 9/	10
Б. НАЧИСЛЕНИ ЗАПЛАТИ		
10. Начислени заплати за съответния планов или отчетен период по действащи тарифни и патни таблици и норми, разценки и доплащания по КТ + 12,5 % за ДОО	11
В. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ДОХОДА		
11. Доход за разпределение/ред 10+ред 11/	12
12. Отчисления за фонд "РТУ"/3 % в/ху произв. фондове/	13
13. Допълн. отчисл. за ф. "РТУ"/2% в/ху неиздъл. банкови заеми за основни средства/	14
14. Отчисл. за ф. "Регулиране цените на дребно	15
15. Издръжка за висшестоящата организация	16
16. Облагаем доход/ред 12-ред 13 до 16 вкл./	17
17. Прогресивно-подоходен данък/по прог. табл./	18
18. Доходи за потребление/ред 17-ред 18/	19
19. Отчисление за фонд "СБИМ"	20

20. Доход за индивидуално потребление			
/ ред 19 - ред 20/	21	
21. Резервен фонд за работна заплата			
/ в % към ред 21/	22	
22. Фонд работна заплата и 12,5 % за			
100 /ред 21 - ред 22/	23	

С изключение на данъците всички други показатели по схемата/ отстъпки и надценки, фонд работна заплата и вътрешните фондове/ са подробно разгледани на съответните места.

Необходимо е да се изясни предназначението и техниката на изчисляването на отделните видове данъци, които търговските предприятия трябва да внасят в бюджета.

Данъкът за регулиране на рентабилността /т.4 буква "б" от схемата/ има предназначение да регулира рентабилността на отделните предприятия така, че да се създадат приблизително равни условия за набиране на печалба за разпределение в предприятието.

Поради това, че за сега размерът на търговските отстъпки и надценки по отделни подотрасли на търговията/търговия на дребно, търговия на едро, обществено хранене, изкупуване/ и по групи стоки, не е напълно икономически обосноваан получават се доста значителни различия в рентабилността. Ако тези обективни различия не се изравнят, тогава предприятията със сравнително висока рентабилност ще бъдат облагодетелствувани, а тези с ниска рентабилност ще бъдат одетени. Ето защо, докато цените/ а за търговията - търговските отстъпки, не бъдат коригирани, за да създават сравнително равни обективни условия за получаване на печалба, ролята на такъв регулатор ще играе данъка за регулиране на рентабилността.

Този данък в търговията се определя и изчислява върху стскооборота. Опитът обаче показва, че този начин на изчисляване на рентабилността не е удачен, защото търговските предприятия и потребителните кооперации се одетяват, когато развиват по-малко рентабилните дейности или групи стоки.

Данъкът за върху производствените/основните оборотни те/ фондове /т.8 от схемата/ се изчислява върху първоначалната или възстановителната стойност на основните средства обслужващи търговско-стопанската дейност, независимо от източниците с които са набавени, и върху собствените и заемните оборотни средства, обслужващи търговско-стопанската дейност. За търговията данъка се изчислява в размер на 2 % от основните и оборотни средства.

Предназначението на този данък е да се въздейства върху предприятията за най-рационално използване на основните и оборотни средства, което се изразява в по-ефективно използване на основните средства и в ускоряване обръщаемостта на оборотните средства.

Не се облагат с този данък: неизплатената част от стойността на основните средства с банкови заеми, основните и оборотни средства на социално-битовите и културни дейности; фондовете на предприятието, които са с целево предназначение; дяловия капитал в кооперациите и др.

За предприятията със сезонна дейност данъкът се изчис

лява с диференцирани проценти за всяко тримесечие на база на плановата печалба през съответните тримесечия.

Прогресивно-подоходния данък /т.17 от схемата/ се изчислява по таблица/скала/ върху подлежащия за облагане доход/т.16 от схемата/. Плановият и фактическият размер на данъка се определят въз основа на установените в таблицата прогресивни, неизменни за няколко години.

Прогресията е в зависимост от процентното отношение на подлежащия за облагане доход към произведението на средносписъчния брой на целия персонал за съответния период по условно постоянно число на подотрасъла.

Условно-постоянното число за предприятието е средната работна заплата за подотрасъла по плана за 1965 г. на едно лице за целия персонал.

Предназначението на този данък е да се регулира прироста на фонд работна заплата и на средната работна заплата. Възможностите за различните предприятия за увеличаване на печалбата обективно не са еднакви. Ако прироста на фонд работна заплата не се регулира, то ще се получи неоправдано силно увеличение на фонда работна заплата за едни търговски предприятия, а за други прироста ще бъде недостатъчен, за да създаде необходимата материална заинтересованост. Прогресивно-подоходния данък може да изпълнява тази регулираща роля при положение, че прогресията е умерена и икономически оправдана като съчетава правилно интересите на бюджета с интересите на стопанските предприятия.

Посочената схема за образуването и разпределението на доходите на търговските предприятия се прилагаше при експеримента в 1965 г.

При обсъждането на тезисите на Политбюро на ЦК на БКП върху основните положения на новата система на планиране и ръководство на народното стопанство се изтъкнаха редица слабости и недостатъци на икономическия механизъм, по който се прилага системата за отрасъла "Търговия". Поради това изложението икономически механизъм по който се прилага новата система в търговските предприятия вероятно ще претърпи съществени изменения при експериментирането през 1966 г.

С Ъ Д Ъ Р Ж А Н И Е

стр.

ПРЕДГОВОР

Г л а в а I

СЪЩНОСТ И РОЛЯ НА СОЦИАЛИСТИЧЕСКАТА ТЪРГОВИЯ

1. Същност на социалистическата търговия 1
2. Роля и перспективи за развитие на социал. търговия 2

Г л а в а II

ФОРМИ И СИСТЕМА НА ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТЪРГОВИЯТА

В НРБ

1. Форми на търговията в НРБ 6
2. Основни принципи на организация на търговията 9
3. Организационен строеж на държавната и кооперативна търговия в НРБ 11
4. Организация и особености на кооперативно-пазарната търговия 15

Г л а в а III

ТЪРГОВИЯ НА ДРЕБНО

1. Стокооборот на дребно - същност и закономерности на развитието му 18
2. Стокови запаси 25
3. Предпоставки за съставяне на държавен план за стокооборота на дребно 30
4. Планиране стокооборота на дребно в народно-стопански мащаб 38
5. Изучаване на потребителското търсене 41
6. Снабдяване на търговската мрежа със стоки 42
7. Продажба на стоките и обслужване на купувачите 44
8. Планиране стокооборота на дребно в търговските организации - показатели на плана и тяхната балансова връзка 45
9. Основни предпоставки за планиране стокооборота на дребно в търговското предприятие 46
10. Планиране на продажбите по обем и структура 48
11. Планиране на стоковите запаси 49
12. Планиране на стоковите постъпления 51

Г л а в а IV

ОБЩЕСТВЕНО ХРАНЕНЕ

1. Същност и значение на общественото хранене 52
2. Организационен строеж на общественото хранене 56
3. Основни типове заведения и форми на обслужване в общественото хранене 57
4. Съставяне на производствената програма и планиране на стокооборота в предприятията за обществено хранене 59
5. Организация и планиране на снабдяването със суровини, стоки и материално-технически средства 62

Г л а в а V

ТЪРГОВИЯ НА ЕДРО И ИЗКУПУВАНЕ НА СЕЛСКОСТОПАНСКИ ПРОИЗВЕДЕНИЯ

1. Същност и рационализация на стокопридвижването	63
2. Задачи и функции на търговията на едро	65
3. Организация на търговията на едро в НРБ	67
4. Методи на едрова продажба	68
5. Планиране стокооборота на едро	69
6. Изкупуване на селскостопански произведения - значение, форми, организация и планиране	71

Г л а в а VI

МАТЕРИАЛНО-ТЕХНИЧЕСКА БАЗА НА ТЪРГОВИЯТА

1. Понятие, значение и състав на материално-техническата база на търговията	74
2. Видове търговска мрежа, специализация, типизация и разполагане на мрежата	76
3. Складово стопанство в търговията	81

Г л а в а VII

ТРУД, КАДРИ И РАБОТНА ЗАПЛАТА В СОЦИАЛИСТИЧЕСКАТА ТЪРГОВИЯ

1. Задачи и показатели на плана по труда в търговията	84
2. Организация на труда в магазините и заведенията за обществено хранене	85
3. Производителност на труда в търговията-същност, измерване и определящи фактори	87
4. Нормиране и планиране производителността на труда в търговията и общественото хранене	89
5. Форми и системи на заплащане на труда в търговията и общественото хранене	93
6. Планиране числеността на търговските работници, средната работна заплата и фонда раб.заплата	98

Г л а в а VIII

РАЗХОДИ ЗА ОБРЪЩЕНИЕТО

1. Същност и икономически характер на разходите за обръщението	99
2. Значение на снижението на разходите за обръщението	102
3. Показатели на разходите за обръщение	103
4. Класификация, структура и групиране на разходите за обръщение	104
5. Фактори определящи равнището на разходите за обръщение	107
6. Планиране на разходите за обръщение	110

Г л а в а IX

ЦЕНА В ТЪРГОВИЯТА

1. Съдност, значение и видове цени в търговията	111
2. Структура на цената на дребно	113
3. Органи и ред за определяне на цените	114
4. Търговски отстъпки и надбавки	116

Г л а в а X

ФИНАНСИ НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Особенности на финансите на търговските предприятия	119
2. Имущество на търговските предприятия- основни и оборотни средства	120
3. Стопанска сметка, печалба и рентабилност в търговските предприятия	124
4. Фондове на търговските предприятия със специално предназначение	126
5. Образование и разпределение на доходите в държавните търговски предприятия	129

Доц. Ст. Динев к.и.и.н. Ст.ас.Б.Атанасова

Ст.преп.Г.Иванов

икономика и организация

на

социалистическата търговия

Дадено за печат 25 XII 65 излязло от печат 25 II 1966 г.
Поръчка № 15/1965 г. Хартия офсетова формат 59/84/16
Печатни коли 8,63 Издателски коли 7,16
Тираж 500 Цена 0,38 лв.

Офсетно-печатна база при ВИНС "Д.Благоев"-Варна