

УДК 94:658.6/9(477)

Неля Романюк

(Житомир)

**ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У ВНУТРІШНІЙ ТОРГІВЛІ
КИЇВСЬКОЇ, ПОДІЛЬСЬКОЇ І ВОЛИНСЬКОЇ ГУБЕРНІЙ
(ДРУГА ПОЛОВИНА ХІХ – ПОЧАТОК ХХ ст.)**

На основі матеріалів фондів Центрального Державного історичного архіву України в м. Києві, державних архівів Київської, Хмельницької, Житомирської областей та інших джерел розглядається підприємницька діяльність у внутрішній торгівлі Київської, Подільської і Волинської губерній другої половини ХІХ – початку ХХ ст.

Ключові слова: підприємницька діяльність, торгівля, Київщина, Поділля, Волинь.

Розвиток ринкової економіки в сучасній Україні, невід'ємною складовою якої є підприємництво, зумовлює актуальність звернення до історії цього явища, визначення ролі підприємців у розвитку різних галузей народного господарства і, зокрема, торгівлі.

Аналіз архівних джерел і наукових праць свідчить про недостатність дослідження означеної проблеми. Досліджуючи соціально-економічний розвиток України другої половини XIX – початку XX ст., вчені побіжно торкалися підприємницької діяльності в галузі торгівлі. Більшу увагу приділив висвітленню розвитку торгівлі вказаного періоду Б.А.Кругляк [1].

Враховуючи стан дослідження проблеми, поставлено мету висвітлити роль підприємців у розвитку торгівлі в Київській, Подільській і Волинській губерніях, що має важливе значення для визначення конкретних завдань і форм діяльності підприємців в сучасний період.

Реформування в сільськогосподарському і промисловому виробництві впливало і на зміни у розвитку торгівлі. Перехід до ринкової моделі зумовив здійснення комплексу заходів щодо удосконалення форм торгівлі на принципах товарно-грошових відносин. Це підтверджують процеси, які відбувалися в другій половині XIX – на початку XX ст. і в губерніях Південно-Західного краю Російської імперії, в який входили Київська, Подільська і Волинська губернії.

Торгівля – це галузь народного господарства, яка забезпечує обіг товарів, просування їх із сфери виробництва у сферу споживання на основі купівлі-продажу. Торгівля, як форма обміну, є проміжною ланкою між виробництвом і обґрунтованим ним розподілом, з одного боку, і споживанням – з другого. Торгівля забезпечує економічні зв'язки між окремими галузями виробництва і підприємствами, між містом і селом, окремими регіонами країни і між країнами. Торгівля, як форма товарного обігу виникла із зародженням товарного виробництва. Із розвитком продуктивних сил її роль в економічному житті суспільства зростає.

Згідно ст. 1 «Положення про мита за право торгівлі й інших промислах» від 9 лютого 1865 р. торгівля розподілялася на оптову, роздрібну і дрібну. Оптова торгівля проводилася з купецьких контор, комор і складів, а також суден, і полягала в продажі всяких товарів партіями. Роздрібною торгівлею називався роздрібний продаж товарів, що проводився із крамниць, магазинів та інших торговельних закладів. Виходячи із вказаного Положення, дрібна торгівля це: 1) роздрібний продаж товарів, поіменованих в особливих

розписах, з певних приміщень; 2) розносна й розвізна торгівля мануфактурними й колоніальними товарами, що проводиться у визначених для неї межах [2].

Найбільш суттєві зміни в торгівлі відбулися в останній чверті XIX – на початку XX ст. у зв'язку зі збільшенням обсягів виробництва капіталістичної промисловості і сільського господарства, створенням монополій, збільшенням кількості найманих робітників, які втратили самостійне господарство, і зростанням у залежності від цього товарних потреб населення. В цих умовах все більшого значення набувала стаціонарна торгівля, як найважливіша форма внутрішньої торгівлі. Розширювалася мережа стаціонарних закладів. За характером діяльності заклади стаціонарної торгівлі того періоду можна розділити на такі групи: а) акціонерні компанії, фірми і торгові доми; б) гастрономи та універмаги; в) постійно діючі торговельні виставки; г) крамниці і лавки; д) ларки, рундуки (будки), столи і навіси; е) місця на вулицях і майданах з переносним обладнанням; є) заклади харчування (ресторани, столові, буфети). Стаціонарні заклади вели як оптову, так і оптово-роздрібну та роздрібну торгівлю.

У торгівлі, як і у виробництві, з розвитком капіталізму активізувалась підприємницька діяльність, яка поряд зі спільними тенденціями розвитку мала і специфічні особливості, зумовлені географічним розташуванням, характером виробництва в залежності від природно-кліматичних умов, можливостями транспортування, кількістю і купівельною спроможністю населення та ін. Зокрема, в досліджуваних губерніях цьому сприяв розвиток залізничного транспорту, наявність можливостей доставляти продукцію річками, близькість повітів Київської і Подільської губерній до морського порту Одеси, а повітів Волині – до ринків збуту Західної Європи. Про розвиток підприємництва в торгівлі у пореформений період свідчить збільшення видачі торгових документів. Так, у Київській губернії 1888 р. було видано 32.498 документів на право торгівлі, що на 13.114 більше, ніж у 1878 р.[3]. У Волинській губернії 1906 р. було видано 26695 таких документів – на 3357 більше, ніж у 1886 р.[4].

Враховуючи те, що в промисловості Південно-Західного краю виходячи з природно-кліматичних умов, переважали виробництва для переробки продукції землеробства (84 % загального фабрично-заводського виробництва краю), характерним явищем стало намагання виробників с.-г. продукції вирощувати прибуткові культури на ринок. У Київській та Подільській губерніях на продаж вирощували в основному зернові культури і цукрові

буряки, на Волині – цукрові буряки, зернові і хміль. Так, у 1871 р. серед предметів торгівлі у Подільській губернії переважали пшениця, спирт і цукор. Цукор користувався значним попитом на внутрішньому ринку. Пшениця і спирт зайняли значну питому вагу в експорті (через порт Одеси). Посередниками у заготівлі та експортуванні пшениці та спирту між місцевими землевласниками та одеськими хліботорговцями виступали купці-євреї [5]. В огляді Волинської губернії за 1906 р. відзначено, що «найбільш значні обороти в губернії забезпечувалися торгівлею хлібом, лісом, цукром, спиртом, хмелем. Найбільш торговими повітами були Житомирський і Ровенський з містами Житомир і Ровно» [6].

Територіальний розподіл торгових оборотів у 1900 р. був такий: на Київ припадало 35,3 %, на Київську губернію – 25,7 %, Подільську – 20,3 % і Волинську – 18,5 % [7, с. 24]. Особливу роль у розвитку підприємництва в галузі торгівлі займав Київ, який наприкінці XIX – на початку XX ст. став головним імперським центром з торгівлі цукром. Тут діяло 27 контор з продажу цукру і 117 контор та правлінь цукрових заводів. Через Київ проходило постачання цукробурякового регіону паливом, машинами і залізом. Київ був не тільки оптовим пунктом, але і ринком збуту місцевих продуктів (зерна, худоби, молочних продуктів і т. ін.).

Відомим імперським центром торгівлі був Бердичів. У цій сфері найвищого рівня сягнула значущість єврейської громади міста. У місті діяли торговельні фірми Іолісів, Гальперіна, Магазанія, Бродського, Маргулісів, банкірські контори Еленера, Трахтенберга, Штейнберга, Гальперіна. У 1900 р. загальний торговий оборот цього міста складав 17,8 млн. руб. Житомир за своїми торговими оборотами у цей же період (1900 р.) займав третє місце у Південно-Західному краї – 7,9 млн. руб. Загальний темп торгівлі у Житомирі, як відзначалося у тогочасних джерелах, характеризувався «в'ялістю». Але, протилежність Бердичеву, Житомир був добре забезпечений кредитними установами.

Наприкінці XIX – на початку XX ст. у результаті створення монополій в різних галузях промисловості Російської імперії, посилювався їх вплив на торгівлю, відбувалось злиття економічних інтересів промислової і торгової буржуазії, концентрація торгових капіталів. Такі процеси зі своїми особливостями були характерні і для підприємницької діяльності в губерніях Південно-Західного краю. Оскільки прибутки в торгівлі значно перевищували прибутки промислових підприємств, монополісти намагалися зайняти ключові позиції на внутрішньому і зовнішньому ринках, досягти якомога ширшого

охоплення ринку як по збуту готової продукції, так і по придбанню сировини. Якщо у першому випадку вони добивалися підвищення цін, чому, у великій мірі, сприяла протекціоністська політика уряду, то у другому – навпаки, їх значного зниження. Такі дії сприяли отриманню великих прибутків монополістами, обмежували вільну конкуренцію і ставили споживача в жорсткі умови, які диктувалися монополістичним капіталом.

Підприємці з великими капіталами створювали торгові монополії і торгові фірми, акціонерні компанії, торгові доми, багатопрофільні універмаги і гастрономи. Для торгових монополій були характерні: порівняно більша величина товарообігу, ширше охоплення місцевого ринку, специфіка товарного асортименту і посередницька роль між виробництвом і споживачами. Вони були тісно зв'язані з промисловими монополіями, реалізували значну частину їх продукції.

Наприкінці XIX ст. були створені великі торговельні фірми, розширили обсяги своєї комерційної діяльності й ті, що існували раніше. До таких слід віднести фірми Ближенського, Котляревського, Фельдмана, «Пташніков і син». Зокрема, у Києві працювали філіали фірм Циндля з Москви, Коншина із Серпухова, Прохоровської мануфактури товариства Дунаєва [8, с. 315, 316]. Все більшого розвитку набували акціонерні компанії. Мільйонними обігами на ринках України виділялися «Товариство мануфактурної торгівлі Жмудський і Соколов», «Воган і К» та ін. Активною комерційною діяльністю займалися також купецькі товариства і поміщицькі синдикати. Найбільш відомими були Київський, Вінницький, і Одеський синдикати. Вони збували власний і селянський хліб, городину, займалися посередництвом з продажу мінеральних добрив і знарядь праці.

Особливу роль в активізації торгівлі, переважно в недостатньо промислово-розвинутих регіонах набули на початку XX ст. торгові доми. У 1900-1914 рр. спостерігалось їх кількісне зростання. В Україні у 1914 р. функціонувало 1579 торгових домів. Прикметним явищем було те, що 57 % торгових домів України були у повітових центрах, а також те, що у регіонах, де існували могутні монополії, витримати конкуренцію з ними було дуже важко. Тому ми спостерігаємо ситуацію, коли станом на 1914 р. у Житомирі діяло 59 торгових домів, а в Катеринославі – лише 23; у повітових центрах Київської губернії – 64, а у Волинській губернії – 79. На Правобережній Україні величина капіталів торгових домів, розміщених у повітових центрах, розподілялася за їх обсягом таким чином: Київська губернія – 762 540 руб., Волинська – 554 860 руб., Подільська – 118 000 руб. [9, с. 68, 69].

Наприкінці XIX – на початку XX ст. помітно розширився товарний асортимент, поглибилась спеціалізація торгівлі, зріс товарообіг, що свідчило про розвиток підприємництва. Як і раніше, велика роль належала реалізації продовольчих товарів, хоча їх асортимент був невеликий. Провідне місце належало хлібній торгівлі, яка здійснювалась шляхом оптового збуту хліба в зерні та продажу хлібобулочних і макаронно-круп'яних виробів. Оптовий збут зерна здійснювали великі торгові фірми і торгові доми. Монополісти намагалися отримувати якомога більші прибутки у торгових операціях із зерном. Вони закупляли хліб в зерні у поміщицьких і селянських господарствах як безпосередньо так і через своїх агентів і комісіонерів. Зрозуміло, що вони старалися купити зерно по самій низькій ціні, а продати по якомога вищій – власникам млинів, які в свою чергу, намагалися отримати прибуток, продаючи борошно пекарям. Без прибутку в цьому «ланцюгу» залишалися лише споживачі, для яких хліб був основним продуктом харчування і які вимушені були купувати борошно, хліб, макаронно-круп'яні вироби за завищеними цінами, які встановлювали хліботорговці.

Надприбутки отримували підприємці і в торгівлі цукром, попит на який постійно зростав. Споживачі вимушені були купувати цукор за цінами, які у багато разів перевищували їх собівартість. На початку 90-х рр. XIX ст. прогресивні технології дали можливість знизити вартість виробництва цукру до 3 руб. 9 коп. (включаючи й акциз), але ціни на внутрішньому ринку становили 4 руб. 30 коп., а на закордонних ринках на російській цукор ціни (в середньому) становили 1 руб. 27 коп. [10].

Особливо прибутковою була торгівля алкогольними напоями. У зв'язку з цим царський уряд запровадив з 1895 р. «казённую» монополію на продажу спирту і горілчаних виробів. Швидко зростала кількість закладів, які торгували алкогольними напоями. Так, у Київській губернії 1902 р. такою торгівлею займалися 2157 закладів, то через п'ять років їх нараховувалось уже 4110 [11, с. 9; 12, с. 72]. Оскільки мережа закладів вино-горілчаної торгівлі розширювалась, зростав попит на алкогольні напої, царський уряд проводив постійне подорожчання цієї продукції (ціни підвищувались у 1900, 1905, 1908 рр.) У результаті валовий дохід від цієї операції збільшився з 270 млн. руб. у 1900 р. до 953 млн. руб. у 1913 р. і склав 27-30 % всіх надходжень до бюджету [13, с. 93]. У губерніях Південно-Західного краю торгівля вино-горілчаною продукцією (станом на 1900 р.) складала 16,7 % загального обсягу товарообігу підприємств внутрішньої торгівлі [14, с. 24].

Поряд з процесами монополізації у торгівлі краю продовжували відігравати значну роль дрібні торгівельні заклади зі старими формами організації торгівлі, що закономірно було викликано багатокладністю тогочасної економіки і відповідало нерівномірності розвитку капіталізму в різних регіонах. Наявність значної кількості таких закладів торгівлі свідчило про діяльність великої кількості дрібних підприємців, які заради отримання мізерних прибутків доставляли самі необхідні товари у невеликі містечка і сільську місцевість. Зокрема, у відомостях по Колківській волості Луцького повіту Волинської губернії про торгівельні заклади станом на 1 квітня 1913 р. відзначено, що у містечку Колки було 103 дрібних стаціонарних закладів, які торгували різними необхідними товарами повсякденного попиту [15]. Асортимент був невеликий, з продовольчих товарів – борошно, цукор, м'ясо, чай, шоколад, оселедці; з промислових – ситець, посуд, взуття, керосин. В таких лавках торгували як продовольчими, так і промисловими товарами, нерідко зовсім несумісними. Зокрема, в одній – керосином, борошном, цигарками; в іншій – цукром, чаєм і маззю для коліс. Майже всі крамниці належали підприємцям єврейського походження.

У досліджуваній період помітну роль у внутрішній торгівлі продовжували відігравати ярмарки. Ярмаркова торгівля сприяла розвитку товарообміну між містом і селом, торгівельним зв'язкам між віддаленими місцевостями, забезпеченню населення, у певній мірі, необхідними товарами. Свідченням економічної потреби і користі ярмарків була помітна тенденція зростання обігів ярмаркової торгівлі, збільшення кількості ярмарків. Так, якщо станом на 1895 р. у Подільській губернії відбулося 183 ярмарки, а у Волинській – 430, то у 1907-1911 рр. відбувалося відповідно у Подільській – 200, а у Волинській – 754 щороку [16, с. 97]. Зростала кількість роздрібних ярмарок у сільській місцевості. Губернські та повітові органи влади одержували багато письмових прохань про надання дозволу на відкриття ярмарок і базарів. Ця потреба була зумовлена поширенням у регіонах, віддалених від промислово-розвинутих центрів, дрібного кустарного виробництва і необхідністю збуту продукції, а також придбання необхідних товарів. Відкриття нових ярмарків сприяло активному включенню сільського населення у торгівлю.

Ярмарки у Південно-Західному краї мали свої центри, що історично склалися. Так, на великій ярмарці, що діяла у м. Києві з 5 по 26 квітня 1888 р. було привезено товарів на 873.900 руб. і продано на 261.577 руб.; укладено угод на 4.090.156 руб. [17]. У Подільській губернії велике торгове значення

мали такі ярмарки, як Петропавлівський у м. Ярмолинцях (Проскурівський повіт) і Св. Троїцький у м. Балті. У 1871 р. предметами торгівлі на Петропавлівському ярмарку були: коні і худоба кращих порід (доставлені не тільки з губернії, а й з інших губерній та із за кордону), тканини, хутра, металеві вироби, екіпажі та упряж. В цей же період головними товарами збуту на ярмарках у м. Балті були коні, велика рогата худоба, вівці, вовна, шкіра, а торгівля тканинами і галантерейними товарами хоч і проводилась, але в незначних розмірах, причому і самі товари були невисокої якості [18].

Свідченням розвитку підприємництва у торгівлі в губерніях Південно-Західного краю було функціонування численних роздрібних ярмарків, які обслуговували невелику територію. Вони не відрізнялись особливим різноманіттям товарів. Головними предметами торгівлі на них була сільськогосподарська продукція: збіжжя, овочі, фрукти та худоба. Так, у містечку Володарка Київської губернії кожних два тижні відбувалися ярмарки, на яких проводилась значна хлібна торгівля [19].

Необхідно зазначити, що незважаючи на виникнення наприкінці XIX – на початку XX ст. більш прогресивних форм внутрішньої торгівлі, діяльність ярмарків і базарів, маючи свою давню історію і традиції, сприяла розвитку і поглибленню капіталістичних відносин і підприємництва. Монополії використовували ці форми внутрішньої торгівлі для зміцнення свого впливу на ринку. Великі оптові ярмарки, яких залишилося на Україні не більше двох десятків, пристосовувалися до нових умов внутрішнього ринку. Торгівля на них все більше концентрувалась в руках монополій, які не тільки здійснювали мільйонні операції і встановлювали високі ціни, але і отримували великі прибутки.

Розглядаючи підприємництво як вміння отримувати прибуток, не можна обійти реальність досліджуваного періоду, що тогочасний виробник – селянин чи кустар, часто був не в змозі отримати економічну вигоду. На базарах і ярмарках діяли скупники, маклери, які скуповували у безпосередніх виробників продукти їх праці і перепродували їх отримуючи прибутки. Вони будували склади і амбари для збереження зерна, створювали маклерські товариства і відкривали маклерські контори. На міських базарах організовувалися своєрідні корпорації перекупників, які часто не допускали селян та кустарів до торгівлі на базарах і чинили свавілля у встановленні цін. Так, на київських базарах сільськогосподарські продукти поступали покупцям переважно з рук перекупників. На кожній чверті вівса вони заробляли не

менше 20 коп., на кожному мішку картоплі – 30 коп., на кожному глечикі молока – 2 коп. [20].

Таким чином, у досліджуваний період розвиток капіталістичних виробничих відносин, збільшення обсягів виробництва промисловості і сільськогосподарської продукції зумовили розширення асортименту і зростання товарообігу внутрішньої і зовнішньої торгівлі в Україні. Поряд з базарами і ярмарками провідне місце у торгівельній діяльності зайняли нові організаційні структури: торгові монополії (акціонерні компанії, торгові фірми, доми, багатопрофільні універмаги і гастрономи); відбувався розвиток біржової діяльності, в торгівлю включалися кооперативи і земства.

У цей період формувалися нові якості підприємницького класу – злиття економічних інтересів торгової і промислової буржуазії, поміщиків, які виробляли продукцію на ринок, що обмежувало вільну конкуренцію і забезпечувало їм охоплення ринків і отримання високих прибутків. Концентрація виробництва і капіталів, створення і функціонування монополій, які проникали і в торгівлю, активізувало підприємницьку діяльність, урізноманітнювало її форми.

Джерела та література

1. Кругляк Б.А. Внутренняя торговля в России в конце XIX – начале XX вв. (На материалах Украины). – Самара, 1992. – 191 с.
2. ПСЗ РИ. Положение о пошлинах за право торговли и других промыслах. № 41779 от 9 февраля 1865 г. Собр. 2-е. Т. XL. – СПб., 1867.
3. ЦДАУК. – Ф. 442. – Оп. 533. – Спр. 205. – Арк. 21; – Оп. 542. – Спр. 18. – Арк. 10.
4. ДАЖО. – Ф. 67. – Оп. 1 доп. – Спр. 310. – Арк. 20; Спр. 315. – Арк. 21.
5. ЦДАУК. – Ф. 442. – Оп. 51. – Спр. 345. – Арк. 64.
6. ДАЖО. – Ф. 67. – Оп. 1 доп. – Спр. 315. – Арк. 19.
7. Весь Юго-Западный край. Справочная и адресная книга по Киевской, Подольской и Волынской губерниям. – К. 1914.
8. История города Киева. – К., 1983. – Т. 2.
9. Кругляк Б.А. Вказана праця.
10. Сахарный вопрос // Подолія. - № 84. – 1913, 19 липня.
11. Обзор Киевской губернии за 1902 г. – К., 1903.
12. Обзор Киевской губернии за 1907 г. – К., 1908.
13. Кругляк Б.А. Вказана праця.
14. Підраховано за: Весь Юго-Западный край. Справочная и адресная книга...
15. ДАЖО. – Ф. 206. – Оп. 1. – Спр. 12. – Арк. 54-60.
16. Кругляк Б.А. Вказана праця.
17. ЦДАУК. – Ф. 442. – Оп. 542. – Спр. 18. – Арк. 10.
18. ЦДАУК. – Ф. 442. – Оп. 51. – Спр. 375. – Арк. 64.
19. Киевлянин. – 21 января 1892 г. - № 21.
20. ДАКО. – Ф. 163. – Оп. 5. – Спр. 42. – Арк. 19.

Анотація

На основе материалов фондов Центрального Государственного исторического архива Украины в г. Киеве, государственных архивов Киевской, Хмельницкой, Житомирской областей и других источников рассматривается предпринимательская деятельность во внутренней торговле Киевской, Подольской и Волынской губерний второй половины XIX – начала XX в.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, торговля, Киевица, Подолье, Волынь.

Annotation

On the basic of the materials from the funds of the Central State Historical Archive of Ukraine (Kyiv), State Archives of Kyiv, Khmelnytsky and Zhytomyr oblasts, as well as on the basis of reviewing literary sources the author highlights the entrepreneurial activities in the domestic trade of Kyiv, Podillya and Volyn provinces in the second part of the XIX th – the beginning of the XXth centuries.

Key words: entrepreneurial activities, trade, Kyiv, Podillya and Volyn.