

КУЛЬТУРА КООПЕРАТИВНОЇ ТОРГІВЛІ У ХАРКОВІ В РОКИ НЕПУ

Стаття присвячена вивченню культури торгівлі в столиці УСРР – Харкові у 20-ті роки ХХ ст. Досліджені фактори, які сприяли або гальмували процес обслуговування населення міста кооперативними торгівельними закладами. Проаналізовано місце і роль кооперативної торгівлі Харкова у задоволенні споживчого попиту і покращенні культурного рівня діяльності кооперативної мережі міста.

Ключові слова: неп, кооперативна торгівля, історія Харкова, економіка.

Статья посвящена изучению культуры кооперативной торговли в столице УССР – Харькове в 20-е года ХХ в. Исследованы факторы, тормозившие процесс улучшения культуры обслуживания населения города кооперативными торговыми заведениями. Проанализированы место и роль кооперативной торговли Харькова в удовлетворении покупательского спроса и повышении культуры деятельности кооперативной сети города.

Ключевые слова: нэп, кооперативная торговля, история Харькова, экономика.

The article is devoted to the analysis of cooperative trade culture in the capital of the USRR – Kharkiv during 20s. XX c. Factors, that hampered the city population service culture improvement process by the co-operative point-of-sale establishments, are investigated. The place and role of Kharkiv co-operative trade in satisfaction of consumer's demand and the city co-operative network culture activity increase is analysed.

Key words: NEP, cooperatives, trading service culture, advertisement.

У сучасних умовах, коли відбувається розбудова ринкової економіки важливе місце серед її господарюючих суб'єктів посідає кооперація. Остання відіграла помітну роль і в часи нової економічної політики. На жаль, регіональні особливості функціонування кооперації України все ще вивчені епізодично та фрагментарно, що збіднює наше уявлення про роль та місце кооперативної торгівлі в окремих регіонах України в роки непу. Ще недостатньо досліджено також культурний рівень кооперативної торгівлі в різних районах республіки. До числа таких слабо вивчених аспектів належить стан культури торгівельного обслуговування населення кооперацією в Харкові у 1920-ті роки.

На жаль, проблема, що розглядається, ще не знайшла достатнього висвітлення у науковій літературі, хоча загалом кооперативна торгівля, у тому числі й споживча кооперація, вже була предметом дослідження багатьох учених. Помітне місце у вивченні становлення торгівлі в Україні у 1921-1932 роках належить В.В. Лантуху, який у своїх роботах приділяє увагу не лише питанням становлення державної, кооперативної та приватної торгівлі, а й культурі міської торгівлі взагалі. Однак питання стану культури кооперативної

торгівлі в Харкові в роки непу розглядається ним епізодично [1; 2; 3]. Варто відзначити роботу О.А. Пиріг, у якій автор, зокрема, визначає умови становлення споживчої кооперації та її конкурентну боротьбу за ринок з приватною та державною торгівлею [4]. Останнім часом з'являються нові регіональні дослідження кооперації в роки непу, але, незважаючи на їхню наукову новизну, їх предметом все ж не стали питання обслуговування населення та якості товарів [5]. Культура кооперативної торгівлі також не була визначена серед тематики Міжнародної науково-практичної конференції «Споживча кооперація ХХІ століття: уроки трансформаційних реформ і перспективи розвитку», яка у 2008 році проходила у Полтавському університеті споживчої кооперації України.

Джерельну базу даного дослідження складають опубліковані документи вищих та місцевих партійних та державних органів влади та управління [6], законодавчі та нормативні акти про кооперацію [7], економічна та кооперативна періодика 1920-х років [11; 17; 23] як регіонального, так і республіканського значення, мемуарна література [19], а також матеріали Державного архіву Харківської області. Слід зазначити, що питання

культури торгівлі не сходило зі сторінок періодичних видань, зокрема, це газети і журнали «Кооперативне будівництво», «Рабочий кооператор», «Экономическая жизнь», у відповідності зі змістом яких автор прагнув висвітити основні проблеми та досягнення культури кооперативної торгівлі.

Виходячи зі ступеня розробки зазначеної проблеми метою статті є спроба проаналізувати стан культури кооперативної торгівлі у Харкові у 20-ті роки ХХ ст.

На Х з'їзді РКП(б) у березні 1921 року була прийнята резолюція, що вказувала на необхідність здійснення заходів з покращення розвитку діяльності кооперативів. На початку квітня 1921 року вийшов декрет «Про споживчу кооперацію», що передбачав низку заходів щодо поліпшення стану споживчої кооперації, яка вийшла ослабленою після років «воєнного комунізму» [6, с. 188]. Слід також вказати, що держава не мала достатніх коштів на розвиток власної торгівельної мережі і була зацікавлена у використанні кооперативної торгівлі.

У Харкові становленням кооперативної мережі займалися такі органи, як губернський союз, Харківське споживче товариство, губернський робітничий кооператив. 20 травня 1922 року був організований Харківський союз споживчих товариств, до складу якого входили 4 районних відділи губернського союзу [9, с. 18-20]. З цього часу почався активний розвиток місцевої кооперації та становлення її мережі. Харківський губернський союз, в основному, реалізовував товари, серед яких були сіль, цукор, кондитерські вироби, мило, тютюн, цигарки, сірники та мануфактуру [10, с. 362].

Як відомо, радянська влада покладала на кооперацію завдання утворення «змички» між містом та селом, але для цього необхідно було, щоб вона мала розгалужену мережу торгівлі, надавала споживачам якісні товари за низькими цінами, володіла культурою обслуговування та торгівлі, щоб *«кожен робітник і селянин побачив на власні очі переваги кооперації перед приватним ринком»* [11, с. 1]. Але в умовах швидкого розвитку приватної роздрібно торгівлі споживча кооперація не змогла ефективно і раціонально налагодити свій торгівельний апарат, тому питання про «кризу» кооперації активно дебатовалося у літературі та пресі початку 1920-х роках [12, с. 48]. Справа у тому, що у перші роки непу держава ще не ставила перед кооперацією завдання покращення культури обслуговування та рівня торгівлі, що врешті проявилось особливо гостро в середині 1920-х роках, коли був узятий курс на прискорене витіснення приватника з господарства радянської країни, а перед кооперацією у першу чергу було поставлено завдання усунення недоліків роботи з покупцем. У Харкові та ряді інших великих промислових міст питання насичення через кооперативну торгівлю ринку споживчих товарів стояло особливо гостро, тому тут вона мала головним чином звернути увагу на культуру обслуговування, якість

товарів і на задоволення потреб населення, що постійно зростало [13, арк. 14].

У звіті Харківського губвиконкому в жовтні 1923 року відмічалось, що впродовж року Губернською економічною нарадою не піднімався питання про кооперацію, і кооперативні організації здебільшого зверталися до влади лише з проблем оренди чи прав власності на торгівельні приміщення [14, с. 110]. Це дає нам можливість стверджувати, що місцева влада практично не займалася проблемами підвищення рівня культури кооперативної торгівлі.

Якщо місцева влада не звертала належної уваги на культуру кооперативної торгівлі, то ця проблема не сходила зі сторінок радянської преси вже з перших років її становлення, і навіть тоді, коли вона охопила своєю мережею більшу частину споживчого ринку в останні роки нової економічної політики. Так, майже кожен номер «Рабочего кооператора» та інших газет, що видавалися робітничими та селянськими товариствами споживачів, питання покращення якості обслуговування, здешевлення кооперативного апарату, раціоналізації процесу торгівлі тощо. *«Порядок, чистота, правильна вага, швидкий продаж товарів покупцю, ввічливе ділове спілкування мають стати настановою для кожного працівника кооперації»*, – закликав «Рабочий кооператор» на початку 1924 року [15, с. 2].

28 грудня 1923 року вийшла постанова ЦВК і РНК СРСР «Про реорганізацію споживчої кооперації на засадах добровільного членства» [16, с. 89], що актуалізувала необхідність покращення роботи кооперативного торгівельного апарату. 3-8 січня 1924 року у Харкові проходила Всеукраїнська нарада завідуючих торгівельних відділів, на якій піднімалося питання про роботу низової споживчої кооперації. У березні 1924 року Вукопспілкою був розісланий циркуляр усім споживчим товариствам республіки, де особливо наголошувалося на проблемі місця і ролі продавця в торгівлі, який має вміти не лише реалізовувати товар, а й бути помічником покупця, «культурним продавцем-консультантом» [17, с. 31]. Ця ж тема знову була порушена і в одному з періодичних видань у 1927 році, коли вже на повну силу розгорнувся процес витискування приватної торгівлі. Це свідчить про те, що кооперацією було ще мало зроблено для покращення культури обслуговування населення. Оскільки *«не механічне відмірювання і зважування, а вміння продати, показати товар покупцю «обличчям», прийти на допомогу порадою»* свідчать про високу кваліфікацію продавця [18, с. 22]. Тобто, працівник кооперативу має володіти у першу чергу комунікативними навичками, мати особливий підхід до кожного відвідувача крамниці, що і вказує саме на вміння торгувати.

Але слід зазначити, що діяльність працівника кооперативної крамниці особливо неефективною була у порівнянні з напруженою працею приватного

крамаря. Кооператор виконував роботу значно гірше та повільніше за приватного торговця і не міг з останнім ефективно конкурувати [19, с. 172].

Ще одним чинником, без якого не було, немає і не буде самої культури торгівлі, є безперечно, реклама. Питання про необхідність її використання активно піднімала преса ще з середини 1920-х років. Необхідно віддати належне, що більшість кооперативів не приділяли серйозної уваги рекламуванню, дивлячись на нього «як на пусте витрачання часу», яким має займатися приватний торговець. У одній з газет пропонувалося покращити зовнішню привабливість магазинів шляхом виготовлення рекламних вивісок, оголошень, рекламувати про нові надходження товарів, зниження цін, кредитування через кооперативну пресу [20, с. 1]. Використання реклами в повному обсязі дало б можливість кооперації привабити більшу кількість покупців. Але необхідно сказати, що в умовах товарного голоду, на жаль, будь-яка реклама могла мало що змінити на споживчому ринку.

На якість обслуговування харківських споживачів, крім вище зазначених чинників, впливав також і стан складських приміщень. Склади не відповідали обсягам торговельних обігів кооперації, що в останні роки непу постійно зростали. Це врешті-решт погіршувало постачання магазинів, зберігання товарів. Проблема забезпечення міста товарами з початком курсу на індустріалізацію і збільшенням кількості робітників почала відчуватися особливо гостро. Харківський центральний робітничий кооператив звертав увагу місцевої влади, що постачання багатьох товарів украй недостатнє, серед яких була у першу чергу мануфактура, особливо суконно-вовняні тканини, готовий одяг тощо [21, арк. 52].

Як вже згадувалося, проголошення курсу на індустріалізацію країни загостило увагу кооперації на насиченні ринку товарами широкого вжитку та розширенні власної мережі, оскільки з 1926 року починається масове скорочення мережі приватної торгівлі. На розвиток споживчої кооперації зміна політичного курсу справила безпосередній вплив. Але кооперація, на жаль, не змогла у повній мірі ліквідувати ті «прогалини», які виявилися процесі поступового витіснення непманів з ринку. Так, у Харкові замість закритих наприкінці 1920-х років 1220 приватних торговельних закладів кооперацією було відкрито всього 22 магазини [22, с. 76-77]. Це спричинило появу в місті так званих «торгових пустель», що негативно відбилася на якості торговельного обслуговування споживачів.

Все більше обмежувалась і сама кооперативна торгівля міста. Так, за реалізацію великих партій картоплі (1930 р.) не членам ХЦРК (Харківського центрального робітничого кооперативу) винні каралися, як за розбазарювання продукції [23, арк. 42]. У 1928 році в кооперації сім'я робітника купувала 65,8 % придбаних продуктів харчування, тоді як у приватника – лише 34,2 %, а в січні –

березні 1929 року відповідно 72,9 % і 26,9 % [24, с. 85-86]. Зважаючи на вказані проблеми кооперативної торгівлі все ж найсуттєвішою і найпоширенішою були черги або «хвости», як їх тоді часто називали. У радянському суспільстві слова «кооператив» і «черга» фактично стали синонімами на довгий час [25, с. 2]. Газета «Экономическая жизнь» досить яскраво описує становище споживача, який змушений витратити все більше часу на процес купівлі необхідних товарів: *«дійшло уже до того, – пише газета, – що покупці приходять у лавку сім'ями, при чому один стає у чергу до каси, другий – за хлібом, а третій – за маслом»*. Звичайно, що за даних умов культура обслуговування залишала бажати кращого. Продавці були надзвичайно перевантажені. Дана проблема обговорювалася на різних рівнях влади, у процесі чого Центральна робітничка секція Харкова запропонувала вжити такі заходи проти «хвостів», як попереднє зважування товарів, доставка товарів на дім, встановлення годин торгівлі, зручних для покупця, розширення дрібної роздрібною мережі, нормалізація навантаження продавця [26, с. 3].

Наприкінці 1920-х років серед багатьох місцевих та республіканських газет поширеними були заголовки: «Наш торговельний апарат і потреби споживача», «Покращити обслуговування споживача» тощо. Як один із методів прискорення самого процесу торгового обслуговування покупців висувалася і активно пропагувалася ідея забезпечення магазинів найпростішими механічними установками для нарізання хлібу та інших продуктів, а також вагами [27, с. 3]. На сторінках кооперативних видань провідні працівники кооперації намагалися довести доцільність механізації розфасовки товарів, але цікаво, що придбання потрібних для цього машин було доступне лише для великих кооперативів і не завжди виправдувало себе економічно [15, с. 20]. Важливо звернути увагу, що всі ці питання піднімалися радянською пресою уже наприкінці 1920-х років, коли кооперація вже міцно «стояла на ногах», володіла значним капіталом і мала розгалужену мережу, але на жаль, ці об'єктивні передумови не викликали покращення роботи кооперативного апарату, якості обслуговування та врешті-решт і самої культури торгівлі. Періодичні видання кооперації ще з перших років непу наголошували на необхідності використання досвіду роздрібною торгівлі країн Заходу, раціоналізації та механізації роботи кооперативів. Але кооперативний апарат, місцева влада та інші господарські органи зосередили свою діяльність головним чином на витісненні приватного капіталу зі сфери торгівлі і на розширенні кооперативної мережі. Та й сама кооперація в цей час вже зазнала процесу одержавлення, втрачаючи навіть тень своєї самостійності.

Отже, незважаючи на всі намагання значних і помітних досягнень у покращенні культури кооперативної торгівлі впродовж 1921-1929 років, так і не відбулося. Відтак багато в чому показовим

є те, що радянський кооператив взагалі довгий час асоціювався у нашому суспільстві з неввічливим продавцем, чергами, поганим асортиментом. Слід також зауважити, що радянська влада та її кооперативний апарат, не дивлячись на численні газетні публікації, так і не звернули належної уваги на значення розвитку культури торгівлі як

необхідної складової торгівельного процесу, тому її потенціальні можливості не були й не могли бути використані у повній мірі. Кооперативна торгівля практично не засвоїла конкурентний тип «поведінки» в умовах ринкового середовища епохи непу в столичному Харкові.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Лантух В.В. Культура городской торговли в Украине в 1920-е годы / В.В. Лантух // Эпоха. Культуры. Люди (история повседневности и культурная история Германии и Советского Союза. 1920–1950-е годы). Материалы международной научной конференции (Харьков, сентябрь 2003 г.): Сб. докладов. – Х., 2004.
2. Лантух В.В. Місце і роль кооперативної торгівлі в придбанні товарів трудящими України в роки непу / В.В. Лантух // Вісник Харківської державної академії культури: Зб. наук. пр. – Х., 2001. – Вип. 8.
3. Лантух В.В. Становление и развитие торговли в Украине в 1921-1932 гг. / В.В. Лантух. – Х., 1992.
4. Пиріг О.А. Ринок і торгівля України (історичний аспект) / О.А. Пиріг. – К., 1996.
5. Голець В.В. Кооперативний рух Північного Лівобережжя України в період непу (20-ті роки ХХ ст.): автореф. дис. ... канд. іст. наук. 07.00.01 / В.В. Голець. – Х., 2004.
6. КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК. – 9-е изд., доп. и испр. – Т. 2. – М., 1970.
7. Сборник декретов и постановлений по кооперации и налоговому обложению. – Х., 1922.
8. Громыко Е.В., Ряузов Н.Н. Советская торговля за 15 лет. Статистико-экономический сборник / Е.В. Громыко, Н.Н. Ряузов. – М., 1932.
9. Бюлетень Вукопспілки. Орган Всеукраїнського кооперативного союзу «Вукопспілки». – 1923. – № 9-10.
10. Отчет Харьковского губернского экономического совещания. 1 октября 1921 г. – 1 апреля 1922 г.
11. Рабочий кооператор. Газета Киевского союза рабочих и крестьянских обществ потребителей. – 1924. – № 1, 5 января.
12. Илимский-Кутузов Д. Кризис кооперации / Д. Илимский-Кутузов. – М., 1922.
13. Державний архів Харківської області (далі – ДАХО), ф. Р-869, оп. 2, спр. 31.
14. Отчет Харьковского Губисполкома VIII Губернскому Съезду Советов. 1 октября 1922 г. – 1 октября 1923 г. – Х., 1923.
15. Рабочий кооператор. – 1924. – № 1, 5 января.
16. Ашкнезер Ю.С. Законы о кооперации. Систематический сборник / Ю.С. Ашкнезер. – Х., 1925.
17. Кооперативне будівництво. Журнал споживчої кооперації України. Орган Вукопспілки. – 1928. – № 11-12.
18. Кооперативне будівництво. – 1927. – № 18.
19. Валентинов Н. (Вольский Н.). Новая экономическая политика и кризис партии после смерти Ленина: годы работы в ВСНХ во время НЭП: Воспоминания / Н. Валентинов (Н. Вольский). – М., 1991.
20. Рабочий кооператор. – 1924. – № 18, 3 мая.
21. ДАХО, ф. Р-845, оп. 2, спр. 462.
22. Морозов Л.Ф. Решающий этап борьбы с нэпманской буржуазией. (Из истории ликвидации капиталистических элементов города. 1926-1929 гг.) / Л.Ф. Морозов. – М., 1960. – 102 с.
23. ДАХО, ф. Р-867, оп. 2, спр. 2.
24. Рудь А.А. Питома вага кооперативної торгівлі Харківської округи у 1928-1929 рр. / А.А. Рудь // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Історія України. Українознавство: історичні та філософські науки. – 2009. – № 835. – С. 82-87.
25. Экономическая жизнь. – 1928. – № 273, 24 марта.
26. Экономическая жизнь. – 1928. – № 279, 1 декабря.
27. Экономическая жизнь. – 1928. – № 267, 17 ноября.

РЕЦЕНЗЕНТИ: д.і.н., професор **Я.В. Верменич**, д.і.н., професор **П.М. Тригуб**

© Ю.П. Волосник, І.В. Шляхова, 2010

Стаття надійшла до редакції 23.02.2010