



ОСОБЛИВОСТІ КООПЕРАТИВНОЇ ФОРМИ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ СЕЛЯНСЬКИМИ ГОСПОДАРСТВАМИ В УСРР У 20-х рр. ХХ ст.

Стаття присвячена дослідженню особливостей кооперативної форми збуту продукції селянськими господарствами в УСРР у 20-х рр. ХХ століття. У статті з'ясовується підприємницька діяльність селянського двору, котрий реалізовував через кооперацію товарні лишки, та його роль і місце у формуванні внутрішнього і частково зовнішнього ринку сільськогосподарської продукції.

Ключові слова: селянське господарство, селяни, товари, ринок сільськогосподарської продукції, збут продукції.

Постановка проблеми. В економічній літературі та статистичних довідниках 20-х рр. мали поширення терміни «збут» та «постачання», які означали посередницьку торговельну діяльність кооперації. Кооперативна форма збуту забезпечувала реалізацію на ринку продукції селянських господарств, тобто спілка чи товариство укладало договір з ними на продаж того чи іншого товару, отож контракція виявилася однією з найпоширеніших організаційних форм товарного формування різної продукції. Кооперативне постачання села через систему споживчої або сільськогосподарської кооперації мало ситуативний характер, зумовлений ринковою кон'юктурою, сезонним циклом сільськогосподарського виробництва, попитом населення.

Метою дослідження є вивчення особливостей кооперативної форми збуту продукції селянськими господарствами та роль і місце селянського двору у формуванні внутрішнього та зовнішнього ринку сільськогосподарської продукції.

Виклад основного матеріалу. Досліджуючи кооперативну форму збуту селянської продукції, ми виокремлюємо два ключових моменти: по-перше, намагаємося з'ясувати підприємницьку діяльність селянського двору, котрий реалізовував через кооперацію товарні лишки, а по-друге, показати його роль і місце у формуванні внутрішнього і частково зовнішнього ринку сільськогосподарської продукції. Якщо користуватися офіційною теоретико-методологічною класифікацією, то об'єктом наукового аналізу є приватне селянське господарство, а предметом – його підприємницько-комерційна діяльність у формі кооперативного збуту.

Організаційне оформлення системи сільськогосподарської кооперації, а вона була основним посередником між селянами та ринком, відбувалося протягом 1922 р., тому її збутова робота розпочалася восени 1922 р., хоча голод 1921–1922 рр. деструктивно вплинув на формування справжнього ринку продукції селянських господарств. Наприклад, кооперативні товариства Богодухівського союзу сільськогосподарської кооперації протягом 1922/23 р. частково займалися хлібозаготівлями для «Сільського господаря», але зосередилися на «кооперуванні цукрово-бурякових плантацій на комісійних умовах», а Валківський союз займався тоді заготівлями птиці та яєць [6, С. 28–29]. 21 листопада 1922 р. «Сільський

© Олянич Валентина Володимирівна – кандидат історичних наук, докторант кафедри історії України Харківського національного університету ім. Каразіна.

господар» налагодив закупівлю кліщини в Маріупольській окрузі [16. – Ф. 290. – Оп. 1. – Спр. 152. – Арк. 11–12], тобто відбувався пошук форм і методів заготівельно-збутової роботи кооперації із залученням до неї селянських господарств. У 1922 р. було законтрактовано 12,5 тис. цукрових буряків, у 1923 р. – 32,5 тис., у 1924 р. – 127,2 тис., у 1925 р. – 291 тис. десятин, а його комерційними заготівлями займався 27 універсальних союзів, з них 10 буряківничих та 3250 кооперативних товариств [14, С. 8]. Кооперація уклала з селянами угоду на збут прядива, засіявши 1000 десятин коноплями та льоном, реалізувавши з врожаю 1924 р. 32 тис. пудів сировини [14, С. 11–13]. Для повноцінної посередницької діяльності кооперації бракувало коштів, а кооперативні товариства, членами яких були безпосередні виробники сільськогосподарської продукції – селянські господарства, не мали тоді належних промислових товарів, які б користувалися попитом. Недосяжні ціни на промтовари також гальмували товарообмін між селянськими господарствами та кооперацією – споживчою, кредитною, сільськогосподарською. У 1924 р. сільськогосподарські кооперативні товариства купили у селян 20 тис. пудів хмелю, що становило на той час половину його товарної частини [15, С. 43–45], а решту придбав приватний скупник.

Перша половина 20-х рр. була, з економічної точки зору, несприятливою для підприємницько-комерційної діяльності селянських господарств шляхом обміну (грошового або еквівалентного) власної продукції на промтовари в кооперативних товариствах. Захмарне зростання цін на промислові товари призвело до так званих «ножиць», тобто до кризи грошової системи і диспропорції. Протягом грудня 1921 – січня 1922 р. ціни на сільгосппродукцію (без жирів та м'яса) зросли у 24 рази, а на жири та м'ясо у 63 рази, на готові фабрично-заводські вироби у 83 рази, на предмети повсякденного вжитку у 111 разів [1, С. 47–48]. У листопаді 1922 р. трести підвищили ціни на сільгоспмашини та реманент на 35%, тому «Сільський господар» мав проблему з їх реалізацією. Якщо ціни на жито та пшеницю протягом листопада 1922 – лютого 1923 р. зросли на 53–69%, то на плуги, сіялки, молотарки на 145% [12]. Тому кооперація фактично призупинила матеріальне постачання села технікою. Весною 1923 р. ціни на сільгоспмашини виросли у 7 разів, на зернові культури удвічі [11]. Якщо раніше плуг коштував селянинові 10 пудів, то восени 1923 р. – 36 пудів хліба, чоботи відповідно 5–7 пудів та 83–250 пудів [3]. Восени 1923 р. державні трести знизили частково ціни на промислові вироби, але «ножиці» залишалися. У 1922/23 р. продовжувалася депресія внутрішнього ринку сільськогосподарської продукції, а купівельна спроможність селян була дуже обмежена. Наприкінці 1923 – початку 1924 р. спостерігалось зниження (до 26%) цін на продукцію державної промисловості, а на сільгосппродукцію вони збільшилися удвічі [8], але подолати розходження цін не вдалося.

Середина 20-х рр. для діяльності кооперації на селянському ринку сільгосппродукції характеризувалася відносною стабілізацією та поступовим опануванням окремих галузей. На ринку з'явилися нові кооперативні спілки фахової кооперації «Добробут», «Кооптах», «Плодоспілка», активізувалася діяльність районних спілок. Питома вага сільгоспооперації в загальноукраїнському товарообігові досягла у 1924/25 р. 21%, а по окремих видах закупівель продукції селянських господарств значно вище [4, С. 96]. Через кооперацію відбувалося постачання на село 75% тракторів [4, С. 96]. За звітними матеріалами «Сільського господаря», кооперація купувала основну частину селянського хмелю [13, С. 17], але саме вона була для села основним провідником цієї високотоварної і прибуткової продукції.

Друга половина 20-х рр., тобто 1925–1929 рр., виявилася в економічному сенсі найстабільнішою, незважаючи на частковий недорід 1924 та 1928 років, що загалом позитивно вплинуло на функціонування системи кооперативного збуту продукції селянських господарств. Ним займалися, хоч і неспіврозмірно, усі види кооперації. Споживча кооперація, яка мала у 1925/26 р. 8112 товариств, делегувала заготівельні функції 4363, які купили різної сільгосппродукції на суму 94,7 млн. крб., з них в селянських та колективних господарствах Лівобережжя –

56,5 млн. крб., Степу – 32,7 млн. крб., решту – Правобережжя та Полісся[5, С. 112].

Ємність м'ясного ринку в УСРР була значною, не кажучи про зовнішні ринки, але його поповнення залежало від декількох факторів. В архівному фонді «Добробуту» є звіт м'ясного відділу з жовтня 1924 по січень 1926 р., у якому зазначено, що тваринницька галузь в Україні була представлена переважно робочою і молочною худобою, менше – м'ясними породами. Сезонність у реалізації м'яса є показовою для селянського господарства. Якщо восени його продавали від надлишку, особливо живою вагою, позаяк завершувався період літньої відгодівлі молодняка, то весною від необхідності або для торгівлі свининою. Реалізація худоби була малоліквідним товаром, почасти вимушеною. За січень – березень 1927 р. реалізація худоби становила 3% у прибутках селянських господарств, протягом жовтня – грудня – 9,3%, а у першій половині 1928 р. частка прибутку від м'яса досягла 14,2%[2, С. 172], хоча тоді спостерігалася тенденція вимушеного збуту худоби, щоб уникнути надмірного оподаткування. Позначилася жорстка політика розкуркулення та хлібозаготівель.

Селянин намагався продати худобу не державним та кооперативним заготівельним органам, а приватним підприємцям, тобто уникнути посередництва. Саме від продажу худоби приватнику він одержував у січні – березні 1927 р. 33%, а односельцям чи сусідам по регіону – 59,3% прибуткового надходження від збуту. Приватник-перекупник та селянин-неторговець були основними споживачами живої худоби селянських господарств. На Поліссі їхня частка від продажу живої худоби становила у січні – березні 99%, у квітні – червні – 100%, липні – вересні – 100%, жовтні – грудні – 100%, на Правобережжі у січні – березні 1927 р. – 95,2%, у квітні – червні – 95,9 %, у липні – вересні – 95,4%, у жовтні – грудні – 96,8%[2, С. 172]. Відсоток прибутку селянських господарств від продажу живої ваги саме цим двом «контрагентам», тобто споживачам, майже не змінився протягом наступного 1928 р., хоча на Лівобережжі він був на відсотків десять меншим. Незалежно від рівня забезпечення землею селянських господарств частка надходжень до сімейного бюджету від продажу живої худоби була майже однаковою для всіх соціальних категорій селянства.

Кооперативна форма збуту протягом другої половини 20-х рр. почала набувати адміністративно-примусового характеру, тому що спілки і товариства діяли згідно з планом заготівель. Він стосувався усієї УСРР, а виконанням займалися конкретні кооперативні спілки, які щомісяця видавали товариствам наряди. За три квартали 1927/28 р. 64% обсягу м'ясозаготівель виконали 5 союзів, а решту дали 13 союзів, які почасти купували м'ясо на базарах [16. – Ф. 290. – Оп. 7. – Спр. 37. – Арк. 65–66]. Селяни, котрі час від часу здавали худобу, відслідковували ціни, з'ясовували вигідність та своєчасність її продажу. Якщо бідніші, а інколи і середняцькі господарства активно збували робочу чи продуктивну худобу, то заможніші охоче її купували. Таким чином, заростала частка прибутковості саме за рахунок продажу фізичним особам, а не кооперації. Ціни на худобу в 1926 р. суттєво зросли, хоча 1925–1926 рр. були стабільними, тому збільшився і попит на худобу. Якщо у 1925 р. пара волів коштувала 184 крб., то у 1926 р. – 273 крб., кінь – 104 крб. та 165 крб., корова – відповідно 60 крб. у 1925 р. та 92 крб. у 1926 р. [9, С. XX]

Селяни, судячи з кількості заготовленої худоби та обсягів м'ясозаготівель, відвозили певну частину на ринок, але їх реалізація не була тією продукцією, яка визначала б напрямок приватного бізнесу. Протягом 1925/26 р. було заготовлено 245 тис. голів худоби (волів, корів, телят), з них 61 тис. придбав «Добробут»[7, С. 3]. Свиней було куплено 98 тис., у тому числі кооперативною спілкою «Добробут» – 12 тис., хоча в селянських господарствах їхня кількість сягала декількох мільйонів. Кооперація заготовила 5477 овець та ягнят, з них на внутрішній ринок відправили 1040, до союзних республік – 4437[7, С. 6], тобто купували за внутрішніми заготівельними цінами, а згодом вивозили. Через систему «Добробуту» було заготовлено у 1925/26 р. 26,2 т м'яса, а на внутрішній ринок вивезли лише 12 т [7, С. 8], решту – поза Україну. Кооперативні товариства «Добробуту» купили у

селян 2 т сала, реалізованого переважно в Україні. Необхідно зазначити, що основним ринком збуту м'яса були міста РСФРР, які споживали разом 65% заготовленого в Україні м'яса, а на експорт відвантажували лише 4% [16. – Ф. 325. – Оп. 1. – Спр. 764. – Арк. 4–5].

Два фактори суттєво впливали на ринок м'яса: ціни та напівнатуральний уклад життя селянського двору. Між приватними та кооперативними цінами на свіжу яловичину відмінність була малопомітна. У жовтні 1926 р. на Поліссі за кілограм приватник брав 54 коп., у жовтні 1927 р. – 57,5 коп., а в кооперації – 52,5 коп. [10, С. 22–23]. Існувала різниця між цінами в окружних містах та по селах. Приватник, а ним міг бути селянин-підприємець, продавав у місті яловичину на 10–12 коп. дорожче від сала. Свіжа свинина на приватному ринку Полісся в містах коштувала тоді від 62 до 66 коп. за кг, а по селах від 42 до 56 коп. [10, С. 22–27]. Приватні і кооперативні ціни на м'ясо не стимулювали збільшення на ринковій його маси, а з іншого боку, селянський двір вирізнявся відносно високим рівнем внутрішнього споживання м'ясопродуктів та жирів загалом.

Отже, підсумовуючи особливості продажу селянами живої худоби та свіжого м'яса, сала у 20-х рр., слід виокремити зростання цін на цей товар, а також зростання обсягів збуту через кооперативну систему. Специфіка полягала в тому, що серед живої худоби, яка відчувалася на ринок, переважала вибракувана частина, яка втратила продуктивну здатність.

Господарсько-підприємницька діяльність селянського двору не обмежувалася лише збутом живої худоби та м'яса, а реалізацією іншої продукції тваринництва – зокрема молочної. Для цієї галузі селянського сімейного підприємництва передбачалася наявність продуктивної худоби, тобто корів.

Більше третини селянських господарств в УСРР не мали корів, отже, були потенційними покупцями молочної продукції, а дві третини займалися її продажем на ринку та кооперації. Половина господарств, які мали одну корову, фактично не впливали суттєво на формування внутрішнього ринку молочної продукції, а високотоварними були господарства з двома коровами. Молоко та молочні продукти посідали в загальній продукції села 26–28%, а м'ясо 41–52% [2, С. 15], тобто рівень товарності цих двох ключових видів продукції тваринництва помітно вирізнявся.

Наявність корови в селянському господарстві свідчила про його функціональну та соціальну повноцінність, а про власника судили за його дбайливим ставленням до корови, яку вважали годувальницею родини. В Україні корова давала 67 пудів молока, а підрахунки показали, що навіть 100 пудів молока на рік не забезпечували її рентабельності [16. – Ф. 325. – Оп. 1. – Спр. 1695. – Арк. 176]. Молоко серед планових заготівель системи сільськогосподарської кооперації посідало у 1927/28 р. 60%, у 1928/29 р. 65% [16. – Ф. 290. – Оп. 7. – Спр. 19. – Арк. 118], тобто кооперативні товариства виявляли активність, купуючи його у селян. Половина молокопродуктів, за підрахунками фахівців 20-х рр. [4, С. 101], реалізовувалася у роздріб. На 1 липня 1927 р. було кооперовано лише 3,9% корівних господарств, а через систему кооперації збувалося 21,5% товарних лишків молокопродукції, з них молока – 5,9% [16. – Ф. 325. – Оп. 1. – Спр. 1173. – Арк. 6], решту селяни збували самостійно на ринку.

Молоко було продуктом харчування і сировиною для виготовлення вершкового масла, сметани, твердих сирів, які мали попит на внутрішньому і зовнішньому ринках, а ціни мали мотиваційну силу, стимулюючи селянські господарства до підприємницької діяльності. Для виготовлення одного пуда масла потрібно було 24 пуди молока, а для одного пуда сиру – 10 пудів молока [16. – Ф. 325. – Оп. 1. – Спр. 292. – Арк. 10]. Якщо корова давала 67 пудів молока на рік, то однокорівне селянське господарство могло виготовити три пуди сиру, тому його товарним збутом займалися забезпечені коровами двори, які спеціалізувалися на цьому виді продукції. Ціна одного кілограма вершкового масла у три-п'ять разів перевищувала вартість м'яса.

За таких умов селянське господарство, яке спеціалізувалося на молокопродукції, намагалося самостійно збувати масло, хоча кооперативна ціна також влаштувала. Селян не влаштували методи заготівель, особливо наприкінці 20-х рр., коли система контрактації поступила підвірному доведенню заготівельних планів. Пересічно кооперативні ціни не падали нижче 2 крб. за кілограм. На 1 січня 1926 р. «Добробут» заготовив 73,6 тис. пудів масла та 15 тис. пудів [16. – Ф. 325. – Оп. 1. – Спр. 199. – Арк. 66]. Попит міст України на вершкове масло у 1927/28 р. становив від 20 – 30 тис. пудів, а «Добробут» міг дати 92 тис. пудів [16. – Ф. 325. – Оп. 1. – Спр. 1025. – Арк. 493]. Протягом 1928/29 р. було придбано 2309 т масла [16. – Ф. 325. – Оп. 1. Спр. 764. – Арк. 4–5], а за 9 місяців 1929 р. 2860 т [16. – Ф. 290. – Оп. 7. – Спр. 19. – Арк. 159], відтак кооперація забезпечувала 58% маслозаготівель. Три кооперативні спілки (Волинська, Поліська та Мелітопольська) реалізували 56% всієї кількості заготовленого масла.

Кооперативним збутом яєць, гусей, курей займалося Всеукраїнське товариство по збуту та експорту продукції птахівництва (Кооптах), а також кооперація загалом. Птахівництво традиційно вважалося додатком селянського двору, а не комерційною сферою, однак створення в Україні кооперативних фахових товариств надало цій галузі підприємницького спрямування. Організований продаж яєць кооперації фактично розпочався у 1923 р. через мережу Вукоопспілки, яка заготовила 106 вагонів, у 1924 р. – 520 вагонів, а «Сільський господар» – 43 вагони. Протягом 1924 р. споживчою кооперацією було заготовлено 49,1 млн., сільськогосподарською – 3,5 млн., Кооптахом – 35,1 млн., а приватником продано 13 млн. яєць. У 1924/25 р. товариства споживчої кооперації заготовили 73 млн., сільськогосподарської – 43,2 млн., Кооптах – 54,3 млн., приватний сектор – 47 млн. яєць [16. – Ф. 308. – Оп. 1. – Спр. 2. – Арк. 84]. Заготівлею яєць по селах займалися первинні кооперативні товариства, їх доставкою – діти, особи похилого віку, тобто так звані корзинщики. Закупівлю яєць здійснювали у 1925 р. 2519 споживчих і 1333 сільськогосподарських товариств [16. – Ф. 308. – Оп. 1. – Спр. 13. – Арк. 121]. Питома вага Кооптаху серед союзних заготівель яєць становила у 1923 р. 9,1%, у 1924 р. – 14,4%, у 1925 р. – 17,6%, у 1926 р. – 21,2%, а в Україні 23,1% у 1923 р., 46,8% – у 1924 р., 40,5% – у 1925 р., 52,1% – у 1926 р. [16. – Ф. 308. – Оп. 1. – Спр. 2. – Арк. 82]. За 1927 р. було відправлено за кордон 1724 вагони яєць [16. – Ф. 308. – Оп. 1. – Спр. 13. – Арк. 150].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Кооперативна форма збуту продукції селянських господарств, яка здійснювалася через товариства, а також за договорами (контракт, контрактація), була поширеною системою сільськогосподарського бізнесу селян, котрий стосувався виробництва, заготівель та продажу їхньої продукції. Контрактацією, тобто системою договорів кооперативних і державних організацій з безпосередніми виробниками, був охоплений збут буряків, технічних культур протягом першої половини, а з другої половини 20-х рр., незважаючи на посилення адміністративно-примусового характеру так званого заготівельного плану, кооперативний збут відігравав важливу посередницьку функцію між ринком та товаровиробником – селянськими господарствами.

1. VII Всеукраїнський съезд Советов 10–14 декабря 1922 г.: Стенографический отчет. – Х., 1922

2. Збірник статистично-економічних відомостей про сільське господарство України. Рік перший. – Х., 1929.

3. Коммунист. – 1923. – 25 октября.

4. Кононенко К. С.-хг. кооперація в 1925–26 году // Хозяйство Украины. – 1927. – № 1

5. Кооперація на Україні в 1925–26 році: Статистика України. № 148. – Х., 1929.

6. На місяцях. По с.-г. союзах Харківщини // Сільський господар. – 1923. – № 8-9.

7. Планова заготівля та збут продуктів сільського господарства й сільськогосподарської сировини року 1925–26. Статистика України № 113. – Х., 1927.

8. Повышение цен на с.-х продукцию // Экономическая жизнь. – 1924. – 24 февраля.

9. Рух цін на Україні в 1926 р. Статистика України. – Х., 1928.

10. Рух цін на Україні в 1926–27 р. Статистика України. № 158. – Харків–Полтава, 1929.

11. Рынок предметов широкого потребления // Украинский экономист. – 1923. – 15 марта.
12. Сільський господар. (Беседа с председателем правления Любченко // Украинский экономист. – 1923. – 15 марта).
13. «Сільський господар». Вдчит за 1925/26 операційний рік. – Х., 1927.
14. Стопневич Б. Що зроблено с.-г. кооперацією в 1924–25 році // Сільський господар. – 1926. – № 1.
- 15 Черненко Т. Сировинні операції «Сільського господаря» // Сільський господар. – 1926. – № 1. – С. 43–45.
16. ЦДАВО України.

Статья посвящена исследованию особенностей кооперативной формы сбыта продукции крестьянскими хозяйствами в УССР в 20-х годов XX века.

В статье рассматривается предпринимательская деятельность крестьянского двора, который реализовывал через кооперацию товарные излишки, его роль и место в формировании внутреннего и частично внешнего рынка сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: крестьянское хозяйство, крестьяне, товары, рынок сельскохозяйственной продукции, сбыт продукции.

The paper suggests characteristics of the cooperative form of marketing peasant farms in the USSR in the 20-ies of XX century.

The article deals with entrepreneurship farm, which was implemented through the cooperation of trade surplus, and its role and place in the formation of internal and partly external market for agricultural products.

Keywords: farm, farmers, products, market selskohozyaystvennoy product marketing.