

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІСТОРИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА НОВІТНЬОЇ ІСТОРІЇ УКРАЇНИ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

на тему «Розвиток торгівлі УСРР у період НЕПу»

Виконала: магістрантка 2 курсу, групи 8.03229-і-з
спеціальності 032 історія та археологія Пригода
Тетяна Романівна

Керівник: завідувач кафедри новітньої історії
України, професор, д.і.н.

_____ Турченко Ф.Г.

Рецензент: проректор з науково-педагогічної
роботи, професор кафедри новітньої історії
України, д.і.н.

_____ Каганов Ю.О.

Запоріжжя
2020 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Історичний факультет
Кафедра новітньої історії України
Освітній рівень: магістр
Спеціальність: 6.020302 історія

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри новітньої історії України
Турченко Ф.Г.
«_____» _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Пригоді Тетяни Романівні

1. Тема роботи: Розвиток торгівлі УСРР у період НЕПу
керівник роботи: доктор історичних наук, професор Турченко Ф.Г.
затверджені наказом ЗНУ від «10» березня 2020 року №411-с
2. Строк подання студенткою роботи 30 листопада 2020 р.
3. Вихідні дані до роботи: Комуністична партія Радянського Союзу в резолюціях і рішеннях з'їздів, конференцій і пленумів ЦК. 1898–1971. Видання 8-е. Москва : Політвидав, 1971; КПРС в резолюціях і рішеннях з'їздів, конференцій і ЦК. Т. 2. Київ : Політвидав України, 1979. Маслов А.О. Внутрішня торгівля в системі ринкових відносин в Україні наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. А.О. Маслов. *Історія народного господарства та економічної думки України* : зб. наук. праць. Київ-Тернопіль, 1998. Вип. 30. С. 79–87; Скубій І. Торгівля в Харкові в роки НЕПу (1920-1929): економіка та повсякденність. Харків : Раритети України, 2017. 308 с.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): дослідити історіографію та джерельну базу розроблюваної проблематики; розглянути характерні риси нової економічної політики; проаналізувати фінансово-податкову систему промислового підприємства у зазначений період; висвітлити характерні риси зовнішньої торгівлі; розглянути умови розвитку кооперації; висвітлити торгівельне обслуговування споживача; продемонструвати розвиток рекламної діяльності періоду НЕПу
5. Перелік графічного матеріалу : рекламні плакати часів НЕПу.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	д-р. іст. наук Турченко Ф.Г.	22.10.2020	22.10.2010
Розділ 1	д-р. іст. наук Турченко Ф.Г.	30.10.2020	30.10.2030
Розділ 2	д-р. іст. наук Турченко Ф.Г.	04.11.2020	04.11.2020
Розділ 3	д-р. іст. наук Турченко Ф.Г.	11.11. 2020	11.11. 2020
Розділ 4	д-р. іст. наук Турченко Ф.Г.	11.11. 2020	11.11. 2020
Висновки	д-р. іст. наук Турченко Ф.Г.	24. 11.2020	24. 11.2020

7. Дата видачі завдання: 4 вересня 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ. Вивчення проблеми, опрацювання джерел та публікацій	Вересень, жовтень 2020 р.	<i>виконано</i>
2	Написання першого розділу	Жовтень 2020 р	<i>виконано</i>
3	Написання другого розділу	Листопад 2020 р	<i>виконано</i>
4	Написання третього розділу	Листопа2020 р	<i>виконано</i>
5	Написання четвертого розділу	Листопа2020 р	<i>виконано</i>
5	Написання висновків	Листопад 2020 р	<i>виконано</i>

Студент-дипломник _____ Пригода Т.Р.
 Керівник роботи _____ Турченко Ф.Г.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Черкасов С.С.

РОЗВИТОК ТОРГІВЛІ УСРР у ПЕРІОД НЕПу

Ключові слова: УСРР, НЕП, торгівля, соціально-економічні процеси

Кваліфікаційна робота магістра складається з 76 сторінок друкованого тексту. Містить 5 опублікованих джерел, 9 не опублікованих джерел, 40 позицій літератури та 6 додатки.

Об'єктом дослідження виступають соціально-економічні процеси в УСРР, що зумовлені новою економічною політикою.

Предметом дослідження є показники рівня торгівлі в УСРР в умовах НЕПу.

Метою роботи є висвітлення становлення розвитку торгівлі за такими аспектами: становлення та розвиток приватного підприємства, діяльність споживчої кооперації, системи оподаткування, вплив грошової реформи на розвиток підприємства, експорт Українських товарів за кордон, товаропостачання, обслуговування покупця, розвитку рекламної діяльності в період НЕПу.

Наукова новизна: на основі використаних джерел і літератури осмислені економічні процеси в УСРР; показано вплив кооперації в сфері торгівлі в окреслений період; відтворено загальну картину, щодо попиту на товари вжитку промислової продукції. Політику НЕПу було прослідковано на регіональному рівні за архівними матеріалами Державного архіву Запорізької області (газети «Комуністичний четвер», 1923 р.; «Робочий кооператор», 1924 р.; «Экономическая жизнь», 1928 р.).

Тема нової економічної політики завжди привертала увагу дослідників і знайшла широке висвітлення у науковій літературі а саме Онішко Т.В., Котляр Ю.В., Волосник Ю.П., Онацький М.Ю., Волосник Ю.П., Шляхова І.В, Скубій І.В та інші. Грошова реформа яку проводила влада погано впливала на розвиток

торгівлі через відсутність однієї стабільної валюти. У зв'язку з нестачі грошей в країні влада випускала дуже велику кількість нових грошей з різним номіналом. Саме через таку не стабільність підприємства та крамниці намагалися не зберігати в свої касових апаратах велику кількість грошей. Радянська держава в період непу застосовувала прогресивно-класовий підхід у системі прямого оподаткування. Новим явищем податкового законодавства стало впровадження податкових комісій. Це було позитивним кроком у формуванні податкової системи. Промисловий податок досить ефективно виконував завдання, яке поклалося на нього, а саме: бути засобом обмеження приватного накопичення капіталу.

Зовнішня торгівля розвивалася досить жваво. За рахунок долучення іноземного капіталу представники підприємства мали можливість налагоджувати товарні відносини з європейськими країнами. Статистичні дані засвідчують, що експортна продукція України мала попит серед європейських країн, а у деяких галузях мала монопольне становище. Відродження споживчої кооперативної промисловості відбувалося у складних умовах: підприємцю заново доводилося відкривати нові промислові підприємства, клопотатися перед державою про повернення хоча б частини націоналізованих підприємств, нестача сировини та палива, електроенергії і транспорту, кваліфікованих працівників виробничої галузі. Розвиток споживчої кооперації відбувався за партійним курсом, а саме керовано, а не еволюційно.

Розвиток приватного підприємства відбувався в жорстких умовах, влада всіляко намагалася витіснити приватний сектор з торгівлі. Одним з головних видів боротьби з приватним сектором стало введення оподаткування прибутків у залежності від доходу підприємства. Приватні товариства були змушені функціонувати під жорстким контролем державних органів, що регламентувала всі сторони діяльності. Радянська влада прагнула не допустити небажаної конкуренції для державних, кооперативних підприємств.

Протягом 1920-1930-х рр. в радянському міському споживанні відбулися кардинальні зміни: від аскетизму до більш уважного ставлення до потреб населення. Товаропостачання було організовано на низькому рівні. Товарне обслуговування покупця в період НЕПу був погано налагодженим. Продавець не володів потрібними навиками для культури обслуговування. Дуже важкі умови праці, тяжка емоційність у роботі – характеристики становища в сфері обслуговування.

В рекламній сфері відбувався справжній вибух. Набирають обертів у розвитку такі види реклами як: плакати, етикетка, упаковка, афіші та вивіски, реклама в періодичній пресі. Головним гаслом дизайнерів цього періоду стає – «Товар – обличчям!»

DEVELOPMENT OF TRADE IN THE USSR DURING THE NEP PERIOD

Key words: USSR, NEP, trade, socio-economic processes.

The master's qualifying work consists of 76 pages of printed text. Contains 5 published sources, 9 unpublished sources, 40 items of literature and 6 appendices.

The object of the study are the socio-economic processes in the USSR, due to the new economic policy.

The subject of the study are indicators of the level of trade in the USSR in the NEP.

The aim of the work is to cover the formation of trade development in the following aspects: formation and development of private enterprise, consumer cooperation, taxation, the impact of monetary reform on enterprise development, export of Ukrainian goods abroad, supply, customer service, advertising during the NEP.

Scientific novelty: on the basis of the used sources and the literature economic processes in the USSR are comprehended; the influence of cooperation in the field of trade in the outlined period is shown; the general picture of the demand for consumer goods is reproduced. The policy of the NEP was traced at the regional level according to the archival materials of the State Archives of the Zaporizhia region (the newspaper "Communist Thursday", 1923; "Working Cooperator", 1924; "Economic Life", 1928).

The topic of new economic policy has always attracted the attention of researchers and found wide coverage in the scientific literature, namely Onipko TV, Kotlyar YV, Volosnyk YP, Onatsky M.Yu., Volosnyk YP, Shlyakhova I. B, Skubiy IV and others.

The monetary reform carried out by the authorities had a bad effect on the development of trade due to the lack of a single stable currency. Due to the lack of money in the country, the authorities issued a very large amount of new money

with different denominations. It is because of this instability that businesses and stores have tried not to keep large amounts of money in their cash registers.

The Soviet state during the NEP used a progressive-class approach in the system of direct taxation. A new phenomenon of tax legislation was the introduction of tax commissions. This was a positive step in shaping the tax system. The industrial tax performed quite effectively the task entrusted to it, namely: to be a means of limiting the private accumulation of capital.

Foreign trade developed quite rapidly. By attracting foreign capital, the company's representatives had the opportunity to establish trade relations with European countries. Statistics show that Ukraine's export products were in demand among European countries, and in some industries had a monopoly position.

The revival of the consumer cooperative industry took place in difficult conditions: the entrepreneur had to reopen new industrial enterprises, petition the state to return at least part of the nationalized enterprises, lack of raw materials and fuel, electricity and transport, skilled workers. The development of consumer cooperation took place according to the party's course, namely, managed, not evolutionary. The development of the private enterprise took place in harsh conditions, the authorities tried in every way to displace the private sector from trade. One of the main types of struggle against the private sector was the introduction of income taxation depending on the income of the enterprise. Private companies were forced to operate under the strict control of state bodies, which regulated all aspects of activity. The Soviet government sought to prevent undesirable competition for state-owned, cooperative enterprises.

During the 1920's and 1930's, radical changes took place in Soviet urban consumption: from asceticism to a more attentive attitude to the needs of the population. Commodity supply was organized at a low level.

Customer service during the NEP was poorly established. The seller did not have the necessary skills for a culture of service. Very difficult working conditions,

heavy emotionality at work - the characteristics of the situation in the service sector.

There was a real explosion in the advertising industry. Such types of advertising as: posters, labels, packaging, posters and signs, advertising in periodicals are gaining momentum in development. The main slogan of the designers of this period is - "Goods - face!"

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА, ІСТОРІОГРАФІЯ І МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	6
1.1 Джерельна база, історіографія і методи дослідження.....	6
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИКИ НЕПу.....	13
2.1. Впровадження НЕПу в УСРР.....	13
2.2. Державна політика щодо оподаткування підприємств часів НЕПу.....	17
2.3. Вплив грошової реформи на торгівельний розвиток в Українській СРР.....	22
2.4. Зовнішня торгівля УСРР.....	29
РОЗДІЛ 3. СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ТОРГІВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ УСРР.....	34
3.1. Розвиток кооперативної торгівлі.....	34
3.2. Розвиток приватного підприємства.....	37
3.3. Діяльність споживчої кооперації.....	42
РОЗДІЛ 4. КУЛЬТУРА ОБСЛУГОВУВАННЯ В УМОВАХ НЕПу.....	47
4.1. Товаропостачання мешканцям УСРР.....	47
4.2. Культура торгівельного обслуговування.....	50
4.3. Реклама часів НЕПу.....	54
ВИСНОВКИ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	64
ДОДАТКИ.....	71

ВСТУП

Період нової економічної політики в історії радянської України був одним із складних моментів історії. Масова діяльність підприємства, розмежування сфер торгівлі, з'являється реклама, як метод конкурентної боротьби, починає налагоджуватися торгівельна мережа. Проблеми економічної політики були й залишаються пріоритетним напрямком наукових досліджень політичного та суспільно-економічного характеру та розвитку суспільства 20-х рр. XX ст. в УРСР. Знання ринкової моделі економіки дозволяє, врахувати переваги і недоліки різних економічних систем Саме запровадженням НЕПу торгівля починає розглядатися, як важливе знаряддя оживлення та налагоджування виробничих сил. Невдача з товарообміном змусила радянську владу повернутися до ринкової економіки. Перехід до ринкової форми відкрив перспективу піднесення виробництва товарів широкого вжитку.

Торгівля посідає важливе місце у житті людини: вона сприяє оперативній праці, створює відповідну інфраструктуру в країні. В зазначений період основним завданням торгівлі та промисловості було задовільнити потреби споживача. Дослідження господарювання є характерним саме матеріальна культура, яка висвітлюється у вигляді реалізації вироблених підприємствами товарів та безпосереднього спілкування продавця з покупцем, що є невід'ємною частиною торгівлі. Досить часто торгівля формує у споживача раціональні потреби: погляд та смак на товари, асортимент, рівень обслуговування, етику, психологічний характер споживача.

Радянська історіографія традиційно характеризує період НЕПу, як перехідний та вимушений тимчасовий відступ від доктрини «воєнного комунізму». Тому досить часто поза увагою дослідників були питання відтворення організації елементів ринкової економіки під час нової економічної політики

Обрана для вивчення тема актуальна як з науково-практичної, так і соціально-економічної точок зору, чим і зумовлене звернення автора до неї.

Об'єктом дослідження виступають соціально-економічні процеси в УСРР, зумовлені новою економічною політикою.

Предметом дослідження є показники рівня торгівлі в УРСР в умовах НЕПу.

Метою роботи є висвітлення становлення розвитку торгівлі за такими аспектами: становлення та розвиток приватного підприємства, діяльність споживчої кооперації, системи оподаткування, вплив грошової реформи на розвиток підприємства, експорт Українських товарів за кордон, товаропостачання, обслуговування покупця, розвитку рекламної діяльності в період НЕПу.

Для досягнення поставленої мети передбачається розв'язати такі завдання:

- висвітлити характерні риси нової економічної політики;
- проаналізувати фінансово-податкову систему промислового підприємства у зазначений період;
- розглянути вплив грошової реформи на торгівельний розвиток країни;
- висвітлити характерні риси зовнішньої торгівлі;
- вивчити стан виробництва приватного сектору;
- розглянути умови розвитку кооперації;
- проаналізувати діяльність споживчої кооперації;
- дослідити проблеми товаропостачання промислової продукції в умовах НЕПу;
- висвітлити торгівельне обслуговування споживача;
- продемонструвати розвиток рекламної діяльності.

Хронологічні межі охоплюють 1921-1928 рр., тобто період НЕПу. Вибір нижньої хронологічної межі (1921 р.) зумовлений проголошенням і переходом до нової економічної політики, а верхньої (1928 р.) – згоранням НЕПу, початком становлення командно-адміністративної системи управління народним господарством.

Територіальні межі дослідження окреслені кордонами УРСР у досліджуваний період.

Наукова новизна: на основі використаних джерел і літератури осмислені економічні процеси в УСРР; показано вплив кооперації в сфері торгівлі в окреслений період; відтворено загальну картину, щодо попиту на товари вжитку промислової продукції. Політику НЕПу було прослідковано на регіональному рівні за архівними матеріалами Державного архіву Запорізької області (газети «Комуністичний четвер», 1923 р.; «Робочий кооператор», 1924 р.; «Экономическая жизнь», 1928 р.).

Практичне значення дипломної роботи полягає в тому, що одержані результати можуть бути використані як джерело фактичного матеріалу, а також матеріали можуть бути використані на уроках історії у школі та при проведенні спецкурсів.

Апробація результатів дослідження здійснена на університетській науковій конференції «Україна у світі: культурологічні та духовні виміри» (2020 р), а також у рамках науково-практичної конференції студентів та молодих науковців «Молода наука» (2017, 2018, 2020).

Структура роботи підпорядкована меті та завданням дослідження. Кваліфікаційна робота складається із вступу, 4 розділів, які поділяються на підрозділи, висновків, списку використаних джерел та літератури, додатків. Обсяг основної частини роботи складає 76 сторінки машинописного тексту, загальний обсяг кваліфікаційної роботи 72 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА, ІСТОРИОГРАФІЯ І МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Джерельна база, історіографія і методи дослідження

Тема розвитку торгівлі в період НЕПу мало досліджена, тому, щоб дослідити її, нам довелося опрацьовувати, синтезуючи та співставляючи, історіографію та джерельну базу за її окремими аспектами, а саме: кооперативне та приватне підприємство, споживча кооперативна торгівля, оподаткування торговельних підприємств, розвиток рекламної справи, та обслуговування покупця. Історичні джерела, як носії історичної інформації, ми класифікували наступним чином: опубліковані та неопубліковані. Також нами було досліджено рішення X з'їзду РКП(б) від 8-16 березня 1921 року. У своїй доповіді «Про заміну розкладки натуральним податком» Ленін вказав на необхідність переходу від продрозкладки до продродатку, з тим, щоб всіляко полегшити становище трудящого селянства і створити умови для підйому сільського і всього народного господарства. З'їзд прийняв найважливіше рішення про перехід від політики «воєнного комунізму» до нової економічної політики (НЕП), розрахованої на побудову соціалізму. Було прийнято рішення про заміну продрозкладки податком, причому з'їзд вказує, що розмір продродатку повинен бути менше, ніж оподаткування з продрозверстки. Рішення з'їзду про перехід до Нової Економічної Політики забезпечило відновлення і подальший розвиток народного господарства, перемогу соціалістичних елементів над капіталістичними елементами, побудову соціалізму в СРСР [14].

Декрет РНК від 7 квітня 1921 р. визначав нові завдання кооперації, та фіксує подвійне її становище на початку НЕПу. З одного боку, в декреті зазначається, що кооперація звільняється від підпорядкування Наркомпроду і отримує певні можливості для розгортання самостійних операцій. З іншого боку, зберігаються риси, які притаманні НЕПівському періоду розвитку торгівлі, зокрема, підтверджувався принцип обов'язкового вступу у споживчі

товариства всього населення країни. Передбачається, що в кожній місцевості повинно бути одне споживче товариство; при цьому кожен громадянин приписувався б до одного з його розподільчих пунктів, що здійснювали нормоване постачання продуктів населенню [3].

Декрет від 17 травня 1921 року «Про скасування, припинення і перегляд деяких постанов про сільськогосподарську кооперацію» передбачає перереєстрацію виробничих артілей, промислових кооперативів, товариств, спілок і всякого роду «кустарних» об'єднань, заборонаю продоргани і кооперативні організації передавали доручення, що стосуються роботи товарних операцій, приватним особам та підприємствам на комісійних засадах

Декретом були визначені і державні обов'язки, що поклалися на споживчі товариства: 1) виконання обов'язкових завдань продовольчих органів, щодо заготівель і обміну виробів фабрично-заводської і кустарної промисловості на продукти сільського господарства; 2) розподіл у країні продовольства і предметів широкого вжитку, заготовлених державою і отриманих з націоналізованих фабрик і заводів [12].

З метою розкриття особливостей економічних процесів у міжвоєнні роки було досліджено комплекс періодичних видань архівного фонду Державного архіву Запорізької області. Великий масив важливої для написання роботи інформації містить періодична преса. Це пояснюється не лише її інформативним потенціалом, великою кількістю відомостей з питань мистецького життя, але й роллю в якості засобу агітації та пропаганди товарів. Періодична преса була мобільним джерелом поширення оперативної інформації про різні види торгівельної продукції. Однак, використовуючи періодичну пресу в історичних дослідженнях, необхідно враховувати її політичну «заангажованість» – ту обставину, що зміст і характер матеріалів залежав, перш за все, від цензури та політичної волі правлячої партії. Це суттєво викривляло спектр проблем, що порушувалися пресою. В газеті «Комуністичний четвер» можна дослідити рекламу на продовольчі товари, вина, крохмаль [2, с. 8]. Так, в газеті «Рабочий потребитель» рекламується

універсальний магазин Так перераховувані наявні товари [5, с. 7]. В газеті «Економічне життя» висвітлено проблему, обслуговування кооперативу, розкривається тема великих черг [7].

Залучення матеріалів газет 1920-х рр. стало необхідною умовою всебічного вивчення умов розвитку торгівлі в період НЕПу. Матеріали, які допомогли дослідити актуальні питання торгівлі та обслуговування покупця, проблему черг до крамниць, рекламу, містяться в таких газетах як: «Комуністичний четвер», «Робочий кооператор», «Комуніст».

Також, до наукового аналізу залучено візуальні джерела, представлені плакатами та рекламними оголошеннями. Ця група джерел дозволила виявити характерні риси повсякденного життя суспільства в умовах нової економічної політики, побачити види конкурентної боротьби торговельних закладів.

В цілому, розглянуті комплекси різноманітних джерел дали можливість дослідити обрану проблематику об'єктивно.

Історіографія дослідження. Тема нової економічної політики завжди привертала увагу дослідників і знайшла широке висвітлення у науковій літературі.

Цікавитися соціально-економічним розвитком УРСР у період НЕПу почали дослідники ще за радянських років. Наприклад, Сушко О. досліджував встановлення динаміки товарообігу, ціноутворення. Висвітлював приватну торгівлю з точки зору класового підходу, акцентував увагу на соціально-економічні функції, протиставляв три сектори торгівлі: державну, кооперативну, приватну [49].

Монографія Т.В Оніпко «Виробничі галузі споживчої кооперації України в контексті економічної політики (1921-1928 рр.)» висвітлює аналіз виробничої діяльності споживчої кооперації України, щодо забезпечення ринку товарною продукцією в період НЕПу. Автор вказує на великий внесок кооперації у відродження вітчизняної промисловості, покращення побутових умов життя населення [41].

Котляр Ю.В у своїй статті «Запровадження нової економічної політики» досліджує проблеми запровадження НЕПу. Автор аналізує зовнішню та внутрішню ситуацію, яка склалася в Україні у 1920-х роках [31].

Окремий розділ монографії О. Сушко присвятив розвитку приватного підприємництва в промисловості. Вчений дослідив організаційні форми функціонування приватної промисловості, кустарно-ремісничого підприємництва населення.

Слід зазначити дослідників, які займалися дослідженням розвитку приватного сектору у ринкових відносинах періоду НЕПу. Так, Волосник Ю.П., Шляхова. І.В Культура кооперативної торгівлі у Харкові в роки непу. аналізують виникнення та діяльність кооперативних товариств у Харкові в роки НЕПу; правову базу товариств та роль держави в регулюванні діяльності товариств різних типів. Вони дослідили персональний склад фундаторів повних товариств, з обмеженою відповідальністю та акціонерних товариств, їх роль у економічному житті, а також процес їх ліквідації в період згорання НЕПу [20].

Даниленко О.В. у статті «Соціальна складова промислових податків в УСРР на початку 1920х рр» аналізує структуру та динаміку приватнопідприємницьких форм господарювання в Україні у період НЕПу, вона показує їхній вплив на розвиток вітчизняної економіки та підвищення добробуту населення [24].

«Умови функціонування приватних підприємств України на початковому етапі НЕПу» аналізує Ткаченко І. В. законодавчу базу та формування приватного сектору промисловості України у перші роки НЕПу, висвітлює механізми функціонування приватних підприємств в умовах існування тоталітарного політичного режиму [50]. Питання розвитку приватного підприємства також досліджують Каташинська Я, Онацький М.Ю. в роботах було висвітлено особливості державного регулювання приватного сектору промисловості та процес відродження приватного підприємництва у галузі торгівлі у місті Харкові в перші роки НЕПу.

Пиріг О.А., Міронова І. С. дослідники у своїх роботах висвітлюють коливання ринкової кон'юнктури, стан грошового господарства, та всі етапи грошової реформи та встановлення однієї валюти в країні. Висвітлюють головні аспекти становлення і розвитку радянської грошової системи з моменту утворення Радянського Союзу до часу введення в обіг паперових грошових знаків нового зразка [43-36].

Проводить аналіз підготовчих заходів щодо завершення реформування грошової системи УСРР, що проводилося у 1922-1924 рр. Носань Н. С. автор акцентує увагу на законодавчих актах, що регулювали заміну радзнака казначейським карбованцем [37].

Архирейський Д. В. демонструє налагодження зовнішньоторговельних зв'язків з низкою країн Європи. Структуру експорту й імпорту товарів України. Висвітлює автор питання щодо причин та особливостей впровадження більшовицьким режимом державної монополії зовнішньої торгівлі. Вплив монополії перспективи митно-тарифного регулювання і розвиток радянської митної справи в цілому [16].

Даниленко О. «Український промисловий експорт до європейських раїн у 20-х рр. ХХ ст.» робота присвячена висвітленню питання особливостей експорту промислової продукції з УСРР до європейських країн [47].

Центральне місце в обраній проблематиці займають праці сучасного вченого Скубій І.В. Вона дослідила процеси відродження, становлення державної, кооперативної, приватної торгівлі. Висвітлила характерні риси для років НЕПу професії продавця, дефіцит товарів. Проаналізувала вплив діяльності ринкових комітетів та органів державної влади на розвиток торгівлі [46].

Слід зазначити, що невід'ємною складовою висвітлення політики НЕПу в науковій літературі є праці зарубіжних дослідників, які вивчали ключові питання радянської історії, у тому числі суспільні та економічні відносини та ринок. В цілому, вони висвітлюють загальноекономічні проблеми УРСР доби НЕПу, а також більш конкретні, на кшталт: внесок промислових підприємств

споживчої кооперації у забезпечення населення товарами, яких бракувало в перші роки НЕПу.

Підсумовуючи історіографічний огляд літератури з питання соціально-економічних процесів в УСРР, зумовлених новою економічною політикою, необхідно підкреслити стабільний науковий інтерес дослідників, щодо цієї проблематики. У той же час торгівлі в період НЕПу залишається малодослідженою у науковій літературі. Ця проблема висвітлена лише фрагментарно. Комплексного синтетичного дослідження сфери торгівлі НЕПівської доби України досі немає. Відтак ця тематика у її історичному контексті має значну дослідницьку перспективу та подальше вивчення.

Задля дослідження теми розвиток торгівлі періоду НЕПу було застосовано такі методи дослідження:

Історико-типологічний метод. Він дозволяє виявити фактори розвитку торгівлі та розвитку підприємства в період НЕПу.

Порівняльно-історичний метод досліджує загальні тенденції становлення ринкових відносин та порівнює їх обсяги виробництва, та оподаткування; дозволяє порівняти відношення позиції влади, щодо різних видів та сфер розвитку підприємств.

Методи соціологічних досліджень дали можливість дослідити культуру обслуговування покупця торговельними закладами, етику торговельного обслуговування та відносини між покупцем та продавцем.

Порівняльно-історичний метод дозволив розглянути умови розвитку державної та приватної промисловості, обсяги виробництва, порівняти податки різних видів підприємств УСРР періоду НЕПу.

Такі методи дослідження дали можливість дослідити різні аспекти культури торгівлі в період НЕПу, визначити фактори та загальні тенденції розвитку торговельної діяльності та торговельних підприємств, етику обслуговування покупця та і т.д.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИКИ НЕПу

2.1. Впровадження НЕПу в УСРР

Ще в роки Першої світової війни відбулося деформація торгівлі яка викликала негайну реорганізацію багатьох заводів, що призвело до згорання виробництва, товарів широкого вжитку. У зв'язку з цим було зруйновано внутрішній ринок, як систему економічних зв'язків між містом та селом, також це негативно позначилась на купівельній спроможності основної маси населення [32, с.25-26].

За роки першої світової війни велика промисловість УСРР випускала майже в сім разів менше продукції ніж у довоєнні роки. В стані глибокого занепаду перебувала не тільки важка промисловість, а й провідні галузі легкої та харчової промисловості. Україні було завдано збитків на 10 мільйонів крб золотом. У стані занепаду також перебували 11 тисяч підприємств, так станом на 1921 р. діяло лише близько 2,5 тис. підприємств [31, с. 41]. Роки господарської розрухи призвели до закриття заводів та скорочення чисельності промислових робітників. Їх чисельність на початок 20-х рр. складала 252 тисячі робітників, відбувалося зменшення прошарку кадрів висококваліфікованих працівників [31, с. 42]. В містах була велика кількість безробітних. Ситуацію ускладнив голод 1921-1923 років головна причина якого полягала в продрозкладці, оскільки у селян більшовицька влада конфісковувала навіть насінневий фонд, в країні були відсутні продовольчі резерви. Мільйони селян, які брали участь в громадянській війні на боці більшовиків, все більш настійливо виражали незадоволення щодо діяльності влади в країні [32, с. 350].

Більшовицька партія з приходом до влади почала здійснювати політику воєнного комунізму яка найбільш болісно позначилася на розвитку промисловості, що зумовило проблеми в економіці країни. Майже вся вироблена продукція відбиралася за продрозкладкою. Українські селяни в 1921

р. повинні були віддати державі 6 млн пудів цукру, 111 тис. пудів меду, 160 млн пудів хліба, 23 млн пудів картоплі [30, с. 17-18].

Селяни відкрито висловлювали невдоволення таким станом речей. Такі хвилювання не могли не зачепити й армію так у лютому 1921 р. спалахнуло повстання в морській фортеці Кронштадт. Влада вважала, що цей виступ міг би стати початком нової революції, але вже проти більшовицької влади. Саме з цим повстанням вчені пов'язують перехід до НЕПу. Масова участь селянства в заворушеннях виявляла його ставлення до економічних підвалин воєнного комунізму та остаточно переконала більшовицьке керівництво у невідкладності радикальної зміни політики.

В кінці 20 х початку 21 х рр. визріла об'єктивна необхідність відходу від тих економічних тенденцій воєнного комунізму. Першочерговим завданням була ліквідація розкладки. Політичне загострення в країні в березні 1921 х рр. поставило під сумніви саме існування монополії більшовиків на владу. Ситуація яка назріла в країні вимагала рішучих та дієвих дій від влади. Так на X з'їзді РКПб (8-16 березня 1921 рр.) було прийнято рішення про зміну розверстки на натуральний податок [10, с. 372]. Саме за цією постановою була офіційна відмова від «воєнного комунізму» та перехід до нової економічної політики. Суть постанови полягала у визнанні необхідності переходу від продовольчої розкладки при якій у селян вилучати продовольчі, сировинні та фуражні надлишки до продовольчого податку, при якому вони були зобов'язані здавати державі тільки визначену на перед частку врожаю. Залишками вони могли розпоряджатися самостійно вимінювати їх на промислові вироби, обмін допускався лише у межах місцевого господарського обороту. Деякі дослідники запевняють, що відхід більшовиків від політики воєнного комунізму було частковим, лише одна тактика для подолання соціальної та економічної напруги в країні. Оскільки з самого початку запровадженню НЕПу влада не збиралася робити рішучий поворот в економічній політиці, спочатку держава планувала забезпечити частковий обмін в межах місцевого господарського обігу, але під тиском економічних реалій цей захід було розширено до рамок

НЕПу. Не дивлячись на те, що заміна продрозкладки продподатком була важливим кроком до розв'язання питання економічної проблеми країни. Керівні кола вважали, що можна обійтися без допущення товарно-грошових відносин. Частина потреб держави передбачалося забезпечити за рахунок не продподатку, а товарообмінних операцій. Причому малося на увазі обмежити ринковий обмін, а головну роль віддати натуральному товарообміну без використання ринку, через споживчу кооперацію [30, с.4-5].

Причини такого підходу полягало в тому що в середовищі партійних працівників домінувало негативне ставлення до товарно-грошових відносин влада всіляко намагалася обмежувати вільну торгівлю за її формою і за об'ємом. Так, наприклад, Донецький губком повідомляв, що «товарообмін не дає очікуваних результатів, селяни відносяться з недовірою до нових натуральних форм товарообміну і віддають перевагу послугам базару».

22 березня 1921 р. політбюро ЦК КП(б)У доручило представникам УСРР, а саме Д. Мануїльському, М. Владимирову, В. Чубарю та іншим підготувати проект українського закону про заміну продрозкладки продподатком та визначити розмір останнього. Також було видано декрет від 19 квітня 1921 р. РНК УСРР «Про вільний обмін, купівлю і продаж сільськогосподарських продуктів і фабрично-заводських і кустарних виробів». Декрет дозволяв вільний оборот не тільки сільськогосподарських продуктів, які залишались у селян після виконання продподатку, але й поширював право обміну, купівлі та збуту виробів підприємства і предмети кустарної промисловості .

Через динамічний розвиток господарських в'язків між містом та селом стадії товаро обороту стали дуже тісними. В наслідок чого почалася відроджуватися торгівля, а саме купівля та продаж. Свій надлишок товару селяни продавали за вільними цінами. Так у серпні 1921 р. ЦК РКП(б) запропонував перехід до грошової форми обміну, визначаючи потребу переходу до товарно-грошового обігу без територіальних обмежень. Якщо весною і влітку головним важелем НЕПу вважався товарообмін, то вже з осені 1921 р. ним визнається регульована ринкова торгівлі [30, с.6-7].

Зеленим світлом до розвитку торгівлі стало скасування закону, яке було прийнято попередньою політикою щодо заборони торгівлі. На Всеросійській народній нараді В. Леніним було проголошено наміри щодо відновлення грошового обігу та створення державної торгівлі. В. Ленін у 1921-1923 рр. писав що: «Торгівля є основною ланкою в історичному ланцюгу, що в найближчому майбутньому ми маємо ним заволодіти. А інакше всім ланцюгом не опанувати, бо саме торгівля стане фундаментом соціально-економічних та політичних відносин» [14, с. 152].

Введення НЕПу незабаром стало позитивно позначатися на економічному становищі країни. Повернення націоналізованих підприємств свої власникам, запровадження трестів активізує процес відбудови промисловості в країні. Запровадження продподатку, оренда землі та використання на підприємстві найманої праці, саме цими заходами влада змогла зменшити національну напругу. З розвитком підприємства та ринкових відносин відбувається розбудова мережі кредитно-банківських установ, легалізація певних видів торгівлі державної кооперативної торгівлі яка об'єднала в єдиний економічний організм всі види торговельної діяльності підприємств. Не дивлячись на таке покращення, влада намагалася контролювати та впливати на всі сфери торговельної діяльності, оскільки вважала, НЕР тимчасовим відступом від воєнного комунізму. Про це свідчать слова В. І. Леніна у травні 1921 р. він заявив, «...що нова економічна політика є серйозним кроком». І тоді ж назвав НЕР «...поразкою та відступом для нового наступу». Саме ці слова зумовили у політичних колах бачення НЕПу як про тимчасове явище, з яким необхідно покінчити якомога швидше.

НЕР змусив державну промисловість пристосовуватися до умов ринкових відносин, через це відбувається розділення форм торгівлі та її функції, виникають орендні підприємства, кооперація, синдикування, трести, акціонерні товариства, приватне підприємства, роздрібна та оптова торгівля.

Відновлення виробничої діяльності відбувалося у важких умовах, а саме:

1. 1919-20 рр. промислові підприємства та кооперативні разом з їх матеріально-технічним оснащенням були націоналізовані державою, окремим підприємствам зовсім довелося припинити свою діяльність;

2. Зменшення сировини та нестача спеціалістів переробної галузі;

3. Виробнича галузь перебувала під постійним контролем держави, що у свою чергу обмежувало їх самостійність;

4. Налагодження процесу збуту проходить у значних труднощах;

5. Існування слабкої фінансової бази;

6. Проблема кадрового забезпечення новими орендарями підприємства ставали кооператори, які мали дореволюційний досвід підприємництва [41, с. 285]. На XI з'їзді РКП(б) (березень-квітень 1922 р.) В. І. Ленін роблячи підсумки зазначив про надбання уроків, які були взяті з першого року здійснення НЕПу а саме :

1) «встановлення зв'язку між новою економікою та селянами яку ми почали будувати дуже погано, дуже невміло»;

2) встановлення змагань між державними та капіталістичним підприємствами; 3) «за цей рік ми ясно довели, що господарювати ми не вміємо» [34, с. 116].

Отже, торгівля була одним з найактуальніших завдань внутрішньої політики більшовицької партії. На промисловість держава поклала відповідальність саме за змички між містом та селом, від виробника до покупця. В досить тяжких умовах був процес розвитку підприємства, брак коштів, незнання ринку. Основні промислові комплекси знаходилися в руках держави, що не дозволяло проявляти самостійну ініціативу, але не дивлячись на такі проблеми, відродження промислової діяльності набрало суттєвих розмірів.

2.2. Державна політика щодо оподаткування підприємств часів НЕПу

Роки нової економічної політики були найбільш сприятливими для розвитку підприємства. В загалом за всі часи існування радянської влади вона

знаходилася у пошуку грошей. З розвитком підприємства влада намагалася встановити контроль над ринком та діяльністю виробництва промисловості, за рахунок податкової системи. Саме за рахунок накладання податків відбувалася своєрідна реєстрація підприємств. Підприємства не дивлячись на свій розвиток постійно зіштовхується з великою кількістю перешкод, а саме: високі податки, стягнення великої кількості різних адміністративних податків та штрафів [47, с. 60].

Як ми вже знаємо 21 березня 1921 року на X з'їзд ВКПб було прийнято декрет про зміну продрозкладки на продподаток, що скасував примусову монополію держави на заготівлю продуктів сільського господарства і дозволив вільний продаж на ринку. Декрет про продподаток визначав об'єкт оподаткування надалі цей декрет було поширено й на всі галузі промисловості. У звіті ЦК РКП(б) з виступом В.І Леніним зазначалося, що питання щодо податку було поставлено досить давно ще в кінці 1920 року тому рішення про скасування розверстки відбулося на партійному з'їзді яке несло в собі стратегічний намір для стабілізації становища в країні та тимчасовим відступом від комуністичної доктрини. Ленін вважав, що скасувавши продрозкладку та встановивши податок відбудеться своєрідний відхід від воєнного комунізму і таким чином надасть селянам ілюзію вільної торгівлі, але в обмеженому вигляді за рахунок податків. Податкова практика та законодавство засвідчувало пряму дію влади й спростовувала як фактичну так і юридичну мету нової економічної політики.

Постанова ВУЦВК «Про зміну продовольчої розкладки продподатком» була ухвалена 27 березня 1921р, а інструкції до нього з'явилися в одному із перших збірників нормативно-правових актів Раднаркому УСРР про податок. Декрет почав діяти з червня 1921 року охоплюючи та регулюючи підприємства, кустарно-ремісничу галузь та кооперацію.

ВУЦВК було видано «Положення про державний промисловий податок» За ним підприємства було поділено на п'ять розрядів у залежності від найманих працівників на виробництві. Промисловий податок був задекларований

положенням від 26 липня 1921р. За цим положення оподаткуванню підлягали не тільки націоналізовані торговельні та промислові підприємства, а й особисте промислове заняття громадян. Податок складався з двох самостійних платежів патентного та зрівнювального. Зрівняльний податок становив 3% обігу підприємства у загальну суму цього податку зараховувалося вартість вибраного патенту [35,с 12-13].

У постанові за 19 серпня 1922 р ВУЦВК та РНК УВРР « про порядок стягнення зі споживчої кооперації промислового податку» за яким кооперативні об'єднання сплачували 75% патентного та зрівняльного податку.

Шляхом податкової системи влада намагалася не допустити зосередження капіталів у руках підприємств тому податки постійно підвищувалися. У грудні 1922р Народним комісаром фінансів РСФРР було розіслано секретний лист до всіх республік, а зокрема й УСРР за яким передбачалося створити «різноманітні ставки оподаткування промисловим податком всі види підприємств для того, щоб торговці не могли збільшувати товарообіг». Про таку діяльність нам дають свідчення торговця Благовіщенського ринку у місті Харкові « Якщо взяти загальну кількість товарів які потрібно продати за пів року, то отримаємо неймовірну суму прибуткового податку який буде перевищувати всю кількість товару який можна продати з усіх ринків міста». З цих свідчень ми бачимо, що зрівняльний податок був аж занадто завищеним оскільки його розраховували на основі перебільшеного розміру товаро обертю. Так приватний торговець сплачувала прибутковий податок 16,4% і аж до 51% від усіх витрат [47, с. 61].

Оподаткування відбувалося поступово з обов'язковим декларуванням, та з постійними змінами, з'являлася дедалі більше видів податків які промисловці повинні були сплачувати. Відбувався довготривалий процес встановлення рентного податку на надходження якого були не значні кошти для бюджету країни тому в подальшому його буде передано до юрисдикції міського самоуправління.

Виділяються всього три основні ланки оподаткування це сільськогосподарський, промисловий та загальноприбутковий. Втім окрім цих видів оподаткування існувало ще й інша низка податкових стягнень які мали тимчасовий характер, а саме: податок на користь голодних, загальногромадський податок, трудгужподаток, рентний та інші.

Нормативно-правове впровадження промислового податку який почав діяти з 1921-року охоплював і регулював всі сфери підприємства, а саме приватне, кустарно-ремісничя кооперативна галузь. Розвиток розгалуженого виробництва та торгівлі спонукало державу до постійного перегляду законів які стосуються оподаткування. Так були внесені зміни що до продподатку за 26 серпня 1921-р у лютому-березні 1922-р та 10 лютого 1922-р було затверджено «Положення про промисловий податок» який складався з патентного та рівноподільного збору. Патентування торгівлі відбувалося за розрядами та визначило організаційну структуру, права та функції і обов'язки служб які проводили оподаткування підприємства.

Оподаткуванню підлягало міська торгівля, дрібна промисловість, дрібні кіоски, ринкові одиниці до найнижчої ставки, безумовно і приватний сектор. Розмір ставки залежав від місцевості. Так міста України були розділені на два сектори: до першого належали такі міста як Харків, Одеса, Київ та інші великі промислові та торговельні міста, до другого належали інші не великі торгові містечка та крамниці. Патентний збір для промислових підприємств встановлювався за соціально-економічними ознаками: кількістю найманих робітників, за станом оснащення підприємства. За такими критеріями існувало три види підприємств: перший вид до двох працівників, другий від двох до десяти працюючих, третій – від десяти та більше робітників [48. с. 22-25]. Податок з доходу стягували за прогресивною ставкою від 5% приблизно 1,5 млн крб, від 10% 1,5- 4,5 млн крб, від 15% 4,5-15 млн карб, 25% понад 15 млн крб з всього доходу підприємства [22, с. 80-84].

Патентний збір держава стягувала кожні пів року, зрівняльний поквартально. За жовтень-грудень 1921 р в УРСР вибрали 49 тис. паленого

податку з торгово-промислових підприємств, сплативши 1,3 тис. крб золотом, в одній Одесі він складав 1,5 тис. крб. Протягом першого півріччя 1922-р було зібрано 78 млн патентного і 9 млн зрівняльного збору [45, с 20]. Грошова одиниця постійно змінювалися, тому великі суми не завжди є показовими, але вони дають можливість засвідчити співвідношення питомої ваги патенту і зрівняльного збору. Зрівняльний податок становив збір 3% з обігу підприємства. У загальну суму цього податку зараховувалося вартість вибраного патенту [35].

В листопаді 1921 року владою були призначені фінансові інспектори, які займалися перевіркою торгівельних та промислових підприємств міста. З 21-22 роки було стягнуто 17053 млн крб патентного податку та 7124 млн крб зрівнювального збору.

В подальшій діяльності оподаткування підприємства спостерігався значний підйом у зрівняльному оподаткуванні: з 3% стало 7%. Це пояснюється тим, що було встановлено надбавок до промислового податку бюджету не більше 100%, а також вилучення 1% з обігу у фонд допомоги голодуючим [35].

Місцеві органи влади встановлювали податки та різні види зборів з підприємства. З приватного сектору збір коштів відбувався під виглядом державної позики. Окрім цього для приватного сектору щоб отримати право займатися особистим промислом кожен підприємець повинен був купити як мінімум 3 облігації державної золотої позики при цьому були відсутні будь які юридичні документи щодо таких операцій з документами були досить часті зловживання з боку працівників фінансового відділу [47, с. 63.].

10 лютого 1922 року були внесені зміни щодо положення «про промисловий податок», було скасовано попередні нормативно-правові акти оподаткування підприємств. Натомість були схвалені ВУЦВК «Правила про промислове оподаткування виробництва предметів розкоші й торгівлі ними», тобто прикраси з золота, коштовного каміння, одягу з хутра. 5 квітня 1922-р впроваджено різні розрядні ставки промислового податку у радянських грошових знаків. 12-15 травня прийнято «Про патентний збір за право торгівлі

тютюновими виробами», 5 липня 1922 року встановили порядок відрахувань частини промислового податку до місцевого бюджету.

Постанова від 13 вересня 1924 року була негативною в розвитку торгівлі вона містила в собі стягнення з нетрудового елемента цільового податку житлової площі, яку займали підприємства. Торгівельні підприємства першого розряду сплачували 50 коп. за кожний квадратний метр площі щомісячно, другого розряду підприємства 1 карб. 50 коп, третій – 2 карб. 50 коп [29, с. 18].

Найбільше прибутків до бюджету надавала широка і розгалужена система податків у вигляді акцизів. Цей податок було запроваджено 1922 року акциз на вино, пиво, лікер, і т. д. Деякі підприємства мали акцизи на тютюнові вироби який запроваджено 5 жовтня 1921 року. Вирощувати тютюн дозволялося всім проте врожай мали збувати підприємствам. Окрім акцизів на тютюн, пиво, вино були і на чай, сірники, калоші, свічки, текстильні вироби. Проте оподаткуванню підлягали вироби фабричних закладів.

Недовго проіснував і податок про оборот цінностей запроваджений з 14 вересня 1927 року і тривав до 1928р. його скасували через запровадження нового Статуту про промислове оподаткування. Стягувалися з підприємства і такі невеликі податки як судові оплати, канцелярські збори, різного виду посвідчення, папери які надавалися приватним особам та організаціям на послуги нотаріуса [22, с. 17].

Отже, радянська держава в період НЕПу застосовувала прогресивно-класовий підхід у системі прямого оподаткування. Новим явищем податкового законодавства у сфері організації податкових органів стало впровадження податкових комісій. Це стало позитивним кроком у формуванні податкової системи. Промисловий податок досить ефективно виконував завдання, яке поклала на нього влада, а саме: бути засобом обмеження приватного накопичення капіталу та мати інформацію про технічний стан та розміри підприємства.

2.3. Вплив грошової реформи на торгівельний розвиток в Українській СРР

Проведення грошової реформи в зазначений період припадає на зміну державного статусу України, з незалежної республіки вона стала союзною та увійшла до складу Радянського Союзу. У зв'язку з цим на Україну автоматично поширювалося загальносоюзна грошова система радянський карбованець. Запровадження нової економічної політики зумовило розвиток підприємства, та мережу податкової системи, надання послуг кредитів для торгівців та власникам підприємств, у зв'язку з розвитку торгівлі пов'язана товарно грошові відносини, що тягне за собою здійснення грошової реформ. Її необхідність зумовлювалася через глибоку та затяжну економічну кризу та розбалансованість фінансової системи [54, с.58].

Ще в 1928 року Ленін звертав увагу щодо проведення грошової реформи він наголошував, що якщо не провести фінансову реформу, то всі наступні реформи будуть приречені до невдач . Наступним хто звернув увагу на фінансову сферу був Й. В. Сталін: «Гроші залишаться в нас на довгі часи не тільки до завершенню першої стадії комунізму, а й до соціалістичного розвитку».

Але не дивлячись на розуміння проведення реформи влада вже в 1917-1920 роки розпочала політику ліквідації грошового обігу у дусі воєнного комунізму. Так Декретом від 14 (27) грудня 2017 року всі банки та контори було націоналізовано. Роль грошей було зведено нанівець. Саме НЕП став причиною фінансової реформи оскільки потребувалося відновити товарно-грошові відносини та кредитну систему країни. 15 жовтня 1921 року було створено Державний банк РСФРР який мав капітал у розмірі 2 трлн карб. Основною метою держбанку було відновлення грошового обігу, та контроль за здійсненням грошового обігу, сприяти розвитку промисловості, й товарообороту. Банку було надано право емісії білетів та монет в подальшій реформі, це положення було закріплено декретом РНК РСФРР від 11 жовтня 1922р [36, с.90-91].

Станом на 1921-1922 р. реальною вартістю 100 тис радзнаків - це були перші радянські гроші які становили вартість однієї до революційної копійки. Влада розуміла, що необхідно створити міцну державну грошову систему та ведення твердої валюти. Так за зразок було взято ідею Наркомату фінансів РСФРР Володимира Тарновського та створити декілька грошових одиниць одна буде підкріплена золотом інша буде простою [36, с.92-93].

Радянські паперові гроші надходили в Україну із запізненням, не регулярно радзнаки досить швидко втрачали свою купівельну силу. Зі своїх досліджень автор Пиріг О. А. зазначає, що підприємства перетворилися в так звані магазини, які на своїх складах зберігали будь-які товари ніж у касі тримати радзнаки, які постійно падають. Оздоровлення фінансової сфери відбулося з прийняттям декрету від 10 жовтня 1921р «Про заходи впорядкування фінансового господарства країни» Державний банк повинен був налагодити грошовий обіг, оволодіти внутрішнім ринком та торгівельним оборотом [43].

Радянська влада всіляко намагалася знайти спосіб вилучення надлишкової кількості грошей з обігу. Інфляція розвивалася дуже швидкими темпами. Оздоровлення фінансів за рахунок емісії був не найкращим способом покриття дефіциту в бюджеті та подолати зріст цін на товари широкого вжитку.

Хитке та не стабільне становище радзнаку не могло бути основою для налагодження економічного становища країни. Радянська влада була переконана, що основним обігом грошей може виступати золото, як у довоєнний час. За декретом який було видано РСФРР від 11 червня 1921р було започатковано проведення емісії та було випущено розрахункові знаки номіналом 250, 100, 1000, 5000, 500 карбованців також випущено радзнаки і ще більшим номіналом 25,000, 100 000 , 50 000 крб З цього ми бачимо, що випуск грошей великого номіналу свідчить про високий темп інфляції [43].

Упродовж трьох років в країні існувало дві валюти: радзнак та карбованець. З 14 лютого 1924 року Декрет ЦВК та РНК проголосив припинення обігу та платоспроможності радзнаки, натомість залишився

радянський карбованець який закріплювався золотом. З цього часу на кожну купюру було нанесено номінал та назва валюти. Монети які перебували в обігу основному виготовлялися з міді так наприклад, 1/05, 1,2,3,5 коп. з міді, 10,15,20 коп. з срібла 500ї проби а 50 коп. та й карбованець з 900-925 проби срібла, монета в 10 карбованців «червонець» виготовляли з золота 900 проби. Радянська влада для того щоб виготовляти такі монети закупляли серед населення монети царського карбування та з них вже чеканила радянські. Така тактика була не завжди вигідною, оскільки монети з дорогоцінних металів швидко розходилися серед населення, а люди не поспішали ними користуватися досить часто вони їх зберігали, що в свою чергу зумовило дефіцит монет в обігу [36, с.93].

Владі було не вигідно мати в обігу золоті монети оскільки населення могли вільно користуватися валютою в будь-якій країні. У зв'язку з цим було видано постанову РНК УСРР про заборону приватним установам та особам купувати золото та іноземну валюту таким чином підірвавши чорний ринок. Раднаркоком України остаточно встановив монопольне становище купівлі та продажу в УСРР іноземної валюти та дорогоцінних металів. Була видана заборона тримати в касах велику суму грошей а тільки ту кількість яка потрібна для виплати зарплат на місяць, а всю готівку здавати до каси Уповнаркомфіну.

Ті підприємства, які займалися зовнішньою торгівлею повинні були бути членами фондової біржі, отримати дозвіл на кожну валютну операцію у уповноваженого НКФ. Підприємства повинні були тримати свою валюту на поточному рахунку у всеукраїнській конторі Держбанку та подавати щомісячний звіт про валютні операції які вони здійснюють. Таку операцію проходили державні кооперативні та приватні підприємства. З цього ми бачимо, що влада встановлювала контроль над валютними операціями не тільки у внутрішній торгівлі а й у зовнішній [37, с.78].

Влада всіляко намагалася вийти з кризи та проводила неодноразово деномінацію, але ці дії не вирішували проблеми дефіциту в бюджеті потрібно

було шукати нову грошову одиницю, яка буде стабільною. Як зазначав Л. М. Юровський – держава не відмовлялася від державного бюджету, але при його реформі не можна обійтися без паперових грошей потрібно дати одну стійку валюту. Так 5 червня 1922р було підписано декрет надання права випуску Державному банку білетів тобто червонців. Стабільність червонця державний банк забезпечував на 25% дорогоцінним металом та 75% ліквідними товарами та векселями. Випуск як паперового так і металевого червонця відбувався одночасно. Але перші використовувалися для обігу на внутрішньому ринку країни а металеві для зовнішньої торгівлі. В обігу находилися паперові банкноти червонця номіналом в 1,3,5,10,25 червонців. Влада вирішила відмовитися від купюри номіналом $\frac{1}{2}$.2,50 червонців. Саме червонець став родзинкою та символом НЕПу. Так в своїй роботі автор Чеберяков О.В. «Вплив грошової реформи 192-х років» наводить таку статистику в першій випущеній партії банкноти за листопад-грудень 1922 року – 356, січень 1923 року випущено 812 тис, за лютий-червень місяця - 6,6 млн, липень – 4 млн, серпень – 4,9 млн, вересень – 5,9 млн, січень 1924 року – 2,3 млн. червонців. Були значні коливання щодо випуску червонця, вони виявилися як наслідок необхідністю кредитування промисловості для вирішення цієї проблеми, влада почала випускати радянські радзнаки Наркомфіну СРСР – 8%, транспортних сертифікатів – 5,3%, білети державної скарбниці- 5,5 %, червонець становив 80%, срібні монети – 1% це спричинило заміну від натурального кредитування на грошову [54, с.77].

Через хибну політику відбулося падіння червонця, що зумовило зріст грошового обігу та зниження цін на промислові товари, що потягнув за собою товарний та промисловий голод в країні. Влада не одноразово намагалася випускати нові гроші але їх постійно не вистачало в досить складному становищі опинилася УСРР радзнаки друкувалися в Москві і надходили до України нерегулярно, з затримкою та в обмеженій кількості. Гостре відчуття нестачі нових грошей відчувалося в губерніях та селах. Органи влади на місцях

неодноразово порушували фінансову дисципліну не доцільно використовуючи радзнаки [37, с.79].

Завершальним етапом грошової реформи полягало у викупі радзнаків й випуску нових казначейських білетів, які мали тверду основу. Тобто червонець повинен був залишитися банківським білетом, а новий карбованець казначейським повинен. Обмін однієї валюти на іншу, один карбованець дорівнював десяти казначейським білетам. Головною ідеєю казначейських білетів було часткове покриття дефіциту в бюджеті до того ж влада не хотіла ставити під загрозу стабільність червонця. Так в обіг було випущено казначейські білети номіналом 5,3,1 карбованець золотом вони були прирівняні до червонця і слугували дрібними купюрами. Станом на 1924 рік було випущено 400 млн. карбованців банкнотів та 200 млн карбованців у вигляді казначейськими знаками. Так 7 лютого Держбанком було проголошено прийом та платіжну спроможність казначейських білетів та червонців де 1 червонець дорівнював десяти казначейських білетів. Зробивши таке співвідношення влада перестраховувалася про всяк випадок у разі якщо реформа не вийде та у випадку спаду казначейських білетів не зачепить стабільність червонця [43, с. 6-7]. Грошова реформа опинилася на прозі краху оскільки здійснивши фіксацію курсу радзнака реформа могла перетворитися на звичайну деномінацію грошей. Державній владі спочатку необхідно було ввести в обіг казначейський знак, і дочекатися коли він буде циркулювати на рівні з червонцем, щоб дрібний ринок розпочав обчислювати у ньому ціни а тоді фіксувати твердий курс радзнаку [37, с.80].

Не тривале конкурування старих і нових грошей була через необхідність на досвіді сформувати циркуляцію нових і старих грошей та усвідомлення у населення різниці між ними, окрім цього необхідно було припинити випускати рад знаки, для того щоб звільнити місце для нових грошей в обігу. Такий стан в обігу грошей відбувався й через те що влада постійно відтягувала та переносила строки обміну грошей спочатку реформи було проголошено, що радянські гроші зберігають свою платіжної спроможність 10 квітня після чого

було встановлено пункти обміну старих грошей їх приймали лише у касах НКФ та Держбанку до 30 квітня. 22 березня було видано постанову РНК СРСР про продовження обміну до 10 травня і аж до обміну на тверду валюту до 30 травня для іноземців у яких знаходилася радянська грошова валюта термін обміну продовжено ще на один місяць [37, с.79].

Таке відтягування було спричинено через технічні проблеми випуск монет відставав від запланованих планів радянської влади в країні виникла загроза браку грошей тому як було зазначено вище, держава випускала різноманітні гроші та їх номінал для того, щоб тимчасово перекрити брак коштів твердої валюти.

Під час грошової реформи в період нової економічної політики існувала система двох валют червонця та родзнаки, яка розглядалася як тимчасова доки не буде встановлена та повноцінно функціонувати нова тверда валюта.

Не дивлячись на таке співіснування двох грошових одиниць червонець в суспільстві викликав більшу довіру. Приватні особи та підприємства, боячись нової хвилі емісії родзнаків, переводили свої кошти в червонець, що зумовило зріст попиту та курсу червонця у прояві карбованця. У зв'язку з такою кількістю різновидів грошей які держава випускала були різні призначення, а саме родзнаки випускалися з метою покриття державного дефіциту в бюджеті, червонець слугував для забезпечення господарського обігу.

В 1924 році грошова реформа наближається до завершального етапу у зв'язку з періодом час для реформи був не надто сприятливим оскільки була слабка економіка, падіння прибутків в наслідок надходження сільсько-господарських податків та його скорочення експорту продукції, наявність додаткових витрат на будівництво та ремонтні роботи, в таких умовах було досить важко збалансувати та знизити дефіцит бюджету. Емісія старих грошових знаків була завершена і започатковується поступовий обмін тих грошей що були в обігу на червонець.

В наслідок грошової реформи 1922-1924 р нормалізувався товарообіг та було подолано товарний голод. Стабільність червонця в УСРР позитивно

вплинуло на внутрішній ринок відбувається ожвавлення дрібної торгівлі, посилюється обіг грошей в ощадних касах. Характерною рисою було існування двох видів грошей це казначейські білети та банкноти. Банкноти забезпечувалися золотом, але був відсутній золотий обіг. Червонець, як основна валюта СРСР забезпечував внутрішню купівельну спроможність. Грошова політика яку впроваджувала більшовицька влада була важливою складовою в новій економічній політики та налагодженню ринкових відносин. Саме 1923 роки характеризуються швидким розвитком промислового виробництва розтають ціни на промтовари, що в свою чергу призводить до проблеми ринку збуту яку подолають адміністративним шляхом [43, с.135].

Отже, грошова реформа впливала на розвиток торгівлі досить негативно через відсутність однієї стабільної валюти. У зв'язку з нестачі грошей в країні влада випускала дуже велику кількість нових грошей з різним номіналом, які в свою чергу через іншу реформу виходили з обігу та знецінювалися. Саме через таку не стабільність підприємства та крамниці намагалися не зберігати в свої касових апаратах велику кількість грошей, а навпаки завалювали свої склади товарами, бо був ризик що гроші можуть вийти з обігу та знеціненяться. Окрім цього через такий масив випуску грошей не давалося дати час на вилучення обігу старих грошей та закріпити обіг нових. Обмеження з боку влади щодо пунктів обміну грошей це можна було зробити лише в держбанку. Підприємець повинен був постійно звітувати про свої грошові операції перед владою та мати спеціальні дозволи щодо грошовими операціям у сфері зовнішньої торгівлі. Саме з встановленням стабільної валюти червонцем відбулася певна стабільність в сфері грошових відносин карбованець став родзинкою НЕПу.

2.4. Зовнішня торгівля УСРР

Доба «воєнного комунізму» це час коли більшовицька влада розробляла концепції державної монополії не тільки в зовнішній політиці, але це торкнулося і сфери зовнішньої торгівлі. Зовнішня політика УСРР вже за ті часи

стала залежною від планів центру Москви. Державна монополія безпосередньо поширювалася й на територію України. 20ті роки ХХ ст були не сприятливим часом для зовнішньої торгівлі, оскільки промисловість була зруйнована, а держава не мала міжнародних торговельних угод оскільки була система блокади, брак сировини, транспорту, валютних кредитів, відповідного законодавства та підтримки з боку іноземних фірм, голод 1921-1922рр нестача товарна криза в середині країни.

Нова економічна політика яка була проголошена 1921року оживила внутрішню торгівлю поступово влада ліквідує дефіцит товарів, повертають підприємства колишнім власникам, підприємства здаються в оренду зарубіжним підприємствам залучаючи таким чином іноземний капітал. Створюються змішані підприємства із залученням державних коштів та іноземних фірм [25, с.3].

В перші пів року більшовицька влада була змушена дозволити обмежену торгівлю приватним особам та комерційним фірмам ці обмеження були спричинені через декілька факторів а саме:

- Не готовність програмних дій влади у сфері зовнішньої торгівлі;
- Освоєння внутрішніх запасів та ресурсів які були накопичені за час війни;
- Нестача кваліфікованих кадрів для здійснення контролю зовнішньої торговельних операцій підприємств;

Більшовиків не влаштовував той факт, що до зовнішньої торгівлі хоч й обмеженому вигляді, але допускався приватний капітал оскільки його вважали політичним ворогом оскільки такі відносини могли привести до політичних альянсів. Але уряд був зацікавлений у швидкому відновленні економіки, та з абсолютним державним контролем за імпортом та експортом дозволить скоріше досягти своєї мети.

Ленін розумів, що економічна криза дуже сильно впливає на здатність комуністів утримувати владу тому було переглянута ставлення до економіки і

до засобів поповнення державного бюджету. Змінюється ставлення до митної справи, до ролі митних зборів та митних тарифів [16, с.153].

Після запровадження нової економічної політики фабрики та заводи почали чинити тиск на владу вимагаючи змін у сфері зовнішньої діяльності підприємців, а саме відмінити монополію та надати можливість підприємству посилати за кордон своїх представників для переговорів й укладання торговельних угод.

Так на конференції ЦК партії було розглянуто резолюцію «Про задачі партії щодо відновлення економіки» де підтверджувався принцип монополії, але й пропонувалося залучення підприємств до експорту та імпорту товарів. Окрім цього були підготовлені «Тези про зовнішню торгівлю» були прийняті 4 січня 1922 року за тезами передбачалося збереження державної монополії, але у вигляді так званого компромісу було надано певні у сфері експорту та імпорту товарів державних кооперативним та змішаним організаціям. Вони могли брати безпосередню участь у експортно-імпортних операціях, але під контролем Наркомзовнішторгу. До компаній дозволялося створювати акціонерні товариства у експортних та імпортних компаній зі змішаним капіталом [16, с.154].

Незважаючи на такі зрушення у сфері зовнішньої торгівлі, спланувати експорт було складно. Оскільки в 1923р Держплан не мав даних про стан різних галузей промисловості. Ті розрахунки які влада мала були застарілими та базувалися на розрахунках Наркомзовнішторгу який також слабо орієнтувався в можливостях експорту країни, в пливало й коливання цін на зовнішньому ринку.

Запланувати експорт було важко оскільки старий апарат був зруйнований політикою воєнного комунізму а новий тільки-но почав складатися, форми організації експорту лише визначалися, було не вирішено питання що до використання виручки. Організація торгівлі не відповідала ситуації зовнішнього ринку, ціни там визначалися через попит, пропозицію а в

радянському союзу шляхом директивним шляхом окрім того ціни були орієнтовними [25].

Вихід кооперативного підприємства на зовнішній ринок з її не державницьким статусом мав вирішувати питання колегіально за усіма представниками кооперативних спілок, але діяв принцип державної монополії зовнішньої торгівлі, що ускладняло експортну діяльність.

Для того щоб зрозуміти товарообіг звернемося до статистичних даних так Україна вивезла на європейський ринок у 1923-1924 р товарів на 75,8 млн а завезено 11 млн крб. у 1924 -1925 експорт становив 65 млн імпорт 78 млн крб.

Щорічний український експорт був незначним, структура експорту УСРР була ідентичною з структурою СРСР, загалом продукція сільського господарства переважала над товарами промисловості станом на 1925-1926 рік промисловий експорт становив 35,8% загальної суми СРС, а в УСРР 29,3%.

Для того щоб перевезти товар за кордон уряд України мав звертатися до уповноважених з проханням щодо експорту товару за кордон він відбувався через такі митні кордони як Одеський, Миколаївський, Маріупольський, внутрішній - Харківський та Кривенький на кордоні з Польщею. Для транспорту товару Україні допомагало її географічне положення, це дозволяло максимально використовувати морські та залізничні перевезення товарів за кордон. Так, наприклад, експорт Укрдержторгу був таким у 1925-26р до Англії експортувалося 36% товарів, 1926-27- 17,5% з Німеччиною від 10,7% до 31,4% за 1925-1928 роки [25].

Промисловим експортом України займалася також контора акціонерного товариства «Промекспорт» основною функцією контори було в експорті промислових товарів на комісійних началах, та вивіз власних товарів високої якості. Окрім цього трести за кордоном мали свої представників в Німеччині діяло представництво Південнторг. Кожна галузь промисловості мала свій власний план за яким здійснювала експорт за принципом продрозкладки та центральними установами. Виконання плану супроводжувалося зі значними збитками оскільки приділялася увага вазі не зважаючи на попит на світовому

ринку загальний обсяг експорту був сировинний, але вивозилося і продукція промисловості, але посідало не значний відсоток.

Значна частка українського експорту становило м'ясну продукцію так створена кооперативне товариство «Кооптах» його функціонування в зовнішній торгівлі мав помітний вплив на повсякденне життя європейців продукцію якого вони споживали. Робота Кооптаху відбувалася через об'єднання кооперації в Берліні Укркооп яке виникла 1922 року, а також в Лондоні Коопкур 1923 року. Так організацією було відправлено 45,3 тис. гусей, 2,5 тис курей. Основною тарою для експорту яєць були ящики саме за кількістю ящиків можна дослідити попит та кількість вивезеної продукції. Так станом на 1924-1925 рік Кооптах було вивезено до Берліну 44,9 тис, Лондону 26,8 тис яєць, Відень 665 ящиків. Реалізація товару відбувалася через апарат лондонського та берлінського представництва приєднувалися і представництва СРСР. Кооптах був основним постачальником яєць та м'яса на європейський ринок, що свідчить постійний зріст експорту товару на зовнішній ринок. Діяльність Кооптаху засвідчує, що українські кооперативні спілки були повноправними учасниками зовнішньої торгівлі і товари користувалися великим попитом у європейських державах про що свідчить кількість постачання та вивіз товару до країн [27, с.95].

Пожвавлення торгівельної діяльності кооперація розпочалося з діяльності Кооптаху так 1923 року утворено Вукоопспілка при Київській філії як спеціальна контора для експорту. Через загострення політичних відносин експорт яєць до Англії призупинився, зазначимо, що експорт яєць сягав 9% українська спілка навіть отримала Grand Prix за якість товару на виставці гастрономії в Парижі в 1927 році. До Англії екпортувалися такі товари як м'ятна олія, вершкове масло, полотно, сир, консервовані овочі, але пріоритетним товаром був бекон та звісно яйця [27, с.50].

Зовнішня торгівля відбувалася не лише з країнами Європи, але й торгівля було і також з державами сходу. Було укладено політичну угоду між УСРР та Туреччиною встановлювався єдиний торгівельний режим на території УСРР і Туреччини. Турецькі купці могли укладати угоди з промисловими

організаціями. Було встановлено економічний зв'язок з Афганістаном хоча мало неофіційний характер протягом 1921-1922р УСРР вивозила 180 тон цукру до Афганістану експортували також полотно, меблевi вироби, відносини з Афганістаном припинилися коли Україна стала брати участь у загальносоюзній торгівлі. Економічні зв'язки відрізнялися від європейських оскільки східні країни були імпортерами промислової продукції, а експортерами сільського господарства до країн сходу експортувалися товари для сільського господарства [27, с.77].

Отже, зовнішня торгівля розвивалася досить жваво. Створюються акціонерне товариство долучаються іноземний капітал. Представники підприємства мають можливість налагоджувати товарні відносини з країнами. Статистичні дані засвідчують, що експорт товарів розвивався швидкими темпами. Українська продукція мала попит серед європейських країн, а у деяких галузях мали монопольне становище. Це засвідчує робота кооперації Кооптах. Товари УСРР отримували винагороди на виставка, що підтверджує їх якість та попит закордоном.

РОЗДІЛ 3

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ТОРГІВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ УСРР

3.1. Розвиток кооперативної торгівлі

Складна політична ситуація, економічна розруха, яка існувала в УСРР призвела до нестабільності в країні. В стані глибокого занепаду перебувала не тільки важка промисловість, а й провідні галузі легкої та харчової промисловості. З розрухою почали закриватися підприємства, політика «воєнного комунізму» передбачала реквізицію продовольства та заборону торгівлі. Через зазначені події в країні зросла соціальна напруга, яка спонукала більшовицьку партію до вирішення цих проблем. Так на X з'їзді РКП(б) від 8-16 березня 1921 року було прийнято рішення про зміну розверстки на натуральний податок [10, с. 372]. Саме за цією постановою відбувся перехід до нової економічної політики.

НЕП змусив промисловість пристосуватися до умов ринкових відносин, через це відбувається розділення форм торгівлі та її функції, виникають орендні підприємства, кооперація, синдикати, трести, акціонерні товариства, роздрібна оптова торгівля та приватне підприємство.

Політична ситуація в країні вимагала організації виробництва. Дати раду націоналізованим підприємствам, частина яких не працювала, держава не могла. Для цього більшовицька влада прагнула об'єднати великі націоналізовану та дрібну промисловість в кооперацію.

Сучасні історики впевнено стверджують, що кооперація в Україні мала своє коріння з минулих років, що існувала в 60х рр. XIX ст. Більшовицька влада теж звернула увагу на досвід кооперації влада не заперечувала про давнє походження кооперації навіть відкрито визнавала, що запровадження кооперації мало відновлюючий характер. Кооперація не була чужою навіть в офіційному контексті інакше вона б не підіймала питання щодо повернення її матеріально-фінансових цінностей які були вилучені більшовиками у період громадянської війни. Так в серпні 1921 року на Всеукраїнському з'їзді

представники кооперації не клопотали про повернення товарне, сировинне забезпечення яке було заготовлено за власний кошти підприємства. Окрім цього була спроба порушити питання щодо компенсації за борги Німеччини повернути кошти до Всеукраїнського кооперативного банку, який було створено в УСРР як центр фінансово-кредитної установи української кооперації [53, с.62].

В. Ленін робив наголос на кооперативну торгівлю: «Кооперація є великою культурною спадщиною, її потрібно цінувати та використовувати» [13, с. 232-233].

Наркомпрод досить жорстоко регламентував роботу кооперації, а саме:

- Кооператори могли приступити до заготівлі лише тоді, коли буде виплачена населенням районів, частка продуктового податку;
- На заготівельні роботи кооперація часто позначався установлений Наркомпродом грошовий еквівалент. Так, 1:3 це – ціна на товари широкого вжитку, тобто ціни були в три рази дорожчими від довоєнної ціни;
- Існування слабкої фінансової бази як центральної так нижчої організації кооперації;
- Відсутність коштів для кредитних операцій.

Кооперація була основним механізмом для проведення товаро обміну їй потрібно надавати всебічну підтримку та широкі можливості у сфері її діяльності.

Кооперації здійснювали свою діяльність на свій ризик, що регламентує радянське законодавство. За постановою РНК від 26 липня 1921р «Про засоби кооперації» було вказано, що кооперативні організації формуються як в натуральній формі та і грошовій. Фонд кооперації утворювався зі вступних внесків, членських паїв та авансів від добровільних споживчих організацій окрім цього держава давала кооперації також допомогу у вигляді позик.

Було створено Головний кооперативний комітет при РНК УСРР який контролював діяльність кооперації в Україні контроль над діяльністю та виконанням усіх адміністративно-розпорядчих дій. Реєструвалися статuti

товариств та їх об'єднання це виконувало реєстраційна комісія при губкомах. Зазначені вище установи виконували такі обов'язки які: регулювали діяльність всіх кооперацій, наглядала за виконанням всіх постанов та декретів, представляла та захищала інтереси кооперації перед іншими установами. Встановлювалося збір за реєстрацію кооперативної організації у таких розмірах: за кооперативне об'єднання першого ступеня (мається на увазі товариство та артіль) – 15 крб; за кооперативне товариство районної спілки 50 крб; кооперація губернської спілки – 123 крб; всеукраїнське об'єднання кооперації – 250 крб. Надавання таких видів санкцій кооперативному товариству влада передбачала таким чином встановити контроль над кооперацією [47, с. 57 с].

Успішна діяльність кооперації залежала не тільки від підтримки держави, але й від товарів які повинні користуватися попитом та задовольняти споживача. Асортимент товарів не зовсім відповідав попиту на ринку так у кооперативних крамницях можна було знайти іржаві залізні кухолі, підкову воєнного зразка, десертні ложки. У зв'язку з цим владою було прийнято рішення про зобов'язання кожної організації при здійсненні закупівлі або товаро обміну заключати договір з кооперацією.

З переходом до НЕПу від влади вимагалось надання економічної самостійності кооперації так було прийнято декрет РНК УСРР від 26 липня 1921 року «про засоби кооперації» за яким скасовувалося державне фінансування не дивлячись на те що неодноразово на засіданнях підіймалося питання що кооперація не володіє достатніми коштами, через що не може надавати успішні результати успішної діяльності. Адже повне функціонування кооперації залежало від допомоги з боку держави.

Держава почала всіляко сприяти розвитку кооперації надаючи допомогу у сфері оподаткування кооперації так 15 березня 1922 року було введено дію постанову РНК УСРР «Про промисловий податок» за яким ще не надавалося пільги кооперації у оподаткуванні тому такі підприємства оподатковувалися

на загальних умовах. Держава поступово намагалася створити сприятливі умови для розвитку кооперації.

На думку більшовицьких керівників саме кооперативна торгівля вважалася вигіднішою і кориснішою за приватну торгівлю. Кооперація стримувала ціни на ринку через це відбувається криза у сфері збуту товарів оскільки була викликана пере накопиченням запасів товарів та динамікою цін на ринку збуту.

Оскільки радянська влада намагалася витіснити приватне підприємство на її місце намагалися висунути кооперативне підприємство. З появою податкових пільг 1923 року були одним з дієвих заходів для покращення діяльності кооперації. Саме постанова ВЦВК і РНК СРСР «Щодо додаткових пільг для кооперації» ця постанова зумовила розширення пільг у сплаті промислового податку за патентним та зрівняльним зборам кооперація отримувала знижку 20% 50% у залежності того з ким вона проводила торгівельну діяльність. Для молодих кооперативних організаціях надавалася відстрочка на 2 роки у сплаті промислового податку. Саме за рахунок такого прихильного відношення від влади та таких пільг кооперація змогла розширити торгівельну діяльність та нагромаджувати свої кошти для своєї фінансової стабільності [20, с. 72].

Отже, звернення більшовицької влади до минулих корінь кооперації дає нам підстави стверджувати, що становлення кооперації носило здебільшого реставраційний характер. Кооперація була основним засобом впровадження товарообміну між містом та селом, влада надавала кооперації всебічну підтримку, але не надавала повної автономії. Саме за рахунок санкції та різних видів допомоги в її діяльності влада таким чином мала контроль над розвитком кооперації. Влада вбачала, що саме за рахунок кооперації зможе витіснити приватника з сфери торгівлі.

3.2. Розвиток приватного підприємства

Торгівлі відводиться головна роль у задоволенні потреб населення, та наповнення внутрішнього ринку споживчих товарів. Приватна торгівля являє собою своєрідний соціальний інститут підприємницької діяльності. Приватну торгівлю було знищено декретом від 21 листопада 1918 року, але не дивлячись на заборону приватна торгівля розвивалася, але під виглядом мішечництва яке являло собою дрібним типом роздрібною торгівлі. В історичних дослідженнях 1920-х рр. зазначається, що у державних торгівельних установах виокремлюється три періоди розвитку приватної торгівлі, яку дослідники ототожнювали з етапом НЕПу.

Більшість дослідників акцентують свою увагу саме на перший період, який бере свій початок від самого переходу до НЕПу та триває до запровадження грошової реформи 1924р. Саме впродовж першого періоду приватна торгівля вільно розвивається на внутрішньому ринку тому, що на початок Непу державне та кооперативне тільки-но почали налагоджувати свою мережу [49, с 71-76].

У період НЕПу приватний сектор економіки України складався, в основному, з денационалізованих малих підприємств. Згідно з інструкцією яка була затверджена Вищою Радою Народного Господарства, а в серпні 1921р., колишнім приватним власникам могли повернути ті підприємства, які фактично не експортувалися державою. Остаточо це питання було вирішено ВЦВК від 10 грудня 1921р., відповідно до якого всі підприємства, де держава не змогла налагодити виробництво продукції та не було здійснене переоснащення, підлягали поверненню колишнім власникам. Для цього вони повинні були звернутися з відповідним клопотанням у Губернську Економічну Раду [11, с. 246]. Упродовж першого періоду НЕПу панувала приватна торгівля, бо державна-кооперативна тільки-но налагоджувала свою мережу. Влада допустивши приватну торгівлю прагнула зберегти у своїх руках головні позиції, згідно з даними які надає у своїй праці Каташинська Я.І. «Соціальні функції приватної торгівлі». Автор зазначає такі данні за вересень-грудень 1922р із 381

оптових приватних підприємств приватному сектору належало лише 72 або 18,8% обороту у 607 тис крб, що становить 2,6% усього обороту по Україні.

Оскільки в радянській державі гостро відчувалася нестача торговельного капіталу та наявність розгалуженого торговельного апарату на внутрішньому ринку змогло прикрити наявність приватного торгового капіталу. Приватний сектор скористувався нагодою та і розпочали вести активний наступ на здобуття в свої руки не тільки роздрібну торгівлю, але й середню і навіть велику оптову торгівлю. Дуже важливу роль відігравала приватна торгівля в глухих кутках країни це селах оскільки там не існували навіть кооперативні магазини так станом на 1925-1926 р. 26% сіл країн діяли тільки приватні торговці [28, с.146].

З прийняттям рішення про перехід від продрозкладки до продподатку головним питанням було з'ясування ролі приватного капіталу та масштабу його допущення та методів обмеження. В. Ленін лише підтверджував, що мається на увазі не про надання повної свободи приватній торгівлі, а лише тимчасове залучення приватника для налагодження товарообігу в торговельній сфері. Регулювання торговельної діяльності приватника відбувалося за декретом РНК УСРР від квітня 1921р за яким надавалося дозвіл вільного обміну, купівлі та продажу фабрично-заводської продукції.

З початком НЕПу приватні підприємці вели заготівельну діяльність сировини, та збували промислову продукцію таким чином забезпечуючи населення товарами першої необхідності. Завдяки саме розгалуженій системі приватних торгових та промислових підприємств вони змогли опанувати обслуговування ширшого ринку. Так у сільській торгівлі приватні підприємці охопили 30% бакалія, збут мануфактури в місті становив 15,5 % селі 13,5% [49, с. 223].

З середини 1920-х рр. в УСРР набуває поширення акціонерного приватного підприємства маючи багато капіталу вони мали можливість залучати необхідні для своєї діяльності капітали які випускали шляхом акцій. Окрім цього акціонерне товариство дозволяло раціонально поєднувати інтереси

підприємства. Влада намагалася використати процес акціонування капіталу таким чином ставлячи під свій контроль стихійний розвиток підприємства. Статути розглядало та затверджувало Українська економічна нарада, та реєструвалися Наркомторгом УСРР. Всі акціонерні товариства були зобов'язані щорічно публікувати у пресі свої баланси та звіти діяльності за порушення несли кримінальну відповідальність.

Саме середина 20-х рр. ХХ ст. стало переломним моментом у розвитку приватного підприємства. Відбувається процес витіснення приватного капіталу із промисловості. Причиною витіснення стало те що приватний капітал став зайвою фігурою. Назріла проблема «первісного накопичення», через що відбувається нееквівалентний обмін. Тому владою був взятий курс на витіснення підприємця з торгівельної сфери діяльності капіталу, з цензової промисловості, зі посередницької та кредитних організацій. Посилення податкового тиску, на приватний сектор, та звужування сфери товаро постачання, закриття послуг кредитування приватного підприємства в плинulo на зменшення ролі приватного сектору на ринку. Через зменшення товаро обороту відбулося скорочення торгівельної мережі в країні. Найкращим засобом витіснення приватного підприємства це була податкова політика. Так постанова РНК України «Про податки та збори які стягувалися на користь місцевої ради» за цим декретом влада дозволила стягувати з промислових та торгових установ податок у розмірі 100% від державного.

На цьому влада не зупинила сувої спроби о витіснити приватне підприємства так. було ведено трудовий гужовий податок цей податок сплачували лише приватні підприємства, а державні були звільнені від сплати цього податку [38, с. 40].

Приватник був зацікавлений у збільшенні обсягів реалізації ходової продукції трестів, але влада лімітувала фонди. Так 1923-1924рр трести продавали приватнику 13,4%. в 1924-1925 рр. 9,1% продукції так «Папіртрест» виділяв приватнику 8% продукції паперу, «Сільтрест» відправляв сіль кооперації 70%, сільськогосподарської кооперації 10%, державі 15%, приватник

5%, «Маслотрест» надавав продукцію 9,4%, «Табакотрест» 20% .У 1925 р. трести та синдикати відправляли приватному сектору лише 10-15 % продукції. Цього було мало для розвитку діяльності приватного сектору. Через планове постачання приватника через державні трести та синдикати держава вдалася до заходів зменшення ціни на ринку, роздивлялися специфіку споживчих товарів, а саме, що купують і де, наявність асортименту, торгівельний оборот, але ця міра нічого не принесла [49].

Як зазначалося вище, у розвитку промисловості була фінансова проблем і з нею зіштовхнулося і приватне підприємство. Приватник брав кредити у фінансових державних установах. Кількість приватних підприємств, яким надавали кредити: в Одесі – 53%, Харкові – 22,7%, Києві – 21,2% . Інші їх не отримували, а вкладати свої власні кошти вони не могли, бо їх обіг були мізерними. Але влада на цьому не зупинилася: держава фактично призупинила цільове кредитування приватного сектору, яке і так було досить малим. Держава всіма силами намагалася приборкати до рук приватну торгівлю такими шляхами, як акціонування, кредитування, централізоване постачання [49].

Газети друкували різні думки, стосовно ролі приватної торгівлі: одні вимагали скорочення «відпуску промислового краму приватнику», інші вважали, що «ми надто багато зробили для витіснення приватного торгового капіталу», а в офіційних колах дотримувалися партійної установки: «Економічно доцільно використовувати можливості приватного-торгового капіталу, але не забувати про його політико-ідеологічну небезпеку» [44].

Потерпало приватне підприємство і від величезних податків вони сплачували не прямі і прямі податки які встановлювала держава а саме: промисловий, трудовий, загальногромадянський, прибуткова-майновий. Влада встановлювала не тільки економічні податки але й місцеві податки. До приватного підприємства також застосовувалися політичні обмеження, що в свою чергу пояснюється необхідністю створити перешкоду відновленню привілеї приватного сектору [44]. В офіційних колах дотримувалися саме партійної настанови. У другій половині 1920-х рр. радянська держава прийняла

міри, щодо обмеження діяльності приватних підприємців. Було введено оподаткування прибутків у залежності від сукупного доходу підприємства. Радянські фіскальні органи стали стягувати з власників дрібних підприємств тимчасовий державний податок на надприбуток [49].

Не дивлячись на такий тиск з боку держави, державному підприємству допомогло втриматися від занепаду те, що приватник досить добре знав ринок та використовував старі торгівельні зв'язки – він був на ринку більш оперативним, ніж кооперація. Розпочаті радянською державою в другій половині 1920-х рр. фіскальні міри істотно вплинули на обсяги й масштаби як усього приватного сектора, так і дрібного виробництва України [50, с. 40].

Якщо в 1928 р. частка приватного сектора у валовій продукції промисловості становила 17,6 %, то до 1934 р. вона знизилася до 0,2 %. Жорсткість податкової політики стосовно дрібної промисловості призвела до того, що в 1928 р. самостійних кустарів, зайнятих у виробництві товарів широкого народного вжитку, стали прирівнювати до капіталістичних елементів [50, с. 42].

Як наслідок посилення податкового тиску на приватника державою та стиснення товаропостачання та закриття кредитних установ зумовило зменшенню ваги приватної торгівлі 13%. Так на протязі 1927-1929 рр. зменшується обсяг оборотів та скорочення торгівельної мережі. Так на протязі цих років припинило свою діяльність 10,6 тис. крамниць, 1928-1929р. – 30тис, а станом на 1928-1929 рр. в країні діяло лише 8 тис. приватних торгівельних закладів які не відігравали важливої ролі в обороті УСРР [28, с. 137].

Політика витіснення приватного сектору було не вдалою оскільки негативно вплинула на систему торгівлі. Окрім цього більше 58% продовольчих потреб населення задовольняло через приватні крамниці.

Отже, умови розвитку приватного підприємства були досить проблемними, бо держава намагалася всіляко витіснити приватника зі сфери торгівельних відносин у радянській державі. Було зменшення надання кредитів, приватні підприємства змушені були об'єднуватися для виживання. У той же

час, влада так і не змогла витіснити приватний сектор з торгівлі, тому що приватні підприємці вдало користувалися старими торгівельними зв'язками, за рахунок цього були вправнішими на ринку збуту.

3.3. Діяльність споживчої кооперації

Воєнний комунізм довів кооперативну промисловість до цілковитої руїни. На рубежі 1920-1921рр. населення одержувало дуже малі пайки хліба, не вистачало населенню міста та села промислових товарів. Ситуація яка склалася в політичній сфері вимагала організації виробництва а особливо товарів селянського вжитку. З переходом до НЕПу першочерговим завданням було налагодити виробництво товарів широкого вжитку. Для того щоб стабілізувати становище в країні керівні органи вважали, що необхідно підпорядкувати споживчу кооперацію. Саме з цього моменту активізується торгівельна діяльність споживчої кооперації. Окрім цього вона посилює свої позиції на ринку за рахунок того що потиснула приватну торгівлю. Споживча кооперація поступово починає перетворюватися на одну систему державної структури товаро обертю. Із переходом до нової економічної політики радянська влада прагнула одночасно вирішити декілька проблем: по-перше – вироблення необхідних товарів для населення: по-друге- поповнення державної скарбниці за рахунок податків. На пленумі ЦК КПБУ 1921р. наголошувалося про необхідність розширення товарообміну споживчої кооперації та приділити більше уваги на відродження її виробничої потужності. Як зазначалося раніше влада всіляко сприяла розвитку та функціонуванню кооперації оскільки сподівалася за рахунок неї витіснити приватний сектор така роль також відводилася і споживчій кооперації. Держава намагалася посилити свій вплив на споживчу кооперацію тому Вукопспілка та Уцербкооп розробляли спільні дії та плани щодо торгівельної діяльності споживчої кооперації. Такий стан дозволяв владі посилювати потенціал споживчої кооперації та полегшити державний контроль над кооперацією та її центрами [40, с. 66]. Становлення та розвиток споживчої кооперації відбувався в складних умовах а саме:

- У 1919-1920 роках усі промислові підприємства були націоналізовані деякі з них припинили свою діяльність;
- заходи воєнного комунізму призвели до низького зменшення сировини та нестачі товарів в сфері переробної галузі виробництва;
- Влада постійно контролювала споживчу кооперацію, що обмежувала її самостійність;

Постанов РНК УСРР від 5 грудня 1922 «Про повернення споживчій кооперації націоналізовані підприємства» в цій постанові мається на увазі повернення раніше націоналізованих владою підприємств, приміщень складів, господарські будівлі таким чином посиливши матеріально-технічну базу промисловості споживчої кооперації [42].

З середини НЕПу державою було створено спеціальні комісії які розглядали діяльність споживчої кооперації та контролювали виконання планів товаро обертю. Постанова ВУЦВК і РНК УСРР від 27 червня 1924 рр «Про торгівлю» ця постанова давала дозвіл видавати постанови які регулювали порядок і час торгівлі магазинів [40, с. 66].

Підприємства реалізовували свою продукцію через систему кооперації зі створення синдикатів, трестів, логічною дією від влади було б якщо вона надала їм самостійність у виборі посередника для реалізації товару але оскільки влада постійно втручалася в споживчій кооперації не було можливості самостійно обирати посередника оскільки влада примушувала промисловців співпрацювати з кооперацією.

Дуже мало можливостей мали селяни у придбанні промислових товарів оскільки село потребувало широко асортименту, не обхідні речі для проживання вони отримували кустарним шляхом, через те що товари фабричного виробництва дуже дорого коштували і були не доступними для населення. Вкраїні відбувався ціновий дисбаланс «Ножиці цін» у зв'язку з цим відбувається криза на ринку збуту товару. Склади були переповнені товарами які були конч необхідні для населення, але вони не могли його придбати оскільки були дорогими. Населення звинувачувало підприємців не дивлячись, а

те що підвищення цін це були розпорядження влади та її політика витіснення приватного сектору з ринку збуту. Криза збуту 1923 року була справжнім випробуванням для споживчої кооперації. Ціни на товар були в два рази вищими ніж у приватника. Наслідком кризи було те що в кооперації погіршилися умови розрахунків з промисловістю, та скорочення кредитування, збільшенням готівкового розрахунку за продукцію, та зменшення обсягів поставок.

Споживчій кооперації не вдалося налагодити постачання товарів населенню. Потребу споживання у молоці, м'ясі, овочах, споживча кооперація забезпечила лише на 5% [33, с. 133].

Де фітині товари споживча кооперація продавала лише пайовикам оскільки приватні торговці через обмежене товарне постачання викупували через підставних осіб. Тому влада наголошувала, що кооперація повинна боротися з приватним капіталом а не співпрацювати з нею.

Варто зауважити, що через постійну нестачу дефіцитних товарів споживча кооперація мала перевагу у постачанні ними. Так кооперативні заклади текстильного синдикату, отримували 51% шкіри. Якщо в перші роки НЕПу відбувалося становлення споживчої кооперації то на середину зазначеного періоду відбувається збільшення кількості кооперативного підприємства та її товаро обіг. протягом 1925-1927 рр. товарообіг збільшився на 54,8% 548947 тис. крб.

Недивлячись на недоліки щодо організації споживчої кооперативної торгівлі ціни були нижчими за ціни приватника і державних закладах на 16% а ніж на початку 20х рр. Штучне утримування цін призвело до справжнього буму на попит товарів оскільки влада в країні проводила зниження цін.

Із зростанням ролі споживчої кооперації в сфері товарообігу влада змінює своє ставлення до кооперації «Споживча кооперація має пройти шлях розвитку до виробничих відносин в області обігу товарі ближче наближеної до соціального розподільчого апарату» [46, с. 55].

Великою заслугою споживчої кооперації стало те, що протягом 1920-х рр. вона змогла здійснити широкомасштабну роботу щодо переробної галузі, спираючись на поповнення продуктів харчування населенню. Наприкінці 1927–на початок 1928 рр. споживча кооперація України мала 578 промислових підприємств, із яких понад 60% становили власні і 40% – орендовані у держави.

89,5% від усієї кількості промислових підприємств споживчої кооперації припадало на харчові, що свідчило про стрімкий розвиток виробничої діяльності кооперативних організацій. Протягом 1926–1928 рр. діяло 22 маслозаводи, продукція яких призначалася як для експорту до Європи так і для забезпечення промислових центрів УСРР та РСФРР.

Питома вага продукції промислових підприємств споживчої кооперації у 1927–1928 рр. становила приблизно 13%, що порівняно з питомою вагою промислових підприємств інших видів кооперації було майже втричі менше. Однак зауважимо, що розгортання виробничої галузі споживчої кооперації було повільним та гальмувалося, браком коштів, та основною галуззю її залишалася торгівля, і тому увага приділялась саме їй [42].

Отже, перехід до НЕПу дав вітчизняній споживчій кооперації можливість у котре довести потенційну можливість потужної виробничої галузі промисловості, з метою швидкого вирішення проблем, пов'язаних із забезпеченням населення товарами повсякденного вжитку. Відродження споживчої кооперативної промисловості відбувалося у складних умовах: підприємцю заново доводилося відкривати нові промислові підприємства, клопотатися перед державою про повернення хоча б частини націоналізованих підприємств, нестача сировини та палива, електроенергії і транспорту, кваліфікованих працівників виробничої галузі. Розвиток споживчої кооперації відбувався за партійним курсом, а саме керовано, а не еволюційно .

З огляду на результати виробничої галузі споживчої кооперації в роки НЕПу в УСРР можна констатувати, що безумовно зросла кількість торгівельних закладів споживчої кооперації. Але в умовах ліквідації ринкових

відносин споживча кооперація не змогла в повній мірі забезпечити населення товарами першої необхідності.

РОЗДІЛ 4

ТОРГІВЕЛЬНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ В УМОВАХ НЕПу

4.1. Товаропостачання мешканців УСРР

Досліджуючи культуру торгівлі УСРР періоду НЕПу, ми не можемо залишити недослідженим питання щодо товаропостачання. Війни, вивезення з країни продовольчих запасів до РСФРР тощо зумовили продовольчу кризу на початку 1920-х рр., яка і без того знаходилася в досить тяжкому економічному становищі. З переходом до НЕПу та розвитком різних видів промисловості, які постачали товари населенню ситуація змінюється.

Досліджуючи це питання, було б доречно звернутися до статистичних даних рівня харчування міського й сільського населення. На превеликий жаль не було точної фіксації даних. Проте, відомо, що карткова система, яка була запроваджена у 1920 р., не забезпечувала городян прожитковим мінімумом. Населення отримувало по картках лише чверть продуктів, котрі вони споживали, а решту купували.

З 1923 р. починають зростати витрати на придбання непродовольчих товарів і, в першу чергу, одягу та взуття; видатки на покупку цих товарів стабільно становили витрати радянської родини [26, с. 32].

Збільшення видатків були зумовлені не стільки можливістю поновити зношені взуття й одяг, котрі тривалий час не купувалися, як зменшення найбільших витрат на харчування. Стрімке подорожчання було на одяг та взуття, через розбіжність цін на промислові та продовольчі товари широкого вжитку. Слід зазначити щодо специфіки споживання населення то тут були більші витрати саме на взуття та одяг, різні види господарських речей, спиртові напої, на культурно-освітні потреби, лікування, придбання засобів гігієни [25, с. 45]. З 1924 р. Поступово в країні відбувається збільшення попиту на продовольчі та промислові товари через збільшення попиту на товари та з метою витіснення приватника з торгівельної сфери влада штучно піднімає ціни на товар що викликало в країні був дисбаланс який мав назву «ножиці цін».

Завдяки цьому споживання на текстильні вироби за 1924-1925 рр. зріс на 96%, на шкіряні та хутряні вироби – на 78%. Щоправда, в 1926 р. через збільшення попиту населення на одяг та взуття сповільнюється нове зростання цін на ці товари, що досягло 39%. Стрибок цін на промислові товари зумовило зростання грошових доходів населення в обставинах товарного голоду [26, с. 88-92].

Загалом, за випущеним обсягом виробництва промислових товарів не відповідали попиту населення. Так, наприклад виробництво солі, калош, сірників, взуття, були з розрахунком на окремого споживача. Збільшилося виробництво бавовняних та шерстяних тканин на металеві і шкіряні товари, і на деякі продовольчі товари (чаю, цукру та рослинної олії) у порівнянні з довоєнним часом набагато збільшилося. Недивлячись на збільшення виробництва шкіри, потреби населення у взутті задовольнялися лише на 74,6%, причому саме за рахунок державної промисловості – що становило трохи більше, ніж на половину [46, с. 55].

Рівень споживання інших товарів на матеріальний добробут населення збільшувався, на окремі товари, у 1926-27 рр. попит на товари дещо знизився, особливо на одяг, взуття продукти харчування, побутову хімію та засоби гігієни. Не зменшився попит на господарські речі та тютюн [46, с. 60]. Нестача товарів повсякденного вжитку стала проявлятися вже в роки «воєнного комунізму». Дефіцит товарів повсякденного вжитку був звичним явищем для суспільства. Політичне та економічне протистояння держави з приватником впливало на збільшення товарів для споживача.

Обмеження приватника було характерним для другої половини 1920-х рр. У 1926-27 господарському році найбільш помітне було згортання приватника у групі шкіряних та мануфактурних товарів [47, с. 54-57]. Поява дефіциту на товари була не випадковою, оскільки скорочувався товарообіг товару, що в свою чергу ускладнювало придбання товару для покупця.

Для цілковитого та повного контролю цін з боку держави 19 липня 1926 р. Українське бюро ради синдикатів визнало необхідним постачання товару до приватної роздрібною мануфактури сума якого становила 240 тис. крб. при

націнці в 17-19%. Для контролю приватника, передбачалося введення матеріальної відповідальності за порушення прийнятих на себе зобов'язань [9]. З цього ми бачимо, що влада зробила крок для покращення умов товарного голоду у вигляді підписання угод про постачання необхідними дефіцитними товарами, що в свою чергу, давало змогу задовільнити хоча б трішки дефіцитними товарами.

У квітні 1927 р. на X Всеукраїнському з'їзді Рад народного комісару торгівлі УСРР Т. Оніпко зазначає, що причиною виникнення дефіциту товару стала диспропорція у розвитку промисловості. В 1927 р. влада відійшла від політики витіснення приватника через швидке впровадження та розвиток мережі торгівлі, – вона ще була не достатньо розгалужена та нездатна повністю задовольнити потреби населення. Тому діяльність приватного сектору була необхідна для забезпечення населення товарами. Наприклад, попит на скло був задоволений на 80%, на шерстяну мануфактуру – на 40%, на олію – на 20% [42]. У той же час,

Т. Оніпко продовжує наполягати на досягненнях державних торгівельних органів, аргументуючи це тим, що вдалося задовольнити споживчий попит на 88% і подолати ажітаж, але очікуваного успіху не відбулося. У вирішенні проблеми, яка склалася, займалася не тільки держава, а й самі НЕПмани.

Не достатньо налагоджуване постачання державою спонукало НЕПманів до самостійного пошуку нелегальних джерел поповнення товарів. Дослідниця Ірина Скубій у своїй праці «Дефіцит товарів в Харкові в умовах згорання торгівлі років НЕПу» описувала такий випадок: «у 1927 р. в січні у місті Харкові було розкрито групу торгівців, які займалися скуповуванням та перепродаванням мануфактури, це робилося за спеціальною технологією: перекупник, або найнята людина чи навіть родичі, знайомі, які стояли в чергах і скуповували товари в магазинах. У подальшому перекупщик перепродавав торгівцю товар з націнкою у 50%, який у свою чергу підвищував ціну ще на 25%. Така завищена ціна робила товар мало доступним для звичайного пересічного покупця, який хоч і знайшов дефіцитний товар, не зміг би його

придбати» [42]. Наявність в країні дефіциту товару спонукало торгівців до пошуків джерел та способів постачання товару, незважаючи на нелегальні дії. Незважаючи на таку жорстку політику щодо приватного сектора, слід зауважити, що до кінця 1920-х років його роль була значною у забезпеченні товарів для населення.

Приватник нелегально скуповував вершкову олію, яйця та олію для продажу, а державні торгівельні органи не могли ліквідувати такого роду злочинність. Влада поклала провину у дефіциті товару на НЕПмана: «Приватник вміло користується промахами держави для отримання з державної та кооперативної торгівлі недостатніх товарів, який перетворюють в спекуляцію» [29, с. 397].

Отже, на товаропостачання періоду НЕПу впливала планова економіка, оскільки централізоване планування не в змозі було розрахувати велику кількість товарних позицій для населення, також постійно мінялися потреби людей. Політика влади була спрямована на витіснення приватного сектору з торгівлі, не дивлячись на те, що приватний сектор значною мірою впливав на забезпечення товарами населення. Влада контролювала ціни на товари, які зазвичай були завищені. Всі ці аспекти призвели до проблеми дефіциту товару. Дефіцит товарів був в харчовій, текстильній, шкіряній та ін. сферах. Що в свою чергу змушувало НЕПмана прибігати до нелегального придбання та збуту дефіцитних товарів.

4.2. Культура торгівельного обслуговування

В основі поняття «торгівельне обслуговування» це сукупності матеріальних та духовних цінностей, що були вироблені в результаті повсякденної взаємодії торгівця і споживача. Загалом, стан торгівельного обслуговування в 1920-ті рр. залишається поза увагою істориків, але, у той же час, епізодично висвітлений у контексті вивчення культури торгівлі.

Досліджуючи радянські газети періоду НЕПу досить часто зустрічаємо статті, які присвячені проблемам обслуговування. Так, в газеті «Голос

кооператора» (1923 р.) було розміщено статтю, в якій говорилося «Магазини кооперативних організацій мають відрізнитися від крамниць приватних торгівців, крім наявності доброякісних товарів».

На початку 1924 р. преса висувала такі настанови для працівників крамниць: «Порядок, чистота, правильна вага, швидкий продаж товарів покупцю, ввічливе ділове спілкування мають стати настановою для кожного працівника кооперації» [47, с. 52-57, 182].

Радянська преса наголошувала на необхідності того, щоб продавець працював у відповідності з загальноприйнятою культурою торгівлі а саме: пропонування покупцеві порядок та чистоту, правильну вагу, ввічливе ділове спілкування [6, с. 7].

У подальші роки радянська преса наполягала на необхідності підвищення кваліфікації продавця: «Не механічне відмірювання і зауваження, а вміння продати, показати товари з кращої сторони, прийти на допомогу покупцю»- саме це має стати обов'язком кожного працівника кооперативу. Поширеним і типовим явищем повсякденного життя років НЕПу були черги або як їх ще називали «хвости». На цю проблему в розвитку радянської торгівлі у своїй праці звертає увагу американська дослідниця Р. Барнз [17, с. 133-134]. У радянському суспільстві слова «кооператив» і «черга» стали синонімами на довгий час. Стояння у чергах стало тривалим через необхідність отримання чеку, після чого необхідно було відміряти та упакувати товар. Були недоліки в організації торгівельної справи. Найпоширенішим було недбальство завідуючих та їхніх помічників, та неправильне розміщення товару у торгівельних закладах.

Дослідниця Ірина Скубій у своїй праці «Торгівля в Харкові періоду НЕПу» наводить приклад, що в процесі перевірки, у більшості магазинів мережі кооперативу поряд з олією та іншими харчовими продуктами на полицях розміщувався керосин [47, с. 190]. З цього ми бачимо, що неправильне розташування товарів пов'язане з некваліфікованим ставленням персоналу магазину до торгівельної справи, що в свою чергу впливало на погіршення

обслуговування споживача. Цілком допустимо, що в УСРР були магазини, що у більшій мірі відповідали необхідним вимогам, але все ж таки в більшості випадків якість торгівельного обслуговування продовжувало бути незадовільним.

Безумовно, що покращення стану торгівельного обслуговування залежало не лише від кваліфікації працівника крамниці, а й було пов'язане зі станом технічного забезпечення певного закладу.

Повернемося до проблеми черг в магазинах. Вони утворювалися не лише за отриманням дефіцитних, але й достатніх товарів. Саме становище споживача досить яскраво описує преса, який був змушений витратити все більше часу на процес купівлі необхідних товарів: «Дійшло вже до того, що покупці приходять у лавку сім'ями, при чому один стає у чергу до каси, другий – за хлібом, а третій – за олією» (Додаток И) [7, с. 8].

Для вирішення проблеми черги було прийнято рішення вжити такі заходи: попередньо розважувати товари, організувати доставку товарів на дім, встановити години торгівлі, які були б зручними для покупця, встановити норми навантаження продавця.

Очевидно, що продавець повинен був у повній мірі володіти всіма вище перерахованими якостями за умов наявності певного рівня умов праці, її оплати та чітко регламентованого робочого навантаження, нормального психологічного клімату на робочому місці.

В період НЕПу до обов'язків продавця належало: розпакування товару, перевірка та розцінка, розкладання товару на прилавки, продаж товарів за особистим вибором покупця або за замовленням, виписування рахунку або накладної, завішування товару та його упакування, детальне знання товарів та способи їхнього зберігання, вміння швидко орієнтуватися в магазині та складі, вміння користуватися рахівницею [46, с. 52].

Норми оплати працівників торгівельних закладів залежали від розряду посади, яку вони займали. Головний бухгалтер отримував 96 крб, учень-

продавець – 21 крб. 60 коп. Заробітна плата працівників була пов'язана з реалізацією товарів. Рівень зарплати висвітлено у таблиці (Дивись додаток 3).

Окремої уваги заслуговує вивчення тривалості робочого дня та обідньої перерви для торгівельних працівників. Продавець знаходився в досить непростих умовах: він цілий день спілкувався з людьми. Графік робочого дня торговця був інтенсивним та напруженим, забезпечення нормальних умов праці було на другому плані для керівництва, оскільки головним пріоритетом було отримання якомога більше прибутку.

Необхідно враховувати, що ні в останню чергу умови праці торгівельних працівників залежали від психологічного стану на робочому місці. Газета «Труд» зазначала, що «у важких умовах приходиться працювати продавцю». Усіляке незадоволення споживача відзначалося на продавцеві, хоча усунення багатьох недоліків менше всього залежить від продавця. Бувають і обурливі випадки грубих скривджень і навіть фізичної розправи з боку окремих споживачів» [29, с. 57].

Ірина Скубій наводить доречний приклад зауваження працівника Центрального комітету радянських торгівельних службовців: «продавець у більшості випадків працює у непристосованому приміщенні, цілий день бігає від прилавка до полиці і назад, перевантажений до краю, слухає докори та лайку покупців, озлоблених стоянням у чергах; на нього ж покупець і обурюється через нестачу товарів, тобто за всі недоліки постачання видувається продавець» [47, с. 59].

Отже, товарне обслуговування покупця в період НЕПу було не налагодженим. Продавець не володів потрібними навиками для обслуговування покупця, не мав навичок правильно розкладати товари на полицях, погано знав товари в магазині. Були зафіксовані дуже важкі умови праці; деякі продавці не йшли на обідню перерву, а працювали постійно, бігали від прилавка до каси. У час тотального дефіциту була створена дуже тяжка емоційна атмосфера роботи. Продавцю доводилося вислуховувати незадоволення покупця. На

вищезазначені проблеми і шляхи покращення культури обслуговування неодноразово зазначалося у тогочасній пресі, але влада не дослухалася до порад, вважали ці проблеми другорядними і не намагалася виправити тяжке становище в обслуговуваній сфері.

4.3. Реклама часів НЕПу

В часи НЕПу в УСРР стає помітним економічний і промисловий підйом, створюються різні види торгівельної діяльності – кооперації, синдикати, трести, розвивається приватне підприємство, роздрібна торгівля, оптова торгівля, державне підприємство. Влада намагалася максимально наситити ринок товарною продукцією, забезпечити населення необхідними товарами. Підприємства були зацікавлені у збільшенні обсягів реалізації «ходової» продукції.

З переходом до нової економічної політики радянська держава тимчасово допускає існування приватного капіталу. За цих умов державні підприємства були вимушені конкурувати з недержавним сектором економіки.

На 14-й день після жовтневого перевороту 20 листопада 1917 р, у числі перших розпоряджень радянської влади був виданий декрет «Про введення державної монополії на об'яви» [10, с. 128]. Декрет був підписаний головою Ради народних комісарів В.І. Леніним. Ще раніше, у своїй статті «Як забезпечити успіх Установчих зборів», він зазначав, що після завоювання політичної влади найважливішим завданням більшовицької влади є «заборона друкувати об'яви де-небудь, крім газет ». Названим декретом була також введена монополія на «друкування об'яви у періодичних виданнях, афішах, подання об'яв до кіосків, контор і подібних закладів за платню» [51].

У цей час складно виділити особливості рекламної діяльності в УСРР. Як правило, рекламні агентства поширювали свою діяльність на терени всього СРСР. В 1920-х рр. стали з'являтися нові великі рекламні агентства, в основному державні, такі як: «Мосторгреклама», «Зв'язок», «Рекламтранс» і «Промреклама». У період НЕПу реклама стала знову бурхливо розвиватися

[21]. З цього ми бачимо, що держава залишила за собою контроль та посіла монопольне місце на виробництво реклами. Держава, шляхом заснування державних підприємств, усе більшою мірою закріплювалася як головний оператор на ринку рекламних послуг [51].

Згідно висновків Р. Барнз – американської дослідниці, – завідувачі рекламними конторами постійно говорили про рекламу як про «знарядді боротьби з приватним капіталом», бо вони пропагували державні товари [15, с. 135]. Вона наводить вислів голови Народи з реклами при ВРНГ Дрюбіна, який говорив, що «... реклама повинна агітувати на користь соціалістичної економіки, системи державних магазинів, кооперативів та споживчих товариств, щоб покупці, позбавлені інформації, не зверталися до приватних торговцям». Доречно, навести думку російського радянського поета В.В. Маяковського, який активно працював у 1920-і рр. в сфері реклами. Маяковський зазначає, що: «в період НЕПу треба користуватися рекламою для популяризації державної продукції» [15, с. 136].

Реклама в 1920-і рр. існувала в наступних формах: у вигляді плакатної реклами, у вигляді публікацій у періодичній пресі, і навіть, на радіо. Через пресу та плакати державна промисловість рекламувала гігієнічні приналежності, сільськогосподарські машини, лотереї, повітряний транспорт, продукти харчування. На частку приватників припадала, в основному, торгівля і сфера послуг.

Прикметно, що у художній формі реклама наслідує актуальну на той час мистецькі традиції. Так, на певний час до рекламних плакатів проникає конструктивізм. У другій половині 1920-х рр. рекламу для «Моссельпрома» створювали такі художники як Буланов, Тархов, Зеленський. Відповідно на зміну конструктивізму прийшли барвисті портретні і сюжетні композиції, які були наповнені динамікою, гумором, мальовничістю. У цих плакатах вже використовувався не фотомонтаж, а малюнок. Головним гаслом дизайнерів цього періоду стає: «Товар – обличчям!». Як приклад можна привести плакат

М. Буланова «Ніде як в Моссельпроме. Продукти державних фабрик» (Додаток А).

Державні підприємства, використовуючи підтримку влади, вели активну рекламну діяльність, спрямовану на просування своєї продукції в умовах НЕПу. У загальнонаціональному масштабі вели рекламу своєї продукції підприємство тютюнової промисловості, «Табакотрест», до складу якого увійшли націоналізовані тютюнові підприємства, що мали до революції торгівельну марку і досвід рекламної діяльності. У 1920-ті рр. ще зберігалися багато торгівельних марок на цигарки: «Гармата», «Тари-бари», «Розкіш», «Дюшес» та ін. Державні підприємства тютюнової промисловості використовували традиційну дореволюційну форму сюрпризних реклам. Наприкінці 1926 р. в коробки цигарок Моссельпрома був вкладений «фірмовий» календарик на 1927 р [21]. Акція виявилася вдалою і ідея сувенірних календариків набула поширення.

Оскільки торгівля в СРСР носила плановий характер, то обсяги коштів, виділених на проведення рекламних заходів, встановлювалися центральними органами. Так, відповідно до наказу Наркомату внутрішньої торгівлі СРСР від 15 квітня 1936 року у системі підвідомчих підприємств норма витрат на ці цілі була визначена в 0,1% від обороту. Реклама почала з'являтися в громадських місцях: в готелях, театрах, на трамваях.

Одним з популярніших видів реклами в період НЕПу був рекламний плакат, який використовувався в магазині. Рекламний плакат – один з найбільш діючих засобів торгової реклами, який впроваджував у побут товарні новинки, які випускалися радянською промисловістю. Промисловість зацікавлена в рекламних виробках, загалом тих, котрі ще не стали популярними у покупців, ще не користувалися великим попитом. Щоб створити популярність таким товарам, плакат їх і рекламував, вказуючи місця продажу [19, с. 44-85]. Завданням рекламного плакату було приваблення покупця, зацікавити його так, щоб він легко засвоїв и запам'ятав основні свідчення про товари.

Також плакат міг закликати до придбання товарів: прями шляхом: «Купуйте морозиво», «Пийте томатний сік». Саме у переконливості тексту закликала рекламне зображення. Який би товар не рекламував плакат, за допомогою зорових образів і тексту він повинен переконувати в корисності придбаного товару. Наприклад, «Всім спробувати пора б, які смачні і ніжні краби» – закликає Главриба й Наркомпіщепром СРСР [19, с. 86]. (Додаток А). Додамо до цього списку дефіцитних товарів «рекламу крабових консервів» (ДОДАТОК Б) «рекламу дефіцитної чорної ікри» (Додатокки В, Г).

Показували на плакатах в художній формі товари, які рекламують тонкий фарфор, нові види панчох, грампластинки, електрохолодильники, автомашини, взагалі товари, котрі міцно входять в повсякденність побуту радянської людини (Додаток Г).

Звичайний прийом плакату є звертанням до споживача за допомогою малюнків чи такого звичайного слова як: «Пийте», «Куріть», «Купуйте», «Вимагаю» і т.п. Найчастіше рекламний плакат який найбільш впливав на споживача той, що демонстрував продукт з якого можна було щось приготувати.

Не можна не відмітити внесок в рекламну справу чудового тандему А. Зеленський, А. Родченко. У 1923 р. він разом з художником-авангардистом створює дружній альянс під назвою «Реклам-конструктор Маяковського-Родченнко» Їхньою першою роботою була реклама ГУМу Мосельпрома, Резинотреста Госиздат. В. Маяковський – поет радянської епохи – писав для реклами крилаті вірші, у реченнях якого висвітлені перші успіхи радянської промисловості та торгівлі. Вірші були написані про дитячі іграшки, дитячі соски, про м'ячики, вони були присвячені гумової промисловості «Гум» (Додаток Е). Родченко робив їм художнє оформлення [19, с. 45]. Також рекламою слугували етикетки- цей вид реклами мав ставитися до зовнішньої реклами у зв'язку з тим, що вплив на споживача виходить за межі магазину (наприклад, покупець помічає етикетку на товарі в магазині, але продовжує розглядати її у себе вдома). Товарна етикетка сприяла широкій популяризації

серед населення тих чи інших виробів. Етикетка містила конкретні відомості про товар, повідомляла, ким він виробляється, також зображувався сам товар [21].

Історики відзначають, що на той час на етикетці обов'язково вказувались найменування продукції, товарний знак виробника, прізвище власника підприємства і місце розташування. Українська дореволюційна етикетка відповідала більшості цих критеріїв, але відрізнялась різноманіттям форм, кольорів та графічного оформлення [19, с. 9-11]. На той час етикетка стала виконувати не тільки технічну, але і рекламно-інформаційну функцію.

Товарні етикетки по-різному рекламують товар в залежності від його особливостей, зовнішнього вигляду, фабричної упаковки. Роль товарної етикетки підвищується при рекламі нового продукту. Зупиняючись на значенні реклами нових товарів, А. Мікоян в числі інших рекламних засобів називає і етикетку, «Етикетка та упаковка повинні бути гарні. Красива етикетка, красивий вид добре відображаються і на смак. Продукт в хорошій упаковці викликає до себе зовсім інше ставлення» .

На етикетці міг бути зображуваний товар у натуральному вигляді. Такі етикетки, приклеєна на скляні і бляшані банки з консервами (краби, перець фарширований, огірки і томати цільні) на коробках в які пакуються тютюнові вироби, взуття, дитячі іграшки, деякі господарські товари. (Додаток Є)

Розповсюджений вид обгортки цукерок – «Барбариска» (Додаток Ж), «Карамель Сметанкова» (Додаток З), «Три богатирі» або печива «Паличка-виручалочка», «Ромашка» (Додаток И). На пляшках з мінеральною водою за допомогою обгортки рекламували «Ластівку», на папіросній коробці – «Північну Пальміру», «Казбек», «Фестиваль» [19, с. 77]. З удосконаленням технології друку і зміною смаків споживача, етикетка стає справжнім шедевром графічного і поліграфічного мистецтва – вона більш насичена кольором і складними декоративними елементами в стилі «модерн». Упаковка також використовувалася в рекламних цілях.

Одним з найрозповсюджених видів реклами на той час слугували рекламні афіши, які розклеювалися на вулиці на афішних дошках. У афішах публікувався рекламний матеріал або плакат, в котрім перераховували товар, що рекламували, вказували місце їх продажу (адресу магазину). В афішах вказували повідомлення про надходження в продаж сезонних товарів [23, с. 42].

Рекламні листки – або ж рекламна листівка, в яких наводяться відомості про поживність продукту, переваги нового сорту тканини або трикотажу, про зручність користування послугами того чи іншого магазину. Покупець отримує листок в магазині або виявлено його, розгортаючи покупку вдома. Він може в домашній обстановці детально ознайомитися з рекламним змістом листа [23, с. 54].

На початку ХХ століття в УСРР газети були важливим засобом масової інформації. Тому рекламне навантаження лягало в першу чергу на них. У деяких виданнях реклама займала до 50% тексту, а перша смуга завжди відводилася для рекламних оголошень. У нашому огляді зібрані 15 оголошень з газет і журналів початку ХХ століття, що дозволяють дізнатися, чим жили люди в той час і що їх цікавило.

Старі газети з рекламними оголошеннями – унікальна можливість зануритися в минулі часи і відчутти дух епохи. Є в цих оголошеннях якась індивідуальність, жвавість, «своє обличчя» – все те, чого часом дуже часто не дістає сучасній рекламі. Рекламували товари високої якості і найрізноманітніші товари для «особливо довірливих» покупців. В оголошеннях пропонувалися і корисні послуги – перукарні, кравці та ін.

Кожне видання призначало власні ціни за розміщення рекламних оголошень. Провідні київські журнали «Киевлянин» і «Київське слово», які коштували 5 коп., брали за один рядок в одній колонці на першій шпальті 40 коп., а на останній – 20. Повторні подачі були вдвічі дешевше. Популярна на півдні України газета «Південна копійка» дійсно коштувала лише 1 коп. Однак рекламний рядок на першій шпальті коштував 60 коп., на останній – 30, а всередині видання – цілих 80. Покупець був зацікавлений в доступності цін, і

рекламодавці поспішали запевнити, що з цим у них все в порядку. Канцелярський магазин після переліку товару сповіщав окремим рядком: «Ціни самі мінімальні», магазин одягу: «Все гарно і доступно», «Ціни дешевше всіх магазинів на 20%». У середньому рядок реклами в газеті коштувала від 20 до 80 копійок.

Отже, з розвитком підприємства одним з видів конкурентної боротьби слугує реклама. Набирають свого апогею в розвитку реклами такі її носії, як: плакати, етикетка, упаковка, афіші та вивіски, а також реклама в періодичній пресі. У 1920 рр. реклама інформує про різні товари промислового виробництва. В рекламній справі працюють не тільки художники, а й поети. Головним гаслом дизайнерів цього періоду стає: «Товар – обличчям!». Саме період 20-х рр. ХХ ст. був справжнім вибухом в розвитку рекламної справи.

ВИСНОВКИ

Отже, в результаті комплексного вивчення широкого кола літератури та джерел, які наповнені багатим фактичним матеріалом дозволило реалізувати поставлену мету, та дослідницькі завдання.

Торгівля була одним з найактуальніших завдань внутрішньої політики більшовицької партії. На промисловість держава покладала відповідальність саме за змички між містом та селом, від виробника до покупця. В досить тяжких умовах був процес розвитку підприємства, брак коштів, незнання ринку, відсутність культури обслуговування. Основні промислові комплекси знаходилися в руках держави, що не дозволяло проявляти самостійну ініціативу. Але не дивлячись на такі проблеми, відродження промислової діяльності набрало суттєвих розмірів.

Радянська держава в період НЕПу застосовувала прогресивно-класовий підхід у системі прямого оподаткування. Новим явищем податкового законодавства у сфері організації податкових органів стало впровадження податкових комісій. Це стало позитивним кроком у формуванні податкової системи. Промисловий податок досить ефективно виконував завдання, яке поклала на нього влада, а саме бути засобом обмеження приватного накопичення капіталу та мати інформацію про технічний стан та розміри підприємства.

Грошова реформа впливала на розвиток торгівлі досить негативно через відсутність однієї стабільної валюти. У зв'язку з нестачі грошей в країні влада випускала дуже велику кількість нових грошей з різним номіналом які в свою чергу через іншу реформу виходили з обігу та знецінювалися. Саме через таку не стабільність підприємства та крамниці намагалися не зберігати в свої касових апаратах велику кількість грошей а навпаки завалювали свої склади товарами бо був ризик що гроші можуть вийти з обігу та знецінення валюти. Окрім цього через такий масив випуску грошей не давалося дати час на вилучення обігу старих грошей та закріпити обіг нових. Обмеження з боку влади щодо пунктів обміну грошей це можна було зробити лише в держбанку.

Підприємець повинен був постійно звітувати про свої грошові операції перед владою та мати спеціальні дозволи щодо грошовими операціям у сфері зовнішньої торгівлі. Саме з встановленням стабільної валюти червонцем відбулася певна стабільність в сфері грошових відносин карбованець став родзинкою НЕПу.

Зовнішня торгівля розвивалася досить жваво. Створюються акціонерне товариство долучаються іноземний капітал. Представники підприємства мають можливість налагоджувати товарні відносини з країнами. Статистичні дані засвідчують, що експорт товарів розвивався швидкими темпами. Українська продукція мала попит серед європейських країн, а у деяких галузях мали монопольне становище. Це засвідчує робота кооперації Кооптах. Товари УСРР отримували винагороди на виставка що підтверджує їх якість та попит закордоном.

Звернення більшовицької влади до минулих корінь кооперації дає нам підстави стверджувати що становлення кооперації носило здебільшого реставраційний характер. Кооперація була основним засобом впровадження товарообміну між містом та селом, влада надавала кооперації всебічну підтримку але не надавала повної автономії. Саме за рахунок санкції та різних видів допомоги в її діяльності влада таким чином мала контроль над розвитком кооперації. Влада вбачала що саме за рахунок кооперації зможе витіснити приватника з сфери торгівлі.

Перехід до НЕПу дав вітчизняній споживчій кооперації можливість у котре довести потенційну можливість потужної виробничої галузі промисловості з метою швидкого вирішення проблем, пов'язаних із забезпеченням населення товарами повсякденного вжитку. Відродження споживчої кооперативної промисловості відбувалося у складних умовах: підприємцю заново доводилося відкривати нові промислові підприємства, клопотатися перед державою про повернення хоча б частини націоналізованих підприємств, нестача сировини та палива, електроенергії і транспорту, кваліфікованих працівників виробничої галузі. Розвиток споживчої кооперації

відбувався за партійним курсом, а саме керовано, а не еволюційно. З огляду на результати виробничої галузі споживчої кооперації в роки непу в УСРР можна констатувати, що безумовно зросла кількість торгівельних закладів споживчої кооперації. Але в умовах ліквідації ринкових відносин споживча кооперація не змогла в повній мірі забезпечити населення товарами першої необхідності.

Протягом 1920-1930-х років в радянському міському споживанні відбулися кардинальні зміни: від аскетизму до більш уважного ставлення до потреб населення. Ключовою рисою споживання була наявність як старого, так і нового простору, де відбувалися практики купівлі та продажу. Товаропостачання було погано налагодженим. Слід зазначити, що УСРР, в період НЕПу не досягла довоєнного рівня задоволення матеріальних потреб населенню.

Товарне обслуговування покупця в період НЕПу був погано налагодженим. Продавець не володів потрібними навиками для культури обслуговування. Дуже важкі умови праці, тяжка емоційність у роботі – характеристики становища в сфері обслуговування.

В рекламній сфері відбувався справжній вибух. Набирають обертів у розвитку такі види реклами як: плакати, етикетка, упаковка, афіші та вивіски, реклама в періодичній пресі. Головним гаслом дизайнерів цього періоду стає – «Товар – обличчям!»

З розвитком підприємства одним з видів конкурентної боротьби слугує реклама. Набирають свого апогею в розвитку реклами такі її носії, як: плакати, етикетка, упаковка, афіші та вивіски, а також реклама в періодичній пресі. У 1920 рр. реклама інформує про різні товари промислового виробництва. В рекламній справі працюють не тільки художники, а й поети. Головним гаслом дизайнерів цього періоду стає: «Товар – обличчям!». Саме період 20-х рр. ХХ ст. був справжнім вибухом в розвитку рекламної справи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

Джерела:

1. Комуністичний четвер. 1923 р. 5 апреля. № 43. (938).
2. Комуністичний четвер. 1923 р. 5 июня. № 2. (359).
3. Комуністичний четвер. 1923 р. 9 сентебря. № 6 (409).
4. Робочий кооператор. 1924 р. 3 мая. № 18.
5. Робочий потребитель. 1924 р. 29 июня № 8.
6. Рабочий потребитель. 1929 р. 16 нюля № 6. (927).
7. Экономическая жизнь. 1928. 1 декабря. № 279.
8. Экономическая жизнь. 1928. 17 ноября. № 267.
9. Экономическая жизнь. 1928. 24 марта. № 273.
10. Комуністична партія Радянського Союзу в резолюціях і рішеннях з'їздів, конференцій і пленумів ЦК. 1898-1971. Видання 8-е, Москва : Політвидав, 1971. 500с.
11. КПРС в резолюціях и рішеннях з'їздів, конференцій и ЦК. Т. 2. Київ : Політвидав України, 1979.
12. Рішення партії і уряду з господарських питань (1917-1967 рр.). Т. 1. Москва : Політична література, 1967.
13. Ленін В.І. Про кооперацію. Повне зібрання творів. Київ : Політвидав України, 1977. 500 с.
14. Ленін. В.І Нова економічна політика і завдання політосвіти. Повне зібрання творів. Київ : Політвидав України, 1974. 560 с.

Монографії та наукові статті:

15. Аристов В. Советская «матриархаика» и современные тендерные образы, под ред. А.Альчук. Москва : Идея-Пресс, 2000. С.150-163.
16. Архієрейський Д.В. Розвиток зовнішньої торгівлі радянської Росії та України за доби «воєнного комунізму» *Історія торгівлі, податків та мита*, № 1-2 (1314), 2016. URL: <http://customshistory.umsf.in.ua/archive/2016/1-2/17.pdf> (дата звернення 24.09.2020).

17. Барнз Р. Громадська психологія в США і СРСР 1920-х-30-х років в раді теорії споживання. *Питання історії*. 1995. С. 133-137.
18. Вітренко А. Зародження вчення про послуги в межах теорії сервісної економіки. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/9-1-2016/3.pdf> (дата звернення 24.09.2020).
19. Васильев В.В. Советская торговая реклама. Москва : Гостиздат, 1951. С. 85.
20. Волосник Ю.П , Шляхова. І.В Культура кооперативної торгівлі у Харкові в роки непу. *Чорноморський літопис*. 2010. Вип. 1. С. 71 74. URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/handle/123456789/31161> (дата звернення 23.11.2020).
21. Волубуева Т. Советская реклама 1920-1930- х гг. URL: <http://www.km.ru/referats/57B1103182CA422E96FC87F608D96315> (дата звернення 24.09.2020).
22. Гай-Нижник П. Податки в УСРР у період НЕПу (1921-1930 рр.). Історія торгівлі, податків та мита. Дніпропетровськ. 27-28 жовтня 2011 р. Київ, 2011.
23. Грицук А.П. Історія вітчизняної реклами. Радянський період. URL: https://studopedia.su/15_56682_istoriya-otechestvennoy-reklami-XX-veka-razvitie-sotsialno-politicheskogo-plakata-v--e-godi-tvorchestvo-ggklutsisa.html (дата звернення 06.11.2020).
24. Даниленко С. Соціальна складова промислових податків в УСРР на початку 1920х рр. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/10988/1/Danilenko.pdf> (дата звернення 05.10.2020).
25. Даниленко О.В. Участь кооперації в зовнішній торгівлі УСРР (1920-ті рр.). URL: http://irbis.nbuiv.gov.ua/cgi.bin/irbis_nbuiv/cgiirbis_64.exeChasUkr%5F2013%5F26%5F8 (дата звернення 13.11.2020).
26. Дубинская И. Бюджеті робочих семей на Украине в 1925-27 гг. С. 356.
27. Журавльова С. П. Торговля України з державами Сходу в 20-х роках ХХ ст.
Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії. 2012. Вип. 23. С.120.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apvtvi_2012_23_9. (дата звернення 05.12.2020).

28. Каташинська Я. Соціальні функції приватної торгівлі на Україні в роки непу (1921-1929) *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова*. Серія 6, Історичні науки - Київ : 2008. Вип. 5. С. 143-147. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/15014/1/Katashynska.pdf> (дата звернення 23.12.2020).
29. Ключитський С. В. Нариси повсякденного життя радянської України в добу непу (1921-1928 рр.). Колективна монографія. Відп. ред. С.В. Кульчицький. В 2 ч. Ч 1. Київ: Інститут історії України НАН України, 2009. С. 445. URL: http://history.org.ua/JournALL/jittia/jittia_2010_1_1/jittia_2010_1_1.pdf (дата звернення 16.11.2020).
30. Колесник В , Каспрук І. Запровадження продподатку в Україні. *Проблеми історії України: факти, судження, пошуки*. 1998. С. 17 - 36. URL: http://resouce.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exeImage_file_name=PDF/Piufsp_1998_4_3.pdf (дата звернення 16.11.2020).
31. Котляр Ю. В. Запровадження нової економічної політики. URL: <http://lib.cndu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2005/37-24-7.pdf> (дата звернення 23.10.2020).
32. Кузьмінець Н. П. Торговельна політика більшовиків в першій половині 20-х рр. XX ст. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*. 2005. Вип. 9. С. 105-110. URL: http://www.irbis.nbuiv.gov.ua/s_nbuiv/cgiirbis_64.exe&Image_file_name=PDF/Nzvdpu_ist_2005_9_22.pdf (дата звернення 07.11.2020).
33. Лобач К.В Торговельно-заготівельна діяльність споживчої кооперації України в перші роки нової економічної політики . *Інтелігенція і влада*. 2007. Вип. 9. С. 130-141. URL: http://irbisnbuiv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuiv/cgiirbis_64.exe1&Image_file_name=PDF/iiv_2007_9_15.pdf (дата звернення 23.10.2010).
34. Лантух І. В. Перші заходи з відновлення ринкової інфраструктури в Україні при переході до НЕПу. *Історія народного господарства та*

- економічної думки України*. 2005. Вип. 37-38. С.116-123.
URL : <http://dspace.nbuu.gov.ua/handle/123456789/9352> (дата звернення 09.09.2020).
35. Малишев О.В. Діяльність органів влади стосовно правого забезпечення роботи підприємства в роки «воєнного комунізму та нової економічної політики. URL : <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/historyarchive/38/12.pdf> (дата звернення: 21.11.2017).
36. Міронова І. С. Становлення і розвиток радянської грошової системи (1922-1938 рр.). *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили*. 2012. Т. 180, Вип. 168. С.89-94. URL : http://irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?file_name=PDF/Npchdui_2012_180_168_19.pdf (дата звернення: 21.10.2020).
37. Носань Н.С. Грошова реформа в СРСР та УСРР: радянська історіографія 1930х- початку 1990-х рр. *Український селянин*: Зб. наук. пр. Черкаси, 2008. Вип. 11. С. 77-81. URL : <http://dspace.nbuu.gov.ua/handle/123456789/58876> (дата звернення: 21.11.2020).
38. Онацький М. Ю. Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. *Історія та географія*. 2012. Вип. 46. - С. 38-44. URL: http://irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?file_name=PDF/znpkhnpu_ist_2012_46_11.pdf.(дата звернення: 21.11.2020).
39. Оніпко Т.В. Особливості заготівельної діяльності споживчої кооперації України у добу непу (1921-1928 рр.). Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. С. 300. URL : <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/29.doc> (дата звернення: 21.11.2020).
40. Оніпко Т.В. Споживча кооперація України в контексті «Нової торгівельної політики» 1924-1925 РР. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*. Серія : Історія. 2009. Вип. 15. С. 65–71. URL: http://irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?file_name=PDF/Nzvdp_u_ist_2009_15_16.pdf .(дата звернення: 25.11.2020).

41. Оніпко Т.В. Виробнича галузі споживчої кооперації України в контексті нової економічної політики (1921-1928 рр.). URL: <http://dspace.uccu.org.ua/bitstream/doc> (дата звернення: 27.12.2020).
42. Оніпко Т.В. Залучення промислових підприємств споживчої кооперації України до забезпечення потреб населення в перші роки НЕПу. URL : http://www.irbis_nbu.gov.ua/cgi_bin/irbis_nbu/cgii_rbis_64.exe?file_name=PDF/zn_pkhnpu_ist_2010_39_20.pdf (дата звернення: 21.11.2020).
43. Пиріг О.А. Місце грошової реформи 1922-1924 рр. у здійсненні нової економічної політики. URL : <http://history.org.ua/JournALL/journal/2000/3/7.pdf>. (дата звернення: 26.11.2020).
44. Прилуцький В.І. Розвиток внутрішньої державної торгівлі в УСРР у 1920-ті роки. URL : <http://history.org.ua/JournALL/pro/14/11.pdf> (дата звернення: 19.10.2020).
45. Скрипчинська Н.О. Податкова політика радянської влади в українському селі в 20 х роках ХХ ст. автореф. дис. Київ, 2014. С20. URL : <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/5953> .(дата звернення: 22.11.2020).
46. Скубій В.І Дефіцит товарів в Харкові в умовах згорання торгівлі в роки непу. 2015. Ст 54 57. 185 .URL : http://irbis_nbu.gov.ua/cgi_bin/irbis_nbu/cgii_rbis_64.exe?file_name=PDF/Npifznu_2015_42_13.pdf (дата звернення: 22.11.2020).
47. Скубій І. Торгівля в Харкові в період непу 1920-1928 рр.: економіка та повсякденність. Харків : Раритети України, 2017. С 308.
48. Соколов Г.Я. Про розвиток податкової системи в період НЕПу. URL : http://uabs.edu.ua/images/stories/docs/2133/Samusevich_D.pdf.pdf (дата звернення: 19.11.2020).
49. Сушко О. Організаційно-господарська роль приватної торгівлі у формуванні внутрішнього ринку України (1921-1927 рр.). URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/15032/1/Sushko.pdf> (дата звернення: 21.11.2017).

50. Ткаченко І.В. Умови функціонування приватних підприємств України на початковому етапі непу. *Сумська старовина*. 2001. № 8-9. С. 39-45. URL : https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstreamdownload/123456789/57617/5/Tkachenko_Problemy_ekonomichnoho_rozvytku.pdf (дата звернення: 21.10.2020).
51. Українська реклама за радянських часів URL: <https://infopedia.su/1x755.html> (дата звернення: 19.11.2020).
52. Ученова В.В. Старых Н.В. История рекламы. 2-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2002. С. 304 .
53. Фареній І. А. Кооперація доби НЕПу: Невигадана історія походження. *Вісник Львівської комерційної академії*. Серія : Гуманітарні науки. 2013. Вип. 11. С. 60-68. URL : http://irbis.nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?file_name=PDF/Vlca_Gum_2013_11_8.pdf (дата звернення: 21.11.2020).
54. Чеберяк О. В. Вплив грошової реформи 1920-х років на бюджетні відносини в Українській СРР. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2014. № 1. С. 75-88. URL:http://irbisnbu.gov.ua/cgibin/irbisnbu/cgiirbis_64.exe?file_name=PDF/VPD_AA_2014_1_21.pdf (дата звернення: 23.11.2020).

ДОДАТКИ

Додаток А

Маяковський В. Родченко О. «Ніде як в Моссельпроме. Продукти державних фабрик»



Джерело: Ученова В.В. Старых Н.В. История рекламы. 2-е изд. Санкт -

Петербург : Питер, 2002

Реклама крабовых консервов от Головрибсбута



Джерело: Ученова В.В. Старых Н.В. История рекламы. 2-е изд. Санкт-

Петербург : Питер, 2002.

Реклама чорної ікри в от Головрыбсбут



Джерело: Ученова В.В. Старых Н.В. История рекламы. 2-е изд. Санкт-

Петербург : Питер, 2002.

Реклама годинників

Рекламні конструктори Маяковский В. Родченко О.



Джерело: Скубій І. Торгівля в Харкові в період непу 1920-1928 рр...

Обгортка цукерки «Карамель Барбарисна»



Джерело: Історична правда. Кондитерські обгортки ранньої УРСР. URL:

<https://www.istpravda.com.ua/artefacts/2010/10/31/1910/> (дата звернення

19.11.2020)

Ротте А. Черги нас б'ють

ОЧЕРЕДИ НАС БЬЮТ КОГДА ЖЕ НАЧНЕМ БИТЬ ПО ОЧЕРЕДЯМ? ТАК КАЖДЫЙ ДЕНЬ

Целые страницы нашей печати посвящены вопросам о методах борьбы с очередями. Изменяются причины возникновения очередей, предлагаются способы борьбы с ними. Но все это мало помогает.

Что же в этом виноват?—Никто иной, как отдельные головасты, и немалые рядочки из администрации и рядового кооперативного аппарата.

Об этом свидетельствует следующий хотя бы пример «очередного» безобразия, принявшего постоянный характер.

По ул. Зинькина имеется злачный хлеботорг ХЦРК № 47. Злачный потому, что никогда хлеба не хватает у него. Ежедневно чуть-свист за получением своей порции хлеба выстраиваются у этого распреда длинный хвост. Распреда открывается и вся эта толпа с шумом, гамом, нередко с ругательствами врывается в помещение, вносящее не больше 20 человек. Засучив рукава, обильная лотом резники с утра уже потела самозабвдения, раут и мочут, вы-

хоть вы хлеба? умоляют резники и, наконец, нередко на себе, перетаскивают мешки с хлебом и своей распрод.

А на днях наблюдал в виде более интересны случаев. Очередь по обыкновению ангажом. В распреде, как будто бы 2 резники, а затылки всех потребителей выткнуты в одну сторону. А хлеба там и там лопит (подвела тепло). В чем же дело, удивляюсь:—«Очень просто, хлеб-то с этой стороны лучше»—отвечает «Из лаварки № 12, заводской никуда не годится». В результате подлинная картина «Всемирного моря», работающая уже механически, некогда даже вытерпеть пот с лица, справа же рай—резники, устроившись удобно в углу, пушило и больно смотреть.

Ну разве-же это не головоустройство? Разве допустимо при наличии достаточного количества хлеба создавать такие безобразные очереди? Не следует ли поглядеть против шерsti виновникам этого?

Пользуясь случаем, хочу задать на-



Ирисаные порции хлеба потребителям. Очередь постепенно тает, но вдруг:

— Хлеба нет—раздается.

— Как нет, а это что?

— На видишь, что белый?—огрызается резник. Черный хлеб вышел.

Объявляется парерья.

Резники усильно заняты обтиранием лота с лица, в народ «все прет», уже 2 ангажа в магазин, а на улице длинный хвост. Воздух пресыщен ругательскими, а уже в 8 часов—на службу пора.

Проходит час, другой, а развозки нет. Трикоплет испортился — об'являет резник. И так каждый день.

Бегут в хлебобаварку № 12. «Дайте

большин у меня вопрос. «Чем об'являет хлебный отдел ХЦРК та обстоятельство, что распреда № 47 снабжается хлебобаваркой, тогда как под носом у него хлебобаварка № 12, имеющие возможность снабжать и истати полностью, беспарейбно и истати лучше шими хлебом. По словам резника, в свое время борьба по этому вопросу велась между заводом и пекарней. Пусть же торжествует «лосбидитель» своими успехами.

Не мешало-бы распреду дать и кол'лина—администратора, подчинив его административно хотя бы маг. № 107.

А. РОТТЕ.

По чей вине очереди?

На Радзивицкой ул. у хлебобаварки... (text partially obscured)

Чтобы ликвидировать очереди надо: (text partially obscured)

Что мешает полному ликвидации очередей

Кооперативное райбюро отмечает неблагоприятные участки (text partially obscured)

Райбюро одобряет попытки, но... (text partially obscured)

Для ликвидации очередей при... (text partially obscured)

Райбюро отчитало... (text partially obscured)

В отношении очередей за... (text partially obscured)

Райбюро обратило... (text partially obscured)

Теснота, грубое обращение, лавном слаб

Матвеев М. И. Сидорова... (text partially obscured)

Джерело: Ротте А. Очереди нас б'ють. Экономическая жизнь. 1928. 24 марта. № 273. С. 8. Державний архів Запорізької області.

Рівень оплати праці працівників торгівельної контори [47, с. 53-54].

Посада	Розряд	Зарплата (крб.)
Головний бухгалтер	17	96
Юрисконсулт	16	81,60
Завідувач відділу	14	74,40
Помічник бухгалтера	13	66
Старший рахівник	12	60
Комірник-артільщик	11	55,20
Старший діловод	10	50,40
Молодший рахівник	10	50,40
Інкасатор	9	42
Пакувальник	6	30
Сторож	6	30
Кур'єр прибиральник	4	21,60
Учень-продавець	4	21,60

Джерело: Скубій І. Торгівля в Харкові в період непу 1920-1928 рр.: економіка та повсякденність. Харків : Раритети України, 2017. С 53-54.

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Пригода Тетяна Романівна, студент(ка) 2 курсу, заочної форми навчання, історичного факультету, спеціальності 032 історія та археологія, адреса електронної пошти prigoda125tr@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему
«Розвиток торгівлі УСРР у період НЕПу»

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

01.12.2020

Пригода. Т.Р
(студент)

01.12.2020

Турченко. Ф.Г
(науковий керівник)