

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КОЛХОЗНОЙ ТОРГОВЛИ

Ю. НАРКУНЕНЕ

Колхозная торговля является органической частью советской торговли, одной из ее социально-экономических форм. Поэтому изучать сущность колхозной торговли следует в неразрывной связи с рассмотрением сущности советской торговли в целом.

Через торговлю осуществляется товарный обмен, проявляются отношения купли-продажи товаров, отношения между продавцами и покупателями, независимо от того, являются ли эти продавцы и покупатели организациями, предприятиями или отдельными лицами. Торговля является конкретной организационной формой обмена, и как определенной форме обмена ей присущи два признака: обособление товарного обращения в специальную посредническую отрасль деятельности и его осуществление в порядке купли-продажи.

Экономическая теория и практика социалистического хозяйствования разделяет торговлю предметами народного потребления и торговлю средствами производства. Обычно как в практике, так и в теории понятием «торговля» определяется торговля преимущественно предметами потребления.

Торговля товарами народного потребления в нашей стране осуществляется в нескольких социально-экономических формах; в литературе, перечисляя эти формы, разные авторы указывают различное их количество. Так, например, по мнению К. А. Ларионова, П. А. Кашутина, С. С. Васильева, А. И. Фефилова, Б. И. Гоголя, существуют государственная, кооперативная и колхозная формы торговли товарами народного потребления. Некоторые другие экономисты, например, Г. А. Козлов, В. Г. Лопаткин, А. Д. Смирнов, Е. М. Бух, И. И. Дмитриенко, П. Н. Рукосуев говорят о существовании четырех форм торговли: государственной, кооперативной, колхозно-рыночной и внутриколхозной.

Следует подчеркнуть, что в учебниках по экономике торговли указанные формы называются социальными, а в учебных пособиях по политической экономии просто формами торговли предметами потребления.

Основным принципом выделения социальных форм торговли товарами народного потребления является их социально-экономическая природа. Каждой социальной форме торговли присущи признаки, вытекающие из ее социально-экономической природы.

Колхозная торговля имеет свои специфические особенности, отличающие ее от других форм торговли. В экономической литературе указываются различные признаки этой формы торговли.

Большинство экономистов указывают три основные особенности колхозной торговли: во-первых, реализуются излишки товарной продукции, полученной как от общественного хозяйства, так и от личного подсобного хозяйства населения; во-вторых, акт купли-продажи сельскохозяйственных продуктов совершается между непосредственными производителями и потребителями; в-третьих, объем товарооборота этой формы торговли государством непосредственно не планируется. Цены, по которым реали-

зуются сельскохозяйственные продукты, складываются под влиянием спроса и предложения.

По нашему мнению, эти признаки не вполне отражают суть колхозной торговли; нельзя согласиться и с формулировкой двух первых особенностей. Во-первых, через колхозную торговлю реализуются не «излишки» сельскохозяйственных продуктов, а часть товарной продукции, создаваемой для продажи с целью ее обмена на другие продукты или промышленные товары. Сам термин «излишки» не отражает подлинного характера образования товарных ресурсов, т. е. он экономически не обоснован, поэтому его применение в данном случае неправомерно. Далее, акт купли-продажи сельскохозяйственных продуктов в колхозной торговле совершается не только непосредственно между производителями и потребителями, но и через посредника (в торговле потребительской кооперации по ценам местных рынков).

На наш взгляд, особенности колхозной торговли заключаются в следующем: 1) свободное колебание цен, по которым реализуются сельскохозяйственные и другие продукты и которые устанавливаются на основе таких факторов, как стоимость продукции, сезонность, внешний вид, качество обслуживания и соотношение спроса и предложения; 2) особый характер образования товарных ресурсов — государство не определяет товарного покрытия; 3) объем товарооборота государством непосредственно не планируется; 4) причастность всех форм собственности; 5) колхозная торговля ограничена определенными потребительскими стоимостями — охватывает только сельскохозяйственные продукты, продукты лесопользования и кустарные изделия; 6) продукты реализуются без промышленной переработки; 7) акт купли-продажи продуктов совершается между непосредственными производителями и потребителями или через посредника. Основными следует считать первые три особенности. В колхозной торговле цены на реализуемые товары, объем товарооборота и товарных ресурсов не устанавливаются централизованными или местными органами государства. В государственной и кооперативной торговле цены, товарооборот и его товарное покрытие непосредственно планирует государство.

Конечно, колхозная торговля испытывает воздействие государственной и кооперативной торговли, занимающих преобладающее и определяющее положение в торговле предметами потребления. Социалистическое государство оказывает влияние на развитие колхозной торговли, однако это влияние распространяется не непосредственно на ценообразование, а на спрос и предложение, т. е. на факторы, которые определяют образование цен в колхозной торговле. Кроме того, влияние государства на спрос и предложение в колхозной торговле осуществляется иначе, чем на спрос и предложение в государственной и кооперативной торговле. Мероприятия государства по увеличению денежных доходов безусловно приводят к росту спроса на товары государственной и кооперативной торговли. Рост спроса в колхозной торговле может происходить и при неизменных денежных доходах населения (если уменьшится предложение товаров в государственной и кооперативной торговле) и, наоборот, спрос в колхозной торговле постепенно уменьшается, несмотря на постоянный рост денежных доходов населения нашей страны. Предложение товаров в государственной и кооперативной торговле строго регламентируется государством (на основе планов производства всех видов товаров). Предложение товаров на колхозном рынке зависит от многих слагаемых, и не всегда они поддаются контролю со стороны государства (например, неблагоприятные климатические условия могут вызвать снижение предложения в государственной и кооперативной торговле и соответственно увеличение спроса, а следовательно, и предложения на колхозном рынке). Предложение на колхозном рынке является до-

полнением к предложению в государственной и кооперативной торговле и очень чутко реагирует на изменение соотношения между спросом и предложением в розничной сети этих форм торговли. Неудовлетворительная организация торговли некоторыми продовольственными товарами в розничной сети государственной и кооперативной торговли, некоторые перебои в организации снабжения населения вызывают рост цен на колхозном рынке. Это способствует привозу большего количества сельскохозяйственных продуктов, но до определенной границы — пока рыночные цены (при увеличении предложения) не сравниваются с розничными. Поэтому в целом уровень цен колхозной торговли почти всегда в некоторой степени выше уровня розничных цен.

На колебание рыночных цен оказывают влияние на первый взгляд незначительные факторы: внешний вид товара, форма продажи или просто подачи, упаковка, наличие весов или других измерительных приборов и т. д. Именно эти элементы фактически отражают дополнительные затраты труда и обуславливают более высокую цену на товары. Однако конкуренция между отдельными производителями, стихийность и колебание цен на колхозных рынках происходит в слабой форме; разница в ценах на одни и те же товары с некоторыми отклонениями не ведет к обогащению одних и разорению других.

Большинство экономистов называют колхозную торговлю «неорганизованным рынком» страны, считая основанием для такого определения то, что оборот колхозной торговли не подвергается прямому планированию, уровень цен складывается под воздействием спроса и предложения, а не устанавливается государственными органами.

Конечно, это правомерно: государство непосредственно не планирует ни объема товарооборота, ни цен колхозной торговли. Но все же, по нашему мнению, нельзя оперировать термином «неорганизованный рынок», и, как правильно отмечают А. И. Левин и В. М. Никитин, «... это, однако, вовсе не означает, что развитие колхозной торговли происходит стихийно, без какого бы то ни было воздействия со стороны социалистического государства и вне всякой связи с другими формами советской торговли — государственной и кооперативной. Напротив, колхозная торговля развивается в тесном взаимодействии с ними. При этом социалистическое государство оказывает самое непосредственное влияние на развитие колхозной торговли»¹.

На наш взгляд, однако, А. И. Левин и В. М. Никитин, говоря «о плановом характере развития колхозной торговли»², не совсем точны в своем определении.

Планомерная организация всего народного хозяйства означает сознательное и централизованное регулирование производства в масштабе всей экономики, ее отраслей и отдельных предприятий. Установление общественной собственности на средства производства создает необходимые условия для планомерного и пропорционального развития всего народного хозяйства, превращает его в единое целое, что способствует обществу обществу характеру производительных сил. Отношения общественной собственности на средства производства выражают объективную необходимость согласованного хозяйствования в масштабе всего общества и вытекающую отсюда необходимость пропорционального распределения совокупного труда между сферами общественного производства³. «Постоянная, сознательно поддерживаемая пропорциональность,— указывал В. И. Ленин,— действительно, означала бы планомерность»⁴.

¹ Левин А. И., Никитин В. М. Колхозная торговля в СССР.— М., 1978, с. 10.

² Там же.

³ См.: Политическая экономия. Социализм — первая фаза коммунистического способа производства/Ред. тома М. И. Волков. 2-е изд., доп., т. 2.— М., 1977, с. 104.

⁴ Ленин В. И. Развитие капитализма в России.— Полн. собр. соч., т. 3, с. 620.

В колхозной торговле не полностью проявляются все признаки планомерности, ей присущ не «планомерный», а «регулируемый» характер. Нам представляется, что целесообразнее называть колхозную торговлю, во-первых, не «неорганизованной», а «регулируемой»; во-вторых, именно торговлей, а не рынком. В противном случае отождествляются два понятия — социальная форма торговли и рынок.

Специфические особенности, отличающие колхозную торговлю от других социальных форм советской торговли, обуславливают определение сущности этой формы торговли. Однако в экономической литературе нет единого мнения по этому вопросу, отсутствует глубокое и всестороннее толкование сущности колхозной торговли, приводятся различные определения этой социальной формы торговли.

Большинство экономистов⁵ дают неполное определение колхозной торговли. Так, например, А. И. Фефилов пишет, что «колхозная торговля — это торговля колхозов и колхозников излишками своей сельскохозяйственной продукции»⁶.

Нельзя согласиться и с нечетким и еще более узким определением колхозной торговли в учебном пособии по политической экономии под редакцией М. И. Волкова. Здесь утверждается: «Товарное обращение между колхозами и колхозниками, с одной стороны, и населением — с другой, представляет собой так называемую колхозную торговлю»⁷.

Такое же определение колхозной торговли дано Н. А. Гаглоевой в учебнике по экономике торговли, подготовленном преподавателями кафедры экономики торговли Ленинградского института советской торговли имени Ф. Энгельса⁸.

Как видим, такие определения колхозной торговли не учитывают всех ее отличительных особенностей.

Во многих учебных пособиях по политической экономии, в том числе в учебных пособиях под общей редакцией Г. А. Козлова (изд. «Мысль», 1974), К. А. Ларионова и Г. А. Кашутина (изд. «Мысль», 1975), А. И. Румянцева (Политиздат, 1975), Г. А. Козлова (изд. «Мысль», 1977), не дается определения сущности колхозной торговли.

По мнению А. И. Левина и В. М. Никитина, «колхозная торговля, по сути дела, является одной из форм реализации излишков сельскохозяйственных продуктов, остающихся у колхозов после выполнения ими планов государственных закупок, а также части сельскохозяйственных продуктов, образующихся в личных подсобных хозяйствах колхозников, рабочих и служащих»⁹.

Во-первых, это определение не раскрывает социально-экономической сущности колхозной торговли. Исходной предпосылкой должны быть ее специфические особенности.

Во-вторых, в этом определении указаны не все источники образования товарных ресурсов колхозной торговли. Через колхозную торговлю реализуются сельскохозяйственные продукты, произведенные не только в колхозах и личных подсобных хозяйствах колхозников, рабочих и служащих (как обычно подчеркивается в экономической литературе в це-

⁵ См.: *Иванов И. Д.* Колхозная торговля.— В кн.: Экономика торговли/Под ред. Басовой Г. И. и др.— М., 1966, с. 284; *Иванов И. Д.* Пути развития колхозной торговли.— М., 1959, с. 3; Политикоэкономический словарь/Под ред. Е. Ф. Борисова и др.— М., 1972, с. 116—117; *Кистанов Я. А.* Сущность советской торговли и ее роль в социалистическом обществе.— В кн.: Экономика торговли/Под общ. ред. С. С. Васильева и А. И. Фефилова.— М., 1968, с. 32.

⁶ *Фефилов А. И.* Внутриколхозную торговлю учитывать в розничном товарообороте.— Советская торговля, 1976, № 6, с. 14.

⁷ Политическая экономия. Социализм — первая фаза коммунистического способа производства, с. 413.

⁸ См.: *Гаглоева Н. А.* Колхозная торговля.— В кн.: Экономика торговли. М., 1975, с. 189.

⁹ *Левин А. И., Никитин В. М.* Колхозная торговля в СССР, с. 6.

лом), но и в индивидуальных и коллективных садах и огородах населения, а также лесопродукция и часть изделий кустарных промыслов. Часть товарной продукции, которую не приняли заготовительные организации, совхозы и другие сельскохозяйственные предприятия, реализуется на колхозных рынках, а также в организациях потребительской кооперации.

В-третьих, названы не все участники колхозной торговли, не упомянуты совхозы, другие государственные и межхозяйственные сельскохозяйственные предприятия, а также некоторые группы населения (пенсионеры и т. д.).

Здесь, по-видимому, следует отдельно рассмотреть вопрос об участии в колхозной торговле государственных сельскохозяйственных предприятий.

В экономической литературе, когда речь идет об участниках колхозной торговли, в качестве таковых прежде всего приводятся колхозы и колхозники, рабочие и служащие; между тем государственные сельскохозяйственные предприятия как участники колхозной торговли упускаются из виду, т. е. господствует мнение, что, поскольку совхозы и другие государственные сельхозпредприятия являются государственными предприятиями, их оборот по продаже сельскохозяйственных продуктов должен автоматически учитываться в товарообороте государственной торговли. В данном случае, на наш взгляд, остается в стороне социально-экономическая суть форм и каналов реализации продукции этих хозяйств.

Продукция государственных сельхозпредприятий может быть ими реализована в переработанном и непереработанном виде непосредственно потребителям по государственным розничным ценам. Поэтому следует согласиться, что эта продажа является частью розничного товарооборота государственной торговли. В частности, это указано и в инструкции ЦСУ СССР по учету розничного товарооборота и товарных запасов в государственной и кооперативной торговле: «В состав розничного товарооборота государственной торговли по продаже товаров населению включается... продажа сельскохозяйственных продуктов, скота, птицы и других товаров непосредственно из совхозов»¹⁰. В инструкции не упомянуты цены, по которым продаются эти продукты. Так как розничный товарооборот государственной торговли по продаже товаров населению осуществляется и учитывается только в розничных государственных ценах, они не могут быть иными. Эта продажа может осуществляться непосредственно из совхозов (как отмечается в инструкции), из сети ларьков и палаток и т. д. Но наряду с этими видами реализации продукции населению постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР разрешено совхозам и другим государственным предприятиям, переведенным на полный хозяйственный расчет, реализовать не принятые заготовительными организациями овощи, плоды, фрукты, ягоды, виноград и другую скоропортящуюся продукцию, а также картофель и птицу государственным, кооперативным организациям и на рынке по ценам, определяемым по соглашению сторон, с включением указанной продукции в выполнение плана продажи ее государству (кроме продукции, реализуемой на рынке)¹¹. Совхозы в случае необходимости могут на колхозных рынках открывать магазины, ларьки и палатки. По этому каналу продукция (как и вся сельскохозяйственная продукция на кол-

¹⁰ ЦСУ СССР. Инструкция по учету розничного товарооборота и товарных запасов в государственной и кооперативной торговле № 548. Утверждена ЦСУ СССР 15.06.78 г. по согласованию с Госпланом СССР, Госбанком СССР, Минторгом СССР и Центросоюзом, п. 2, 156, с. 1—2.

¹¹ О переводе совхозов и других государственных сельскохозяйственных предприятий на полный хозяйственный расчет. Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 13 апреля 1967 г.—КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК. 1898—1971. 8-е изд., испр. и доп., т. 9 (1966—1968 гг.).— М., 1972, с. 253.

хозных рынках) реализуется по ценам, складывающимся под влиянием спроса и предложения. Таким образом, государственные сельскохозяйственные предприятия реализуют продукцию по этому каналу в соответствии с принципами, присущими и другим участникам колхозного рынка. Разница состоит лишь в собственности: отдельные лица продают продукцию, произведенную в личных подсобных хозяйствах или индивидуальных и коллективных садах, огородах, представители колхозов и совхозов — продукцию этих хозяйств. Продукция на колхозных рынках может продаваться и по поручению, но она является чьей-то собственностью. Однако этот признак не является основным, обуславливающим отнесение этой продукции к той или иной форме торговли.

Несмотря на то, что совхозы и другие государственные предприятия реализуют на колхозных рынках незначительную часть (в 1977 г. — 0,1%) товарной продукции (особенно в нашей республике), все же этой форме торговли присущи все основные особенности колхозного рынка, она является составной частью его оборота и должна быть отнесена к колхозной торговле.

Исходя из всего сказанного, определение колхозной торговли, наиболее полно выражающее ее сущность, можно сформулировать следующим образом: *колхозная торговля есть форма реализации сельскохозяйственной продукции, не охваченной государственными закупками, по ценам, складывающимся под воздействием спроса и предложения.* Нам представляется, что предлагаемое определение позволяет учитывать две характерные черты колхозной торговли, наиболее полно выражающие ее сущность: 1) характер образования товарных ресурсов; 2) характер образования цен. Следует особо подчеркнуть, что через колхозную торговлю реализуется в первую очередь товарная продукция, создаваемая в личных подсобных хозяйствах колхозников, рабочих, служащих и других групп населения, а также в индивидуальных и коллективных садах. Производители товаров чаще всего выступают в качестве их продавцов. Товары реализуются, как правило, непосредственно потребителям.

Развитие колхозной торговли способствовало и способствует росту производства сельскохозяйственных продуктов, увеличению доходов населения, развитию товарных отношений между городом и деревней, улучшению снабжения городского населения продовольствием. Через колхозную торговлю в народное хозяйство вовлекаются дополнительные трудовые ресурсы. Это труд домашних хозяек, пенсионеров, подростков и других лиц, не занятых в общественном хозяйстве, причем труд этих граждан может быть затрачен как в приусадебных хозяйствах, в коллективных и индивидуальных садах и огородах, так и при сборе и реализации дикорастущих ягод, грибов и т. д. Труд этих лиц, являясь источником их личного дохода, становится полезным и для общества в целом: приумножается народное богатство, увеличиваются ресурсы продовольствия.

Колхозная торговля по своему составу неоднородна. В нашей стране она осуществляется и развивается в различных организационных видах, однако в настоящее время по этому вопросу не существует единого мнения, экономисты высказывают различные суждения о сфере и составе колхозной торговли.

В учебных пособиях по политической экономии¹² и в некоторых изда-

¹² См.: Политическая экономия. Социалистическое воспроизводство. Перерастание социализма в коммунизм. Закономерности развития мировой социалистической системы хозяйства/Под общ. ред. Г. А. Козлова.— М., 1972, т. 4, с. 99—102; Политическая экономия. Социализм — первая фаза коммунистического способа производства/Гл. ред. А. М. Румянцев.— М., 1975, с. 407; Политическая экономия. Учебное пособие/Под ред. К. А. Ларионова и П. А. Кашутина.— М., 1975, с. 272—273; Политическая экономия. Социализм — первая фаза коммунистического способа производства. 2-е изд., перераб. и доп./Под общ. ред. Г. А. Козлова.— М., 1977, т. 3, с. 247.

ниях по вопросам политической экономики¹³ вообще не говорится о видах колхозной торговли. Колхозная торговля в этих изданиях определяется как колхозно-рыночная торговля, причем одни экономисты называют ее просто колхозной торговлей, другие — колхозно-рыночной или колхозно-базарной торговлей (в монографии «Товарно-денежные отношения при социализме», подготовленной преподавателями кафедры политической экономики Московского экономико-статистического института. М., 1973, с. 251).

Л. П. Грибова в кандидатской диссертации приводит схему структуры товарооборота колхозной торговли, согласно которой колхозный рынок охватывает внедеревенский и внутридеревенский оборот сельскохозяйственных продуктов. Внедеревенский рынок — это совокупность экономических отношений между непосредственными производителями сельскохозяйственных продуктов (колхозами, колхозниками, рабочими и служащими) и жителями населенных пунктов, предъявляющими спрос на сельскохозяйственные продукты. Частично эти отношения могут быть опосредствованы потребительской кооперацией (причем на комиссию сельскохозяйственных продуктов и закупка их по ценам, устанавливаемым по договоренности). Внутридеревенский рынок представляет собой систему товарно-денежных отношений между колхозами (межколхозная торговля), между колхозами и колхозниками (внутриколхозная торговля), между самими колхозниками по взаимной и непосредственной купле-продаже сельскохозяйственных продуктов, а также между колхозами и колхозниками, с одной стороны, и неземледельческим населением села, с другой стороны¹⁴.

А. И. Левин и В. М. Никитин отмечают, что «колхозная торговля в нашей стране представлена в основном двумя видами: колхозной внедеревенской торговлей и колхозной внутридеревенской торговлей»¹⁵. В отличие от других авторов, они объясняют сущность внедеревенской колхозной торговли; они не включают в состав внедеревенской (тем самым и колхозной) торговли торговлю потребительской кооперации сельскохозяйственными продуктами, закупленными по ценам согласно договоренности и принятыми на комиссию, и относят ее к торговле потребительской кооперации. Внедеревенский колхозный рынок, по их мнению, представляет собой лишь колхозно-рыночную торговлю.

Торговлю потребительской кооперации по ценам местных рынков в состав колхозной торговли не включают и другие экономисты, в частности, О. Г. Демешко, М. О. Макарова, И. И. Жилов¹⁶.

Некоторые экономисты торговлю потребительской кооперации по ценам местных рынков рассматривают как промежуточную форму между колхозной и кооперативной торговлей.

В учебнике по экономике торговли Б. М. Мочалов (М., 1973) отмечает, что «промежуточное положение между неорганизованным и организованным рынком занимает коммиссионная торговля, посредством которой колхозы, совхозы, колхозники и работники совхозов реализуют свою продукцию городскому населению с помощью потребительской кооперации».

¹³ См.: Товарно-денежные отношения при социализме/Под общ. ред. А. Д. Смирнова и Е. М. Буха.— М., 1973, с. 251.

¹⁴ См.: Грибова Л. П. Экономические вопросы организации колхозной внедеревенской торговли в современных условиях. (На материалах Укр. ССР).— Дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук.— Киев, 1972, с. 27.

¹⁵ Левин А. И., Никитин В. М. Колхозная торговля в СССР, с. 18.

¹⁶ Демешко О. Г. Некоторые вопросы анализа и методики расчета колхозного рынка. Сб. статей/Киевский торгово-экономический институт. Вып. I.— Киев, 1969, с. 164—171; Макарова М. О. О колхозном рынке в СССР.— Вопросы экономики, 1957, № 2, с. 49—56; Жилов И. И. Экономика, организация и планирование кооперативной торговли.— М., 1974, с. 11—12.

Такого же мнения придерживается и В. Г. Лопаткин: «Промежуточное положение между плановой кооперативной торговлей и торговлей колхозной занимает продажа городскими коопторгами сельскохозяйственных продуктов, принятых от колхозов на комиссию или закупленных в личных хозяйствах населения сверх государственных закупок»¹⁷. Он указывает, что «имеются различные формы непланируемой колхозной торговли — колхозно-рыночная и внутриколхозная торговля»¹⁸.

Несколько иная точка зрения по вопросу о видах колхозной торговли изложена Н. А. Гаглоевой в учебнике по экономике торговли, подготовленном преподавателями кафедры экономики торговли Ленинградского института советской торговли имени Ф. Энгельса (М., 1975). Автор различает внедеревенский и внутридеревенский колхозный рынок. «Внедеревенский колхозный рынок, — пишет она, — представляет собой реализацию излишков сельскохозяйственной продукции населению на городских рынках, а внутридеревенский рынок — продажу колхозами сельскохозяйственных продуктов колхозникам и другим группам сельского населения»¹⁹. Здесь автор объединяет в одно понятие две различные экономические категории — внутридеревенский рынок и внутриколхозную торговлю. Таким образом, к колхозной торговле авторы отнесли колхозно-рыночную торговлю и внутриколхозную торговлю, т. е. одну из составных частей внутридеревенского рынка.

Той же точки зрения придерживается и Р. И. Евич²⁰.

Следует отметить и различное толкование вопроса о составе внутриколхозной торговли. Одни авторы полагают, что внутриколхозная торговля включает в себя оборот по продаже сельскохозяйственных продуктов колхозами колхозникам и колхозниками колхозам, по мнению других — лишь продажу продуктов колхозами колхозникам.

Из вышеизложенного следует, что в экономической литературе нет единого мнения о том, в каких видах осуществляется колхозная торговля и на каком основании относится тот или иной вид к этой социальной форме советской торговли; к какой социальной форме торговли следует отнести продажу потребительской кооперацией сельскохозяйственных продуктов, закупленных по ценам согласно договоренности и принятых на комиссию; следует ли внутридеревенский рынок или некоторую его составную часть отнести к колхозной торговле.

На наш взгляд, основным критерием отнесения того или иного вида продажи сельскохозяйственных продуктов к социальной форме колхозной торговли являются присущие ему основные общие признаки, обуславливаемые социально-экономической природой этого вида.

По единому мнению всех экономистов, одним из видов колхозной торговли является колхозно-рыночная торговля, ей присущи все ранее упомянутые главные признаки колхозной торговли, но они присущи и другому виду торговли — торговле потребительской кооперации по ценам местных рынков.

Организации потребительской кооперации, кроме государственных закупок сельскохозяйственных продуктов и сырья, принимают от колхозов на комиссию и закупают у колхозов, колхозников и других граждан сельскохозяйственные продукты, а у совхозов и других государственных сельскохозяйственных предприятий не принятые заготовительными организациями овощи, фрукты, ягоды, виноград и другую скоропортящуюся

¹⁷ Лопаткин В. Г. Роль торговли в развитом социалистическом обществе. — Советская торговля, 1976, № 3, с. 6.

¹⁸ Там же.

¹⁹ Гаглоева Н. А. Колхозная торговля. — В кн.: Экономика торговли, с. 190.

²⁰ Евич Р. И. Развитие внутридеревенского колхозного рынка в современных условиях. — В сб.: Новое в организации и экономике торговли/Ленинградский институт советской торговли им. Ф. Энгельса. — Л., 1973, с. 144.

продукцию, а также картофель и птицу по ценам, определяемым по соглашению сторон.

Продажа закупленных сельскохозяйственных продуктов производится через торговую сеть горкоопторгов, специализированную торговую сеть потребсоюза по продаже излишков сельхозпродуктов или в специальных отделах или секциях магазинов в общей торговой сети потребительской кооперации.

Цены, по которым продаются закупленные сельскохозяйственные продукты, устанавливаются исходя из цены, по которой продукция закуплена, расходов по закупке, перевозке и реализации, обеспечения рентабельности (прибыли) и с учетом цен на эти продукты и конъюнктуры на колхозных рынках в месте продажи. Несмотря на то, что продажные цены утверждаются правлениями соответствующих кооперативных организаций, одним из важнейших элементов их формирования является уровень рыночных цен, поскольку они «устанавливаются на основе экономически обоснованных калькуляций и сложившейся конъюнктуры цен на рынках»²¹. Этот вывод подтверждает и тот факт, что «организации потребительской кооперации обязаны учитывать также изменения рыночных цен и с учетом этого периодически пересматривать и устанавливать новые продажные цены на сельскохозяйственные продукты, закупаемые по ценам согласно договоренности»²². Следовательно, при ослаблении экономического регулирующего воздействия государства на колхозно-рыночную торговлю вместе с ростом цен на колхозных рынках возрастают и цены на сельскохозяйственные продукты, реализуемые через специализированную торговую сеть потребительской кооперации. Поэтому в торговле потребительской кооперации закупаемыми сельскохозяйственными продуктами по ценам согласно договоренности в известной мере проявляется стихийное действие закона стоимости.

Таким образом, торговля потребительской кооперации по ценам местных рынков с присущими ей признаками близка к колхозно-рыночной торговле и поэтому, на наш взгляд, должна быть отнесена к колхозной торговле.

Нельзя согласиться с А. И. Левиным и В. М. Никитиным, которые утверждают, что «торговля потребительской кооперации закупаемыми ею у колхозов и населения излишками сельскохозяйственных продуктов не имеет прямого отношения к колхозной торговле как таковой»²³. Они против отождествления, по их мнению, «... этих двух принципиально различных форм торговли — колхозной торговли и торговли потребительской кооперации по ценам местных колхозных рынков. Последняя является именно формой торговли потребительской кооперации»²⁴. На наш взгляд, авторы принимают во внимание только организационную сторону этих двух форм торговли, упуская из виду их экономическое тождество.

Как известно, кооперативные торговые предприятия продают товары, полученные от государственных производственных предприятий и оптовых торговых организаций по ценам, устанавливаемым государством. При изменении рыночных цен цены на товары в розничной сети кооперативной торговли остаются устойчивыми. В этом состоит, на наш взгляд, существенное отличие торговли потребительской кооперации по ценам местных рынков от торговли по устойчивым розничным ценам. Поэтому этот

²¹ Об утверждении Инструкции о порядке закупки и продажи излишков сельскохозяйственных продуктов у колхозов, колхозников и других граждан и ценообразования по этим продуктам. Постановление Правления Центросоюза № 37 от 13 марта 1973 г., п. 1. — В кн.: *Аганин М. В., Барчук И. Д., Смирнов В. П.* Справочник заготовителя потребительской кооперации. — М., 1976, с. 168.

²² Там же.

²³ *Левин А. И., Никитин В. М.* Колхозная торговля в СССР, с. 17.

²⁴ Там же, с. 18.

вид торговли следует отнести не к кооперативной, а к колхозной торговле.

Коренным и принципиальным отличием торговли потребительской кооперации закупаемыми сельскохозяйственными продуктами по ценам согласно договоренности от колхозной торговли А. И. Левин и В. М. Никитин считают то, что первая «представляет собой форму планомерно организованной и непосредственно планируемой торговли потребительской кооперации, тогда как колхозная торговля — это непосредственно не планируемая (хотя и планомерно регулируемая) форма торговли колхозов и населения»²⁵.

Действительно, для предприятий и организаций потребительской кооперации устанавливаются планы по закупке у колхозов и населения сельскохозяйственных продуктов по ценам согласно договоренности, а также (на их основе) — планы реализации этих продуктов. Но в этом случае следует основательно вникнуть в суть планирования закупок и реализации продукции сельского хозяйства.

Разработка планов по закупкам сельскохозяйственных продуктов по ценам согласно договоренности производится на основе районных балансов валовой продукции сельского хозяйства (с учетом количества колхозов и личных хозяйств, наличия у них скота и птицы, размеров посевных площадей, урожайности и т. д.) и исходя из задачи максимального вовлечения в оборот сельскохозяйственных продуктов. Для выполнения этих планов необходимо товарное обеспечение. Но государство не устанавливает колхозам, совхозам, а также личным хозяйствам населения заданий по реализации сельскохозяйственных продуктов, и сдача на комиссию или их реализация по ценам согласно договоренности предприятиям потребительской кооперации производится на добровольных началах. Поэтому производители этой продукции имеют право и могут по чисто экономическим или другим соображениям реализовать ее по другим каналам: на колхозных рынках, другим заготовительным организациями и т. д. Таким образом, планы по закупкам, а также и реализации сельхозпродуктов не имеют гарантированного товарного покрытия. В этом состоит отличие торговли потребительской кооперации закупаемыми сельхозпродуктами по ценам согласно договоренности от торговли потребительской кооперации по государственным розничным ценам. Неоднородность товарооборота сельскохозяйственных продуктов, закупленных по ценам согласно договоренности, и товарооборота розничной сети потребительской кооперации находит свое отражение в Инструкции ЦСУ СССР по учету розничного товарооборота и товарных запасов в государственной и кооперативной торговле: «... Продажа потребительской кооперацией перепереработанных сельхозпродуктов, закупленных по ценам договоренности, независимо по какой цене они реализуются и из какой торговой сети, в состав розничного товарооборота по государственному плану не включается. Этот товарооборот в отчетности показывается отдельно»²⁶.

Конечно, в торговле потребительской кооперации по ценам местных рынков элементы планомерности и организованности проявляются в большей степени, чем на колхозных рынках. Здесь более точно можно определить объем продажи сельхозпродуктов, ограничить стихийное колебание продажных цен, ликвидировать проявление спекулятивных тенденций.

Потребительская кооперация, выступая в качестве посредника, осуществляет реализацию сельскохозяйственной продукции. Это позволяет более рационально использовать трудовые ресурсы, способствует увели-

²⁵ Там же, с. 17.

²⁶ ЦСУ СССР. Инструкция по учету розничного товарооборота и товарных запасов в государственной и кооперативной торговле № 548, п. 2, 236, с. 3.

чению производства в общественном хозяйстве, сокращает расходы на перевозку и реализацию сельхозпродуктов, улучшает снабжение населения этими продуктами и т. д.

Из этого следует, что торговля потребительской кооперации по ценам местных рынков является, по существу, одним из видов колхозной торговли. Поэтому и товарооборот ее должен учитываться в товарообороте колхозной торговли.

Несколько иначе обстоит дело с внутридеревенским рынком, который охватывает часть товарного обращения в сельской местности. На этом рынке осуществляется продажа сельскохозяйственных продуктов, представляющих собой как товары народного потребления, так и средства производства.

Рассматривая вопрос о внутридеревенском рынке, следует выявить два основных момента: 1) определить состав этого рынка и 2) решить вопрос об отнесении всего внутридеревенского рынка или какой-то его части к колхозной торговле.

Несмотря на некоторое разногласие в суждениях о составе внутридеревенского рынка, по мнению большинства экономистов, в понятие «внутридеревенский рынок» включаются три вида акта купли-продажи сельхозпродуктов: 1) между отдельными колхозами (межколхозная торговля), 2) между колхозами и колхозниками (внутриколхозная торговля), 3) между отдельными колхозниками, а также колхозниками и другими группами населения (торговля между отдельными лицами в сельской местности).

Такое определение состава внутридеревенского рынка является более полным, но все же, на наш взгляд, недостаточно отражает его сущность в данном определении не упоминается один из участников этого рынка — совхозы и другие государственные предприятия.

Внутридеревенский рынок нужно рассматривать вообще в качестве рынка как такового и исходить из его определения: «Рынок можно определить как систему экономических связей между производителями и потребителями по поводу купли-продажи продуктов труда, опосредствованных социалистическими товарно-денежными отношениями»²⁷. Социалистический рынок существует и развивается в двух основных формах: как рынок отдельных товарных групп и товаров (одежды, продовольственных товаров, товаров длительного пользования) и как региональный рынок (района, республики, страны).

Внутридеревенский рынок, являясь частью регионального рынка в сельской местности, охватывает обращение сельхозпродуктов, представляющих собой как предметы народного потребления, так и средства производства, независимо от того, как осуществляется это товарное обращение: без смены или с сопровождением смены формы собственника. На этом рынке выступают не только колхозы и отдельные лица (колхозники и другие группы населения), но и совхозы и другие государственные хозяйства. В сельском хозяйстве широкое развитие получают межхозяйственные предприятия и объединения, созданные на основе долевого участия в них колхозов. К участию в межхозяйственных предприятиях и объединениях привлекаются также и совхозы. Всего на начало 1978 г. в стране насчитывалось 2,3 тысячи межхозяйственных сельскохозяйственных предприятий²⁸. Поэтому расширяется содержание всего внутридеревенского рынка и, вместе с тем, изменяется содержание и название составных частей этого рынка. На наш взгляд, внутридеревенский рынок с учетом этих изменений охватывает: 1) межхозяйственную

²⁷ Евич Р. И. Колхозный рынок и его регулирование в современных условиях.— Дис. на соиск. учен. степ. канд. эконом. наук.— Л., 1974, с. 7.

²⁸ Народное хозяйство СССР в 1977 году. Статистический ежегодник.— М., 1978, с. 201.

торговлю (совхоз — совхозу, совхоз — колхозу, совхоз — межхозяйственному предприятию, колхоз — колхозу, колхоз — совхозу, колхоз — межхозяйственному предприятию, межхозяйственное предприятие — колхозу); 2) внутрихозяйственную торговлю (хозяйства — населению и население — хозяйствам); 3) торговлю между отдельными лицами в сельской местности.

Для того чтобы решить, всю ли внутридеревенскую торговлю или какую-то ее часть целесообразно отнести к колхозной торговле, следует рассмотреть, как происходят акты купли-продажи, по каким ценам происходит реализация товаров на этом рынке.

Рассмотрение внутридеревенского товарооборота в целом показывает, что он неоднороден. В его состав входят как предметы потребления, так и средства производства.

Как известно, продажа в некоторых случаях средств производства населению вполне обоснованно включается в розничный товароборот государственной и кооперативной торговли (например, продажа вязальных машин, инвентаря и т. д.). Поэтому и в колхозной торговле продажу средств производства населению (фуража, молодняка скота и т. д.) вполне естественно считать частью товарооборота колхозной торговли, так как назначение реализуемых продуктов — служить личному потреблению непосредственно или создавать для него условия.

Иначе обстоит дело, когда средства производства реализуются социалистическому сельхозпредприятию (колхозу или совхозу), независимо от того, кто является продавцом — сельское население или другое сельскохозяйственное предприятие. Такой оборот в лучшем случае можно отнести к торговле (в широком смысле этого слова), но причислять к колхозной торговле нет никакого основания — здесь действует другой порядок установления цен. Развитие кооперации и специализации сельского хозяйства расширило базу товарно-денежных отношений на селе, но это никоим образом не означает, что развивается колхозная торговля.

В межхозяйственной торговле как раз и осуществляется продажа средств производства: скота, зерна, кормов и некоторых других сельхозпродуктов. Преобладающая роль в товарообороте принадлежит продаже скота. Так, например, продажа скота в 1977 г. составила 69% всего межхозяйственного оборота внутридеревенского рынка Литовской ССР. Наибольшую часть продажи сельхозпродуктов производит колхоз колхозу.

Цены на продукты в межхозяйственной торговле определяются по соглашению сторон.

Так как в межхозяйственной торговле происходит продажа средств производства и цены складываются не под влиянием спроса и предложения, как на колхозном рынке, этот вид внутридеревенского рынка, на наш взгляд, нет основания относить к колхозной торговле.

Развитие внутрихозяйственной торговли (хозяйства — населению и население — хозяйствам) тесно связано с развитием колхозного производства и установлением денежной оплаты труда колхозников и сокращением доли натуроплаты. Один вид внутрихозяйственной торговли — хозяйства — населению (в основном колхозы — колхозникам) — служит обеспечению колхозников сельхозпродуктами из общественного хозяйства. Продавцом на этом рынке выступает общественное хозяйство колхозов. Следовательно, в процессе обращения продукция из коллективной собственности колхоза переходит в личную собственность его членов. Здесь реализуется сельскохозяйственная продукция, количество и ассортимент которой заранее определены и предназначены для продажи колхозникам в счет оплаты труда. Цены на продукцию складываются не под действием спроса и предложения, а устанавливаются самими колхозами с учетом себестоимости их производства в данном колхозе,

размеров денежной оплаты труда колхозников, уровня закупочных цен на соответствующие сельскохозяйственные продукты, а также ряда других конкретных факторов и условий»²⁹.

Совхозам также разрешена продажа рабочим и служащим совхозов продуктов животноводства и растениеводства. Продукты животноводства реализуются по государственным розничным ценам, а продукты растениеводства — по плановой себестоимости³⁰.

Другой вид внутрихозяйственной торговли — это продажа молодняка скота колхозниками, рабочими и служащими колхозам и совхозам для последующего его доращивания и откорма, а также других сельхозпродуктов: фуража, картофеля, семян однолетних и многолетних трав, используемых для производственных нужд хозяйства.

Таким образом, анализ сущности внутрихозяйственной торговли показывает, что ей присущ иной характер формирования цен по сравнению с ценообразованием на колхозном рынке. Колхоз с колхозниками или совхоз с рабочими и служащими не рассчитываются по ценам, складывающимся под воздействием спроса и предложения. Поэтому для отнесения внутрихозяйственной торговли (так же, как и межколхозной торговли) к колхозной торговле, на наш взгляд, нет никакого основания. Правильно отмечает А. И. ФEFIЛОВ: «... по своему экономическому содержанию (товарооборот внутриколхозной или теперь внутрихозяйственной торговли. — Ю. Н.) — это розничный товарооборот, принципиально отличающийся от оборота колхозной торговли»³¹.

Иначе обстоит дело с актом купли-продажи между отдельными гражданами в сельской местности. Купля-продажа продуктов осуществляется по ценам, складывающимся на ближайшем колхозном рынке, т. е. под воздействием спроса и предложения. Наряду с этим основным признаком имеются и другие отличительные черты: покупателем выступает любой гражданин (нет ограничения, как, например, в случае продажи колхозами сельхозпродуктов своим членам), осуществляется непосредственная связь между производителем продукта и его покупателем, который в большинстве случаев является и потребителем.

Структура сельхозпродуктов, реализуемых в сельской местности одними гражданами другим, очень разнообразна и имеет некоторые особенности по сравнению с межхозяйственной и внутрихозяйственной торговлей. Во-первых, в ассортименте реализуемых товаров основное место принадлежит продуктам личного потребления населения, во-вторых, объем продажи молодняка скота незначителен.

Существующая система учета не охватывает непосредственно этот вид продажи сельхозпродуктов (товарооборот межхозяйственной и внутрихозяйственной торговли рассчитывается на основе годовых отчетов колхозов и совхозов). Но нельзя согласиться с мнением А. И. Левина и В. М. Никитина, что «... нет возможности определить даже приблизительно объем его товарооборота (торговли между гражданами — Ю. Н.) и его соотношение с товарооборотом внутриколхозной торговли»³². В действительности товарооборот этого вида внутридеревенского рынка рассчитывается ЦСУ на основе данных бюджетных исследований. Конечно, такие данные не являются точными, но достаточными (при отсутствии точных) для представления об объеме, структуре, соотношении его с другими видами внутридеревенского рынка и направлениями его развития. Таким методом рассчитаны товарооборот и структура торговли между отдельными лицами в сельской местности Литовской ССР (см. табл.).

²⁹ Левин А. И., Никитин В. М. Колхозная торговля в СССР, с. 12.

³⁰ См.: ФEFIЛОВ А. И. Внутриколхозную торговлю учитывать в розничном товарообороте, с. 16.

³¹ Там же.

³² Левин А. И., Никитин В. М. Колхозная торговля в СССР, с. 15.

**Структура товарооборота торговли между отдельными лицами
в сельской местности Литовской ССР в 1977 г. (тыс. руб.)**

Продукция	Товарооборот между отдельными лицами	
	сумма	% к итогу
Зерно и продукты переработки зерна	15 774,4	49,2
Картофель	1 841,9	5,7
Овоши	130,9	0,4
Фрукты и ягоды	2 001,0	6,2
Сено	3 624,7	11,3
Солома	310,0	1,0
Кормовые корнеплоды	199,3	0,6
Мясо всех видов	1 328,0	4,1
Молоко	2 146,8	6,7
Яйцо	2 942,3	9,2
Мед	189,1	0,6
Шерсть	69,6	0,2
Скот и продукты его убоя	1 530,0	4,8
Всего:	32 088,0	100,0

Так как торговле между отдельными лицами присущи особый характер ценообразования (цены складываются под влиянием спроса и предложения), а также другие особенности колхозной торговли, этот вид торговли следует, на наш взгляд, отнести к колхозной торговле. При этом необходимо отметить, что торговля между отдельными лицами в сельской местности является наименее развитым видом колхозной торговли.

С развитием товарно-денежных отношений в деревне границы данного вида колхозной торговли будут сужаться.

Таким образом, к колхозной торговле можно отнести лишь одну из составных частей внутридеревенского рынка — торговлю между отдельными лицами. Нельзя согласиться с теми экономистами, в частности с А. И. Левиным и В. М. Никитиным, которые к колхозной торговле причисляют весь внутридеревенский рынок и называют его «внутридеревенским колхозным рынком». Термин «внутридеревенский рынок» применим лишь в том случае, когда речь идет о региональных рынках.

Из вышесказанного следует, что в состав колхозной торговли как социальной формы советской торговли надо включить три вида купли-продажи сельхозпродуктов: 1) колхозно-рыночную торговлю, 2) торговлю потребительской кооперации сельскохозяйственными и другими продуктами по ценам местных рынков, 3) торговлю между отдельными лицами в сельской местности. Эти три вида колхозной торговли органически связаны друг с другом, имеют основные общие и специфические, отличительные черты.

Вильнюсский университет им. В. Капсукаса
Кафедра экономики торговли

Редколлегия вручено
в январе 1980 г.

KOLOKINĖS PREKYBOS SOCIALINĖ-EKONOMINĖ ESME

J. NARKUNIENĖ

Reziumė

Kolūkinė prekyba yra viena iš tarybinės prekybos socialinių formų. Kiekvienai prekybos liaudies vartojamomis prekėmis socialinei formai yra būdingi bruožai, išplaukiantys iš tos formos socialinės-ekonominės pri-gimties.

Kolūkinė prekyba turi specifinių ypatumų. Ekonominėje literatūroje šiuo klausimu nėra vieningos nuomonės. Mūsų nuomone, kolūkinei prekybai būdingas ypatingas kainų susidarymo ir prekių išteklių formavimosi pobūdis. Tai pagrindiniai jos skiriamieji bruožai.

Specifiniai kolūkinės prekybos ypatumai lemia ir jos esmės apibrėžimą. Kolūkinė prekyba yra forma žemės ūkio produkcijos, neapreptos valstybiniais supirkimais, realizavimo kainomis, susidarančiomis veikiant pasiūlai ir paklausai.

Kolūkinė prekyba mūsų šalyje egzistuoja ir vystosi įvairiomis formomis. Ir šiuo klausimu atskiri autoriai pateikia skirtingų samprotavimų. Mūsų nuomone, kolūkinę prekybą sudaro: kolūkinių turgaviečių prekyba, vartotojų kooperacijos prekyba žemės ūkio ir kitais produktais vietinės rinkos kainomis ir prekyba tarp atskirų asmenų kaimo vietovėse. Šios organizacinės produktų pardavimo formos sudaro tris organiškai viena su kita susijusias kolūkinės prekybos formas. Jos turi ir bendrų, ir specifinių bruožų.