

КАМПАНИИ ПО СНИЖЕНИЮ ЦЕН В СОВЕТСКОЙ ЭКОНОМИКЕ 1920-х гг.

Ульянова Светлана Борисовна
Д.и.н., профессор,
Санкт-Петербургский государственный
политехнический университет

PRICE REDUCTION CAMPAIGNS IN THE SOVIET ECONOMY OF 1920s.

S. Ulyanova

Annotation

One of the main tenors of the economic policy in 1920s was a succession of price reduction campaigns in industry. In the first half of the decade they were aimed at the stabilization of market relations, at the restoration of the broken links between the city and the countryside, at the social harmony; and in the second half of the decade the aim was the reconstruction of the industry. The indispensable component of the policy became the real opposite to ostentatious involving of populace, as the increase of labour productivity and rationalization of industry, both causing definite problems for a worker, were claimed as an essential part of the policy. The main subject under study in this article is a constant change of presentation forms and propaganda of the slogan of price reduction.

The example with price reduction campaigns shows that the economic practice is being gradually involved into politics, the economic categories are filled with improper sense, the momentary success pushes the dangerous long-term consequences caused by economic decisions in the background. As a result, the excessive use of administrative price regulation turned out a growth in disproportions between its different sectors in the Soviet economy, and played its big role in the forced shift to a so called the full-scale attack of the socialism.

Keywords: New economic policy (NEP), industry, price policy, price reduction campaigns, consumers' co-operatives.

Аннотация

Одним из лейтмотивов экономической политики 1920-х гг. стали неоднократно повторявшиеся кампании по снижению промышленных цен. В первой половине десятилетия они оказались подчинены задаче нормализации рыночных отношений, восстановления нарушенной смычки города и деревни, социального мира, а во второй — задачам реконструкции промышленности. Необходимым элементом проведения политики снижения цен было не показное, а действительное, вовлечение широких масс, так как ее составными частями заявлены повышение производительности труда, рационализация производства, несущие определенные тяготы для рабочего. В статье рассматриваются изменяющиеся на протяжении десятилетия формы презентации и пропаганды лозунга снижения цен.

На примере кампаний по снижению цен показано, как постепенно экономическая практика политизируется, как экономические категории наполняются не свойственным им смыслом, как сиюминутный успех заслоняет опасные долговременные последствия принимаемых хозяйственных решений. В конечном счете, увлечение административным ценовым регулированием обернулось для советской экономики ростом диспропорций между различными ее секторами и сыграло свою роль в форсированном переходе к "развернутому наступлению социализма по всему фронту".

Ключевые слова:

Новая экономическая политика, промышленность, ценовая политика, кампании по снижению цен, потребительская кооперация.

В истории ценовой политики советского государства особо выделяется период 1923–1928 гг. До этого, в 1921–1923 гг., централизованное регулирование цен не носило систематического и целенаправленного характера. В последующие же годы государство провело серию кампаний по снижению цен: осенью 1923 г., в феврале–марте и июле–сентябре 1924 гг., с апреля 1926 г. и с февраля 1927 г. Эта серия массовых кампаний привлекает к себе пристальное внимание исследователей, прежде всего в контексте аграрной политики государства и взаимоотношений власти и крестьянства [2; 12; 27]. Между тем, не менее интересным сюжетом представляется роль ценовых кампаний в развитии индустриального сектора и в повседневной жизни населения промышленных городов.

1923 год — переломный момент в истории России первой трети XX века как с точки зрения политики, так и с точки зрения экономики — именно тогда разразился кризис сбыта, первый кризис только что сложившейся новой хозяйственной системы. Глубина его поразила современников: с осени 1922 г. по осень 1923 г. в результате целенаправленной государственной политики цены продуктов города и деревни разошлись так быстро, что возникла угроза разрыва всех хозяйственных связей между ними.

В советской историографии возникновение кризиса 1923 г. объяснялось тем, что "в промышленности давали себя знать последствия периода натурализации хозяйственных связей, когда издержки производства не при-

нимались во внимание при оценке хозяйственной деятельности, возросли удельные нормы материальных затрат, рост заработной платы нередко обгонял повышение производительности труда, громоздкий управленческий аппарат и высокая стоимость оборудования (часто бездействовавшего), числившегося на балансе предприятий, увеличивали накладные расходы" [3, с. 76]. Вслед за официальными документами 1920-х гг. утверждалось, что выход из кризиса осуществлялся за счет режима экономии, сокращения накладных расходов, рационализации производства [17, с. 119]. Не отрицая субъективного стремления советских руководителей к преодолению "системы бесхозяйственности" в промышленности, к повышению производительности труда, постсоветская историография делает акцент на усилении роли государства в хозяйственной жизни [30, с. 13].

Кризис 1923–1924 г. свидетельствовал не только об объективных недостатках нэповской экономической системы, но и о просчетах в экономической политике. Перевод на хозрасчет государственных предприятий поставил вопрос об их прибыльности. Статья 1 декрета о трестах (1923 г.) гласила: "Государственными трестами признаются государственные промышленные предприятия, ... которые действуют на началах коммерческого расчета с целью извлечения прибыли" [10]. С февраля 1923 г. индекс промышленных цен начал быстро расти, тогда как сельскохозяйственные цены продолжали падать.

Подобная перекачка средств из деревни в город была связана не только с доктринальными установками большевистского руководства, но и с широко распространенными настроениями рабочих. Так, в сводке прений по докладу на Василеостровской районной конференции РКП(б) в Петрограде весной 1923 г. отмечалось: "Недопустимо удешевить продукцию за счет сокращения заработной платы. Надо сократить накладные расходы, если этого не хватит, то возложить дополнительно известную тяжесть государст[венной] повинности на крестьянство" [33, л. 1]. Собственно, это пожелание власти и реализовывали: если в 1913 г. за 1 пуд ржи крестьянин мог приобрести 5,7 аршина ситца, то в 1923 г. – почти в 4 раза меньше [29, с. 75].

Крестьяне отреагировали на повышение цен отказом от потребления промышленных товаров, сведя к минимуму свои непродовольственные потребности и обратясь к самоснабжению. Началось массовое оседание фабрично-заводской продукции на складах, в результате чего вместо ожидаемых прибылей промышленность несла сплошные убытки. Ситуация была настолько плачевной, что даже у ответственных работников на местах создавалось впечатление, что промышленность попала в какой-то тупик [5, с. 285].

Кризис спровоцировал социальное недовольство в городах. В Москве, Харькове и др. начались стачки и волынки из-за "ножниц цен" товар не реализовывался, следовательно, не было средств для выплаты зарплаты. Рабочие на предприятиях выражали недовольство сни-

жением жизненного уровня из-за почти не увеличивающейся зарплаты, которая к тому же выплачивалась постоянно падавшими в цене совзнаками. С апреля по сентябрь 1923 г. произошло 5611 трудовых конфликтов, участники которых требовали устойчивого рубля и увеличения зарплаты [30, с. 24–25].

Как потребители рабочие тоже страдали от роста промышленных цен. Не случайно именно в этот период возникает такое средство повышения спроса со стороны города, как рабочее кредитование. В качестве иллюстрации приведем цифры по продаже в кредит универмага Мосторга в Москве. Всего продажа составила за период январь–сентябрь 1924 г. 10,2 млн. руб., в том числе на 3,5 млн. руб., или 34 %, было отпущено по рабочему кредиту. В то время как общий оборот универмага увеличился за сентябрь всего на 75 % по сравнению с августом, отпуск по рабочему кредиту увеличился на 338 % [6, с. 399]. Учитывая, что для рабочей семьи в первой половине 1920-х гг. был характерен дефицитный бюджет, кредит давал возможность обеспечить минимум потребностей и смягчить социальное недовольство трудящихся.

Одним из важнейших орудий борьбы с "ножницами цен" считалась рабочая кооперация [9, с. 60–61]. В феврале 1923 г. партийная печать утверждала, что цены в кооперации в среднем на 21 % ниже, чем у частника, что членам кооперативов предоставляются скидки в 5–20 % [14, с. 49]. Между тем, реальная ситуация была далеко не столь блестяща. Частник выигрывал соревнование у кооператива – он был доступнее, торговал дешевле и более качественными товарами. Кооперативная же торговля вызывала много нареканий: "в нашем Кооперативе продукты не дешевле других кооперативов. Дрова тоже куда не годятся, ибо они сырые и гнилые"; "в кооперации есть грубость и нет ассортимента подбора продуктов"; "мы должны сказать т. Скопову чтобы он вывел мышей как с кооперации, а также и со столовой, которые расхищают трудовые копейки" и т.д. [34, л. 23–24].

1923 год рассматривается современными историками и экономистами как некая развилка, на которой советское руководство оказалось в состоянии выбора: бороться с трудностями в логике нэповской системы системы рыночного равновесия и экономического стимулирования или же пойти путем административных мер, близких и понятных партии и широким слоям населения [18, с. 150]. Учитывая массовые настроения горожан, выбор казался очевиден. В 1923 г. в ВСНХ было создано специальное Бюро цен, которое анализировало калькуляцию трестов и предписывало последним снижать цены. Решения Бюро цен отличаются мелочной регламентацией – оно, например, определяло цены на "пожарные рукава 3-дюймовые", изготавливавшиеся по заказу Резинотреста на фабрике Техноткани, и т.д. [25, л. 5–7об]. На практике административное понижение оптовых промышленных цен далеко не всегда сопровождалось соответствующим уменьшением себестоимости продукции заводов и фабрик.

Проблема заключалась еще и в том, что, регулируя отпускные цены промышленности, власть мало что могла сделать с частным торговцем, который "накидывал" к цене поступления товаров до 50–60 % [1, с. 101–104]. Соответственно путь решения проблемы виделся руководителям и экономистам 1920-х гг. в вытеснении частного капитала из сферы товарооборота. Крупное наступление на частный капитал относится к середине 1924 – началу 1925 г. Результатом же стали кризисные явления в экономике – обострился товарный голод, частная промышленность была дезорганизована. Весной 1925 г. правительство вынуждено было отступить вплоть до следующей атаки, которая началась в первой четверти 1926 г. и закончилась ускоренным вытеснением и ликвидацией частной промышленности и торговли.

В ходе ликвидации "кризиса сбыта" власть предъявила определенные претензии и к "красным" хозяйственникам. В речи А.И. Рыкова на расширенном заседании Президиума ВСНХ 29 октября 1923 г. было озвучено требование снижения накладных расходов: "Политические условия независимо от экономических соображений требуют скорейшей ликвидации подобных расходов по всей территории республики" [26 с.251]. Судя по письмам трудящихся, по их жалобам и обращениям в органы власти, по зафиксированным выступлениям рабочих на разного рода митингах и собраниях, нескрываемая "роскошь" (по меркам нэпа, конечно) "красных директоров" и "спецов" их высокие оклады, казенные квартиры, персональные автомобили или выезды вызывала острое раздражение. Власть должна была прислушиваться к этой критике, не позволять, чтобы социальное раздражение выходило за допустимые рамки, нарушало равновесие социально-политической системы.

Весной 1924 г. первая кампания была завершена. Острота кризиса спала, успешно шла денежная реформа. Выступая 10 мая 1924 г. на Бауманской райпартконференции, А.И. Рыков дал понять, что главная тяжесть проведения кампании по снижению цен пришлось на торговлю и кооперацию, а не на промышленность [26, с. 316]. То же подтверждают и материалы ГПУ: на проведении кампании кооперация понесла значительные убытки [28, с. 60, 127]. Так был сделан первый шаг в сторону от рыночно ориентированной экономики. Успех кампании породил в советском руководстве иллюзию, что так же можно решить и другие экономические проблемы: "Не всегда должна себестоимость определять цену, но, может быть, у нас цена должна определять себестоимость, ибо то снижение, на которое пришлось пойти, показывало, что себестоимость не есть нечто объективное, чего рабочий класс и его организации не могут переделать, что себестоимость складывается из элементов, зависящих и от воли рабочего класса и организаторов хозяйства. Себестоимость зависит от той организации труда и от той организации производства, которые есть, но они могут быть коллективными усилиями изменены" (из выступления Ф.Э. Дзержинского на расширенном совещании Президиума

ВСНХ СССР с представителями ВСНХ союзных республик, ЦСНХ, промбюро и областных совнархозов 2 декабря 1924 г.) [11, с. 79].

В летние месяцы 1924 г. о снижении цен заговорили в связи с политикой заработной платы в промышленности. Дело в том, что перевод тарифных ставок на червонное исчисление привел к тому, что ее реальный размер не только не увеличился, но и несколько уменьшился. Поэтому для смягчения социальной напряженности власти и начали очередную ценовую кампанию, ориентированную теперь не на деревню, а на город. В соответствии с новой тенденцией опережающего роста производительности труда по сравнению с заработной платой рабочим разяснялось, что повышение их жизненного уровня зависит не от увеличения номинальной заработной платы, на чем настаивали, например, на августовском пленуме ЦК РКП(б) профессионалисты, а от снижения розничных цен на сельскохозяйственные и промышленные товары, за что им и следовало бороться на производстве. Поэтому новая кампания, которая началась в июле 1924 г., была наполнена уже совсем другим содержанием. Если первая кампания это, прежде всего, антикризисная программа, то вторая носит более пропагандистский, рассчитанный на внешний эффект, характер. Ее главная задача снять негативные социальные последствия новой политики заработной платы, канализировать общественное недовольство.

По мнению советского руководства, именно удачная кампания по снижению цен стала основой промышленного роста со второй половины 1924 г. Возникло устойчивое представление о том, что проблемы в экономике могут быть успешно решены с помощью ударных методов. Между тем, ценовая политика государства, не давая возможности получения необходимых для функционирования и развития прибылей, отрезала дорогу промышленности к внутренним накоплениям. Во второй половине 1920-х гг. основные элементы хозяйственной системы, созданной новой экономической политикой, еще функционировали. Но к ним все более заметно стали примешиваться новые явления, связанные с усиливавшимся административным вмешательством в экономику.

В продолжении политики снижения цен первую скрипку играло стремление руководства госпромышленности путем оживления товарооборота обеспечить вовлечение в производства законсервированные производственные мощности и более интенсивную замену износившегося оборудования новым [21, с. 4]. Но к концу 1925 г. стало ясно, что принятые планы бурного развития народного хозяйства не соответствуют финансовым, импортным, топливным, сырьевым, транспортным возможностям страны, не обеспечены в должной мере стройматериалами и квалифицированными кадрами [8, с. 21]. Рост спроса со стороны и города, и деревни при все увеличивавшемся недостатке товаров не мог, в конце концов, не отразиться на ценах. С июня 1925 г. вновь начался их рост за счет изменения условий расчета, ухудшения

качества товаров, сужения ассортимента, наценок на "повышенное" качество товара [4, с. 250]. Ухудшение качества низких сортов делало их непригодными к употреблению, и население вынуждено было покупать более дорогие сорта.

Увеличение процентной накладки на оптовую цену привело к большому расхождению между оптовыми и розничными ценами. Это расхождение получило название оптово-розничных "ножниц". Борьба с ними стала одной из важнейших задач экономической политики второго периода нэпа, так как высокие розничные цены были по интересам потребителей.

Очередная кампания по снижению цен в торговле началась в соответствии с директивой Ф.Э. Дзержинского по ВСНХ 30 октября 1925 г. "Долой спекулянтов и спекуляцию как посредников между государственной промышленностью и широким потребителем рабочим и крестьянином" вот главный лозунг этой кампании. Соответственно механизм проведения кампании носил репрессивный характер: очистить аппарат торговых органов от спекулянтов, передать их в руки правосудия, расторгать договоры в случае повышения цен, немедленно проводить проверки случаев злоупотреблений в трестах, синдикатах, торгах и пр. Не случайно особое задание "усилить наблюдение за злоупотреблениями и преступлениями в области торговли" получило ОГПУ (начальник экономического управления ОГПУ должен был еженедельно докладывать Дзержинскому о ходе кампании) [11, с. 247–249]. Кроме того, власти попытались сделать рабочих своими союзниками в давлении на розничных торговцев (через профсоюзные, комсомольские организации, лавочные комиссии, делегатские собрания и т.п.). ЦК профсоюза металлистов, например, предлагал бойкотировать высокие цены (резолюция пленума 13–17 марта 1924 г. "О кооперации и о снижении цен на продукты массового потребления") [7, с. 178].

2 июля 1926 г. СТО выпустил постановление "О снижении розничных цен на недостаточные товары государственной промышленности", в котором детально определялись сроки и размеры снижения розничных цен. Однако к намеченному сроку 1 августа 1926 г. снизить на 10% розничные цены не удалось. С 1 мая по 1 августа 1926 г. розничные цены промышленных товаров уменьшились всего на 1% [22, с. 23–24].

Вопрос о снижении цен вновь оказался в центре внимания партийно-государственного руководства. И.В. Сталин писал 16 сентября 1926 г. В.М. Молотову: "Убийственное впечатление производят сплошные сообщения в печати (особенно в экономической печати) о повальных нарушениях директив наркомторга и партии кооперацией и заготовителями, местными и центральными. Эта фактическая безнаказанность явных преступников, льющих воду на мельницу нэпманов и других врагов рабоче-го класса разлагает весь хозяйственный и советский аппарат, превращает наши директивы и нашу партию в пухляк. Нельзя этого терпеть дальше, если не хотим ока-

заться в плену у мерзавцев, с виду "принимающих" директивы партии, а на деле издевающихся над ними" [19, с. 133–134].

XV конференция ВКП(б) констатировала рост розничных цен на 10–11% и повышение себестоимости за 1925/26 х.г. и потребовала продолжить кампанию по снижению розничных цен, втягивая в нее широкие слои кооперированного населения и принять решительные меры в направлении снижения себестоимости, сделав его условием понижения отпускных промышленных цен [15, с. 79, 83].

Как обычно в 1920-е гг., хозяйственные проблемы послужили поводом для политических дискуссий. "Левые" предупреждали, что политикой низких отпускных цен дешевизны для потребителя добиться невозможно, что задача снижения цен может быть на деле разрешена только увеличением объемов промышленной продукции и снижением ее себестоимости на основе улучшения техники производства. Без этих условий снижение отпускных цен приведет только к перекачке средств из промышленности в торговлю. В принципе, и экономисты из "большинства" говорили о необходимости основывать снижение цен на снижении себестоимости, но при этом не отрицали и эффективности административного регулирования [13; 16]. На этом, собственно, и была построена кампания 1927 г., центр проведения которой переместился из лавки на предприятие.

28 марта 1927 г. выходит постановление ЦК ВКП(б) "О вовлечении широких масс в дело снижения розничных цен". Оно требовало повышения активности пайщиков кооперации, усиления контроля со стороны лавочных комиссий, активизации работы Советов и профсоюзов, РКИ, привлечения работниц и домашних хозяек [21, с. 8].

Кампания приобрела массовый характер: практиковались доклады кооперативных органов перед пайщиками и широкими рабочими массами, организация контрольных закупок и массовых обследований путем привлечения членов Советов и представителей профсоюзов, общественные смотры кооперативов в печати, организация коопкомиссий при фабзавместкомах на крупных предприятиях, созыв собраний работников прилавка, созыв совместных собраний правлений кооперативов, лавочных комиссий, домашних хозяек с продавцами [31, л. 139].

Вовлечение в проведение кампании широких масс, предъявление к ним серьезных требований (повышение производительности труда, укрепление трудовой дисциплины, борьба с прогулами, симуляцией болезней, борьба с простоями, добросовестное и экономное отношение к сырью, топливу, оборудованию, активное участие рабочих в рационализации производства) вынуждало предпринять немалые пропагандистские усилия. В директивах агитационно-пропагандистского отдела ЦК ВКП(б) предусматривался определенный механизм продвижения лозунга в массы через собрания актива, сеть партпросвещения, партийные ячейки, групповую и индивидуальную

агитацию, рабочие собрания и т.п. Предложенная рабочим схема выглядела таким образом: переживаемые хозяйственные трудности — это болезнь роста, чтобы с успехом выйти из них необходимо всемерное усиление экспорта, борьба за устойчивость рубля, проведение максимальной экономии и пр. Все это предусматривает снижение цен [23, л. 2–6].

Партийные публицисты и экономисты-популяризаторы оперативно откликнулись на злобу дня многочисленными брошюрками, в которых объясняли рядовому потребителю и рабочему, что "в создавшейся обстановке нельзя было ограничиться снижением одних только розничных цен. Для того чтобы это снижение розничных промышленных цен было наибольшим, необходимо было добиться понижения и отпускных цен государственной промышленности" [22, с. 28]. Трудящихся настраивали на преодоление трудностей: "Достижение намеченной цели потребует серьезного напряжения сил; поставленная задача может быть разрешена лишь при активном содействии решению этой задачи трудящихся и прежде всего авангарда трудящихся — пролетариата. Чтобы взяться всеми силами за дело снижения цен, а это требует упорной работы по поднятию производительности труда, по улучшению нашего кооперативного аппарата, рабочий класс должен осознать, что задача снижения цен должна быть разрешена во что бы то ни стало" [22, с. 29].

В задачу пропаганды входило и снятие негативного восприятия кампании. Подчас рабочие говорили, что "это снижение падает только на голову рабочих, оно также, как и режим экономии, который в первую очередь коснулся рабочих и причинил им много вреда, привел к сокращению и т.д." [31, л. 98].

Рабочим внушалась мысль, что снижение цен есть то же повышение их реальных доходов, что и повышение денежной зарплаты: "За 1925/26 г. денежная зарплата увеличилась на 24,3 %, но так как вздорожали как промышленные, так и сельскохозяйственные товары на 11 %, то реальная зарплата поднялась только на 13 %" [22, с. 46].

Снижение цен подавалось и как удар по бюрократизму: "Рост производительности труда, а за ним и падение цен происходят в капитализме под давлением конкуренции предпринимателей. <...> В условиях СССР конкуренция внутри государственной промышленности весьма невелика, а то и вовсе отсутствует, особенно в условиях товарного голода. <...> Очевидно, то, что при капитализме делала конкуренция, должен теперь делать организованный пролетариат. Каким образом? Очевидно, через органы управления промышленностью и через участие самых широких пролетарских масс в организации производства."

Однако как раз высокие и неизменные цены при обеспеченном сбыте и прибыли создают неблагоприятную обстановку для поднятия техники производства. Они создают обстановку, благоприятную для раздутия канцелярского и управленческого аппарата и накладных рас-

ходов, для процветания застоя и бюрократизма. Наоборот, требование снижения себестоимости цен заставляет раскачиваться, шевелиться, сокращать аппарат и накладные расходы, осуществлять без задержек практические предложения рабочих, рационализировать производство, поднимать технику, а не отделываться бюрократической отпиской. Снижение цен поэтому лучшее лекарство против бюрократизма, против опасности технического застоя и монополистического паразитизма" [22, с. 54–55].

На различных рабочих собраниях выступавшие (особенно малооплачиваемые рабочие, жившие "от зарплаты до зарплаты") активно выступали не только против высоких цен на промышленные товары [32, л. 32–35]. Их нервировали стоимость жилья, железнодорожные тарифы, высокие расходы на дрова и пр. Выход, с точки зрения рядовых участников собрания, был прост — "зажать частника": "Не лучше ли было бы закрыть частную торговлю, а наладить работу кооперации" [32, л. 33].

Для рабочих снижение цен было действительно важно ("Вы прислушайтесь к массам рабочих, рабочие согласны перейти на зарплату до военного уровня, только был бы товар по такой же цене, как был довоенного времени") [24, л. 62]. Но с их точки зрения, любое удешевление "съедалось" повышением норм выработки и снижением расценок: "С продуктов сбавляют по копейке, но рабочие уже теряют каждый день пятаки" [24, л. 62]. При проведении кампании выборов в Ленсовет в 1927 г. на рабочих собраниях звучали критические отзывы: "Цены снизили на то, чего в продаже нет, а то, что есть, еще дороже стало"; "Цены после снижения сразу же повысились"; "Выкрики по поводу недостаточного снабжения кооперацией дровами"; "Цифры по снижению цен неправильны, результатов снижения нет, а наоборот, повышение цен"; "Мы видим, что на наши деньги разукрашиваются только вывески, но не продукты для рабочего" [20, с. 372–373].

Одним из лейтмотивов экономической политики 1920-х гг. стали неоднократно повторявшиеся кампании по снижению промышленных цен. В первой половине десятилетия они оказались подчинены задаче нормализации рыночных отношений, восстановления нарушенной смычки города и деревни, социального мира, а во второй задачам реконструкции промышленности. Необходимым элементом проведения политики снижения цен теперь становится не показное, а действительное, вовлечение широких масс, так как ее составными частями заявлены повышение производительности труда и рационализация производства, несущие определенные тяготы для рабочего класса (увеличение интенсивности труда, ужесточение правил внутреннего распорядка, снижение расценок и т.п.). Соответственно меняются и формы презентации и пропаганды лозунга снижения цен.

На примере кампаний по снижению цен видно, как постепенно экономическая практика политизируется, как экономические категории наполняются не свойственным

им смыслом, как сиюминутный успех заслоняет опасные долговременные последствия принимаемых хозяйственных решений. В конечном счете, увлечение административным ценовым регулированием обернулось для совет-

ской экономики ростом диспропорций между различными ее секторами и сыграло свою роль в форсированном переходе к "развернутому наступлению социализма по всему фронту".

ЛИТЕРАТУРА

1. Ball, A. Russia's Last Capitalists: The Nephews, 1921–1929 / A. Ball. – Berkeley & Los Angeles, 1987. – 243 p.
2. Баранов, А. В. Социальное и политическое развитие Северного Кавказа в условиях новой экономической политики (1921–1929 гг.) / А. В. Баранов. – СПб. : Нестор, 1996. – 353 с.
3. Белоусов, Р. А. Исторический опыт планового управления экономикой СССР / Р. А. Белоусов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Мысль, 1987. – 428 с.
4. Бокарев, Ю. П. Социалистическая промышленность и мелкое крестьянское хозяйство в СССР в 20-е годы. Источники, методы исследования, этапы взаимоотношений / Ю. П. Бокарев. – М. : Наука, 1989. – 310 с.
5. Большевицкое руководство : переписка 1912–1927 гг. : сб. док. / сост. А. В. Квашонкин, О. В. Хлевнюк и др. – М. : РОССПЭН, 1996. – 423 с.
6. Вайнштейн, А. Л. Избранные труды. В 2 кн. Кн. 1. Советская экономика, 20-е годы / А. Л. Вайнштейн. – М. : Наука, 2000. – 507 с.
7. Всесоюзный союз рабочих металлистов в резолюциях и постановлениях съездов, конференций и пленумов ЦК. Вып. 1. 1907–1925. Ч. II. – М. : Изд-во ЦК ВСРМ, 1928. – 488 с.
8. Голанд, Ю. М. Кризисы, разрушившие нэп / Ю. М. Голанд. – М. : МНИИПУ, 1991. – 94 с.
9. Давыдов, А. Ю. Кооператоры советского города в годы нэпа. Между "военным коммунизмом" и социалистической реконструкцией / А. Ю. Давыдов. – СПб. : Алетей, 2011. – 216 с.
10. Декрет ВЦИК и СНК о государственных промышленных предприятиях, действующих на началах коммерческого расчета трестах, от 10 апреля 1923 г. // СУ РСФСР. 1923. № 29. Ст. 336.
11. Дзержинский, Ф. Э. Избранные произведения. В 2 т. 3-е изд., перераб. и доп. / Ф. Э. Дзержинский. – М. : Политиздат, 1977. – Т. 2. 1924–1926. – 535 с.
12. Дианова, Е. В. Северная кооперация и кампания за снижение цен в 1926–1927 годах / Е. В. Дианова // Вопросы истории Европейского Севера : Россия и Финляндия от средневековья до середины XX века : сб. науч. ст. – Петрозаводск : Изд-во ПетрГУ, 2007. – С. 222–227.
13. Кактынь, А. М. Борьба за снижение цен : снижение цен как общехозяйственная проблема и ее практическая постановка / А. М. Кактынь. – М. ; Л. : Моск. рабочий, 1927. – 48 с.
14. Кантор, М. Год работы (Краткие итоги годовой работы потребкооперации) / М. Кантор // Коммунистическая революция. – 1923. – № 4. – С. 47–56.
15. КПСС в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК. – 9 изд., доп. и испр. – М. : Политиздат, 1984. – Т. 4. 1926–1929 гг. – 575 с.
16. Кузнецов, С. М. Борьба за снижение цен / С. М. Кузнецов. – М., 1927.
17. Локшин, Э. Ю. Очерк истории промышленности СССР (1917–1940) / Э. Ю. Локшин. – М. : Госполитиздат, 1956. – 320 с.
18. May, V. A. Реформы и догмы. 1914–1929. Очерки становления хозяйственной системы советского тоталитаризма / В. А. Май. – М. : Дело, 1993. – 256 с.
19. Письма И. В. Сталина В. М. Молотову (1925–1936 гг.) // Известия ЦК КПСС. – 1991. – № 7. – С. 122–137.
20. Питерские рабочие и "диктатура пролетариата", октябрь 1917–1929 : эконом. конфликты и полит. протест. : сб. док. / отв. ред. В. Ю. Черняев. – СПб. : БЛИЦ, 2000. – 463 с.
21. Политика в области промышленного освоения Сибири : Межвуз. сб. науч. тр. / под ред. Е. Э. Казакова. – Новосибирск : Новосиб. ун-т, 1991. – 204 с.
22. Рагольский, М. Почему и как мы снижаем цены : (о нашей политике цен) / М. Рагольский. – М. ; Л. : Госиздат, 1927. – 87 с.
23. Российский государственный архив социально-политических документов (РГАСПИ). – Ф. 17. – Оп. 60. – Д. 796.
24. Российский государственный архив экономики (РГАЭ). – Ф. 3429. – Оп. 3. – Д. 287.
25. РГАЭ. – Ф. 3429. – Оп. 3. – Д. 3018.
26. Рыков, А. И. Избранные произведения / А. И. Рыков. – М. : Экономика, 1990. – 495 с.
27. Скрыпников, А. В. НЭП : крестьяне и власть Советов / А. В. Скрыпников // Институт региональных проблем Российской государственности на Северном Кавказе. Научные проблемы гуманитарных исследований. – 2008. – Вып. 15. – С. 58 – 67.
28. "Совершенно секретно" : Лубянка Сталину о положении в стране : 1922–1934 гг. : сб. док. : в 9 т. : Т. 2. 1924 г. / Ин-т рос. истории РАН ; ред. совет Г. Н. Севостьянов и др. – М. : ИРИ РАН, 2001.
29. Советское общество : возникновение, развитие, исторический финал : в 2 т. Т. 1. От вооруженного восстания в Петрограде до второй сверхдержавы мира / под общ. ред. Ю. Н. Афанасьева. – М. : РГГУ, 1997. – 510 с.
30. Цакунов, С. В. Ценообразование в структуре методов государственного регулирования / С. В. Цакунов // Организационные формы и методы государственного регулирования экономики в период новой экономической политики. Сб. обзоров. – М. : [Б.и.], 1992. – С. 7–43.
31. Центральный государственный архив историко-политических документов Санкт-Петербурга (ЦГАИПД СПб). – Ф. 9. – Оп. 1. – Д. 304.
32. ЦГАИПД СПб. – Ф. 9. – Оп. 1. – Д. 1337.
33. ЦГАИПД СПб. – Ф. 16. – Оп. 1. – Д. 504.
34. ЦГАИПД СПб. – Ф. 1200. – Оп. 1. – Д. 61а.